อภินันทนาการ

สำนักหอสมุด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

ระวิวรรณ บัวแดง

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร
วันลงทะเบียน ๕ ก.ค. ๕๕
เลขทะเบียน 1.6722659
เลขเรียกหนังสือ

ศิลปนิพนธ์เสนอคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
พฤษภาคม พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

PACKAGING DESIGN DEVELOPMENT KANGHUNTONG GROUP , PHETCHABURI

RAWIWAN BUADAENG

Art Thesis Submitted to the Faculty of Architecture of Naresuan University
In Partial Fulfillment of the Requirements For the
Bachelor of Fine and Applied Arts Degree in Product and Package Design
May 2014

Copyright 2014 by Naresuan University

คณะกรรมการได้พิจารณาศิลปนิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี" ของ ระวิวรรณ บัวแดง เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

.....ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัธ สุดสังข์)

.....กรรมการ
(อาจารย์ชโรธรณ์ ทิพย์อุปถัมภ์)

.....กรรมการ
(อาจารย์ปริญพัชร์ วรรัฐธนพัชร์)

อนุมัติ

.....
(ดร.สันต์ จันทร์สมศักดิ์)
คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
พฤษภาคม พุทธศักราช 2557

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี
ผู้วิจัย	นางสาวระวิวรรณ บัวแดง
ประธานที่ปรึกษา	อาจารย์ ชโรธรณ์ ทิพย์อุปถัมภ์
กรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ วราภรณ์ มามี
ประเภทสารนิพนธ์	ศิลปนิพนธ์ ศป.บ. สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2557
คำสำคัญ	การพัฒนา บรรจุภัณฑ์ สปา

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการบรรจุภัณฑ์ถือว่าเป็นสิ่งช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่ตัวสินค้า และยังสามารถปกป้องสินค้าที่อยู่ภายในให้ได้รับความเสียหายน้อยที่สุด ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สปา ฯลฯ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่อาจเกิดความเสียหายได้เมื่อเกิดการเคลื่อนย้ายจากการขนส่ง ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาข้อมูลและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี เพื่อเป็นการพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ดูมีคุณค่ามากขึ้น

โดยการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ขั้นตอนและระเบียบวิธีของการวิจัย โดยการศึกษาบริบทหรือข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง มีการทำแบบสอบถาม โดยการเลือกสุ่มจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค มีการวิเคราะห์ในด้านของการออกแบบโดยการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม การศึกษาในด้านของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และก่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด โดยการศึกษาทั้งหมดนี้ทำให้ได้ข้อมูลก่อให้เกิดการออกแบบที่มีความชัดเจนและตอบสนองต่อกลุ่มตัวอย่างได้เป็นอย่างดี

ผลของการศึกษาและการออกแบบในครั้งนี้พบว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีมูลค่าเพิ่มขึ้น การออกแบบเพื่อปกป้องสินค้าภายในให้เกิดความเสียหายต่อผลิตภัณฑ์ได้น้อยที่สุด ช่วยทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์สินค้าได้ดี นอกจากนี้การศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในครั้งนี้ยังทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค จึงส่งผลในด้านของการส่งเสริมการขาย และด้านของการออกแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของอาจารย์ชโรธรณ์ ทิพย์อุปถัมภ์ และอาจารย์วราภรณ์ มามี ประธานและรองประธานที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่ามาเป็นที่ปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำในเรื่องของการทำงานและเรื่องต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการทำศิลปนิพนธ์ฉบับนี้ และขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการศิลปนิพนธ์อันประกอบไปด้วย รศ.ดร.นิรัช สุดสังข์, ผศ.ดร.ศุภรัก สุวรรณวัจน์, อาจารย์ศุภเดช หิมะมาน, อาจารย์วราภรณ์ มามี อาจารย์เจนยุทธ ศรีหิรัญ, อาจารย์ชโรธรณ์ ทิพย์อุปถัมภ์,อาจารย์พัชรวัฒน์ สุริยงค์, อาจารย์จรัญญา พหลเทพ, และอาจารย์ปริญพัชร์ วรรัฐธนพัชร์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำในผลงาน ตลอดจนให้คำปรึกษาแก้ไขข้อบกพร่องของศิลปนิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

กราบขอบพระคุณคุณสมพงษ์ หนูสาร ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทองเป็นอย่างสูง ที่ได้กรุณาอนุญาตให้มีการศึกษาค้นคว้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง นอกจากนี้มีความอนุเคราะห์ในด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สปา ประวัติกลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง ตลอดจนเนื้อหาในด้านต่างๆ จนทำให้ศิลปนิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ นายอินทร์ บัวแดง, นางไฉน บัวแดง และครอบครัวของผู้วิจัยที่ให้ทั้งแรงใจและให้การสนับสนุนในเรื่องต่างๆ อย่างดีที่สุดเสมอมา

ขอบคุณเพื่อนนิสิตสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ รุ่นที่ 12 ที่คอยช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ขอบคุณกำลังใจจากนางสาวสุทธินันท์ เขียวสีทอง ขอบคุณกลุ่มวันละเพี้ยที่ช่วยทำงานในศิลปนิพนธ์ในครั้งนี้ จนทำให้งานการโชว์ศิลปนิพนธ์ที่เซนทรัลพลาซ่าพิษณุโลกผ่านพ้นและสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากศิลปนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และผู้ที่สนใจบ้างไม่มากก็น้อย

ระวิวรรณ บัวแดง

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	**บทนำ**	1
	ความเป็นมาของปัญหา	1
	จุดมุ่งหมายของการวิจัย	3
	กรอบแนวคิดงานวิจัย	3
	ขอบเขตของงานวิจัย	4
	นิยามคำศัพท์เฉพาะ	4
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
2	**เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	6
	1. **เอกสารที่เกี่ยวข้องการผู้ประกอบการ**	6
	1.1 ข้อมูลทั่วไปของสปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี	7
	1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	8
	1.3 การตลาดและช่องทางการจำหน่าย	10
	1.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสปา	10
	1.5 ความหมายของสมุนไพร	20
	1.6 ความหมายของดอกเกลือ	23
	2. **เอกสารที่เกี่ยวข้องการบรรจุภัณฑ์**	27
	2.1 ความหมายของการพัฒนา	27
	2.2 หลักการออกแบบกราฟิก	28
	2.3 ประวัติความเป็นมาของบรรจุภัณฑ์	29
	2.4 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์	31
	2.5 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์	36
	2.6 งานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	39
	2.7 วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์	56
	2.8 การพิมพ์บรรจุภัณฑ์	64
	2.9 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์	67

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	**วิธีดำเนินการวิจัย**	74
	ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาบริบททั่วไป	74
	ขั้นตอนที่ 2 การรวมรวมข้อมูล	74
	ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์	76
	ขั้นตอนที่ 4 สรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล	78
	ขั้นตอนที่ 5 การเขียนรายงานเสนอผลงานวิจัย	81
4	**ผลการวิจัย**	83
	บทสังเขปเงื่อนไขในการออกแบบ	83
	ขั้นตอนแบบร่าง	90
	การพัฒนาและการสร้างสรรค์	93
	ผลงานที่สร้างสรรค์	97
5	**บทสรุป**	100
	สรุปผลการวิจัย	101
	ข้อเสนอแนะ	101

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์แบบสอบถาม

ภาคผนวก ค ผลงานการแสดงงานศิลปนิพนธ์

ประวัติผู้วิจัย

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตาราง 1 ลักษณะของกราฟิก	78
ตาราง 2 รูปแบบของกราฟิก	78
ตาราง 3 รูปทรงขวด	79
ตาราง 4 รูปทรงกระปุก	79
ตาราง 5 แสดงขั้นตอนวิธีการดำเนินงาน และระยะเวลาในการดำเนินงาน	82
ตาราง 6 น้ำหนักของสินค้าและราคาของสินค้า	84
ตาราง 7 อารมณ์และความรู้สึกของงาน	88

สารบัญภาพ

ภาพ **หน้า**

ภาพ 1 แผนผังกรอบแนวคิดงานวิจัย..... 3

ภาพ 2 สบู่เหลวดอกเกลือ..... 8

ภาพ 3 น้ำมันบำรุงผิว..... 8

ภาพ 4 เกลือในน้ำนม..... 9

ภาพ 5 เกลือสปาเท้า..... 9

ภาพ 6 ชุด Gift set..... 10

ภาพ 7 แผนผังการศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์..... 77

ภาพ 8 แผนผังวิธีการดำเนินการวิจัย..... 81

ภาพ 9 แผนภาพแสดงProduct Position..... 85

ภาพ 10 ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Target Group)..... 86

ภาพ 11 ออกแบบโลโก้ 1..... 90

ภาพ 12 ออกแบบโลโก้ 2..... 90

ภาพ 13 ออกแบบโลโก้ 3..... 91

ภาพ 14 ภาพโลโก้ที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์..... 91

ภาพ 15 ภาพแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สบู่เหลวดอกเกลือ..... 92

ภาพ 16 ภาพแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์น้ำมันบำรุงผิว..... 92

ภาพ 17 ภาพแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เกลือในน้ำนม..... 93

ภาพ 18 ภาพแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สบู่ดอกเกลือสมุนไพร..... 93

ภาพ 19 ภาพแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เกลือสปาเท้า..... 94

ภาพ 20 ภาพแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์Gift set เล็ก..... 94

ภาพ 21 ภาพแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์Gift set ใหญ่..... 95

ภาพ 22 ผลงานที่สร้างสรรค์..... 95

ภาพ 23 ผลงานที่สร้างสรรค์..... 96

ภาพ 24 ผลงานที่สร้างสรรค์..... 97

ภาพ 25 ผลงานที่สร้างสรรค์..... 97

ภาพ 26 ผลงานที่สร้างสรรค์..... 98

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ **หน้า**

ภาพ 27 ผลงานที่สร้างสรรค์..... 98
ภาพ 28 ผลงานที่สร้างสรรค์..... 99
ภาพ 29 ผลงานที่สร้างสรรค์..... 99

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

จังหวัดเพชรบุรี เป็นจังหวัดที่อยู่ทางทิศตะวันออกของประเทศไทย โดยทั่วไปแล้วเมื่อกล่าวถึงจังหวัดเพชรบุรีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมักจะนึกถึงแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเป็นหลัก คือ ทะเล นอกจากนี้สภาพพื้นดินของทางทิศตะวันออก จะมีลักษณะดินที่พิเศษมากกว่าแถบอื่นและการผลิตเกลือจะต้องคำนึงถึงปัจจัยในการผลิตหลายๆอย่าง การทำเกลือทะเลต้องใช้น้ำทะเลเป็นวัตถุดิบ ดังนั้นแหล่งผลิตจึงต้องอยู่บริเวณใกล้ชายฝั่งทะเล ถึงแม้ประเทศไทยจะมีชายฝั่งทะเลยาว แต่แหล่งที่เหมาะสมสำหรับการผลิตเกลือทะเลมีค่อนข้างจำกัดคือต้องมีลักษณะทางภูมิประเทศเป็นที่ราบ สภาพดินต้องเป็นดินเหนียว สามารถอุ้มน้ำได้ดีป้องกันไม่ให้น้ำเค็มซึมลงไปใต้ดิน และป้องกันไม่ให้น้ำจืดซึมขึ้นมาบนดิน มีกระแสลมและแสงแดดช่วยในการตกผลึกเกลือ ซึ่งจังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มที่มีการผลิตมาก ทำให้มีผลผลิตออกมาจนล้นตลาดจึงมีกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อทำการแปรรูปให้เกลืออยู่ในรูปของสินค้าชนิดต่างกันไปมากกว่าการเป็นเกลือเม็ดที่นำไปใช้การบริโภคหรืออุปโภค

ปัจจุบันสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ทั้งในด้านของเศรษฐกิจและทางด้านสังคมความเป็นอยู่ จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้ลักษณะพฤติกรรมของคนในสังคมเปลี่ยนไปอย่างเห็นได้ชัด จะเห็นได้ว่ามีการแข่งขันในสังคมกันมากขึ้น ไม่เพียงแต่แข่งขันทางด้านของความรู้ความสามารถในการทำงาน หรือทางด้านเศรษฐกิจ แต่ยังแข่งขันกันในด้านของเวลาเนื่องจากเวลาของคนในปัจจุบันเป็นสิ่งสำคัญมาก และทำให้เกิดปัญหาทางด้านของสภาวะทางจิตใจ เวลาในการพักผ่อน ไม่มีเวลาดูแลสุขภาพร่างกายที่มีน้อยลงทุกวัน และยังมีความเหมื่อยล้าที่เกิดจากการสะสมในเวลาของระยะของการทำงานนานๆ สาเหตุเหล่านี้เป็นต้นเหตุที่ทำให้สุขภาพจิตและสุขภาพกายของคนในสังคมไทยปัจจุบันอ่อนแอลง คนส่วนใหญ่จึงตระหนักและเห็นปัญหานี้ จึงทำให้เกิดการมองหาวิธีในการผ่อนคลายในรูปแบบต่างๆ เช่น การออกกำลังกาย การไปเดินสวนสาธารณะ การไปเดินเลือกซื้อของตามห้างสรรพสินค้า หรือแม้กระทั่งการผ่อนคลายโดยการไปนวดในรูปแบบที่มีอย่างหลากหลายที่เกิดขึ้นในท้องตลาด ไม่ว่าจะเป็นการนวดแผนไทย การนวดอโรม่า หรือการนวดสปาตั้งแต่ศีรษะจรดเท้า ซึ่งทางเลือกของการนวดที่ใช้เรื่องของกลิ่นมาช่วยบำบัดให้เกิดการผ่อนคลายกับคนในสังคม

ผลิตภัณฑ์สปาตามท้องตลาดทั่วไปในปัจจุบันจะเห็นได้ว่า มีส่วนผสมวัตถุดิบที่มาจากสมุนไพรซึ่งเป็นพืชที่คนไทยรู้จักมาตั้งแต่สมัยโบราณ มีประโยชน์มากมายในการใช้ สมุนไพรไทยเป็นสิ่งที่คู่กับคนไทยมาตั้งแต่สมัยโบราณ สามารถเป็นยารักษาโรคได้แตกต่างกันไปตามแต่ละชนิด โดยสรรพคุณจะอยู่ตามส่วนประกอบต่างๆ ตั้งแต่ราก ลำต้น ใบ ดอก และผลล้วนแล้วมีประโยชน์ทั้งสิ้น การนวดโดยใช้กลิ่นเพื่อให้เกิดการผ่อนคลายนั้น กลิ่นที่ส่วนใหญ่จะนำมาใช้จะเป็นกลิ่นจากธรรมชาติ จำพวกสมุนไพร หรือดอกไม้ของไทย จะเห็นได้ว่าตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันจะมีการใช้สมุนไพรที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยมาเป็นส่วนผสม สมุนไพรไทยนั้นถ้าเป็นการรับประทานเข้าไปในร่างกายส่วนมากจะเป็นแบบสูตรเย็น และในทางการนวดเพื่อความผ่อนคลายแล้วมักจะใช้สมุนไพรที่ก่อให้เกิดอาการร้อน เพื่อเป็นการผ่อนคลายของกล้ามเนื้อหรือเส้นเอ็นทำให้ไม่เกิดอาการบาดเจ็บระหว่างการนวด นอกจากสมุนไพรไทยยังเป็นที่นิยมทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศสำหรับใช้ในการนวกผ่อนคลายแล้ว ยังเกิดการคิดค้นเพื่อเป็นการตอบสนองทั้งทางตลาด ทางเศรษฐกิจ และยังส่งเสริมกลุ่มชุมชนให้เกิดรายได้สร้างชีวิตที่ดีขึ้น และยังมีวัตถุดิบที่คนทั่วไปยังไม่เป็นที่รู้จัก คือ ดอกเกลือ เป็นวัตถุดิบที่บุคคลทั่วไปอาจยังไม่รู้จักมากนัก เพราะจะมีเพียงชาวนาเกลือเท่านั้นที่รู้จัก แต่ในความเป็นจริงแล้วชาวนาเกลือในประเทศไทยก็ได้ผลิตดอกเกลือมานานนับร้อยปีมาแล้ว ถ้าจะกล่าวถึงเกลือทั่วไป เช่น เกลือสินเธาว์เกลือสมุทรจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของสรรพคุณ เพราะดอกเกลือ จะตากแดดน้อยกว่าเกลือชนิดอื่นๆ ทำให้สิ่งสกปรกถูกผิวเกลือน้อยกว่าตามไปด้วย จึงมีความบริสุทธิ์มาก มีความละเอียดของเนื้อเกลือและรสชาติก็ต่างไปจากเกลือที่นำมาใช้ประกอบอาการ เช่นเดียวกันกับกลุ่มอาชีพเกลือทะเลกังหันทอง ของจังหวัดเพชรบุรี เนื่องจากมีผลผลิตเกลือที่เกินความต้องการของตลาด จึงมีผู้ที่เชี่ยวชาญมาพัฒนาจากเกลือที่มีราคาไม่แพง ทำให้เกิดมูลค่าขึ้นมามีผลิตภัณฑ์สำหรับสปาเกิดขึ้น เป็นการพัฒนานวัตกรรมใหม่สู่ท้องชุมชน ทำให้มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นมากกว่าการใช้สมุนไพรเพียงอย่างเดียว คือ มีการใช้ดอกเกลือเป็นส่วนผสมหลักของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ของสปากลุ่มเกลือทะเลกังหันทองจังหวัดเพชรบุรี ที่มีอยู่เดิมนั้นมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 เพียงอย่างเดียว ยังไม่มีการบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 ซึ่งเป็นผลทำให้ยังไม่มีภาพลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นให้เกิดความน่าจดจำในตัวผลิตภัณฑ์และยังไม่ส่งเสริมทางด้านของการขาย จึงไม่มีความโดดเด่นเพียงพอที่จะดึงดูดสายตาของผู้บริโภคได้ และบรรจุภัณฑ์ของสปากลุ่มเกลือทะเลกังหันทองจังหวัดเพชรบุรียังไม่มีความหลากหลาย ทั้งที่มีผลิตภัณฑ์อยู่หลายชนิดจึงไม่สามารถสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ได้ เพื่อให้เกิดความแตกต่างจากที่เป็นอยู่ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในทำบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสปา กลุ่มเกลือทะเล

กังหันทองจังหวัดเพชรบุรี ให้เกิดความเหมาะสม เพื่อประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์ ให้มีการพัฒนาที่ก้าวหน้า และมีทิศทางที่ชัดเจน เพื่อเป็นข้อมูลในการส่งเสริมการขาย และยังส่งผลให้มีรายได้แก่กลุ่มชุมชนมากยิ่งขึ้น

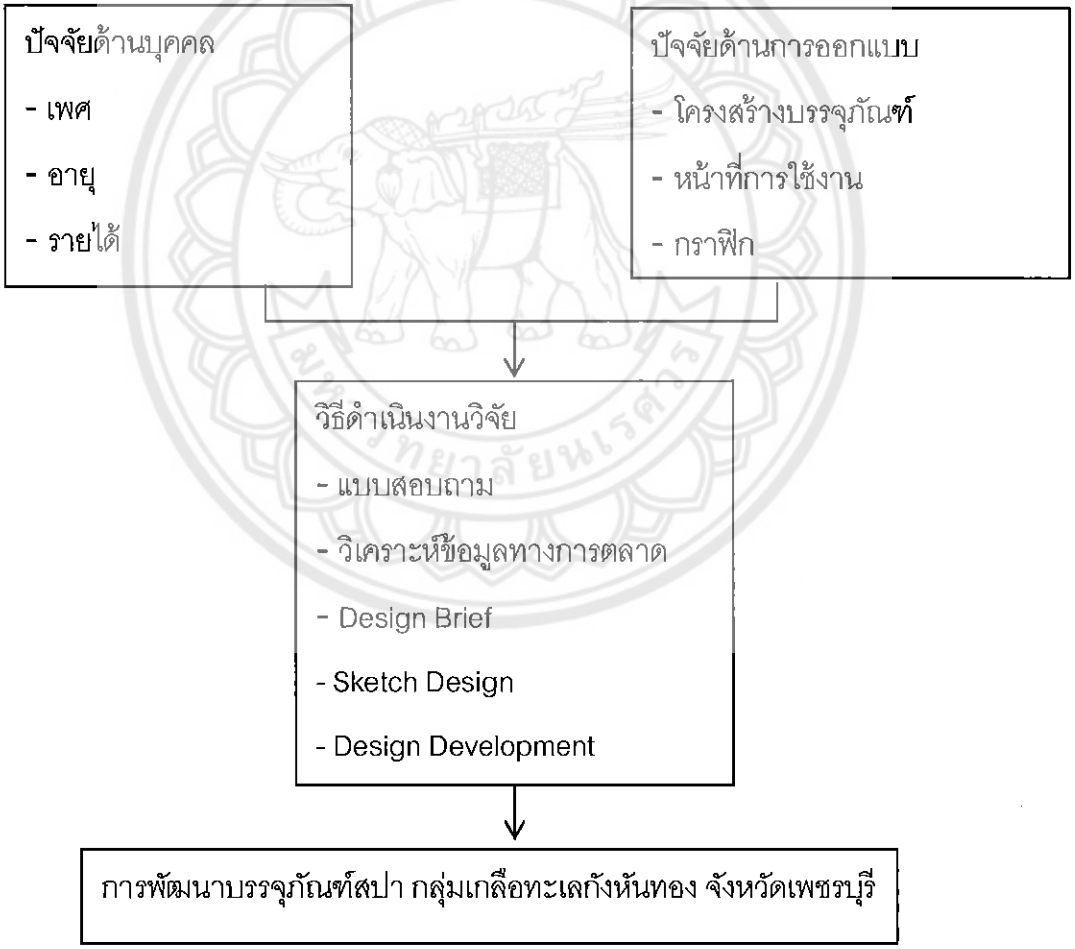
จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

2. เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์และส่งเสริมด้านการขาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพ 1 แผนผังกรอบแนวคิดงานวิจัย

ขอบเขตของงานวิจัย

1.1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ผลิตภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

1.2. ขอบเขตด้านระยะเวลา ตั้งแต่วันที่ 6 ธันวาคม พุทธศักราช 2556 ถึงวันที่ 30 พฤษภาคม พุทธศักราช 2557

1.3. ขอบเขตด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย

1.3.1 สบู่เหลวดอกเกลือ	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
1.3.2 น้ำมันบำรุงผิว	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
1.3.3 เกลือในน้ำนม	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
1.3.4 สบู่ดอกเกลือสมุนไพร	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
1.3.5 เกลือสปาเท้า	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
1.3.6 ชุด Gift set เล็ก	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
1.3.7 ชุด Gift set ใหญ่	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
รวมทั้งสิ้น	7 โครงสร้าง 7 กราฟิก

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

การพัฒนา(Development) หมายถึง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะไม่น่าสนใจไปสู่สภาพที่น่าสนใจ และเพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์ออกมามีคุณภาพที่ดี

บรรจุภัณฑ์ (Package) หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่บรรจุสินค้า เพื่อการคุ้มครองปกป้องและสร้างภาพลักษณ์ที่สวยงามให้กับสินค้า ซึ่งส่งผลให้สินค้าไม่ให้ได้รับความเสียหายและส่งเสริมการขายให้ดียิ่งขึ้น

สปา (Spa) หมายถึง การบำบัดดูแลสุขภาพที่เกิดจากความเหนื่อยล้าในการทำงานในชีวิตประจำวัน ให้ร่างกายเกิดความสบาย เกิดความสมดุล ทำให้สุขภาพจิตและสุขภาพของคนในสังคมปัจจุบันกลับคืนสู่สภาพปกติ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์สปากลุ่มเกลือทะเลกังหันทองจังหวัดเพชรบุรี

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

2. ทำให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม มาใช้กับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

3. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ บรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี ดังนี้

1. **เอกสารที่เกี่ยวข้องการผู้ประกอบการ**
   - 1.1 ข้อมูลทั่วไปของสปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี
   - 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
   - 1.3 การตลาดและช่องทางการจำหน่าย
   - 1.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสปา
   - 1.5 ความหมายของสมุนไพร
   - 1.6 ความหมายของดอกเกลือ
2. **เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบรรจุภัณฑ์**
   - 2.1 ความหมายของการพัฒนา
   - 2.2 หลักการออกแบบกราฟิก
   - 2.3 ประวัติความเป็นมาของบรรจุภัณฑ์
   - 2.4 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์
   - 2.5 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์
   - 2.6 งานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
   - 2.7 วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์
   - 2.8 การพิมพ์บรรจุภัณฑ์
   - 2.9 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องการผู้ประกอบการ

1.1 ข้อมูลทั่วไปของสปาเกลือทะเล กังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

กังหันทอง มีที่มาจาก "กังหัน" วิดน้ำเข้านาเกลือ ซึ่งเป็นจุดกำเนิดของผลิตภัณฑ์สปาเกลือกังหันทอง และ "ทอง" หมายถึง รวมกันคือ ผลิตภัณฑ์สปาเกลืออันทรงคุณค่า กลุ่มอาชีพเกลือทะเลกังหันทอง ตั้งอยู่ที่ตำบลบางแก้ว อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี บริษัทฯเริ่มดำเนินธุรกิจการผลิตและแปรรูปเกลือทะเล ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจเดิมที่มีพื้นฐานอยู่ก่อนแล้ว กิจการเจริญก้าวหน้ามาด้วยดี และได้เล็งเห็นว่าผลิตภัณฑ์เกลือมีอยู่หลากหลายชนิดใช้ประโยชน์ได้มากมาย และสามารถนำไปใช้ในอุตสาหกรรมได้แทบทุกประเภท จึงเริ่มขยายกิจการจากเกลือทะเล บริษัทฯได้เริ่มโครงการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่นวัตกรรมใหม่ โดยการนำเกลือทะเลธรรมชาติผสมสมุนไพรต่างๆ อาทิเช่น ไพล ขมิ้นอ้อย ขมิ้นชัน ทนาคา ว่านนางคำ และสมุนไพรอีกหลากหลายชนิด โดยบริษัทฯเป็นผู้คิดค้นสูตรเกลือผสมสมุนไพรต่างๆขึ้นมา ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ทำความสะอาดร่างกาย และใช้ดูแลผิวพรรณ ทำให้การนำทรัพยากรธรรมชาติมาดัดแปลงให้เป็นผลประโยชน์ร่วมกันสู่การสร้างงานและการสร้างรายได้ ทำให้เกิดวิถีชีวิต และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยบริษัทจะเป็นตัวกลางในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด

ผลิตภัณฑ์สปาในประเทศมีหลากหลายรูปแบบ และส่วนมากส่วนผสมจะเป็นสมุนไพรหรือดอกไม้ที่สรรพคุณทางยา และมีหนึ่งในธุรกิจของคนไทย ที่หันมาปลุกกระแสคนรักสุขภาพด้วยผลิตภัณฑ์สปาสมุนไพรที่ใช้ดอกเกลือของดีจากจังหวัดเพชรบุรี หนึ่งเดียวในไทยที่นำมาต่อยอด สร้างมูลค่าให้กับสินค้าในท้องถิ่น ไอ-สปา แบรนด์ คุณสมพงษ์ หนูศาสตร์ ผู้นำกลุ่มธุรกิจ "เกลือทะเลกังหันทอง" เริ่มต้นของธุรกิจนั้น มีด้วยกัน 2 กลุ่มหลักๆ คือ สินค้าภายใต้แบรนด์ ไอ-สปา และกังหัน หลังจากสินค้าเริ่มเป็นที่รู้จัก หลังจากเข้ามาเรื่องการตลาดทำให้เริ่มเป็นที่รู้จักกันในวงกว้าง ที่ได้นำดอกเกลือมาใช้เนื่องจาก มีการทำนาเกลือเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว แต่ด้วยราคาเกลือถือว่าต่ำมาก ที่สำคัญเกลือจากเมืองเพชรถือเป็นเกลือที่สะอาด ให้คุณสมบัติของรสชาติที่แตกต่างจากเกลือสมุทรทั่วไป ที่สำคัญส่วนที่นำมาใช้คือดอกเกลือ หรือคริสตัลของเกลือทะเลที่มีแร่ธาตุตามธรรมชาติ จุดเด่นคือหากผสมเป็นเนื้อเดียวในรูปของครีม เจล หรือน้ำมันต่างๆ แล้วเมื่อนวดหรือขัด ผลึกของดอกเกลือจะไม่มีการบาดผิวหนัง และจุดเด่นและที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ของ ไอ-สปา แตกต่างจากแบรนด์สปาทั่วไป คือ การนำดอกเกลือที่มีเพียงหนึ่งเดียวในไทย ซึ่งเราใช้เกลือทะเลบริสุทธิ์ เข้ามาเป็นส่วนผสมหลัก ที่สำคัญดอกเกลือยังอุดมไปด้วยแร่ธาตุจากธรรมชาติ ช่วยบำรุงผิวให้ชุ่มชื่นเหมาะกับทุกสภาพผิว ในขณะที่เกลือสปาหรือ

ผลิตภัณฑ์สปาทั่วไป จะใช้เกลือสินเธาว์ ซึ่งมีจุดแตกต่างที่เมื่อนำไปขัดผิวเกลือสินเธาว์จะไม่ละลาย คงตัวเป็นเม็ดหยาบ หากขัดหรือถูกแรงๆ อาจทำให้ผิวเกิดรอยถลอก และยังไม่มีแร่ธาตุผสมเหมือนเกลือทะเลอีกด้วย

1.2 **ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์**

ภาพ 2 สบู่เหลวดอกเกลือ

ที่มา: http://goo.gl/roQRwQ

ภาพ 3 น้ำมันบำรุงผิว

ที่มา: http://goo.gl/0mE1r

ภาพ 4 เกลือในน้ำนม

ที่มา: http://goo.gl/51fHOR

ภาพ 5 เกลือสปาเท้า

ที่มา: http://goo.gl/u4cWBX

ภาพ 6 ชุด Gift set

ที่มา: http://goo.gl/rvYMG9

1.3 การตลาดและช่องทางการจำหน่าย

สินค้าของสปากังหันทองมีเอกลักษณ์ในเรื่องของวัตถุดิบที่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์สปาตามท้องตลาด ส่วนใหญ่จะจัดจำหน่ายที่ร้านสปากังหันทอง ที่มีการบริการนวดสปา และการจัดจำหน่ายพร้อมกัน มีการทำสื่อทางอินเตอร์เนตสำหรับข้อมูลแนะนำและในการขายผลิตภัณฑ์

1.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสปา

สปา(SPA) เป็นเมืองเล็กๆในเบลเยี่ยม ประเทศเล็กในทวีปยุโรปเหนือ เป็นแหล่งพักผ่อนตามธรรมชาติ มีบ่อน้ำร้อน บ่อนกาสิโน มีผู้คนไปพักผ่อนมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 16 และโดดเด่นมากในศตวรรษที่ 18 เล่ากันว่าบุคคลที่ใช้บริการในสปาเป็นผู้มีชื่อเสียง ส่วนใหญ่เป็นนายทหารระดับสูง ผู้ดีมีสกุลหรือเชื้อพระวงศ์ เช่น พระเจ้าปีเตอร์มหาราบแห่งรัสเซีย พระเจ้าไกเซอร์ที่ 2 แห่งเยอรมัน เป็นต้น ทำให้คำว่าสปาที่เป็นคำเรียกรีสอร์ทสุขภาพมีความหมายไปในตัวว่าไม่ใช่ที่สำหรับคนธรรมดาทั่วไป แต่เป็นที่ของคนมีระดับหรือคนในสังคมชั้นสูงเป็นเพราะมีค่าใช้จ่ายมากหรือมีเงื่อนไขการใช้ที่พิเศษออกไป ประเทศกรีซมีความเจริญรุ่งเรืองมาแต่สมัยยุโรปโบราณเมื่อถูกรุกรานโดยโรมัน ทั้งวัตถุ วัฒนธรรม ความรู้ทางการแพทย์ถูกนำไปเผยแพร่ในโรม หลักฐานหลายอย่างที่พบพิสูจน์ไม่ได้ว่าใครเป็นต้นตำรับ เมื่อครั้งมีโรคระบาดในกรุงโรมต้องส่งคนไปขอความช่วยเหลือจากเมืองอีพีดาวรูส (Epidaurus)ของกรีซ เมืองอีพีดาวรูส(Epidaurus)นี้มี

ชื่อเสียงมากในการรักษาโรค จึงเป็นที่นิยมคนป่วยในสมัยยุโรปโบราณทั่วกรีซเดินทางมาแสวงบุญและรักษาโรคที่เมืองนี้ จนได้สมญาว่า "เมืองหมอ" มีบันทึกว่ามีวิธีการรักษาโรคหลากหลาย ใช้ยาสมุนไพร ใช้น้ำมันมะกอก ใช้การจำกัดอาหาร การงดเว้นของแสลง เลยจนไปถึงการลงมือผ่าตัดซึ่งเป็นวิธีการแพทย์ที่เลื่องลือไกล นอกจากนั้นยังมีการใช้ลิ้นงูเลีย ที่เดากันว่าเป็นที่มาของเครื่องหมายงูพันคบเพลิงที่แพทย์ใช้สัญลักษณ์อยู่ในปัจจุบัน มีหลักฐานชัดเจนว่าเมืองอีพิดาวรูส (Epidaurus) เป็นที่ชุมนุมของหมอเก่งลือนามมาแต่โบราณกาล มีหลักฐานที่เป็นเครื่องมือแพทย์นานาชนิด มีบันทึกเล่าถึงการรักษาสุขภาพโดยการนวด การใช้น้ำซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นวิธีการของแพทย์ทางเลือกที่พบเห็นได้ในธุรกิจสปาทั้งสิน หมู่เกาะเอเจียนซึ่งเป็นแหล่งน้ำพุร้อนในประเทศกรีซทำเป็นคลินิกรักษาโรค ปัจจุบันก็ยังคงมีอยู่มีตำราแห่งวารีบำบัดที่เขียนโดย ฮิปโปเครติส บิดาแห่งการแพทย์โลกมีร่องรอยของสปาประเภทบ่อน้ำร้อนและบันทึกที่แสดงว่ามีการใช้น้ำใช้ความร้อน ใช้อุณหภูมิในการบำบัดโรคและรักษาสุขภาพมากมาย ครั้งที่โรมันเรืองอำนาจศาสตร์เหล่านี้คงแพร่หลายในยุโรปจึงปรากฏร่องรอยหลักฐานของสปาในเมืองต่างๆหลายเมืองในทวีปยุโรปด้วย เช่น บ่อน้ำร้อนที่เมืองบาธ (Bath)ของประเทศอังกฤษ ศูนย์รักษาผิวหนังด้วยน้ำแร่ที่มีชื่อเสียงที่สุดในยุโรปที่เมืองวิชี่(Vichi) ซึ่งเป็นเมืองที่อุดมด้วยบ่อน้ำร้อนในภาคกลางของและประเทศฝรั่งเศส เมืองบาเดนในสวิตเซอร์แลนด์ เมืองทิเบอร์เรียสในอสราเอล เป็นต้น

Spa มีรากศัพท์มาจากภาษาลาตินว่า "Sanus Per Acqua" หมายถึง การมีสุขภาพดีด้วยน้ำ (Health thought water) จัดเป็นการดูแลรักษาสุขภาพโดยใช้น้ำบำบัด เช่น อาบน้ำในบ่อน้ำพุร้อน แช่ตัวในน้ำแร่ แช่น้ำนม อบตัว อบผิวด้วยไอน้ำ บำรุงผิวด้วยผลิตภัณฑ์นานาชนิด มีสปาที่ชื่อเสียงโด่งดังในหลายประเทศทั้งยุโรป อเมริกา และที่อื่นๆ ในหลายๆวัฒนธรรมต่างมีการรักษาสุขภาพด้วยน้ำที่แตกต่างกัน เช่น รากเหง้าของสปาในสมัยยุโรปโบราณที่ชาวโรมันได้พัฒนาสปาที่หมายถึงการรักษาสุขภาพด้วยน้ำให้เป็นที่สำหรับพักผ่อนและรักษาโรค รักษาความผิดปกติของร่างกาย โดยใช้น้ำ น้ำแร่ ความร้อน การนวด ในประเทศสหรัฐอเมริกาเน้นการใช้สปาเพื่อปกป้องโรคเรื้อรังที่เกิดจากการสูบบุหรี่ การดื่มเหล้า โรคอ้วน อังกฤษใช้สปาบำบัดรักษาโรคข้อ นิวซีแลนด์ในเมืองที่ภูเขาไฟใช้ผลิตภัณฑ์จากน้ำและภูเขาในธุรกิจสปามากมาย ห้องซาวนาและห้องอบไอน้ำ การขัดผิวให้นวลเนียน ชุ่มชื่นด้วยเกลือขัดผิวจากทะเลสาบซาฮาวายใช้น้ำมันที่สกัดจากคูคูอิซึ่งเต็มไปด้วยกรดไขมันจำเป็น วิตามัน เอ อี ส่วนวัฒนธรรมตะวันออก เช่น ญี่ปุ่นมีการอาบและแช่น้ำร้อนแบบญี่ปุ่นซึ่งเป็นที่รู้จักแพร่หลายและคงอยู่ในปัจจุบัน อินเดียใช้กลิ่นของเครื่องเทศบำบัดอาการต่างๆ ที่บาหลีมีบาจิกสปา ในเมืองไทยใช้

ศาสตร์การแพทย์แผนไทยและสมุนไพรไทยเพื่อการผ่อนคลายมากมาย และเป็นส่วนของสปาแบบไทยๆ เป็นต้น ในประเทศไทยนั้นการแบบน้ำแร่ แช่น้ำนม มีมานานเป็นกิจกรรมที่ใช้สำหรับนางงามก่อนขึ้นประกวดและเป็นการดูแลผิวพรรณหรือรักษาความงามของแวดวงคนดังในสังคมยามที่ต้องเข้ากิจกรรมสังคม ดังนั้นหากธุรกิจสปาจะอยู่ในร้านเสริมสวยก็ไม่แปลกแต่อย่างใด แต่สุดท้ายแล้วความที่แท้จริงควรต้องเกิดจากใจที่งดงาม หรืออย่างน้อยต้องมีสุขภาพจิตที่ดีสังเกตได้จากทั้งสีหน้า แววตา ผิวพรรณ เหมือนกับความน่ารักของเด็กๆที่ไม่มีอะไรมารกรุงรังในสมองมากนักจึงมีความสดใสตามธรรมชาติ ในขณะที่ผู้สูงวัยต้องการเสริมแต่งมากขึ้น ไม่เพียงเสริมแต่งให้ดูสวยหลายครั้งก็เพื่อปิดบังร่องรอยที่ไม่อยากให้ปรากฏ บางคนสามารถทำเองได้ที่บ้าน ธุรกิจสปาเกิดในร้านเสริมสวยได้ง่ายในช่วงที่ธุรกิจสปากำลังบูมในเมืองไทย มีสปาหลายแบบที่เกิดขึ้นมีการพัฒนารูปแบบของสปาออกไปมาก

คำว่า "สปา" หมายถึง บ่อน้ำแร่ที่ใช้ตัวเพื่อบำบัดโรคหรืออาการปวดต่างๆ เป็นกิจกรรมยอดนิยมในยุโรป ตั้งแต่ศตวรรษที่ 18-19 โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ป่วยที่สุขภาพอ่อนแอและผู้สูงอายุ แต่ต่อมาได้มีการพัฒนาสปาและอุปกรณ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องให้หลายหลายขึ้น สปาจึงไม่ได้จำกัดเพียงแค่บ่อน้ำแร่ แต่ยังมีการพัฒนาบำบัดด้วยน้ำในรูปแบบของห้องอบไอน้ำ รวมถึงการบำบัดแบบอื่นๆ เช่น การบำบัดด้วยมือโดยการนวดเพื่อสร้างความผ่อนคลายให้แก่กล้ามเนื้อ อาจจะด้วยการนวดแผนโบราณ นวดฝ่าเท้า และนวดน้ำมันหอมระเหย หรือที่อาจได้ยินในชื่อ อโรมาเธอราพี (Aromatherapy) การบำบัดอีกวิธีหนึ่งซึ่งกำลังนิยมคือ

พฤกษาบำบัด เป็นการนำกลิ่นหอมของธรรมชาติที่สกัดเป็นน้ำมันหอมระเหยมาใช้รักษาสุขภาพโดยผ่านทางอารมณ์และความรู้สึก เนื่องจากมีการพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์แล้วว่ากลิ่นหอมมีผลต่อสมองของเรา เพราะจะเข้าไปกระตุ้นให้มีการหลั่งสารซึ่งมีคุณสมบัติในการบำบัดความเครียด สภาพจิตใจอันเหนื่อยล้า รวมถึงการปรับสภาพสมดุลในร่างกาย ปัจจุบันยังมีการเรียกลักษณะของสปาตามจุดเด่นของแต่ละสถานที่และวิธีการใช้ เช่น Herbal Spa คือ สปาที่ใช้สมุนไพรบำบัด Beauty Spa เป็นสปาที่เน้นความสวยงาม หรือ Home Spa คือ การทำบ้านที่พักอาศัยให้เป็นสปา ซึ่งจุดประสงค์หลักของสปาในรูปแบบต่างๆ คือ ความผ่อนคลาย เอื้อต่อการมีสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรง เติมความเปล่งปลั่งด้วยการบำรุงผิวพรรณด้วยกันทั้งสิ้น ในปัจจุบันมีกลุ่มที่สนใจดูแลสุขภาพและชื่นชอบบริการของสปาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เห็นได้จากสถานบริการสปาในรูปแบบต่างๆ และยังมีการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสปาเพิ่มขึ้นอีกด้วย

สปาวารีบำบัด สปาในยุโรปมีสำนักรักษาด้วยน้ำหลายแห่งการบำบัดด้วยน้ำมีวิวัฒนาการมาเป็นร้อยปี และกลายมาเป็นสปาซึ่งเป็นแหล่งรักษาโรคตามแนวธรรมชาติบำบัดที่กำลังแพร่หลายไปทั่วโลก การใช้น้ำเพื่อเสริมสร้างสุขภาพและบำบัดโรคนั้นเป็นศิลป์และศาสตร์สำคัญอีกแขนงหนึ่งของธรรมชาติที่ตกทอดมาตั้งแต่ยุคกรีกและโรมัน ต่อมาได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบโดยชาวเยอรมัน ตำราเกี่ยวกับการรักษาด้วยน้ำเล่มแรกนั้นมีในปี ค.ศ.1886 ที่รัฐบาลบาวาเรีย ซึ่งสปาวารีบำบัดก็คือ การใช้น้ำเพื่อบำบัดร่างกายและพักผ่อนคลายทางจิตใจ และสปายังถือเป็นการพักผ่อนตามธรรมชาติโดยมีน้ำเป็นปัจจัยสำคัญ วารีบำบัดช่วยสร้างความสมดุลของร่างกายโดยอาศัยความร้อนและความเย็นของน้ำที่มากระทบผิวกายเพราะผิวหนังของคนเรามีไฮโปทาลามัสคอยควบคุมอุณหภูมิของร่างกายในระดับปกติตลอดเวลา วารีบำบัดสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ง่ายๆ คือ ถ้าจะอาบน้ำเพื่อเพิ่มความสดชื่นให้อาบน้ำเย็นแทนที่จะอาบน้ำอุ่นหรือร้อน เพราะการอาบน้ำร้อนหรือแช่น้ำร้อนนานๆจะทำให้เลือดดัง ประสาทอ่อนล้า แต่ถ้าอาบน้ำเย็นจะรู้สึกอบอุ่น สดชื่น และสบายตัว กลไกการทำงานของวารีบำบัดจะขึ้นกับรูปแบบที่ใช้ เช่น การอบไอน้ำจะช่วยบรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อและข้อแข็ง นอกจากนี้วารีบำบัดยัง หมายถึง การออกกำลังกายในน้ำเหมาะสำหรับผู้ที่มีน้ำหนักตัวมากปวดข้อ ทั้งนี้วารีบำบัดมีคุณประโยชน์ผ่อนคลายเพื่อเสริมสร้างสุขภาพแข็งแรง กระฉับกระเฉงให้แก่ร่างกายของคน

สปาทางเสียง เสียงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะการที่ได้รับ ได้ยินเสียงที่ก่อให้เกิดมลภาวะทางหูนานเกินไปนั้น อาจก่อให้หูเกิดการอักเสบได้ สปาทางเสียง จึงเป็นการผ่อนคลายทางการได้ยิน นั่นก็คือ การทำให้หูใสสะอาดปราศจากภาวะปวดร้อน เมื่อมีเสียงที่ไม่พึงประสงค์ผ่านเข้ามาสู่ความรับรู้ของเรา เราสามารถปิดตาปิดจมูกได้ แต่ไม่อาจสามารถปิดหูไม่ให้รับฟังเสียงไม่พึงปรารถนาได้ดังนั้นการสร้างบรรยากาศด้วยเสียงเพื่อผ่อนคลายประสาททางหูและจิตใจจึงเป็นเรื่องสำคัญไม่ควรที่จะมองข้ามไป เพราะเป็นการเปิดโอกาสให้หูได้รับฟังสรรพเสียงที่โปรดปราน ช่วยบำบัดและผ่อนคลายความรู้สึกกายและใจได้อีกทางหนึ่ง การบำบัดทางเสียงมีอยู่ 2 ทาง คือ

1.เสียงจากธรรมชาติ เป็นเสียงที่เกิดขึ้นเองไม่ได้มาจากการกระทำของมนุษย์เสียงเหล่านี้ เช่น เสียงลมพัด นกร้อง ฝนตก เป็นต้น เสียงประเภทนี้มีผลในการผ่อนคลายจิตใจอย่างมาก เพราะช่วยสร้างความสงบอย่างลึกล้ำ อีกทั้งช่วยให้เพลิดเพลินจิตใจได้อีกด้วย

2.เสียงที่ไม่ได้มาจากธรรมชาติ เป็นเสียงที่เกิดขึ้นโดยการกระทำของมนุษย์ ได้แก่ เสียงเพลงจากเครื่องเล่นต่างๆ เพื่อผ่อนคลายได้ตามความชื่นชอบ ไม่ว่าจะเป็นเพลงร้องหรือเพลงบรรเลงต่างๆ การฟังเพลงโดยเฉพาะเพลงที่ฟังสบายๆเปิดคลอเบาๆในช่วงเวลาที่แม้จะเร่งรีบอย่างที่สุด ก็สามารถช่วยให้คลายความเครียดได้มาก ทำให้ความวิตกกังวลที่มีอยู่แทบมลายหายไปจนสิ้นการเปิดเพลงฟังเพื่อการผ่อนคลายนี้อาจเริ่มในช่วงก่อนไปทำงาน เพิ่มพลังความสดใสให้กับตนเอง การฟังเพลงมีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกอยู่มากทีเดียว นอกจากนี้ยังสามารถปรุงแต่งเสียงรอบด้านได้ด้วยตนเอง ด้วยการเลือกสรรเสียงกรุ๋งกริ๋งจากโมบายซึ่งทำจากวัสดุธรรมชาติ มาแขวนไว้ในบริเวณลมพัดผ่าน หรืออาจจะลงทุนด้วยการสร้างน้ำตกจำลองเล็กๆมาไว้ในห้องที่จะทำสปา เสียงของน้ำตก และการมองเห็นสายน้ำไหลเย็นพร้อมๆกัน จะช่วยให้อารมณ์และความรู้สึกสงบ ทั้งยังช่วยสร้างความแจ่มใสสดชื่นได้อีกทางหนึ่ง การผ่อนคลายทางเสียงเป็นวิธีง่ายๆในการทำสปา โดยที่ไม่ต้องออกไปไหนไกล คราวนี้ก็จะได้ผ่อนคลายอย่างแท้จริง ครบทั้งโสตประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส

กลิ่นหอมบำบัด อโรมาเธอราพี หมายถึง การบำบัดความเคร่งเครียด ความเหนื่อยล้าทั้งร่างกาย จิตใจและอารมณ์โดยใช้น้ำมันหอมระเหย เทียนหอม ธูปหอม เกลือหอม ในการผ่อนคลายแต่ที่นิยมมากที่สุด คือ น้ำมันหอมระเหย เพราะสามารถปรับสุขภาพกายและอารมณ์ให้กลับสู่ความสมดุล เกิดความผ่องใส สดชื่น สลายความอ่อนล้าไปได้อย่างน่ามหัศจรรย์ น้ำมันหอมระเหย คือ หัวเชื่อน้ำมันซึ่งสกัดมาจากต้นพืช ดอกไม้ ต้นไม้ต่างๆ เพราะน้ำมันหอมระเหยที่สกัดแล้วมีคุณสมบัติในการรักษาทั้งร่างกายและจิตใจ ช่วยปรับและป้องกันอาการเจ็บป่วย มีกลิ่นแตกต่างกันไปแต่ที่เหมือนกันคือ ทุกชนิดมีสรรพคุณพิเศษในการฆ่าเชื้อโรค บางชนิดสามารถป้องกันอาการเจ็บป่วยของร่างกายได้ นอกจากนี้บางชนิดมีคุณสมบัติกำจัดเสมหะ ช่วยย่อยอาหาร ลดความหดหู่ รวมทั้งผ่อนคลายจิตใจอย่างเห็นได้ชัด การใช้น้ำมันหอมระเหยมีหลายวิธี แต่วิธีที่นิยมกันมากที่สุด คือ การสูดดมและการนวดให้ซึมซาบเข้าสู่ผิวหนัง เนื่องจากน้ำมันหอมระเหยมีผลโดยตรงต่อจิตใจและอารมณ์ผ่านทางประสาทการรับกลิ่นปกติมนุษย์จะมีความสามารถในการแยกกลิ่นที่แตกต่างกันถึง 10,000 กลิ่น เมื่อสูดน้ำมันหอมระเหยเข้าไป ประสาทสัมผัสในการรับรู้จะจับกลิ่นหอมและส่งต่อไปยังจิตใจและอารมณ์ ช่วยให้ค่อยๆรู้สึกผ่อนคลายอย่างมาก ด้วยคุณสมบัติมากมายจะเห็นได้ว่าน้ำมันหอมระเหยเป็นเสมือนกุญแจดอกเล็กๆที่จะช่วยไขปัญหา ปลดปล่อย บรรเทากลไกใดๆก็ตามใจร่างกายและจิตใจซึ่งอยู่ในสภาวะไม่สมดุลได้เป็นอย่างดี เป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ที่สนใจอโรมาเธอราพีที่ไม่ยุ่งยาก

ไม่ซับซ้อน ทำด้วยตัวเองได้ง่าย เหมาะสำหรับสังคมคนเมืองที่เต็มไปด้วยความวุ่นวาย ต้องการเวลาสักนิดสำหรับพักกายพักใจ เพื่อลุกขึ้นมาต่อสู้ใหม่ได้ในวันรุ่งขึ้น ซึ่งเป็นอีกทางหนึ่งที่ช่วยให้สามารถรับมือกับสภาวะร่างกาย จิตใจ อารมณ์ อันไม่ปกติได้อย่างดี

1.4.1 องค์ประกอบที่สำคัญของสปา

สปาเน้นการผ่อนคลายที่มีผลต่อสุขภาพและจิต หลักการสำคัญจึงอยู่ที่ทำอย่างไรจึงจะให้กายดีและจิตดี มนุษย์นั้นใช้ประสาทสัมผัสเป็นเครื่องมือวัดว่าดีหรือไม่ดี ดังนั้นหากสัมผัสด้วยประสาททั้งหลายว่าดีก็นับเป็นเครื่องชี้วัดสำคัญอย่างหนึ่งองค์ประกอบของสปาจึงมุ่งเน้นไปที่การวัดด้วยสัมผัส ซึ่งหมายถึง รูป รส กลิ่น สี เสียง และสัมผัส ดังนั้นการสร้างบรรยากาศให้พร้อมโดยการผสมผสานรูป รส กลิ่น สี เสียง และสัมผัส อันจะนำไปสู่ความรื่นรมย์ ผ่อนคลาย จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่กล่าวถึงในธุรกิจสปา

รูป ธุรกิจสปามักเน้นความสดชื่นจากธรรมชาติ เช่น บ่อน้ำพุร้อน มุมสงบของทะเล ป่าเขา หรือการตกแต่งสถานบริการด้วยสีสันของธรรมชาติ เช่น การนำต้นไม้ ดอกไม้ ใบหญ้า มาเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบรรยากาศ เป็นต้น ธุรกิจสปาเกิดง่ายในรีสอร์ทที่มักมีธรรมชาติที่งดงามเป็นทุน พื้นฐานของความสงบเงียบ เขียวขจี สร้างสุนทรียะได้ง่าย ผ่อนคลายได้ง่าย หรือไม่อาจมีการจัดตบแต่งให้มีบรรยากาศเป็นส่วนตัวขึ้นทดแทน สปากลุ่มนี้มักพบได้ในโรงแรมและรีสอร์ท

รส ตามธรรมเนียมการรับแขก การให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มเป็นบริการพื้นฐาน ในกระแสนิยมธรรมชาติซึ่งเชื่อว่าการรับประทานอาหารธรรมชาติทดแทนอาหารปรุงแต่งเป็นการลดมลพิษในร่างกาย ดังนั้นอาหารและเครื่องดื่มที่มาจากธรรมชาติ เชื่อกันว่ามีคุณสมบัติในการล้างพิษและเป็นจุดขายที่ดี ศาสตร์ว่าด้วยการโภชนาการจึงเข้ามามีบทบาทในสปา การจำกัดอาหารและการแนะนำอาการสุขภาพเป็นส่วนหนึ่งของสปา โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากผู้ใช้บริการมีปัญหาด้านสุขภาพ เช่น มีโรคประจำตัวที่ต้องรักษา เป็นต้น อาหารจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ ผู้คนกำลังเริ่มใส่ใจกับอาหารมากขึ้นทุกวันเริ่มรู้พิษภัยของอาหารขยะ หลังจากที่โรคอ้วนเป็นปัญหาระดับโลก ประเทศไทยตั้งเป้าหมายที่จะเป็นครัวโลก ครัวสมัยใหม่เน้นการใช้เกษตรอินทรีย์ เพราะให้ประโยชน์แก่ร่างกาย อาหารสุขภาพเป็นอาหารจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ เน้นพืชผัก หากจะพยายามให้เป็นพืชผักอินทรีย์ก็นับเป็นจุดขายที่ดี

กลิ่นหอม กลิ่นมีความสำคัญในธุรกิจการเห็นเพียงสีสันของดอกไม้ใบหญ้า โดยปราศจากกลิ่นเป็นสิ่งที่ผิดไปจากธรรมชาติ ดูขาดเสน่ห์ ดังนั้นเมื่อมองเห็นสีสันของดอกไม้ ผู้คนจะคาดหวังในกลิ่นหอมที่เหมาะตามมาด้วย ที่สำคัญยิ่งไปกว่านั้นกลิ่นต่างๆมีบทบาทในการรักษาโรค เช่น การบำบัดด้วยกลิ่นหอมของดอกไม้ (flower essence) เพื่อสร้างความกลมกลืนระหว่างร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ ที่จะกระตุ้นให้คนแสดงความรู้สึกรักและสงบสุขช่วยบรรเทาอาหารไม่สบายต่างๆ เช่น วิตกกังวล เหนื่อยล้า มีการนำผลิตภัณฑ์กลิ่นหอมของดอกไม้มากกว่า 70 ชนิดที่เชื่อว่ามีสรรพคุณต่างๆมาใช้ในสปา แพทย์แผนปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่คัดค้านการบำบัดด้วยกลิ่น แต่แนะนำว่าควรใช้ให้ถูกต้องตามหลักของ Aromatherapy เป็นศาสตร์ที่เชื่อว่าน้ำมันหอมระเหยหลายชนิดใช้รักษาโรคได้ให้ความสำคัญกับการสกัดน้ำมันหอมระเหยที่มีความบริสุทธิ์จากต่อมเล็กๆในกลับดอกไม้ ใบไม้ ด้วยวิธีการที่เหมาะสมเพื่อให้ได้น้ำมันหอมที่บริสุทธิ์มาใช้ในการบำบัดหรือบรรเทาอาการของโรค การใช้น้ำมันหอมระเหยเพื่อบำบัดโรคนั้นมีหลากหลายวิธี เช่น หยดลงในน้ำมันหรือโลชั่นสำหรับนวด ผสมน้ำอาบ ใช้ประคบ ใช้ดม เพื่อให้กลิ่นหอมระเหยของน้ำมันหอมระเหยที่โมเลกุลของมันสามารถดูดซึมเข้าทางการหายใจ แทรกซึมผ่านผิวหนัง เนื้อเยื่อไปยังส่วนต่างๆของอวัยวะต่างๆในร่างกาย สมอง จิตใจเกิดสภาวะสมดุลและบำบัดโรคได้ สุคนธบำบัดเป็นคำไทยๆที่เรียกขานวิธีการนำกลิ่นมาใช้บำบัดอาการต่างๆเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย ต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญ หรือประสบการณ์สะสมในการเลือกใช้น้ำมันหอมระเหยให้เหมาะสมกับอาการ เหมาะสมกับบุคคล เพราะจะมีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกที่แตกต่างกันในแต่บุคคล การใช้ต้องระมัดระวังในคนที่แพ้ง่าย และน้ำมันหอมระเหยที่นำมาใช้มีหลายชนิดทำให้ต้องอาศัยความรู้ควรชำนาญจึงจะใช้ได้อย่างปลอดภัย สิ่งที่พึงระวังคือการอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง ในเรื่องของกลิ่นหอมที่นำมาใช้บำบัดและเพิ่มบรรยากาศในสปานั้นธูปหอมและเทียนหอมไม่เพียงเพิ่มกลิ่นเท่านั้น การออกแบบให้ผลิตภัณฑ์และเครื่องรองรับที่สวยงามเป็นศิลปะที่ได้รับความนิยมอย่างคาดไม่ถึง ภาชนะที่รองรับสามารถบอกเล่าเรื่องราวต่างๆได้มากมาย

เสียง การบำบัดด้วยเสียงมีพื้นฐานมาจากการสวดภาวนาของชาวคริสต์ที่การชุมนุมเพื่ออธิษฐานให้มีสุขภาพที่ดีพบเห็นในโบสถ์หรือที่อื่นๆ วัฒนธรรมโบราณเชื่อว่าเสียงมีพลังงานบำบัดโรค เสียงจึงมีบทบาทในการประกอบพิธีทางศาสนา เสียงมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์ สภาพแวดล้อมในปัจจุบันรอบตัวเรามีเสียงดังขึ้นทุกที ทั้งจากรถยนต์ เครื่องบิน เครื่องจักร หลายชนิดที่ถูกนำมาใช้ในกิจกรรมหลายๆอย่างทำให้เกิดความไม่สงบ เป็นมลพิษ

ทางเสียง เสียงที่ดังขึ้นทุกขณะไม่เพียงเป็นอันตรายต่อการได้ยินเท่านั้นแต่ยังทำให้เกิดปฏิกิริยาต่อต้านตามสัญชาตญาณ เช่น หัวใจเต้นแรง หายใจเร็ว เป็นต้น ความเครียดที่เกิดจากเสียงสร้างปัญหาแก่ผู้คนไม่น้อย จึงทำให้ผู้คนต้องหลบหนีจากเสียงรบกวนมาเสาะแสวงหาความสงบในสปาเพื่อผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจหลังจากเหน็ดเหนื่อย หนวกหูมาทั้งวัน ธุรกิจสปายังนิยมเสริมด้วยเสียงเพลง เสียงน้ำไหล เพื่อเพิ่มความรู้สึกสัมผัสธรรมชาติ ความสำคัญอยู่ที่ความเหมาะสม

สัมผัส การนวด เป็นวิธีบำบัดโดยการสัมผัสเป็นวิธีการที่เก่าแก่ที่สุดที่มนุษย์เคยรู้จัก คนตะวันออกไกลรู้จักการนวดมาไม่ต่ำกว่า 3,000ปีก่อนคริสตกาล ฮิปโปเครติส บิดาแห่งการแพทย์ชาวกรีกโบราณบันทึกไว้ว่า การอาบน้ำที่มีกลิ่นหอมและการนวกน้ำมันทุกวันคือวิถีแห่งสุขภาพ ในศตวรรษที่ 19 นักยิมนาสติกชาวสวีเดน ชื่อ เพอร์ เฮนริค ลิงค์ คิดค้นหลักแห่งสุนทรียศาสตร์และวิทยาศาสตร์ เรียกว่า การนวดแบบสวีดิช (Swedish massage) เป็นการผสมผสานระหว่างการนวดเพื่อการบำบัดรักษาเข้ากับการนวดเพื่อบริหารกล้ามเนื้อและข้อ จอร์จ ดาวนิ่ง ได้ตีพิมพ์ผลงาน The Massage Book ในปี 1970 และมีอิทธิพลต่อกระแสนิยมการนวดมีแนวคิดว่าการบำบัดด้วยการนวดเป็นการใส่ใจต่อองค์ประกอบของความเป็นมนุษย์แบบองค์รวม คือ ทั้งร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ การใช้สัมผัสหรือการนวดเป็นหัวใจหลักการพักผ่อนคลายกล้ามเนื้อส่วนต่างๆ เสริมพลังกาย พลังใจไปในเวลาเดียวกัน การนวดช่วยปรับปรุงระบบไหลเวียนโลหิต กล้ามเนื้อ ระบบประสาท บรรเทาอาการปวดหลัง ปวดคอ จากการนั่งหลังขดหลังแข็งมาทั้งวัน ผ่อนคลายอาการเกร็งของกล้ามเนื้อ ดังนั้นการนวดไม่ว่านวดมือเปล่า นวดด้วยน้ำ น้ำมัน หรือครีม และนวดด้วยมือที่ฝึกหัดมาอย่างเชี่ยวชำนาญ จึงมีประโยชน์ในการบำบัดรักษา การนวดเป็นศาสตร์มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมของแต่ละชาติจึงมีความแตกต่างกัน การศึกษาวัฒนธรรมของแต่ชาติจึงมีความแตกต่างกัน การศึกษาวัฒนธรรมการนวดของแต่ละชาติเป็นสาระที่พึงศึกษาไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการฝึกปฏิบัติ นวดแผนไทยสร้างความผ่อนคลายได้มากเป็นที่นิยม หากได้รับทราบความเป็นมาเชิงวัฒนธรรมจะทำให้การนวดนั้นเพิ่มคุณค่าได้อีก แม้การนวดจะเป็นองค์ประกอบสำคัญในสปา แต่การนวดไม่เหมาะสำหรับผู้มีโรคประจำตัวบางชนิด เช่น โรคหลอดเลือดดำที่ขาอักเสบ และไม่ควรละทิ้งการรักษาโรคแบบแผนปัจจุบันเพื่อมาใช้การนวดทดแทนอย่างเดียวควรใช้ควบคู่กันไปด้วยเหตุผลที่เหมาะสม

1.4.2 ประเภทของสปา

การแบ่งประเภทสปา ตามคำนิยามของประกาศกระทรวงสาธารณสุข ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ แก้ไขเพิ่มเติม(ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2546 ได้กำหนดรูปแบบของธุรกิจประเภทของสปาไว้ 3 แบบ ดังนี้

1. กิจการสปาเพื่อสุขภาพ
2. กิจการนวดเพื่อสุขภาพ
3. กิจการนวดเพื่อเสริมสวย

กิจการสปาเพื่อสุขภาพ คือ การประกอบกิจการที่ให้การดูแลเสริมสร้างสุขภาพ โดยประกอบไปด้วยบริการหลัก และบริการเสริมประเภทต่างๆ

บริการหลัก ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ

บริการเสริม คือ กิจกรรมต่างๆ ที่ควรจัดให้มีอยู่ในเมนู เพื่อเป็นการดึงดูดให้ลูกค้าสนใจ ให้มาใช้บริการบ่อยขึ้นและ มีความหลากหลายในสปามากขึ้น ตัวอย่างของกิจกรรมต่างๆ เช่น

1. การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ
2. การทำสมาธิและโยคะ
3. การอบเพื่อสุขภาพ
4. การแพทย์ทางเลือก
5. โภชนบำบัดและการควบคุมอาหาร

นวดเพื่อสุขภาพ หรือเพื่อเสริมสวย ที่มีมาตรฐาน จะต้องตั้งในทำเลที่สะดวก ปลอดภัย และไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เช่น ตั้งใกล้อู่ซ่อมรถที่มีควันพิษทั้งวัน ที่สำคัญคือต้องไม่ตั้งใกล้ชิดกับศาสนสถาน ดังนั้น ก่อนเข้าสปาช่วยหันซ้ายหันขวาสักนิดว่าอยู่ใกล้วัดหรือสุเหร่าหรือไม่ถ้าอยู่ก็ตั้งข้อสังเกตไว้เลยว่าไม่ได้มาตรฐาน นอกนั้นหากสปานั้นอยู่อาคารเดียวกันกับกิจการอื่น ต้องมีการแบ่งกั้นให้ชัดเจน และต้องไม่อยู่ติดต่อกับสถานบริการประเภทอื่น เช่น อาบอบนวด โรงน้ำชา เป็นต้น นอกจากนั้นก็คือเรื่องความสะอาด ทั้งสถานที่ เครื่องใช้ไม้สอย และต้องมีผู้ดำเนินกิจการ ซึ่งอาจไม่ใช่เจ้าของกิจการเป็นผู้ดูแลนั้น และจำเป็นจะต้องมีใบรับรองมาตรฐานด้วย

ตามคำนิยามของ The International Spa Association (ISPA- พ.ศ. 2538) แบ่งชนิดของสปาออกเป็น 7 ประเภทดังนี้

1. Club Spa คือ สปาที่ตั้งขึ้นเพื่อให้บริการเฉพาะสมาชิก(Member) โดยเน้นการให้ความสะดวกสบายและครบครันเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพร่างกาย พร้อมกับบริการด้านอื่นๆ

2. Day Spa คือ สปาที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางสำหรับลูกค้ามาใช้บริการ เช่น ในที่พักอาศัย อาคารพาณิชย์ ห้างสรรพสินค้า หรือตามสนามบิน โปรแกรมการบริการค่อนข้างหลากหลาย ลักษณะผู้มาใช้บริการจะเป็นระยะเวลาสั้นๆ จากการสำรวจพบว่าเป็นสปาที่เปิดให้บริการมากที่สุด

3. Hotel& Resort Spa คือ สปาที่ตั้งอยู่ภายในหรือในบริเวณเดียวกันกับโรงแรมหรือรีสอร์ท ที่มีสถานที่ออกกำลังกาย อาหาร โปรแกรมบริการมักประกอบด้วย การนวดแบบต่างๆ เพื่อผ่อนคลายสำหรับผู้คนที่ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศและหลีกหนีความจำเจในชีวิตประจำวัน มักจะมีขนาดใหญ่กว่าเมื่อเทียบกับ Day Spa ทั่วไป

4. Cruise Ship Spa คือ สปาที่ตั้งอยู่ในเรือ โปรแกรมการบริการประกอบด้วย การนวดแบบต่างๆ การออกกำลังกายกิจกรรมเพื่อสุขภาพ อาหารเพื่อสุขภาพ

5. Mineral Spring Spa คือ สปาที่ตั้งอยู่ในสถานที่ที่เป็นแหล่งน้ำพุร้อน หรือน้ำแร่ธรรมชาติ โปรแกรมการบริการจะเน้นการบำบัดโดยการใช้ความร้อนของน้ำหรือแร่ธาตุต่างๆ เช่น ใช้เกลือมาเป็นส่วนหนึ่งในการบำบัดรักษา ตัวอย่างเช่น สปาที่ตั้งอยู่ตามแหล่งบ่อน้ำร้อนในประเทศญี่ปุ่นและรัสเซีย ประเทศไทยมีโอกาสที่จะพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติหลายแห่งให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีในอนาคต เช่น ที่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ระนอง สุราษฎร์ธานี เป็นต้น

6. Destination Spa คือ สปาที่ตั้งขึ้นเพื่อให้การดูแลสุขภาพเป็นหลักโดยมีที่พักอยู่ภายในนั้น มีกิจกรรมเพื่อสุขภาพครบวงจร อาหารสุขภาพ การออกกำลังกาย การให้ความรู้ในด้านต่างๆ ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มักจะมีความต้องการการพำนักอยู่เป็นระยะเวลานานเพื่อผ่อนคลายและปรับปรุงวิถีชีวิตให้ดีขึ้น ปรับความสมดุลของร่างกายและจิตใจ ลดน้ำหนักออกกำลังกายที่ถูกต้อง โดยทีมงานที่เชี่ยวชาญจะเป็นผู้พิจารณาจัดโปรแกรมให้เหมาะสมกับลักษณะสุขภาพแต่ละคน มักตั้งอยู่ใกล้แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ โดยส่วนใหญ่จะใช้ประโยชน์จากแหล่งธรรมชาตินั้นเข้ามาเป็นตัวช่วยในการจัดกิจกรรม เช่น ภูเขา ทะเล น้ำพุร้อน โคลน ฯลฯ

7. Medical Spa คือ สปาที่ตั้งโดย พ.ร.บ.สถานพยาบาล โดยมีแพทย์ และพยาบาลดูแลกำกับ มีวัตถุประสงค์เพื่อบำบัดรักษาสุขภาพและความสวยงาม โปรแกรมการบริการประกอบด้วยโภชนาการบำบัดและอาหารสุขภาพ การออกกำลังกาย กิจกรรมเพื่อสุขภาพ การนวดแบบต่างๆ การบำบัดและดูแลลูกค้าโดยใช้ความรู้ด้านสุขภาพ มีบริการทางการแพทย์ให้เลือก ทั้งแพทย์แผนปัจจุบัน และการแพทย์แผนไทย แผนจีน ฯลฯ มีโปรแกรมการนวดที่รักษาอาการเจ็บป่วย เช่น การนวดกดจุด การบำบัดด้วยสมุนไพร การปรับโครงสร้างร่างกาย การสะกดจิต การฝังเข็ม ศัลยกรรมผิวหนัง การต่อต้านริ้วรอย ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มักจะมีความต้องการการพักระยะยาวและการบำบัดที่ชี้เฉพาะ เช่น การลดน้ำหนัก การออกกำลังกายที่ถูกต้อง การเลิกบุหรี่ เป็นต้น อย่างไรก็ตามในการปฏิบัติยังเกิดความสับสนในการแยกประเภทให้ชัดเจน และบางประเภทยังมีความก้ำกึ่งกันในการให้บริการ จึงได้มีการแบ่งประเภทของสปาขึ้นใหม่ในปี พ.ศ.2551 โดยแบ่งสปาออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. สปาแบบมีที่พัก 2. สปาแบบไม่มีที่พัก

1.5 ความหมายของสมุนไพร

พืชที่มีสรรพคุณในการรักษาโรค หรืออาการเจ็บป่วยต่างๆ การใช้สมุนไพรสำหรับรักษาโรคหรืออาการเจ็บป่วยต่างๆนี้ จะต้องนำเอาสมุนไพรตั้งแต่สองชนิดขึ้นไปมาผสมรวมกันซึ่งจะเรียกว่า "ยา" ในตำรับยา นอกจากพืชสมุนไพรแล้วยังอาจประกอบด้วยสัตว์และแร่ธาตุอีกด้วย เราเรียกพืช สัตว์ หรือแร่ธาตุที่เป็นส่วนประกอบของยานี้ว่า "เภสัชวัตถุ" พืชสมุนไพรบางชนิด เช่น เร่ว กระวาน กานพลู และจันทน์เทศ เป็นต้น เป็นพืชที่มีกลิ่นหอมและมีรสเผ็ดร้อน ใช้เป็นยาสำหรับขับลม แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ พืชเหล่านี้ถ้านำมาปรุงอาหารจะเรียกว่า "เครื่องเทศ" ในพระราชบัญญัติยาฉบับที่ 3 ปีพุทธศักราช 2522 ได้แบ่งยาที่ได้จากเภสัชวัตถุนี้ไว้ 2 ประเภท ดังนี้

1. ยาแผนโบราณ หมายถึง ยาที่ใช้ในการประกอบโรคศิลปะแผนโบราณหรือในการบำบัดโรคของสัตว์ ซึ่งมีปรากฏอยู่ในตำรายาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศ หรือยาที่รัฐมนตรีประกาศให้เป็นยาแผนโบราณ หรือได้รับอนุญาตให้ขึ้นทะเบียนตำรับยาเป็นยาแผนโบราณ

2. ยาสมุนไพร หมายถึง ยาที่ได้จากพืชสัตว์แร่ธาตุที่ยังมิได้ผสมปรุงหรือแปรสภาพสมุนไพร นอกจากจะใช้เป็นยาแล้ว ยังใช้ประโยชน์เป็นอาหาร ใช้เตรียมเป็นเครื่องดื่ม ใช้เป็นอาหารเสริม เป็นส่วนประกอบในเครื่องสำอาง ใช้แต่งกลิ่น แต่งสีอาหารและยา ตลอดจนใช้เป็นยาฆ่าแมลง

อีกด้วย ในทางตรงกันข้ามมีสมุนไพรจำนวนไม่น้อยที่มีพิษ ถ้าใช้ไม่ถูกวิธีหรือใช้เกินขนาดจะมีพิษถึงตายได้ ดังนั้นการใช้สมุนไพรจึงควรใช้ด้วยความระมัดระวังและใช้อย่างถูกต้อง

1.5.1 ประวัติความเป็นมาของสมุนไพร

สมุนไพร คือ ของขวัญที่ธรรมชาติมอบให้กับมวลมนุษยชาติ มนุษย์เรารู้จักใช้สมุนไพรในด้านการบำบัดรักษาโรค รูปแบบในการเตรียมยาในสมัยอดีต ได้แก่ การต้ม การชง ทำเป็นผง กลั่นเป็นเม็ด ทำเป็นยาพอก เป็นขี้ผึ้งนอกจากนี้ยังพบว่าชาติต่างๆ ในแถบยุโรปและแอฟริกามีหลักฐานการใช้สมุนไพร ตามลำดับก่อนหลังของการเริ่มใช้สมุนไพร คือ หลังจากสมุนไพรได้เจริญรุ่งเรืองในอียิปต์แล้ว ก็ได้มีการสืบทอดกันมา เช่น กรีก โรมัน อาหรับ อิรัก เยอรมัน โปรตุเกส สวีเดน และโปแลนด์ส่วนในแถบเอเชีย ตามบันทึกประวัติศาสตร์พบว่ามีการใช้สมุนไพรที่อินเดียก่อน แล้วสืบทอดมาที่จีน มะละกา และประเทศไทยมีภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการเจริญงอกงามของพืชนานาชนิด โดยเฉพาะพืชสมุนไพรมีอยู่ มากมายเป็นแสนๆชนิด ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและจากการเพาะปลูก บางชนิดก็ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตยาแผนปัจจุบันสมุนไพรหลายชนิดถูกนำมาใช้ในรูปของยากลางบ้าน ยาแผนโบราณ รากฐานของวิชาสมุนไพรไทยได้รับอิทธิพลจากประเทศอินเดียเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งปรากฏหลักฐานชัดเจนว่าได้อาศัยคัมภีร์อายุรเวทของอินเดียเป็นบรรทัดฐาน คือ การวินิจฉัยโรค ชื่อสมุนไพรที่ใช้รักษาโรคมีเค้าชื่อของภาษาบาลีสันสกฤต

ทั้งนี้เนื่องจากป่าไม้ถูกทำลาย ทำให้ต้องมีการรณรงค์ให้มีการปลูกเป็นสวนสมุนไพร ซึ่งตรงกับรัชสมัยของพ่อขุนรามคำแหงมหาราช ซึ่งนับเป็นยุคทองของสมุนไพรไทย สวนป่าสมุนไพรของพระองค์ใหญ่โตมากอยู่บนยอดเขาคีรีมาศ อ.คีรีมาส จ.สุโขทัย ซึ่งปัจจุบันยังคงได้รับการอนุรักษ์ไว้เป็นป่าสงวนเพื่อเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าของผู้ที่สนใจ ต่อมาในรัชกาลของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชทรงเห็นว่าสมุนไพรเป็นทั้งยาและอาหารประจำครอบครัว ชาติจะเจริญมั่นคงได้ก็ด้วยครอบครัวเล็กๆที่มีความมั่นคงแข็งแรง มีสุขภาพพลานามัยสมบูรณ์ทั้งทางกายและจิตใจ โดยทรงมีพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้มีการรวบรวมศึกษาค้นคว้าในเรื่องเกี่ยวกับสมุนไพรทุกด้าน เช่น ด้านวิชาการทางชีววิทยา ทางการแพทย์ การบำบัด การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะพืชที่เป็นประโยชน์ก่อให้เกิดโครงการพระราชดำริสวนป่าสมุนไพรขึ้นมากมายหลาย อีกทั้งยังมีการศึกษาวิจัยอย่างกว้างขวางโดยสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อหาสาระสำคัญของสมุนไพรที่มีพิษทางเภสัชมาสกัดเป็นยาแทนยาสังเคราะห์ที่ใช้กันในปัจจุบันคนไทยไม่เพียงแต่ใช้พืชสมุนไพรเป็นยารักษาโรคเท่านั้นแต่ได้นำมาดัดแปลงเพื่อ

บริโภคในรูปของอาหารและและผลิตภัณฑ์ในการบำบัดร่างกายให้เกิดความสบาย ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยนั้นมีรากฐานมานานนับร้อยนับพันปี อารยธรรมต่างๆ ที่ถือเป็นเอกลักษณ์ในการแสดงถึงชาติ แสดงถึงเผ่าพันธุ์ และความเป็นผู้ที่เจริญแล้วสิ่งหนึ่งที่แสดงออกมาได้เป็นอย่างดี คือ ศิลปะที่ผสมผสานและผูกพันอยู่ในการใช้ชีวิตประจำวันของคนไทยนั่นเอง ศิลปะดังกล่าวนี้รวมไปถึงเรื่องการกินอยู่ด้วย อาทิเช่น การจัดตั้งสำรับ และการประกอบจัดอาหาร

คำว่า สมุนไพร ตาม พระราชบัญญัติยา หมายถึง "ยาที่ได้จากพืช สัตว์ หรือแร่ ซึ่งยังไม่ได้ผสม ปรุง หรือเปลี่ยนสภาพ" เช่น พืชก็ยังเป็นส่วนของ ราก ลำต้น ใบ ดอก ผล ฯลฯ ซึ่งยังไม่ได้ผ่านขั้นตอนการแปรรูปใดๆ แต่ในทางการค้าสมุนไพรมักจะถูกดัดแปลงในรูปต่างๆ เช่น ถูกหั่นให้เป็นชิ้นเล็กลง บดเป็นผงละเอียด หรืออัดเป็นแท่ง อย่างไรก็ตามในความรู้สึกของคนทั่วๆไป เมื่อกล่าวถึงสมุนไพร มักจะนึกถึงเฉพาะต้นไม้ที่นำมาใช้เป็นยาเท่านั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสัตว์ หรือแร่ มีการนำมาใช้น้อย และใช้ในโรคบางชนิดเท่านั้น

1.5.2 ความสำคัญของพืชสมุนไพร

1. ความสำคัญในด้านสาธารณสุข

พืชสมุนไพร เป็นผลผลิตจากธรรมชาติ ที่มนุษย์รู้จักนำมาใช้เป็นประโยชน์เพื่อการรักษาโรคภัยไข้เจ็บตั้งแต่โบราณกาลแล้ว เช่น ในเอเชียก็มีหลักฐานแสดงว่ามนุษย์รู้จักใช้พืชสมุนไพรมากว่า 6,000 ปี แต่หลังจากที่ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ มีการพัฒนาเจริญก้าวหน้ามากขึ้น มีการสังเคราะห์และผลิตยาจากสารเคมีในรูปที่ใช้ประโยชน์ได้ง่าย สะดวกสบายในการใช้มากกว่าสมุนไพร ทำให้ความนิยมใช้ยาสมุนไพรลดลงมาเป็นอันมาก เป็นเหตุให้ความรู้วิทยาการด้านสมุนไพรขาดการพัฒนา ไม่เจริญก้าวหน้าเท่าที่ควร ในปัจจุบันทั่วโลกได้ยอมรับแล้วว่าผลที่ได้จากการสกัดสมุนไพร ให้คุณประโยชน์ดีกว่ายาที่ได้จากการสังเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์ ประกอบกับในประเทศไทยเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ อันอุดมสมบูรณ์มีพืชต่างๆที่ใช้เป็นสมุนไพรได้อย่างมากมายนับหมื่นชนิด ยังขาดก็แต่เพียงการค้นคว้าวิจัยในทางที่เป็นวิทยาศาสตร์มากขึ้นเท่านั้น ความตื่นตัวที่จะพัฒนาความรู้ด้านพืชสมุนไพรจึงเริ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่ง มีการเริ่มต้นนโยบายสาธารณสุขขั้นมูลฐานอย่างเป็นทางการของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2522 โดยเพิ่มโครงการสาธารณสุขขั้นมูลฐานเข้าในแผนพัฒนาการสาธารณสุข ตามแผนพัฒนา การเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) ต่อเนื่องจนถึงแผนพัฒนาการเศรษฐกิจ และ

สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539) โดยมีกลวิธีการพัฒนาสมุนไพรและการแพทย์แผนไทยในงานสาธารณสุขมูลฐาน คือ

(1) สนับสนุนและพัฒนาวิชาการและเทคโนโลยีพื้นบ้านอันได้แก่ การแพทย์แผนไทย เภสัช กรรมแผนไทย การนวดไทย สมุนไพร และเทคโนโลยีพื้นบ้าน เพื่อใช้ประโยชน์ในการแก้ไขปัญหา สุขภาพของชุมชน

(2) สนับสนุนและส่งเสริมการดูแลรักษาสุขภาพของตนเอง โดยใช้สมุนไพร การแพทย์พื้นบ้าน การนวดไทย ในระดับบุคคล ครอบครัว และชุมชน ให้เป็นไปอย่างถูกต้องเป็นระบบสามารถปรับประสานการดูแลสุขภาพแผนปัจจุบันได้ อาจกล่าวได้ว่าสมุนไพรสำหรับสาธารณสุขมูลฐานคือสมุนไพรที่ใช้ในการส่งเสริมสุขภาพ และการรักษาโรค/อาการเจ็บป่วยเบื้องต้น เพื่อให้ประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น

2. **ความสำคัญในด้านเศรษฐกิจ**

ในปัจจุบันพืชสมุนไพรจัดเป็นพืชเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่ต่างประเทศกำลังหาทางลงทุนและคัดเลือกสมุนไพรไทยไปสกัดหาตัวยาเพื่อรักษาโรคบางโรคและมีหลายประเทศที่นำสมุนไพรไทยไปปลูกและทำการค้าขายแข่งกับประเทศไทย สมุนไพรหลายชนิดที่เราส่งออกเป็นรูปของวัตถุดิบ คือ กระวาน ขมิ้นชัน เร่ว เปล้าน้อยและมะขามเปียกเป็นต้น ซึ่งสมุนไพรเหล่านี้ตลาดต่างประเทศยังคงมีความต้องการอีกมาก และในปัจจุบันกรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ให้ความสนใจในการศึกษาเพิ่มขึ้นและมีโครงการวิจัยบรรจุไว้ในแผนพัฒนาระบบการผลิต การตลาดและการสร้างงานในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) เพื่อหาความเป็นไปได้ในการพัฒนาคุณภาพและแหล่งปลูกสมุนไพรเพื่อส่งออก โดยกำหนดชนิดของสมุนไพรที่มีศักยภาพ 13 ชนิด คือ มะขามแขก กานพลู เทียนเกล็ดหอย ดองดึง เร่ว กระวาน ชะเอมเทศ ขมิ้น จันทน์เทศ ใบพลู พริกไทย ดีปลี และน้ำผึ้ง

1.6 ความหมายของดอกเกลือ

1.6.1 ประวัติโดยทั่วไปของเกลือ

เกลือ เป็นแร่ธาตุทางโภชนาการชนิดหนึ่ง โดยหลักแล้วคือโซเดียมคลอไรด์ (เกลือแกง) ซึ่งสามารถสกัดได้จากสัตว์และพืช แต่เกลือจากพืชบางครั้งอาจเป็นพิษ เกลือบริโภคสามารถผลิตได้จากน้ำทะเลหรือดินเค็ม เป็นเครื่องปรุงอาหารที่ให้รสเค็มที่มีมาตั้งแต่โบราณสามารถใช้ถนอมอาหาร ในประวัติศาสตร์ เกลือเคยถูกใช้เป็นค่าตอบแทนในกองทัพโรมัน และ

ในหลายศาสนาก็มีการกล่าวถึงเกลือไว้ด้วย เกลือมีทั้งหมด 3 ชนิด 1.โซเดียมคลอไรด์ 2.ฟอสเฟต 3. โพแทสเซียม ซึ่งสามารถแบ่งได้ 2 ประเภทดังนี้

1.เกลือสมุทร (Sea salt) คือ เกลือที่ผลิตขึ้นโดยการนำน้ำทะเลขึ้นมาตากแดดให้น้ำระเหยไปเหลือแต่ผลึก เกลือตากอยู่ (Solar Evaporation System) เกลือประเภทนี้มีการผลิตและการใช้มาตั้งแต่สมัยโบราณและถือเป็นอาชีพเก่าแก่อาชีพหนึ่งของโลกและของคนไทย โดยได้มีการกำหนดเป็นสินค้าเกษตรกรรมขั้นต้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พ.ศ. 2509

2.เกลือสินเธาว์ หรือ เกลือหิน (Rock Salt) คือ เกลือที่ทำจากดินที่น้ำชะดินละลายแล้วแห้งปรากฏเป็นคราบเกลือติดอยู่บนผิวดิน เรียกว่า "ส่าดิน" เมื่อน้ำผิวดินหรือส่าดินมาละลายน้ำ แล้วต้มจะได้เกลือสินเธาว์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2512 ได้มีการค้นพบเกลือหินที่อยู่ใต้ดินในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้รูปแบบการผลิตเกลือสินเธาว์เปลี่ยนแปลงไปเป็นการใช้เกลือหินแทน โดยใช้วิธีฉีดน้ำลงไปละลายเกลือในบ่อเกลือ หรือใช้วิธีสูบน้ำเกลือใต้ดินขึ้นมาตากแดด หรือการต้มเพื่อให้ได้ตะกอนเกลือ หากใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยสามารถผลิตได้ตลอดปี

เกลือถือว่าเป็นหนึ่งในความจำเป็นขั้นพื้นฐานของชีวิตทุกชีวิต ทุกครัวเรือนมีการใช้เกลือในชีวิตประจำวันอย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นการปรุงแต่งอาหารหรือแม้แต่การฆ่าเชื้อโรค มีแค่คนส่วนน้อยเท่านั้นที่ตระหนักว่าเกลือ ยังเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการนำไปใช้ผลิตสินค้าต่างๆ อีกด้วย ดังเช่นตามประวัติศาสตร์ของ "เกลือ" มีความสำคัญไม่น้อยกว่าประวัติศาสตร์ไหมไทย จนมีคำกล่าวเทียบเคียงเส้นทางการค้าระหว่างกัน ซึ่งถือว่าเป็นเส้นทางธุรกิจสายแรกของ ยุโรป เนื่องจากเกลือเป็นแร่ธาตุจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เช่น โซเดียมกับคลอรีน ร่างกายต้องการเกลือเพื่อรักษาสมดุลและความดันโลหิต ในสมัยเกลือในยุโรปสามารถแลกกับ เพชรนิลจินดา ทองคำได้ ในระยะ 100 ปี ที่ผ่านมา เกลือเป็นสินค้าสำคัญของเมืองปัตตานี ดังที่ปรากฏในบันทึก (หนังสือ มัสยิดกรือเซะ มรดกอารยธรรมปัตตานี) เกลือเป็นที่รู้จักในเรื่องของการจะใช้ในการประกอบของอาหารเพื่อให้เกิดความกลมกล่อมแล้วนั้น ปัจจุบันยังมีนักวิจัย นักพัฒนา ในด้านของการส่งเสริมให้เกลือยังคงเป็นสินค้าที่จำเป็นกับชีวิตของคนไทย คือ มีการนำเกลือมาใช้ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นผลดีทำให้ส่งเสริมทั้งด้านรายได้และด้านการขายเพื่อเป็นที่รู้จักของชาวไทยและชาวต่างชาติ

สำนักหอสมุด
1.6722659

1.6.2 การผลิตเกลือ

การทำเกลือทะเลต้องใช้น้ำทะเลเป็นวัตถุดิบ ดังนั้นแหล่งผลิตจึงต้องอยู่บริเวณใกล้ชายฝั่งทะเล ถึงแม้ประเทศไทยจะมีชายฝั่งทะเลยาวถึง 2,600 กิโลเมตร แต่แหล่งที่เหมาะสมสำหรับการผลิตเกลือทะเลมีค่อนข้างจำกัดคือ ต้องมีลักษณะทางภูมิประเทศเป็นที่ราบ สภาพดินต้องเป็นดินเหนียว สามารถอุ้มน้ำได้ดีป้องกันไม่ให้น้ำเค็มซึมลงไปใต้ดิน และป้องกันไม่ให้น้ำจืดซึมขึ้นมาบนดิน มีกระแสลมและแสงแดดช่วยในการตกผลึกเกลือ

แหล่งผลิตที่สำคัญ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มที่มีการผลิตมาก ประมาณร้อยละ 90.0 ของผลผลิตทั้งประเทศอยู่ที่ 3 จังหวัดภาคกลาง คือ จังหวัดเพชรบุรี สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม

2. กลุ่มที่มีการผลิตเล็กน้อย ประมาณร้อยละ 10.0 ของผลผลิตทั้งประเทศอยู่ที่ 4 จังหวัดในภาคกลางและภาคใต้ คือ จังหวัดชลบุรี จันทบุรี ฉะเชิงเทรา และปัตตานี

ประเทศไทยมีพื้นที่ทำนาเกลือทั้งหมดประมาณ 81,485 ไร่ โดยจังหวัดเพชรบุรีมีพื้นที่มากที่สุดร้อยละ 47.0 รองลงมาได้แก่ จังหวัดสมุทรสาครร้อยละ 43.1 จังหวัดสมุทรสงครามร้อยละ 7.7 จังหวัดชลบุรีร้อยละ 1.0 จังหวัดจันทบุรีร้อยละ 0.6 จังหวัดปัตตานีร้อยละ 0.4 และจังหวัดฉะเชิงเทราร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

1.6.3 ความหมายของดอกเกลือ

ดอกเกลือ คือ ผงเล็กๆ มีสีสันขาวเป็นประกายแวววาว ลอยจับตัวกันเป็นแพอยู่เหนือน้ำผืนนาเกลือ ชาวนาเกลือจะต้องตื่นแต่เช้าตรู่เพื่อรีบช้อนดอกเกลือ ก่อนที่แสงแดดและสายลมจะทำให้ดอกเกลือจมลงด้านล่าง ดอกเกลือ ที่เก็บได้ในเวลาเช้าตรู่มีไอโอดีนสูง เป็นดอกเกลือที่สะอาด เพิ่งเกิดใหม่ๆ ไม่ได้สัมผัสกับพื้นดิน หรือตากลม ตากฝุ่นอยู่นาน มีแร่ธาตุหลายชนิดที่สำคัญต่อร่างกายสูงมาก จึงมีคุณภาพสูง อีกทั้งเพราะมีปริมาณน้อย ราคาจึงแพง ดอกเกลือกับเกลือที่รับประทานมาจากน้ำทะเลเหมือนกัน มีแร่ธาตุโซเดียม และคลอไรด์เป็นหลักเหมือนกัน แต่มีความต่างกัน

เกลือที่ใช้รับประทานเป็นเกลือที่ผ่านกรรมวิธีทำให้บริสุทธิ์โดยเติมสารฟอกสีให้ขาว มีค่าความชื้นต่ำ และเติมตัวกันแข็ง ซึ่งนอกจากป้องกันไม่ให้น้ำในเกลือจับกันภายนอกแล้วยังไปป้องกันไม่ให้น้ำในร่างกายผสมกับแร่ธาตุในเกลืออีกด้วย ดอกเกลือ มีแร่ธาตุโซเดียม และคลอไรด์ เช่นเดียวกับเกลือธรรมดา แต่มีค่าความชื้นสูงกว่าเกลือธรรมดาประมาณ 5 เท่า สามารถนำพาแร่ธาตุเข้าสู่เซลล์ของร่างกายได้รวดเร็ว มีแร่ธาตุธรรมชาติหลายชนิดที่สำคัญ

ต่อร่างกาย เช่น ไอโอดีน โปแตสเซียม แคลเซียม แมกนีเซียม ฟอสฟอรัส และแมงกานีส มีประจุบวกหรือลบของแร่ธาตุ(ion) คลอไรด์ ซัลเฟต ไบคาร์บอนเนต ฯลฯ ตลอดจนสารอาหารขนาดเล็ก (micronutrients) เกลือมีประโยชน์ในการบรรเทาความเจ็บปวดข้อต่อที่เกิดจากการทำงานหนัก หรือจากการออกกำลังกาย มีคุณสมบัติช่วยในการต่อต้านเชื้อแบคทีเรีย ปรับสภาพผิว ช่วยให้ผิวชุ่มชื้น ช่วยลดรอยช้ำใต้ดวงตา และช่วยทำให้เซลล์ผิวหนังที่ตายแล้วหลุดออก เกลือสามารถดูดซับผ่านผิวหนังได้ดี ดอกเกลือจึงมีประโยชน์ "The Optimum Blend is the most efficacious for ailments" และมีประสิทธิภาพในการทำความสะอาดผิว หากนำดอกเกลือผสมกับน้ำอุ่นแช่เท้าประมาณ 30 นาที เท้าของคุณจะผ่อนคลายหายเมื่อยได้ดีทีเดียว คนโบราณหลัง 6 โมงเย็นจะไม่อาบน้ำ จะใช้ดอกเกลือละลายน้ำ เช็ดตัว ผิวพรรณจะไม่ลาย ไม่เป็นกระหรือโรคด่าง ในความเป็นจริงแล้ว ชาวนาเกลือในประเทศไทยก็ได้ผลิตดอกเกลือมานานนับร้อยปีมาแล้ว โดยเฉพาะที่บ้านบางตะปูน ตำบลลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม หรือที่ตำบลบางแก้ว อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี พอฟ้าเริ่มสาง อาทิตย์ทอแสงสีทองอ่อนๆน้ำทะเลในผืนนาเกลือจะถูกแดดและลมพัดให้แห้งจนได้ความเค็มประมาณ 20-25 ดีกรี เกิดเกสรเกลือ หรือเกลือแรกเริ่มตกผลึก ชาวนาเกลือเรียกว่า ดอกเกลือ ซึ่งจะเป็นผงเล็กๆลอยจับตัวกันเป็นแพอยู่เหนือน้ำผืนนาเกลือ ดังนั้นชาวนาเกลือจะต้องตื่นแต่เช้าตรู่เพื่อรีบช้อนดอกเกลือ ก่อนที่แสงแดด และสายลมจะทำให้ดอกเกลือจมลงด้านล่าง

กล่าวกันว่า ดอกเกลือของจังหวัดเพชรบุรีนั้นมีคุณภาพรสชาติที่ดีกว่าที่อื่น เพราะเป็นดอกเกลือที่มีความเจือจางจากแม่น้ำเพชรบุรี ออกมาเจือจางน้ำทะเลเพียงสายเดียว จึงทำให้มีความเค็มที่พอดีจึงได้รสชาติ ที่เค็มกำลังพอดีและหวานเล็กน้อย ซึ่งส่วนใหญ่ที่จะเห็นการทำนาเกลือ คือ จังหวัดสมุทรสงคราม แต่เกลือที่นั่นคุณภาพจะแตกต่างจากจังหวัดเพชรบุรี เพราะความเจือจางจากแม่น้ำเจ้าพระยา และแม่น้ำแม่กลองออกมาเจือจางน้ำทะเลจึงทำให้คุณภาพและความเค็มลดลง ดอกเกลือที่เก็บได้ในเวลาเช้าตรู่นี้จะมีไอโอดีนสูง มีสีสันขาวเป็นประกายแวววาว รสชาติเค็มอมหวาน เป็นดอกเกลือที่สะอาด เพิ่งเกิดใหม่ๆ ไม่ได้สัมผัสกับพื้นดิน หรือตากลม ตากฝุ่นอยู่นาน มีแร่ธาตุต่างๆสูงมาก จึงมีคุณภาพสูง อีกทั้งเพราะมีปริมาณน้อย ราคาจึงแพง โดยปกติแล้วเกลือนั้นหากขายปลีกกันจะตกอยู่ที่ กิโลกรัมละ 4-5 บาท แต่หากเป็นดอกเกลือนี้จะราคาสูงถึงกิโลกรัมละ 10-15 บาทที่เดียวดอกเกลือจึงเปรียบเสมือนอัญมณีที่ล้ำค่าของชาวนาเกลือซึ่งเป็นที่หวงแหนมาก เพราะมีน้อยชาวนาเกลือจึงเก็บดอกเกลือไว้ใช้เองทั้งบริโภคและประทินผิวพรรณเปรียบเสมือนยาสามัญประจำบ้านของชาวนาเกลือเก็บไว้

ล้างแผลบ้าง เก็บไว้แจกจ่ายผู้มาเยือนบ้าง หากเทียบกับชาวต่างชาติในการผลิตเกลือแล้ว เมืองไทยมีโอกาสผลิตได้ยาวนานกว่าเพราะมีแสงแดดเกือบทั้งปี หากเรารักษาสิ่งแวดล้อมได้ดี ทะเลสะอาด น้ำทะเลที่จะใช้มาผลิตเกลือสะอาด กรรมวิธีผลิตแบบดั้งเดิมโดยภูมิปัญญาไทยของเรา

การวิจัยคุณค่าของแร่ธาตุสารอาหารดอกเกลือของเราเปรียบเทียบกับของต่างประเทศให้ได้รู้กันแจ้งๆไปเลย และการวิจัยพัฒนาเพื่อนำดอกเกลือมาผลิตเครื่องสำอางอาจจะช่วยส่งเสริมให้อาชีพการทำนาเกลือยังคงอยู่ และสร้างรายได้จากการทำนาเกลือเพิ่มขึ้น ปัญหาของคนไทย คือ เรามักไม่ค่อยเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาของเราเอง หากต้องการจะยกย่องก็ทำเป็นครั้งๆเป็นแนวโรแมนติก รำลึกโหยหาความโบราณ มากกว่าจะกล่าวยกย่องอย่างมีข้อมูลน่าเชื่อถือ ประกอบเข้ากับเรื่องราวที่มาของภูมิปัญญาของผลิตภัณฑ์นั้นๆทะเลไทยอยู่ในเขตร้อนจะมีแร่ธาตุสารอาหารมากกว่าทะเลเขตหนาวอย่างยุโรปด้วยซ้ำ

จากข้อมูลที่กล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า ดอกเกลือ เป็นสิ่งเกลือที่มีคุณค่าแตกต่างจากเกลือปกติที่รู้จักกันโดยทั่วไป โดยเมื่อนำสรรพคุณมาใช้ในเรื่องของความทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและแปลกตาแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ ส่งผลก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบรรจุภัณฑ์

2.1 ความหมายของการพัฒนา

ความเจริญก้าวหน้าโดยทั่วๆไป เช่น การพัฒนาชุมชน พัฒนาประเทศ คือ การทำสิ่งเหล่านั้นให้ดีขึ้น เจริญขึ้น สนองความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ให้ได้ดียิ่งขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า "การพัฒนา" เป็นกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพอใจไปสู่สภาพที่น่าพอใจ การพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ไม่หยุดนิ่งการพัฒนามีความสัมพันธ์โดยตรงกับความเปลี่ยนแปลง มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และเหมาะสมกว่าเดิมหรืออาจก้าวหน้าไปถึงขั้นที่อุดมสมบูรณ์เป็นที่น่าพอใจ กล่าวคือ การพัฒนา หมายถึง กระบวนการของการเปลี่ยนแปลงที่มีการวางแผนไว้แล้ว คือการทำให้ลักษณะเดิมเปลี่ยนไป โดยมุ่งหมายว่า ลักษณะใหม่ที่เข้ามาแทนที่นั้นจะดีกว่าลักษณะเก่า แต่โดยธรรมชาติแล้วการเปลี่ยนแปลง ย่อมเกิดปัญหาในตัวมันเองเพียงแต่ว่าจะมีปัญหามาก หรือปัญหาน้อย ถ้าหากตีความหมายการพัฒนาจะสามารถตีความหมายได้ 2 นัย คือ

1."การพัฒนา" ในความเข้าใจแบบสมัยใหม่ หมายถึง การทำให้เจริญในด้านวัตถุ รูปแบบและในเชิงปริมาณ เช่น ถนนหนทาง ตึกรามบ้านช่อง ดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

2."การพัฒนา" ในแง่ของพุทธศาสนา หมายถึง การพัฒนาคนทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ โดยเน้นในด้านคุณภาพชีวิตและหลักของความถูกต้องพอดีซึ่งให้ผลประโยชน์สูงสุด ความกลมกลืนโดยไม่เบียดเบียนทำลายธรรมชาติและสภาพแวดล้อม

การพัฒนา มีความหมายโดยทั่วไป คือ หมายถึง การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสภาพหนึ่งไปสู่อีกสภาพหนึ่งที่ดีกว่าเดิมอย่างเป็นระบบ หรือการทำให้ดีขึ้นกว่าสภาพเดิมที่เป็นอยู่อย่างเป็นระบบ (ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. 2526, หน้า 1) ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบทางด้านคุณภาพระหว่างสภาพการณ์ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งในช่วงเวลาที่ต่างกัน กล่าวคือ ถ้าในปัจจุบันสภาพการณ์ของสิ่งนั้นดีกว่า สมบูรณ์กว่าก็แสดงว่าเป็นการพัฒนา(ปกรณ์ ปรียากร. 2538, หน้า 5) จะเห็นได้ว่าการพัฒนาจะเกี่ยวเนื่องกับงานในด้านของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นการพัฒนาให้มีความสวยงาม และมีการเปลี่ยนแปลงให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม

2.2 หลักการออกแบบกราฟิก

การออกแบบกราฟิก หรือลวดลายบรรจุภัณฑ์ (Graphic Design) หมายถึง วิธีการกำหนดลักษณะตลอดจนรายละเอียดของลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ ในอันที่จะมีผลทางด้านจิตใจต่อผู้บริโภค เช่น ดึงดูดความสนใจ ทราบถึงสรรพคุณ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์หรือสินค้านั้นๆ เป็นการสร้างบุคลิกลักษณะพิเศษของสินค้าอันจะนำมาซึ่งความทรงจำของผู้บริโภค ทั้งหมดนี้ก็อาศัยเทคนิคในการออกแบบ ข้อความโฆษณา สัญลักษณ์ หรือ เครื่องหมายการค้าตลอดจนการให้สีสันต่างๆประกอบกัน จากวิธีดังกล่าวแล้วก่อนที่จะทำการออกแบบก็ต้องมีการพิจารณาและศึกษาสภาวะของตลาด อุปนิสัยของผู้บริโภครวมทั้งกลุ่มเป้าหมายของสินค้า เช่น เพศ อายุ ฐานะ การศึกษา ตลอดจนความคิดเห็น และความรู้สึกที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของเดิมหรือคู่แข่งขันในตลาด เพื่อจะได้วางนโยบายได้ถูกต้อง ในการที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าได้อย่างเหมาะสมต่อไป(ดนัย ตู้จินดา ,2531)

การออกแบบกราฟิกที่ดีนั้น จึงต้องควรพิจารณาการออกแบบทั้งส่วนในกับส่วนนอกให้มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน ดังนั้นจึงต้องแบ่งการทำงานออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.การออกแบบโครงสร้าง และการออกแบบลวดลายสีสัน ซึ่งทั้ง 2 อย่างนี้จะต้องมีความสัมพันธ์และเกี่ยวเนื่องกันด้วย

2.การออกแบบกราฟิก จึงเป็นการกำหนดคุณลักษณะ รายละเอียดในรูปลักษณ์ของงานสร้างสรรค์ทางด้านศิลปะ อันเชื่อมโยงจินตนาการให้ผู้พบเห็นเกิดความรู้สึกไปในทางที่ดี

ดึงดูดความสนใจเกิดมโนภาพสรรพคุณสินค้า และกระตุ้นให้เกิดความทรงจำในผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยใช้หลักการง่ายๆ ดังนี้

2.1 สีสัน (Color)

2.2 เครื่องหมาย (Logo & Symbol)

2.3 การวางรูปอักษร (Letter)

2.4 ถ้อยคำพูด (Slogan)

หลักเกณฑ์ ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์นี้ นอกจากใช้ดุลยพินิจทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์ ทฤษฎีสี และแฟคเตอร์อื่นๆมาประกอบแล้ว ยังต้องมีการใช้หลักเกณฑ์ทางวิชาการด้านอื่นๆเข้ามาประกอบด้วย การจะใช้ไอเดียของนักออกแบบกราฟิกแต่เพียงผู้เดียวยังไม่เพียงพอ การทำงานของนักออกแบบซึ่งเป็นกลุ่มรูปบริษัทจะต้องมีการกลั่นกรองประชุมพิจารณาร่วมกันเพื่อพยายามหาจุดบกพร่องจนถึงขั้นสุดท้ายลงมติเอกฉันท์แล้วยังมีการสุ่มทดลองตลาด ทำแบบจำลองที่มีลวดลาย สีสันของบรรจุภัณฑ์ เพื่อทำวิจัยผู้บริโภคเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับกับผู้บริโภคในตลาดสินค้าอีกด้วย(นเร ขอจิ ตต์เมตต์ , 2531)

2.3 ประวัติความเป็นมาของบรรจุภัณฑ์

มนุษย์เรามีการวิวัฒนาการจากยุคหนึ่งมาสู่อีกยุคหนึ่งเช่นนี้ตลอดมาจากแรกเริ่มที่มนุษย์รู้จักการนำวัสดุจากธรรมชาติที่ยังไม่ได้ผ่านการสังเคราะห์มาห่อหุ้มสิ่งของต่างๆรวมไปถึงพืชพันธุ์ธัญญาหาร จุดประสงค์เพื่อการขนย้ายและเพื่อการเก็บรักษาไว้ได้นาน อันเป็นสัญชาติญาณของมนุษย์มาตั้งแต่ยุคดึกดำบรรพ์ที่มีจิตสำนึกรู้คุณค่าของการห่อหุ้มสิ่งของเพื่อการขนย้ายโดยการใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่น หนัง หรือกระเพาะแกะ วัว แพะ ล้วนแต่นำมาใช้บรรจุภัณฑ์หรือห่อหุ้มสิ่งต่างๆแทบทั้งสิ้น(นเร ขอจิตต์เมตต์,2531)

วิวัฒนาการของบรรจุภัณฑ์ถูกพัฒนาเรื่อยมา อันเนื่องมาจากการเคลื่อนย้ายสิ่งของเครื่องใช้ที่มีการแลกเปลี่ยนในยุคแรกๆ โดยอาศัยภาชนะตามพื้นบ้านที่ใช้กันอยู่ในครัวเรือนแต่ต่อมาเมื่อมีการแลกเปลี่ยนขยายขอบเขตกว้างขึ้นจนถึงมีการซื้อขายหีบห่อใหม่ๆ จึงเริ่มเข้ามามีบทบาทและเริ่มมีการคิดค้นประดิษฐ์หีบห่อในรูปแบบต่างๆเพื่อสนองความต้องการในแต่ละกรณีของการใช้งานขึ้น เช่น ใช้ใบไม้มาทำกระทงห่อขนม นำผิวของต้นไผ่ ลำต้นหวาย หรือหญ้าปล้องบางชนิดมาจักรสานเป็นกระบุง ตะกร้า ต่อมาเริ่มรู้จักนำดินเหนียวมาปั้นเป็นหม้อ ไห ฯลฯ ดังเริ่มแรกที่ประวัติศาสตร์ไทยค้นพบคือ สุโขทัย อันถือได้ว่าเป็นยุคที่รุ่งเรืองของไทย ยุคสมัยนั้นคุ้นเคยรู้จักกับโลหะและเครื่องปั้นดินเผา จากหลักฐานที่ค้นพบยุคนี้ได้เริ่มมีการทำ

การค้าขายกับชาวต่างชาติ มีการประดิษฐ์เครื่องถ้วยชามขึ้นที่เรารู้จักกันคือ เครื่องสังคโลก ได้ส่งเป็นสินค้าออกที่สำคัญอันเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีวิธีการประดิษฐ์ที่ได้ตกทอดมาถึงสมัยปัจจุบัน ซึ่งหีบห่อเหล่านี้ล้วนมีพื้นฐานมาจากการคิดค้นจากวัสดุธรรมชาติ และได้พัฒนามาเป็นหีบห่อในยุคต่อๆมาซึ่งก็ได้มีการคิดค้นวัสดุอื่นๆอีกมากมาย และได้พัฒนามาเป็นหีบห่อเพื่อที่จะสามารถสนองประโยชน์ในการหีบห่อหรือการบรรจุภัณฑ์ได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (ดารณี พานทอง,2524)

ในปัจจุบันความเจริญทางเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าสูงขึ้น มนุษย์รู้จักการนำเอาวัตถุดิบจากธรรมชาติมาสังเคราะห์ เพื่อประโยชน์ต่อการนำมาใช้มากขึ้นนับตั้งแต่รู้จักแปรรูปไม้มาก่อสร้างอาคารบ้านเรือน แล้วยังรู้จักนำไม้มาผลิตเป็นลังบรรจุเครื่องจักรกล เพื่อใช้ในการขนส่งที่ให้ความปลอดภัยสูง ทรัพยากรธรรมชาติจากใต้พื้นพิภพได้นำขึ้นมาเปลี่ยนสภาพจากวัตถุดิบเป็นพลังงาน และยังมีบางส่วนได้ถูกนำมาดัดแปลงให้เกิดประโยชน์ในด้านอื่นๆ รวมไปถึงการบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณค่าอย่างมหาศาล

2.3.1 **ความหมายของบรรจุภัณฑ์**

มีผู้ให้ความหมายคำนิยามของคำว่า"บรรจุภัณฑ์" กล่อง กระป๋อง อับ ตลับ ห่อ คอนเทนเนอร์(Container) "งามทิพย์ ภู่วโรดม" ได้กล่าวคำจำกัดความของคำว่า การบรรจุ (Packaging) และภาชนะบรรจุ(Package)ไว้ว่า

การบรรจุ หมายถึง กระบวนการขั้นตอนต่างๆที่ใช้ในการผลิตภาชนะบรรจุและบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในภาชนะบรรจุ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลิตภัณฑ์นั้นไปถึงผู้บริโภคในสภาพที่สมบูรณ์

ภาชนะบรรจุ คือ ภาชนะหรือโครงสร้างใดๆที่ใช้เพื่อบรรจุ ห่อหุ้ม และรวบรวมผลิตภัณฑ์ให้เป็นหน่วย เพื่อนำส่งผลิตภัณฑ์ถึงผู้บริโภคในสภาพที่สมบูรณ์ นอกจากนี้ยังรวมถึงฉลากและอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการมัดหรือปิดภาชนะบรรจุด้วย

Container หมายถึง ภาชนะที่ใช้ในการบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งเป็นสำคัญและไม่รวมฉลาก หรืออุปกรณ์ใดๆที่ใช้สำหรับมัดหรือปิดภาชนะบรรจุ

Packaging หมายถึง กระบวนการบรรจุผลิตภัณฑ์ในภาชนะบรรจุเพื่อรวบรวมเป็นหน่วยเดียวกัน เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ

สำหรับ "ดารณี พานทอง" ได้ให้ความหมายของคำว่า หีบห่อ(Package) หมายถึง สิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุผลิตภัณฑ์ รวมทั้งภาชนะที่ใช้เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์ จากแหล่งผู้ผลิตไป

ยังแหล่งผู้บริโภคหรือแหล่งใช้ประโยชน์ เพื่อวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกับเมื่อแรกผลิตให้มากที่สุด นอกจากนี้ยังอาจกล่าวได้ว่าหีบห่อหรือภาชนะบรรจุต่างๆเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในกระบวนการผลิตและหีบห่อ อาจสร้างมาเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆได้อีกหลายอย่าง เช่น วัตถุประสงค์ทางด้านการตลาด วัตถุประสงค์ทางด้านการเก็บรักษา เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่ามากกว่า 60%ของการบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ทั้งหมดใช้ในการบรรจุอาหารซึ่งอยู่ในรูปแบบต่างๆ เช่น กล่อง แผง กระป๋อง ขวด ถุง ถ้วย และอื่นๆอีกมายมายหลากหลายรูปแบบหลายลักษณะ และมิใช่เฉพาะการบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับอาหารเท่านั้น สิ่งต่างๆที่อยู่ภายในห้างร้านก็ล้วนแต่บรรจุภายในบรรจุภัณฑ์เกือบทั้งสิ้น หากถ้าปราศจากบรรจุภัณฑ์แล้วการดำรงชีวิตประจำวันของผู้บริโภคจะเป็นอย่างไร จากบรรจุภัณฑ์ที่อยู่รอบตัวเรานี้เอง นับได้ว่าเป็นการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นระบบอุตสาหกรรมที่น่าสนใจ เพราะได้ผนวกเอาความเฉลียวฉลาดในการออกแบบเข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ นอกจากนี้การบรรจุภัณฑ์ยังได้ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก ช่วยสร้างเกราะที่จะปกป้องคุ้มครอง ทะนุถนอมสินค้าตามต้องการ และก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องมากมายที่เรายังชีพอยู่ได้ (สมาคมบรรจุภัณฑ์ไทย,มปป.)

สรุป ความหมายของบรรจุภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการขั้นตอนต่างๆตั้งแต่การบรรจุผลิตภัณฑ์ ห่อหุ้ม และรวบรวมผลิตภัณฑ์ให้เป็นหน่วย เพื่อการขนส่งและคุ้มครองป้องกันผลิตภัณฑ์ให้ปลอดภัยจากความเสียหาย เริ่มจากสิ้นสุดของกระบวนการผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิต จนกระทั่งมีการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคอย่างปลอดภัย รวมวัตถุประสงค์ทางด้านการเก็บรักษาและด้านการตลาดอีกด้วย

2.4 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

2.4.1 ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์

ปัจจุบันนับได้ว่าบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยที่ห้าที่จะขาดเสียมิได้ในการดำรงชีวิต ดังนั้นหน้าที่อันสำคัญของบรรจุภัณฑ์มีจุดมุ่งหมาย 6 ประการ ดังนี้

1.เพื่อการรองรับสินค้า สินค้าจะต้องมีบรรจุภัณฑ์รองรับ สินค้าใดๆก็ตามหากไม่มีบรรจุภัณฑ์จะทำให้การขนส่งเป็นไปด้วยความยากลำบาก บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการกระจายสินค้า เพื่อให้สินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรม สามารถเคลื่อนย้ายจากไร่และโรงงานไปยังผู้บริโภคได้ เพื่อทำหน้าที่ในการรับรองสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าเมื่อวางจัดจำหน่าย แต่อย่างไรก็ตามบรรจุภัณฑ์ไม่เพียงทำหน้าที่เพื่อรับรองสินค้าเท่านั้น

ยังต้องทำหน้าที่เพื่อคุ้มครองสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคให้คงสภาพเดิมเช่นเดียวกับเมื่อออกจากแหล่งผลิต

2.เพื่อถนอมอาหาร นอกจากบรรจุภัณฑ์จะช่วยคุ้มครองสินค้าแล้ว ผู้บริโภคยังต้องการให้บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ถนอมอาหาร และช่วยรักษาคุณภาพอาหารอีกด้วย จะเห็นได้จากยุคปัจจุบันอาหารมากกว่า 50% ต้องการบรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยในการถนอมอาหาร ไม่เช่นนั้นแล้วอาหารทุกชนิดจะเปลี่ยนสภาพเน่าเสีย ถ้าจะป้องกันไม่ให้สินค้าที่แห้งแล้วกลับชื้นมาอีก หรือผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำกลับแห้งและสูญเสียน้ำ หรือแม้กระทั่งผลิตภัณฑ์ที่มีไขมันเหม็นหืน ตัวบรรจุภัณฑ์จะต้องมีคุณสมบัติในการเป็นตัวกั้น โดยป้องกันไม่ให้ไอน้ำ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และออกซิเจนผ่าน หรือผ่านได้บ้างแล้วแต่ประเภทของสินค้า นอกจากนี้ยังต้องผนึกให้แน่นหนาจนอากาศผ่านไม่ได้ พิมพ์ได้ดีและมีผิวที่เรียบ เพื่อเห็นสินค้าได้ง่ายมีข้อมูลในบางส่วนของฉลากที่เป็นไปตามเกณฑ์กำหนด ยิ่งกว้านั้นบรรจุภัณฑ์จะต้องไม่ถูกทิ่มทะลุได้ง่ายเพื่อป้องกันความชื้นและก๊าซต่างๆ อันจะเป็นบ่อเกิดต่อการเน่าเสียเนื่องจากเชื้อจุลินทรีย์ ท้ายสุดบรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสกับอาหารโดยตรงจะต้องไม่มีปฏิกิริยาทางเคมี และจะต้องไม่ยอมให้อาหารดูดกลิ่นหรือดูดซึมสารละลายของหมึกพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นยังไม่มีวัสดุชนิดใดชนิดหนึ่งที่จะทำหน้าที่บรรจุภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วน บรรจุภัณฑ์อาหารส่วนมากจะประกอบวัสดุอย่างน้อย 2 ชนิด แม้จะมองด้วยตาเปล่าไม่เห็น แต่ก็เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่าโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์นั้นจะประกอบด้วยหลายชั้น บางครั้งทำด้วยวัสดุมากกว่า 5 ชนิด

3.เพื่อป้องกันทางกายภาพ สินค้าทุกชนิดอาจได้รับความเสียหายระหว่างการเคลื่อนย้าย สินค้าประเภทที่แตกหักง่ายและมีมูลค่าสูง ได้แก่ เครื่องไฟฟ้า และเครื่องแก้วนั้น บรรจุภัณฑ์จะต้องป้องกันสินค้าอันอาจเกิดความเสียหายได้ระหว่างการขนส่ง เช่น ความชื้นอาจจะทำให้โลหะเกิดการกัดกร่อนไม่มีปริมาตรเพิ่มขึ้นหรือแยกชั้น และอาจทำให้ผลิตภัณฑ์ยา เครื่องมือแพทย์ และสารละลายเสื่อมคุณภาพได้ ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงมีหน้าที่คุ้มครองสินค้าและปกป้องสิ่งที่บรรจุอยู่ภายในมิให้เกิดความเสียหาย อันมีสาเหตุมาจากสภาพแวดล้อม รวมทั้งสภาพด้านฟิสิกส์ เคมี ชีววิทยา กล่าวคือ ต้องไม่รั่วซึม ไม่ทำปฏิกิริยาทางเคมีจนเกิดการเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติ และแม้ว่าสินค้าที่ถูกผ่านไปถึงมือผู้บริโภคแล้ว บรรจุภัณฑ์ก็ยังต้องทำหน้าที่เป็นสิ่งห่อหุ้มคุ้มครองสินค้ากว่าสินค้านั้นจะถูกบริโภคหมดไป

4.เพื่อให้ความปลอดภัย ทำหน้าที่ที่สำคัญอีกประการหนึ่งของบรรจุภัณฑ์ คือ ให้ความปลอดภัยแก่ผู้บริโภคที่จะใช้สินค้านั้นๆ การป้องกันไม่ให้สินค้าเน่าเสียนั้น บรรจุภัณฑ์จะ

ช่วยขจัดการเสี่ยงในการเกิดโรคดังเช่นที่เกิดขึ้นสมัยก่อน จากการคิดค้นในกรรมวิธีการบรรจุภัณฑ์จะทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารได้รับความปลอดภัยยิ่งขึ้นภายในบ้านเรือนจะมีผลิตภัณฑ์เคมีหลายชนิดที่จะทำให้เกิดพิษภัย และอาจทำให้ถึงได้ตายได้ถ้าผู้บริโภคสูดดมหรือสัมผัสโดยทางผิวหนัง ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้แก่ ยาฆ่าแมลงชนิดฉีดพ่น สารขัดและทำความสะอาด ปุ๋ยและยาปราบวัชพืชการใช้บรรจุผลิตภัณฑ์เหล่านี้อย่างปลอดภัย ควรใช้ฝาขวดที่เด็กเล็กเปิดไม่ได้ และฝาขวดที่ใช้ในการเทยาในรูปแบบต่างๆ ช่วยลดการเกิดอุบัติภัยต่างๆได้อย่างมาก

5.**เพื่อสื่อข้อความ** ในการบริการแบบช่วยตัวเอง(Self-service) ในลักษณะการขายปลีกบรรจุภัณฑ์ยังต้องทำหน้าที่ในการขายสินค้าด้วย นอกจากบรรจุภัณฑ์จะช่วยดึงดูดผู้ซื้อและบ่งชี้ถึงตรายี่ห้อของสินค้าแล้ว บรรจุภัณฑ์ยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า เพื่อให้ผู้ซื้อตัดสินใจในการเลือกซื้อด้วย บรรจุภัณฑ์สื่อข้อความต่างๆ เช่น ปริมาณ วิธีการใช้ หรือเปิดใช้ข้อมูลที่จำเป็นอื่นๆ ปัจจุบันในกรณีของผลิตภัณฑ์อาหารบางชนิดยังได้มีวิธีการประกอบอาหาร และข้อแนะนำต่างๆ ด้วย นอกจากนี้ยังมีข้อมูลตามที่กฎหมายกำหนด เช่น วันที่ผลิต หรือวันหมดอายุ ส่วนผสม คุณค่าทางโภชนาการ คำเตือน ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ถ้าปราศจากบรรจุภัณฑ์แล้ว ผู้บริโภคจะขาดหลักประกันในความสดของอาหาร ส่วนผสมและคุณค่าทางโภชนาการ อีกทั้งผู้บริโภคไม่อาจรู้ได้เลยถึงอันตรายจากสารเคมีที่ใช้ในบ้านเรือน

6.**เพื่อความสะดวก** บรรจุภัณฑ์จะให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ปัจจุบันมีอาหารแช่แข็งหลายชนิด เช่น ไอศกรีม ผัก เนื้อ ปลา หรือแม้แต่อาหารที่ปรุงสำเร็จแล้วผลิตภัณฑ์อาหารเหล่านี้บรรจุในการบรรจุภัณฑ์ที่เข้าเตาไมโครเวฟได้ทันที บรรจุภัณฑ์ยังให้ความสะดวกในการเปิด-ปิด การเท การเปิดเมื่อยังใช้ไม่หมดหรือการบรรจุเป็นส่วนย่อย เช่น ถุงชา กาแฟ นม เป็นต้น (อมรรัตน์ สวัสดิทัต,2534)

2.4.2 **การเพิ่มความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบัน**

ในปัจจุบันกิจการต่างๆยอมรับถึงความสำคัญของบรรจุภัณฑ์เพื่อวัตถุประสงค์ดังที่ได้กล่าวมาแล้วและได้พยายามใช้ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์และตรายี่ห้อเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งเพิ่มความสนใจในเรื่องมาตรฐานการบรรจุภัณฑ์มากขึ้นอีกด้วย อย่างไรก็ตามปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้บรรจุภัณฑ์กลายมาเป็นสิ่งสำคัญของงานด้านการตลาด ก็เนื่องจากการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นการมีบริการแบบช่วยตัวเอง(Self –Service) การขายโดยใช้เครื่องอัตโนมัติ สิ่งเหล่านี้ทำให้บรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่มากขึ้นและบรรจุภัณฑ์ยังต้องมีบทบาทต่อการขายในขณะที่เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าขึ้น เพราะไม่ใช่เรื่องง่ายที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายจะนำสินค้าไปวางแสดงตามร้านค้า

และทำให้ลูกค้าพึงพอใจและพร้อมตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ทั้งผู้ผลิต และผู้ขาย อาจต้องยอมเสียค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่ง เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมที่จะจัดวางบนชั้นวางของหรือตู้โชว์สินค้าและดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจ

ดังนั้นในปัจจุบันการบรรจุภัณฑ์ จึงกลายเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญสำหรับธุรกิจและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อย่างรวดเร็ว ทำให้อุตสาหกรรมต้องเผชิญกับปัญหาความล้าสมัย เนื่องจากการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและไม่จบสิ้น จะพบว่ามีวัสดุใหม่ๆ ที่นำมาใช้ทำบรรจุภัณฑ์แทนของเก่าอยู่เสมอ ทั้งชนิด ขนาด รูปร่าง ฯลฯ รวมทั้งการออกแบบรูปทรงและกาพัฒนาทางวิชาการเพื่อการบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ จากการเพิ่มความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว จึงเห็นได้ว่าความรับผิดชอบของงานด้านนี้ซึ่งตกเป็นภาระของผู้บริหารระดับสูงที่จะร่วมมือกับหลายๆฝ่าย เช่น ฝ่ายผลิตก็ต้องตัดสินใจเกี่ยวกับลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่จะมีผลต่อช่วงการดำเนินการผลิต ต้นทุนการผลิต วัตถุดิบ ตลอดจนเครื่องจักร เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต ฯลฯ ส่วนฝ่ายการเงินจะตัดสินใจเรื่องความเสี่ยงทางด้านการลงทุน ต้นทุนการผลิต ฯลฯ และขณะเดียวกันฝ่ายการตลาดจะตัดสินใจเกี่ยวกับการตั้งราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการจำหน่าย การโฆษณา เป็นต้น

นอกจากนี้เหตุผลใหญ่ๆที่กล่าวมานี้แล้วในปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการและแนวความคิดทางด้านการตลาด (Marketing Oriented Marketing Concept)ใหม่ๆได้เกิดขึ้นใหม่เรื่อยๆ เช่น ธุรกิจเริ่มหันมาให้ความสนใจกับสภาพแวดล้อมและสังคมส่วนรวมมากยิ่งขึ้น เช่น พยายามใช้วัสดุสำหรับการบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นพิษและง่ายต่อการทำลาย การแสดงรายละเอียด หรือคุณสมบัติอย่างชัดเจนและตรงตามความเป็นจริง เป็นต้น โดยปกติแล้ว ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะนิยมซื้อสินค้าที่มีราคาถูก เพื่อเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกัน แต่หากได้มาพิจารณารายละเอียดอย่างลึกซึ้ง การที่สินค้าประเภทเดียวกันบางชนิดราคาแพงกว่าเป็นเพราะบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะบางอย่างพิเศษ ปัญหาในการบรรจุภัณฑ์ซึ่งมีผลกระทบต่อราคาสินค้าดูคล้ายบรรจุภัณฑ์กลายเป็นตัวเพิ่มค่าใช้จ่ายไป ฉะนั้นจึงต้องมีการทำความเข้าใจและยอมรับถึงประโยชน์ที่ได้รับจากราคาต้นทุนที่สูงขึ้นนี้ด้วย การพิจารณาเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์จึงต้องมีหลักเกณฑ์เพื่อใช้เป็นหลักประกอบในการตัดสินใจเช่นกัน(ดารณี พานทอง,2524)

2.4.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น

ปัจจุบันในด้านการส่งเสริมการขายสินค้ามิได้โฆษณาถึงคุณสมบัติของสินค้าเพื่อผลทางการจำหน่ายเท่านั้น แต่ได้นำเอาบรรจุภัณฑ์มาเป็นส่วนเกื้อหนุน ดังจะเห็นได้จากการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าแต่ละชนิดมีการพัฒนาและแข่งขันกันมาก ทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ เพราะผู้ผลิตได้เห็นถึงความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์ว่ามีส่วนของการส่งเสริมการขายสินค้า และมีเอกลักษณ์โดดเด่นง่ายต่อการจดจำ จึงได้มีการนำเอาบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆเข้ามา เช่น รูปทรงขวดแบบใหม่ ฝาปิดเปิดแบบใหม่ เป็นต้น

2.4.4 ส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์

โดยทั่วๆไป บรรจุภัณฑ์จะประกอบด้วยส่วนประกอบสำคัญ 2 ส่วน คือ

1. วัสดุที่ใช้ประกอบขึ้นเป็นตัวบรรจุภัณฑ์ เช่น โลหะ แก้ว กระดาษ พลาสติก ฯลฯ ซึ่งผลิตออกมาในรูปของกระป๋อง ขวด กล่อง ซอง ถุง ฯลฯ

2. ป้ายฉลากสินค้า(Labels)เป็นส่วนแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า อันเป็นข้อมูลที่ให้แก่ผู้บริโภค เช่น

ตรายี่ห้อ(Brands)	วันที่ผลิต / วันหมดอายุ
ชื่อ ชนิดของผลิตภัณฑ์	วิธีการใช้และสรรพคุณ(ถ้ามี)
กระบวนการผลิต	ข้อควรระวัง
ส่วนผสม	ชื่อที่อยู่ของผู้ผลิต(หรือผู้บรรจุ หรือผู้แทนจำหน่าย กรณีสินค้านำเข้า)
คุณสมบัติ	ปริมาตรหรือน้ำหนักสุทธิ / ราคา

2.4.5 หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นมีจุดมุ่งหมายหลัก 4 ประการ คือ

1.เพื่อเป็นการป้องกันและรักษาคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์

2.เพื่อความสะดวกในการนำส่ง และในการนำผลิตภัณฑ์ออกใช้

3.เพื่อเป็นตัวกลางในการสื่อสารรายละเอียดของผลิตภัณฑ์

4.เพื่อผลทางด้านการส่งเสริมการขาย

จากความสำคัญของจุดมุ่งหมายหลักทั้ง 4 ประการ ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น การที่จะนำมาพิจารณาด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบต่อไปนี้ด้วย คือ

1.ประเภทของสินค้า (อาหาร เครื่องดื่ม ยา ผลิตภัณฑ์)

2.วิธีการบรรจุ (ขนาด รูปทรง น้ำหนัก)

3.การเก็บรักษา (สถานที่จัดจำหน่าย พฤติกรรมของผู้บริโภค)

4.การขนส่ง (ทางบก ทางเรือ ทางอากาศ)

2.4.6 ประเภทของสินค้า

ในการที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้นั้นต้องทราบถึงประเภทของสินค้าว่าเป็นสินค้าประเภทใดเสียก่อน เช่น เป็นสินค้าประเภทอาหาร ผักผลไม้ เครื่องดื่ม ยา หรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อไป

2.4.7 วิธีการบรรจุ

กรรมวิธีในการบรรจุผลิตภัณฑ์ นับเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบในการพิจารณาการออกแบบบรรจุภัณฑ์เนื่องจากสินค้าแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันทั้งในด้านรูปทรง ขนาด น้ำหนัก บางประเภทอาจจะมีลักษณะเป็นของเหลว หรือแปรเปลี่ยนรูปทรงได้อิสระ ดังนั้น จึงต้องคำนึงถึงวิธีการบรรจุด้วยว่าต้องใช้อุปกรณ์ใดประกอบอีกหรือไม่ รูปทรงของบรรจุภัณฑ์จะต้องสอดคล้องไปกับกรรมวิธีการบรรจุด้วย

2.4.8 การเก็บรักษา

ในการเก็บรักษาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นมีผลต่อการพิจารณาออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยจะต้องคำนึงถึงอายุของสินค้าแต่ละชนิด และปฏิกิริยาระหว่างตัวสินค้ากับผลิตภัณฑ์ เช่น เกิดสนิมหรือพลาสติกบางชนิดมีสารเคลือบเคมีละลายติดในอาหารได้และการเก็บรักษาในบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถคุ้มครองสินค้าจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์

2.4.9 การขนส่ง

นอกเหนือจากองค์ประกอบดังกล่าวแล้ว การออกแบบบรรจุภัณฑ์ยังต้องคำนึงถึงขั้นตอนของการขนส่งและทราบว่าสินค้าได้รับการขนส่งอย่างไร จะมีส่วนได้รับการกระทบกระแทกมากน้อยเพียงใด จึงสามารถพิจารณาเลือกใช้วัตถุดิบที่จะนำมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งรูปทรงของบรรจุภัณฑ์นั้นๆได้

2.5 หลักและวิธีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น อาจจะแบ่งวิธีการออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

1.การออกแบบลักษณะโครงสร้าง (Construction Design)

2.การออกแบบกราฟิก หรือลวดลายบรรจุภัณฑ์ (Graphic Design)

2.5.1 **การออกแบบลักษณะโครงสร้าง** (Construction Design)

หมายถึง วิธีการกำหนดรูปแบบลักษณะโครงสร้างวัสดุที่ใช้ กรรมวิธีการผลิต ตลอดจนการขนส่ง การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้น ตั้งแต่สถานที่ผลิตจนถึงมือผู้บริโภค (ดนัย ตู้จินดา,2531)

ดังนั้นการออกแบบลักษณะโครงสร้าง จะเกี่ยวข้องกับการออกแบบรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสินค้าและการใช้งานการเลือกมิติของกล่องให้เหมาะสมกับสินค้าและระบบการลำเลียงขนส่ง การเลือกใช้วัสดุทำบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติอันเหมาะสมและมีความเข้ากันได้กับตัวสินค้าสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรทำการศึกษาคุณสมบัติของสินค้าที่จะนำมาบรรจุและวิธีการลำเลียงขนส่งเสียก่อน จึงจะทำให้การออกแบบหรือการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เป็นไปอย่างเหมาะสม ในบรรดาวัสดุที่ใช้ทำการบรรจุนั้น "กระดาษ"นับได้ว่ามีการนำมาใช้มากที่สุด เพราะในจำนวนที่นำมาทำบรรจุภัณฑ์กว่าร้อยละ 40 เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ เหตุผลก็คือ

1.เมื่อใช้งานแล้วสามารถนำกลับมาเข้ากระบวนการผลิตใหม่ได้

2.การตกแต่งสามารถให้สวยงามด้วยระบบการพิมพ์ซึ่งทำได้ง่ายและประหยัด

โดยทั่วไปกระดาษจะยอมให้ไอน้ำและก๊าซยอมซึมผ่านได้ดี เสียความแข็งแรงได้ง่ายเมื่อถูกความชื้นมากๆ คุณสมบัติทางกายภาพของกระดาษแต่ละประเภทจะต่างกันไป จึงต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับการใช้งาน คุณสมบัติที่ควรคำนึงในการพิจารณาการเลือกใช้กระดาษ ซึ่งอาจแบ่งออกตามลักษณะความต้องการในการใช้งานได้อย่างกว้างๆ คือ คุณสมบัติทางด้านแสง คุณสมบัติทางด้านความแข็งแรง คุณสมบัติทางด้านการดูดซึม และด้านทานสิ่งต่างๆ คุณสมบัติของกระดาษเหล่านี้มักจะกำหนดไว้เป็นค่าตัวเลข ทำให้สามารถตรวจสอบและเปรียบเทียบได้ นอกเหนือจากคุณสมบัติของกระดาษเหล่านี้แล้วจะพบว่ากระดาษทุกประเภทต้องมีข้อกำหนดเกี่ยวกับน้ำหนักมาตรฐาน ถึงแม้ว่าคุณสมบัตินี้ไม่ได้เป็นคุณสมบัติที่จะนำไปใช้งานได้โดยตรง แต่ก็มีความสัมพันธ์กับคุณสมบัติอื่นเป็นอย่างมากในกระดาษชนิดเดียวกัน ความแข็งแรงของกระดาษจะเพิ่มขึ้นเมื่อน้ำหนักมาตรฐานเพิ่มขึ้น จึงใช้ในการแบ่งชั้นคุณภาพของกระดาษและใช้ในการเลือกใช้กระดาษนั้น จึงมักเปรียบเทียบคุณสมบัติที่ต้องการโดยใช้ระดับน้ำหนักมาตรฐานเดียวกันเป็นเกณฑ์ตัดสินเสมอ แต่อย่างไรผู้ใช้งานควรระลึกไว้เสมอว่า คุณสมบัติของกระดาษนั้นต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันผู้ใช้ควรพยายามเลือกทาง

สายกลางผสมผสานกันระหว่างคุณสมบัติหลายๆประการ เพื่อให้ได้กระดาษที่มีคุณสมบัติดีที่สุดสำหรับความต้องการให้งานของเรา(อัญชลี กมลรัตนกุล,2534)

2.5.2 ความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์ต่อการตลาด

ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ในทัศนของการตลาดการพิจารณาประกอบด้วย 4 P คือ

1.Product ตัวผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะกับตลาดที่จะส่งจำหน่าย โดยที่ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยรูปร่างลักษณะและการบริการในรูปแบบต่างๆกัน

2.Promotion การส่งเสริมการขาย คือ วิธีการที่จะสื่อข่าวสารไปยังตลาดที่ต้องการจำหน่ายเกี่ยวกับสินค้าที่จะขายในตลาด

3.Price ราคา คือ มูลค่าที่ผู้ซื้อจะยอมจ่าย เพื่อสนองกับองค์ประกอบที่กล่าวมาทั้งสิ้น

4.Place การจัดส่ง หมายความว่า ความสามารถที่จัดนำส่งผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องไปสู่ตลาดในเวลาที่กำหนดไว้

2.5.3 ขั้นตอนการบรรจุภัณฑ์

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีรูปแบบลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามรูปทรงเรขาคณิต เช่น กล่องมักเป็นรูปสี่เหลี่ยม ขวดซึ่งคล้ายคลึงกับกระป๋อง อาจเป็นรูปกลม รูปสี่เหลี่ยม ส่วนพลาสติกอาจะผลิตออกมาในรูปลักษณะใดๆก็ได้ แต่ในทางปฏิบัติแล้วรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์อาจะแบ่งแยกออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.Primary Package คือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสกับผลิตภัณฑ์และเป็นสิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์เอาไว้ พร้อมทั้งทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์โดยตรง ตัวอย่างของบรรจุภัณฑ์เหล่านี้ ได้แก่ ขวดยา อาหารกระป๋อง หลอดยาสีฟัน ถุงใส่อาหาร หระดาษห่อขนม เป็นต้น

2.Secondary Package คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมา ส่วนใหญ่แล้วบรรจุชั้นที่ 2 มีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกจำนวนมากกว่า 2 ชิ้นเข้าด้วยกันเพื่อการวางขาย(Display) หรือจัดเป็นหน่วยในการจำหน่าย ตัวอย่างของบรรจุภัณฑ์เหล่านี้ ได้แก่ กล่องกระดาษแข็งที่บรรจุขนม 1 โหล ฟิล์มหดรัดรูปที่รวบรวมสบู่จำนวนเป็นโหลเข้าด้วยกัน เป็นต้น

3.Tertiary Package of Shipping บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการขนส่งปกติและผู้ซื้อจะไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ เนื่องจาก Tertiary Package ทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ในระหว่างการ

ขนส่งเท่านั้น บรรจุภัณฑ์ที่พบมากที่สุด คือ กล่องกระดาษลูกฟูก ในบางกรณี Shipping Package นี้อาจจะใช้เป็น Display Package ด้วยก็ได้ เช่น กล่องวิทยุ เป็นต้น
(ปุ่น คงเจริญเกียรติ, 2531)

ดังนั้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ นับว่ามีขั้นตอนที่ซับซ้อนพอสมควรกว่าจะออกมาเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบน่าซื้อ อันเป็นการส่งเสริมคุณค่าในตัวสินค้า ในเบื้องต้นของการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นจึงควรรู้และเข้าใจเกี่ยวกับส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์ว่า ประกอบด้วยส่วนสำคัญอยู่ 2 ส่วน คือ วัสดุและป้ายฉลากสินค้า รวมทั้งเข้าใจถึงจุดมุ่งหมายหลักของบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำไปสู่หลักและวิธีการออกแบบ อันเป็นแนวทางใช้พิจารณาในการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้กับสินค้า เพื่อความก้าวหน้าและมีคุณภาพดีขึ้น สามารถนำไปแข่งขันในตลาดภายในและภายนอกประเทศได้

2.6 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางด้านการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ ทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย รูปทรงของบรรจุภัณฑ์เปรียบได้กับตัวโครงร่างกายของมนุษย์ สีที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนผิวหนังของมนุษย์ คำบรรยายบนบรรจุภัณฑ์เปรียบได้กับปากที่กล่าวแจ้งแถลงสรรพคุณ การออกแบบอาจจะเขียนเป็นสมการอย่างง่ายๆ ได้ดังนี้ การออกแบบ = คำบรรยาย + สัญลักษณ์ + ภาพพจน์ เนื่องจากการออกแบบภาพพจน์เป็นศิลปะอย่างหนึ่งซึ่งอาจแสดงออกได้ด้วย จุด เส้น สี รูปวาด และรูปถ่าย ผสมผสานกันออกมาเป็นพาณิชย์ศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ด้วยหลักการง่ายๆ 4 ประการ คือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

S = Simple เข้าใจง่ายสบายตา

A = Aesthetic มีความสวยงามชวนมอง

F = Function ใช้งานได้ง่าย สะดวก

E = Economic ต้นทุนค่าใช้จ่ายเหมาะสม

การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยังมีบทบาทช่วยเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านการตลาด ดังนี้

ตามที่ได้อธิบายแล้วว่าบรรจุภัณฑ์มีบทบาทในส่วนผสมการตลาดในการทำหน้าที่เสริมกิจกรรมการตลาดในแต่ละขั้นตอนของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ รายละเอียดปลีกย่อยในการช่วยเสริมกิจกรรมต่างๆมีดังต่อไปนี้

1. **การใช้โฆษณา** บรรจุภัณฑ์จำต้องออกแบบให้จำได้ง่าย ณ จุดขาย หลังจากกลุ่มเป้าหมายได้เห็นหรือฟังโฆษณามาแล้ว ในกลยุทธ์นี้บรรจุภัณฑ์มักจะต้องเด่นกว่าคู่แข่งขันหรือมีกราฟิกที่สะดุดตาโดยไม่ต้องให้กลุ่มเป้าหมายมองหา ณ จุดขาย

2. **การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย** ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เปลี่ยนแปลงไปอาจจำเป็นต้องมีการออกแบบปริมาณสินค้าต่อหน่วยขนส่งใหม่เพื่อลดค่าใช้จ่าย หรือมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับจุดขายใหม่ การเพิ่มหิ้ง ณ จุดขายที่เรียกว่า POP (Point of Purchase) อาจมีส่วนช่วยส่งเสริมการขายเมื่อเปิดช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่

3. **เจาะตลาดใหม่** มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ในการเจาะตลาดใหม่หรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ ในบางกรณีอาจจำเป็นต้องเปลี่ยนตราสินค้าใหม่อีกด้วย

4. **ผลิตภัณฑ์ใหม่** ถ้าผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นสินค้าที่เกี่ยวเนื่องกับสินค้าเก่า เช่น เปลี่ยนจากการขายกล้วยตากแบบเก่า เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่มาเป็นกล้วยตากชุบน้ำผึ้ง อาจใช้บรรจุภัณฑ์เก่าแต่เปลี่ยนสีใหม่เพื่อแสดงความสัมพันธ์กับสินค้าเดิมหรืออาจใช้เทคนิคของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ยูนิฟอร์มดังจะกล่าวต่อไปในบทนี้ แต่ในกรณีที่เป็นสินค้าใหม่ถอดด้ามจำต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่หมด แต่อาจคงตราสินค้าและรูปแบบเดิมไว้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มที่เคยเป็นลูกค้าประจำของ

5. **การส่งเสริมการขาย** จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อเน้นให้ผู้บริโภคทราบว่ามีการเพิ่มปริมาณสินค้า การลดราคาสินค้า หรือการแถมสินค้า รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ย่อมมีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความอยากซื้อมากขึ้น

6. **การใช้ตราสินค้า** เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีเพื่อสร้างความทรงจำที่ดีต่อสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่มีตราสินค้าใหม่ควรจะได้รับการออกแบบใหม่ด้วยการเน้นตราสินค้า รายละเอียดในเรื่องนี้จะได้กล่าวต่อไปในหัวข้อตราสินค้า

7.**เปลี่ยนขนาดหรือรูปทรงของบรรจุภัณฑ์** โดยปกติสินค้าแต่ละชนิดมีวัฏจักรชีวิตของตัวมันเอง (Product Life Cycle) เมื่อถึงวัฏจักรชีวิตช่วงหนึ่งๆ จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนโฉมของบรรจุภัณฑ์เพื่อยืดอายุของวัฏจักร ในบางกรณี การเปลี่ยนขนาดอาจเกิดจากนวัตกรรมใหม่ทางด้านบรรจุภัณฑ์ เช่น การเลือกใช้วัสดุใหม่จึงมีการเปลี่ยนรูปทรงหรือขนาด ไม่ว่าจะเป็นสาเหตุใดก็ตามมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อรักษาหรือขยายส่วนแบ่งการตลาด

ปัจจุบันผู้ผลิตส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบรรจุภัณฑ์มากเป็นอันดับแรก เพราะเริ่มเข้าใจและให้ความสำคัญต่อบรรจุภัณฑ์ในการที่สร้างความปลอดภัยให้กับสินค้าที่ตนผลิตขึ้น เพื่อเป็นการลดความสูญเสีย แตกหักของสินค้า ตลอดจนบรรจุภัณฑ์นั้นจะโฆษณาตัวเองได้ก็จากบรรจุภัณฑ์นั้นเอง สินค้าใดก็ตามที่ผ่านการผลิตจนกระทั่งนำลงบรรจุในภาชนะต่างๆ เพื่อนำออกจำหน่ายนั้น หากบรรจุภัณฑ์นั้นๆเรียบ โล่ง ไม่มีสีสันไม่มีลวดลายตัวอักษรหรือข้อความใดๆ ก็เปรียบเสมือนสตรีที่ไม่ได้แต่งหน้าแต่งตัว เพราะการที่สตรีแต่งหน้าหรือแต่งตัวเพื่อให้เกิดความสวยงาม และเพื่อเสริมสร้างบุคลิกให้เกิดความเชื่อมั่นกับตังเองนั้น ก็เช่นเดียวกับสินค้า ย่อมต้องการบรรจุภัณฑ์ซึ่งเปรียบเสมือนเสื้อผ้าอาภรณ์เพื่อเสริมสร้างบุคลิกให้กับตัวผลิตภัณฑ์ในด้านความสวยงาม เพื่อดึงดูดผู้บริโภคและยังสร้างคุณค่าให้กับสินค้านั้นๆ อีกด้วย ซึ่งนอกเหนือจากการคำนึงทางด้านให้ความปลอดภัยกับสินค้าที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์

การออกแบบส่วนในกับส่วนนอกจะต้องมีความสัมพันธ์กัน ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นอาจแบ่งวิธีการออกแบบเป็น 2 ขั้นตอน คือ

1.การออกแบบโครงสร้าง(Construction Design)

2.การออกแบบกราฟิก หรือลวดลายบนบรรจุภัณฑ์(Graphic Design)

2.6.1 การออกแบบโครงสร้าง(Construction Design)

การออกแบบโครงสร้าง คือ การกำหนดรูปลักษณะโครงสร้างที่ใช้ เช่น แก้ว พลาสติก เซรามิค ไม้ กระดาษ เป็นต้น ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงการที่จะลงทุนในการผลิต การสร้างจุดเด่นในตัวสินค้า เมื่อกำหนดโครงสร้างและวัสดุออกมาได้แล้วก็ต้องคำนึงด้วยว่า สามารถบรรจุสินค้าในเชิงอุตสาหกรรมได้หรือไม่ (นเร ขอจิตต์เมตต์, 2531)

ดังนั้น วัสดุที่ใช้ต้องคำนึงถึงกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ การขนส่ง ตลอดจนการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์จนถึงมือผู้บริโภค แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะทำการออกแบบก็ต้องมีการพิจารณาและสภาวะของตลาด อุปนิสัยของผู้บริโภค ทั้งกลุ่มเป้าหมายของสินค้า เช่น เพศ อายุ ฐานะ การศึกษา ตลอดจนความคิดเห็นและความรู้สึกที่มีต่อบรรจุภัณฑ์เดิมหรือสินค้าที่เป็นคู่แข่ง ความเป็นไปได้ในด้านเทคนิคการผลิตการวางจำหน่ายเหล่านี้ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าได้อย่างเหมาะสม

2.6.2 ขั้นตอนในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

1.เขียนภาพสเกตช์ในลักษณะ 3 มิติ โดยกำหนดขนาดความกว้าง ความยาว ความสูง โดยประมาณ หลายๆแบบ เพื่อนำมาพิจารณาเลือก

2.คัดเลือกเฉพาะสเกตช์ที่ดีที่สุดนำมาลงสีโดยส่วนรวม เพื่อให้สามารถนำมาพิจารณาแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3.จัดทำแบบจำลอง 3 มิติอย่างง่ายๆ เฉพาะแบบที่ได้รับการพิจารณา และควรจัดทำ ด้วยวัสดุที่ใกล้เคียงของจริง เช่น กระดาษ ไม้ พลาสติก โฟม หรือ ปูนปลาสเตอร์

4.นำผลงานขั้นหุ่นจำลองนี้เข้ารับพิจารณาจากเจ้าของสินค้า อาจจะคัดเลือกเป็นผลงานสำเร็จ หรือแก้ไขเป็นครั้งสุดท้าย ซึ่งอาจทดสอบโดยขอความเห็นและความรู้สึกของผู้ซื้อต่อบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบนั้น เพื่อประกอบการตัดสินใจ

5.ทำหุ่นจำลองสมบูรณ์แบบให้มีขนาดและสัดส่วนเท่าของจริง แล้วเขียนรูปด้านตั้ง รูปด้านนอน รูปด้านข้างโดยละเอียด กำหนดขนาดรูปทรงถูกต้องตามแบบที่ระบุไว้ทุกประการ รวมทั้งฉลากหรือแบบลวดลายกราฟิกก็จะถูกเข้ามาประกอบเข้ากับแบบจำลอง เพื่อให้ดูเหมือนจริงมากที่สุด

6.จัดเตรียมแบบแม่พิมพ์เพื่อเตรียมผลิตขั้นทดลอง หากพบว่ามีตำหนิควรแก้ไขก็สามารถดำเนินการได้ก่อนในระยะเตรียมการนี้

7.เมื่อได้รับการพิจารณาต้นแบบจากเจ้าของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์เป็นที่เรียบร้อยแล้วจึงดำเนินการผลิตเพื่อนำออกสู่ท้องตลาดได้ (ดนัย ตู้จินดา, 2531)

2.6.3 การออกแบบกราฟิก หรือลวดลายบนบรรจุภัณฑ์(Graphic Design)

การออกแบบกราฟิกหรือลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ หมายถึง วิธีการกำหนดรูปลักษณะ ตลอดจนลายละเอียดของลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ ในอันที่จะมีผลทางด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น ดึงดูดความสนใจ ทราบถึงสรรพคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์หรือสินค้านั้น เป็นการสร้างบุคลิกลักษณะพิเศษของสินค้า อันจะนำมาซึ่งความทรงจำของผู้บริโภค ทั้งหมดนี้ต้องอาศัยเทคนิคในการออกแบบ ข้อความ โฆษณา สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายการค้า ตลอดจนสีสันต่างๆ ที่นำมาประกอบกัน เพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อบรรจุภัณฑ์ของสินค้าและสามารถวางขายได้ในตลาดเมื่อวางกับสินค้าคู่แข่ง บรรจุภัณฑ์นี้สามารถสร้างความเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์ และสามารถขายได้ด้วยตัวของมันเอง

2.6.4 บทบาทหน้าที่ของกราฟิกที่มีต่อบรรจุภัณฑ์

1.ให้ข้อมูลรายละเอียดของตัวผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค เพื่อทำให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงข้อมูลบางอย่างที่จะเป็นประโยชน์จากการซื้อผลิตภัณฑ์อันได้แก่ ฉลากอาหาร อัตราส่วน คุณค่าทางอาหาร อายุ วิธีการใช้ วิธีการเก็บรักษา เป็นต้น

2.สร้างเอกลักษณ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันทางการค้าในระดับสูง ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ได้รับการออกแบบกราฟิกโดดเด่น สวยงาม ย่อมสามารถดึงดูดความสนใจต่อผู้บริโภค อย่างไรก็ตามความโดดเด่นนี้จะต้องให้ความรู้สึกในทางบวกหรือสร้างสรรค์ เช่น ไม่ควรใช้สีดำกับฉลากอาหาร โดยเฉพาะอาหารเด็กอ่อน เพราะจะทำให้เกิดความรู้สึกว่าสินค้านั้นไม่ปลอดภัยไม่บริสุทธิ์ เป็นต้น

3.สร้างภาพพจน์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ในลักษณะทำนองเดียวกันกับการสร้างเอกลักษณ์ กล่าวคือสินค้านี้ได้รับการออกแบบกราฟิกที่สวยงามและถูกหลักการ ย่อมมีผลต่อผู้ซื้อทางด้านจิตวิทยา เช่น เกิดความภูมิใจ ความมั่นใจในตัวสินค้า

4.สามารถเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนในบางโอกาส และในบางประเทศได้มีการใช้การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เป็นแหล่งให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน เช่น ฉลากอาหารประเภทกล่องนม UHT ในประเทศสวีเดนจะมีการพิมพ์เรื่องความรู้ทางวิชาการต่างๆ ได้แก่ เรื่องทางภูมิศาสตร์ ดาราศาสตร์ ฯลฯ ไว้บนหลังกล่อง หรือในประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการพิมพ์แจ้งความเด็กหลงหรือหายออกจากบ้านไว้หลังกล่องนม ซึ่งนับเป็นแนวความคิดที่ดีและเป็นการใช้กราฟิกเป็นสื่อ (Media) ที่คุ้มค่าและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.6.5 องค์ประกอบของงานออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

รูปทรง(Shapes) นับเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญ รูปทรงดังกล่าวอาจเป็นได้ทั้งรูปทรงเรขาคณิต หรือรูปทรงอิสระ การใช้รูปทรงนี้มีส่วนในการจดจำต่อผู้พบเห็น เช่น เมื่อคนเห็นตราสัญลักษณ์ (สามเหลี่ยม) ก็จะนึกถึงสินค้า ก ทันที หรือเมื่อเห็นรูปหยดน้ำก็นึกถึงสินค้า ข ทันที เป็นต้น

สีสัน (Color) จัดเป็นองค์ประกอบที่มีบทบาทในลักษณะเดียวกันกับรูปทรง คือมีผลต่อการจดจำของผู้พบเห็น นอกจากนี้สียังมีผลต่อผู้พบเห็นในทางด้านจิตวิทยาอย่างมากอีกด้วย เช่น สีชมพู ย่อมจูงใจความสนใจต่อผู้หญิงได้ดีกว่าสีเข้มขรึมหรือสีเทาซึ่งเหมาะสำหรับผู้ชาย และสีเขียวใช้กับฉลากสินค้าประเภทผักผลไม้ย่อมให้ความรู้สึกถึงความสดมากกว่าสีน้ำตาล

ตัวอักษรและตัวพิมพ์ (Letters and Type Face) ในการนำตัวอักษรหรือตัวพิมพ์ มาใช้ในการออกแบบกราฟิก ผู้ออกแบบควรจะต้องศึกษาเรียนรู้ในเรื่องดังต่อไปนี้

- รูปแบบตัวอักษร (Type Style)
- ขนาดตัวอักษร (Type Size)
- รูปร่างลักษณะตัวอักษร (Type Character)

ตัวอักษรและตัวพิมพ์ หมายความรวมกับภาพถ่าย ภาพวาดลายเส้น ซึ่งมักเรียกโดยรวมๆว่าภาพประกอบ ภาพประกอบมีบทบาทสำคัญต่อบรรจุภัณฑ์มาก เปรียบได้กับหน้าตาของตัวบรรจุภัณฑ์ เช่น ฉลากที่มีรูปปลาซาร์ดีนปิดบนกระป๋องโลหะ ย่อมทำให้ผู้บริโภคสามารถสื่อความหมายได้ว่าสินค้านั้นคืออะไร

2.6.6 **ขั้นตอนในการออกแบบกราฟิก**

ในด้านการดำเนินงานการปฏิบัติงานออกแบบบรรจุภัณฑ์จริงๆแล้วการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น ทั้งการออกแบบโครงสร้างและการออกแบบกราฟิกจำเป็นต้องควบคู่กันไปตลอดเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ก่อนที่นักออกแบบจะเริ่มทำการออกแบบได้นั้น จำเป็นจะต้องได้รับข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสภาพการจำหน่ายสินค้า ลักษณะการจัดวางบนชั้นโชว์ และลักษณะบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งในตลาด เป็นต้น เพื่อจะได้นำข้อมูลมาพิจารณาในการวางรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ต่อไป

2.6.7 **ขั้นตอนในการออกแบบกราฟิก หรือ ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์**

1.ทำการสเกตช์อย่างหยาบๆ เพื่อจะได้เห็นถึงแนวความคิด และรูปลักษณ์ขั้นต้นของบรรจุภัณฑ์กับลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ และในส่วนนี้จะต้องคำนึงถึงภาพถ่ายหรือภาพประกอบต่างๆ ที่จะนำเข้ามาร่วม ทั้งคำบรรยายต่างๆ ที่จะมีส่วนช่วยดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อมากที่สุด ในการพิจารณาเลือกใช้สีก็เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญ เพราะมีส่วนที่จะต้องนำไปพิจารณาในสภาพการจำหน่ายที่แท้จริง เพื่อที่จะทราบถึงอิทธิพลของแสงและสีของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อบรรจุภัณฑ์นั้น

2.คัดเลือกแบบสเกตช์ที่เห็นว่าดีที่สุด นำมาทำเป็นแบบบรรจุภัณฑ์จำลองที่ใกล้เคียงของจริง โดยเลือกใช้วัสดุที่ใกล้เคียงของจริง เช่น กระดาษ ไม้ พลาสติก หรือโฟม ใช้สีตกแต่งให้คล้ายคลึงของจริงมากที่สุด

3.มอบแบบจำลองให้เจ้าของสินค้าพิจารณาเปรียบเทียบกับสินค้าคู่แข่งในตลาด หรือทดสอบความคิดเห็นของผู้ซื้อต่อบรรจุภัณฑ์ใหม่นี้

4.นำเอาข้อมูลที่ได้รับมาแก้ไขปรับปรุงให้บรรจุภัณฑ์ต้นแบบนี้เกิดความสมบูรณ์

5.เมื่อได้รับความเห็นชอบจากเจ้าของสินค้าแล้ว จึงดำเนินการเขียนแบบจัดทำ Art-Work นำภาพประกอบหรือภาพถ่ายจัดลงในแบบ Art-Work ให้เรียบร้อย ระบุรายระเอียดของวัสดุที่ต้องใช้ ระบุส่วนที่ต้องตัดเจาะรอยปรุ และวิธีการพิมพ์โดยละเอียด

6.นำส่งโรงพิมพ์ดำเนินการ

2.6.8 ความรู้เรื่องกฎระเบียบสำหรับบรรจุภัณฑ์

ความรู้เรื่องกฎระเบียบที่ใช้ควบคุมฉลากสำหรับบรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งออกเป็นสิ่งแรกและสำคัญที่สุดที่นักออกแบบควรศึกษาก่อนที่จะทำการออกแบบ กฎระเบียบเหล่านี้เปรียบเสมือนกฎกติกาควบคุมให้ได้มาตรฐานที่ประเทศผู้ซื้อกำหนดไว้ หากผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกไม่ปฏิบัติตามย่อมอาจหมายถึงผลเสียหายทางการค้าที่จะเกิดขึ้น

นักออกแบบกราฟิกต้องทราบว่า กฎระเบียบควบคุมฉลากของสินค้าแต่ละประเภทแต่ละชนิด กำหนดให้มีสิ่งใดหรือข้อความใดปรากฏบนฉลากบ้าง และจะต้องปรากฏในตำแหน่งใดของฉลาก แต่ละสิ่งที่กำหนดให้มีบนฉลากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าประเภทอาหารและยา ได้แก่

- ชื่อบอกชนิดหรือประเภทอาหาร
- น้ำหนัก
- วัน เดือน ปี ที่ผลิต, หมดอายุ
- รายการแสดงส่วนผสม
- การเก็บรักษา
- วิธีบริโภค
- ชื่อ, ที่อยู่ของผู้ผลิต, ผู้บรรจุหรือผู้จำหน่าย

2.6.9 ข้อคิดในการออกแบบลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ (Graphic Design)

การทำงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ เราสามารถแบ่งตามลักษณะของประเภทการทำงานได้ 2 ประเภท คือ การออกแบบลักษณะโครงสร้างประเภทหนึ่ง และการออกแบบกราฟิกอีกประเภทหนึ่ง แต่เนื่องด้วยลักษณะของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และฉลากมีผลในเชิงจิตวิทยาต่อผู้บริโภค ในลักษณะการเกิดการตอบสนองต่อบรรจุภัณฑ์ที่ได้พบเห็นอันได้แก่ ความสนใจ ความนิยม และนำไปสู่การตัดสินใจเลือกซื้อ ดังนั้นนักออกแบบจึงต้องอาศัยการจัดองค์ประกอบในการออกแบบ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพเขียน ลวดลาย สัญลักษณ์ อักษร สี ฯลฯ เพื่อให้เกิดผลที่จะสามารถสื่อความหมายตามความต้องการให้ผู้บริโภครับรู้ได้ การออกแบบจึงมีบทบาทอันสำคัญในการที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์พร้อมด้วยบรรจุภัณฑ์นั้นประสบความสำเร็จ

สามารถจำหน่ายได้ในตลาด อย่างไรก็ตามนักออกแบบจะมีข้อคิดอย่างไรในการปฏิบัติงานออกแบบกราฟิกที่สามารถเอื้ออำนวยให้เกิดผลได้นั้น สามารถกล่าวได้ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะกราฟิกสร้างทัศนคติอันดีงามต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต

ภาชนะบรรจุและฉลาก ทำหน้าที่เปรียบเสมือนสื่อประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอตนต่อผู้บริโภค แสดงออกถึงคุณงามความดีของผลิตภัณฑ์และความรับผิดชอบที่ผู้ผลิตมีต่อผลิตภัณฑ์นั้น ลักษณะกราฟิกจึงมีบทบาทในการสื่อความหมายและปลูกฝังให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกอันดีงามต่อผลิตภัณฑ์และความศรัทธาเชื่อถือต่อผู้ผลิต

2. บ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิดของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต

ลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และฉลาก ช่วยอำนวยให้ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคเข้าใจได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ว่าผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในคือสิ่งใด นักออกแบบจะพิจารณาว่าควรออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงและลักษณะกราฟิก ซึ่งประกอบด้วยการใช้ภาพ อักษร สี ฯลฯ อย่างไร จึงจะสามารถถ่ายทอดให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก และความเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์นั้นคืออะไร ลักษณะกล่องและกราฟิกที่ออกแบบนั้นให้ความรู้สึกสมกับที่เป็นกล่องบรรจุภัณฑ์ชนิดนั้นหรือไม่ อย่างใด

3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์และลักษณะกราฟิก

เพื่อให้สื่อความหมายหรือถ่ายทอดความรู้สึกได้ว่า ผลิตภัณฑ์นั้นคืออะไร และผู้ใดเป็นผู้ผลิตนั้น มักนิยมอาศัยใช้ภาพและอักษรเป็นหลัก แต่ก็ยังอาจอาศัยองค์ประกอบอื่นๆ ในการออกแบบ เช่น รูปทรง เส้น สี ฯลฯ ซึ่งจะสามารถสื่อให้เข้าใจความหมายได้ เช่นเดียวกับการใช้ภาพและข้อความอธิบายอย่างชัดเจน ตัวอย่างดังกล่าวนี้มีให้เห็นทั่วไปและที่เห็นได้ชัดคือผลิตภัณฑ์ต่างประเทศที่บรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์คล้ายคลึงกัน ดังเช่น เครื่องสำอาง และยา เป็นต้น แม้จะบรรจุอยู่ในขวดหรือหลอดรูปทรงเหมือนกัน ผู้บริโภคก็สามารถชี้ได้ว่าอันใดคือเครื่องสำอางหรืออันใดคือยา ทั้งนี้ก็โดยการสังเกตจากลักษณะกราฟิก เช่น ลักษณะอักษร หรือสีที่ใช้ ซึ่งนักออกแบบจัดไว้ให้เกิดความรู้สึกผิดแผกจากกัน เป็นต้น แต่ในขณะเดียวกันผลิตภัณฑ์บางประเภท มีชนิดและขนาดให้เลือกใช้จำนวนมากจากผู้ผลิตเดียวกันยกตัวอย่างเช่น เครื่องสำอางซึ่งบรรจุในภาชนะ เช่น ขวด กล่อง หรือประปุก ซึ่งมีลักษณะรูปร่างและหน้าตาคล้ายกันทั้งชุด นักออกแบบจะช่วยให้ผู้จำหน่ายและผู้บริโภค สามารถเลือกหยิบและเลือกใช้ได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องได้โดยการใช้สีเข้าช่วยประกอบเพิ่มเติม จากการใช้อักษรแจ้งชื่อชนิดของเครื่องสำอางนั้น ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับผม หรือใช้กับใบหน้าก็อาจจะแสดงโดย

การใช้ฝาขวดที่มีสีแตกต่างกัน เป็นต้น งานออกแบบนับว่าเป็นงานที่ท้าทายความสามารถของนักออกแบบ ในบางกรณีไม่ง่ายนักที่จะทำให้บรรจุภัณฑ์และฉลากนั้นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดดเด่น ให้แตกต่างอย่างชัดเจนไปจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

4. คุณประโยชน์และวิธีใช้ของผลิตภัณฑ์

เมื่อสามารถเรียกความสนใจจากผู้บริโภคหยิบผลิตภัณฑ์ขึ้นมาพิจารณา ทั้งนี้โดยอาศัยความเด่นสะดุดตาของบรรจุภัณฑ์และฉลากดังกล่าวแล้ว หน้าที่ต่อมาก็คือการประชาสัมพันธ์ถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อ อาจทำได้โดยการออกแบบซึ่งอาศัยใช้ทั้งถ้อยคำและภาพเป็นสื่อ บทบาทของบรรจุภัณฑ์และฉลากจึงเปรียบเสมือนพนักงานขาย ซึ่งทำหน้าที่โฆษณาถึงสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ชี้ชวนให้เห็นข้อแตกต่างที่ผิดแผกไปจากคู่แข่งทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ พร้อมทั้งให้ข้อมูลในเรื่องวิธีการใช้และการเก็บรักษา เป็นต้น ในบางกรณีที่โอกาสอำนวย เช่น เมื่อมีเนื้อที่ใช้งานบนบรรจุภัณฑ์เพียงพอ ผู้ผลิตอาจให้ข่อมูลเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น อาจพิมพ์ข้อแนะนำในการปรุงอาหาร ข้อแนะนำในเรื่องปริมาณการบริโภคต่อวัน ฯลฯ ซึ่งเป็นการให้บริการความรู้แก่ผู้บริโภคนอกเหนือไปจากการเสนอจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีการโดยทั่วไป อันจะให้ผลดีในการปลูกฝังศรัทธาและความนิยมชมชอบให้เกิดต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตต่อไป

5. คงรักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในชุดหรือในเครือผู้ผลิตเดียวกัน

ผู้ผลิตรายหนึ่งอาจมีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายพร้อมกัน เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้หลายชนิด หลายขนาด หลายรส ฯลฯ ตัวอย่างเช่น น้ำผลไม้มีความหลากหลายของชนิดน้ำผลไม้รสชาติต่างๆ หรือสีทาอาคารซึ่งมีต่างชนิดให้เลือกใช้ในกรณีเช่นนี้นักออกแบบจะนิยมออกแบบลักษณะกราฟิกให้คล้ายกันไว้ทั้งหมด ซึ่งอาจทำได้โดยกำหนดตำแหน่งองค์ประกอบต่างๆในแบบไว้ในที่เดียวกัน ใช้แบบอักษรชุดเดียวกัน ใช้ลวดลาย หรือเทคนิคการตกแต่งที่ให้ความรู้สึกอย่างเดียวกันตลอดทุกภาชนะ เป็นต้น จะมีผิดแผกบ้างก็เพียง เช่น ชื่อเรียกผลิตภัณฑ์ ภาพผลิตภัณฑ์และสีสัน ฯลฯ เท่านั้น เพื่อให้สังเกตเห็นถึงความแตกต่าง หยิบซื้อ และหยิบใช้ได้อย่างถูกต้อง

เหตุผลของการออกแบบในลักษณะดังกล่าวข้างต้น ก็เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ในเครือผู้ผลิตเดียวกันคงรักษาความมีเอกลักษณ์ เฉพาะตัวเองไว้ให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันโดยตลอดหรือที่เรียกว่า Corporate Identity เมื่อนำผลิตภัณฑ์มาวางเรียงจำหน่าย บรรจุภัณฑ์เหล่านั้นจะทำ

หน้าที่เสมือนพนักงานขายที่นัดกันเปล่งเสียงดังฟังชัด เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ตัวของมันเองด้วยภาษา และเรื่องราวเดียวกันทั้งสิ้น

การโฆษณาโดยอาศัยเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทั้งชุด นอกจากจะปลูกฝังความทรงจำให้ผู้บริโภคได้อย่างดีแล้ว ยังส่งผลพลอยได้ที่สำคัญติดตามมาอีกประการหนึ่ง คือ เมื่อผู้บริโภคได้เลือกซื้อลองใช้ เกิดความคุ้นเคยและความไว้วางใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งของผู้ผลิตแล้ว ต่อมาผู้ผลิตนั้นได้ผลิตและแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด โดยออกแบบถ่ายทอดเอกลักษณ์เฉพาะของผู้ผลิต ผู้บริโภคก็จะสามารถจดจำได้ ให้ความสนใจติดตามเลือกซื้อและทดลองใช้ต่อเนื่องกันไป อันเป็นผลดีระยะยาวทั้งต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตนั้นเอง

การรักษาลักษณะเฉพาะตนของแบบผลิตภัณฑ์ ไม่จำเป็นต้องออกแบบให้เหมือนของเดิมทุกครั้งไป หากเมื่อมีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นก็สามารถดัดแปลงสร้างสรรค์งานใหม่ได้ โดยถ่ายทอดความรู้สึกหรือบรรยากาศ ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะตนของผลิตภัณฑ์หรือของผู้ผลิตนั้นไว้

6. เพิ่มความเด่นเมื่อวางเรียงจำหน่าย

จากสภาพการจำหน่ายในปัจจุบัน เราจะพบเห็นว่าสินค้าถูกวางเรียงจำหน่ายบนชั้นต่างๆ ในร้านค้ารอคอยผู้บริโภค โดยไม่จำเป็นต้องมีพนักงานไว้คอยบริการแนะนำ บรรจุภัณฑ์ต่างๆจะทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ดังนั้นในด้านของการออกแบบเมื่อพิจารณาดูจะเห็นโอกาสที่จะเพิ่มพลังความเด่นของสินค้าที่จัดวางบนชั้นเหล่านี้ได้โดยอาศัยการออกแบบกราฟิกด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ซึ่งวางเรียงอยู่ข้างเคียงกันช่วยส่งเสริมความเด่นซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่น เราอาจออกแบบให้มีลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันกับบรรจุภัณฑ์อีกกล่องหนึ่งในชนิดเดียวกัน เมื่อวางเรียงอยู่เคียงข้างกัน หรือสถานที่จำหน่ายต่างๆ จะประสบความสำเร็จหรือไม่นั้นย่อมขึ้นอยู่กับการออกแบบ การออกแบบจึงเป็นเรื่องยิ่งใหญ่ที่ต้องระวังว่าเราจะทำอย่างไรที่จะทำให้ผู้บริโภคเห็นอย่างไร จะทำอย่างไรจึงจะสร้างความเด่นกับตัวสินค้า สื่อให้เห็นได้ คือต้องเป็นการทูตที่ดี อีกนัยหนึ่งของที่จะขายได้ดีโดยปกติจะอยู่ที่ผู้ซื้อยืนคือ ระดับสายตาถึงหน้าอกซึ่งเราเรียกพื้นที่นี้ว่า พื้นที่ทอง (Golden Zone) สินค้าที่อยากซื้ออยากได้จะอยู่ที่เส้นคาดระดับนี้

7. ในการออกแบบจำเป็นต้องพิจารณาถึงมุมมองของบรรจุภัณฑ์

การออกแบบลักษณะกราฟิก ซึ่งปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ในลักษณะ 3 มิติ ไม่ว่าจะเป็น กล่อง ขวด หลอด หรืออื่นๆก็ตาม ย่อมแตกต่างไปจากการออกแบบงานกราฟิกโดยทั่วไปที่เป็นงาน 2 มิติที่เป็นแผ่นพับแบนราบ เช่น ภาพโปสเตอร์ สาเหตุความแตกต่างระหว่างการออกแบบรูปทรง 3 มิติกับการออกแบบพื้นผิว 2 มิติ ก็เพราะลักษณะการมองกล่าวคือเมื่อเรามองชิ้นงาน 2 มิติ เราจะมองเห็นเพียงพื้นผิวรูปด้านที่มีเพียงด้านหน้า หรือด้านหลังมีแต่เพียงความกว้างความยาวของชิ้นงานเท่านั้น แต่เมื่อเรามองชิ้นงาน 3 มิติ เราจะเห็นพร้อมกันหลายด้าน ซึ่งอาจเป็นด้านบน ด้านหน้า ด้านข้าง จากการมองกล่องดังกล่าวย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะมุมมองในแต่ละกรณี ด้วยเหตุดังกล่าวในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นรูปทรง 3 มิติ จึงจำเป็นต้องมีข้อควรสังเกตเป็นพิเศษว่า รายละเอียดทางกราฟิก ได้แก่ ภาพ สี และอักษร ฯลฯ ที่ปรากฏอยู่บนบรรจุภัณฑ์แต่ละด้านนั้น จะต้องจัดวางไว้ในลักษณะที่มองเห็นพร้อมกันโดยไม่ขัดสายตา ไม่ว่าจะมองด้านใดพร้อมกับด้านอื่นที่อยู่ประชิดกันนั้นก็ดี ทั้งนี้กระทำได้โดยการออกแบบกราฟิกในแต่ละด้านให้มีลักษณะสัมพันธ์กันกับด้านอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียงกัน (อรสา จิรภิญโญ, 2528)

8. การสร้างเสน่ห์ให้แก่บรรจุภัณฑ์

จากสภาวะการตลาดในปัจจุบัน สินค้าต่างๆถูกผลิตเพิ่มมากขึ้น เกิดการแข่งขันกันด้วยคุณภาพประสิทธิภาพ ประโยชน์ใช้สอย ราคาขาย บริการหลังการขาย มีการใช้กลยุทธ์ในการขาย มีของแจกของแถม ฯลฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการประชาสัมพันธ์กันอยู่ตลอดเวลา จุดนี้เองคือที่มาของการเพิ่มคุณค่าของสินค้าโดยการใช้บรรจุภัณฑ์เป็นตัวสร้างความสะดุดตาและสร้าง Brand Image หรือภาพพจน์ทางการตลาดให้ได้โดยจะต้องสร้างให้ถูกรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายด้วย จากการแข่งขันนี้เองนักการตลาดทั้งหลายจึงจำเป็นต้องพึ่งพานักออกแบบที่มีความชำนาญ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางการขายหรือกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับเป้าหมายหลักเป็นสำคัญ ส่วนนักออกแบบที่มีความชำนาญด้านนี้เป็นพิเศษก็คือ นักออกแบบกราฟิก(Graphic Designer) ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในบางครั้งอาจจะต้องทำการออกแบบทั้งทางด้านประโยชน์ใช้สอย(Function) และทางด้านรูปลักษณ์(Appearance) แต่ในบางกรณีก็จะออกแบบเพียงด้านรูปลักษณ์ ส่วนประโยชน์ใช้สอยเป็นเพียงการนำแบบที่มีอยู่แล้วมาใช้งาน ไม่ต้องคิดขึ้นใหม่

9. การออกแบบประโยชน์ใช้สอย (Function Design)

การออกแบบประโยชน์ใช้สอย คือ การริเริ่มสร้างสรรค์หารูปแบบในการใช้งานให้แตกต่างจากของเดิมที่มีอยู่ในตลาด หรือเพิ่มเติมประโยชน์ใช้สอยจากเดิมให้มีมากขึ้น หรือการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ใหม่ให้แก่สินค้าที่ไม่เคยมีบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มมาก่อนเพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าและราคา (Added Value) ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องอาจเป็นวิศวกร(Engineer) ซึ่งเกี่ยวข้องกับด้านโครงสร้าง และความเป็นไปได้ในการรับน้ำหนักบรรจุ รวมถึงความคงทนอื่นๆ ส่วนนักออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นผู้พิจารณารูปทรง(Form) ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและกลยุทธ์ทางการตลาด

2.6.10 การออกแบบรูปลักษณะ (Graphic Design)

หลังจากการสร้างสรรค์ประโยชน์ใช้สอยแล้ว ก็จำเป็นจะต้องตกแต่ง หรือสร้างเสน่ห์ให้แก่บรรจุภัณฑ์ภายใต้ข้อมูลทางการตลาด เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้ได้โดยมีผู้คิดค้นงานคือ นักออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Designer) ซึ่งจะต้องมีความเข้าใจทางด้านศิลปะเป็นอย่างดี และสามารถสื่อสารข้อมูลที่ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ชัดเจน โดยใช้หลักจิตวิทยาทางศิลปะ การสร้างเสริมเสน่ห์ให้แก่บรรจุภัณฑ์คือ การดำเนินการปรุงแต่งรูปลักษณ์ ด้วยหลักการทางการออกแบบกราฟิกนั่นเอง รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1.สามารถบ่งบอกข้อมูลที่ต้องการให้ทราบด้วยการอ่านได้ชัดเจน ได้แก่ ชื่อสินค้า บริษัท ผู้ผลิต และส่วนประกอบ เป็นต้น

2.ให้ภาพพจน์ทางการตลาดชัดเจนและต่อเนื่องกัน

3.จัดองค์ประกอบให้เหมาะสมและสวยงาม ดูง่านและชัดเจน

4.มีความสะดุดตาต่อกลุ่มเป้าหมาย

5.ให้ความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่ง

6.การออกแบบดำเนินให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาด

7.ประเมินผลแล้วให้ผลสรุปว่าเพิ่มยอดขายให้แก่สินค้า

8.บรรจุภัณฑ์ที่ดีจะต้องดูแล้วทราบทันทีว่าภายในบรรจุสินค้าประเภทใด

การออกแบบกราฟิกให้แก่บรรจุภัณฑ์ ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการขายดังกล่าวแล้วข้างต้น รูปลักษณ์ที่ปรากฏจะอยู่ภายใต้ศาสตร์ที่เรียกว่า การออกแบบสื่อสาร (Communication Design) โดยอธิบายได้ว่าเป็นการออกแบบเพื่อสื่อความหมาย ความเข้าใจ

ให้แก่กลุ่มเป้าหมายด้วยกรรมวิธีการออกแบบ โดยคำนึงถึงจิตวิทยาของผู้บริโภคเป็นหลัก ความหมายหรือความเข้าใจที่ว่านี้จะมาจากข้อมูลทางกลยุทธ์ทางการตลาด การออกแบบสื่อสารประเภทนี้ย่อมต้องละเอียดอ่อน มีลักษณ์เช่นเดียวกับการออกแบบโฆษณา(Advertising Design) อยู่ไม่น้อย เพื่อให้เป็นการจดจำได้ง่ายเข้า หลักการกว้างๆในการสื่อความหมายด้วยการออกแบบนั้นมาจากสระ 8 ตัวในภาษาอังกฤษ คือ A E I O U

จากสระในภาษาอังกฤษ คือ A E I O U นั้น สามารถนำมาเป็นหลักและวิธีการเสริมสร้างเสน่ห์ให้แก่บรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้

A = ATTRACTIVE

หมายถึง การสร้างจุดสนใจ โน้มน้าวความสนใจของกลุ่มเป้าหมายให้หันมาหารายละเอียดต่างๆ การสร้างจุดสนในมีดังนี้

สีสัน (Color)

การใช้สีที่สดหรือสีที่ตัดกันในวงจรสี(Contrast in Color) การเลือกใช้คู่สีที่ตรงกันข้ามในวงจรสี เช่น สีเขียวกับสีแดงจะเห็นว่าอยู่ตรงข้ามกันในวงจรสี จะใช้ให้เกิดความสนใจโดยการใช้พื้นที่สีแดง อักษรสีเขียว เป็นต้น

การใช้สีเพื่อให้เกิดผลในการจูงใจและเกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ ผู้ออกแบบส่วนมากยึดหลักการใช้สีในวงล้อสี มี 3 หลัก พื้นฐานของการใช้สีให้กลมกลืน ดังนี้

สีข้างเคียง คือ การใช้สีที่อยู่ใกล้ชิดกัน 2 หรือ 3 สี

สีเอกรงค์ คือ การใช้เพียงสีเดียว หรือการใช้สีหลักหนึ่งสีคู่กับกลุ่มสีข้างเคียงด้านใดด้านหนึ่ง 2-3 สี สีหลักใช้สีแท้สดใสได้ ส่วนกลุ่มสีข้างเคียงจะต้องถูกตัดค่าสีทั้งหมด

สีคู่ประกอบ คือ การใช้สีตัดกันของสีคู่ตรงกันข้ามมีหลายวิธี เช่น ใช้สีหนึ่งมากกว่าอีกสีหนึ่ง หากใช้ในปริมาณเท่ากันต้องตัดค่าลงหนึ่งสีหรือการใช้สีดำหรือสีขาวตัดเส้น

ภาพประกอบ

สำหรับการเลือกใช้ภาพประกอบที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยภาพประกอบจะจำแนกได้เป็น

- ภาพถ่าย(Photo)
- ภาพวาด (Illustration)
- ภาพจากเทคนิคการพิมพ์ (Printing Technique)
- ภาพสัญลักษณ์ (Symbolic)

การใช้ภาพประกอบชนิดที่ให้เกิดความรู้สึกเหมือนกับสินค้าเป็นการชี้นำว่าเมื่อทางแล้วจะน่ารับประทานเช่นนี้ สินค้าประเภทนี้ต้องใช้ภาพประกอบเป็นภาพถ่ายสินค้าที่ต้องการความเข้าใจง่ายๆ หรือไม่เครียดกับภาพที่จะปรากฏอาจใช้ภาพวาดและให้สีสวย

E = EMOTION

หมายถึง อารมณ์และความรู้สึก อันสืบเนื่องมากจากการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เป็นการออกแบบสื่อสารประเภทหนึ่งที่ต้องสร้างสรรค์อารมณ์และความรู้สึกตามเป้าหมายทางการตลาดของตัวสินค้า ได้แก่ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของเล่นเด็กกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า อารมณ์และความรู้สึกที่จะสื่อความเข้าใจจะต่างกันไป การสร้างสรรค์อารมณ์และความรู้สึกนั้นจะเป็นไปตามหลักจิตวิทยาในการสร้างสรรค์องค์ประกอบในการออกแบบจึงพอจะจำแนกได้เป็นจังหวะ/ลีลา (Rhythm) ได้แก่ การใช้เส้นในรูปแบบวีลาต่างๆ

เส้นโค้งให้ความรู้สึกอ่อนไหว เส้นตรงให้ความรู้สึกมั่นคงและแข็งแรงเด็ดเดี่ยว เลือกใช้ให้เหมาะสมกับตัวสินค้าเพื่อสื่อความรู้สึกได้ชัดเจน บรรจุภัณฑ์ที่ดีจะต้องทราบทันทีว่าภายในบรรจุสินค้าประเภทใด

แบบตัวอักษร (Font)

ควรเลือกแบบตัวอักษรให้เหมาะสมกับอารมณ์ ได้แก่ การเลือกใช้ตัวอักษรแบบตัวพิมพ์กับสินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์ หรือใช้แบบการเขียนเป็นลายมือกับสินค้าที่ดูง่ายๆ เป็นกันเอง ได้แก่ สิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัวทั่วไป หรือใช้ตัวอักษรที่มีลักษณะตลกขบขัน สนุกสนานกับสินค้าประเภทของเด็กเล่น เป็นต้น

ภาพประกอบ (Picture)

ภาพประกอบ ได้แก่ การเลือกใช้เทคนิคของภาพหากเป็นสินค้าประเภทอาหารต้องใช้ภาพถ่ายอาหารที่ดูน่ารับประทานด้วยการซูมมุมมองเข้าไปให้ใกล้น่ารับประทานมากขึ้น

สีสัน (Color)

สามารถสร้างอารมณ์ให้แก่บรรจุภัณฑ์ด้วยการจับคู่สีที่เหมาะสม ได้แก่ การใช้สีสะอาดตากับสินค้าเครื่องใช้ของเด็กอ่อน ใช้สีสดใสตัดกัน เช่น เขียว แดง เหลือง เพื่อสร้างความสนุกสนานเร้าใจ ก่อนเปิดเข้าไปพบของเล่นในกล่อง เป็นต้น การใช้สีขรึมๆ เทา น้ำตาล ดำ แบบมีรสนิยมกับสินค้าของผู้ใหญ่วัยคนทำงาน

I = IMAGE

หมายถึง ภาพพจน์ของตัวสินค้า เป็นของที่จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ทันที ในระยะไกลว่า สินค้าที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์เป็นสินค้าประเภทใด

สีสัน (Color)

การเลือกใช้สีให้เหมาะสมกับภาพพจน์ หากต้องการให้หรูหรา อาจต้องใช้สี Metallic หรือสีปั๊มทองเคให้เหมาะสมกับคุณค่าของสินค้าภายในบรรจุภัณฑ์

แบบตัวอักษร (Font)

การเลือกแบบตัวอักษรให้ได้ภาพพจน์ของสินค้า ได้แก่ การใช้แบบอักษรโรมันกับสินค้าที่เก่าแก่ เคร่งขรึม น่าเกรงขาม

ภาพประกอบ (Picture)

การเลือกใช้เทคนิคภาพประกอบเป็นการแสดงภาพพจน์ของตัวสินค้าได้เป็นอย่างดี เช่น การเลือกใช้ภาพวาด(Illustration) กับงานที่ต้องการความสดใส ความเป็นธรรมชาติ บ่งบอกถึงรสนิยมทางศิลปะสูง

การจัดองค์ประกอบ (Lay Out / Composition)

เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างภาพพจน์ของตัวสินค้า หากต้องการให้มีภาพพจน์ตามข้อมูลทางการตลาด การจัดองค์ประกอบจึงสามารถช่วยได้

วัฒนธรรมนิยม (Tradition)

คือ การนำศิลปะและวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องกับงาน แสดงภาพพจน์ตามวัฒนธรรมนั้นๆ เช่น กระบวนการใช้สีแบบไทยๆ สีเขียว สีแดงและสีทอง ที่มักใช้กันในโบสถ์เป็นต้น

O = OPERATION

หมายถึง การจัดระบบในการปฏิบัติงานออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีกระบวนการโดยสังเขปดังนี้

สรุปข้อมูล(Brief) ความต้องการและกลยุทธ์ทางการตลาดและจิตวิทยาตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

วิเคราะห์ข้อมูล(Analysis) นำข้อมูลดิบที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาผลสรุปที่จะใช้ในงานออกแบบ การเลือกวัสดุ เลือกเทคนิควิธีการที่เหมาะสม

การสังเคราะห์ข้อมูล(Synthesis) การนำข้อมูลมาสังเคราะห์จนเป็นแบบร่าง (Sketch) หลายๆแบบ จากนั้นก็นำมาประชุมปรับปรุงแบบร่างแล้วทำหุ่นจำลอง(Mock-Up) เพื่อทดลองดูการสื่อความหมายเช็คกลับว่าถูกต้องหรือไม่

การนำเสนอ(Presentation) นำข้อมูลสรุปในแบบร่างมาทำเป็นรูปแบบที่เข้าใจได้ชัดเจนเหมือนของจริงที่จะปรากฏโดยวิธีการวาดภาพ 3 มิติ Isometric หรือ ภาพ Perspective

การทดสอบ(Experiment) เพื่อเช็คความถูกต้องในด้านรูปแบบ ด้วยการทดสอบการใช้งาน

U = UNITY

หมายถึง ความเป็นเอกภาพ ด้วยการออกแบบให้กับสินค้าของบริษัทเดียวกันหรือสินค้าในชุดเดียวกัน อาจมี Corporate Identity ที่ โลโก้ สี รูปแบบ หรือตัวอักษร ฯลฯ เป็นการตอกย้ำทางการตลาด แสดงความต่อเนื่องของงาน ดังนั้นเมื่อต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่เป็นจำนวนมากกว่า 1 ชิ้นใน 1 ชุด จำเป็นจะต้องมีความต่อเนื่องหรือซ้ำกัน เปลี่ยนแปลงเฉพาะบางส่วน โดยมากจะเป็นการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับสี

รูปแบบ (Lay Out)

การจัดองค์ประกอบที่ซ้ำกันโดยยึดหลักเดิม เปลี่ยนแต่ภาพประกอบกับสี

ภาพประกอบ (Picture)

อาจเป็นรูปที่เกี่ยวเนื่องกัน มีมุมมองเดียวกันแต่ต่างกันที่ตัวสินค้า หรือบางครั้งเป็นรูปเดียวกันต่างกันที่สี

สัญลักษณ์ (Symbolic)

มีสัญลักษณ์ที่เหมือนกันเปลี่ยนแต่สีเท่านั้น

สีสัน (Color)

มักเป็นส่วนที่เปลี่ยนแปลงมากที่สุด เพราะเห็นได้ชัดเจนที่สุด

หลักทั้ง 5 ประเด็นที่กล่าวมานี้ นับได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการสร้างเสริมเสน่ห์ให้แก่บรรจุภัณฑ์ ตลอดจนเป็นการส่งเสริมการขายให้แก่ผลิตภัณฑ์ และทำให้บรรจุภัณฑ์สามารถขายตัวของมันเองได้ในตลาดยุคใหม่ได้เป็นอย่างดีอีกด้วย (สินีนาถ เลิศไพรวัล, 2537)

2.6.11 การจัดองค์ประกอบ (Lay Out)

การจัดวางองค์ประกอบของข้อมูลที่จำเป็นต้องมีการเน้นจุดสนใจด้วย การจัดองค์ประกอบจะเป็นส่วนเน้นความงดงามให้เห็นได้ชัดเจนขึ้น บางครั้งอาจมีการจัดองค์ประกอบที่แตกต่างจากองค์ประกอบทั่วๆไปที่เคยจัดกันมา ได้แก่ การตะแคงตัวอักษร

ให้ทำมุมกับภาพ หรือการวางตัวอักษรรอบภาพ เป็นต้น มีบรรจุภัณฑ์หลายประเภทที่ไม่มีภาพประกอบ จะมีแค่ข้อความ สิ่งที่จะทำให้สะดุดตาได้ก็ควรมีเพียงการจัดองค์ประกอบนั่นเอง ส่วนประกอบที่สำคัญโดยทั่วไปบนบรรจุภัณฑ์จะประกอบด้วย

1. โลโก้ สินค้า (Product Logo) หมายถึง สัญลักษณ์ที่ใช้แทนผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ชั้นนั้น โดยอาจจะมีหรือไม่ก็ได้แล้วแต่ผลิตภัณฑ์ โดยบางครั้งอาจใช้ชื่อแทนโลโก้

2. โลโก้ ผู้ผลิต (Trade Mark) หมายถึง โลโก้ที่ได้รับการจดทะเบียนการค้าเรียบร้อยแล้ว มักเป็นโลโก้ของบริษัทผู้ผลิต โดยจะต้องมีชื่อที่อยู่ให้ครบตามกฎหมาย

3. ภาพประกอบ (Picture) ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์จำเป็นจะต้องใช้ภาพประกอบเพื่อความเข้าใจในตัวสินค้าที่อยู่ภายใน โดยเฉพาะอย่างยิ่งมักจะปรากฏอยู่บนบรรจุภัณฑ์ที่มีความทึบมองไม่เห็นสินค้าภายใน

4.ข้อความบอกสรรพคุณ มีขนาดสั้นๆเป็นตัวอักษรที่เล็กรองลงมาจากชื่อและโลโก้ผลิตภัณฑ์ อาจมีหรือไม่ก็ได้

5.ตรารับประกันคุณภาพ เช่น อักษร อย.- ใช้เป็นตรารับประกันที่ได้รับการตรวจสอบจากกระทรวงสาธารณสุขแล้ว ได้แก่ สินค้าประเภทอาหารและยา อักษร มอก. ใช้เป็นตรารับประกันคุณภาพจากกระทรวงอุตสาหกรรมว่าเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานแล้ว ได้แก่ สินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างหรือสินค้าที่ผลิตในประเทศ

6.ข้อความคุณสมบัติ เป็นข้อความรายละเอียดปลีกย่อย สินค้าบางประเภทก็ถูกบังคับโดยทางราชการใช้เขียนกำกับไว้ด้วย เช่น สินค้าประเภทอาหารกระป๋อง จะต้องมีข้อความส่วนผสมเอาไว้ด้วย สินค้าประเภทยาจะต้องมีชื่อตัวยาที่เป็นส่วนผสมไว้ข้างขวดเสมอตามกฎหมาย

7.จำนวนบรรจุ ในทางกฎหมายจะต้องให้ผู้บริโภคทราบจำนวนบรรจุแน่ชัด โดยถ้าเป็นของเหลวจะมีหน่วยเป็นลูกบาศก์เซนติเมตร หรือซีซี ถ้าเป็นของแข็งจะเป็นจำนวนกรัม หรือถ้าเป็นจำนวนที่นับได้แล้วมีการบรรจุรวมก็ต้องลงข้อความจำนวนบรรจุไว้ด้วย

จะเห็นได้ว่าการจัดองค์ประกอบจะเป็นเรื่องยุ่งยากเพราะมีข้อมูลมากมาย หากขยายให้มรขนาดเท่าๆกันจะทำให้แน่นและล้นกรอบทางบรรจุภัณฑ์อย่างแน่นอน อย่างไรก็ตามการจัดองค์ประกอบนั้นจะต้องให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางการตลาดเสมอ

2.7 วัสดุที่ใช้ในการผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์

2.7.1 วัสดุบรรจุภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์ เป็นปัจจัยสำคัญในการที่ผลิตภัณฑ์จะออกจากแหล่งผลิตไปยังผู้บริโภคได้นั้น วัสดุที่ใช้ในการหีบห่อจะทำหน้าที่เป็นตัวรองรับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในให้รวมกันเป็นกลุ่ม ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงต้องประกอบด้วยวัสดุวัสดุนานาชนิด ซึ่งทำหน้าที่บรรจุป้องกันและนำส่งผลิตภัณฑ์ ในสมัยโบราณวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์จะเป็นวัสดุชนิดเดียวล้วนๆ จากความเจริญทางด้านเทคโนโลยี จึงทำให้วิวัฒนาการในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพกาลเวลา วัสดุบรรจุภัณฑ์จึงประกอบด้วยชั้นของวัสดุต่างๆหลายชนิด เพื่อตอบสนองจุดมุ่งหมายในการใช้งานได้ดียิ่งขึ้น เช่น กระดาษเคลือบด้วยพลาสติก โลหะเปลวอลูมิเนียมเคลือบด้วยพลาสติก เป็นต้น

วัสดุที่นิยมใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ สามารถแบ่งออกได้ 4 ชนิด คือ

1.ไม้และเยื่อไม้

ลังไม้และกระบะ ที่ใช้ในการขนย้ายสินค้าจำนวนมากๆ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมใช้มานานนับปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขนส่งสินค้าจำนวนมากเพื่อการส่งออก โดยทั่วไปแล้วไม้และเยื่อเป็นวัสดุที่ประหยัดและไม่ต้องใช้เครื่องจักรที่ลงทุนมาก

กระดาษ เป็นผลผลิตเยื่อไม้อาจจะอยู่ในรูปของกระดาษเหนียว กระดาษแก้ว หรือกระดาษแข็ง สามารถนำมาแปรรูปเป็นถุง กล่องกระดาษแข็ง กล่องกระดาษลูกฟูก ตามสภาพความเป็นจริงแล้ว ตัวกระดาษเองไม่สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ได้มากนัก หากแต่มีคุณสมบัติแปรรูปได้ง่าย พิมพ์ได้สวยงามและราคาถูก เนื่องจากวัสดุหาได้ง่าย สามารถปลูกทดแทนได้และสามารถนำมาใช้ใหม่ หรือนำมาผลิตใหม่ได้ (ปุ่น คงเจริญเกียรติ, 2531)

กล่องกระดาษแข็ง กล่องกระดาษแข็งที่นิยมใช้สำหรับการบรรจุภัณฑ์ต่างๆ จำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ กล่องพับได้(Folding Carton) และกล่องคงรูป (Rigid หรือ Set Up Box)

1.กล่องพับได้ เป็นกล่องที่ทำจากกระดาษแข็ง ซึ่งสามารถทับรอยบนกระดาษและขึ้นรูปให้ทรงตัวได้เมื่อต้องการ ในการขนส่งและการเก็บรักษาสามารถพับแบนได้ ทำให้ประหยัดเนื้อที่และต้นทุนการผลิตต่ำลง กล่องพับแบนสามารถตกแต่งให้สวยงามได้หลายวิธี ทั้งในด้านลวดลายความละเอียดของการพิมพ์ และรูปแบบของกล่อง ขนาดของกล่อง กระดาษพับได้ส่วนใหญ่จะไม่ใหญ่นัดและจุน้ำหนักไม่เกิน 1.5 กิโลกรัม เนื่องจากความหนาของกระดาษ

แข็งที่ใช้ทำกล่องจำกัดไว้ กล่องชนิดนี้นิยมใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับวางขายมาก เพราะมีลักษณะสามารถดึงดูดใจผู้ซื้อได้ดี อาจนำวัสดุอื่นมาตกแต่งประกอบ เช่น พลาสติก เพื่อให้มองเห็นสินค้าภายในได้ ประเภทผลิตภัณฑ์ที่บรรจุในกล่องประเภทนี้มีกว้างขวาง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหาร ของเล่น ยา เครื่องสำอาง และของใช้ในบ้าน เป็นต้น

กล่องพับได้จำแนกออกได้เป็นหลายแบบดังนี้

แบบถาด(Tray Type) ประกอบด้วยแผ่นที่พับด้านข้างหรือหัวท้ายชนกันเป็นรูปถาด อาจมีฝาในตัวหรือแยกต่างหากก็ได้ ส่วนมุมของถาดอาจยึดต่อด้วยกันโดยใช้กาว แถบกาว ลวดเย็บ หรือเกี่ยวด้วยแผ่นโลหะเล็กๆ หรือปิดผนึกด้วยความร้อน

แบบหลอดหรือตะเข็บข้าง(Tubular หรือ Side-Seamed Type) เป็นกล่องที่พับได้และติดกาวตลาดแนวรอยต่อด้านข้าง เพื่อทำเป็นหลอดทรงเหลี่ยม การขึ้นรูปก่อนำการบรรจุมักใช้เครื่องจักร ส่วนของฝา และก้นกล่องอาจะติดกาวหรือสอดภายใน

แบบพิเศษ(Special Construction)กล่องเหล่านี้ขึ้นอยู่กับระบบของการหีบห่อ แผ่นกล่องจะพับและติดกาวโดยเครื่องจักร ซึ่งบรรจุสินค้าลงก่อนกล่อง เช่น กล่องบรรจุยาสูบ กล่องหิ้วบรรจุขวดและกระป๋อง เป็นต้น

2.กล่องคงรูป เป็นกล่องที่ทำจากกระดาษแข็งที่มีความคงรูปสูง มักมีความหนาระหว่าง 0.5-3.1 มม. เป็นกล่องชนิดทำสำเร็จรูปร่างพร้อมที่จะใช้งาน ดังนั้นในการเก็บหรือขนส่งจึงไม่อาจพับเป็นกล่องแบนราบได้ กล่องชนิดนี้คุ้มครองสินค้าภายในได้ดี แต่มีที่ใช้น้อยกว่ากล่องที่พับได้ รูปแบบของกล่องคงรูปที่นิยมใช้ส่วนใหญ่ คือ Telescope ซึ่งจำแนกเป็น

Full Telescope เป็นแบบฝากล่องคลุมตัวกล่องมิดพอดี

Partial Telescope เป็นแบบที่ฝากล่องคลุมตัวกล่องทางด้านบนเพียงบางส่วน

ส่วนมากแล้วกล่องคงรูปมักมีรูปแบบดัดแปลงไปจากแบบพื้นฐาน เช่น ทรงกลม รูปหัวใจ ฝากล่อง มีบานพับเปิดปิด เป็นต้น ปัจจุบันมีการใช้วัสดุอื่นประกอบเป็นกล่อง เช่น ตัวกล่องเป็นกระดาษแข็งแต่ฝากล่องเป็นพลาสติก เป็นต้น

2.แก้ว

แก้วเป็นวัสดุที่ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์โปร่งใส สามารถมองเห็นสิ่งของภายในได้ชัดเจน ภาชนะที่ทำจากแก้วจำเป็นต้องมีฝาปิด และจัดนี้เองอาจมีการซึมผ่านของไอน้ำและก๊าซได้ดี การกระแทกอาจทำให้แก้วแตกง่าย ภาชนะบรรจุที่ทำจากแก้วคือ ขวด ในรูปร่าง

แตกต่างกันออกไป มีทั้งแบบขวดปากแคบ และขวดปากกว้าง ใช้บรรจุอาหาร ยา เครื่องสำอาง สารเคมี (ดารณี พานทอง, 2524)

บรรจุภัณฑ์แก้วมีการคิดค้นและผลิตขึ้นใช้กันมาช้านานแล้ว แต่กรรมวิธีการผลิตและการใช้สอยในรูปแบบต่างๆกัน เช่น เครื่องประดับ ขวด ถ้วยชามแก้ว จากการศึกษาและย้อนยุคประวัติศาสตร์พบว่า บรรจุภัณฑ์แก้วมีการรู้จักวิธีการผลิตมาตั้งแต่สมัยก่อนคริสต์ศักราช และเมื่อถึงศตวรรษที่3-18 กรรมวิธีการผลิตแก้วได้เผยแพร่ไปทั่วยุโรป มีการผลิตแก้วสีต่างๆ เพื่อประดับตามโบสถ์ อันเป็นยุคที่แก้วมีราคาสูงมาก(งามทิพย์ ภู่วโรดม, 2538)

สำหรับเทคโนโลยีการผลิตแก้วในประเทศไทยนั้นสูงพอสมควร เนื่องจากการถ่ายทอดทางด้านวิชาการจากอารยประเทศ อย่างไรก็ตามต้นทุนในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์แก้วยังสูงอยู่เนื่องจากค่าหล่อแบบ ยกเว้นว่าใช้ขวดแก้วที่เป็นรูปทรงมาตรฐาน สำหรับบรรจุภัณฑ์แก้วแล้วนับว่ามีประโยชน์ที่เหนือกว่าบรรจุภัณฑ์อื่นๆ เนื่องจากสามารถนำมาใช้ได้หลายครั้ง นอกจากนี้ขวดแก้วเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับว่า มีความปลอดภัยต่อสินค้าที่บรรจุใส่มากที่สุด (ปุ่น คงเจริญเกียรติ, 2531)

สำหรับวัตถุดิบหลักของบรรจุภัณฑ์แก้ว ส่วนใหญ่ได้จากทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ทรายแก้ว(Silica Oxide,SiO2) หินปูน(Calcium Oxide, CaO) และโซดาแอซ หรือโซเดียมคาร์บอเนต(Sodium Carbonate, Na2 Co2) ส่วนวัตถุดิบรองได้แก่ เศษแก้ว, สารไล่ฟองอากาศหรือสารลดความหนืดของเนื้อแก้วหลอม, สารเพิ่มความแข็งแรง เช่น อะลูมินา(Alumina, Al2 O3) จะช่วยลดสัมประสิทธิ์ภาพภาพการขยายตัวเมื่อถูกความร้อน, สารฟอกสีเพื่อให้เนื้อแก้วที่ได้ปราศจากสีต่างๆสารที่ใช้ เช่น ซีลีเนียม(Selenium) โคบอลต์ออกไซด์(Cobalt Oxide) และแมงกานีสไดออกไซด์(Manganese Dioxide, MnO2) สารเร่งการหลอมละลายที่นิยมใช้ เช่น ฟลูออร์สปาร์(Fluorspar หรือ CaF2) บอแรกซ์(Borax หรือ Na2B407) และแบไรท์(Barite หรือ Ba So4), สารให้ออกซิเจน เช่น โซเดียมไนเตรด(Sodium Nitrate, Na No3), สารให้สีซึ่งส่วนใหญ่เป็นโลหะออกไซด์ที่มีการใช้กันมาก(งามทิพย์ ภู่วโรดม, 2538)

ประเภทของแก้ว

ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม วิธีทดสอบความทนทานทางเคมีของภาชนะแก้วบรรจุยา มอก.501-2527 ได้แบ่งภาชนะแก้วออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

แก้วประเภทที่1 หมายถึง แก้วบอโรซิลิเกต (แก้วที่มีโบรอนไตรออกไซด์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 โดยน้ำหนัก) เป็นแก้วที่มีความทนทานสูง โดยทั่วไปใช้ทำภาชนะบรรจุยาสำหรับฉีด

แก้วประเภทที่2 หมายถึง แก้วโซดาไลม์(แก้วที่ทำจากไลม์โซดาและทรายเป็นส่วนผสมหลัก) ที่ผ่านกรรมวิธีทางผิว โดยวิธีอัลคาไลส์อย่างเหมาะสม โดยทั่วไปใช้ทำภาชนะบรรจุยาสำหรับฉีดที่มีความเป็นกรดหรือเป็นกลาง แต่อาจใช้ทำภาชนะบรรจุยาสำหรับฉีดที่มีความเป็นด่างได้ ถ้าผ่านการทดสอบแล้วว่ามีความคงตัวเหมาะสม

แก้วประเภทที่3 หมายถึง แก้วโซดาไลม์ ซึ่งโดยทั่วไปไม่ใช้ทำภาชนะบรรจุยาสำหรับฉีด ยกเว้นยาฉีดที่ได้ทำความทดสอบความคงตัวไว้แล้วว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงเมื่อบรรจุในภาชนะที่ทำจากแก้วประเภทนี้

แก้วประเภท NP หมายถึง แก้วโซดาไลม์ที่ใช้ทำภาชนะบรรจุใช้รับประทาน หรือยาที่ใช้ภายนอกเฉพาะที่ แต่ไม่ใช้ทำภาชนะบรรจุยาสำหรับฉีด

แก้วทั้ง 4 ประเภท ดังกล่าวโดยเฉพาะอย่างยิ่ง แก้วประเภทที่ 3 ได้ถูกนำมาใช้เป็นภาชนะบรรจุในอุตสาหกรรมประเภทต่างๆมากมาย เช่น อุตสาหกรรมเบียร์ น้ำอัดลม สุรา ยา อาหาร เครื่องสำอาง เครื่องดื่มบำรุงกำลัง และเครื่องแก้ว เป็นต้น นอกจากนี้แล้วยังแบ่งขวดออกเป็นขวดปากกว้างและขวดปากแคบ ซึ่งใช้กรับวนการผลิตที่ต่างกัน

ส่วนประกอบของขวดแก้ว

ขวดแก้วประกอบด้วยส่วนแระกอบต่างๆ 3 ส่วน คือ ปาก ลำตัว และก้น ทั้งนี้เพราะวิธีการทำเบ้าของขวดแก้ว จะแบ่งเบ้าของขวดแก้วออกเป็น 3 ส่วนดังกล่าว แต่ละส่วนต่างก็มีความสำคัญ แต่ก็จะเน้นส่วนปากเป็นสำคัญเพราะต้องสัมพันธ์กับการเลือกฝา วิธีปิดฝา วิธีบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในขวดและวิธีนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ ปากขวดแก้วชนิดที่นิยมใช้กัน ดังนี้

1.ปากฝาจีบ(Croen Finish) เช่น ขวดเบียร์ น้ำอัดลม

2.ปากเกลียวธรรมดา(Screw Finish) เช่น ขวดยา และขวดอาหารบางชนิด

3.ปากเกลียวพิเศษหรือเกลียวปิดขาด(R.O.P.P Finish) เช่น ขวดยา น้ำอัดลม น้ำหวาน เครื่องดื่มบำรุงกำลัง

4.ปากเกลียวล๊อค(Twist-Off Finish) เช่น ขวดแยม ขวดอาหารที่ต้องผ่านการอบฆ่าเชื้อ

5.ปากคอร์ก (Cork Finish) เช่น ขวดยาฉีด

นอกจากนี้ยังมีปากขวดชนิดอื่นอีกมาก เช่น ปากขวดซอสมะเขือเทศ ปากขวดน้ำเกลือ ปากขวดซุปไก่สกัด เป็นต้น ซึ่งปากขวดแต่ละชนิดมีข้อดีและข้อเสียและเหมาะกับ

ผลิตภัณฑ์บางชนิดเท่านั้น ดังนั้นจึงควรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่จำน้ำมาบรรจุและการใช้งาน (สมพร ภูมิวัฒน์, 2528)

3.โลหะ

ปัจจุบันการแข่งขันด้านการตลาดจากบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆโดยเฉพาะพลาสติก ทำให้บรรจุภัณฑ์โลหะที่นิยมกันมากที่สุด คือ กระป๋อง ต้องทำการพัฒนาตัวเองด้วยการค้นคว้าหาวิธีลดความหนาของโลหะ เพื่อจะได้ลดต้นทุนการผลิตลง (ปุ่น คงเจริญเกียรติ, 2531)

โลหะมีคุณสมบัติแข็งแรง ทนทาน การเคลือบผิวภายในจะช่วยลดการสึกกร่อน ซึ่งเกิดจากปฏิกิริยาระหว่างโลหะกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ ไม่มีการซึมผ่านของไอน้ำและก๊าซ แต่มีจุดอ่อนอยู่ตามรอยต่อหรือฝาภาชนะ บรรจุภัณฑ์โลหะที่ใช้ทั่วไปมีทั้งประเภทคงรูปและกึ่งคงรูป ขนาดก็แตกต่างกันไปตามลักษณะการใช้งานตั้งแต่Consumer Unit ไปจนถึงขนาดเพื่อการขนส่ง โลหะที่นำมาผลิตบรรจุภัณฑ์รูปร่างต่างๆที่พบในการใช้งานมาก คือ

3.1 **กระป๋อง** (Can) รูปทรงต่างๆ เช่น รูปทรงกระบอก รูปทรงสี่เหลี่ยม รูปไข่ เป็นต้น ซึ่งอาจจะทำจากโลหะต่างๆชนิด เช่น แผ่นเหล็ก แผ่นเหล็กอาบดีบุก อะลูมิเนียมและอื่นๆ ใช้บรรจุอาหาร ยา น้ำมันหล่อลื่น และเครื่องใช้อื่นๆ

3.2 **ถัง** (Drum, Pail, Keg) มีความจุและขนาดใหญ่กว่ากระป๋องมาก ใช้บรรจุสารเคมี น้ำมันหล่อลื่น และอื่นๆ

3.3 Aerosols or Pressurized Containers ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลวและมีสารที่ใช้ขับ(Propelant) ซึ่งเป็นทั้งของเหลวและก๊าซผสมกันอยู่ภายในบรรจุยาฆ่าแมลงต่างๆ เครื่องสำอาง อาหาร และยาบางชนิด

3.4 Callapsible Tubes เป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทหลอดบรรจุสินค้าที่มีลักษณะหนืด เช่น เครื่องสำอาง หลอดยาสีฟัน ยา อาหาร กาว

3.5 **อะลูมิเนียมแผ่นเปลว**(Aluminium Foil) นำมาขึ้นรูปการอัดในแม่พิมพ์เป็นภาชนะประเภทกึ่งคงรูปทำเป็นรูปร่างต่างๆ เพื่อบรรจุอาหาร และอื่นๆ (ดารณี พานทอง, 2524)

ปัจจุบันดีบุกและอะลูมิเนียม ถูกใช้เป็นจำนวนมากในการผลิตกระป๋อง กระป๋องสเปรย์ และฝาปิดต่างๆ กระป๋องอาจทำได้หลายวิธี กระป๋องบางชนิดก็ประกอบขึ้นด้วยแผ่นดีบุก 3 ชิ้น ซึ่งใช้กันมากสำหรับบรรจุเครื่องดื่มและอาหารสัตว์ กว่าครึ่งหนึ่งของกระป๋องบรรจุเครื่องดื่มที่ผลิตขึ้นทำจาอะลูมิเนียม

4. พลาสติก

พลาสติกเป็นสารสังเคราะห์ที่มนุษย์คิดขึ้นมา ประกอบด้วยธาตุออกซิเจน ไฮโดรเจน ไนโตรเจน สารอินทรีย์ และสารอนินทรีย์ อัตราส่วนมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับชนิดและประเภทของพลาสติก พลาสติกสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. **เทอร์โมเซตติ้ง** (Thermosetings) หมายถึง พลาสติกที่มีรูปทรงถาวรเมื่อได้ผ่านการผลิตโดยวิธีใช้ความร้อน(Heal) และแรงอัด(Pressure) จะนำกลับไปหลอมละลายอีกไม่ได้

2. **เทอร์โมพลาสติก**(Thermoplastics) หมายถึง พลาสติกเมื่อได้รับความร้อนแล้วจะหลอมเหลว และเมื่อปล่อยให้เย็นลงจะกลับแข็งตัวดังเดิม ผลิตภัณฑ์พลาสติกประเภทนี้จึงสามารถนำมาหลอกใช้ใหม่ได้อีก(วิมล วิริยะวิทย์, 2518)

รูปแบบของพลาสติกที่ใช้ในการบรรจุหีบห่อ ส่วนใหญ่เป็นประเภทเทอร์โมพลาสติก และมีการใช้กันอยู่ใน 2 รูปแบบ หลักๆ ดังนี้ คือ

1. **ฟิล์มและแผ่นพลาสติก**(Plastic Film and Sheet)

ฟิล์มและแผ่นพลาสติก หมายถึง พลาสติกที่รีดและเป่าให้เป็นแผ่นบาง นิยมทำเป็นถุงหรือห่อผลิตภัณฑ์ต่างๆ คำว่า "ฟิล์ม" และ "แผ่น" จำต่างกันที่ความหนา ถ้าความหนาต่ำกว่า 250 ไมครอน จะหมายถึง ฟิล์มพลาสติก แต่ถ้ามากกว่า 250ไมครอน จะหมายถึง แผ่นพลาสติกรูปแบบการใช้งานฟิล์มพลาสติก อาจจำแนกได้เป็น 8 ลักษณะ ดังนี้

1.1**การห่อ**(Wrapping) มีทั้งการห่อด้วยมือและห่อด้วยเครื่องจักรใช้ได้กับสินค้าขนาดต่างๆ เช่น คุกกี้ ลูกกวาด ขนมปัง แซนวิช กล่องกระดาษ ถาด ฯลฯ ฟิล์มที่ใช้ควรมีความคงรูปที่พอเหมาะ อาจจะเป็นชนิดเดียวล้วนๆ เช่น กระดาษแก้ว OPP หรือเป็นชนิดลามิเนตก็ได้

1.2**ถุง**(Bag or Pouch) มีการใช้กันอย่างกว้างขวางที่สุด โดยทั่วไปถ้าเป็นแบบปิดผนึกที่ด้านปลาย 2 ด้าน จะเรียกว่า "Bag" แต่ถ้าปิดผนึกทั้ง 4 ด้านจะเรียกว่า "Pouch" พลาสติกที่ใช้มีทั้งชนิดเดียวกันล้วน และชนิดเป็นวัสดุผสม ขึ้นกับคุณสมบัติที่ต้องการเป็นหลัก เครื่องปิดผนึกด้วยความร้อนมีทั้งแบบปิดครั้งละในหรือแบบอัตโนมัติ ซึ่งมีส่วนของการขึ้นรูปถุง บรรจุและปิดผนึกอยู่ในเครื่องเดียวกัน(Form-Fill Seal)

1.3ถุงในกล่อง(Bag-in-Box) ที่แข็งแรงเหมาะกับการใช้งานเช่นกัน ซึ่งมักเป็นกล่องกระดาษนิยมใช้บรรจุอาหารเหลว เช่น ไวน์ สาเก ซอส น้ำผลไม้ เป็นต้น ฟิล์มพลาสติกที่ใช้ต้องสามารถป้องกันไอน้ำและอากาศได้ดี ส่วนกล่องที่ใช้ต้องมีคุณสมบัติลูกฟูก

1.4ถุงพลาสติกสำหรับบรรจุสินค้าหนัก(Heavy-Duty Sack) เป็นถุงขนาดใหญ่ที่มีความเหนียวสูงมักบรรจุสินค้าเพื่อการขนส่ง เช่น เกลือ น้ำตาล ธัญพืชต่างๆ ดินปุ๋ย ฯลฯ ในบางกรณีได้ออกแบบเฉพาะเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกต่อการลำเลียงและใช้บรรจุสินค้าที่น้ำหนัก 1000ก.ก.ขึ้นไป ซึ่งเรียกถุงชนิดนี้ว่า Interme Diat Bulk Container (IBC)

1.5**กระสอบพลาสติก**(Woven Plastic Film Lape Sack) เป็นการทอจากแผ่นฟิล์มพลาสติก HDPE หรือ PP ใช้บรรจุผลิตผลเกษตร ปุ๋ย และอาหารสัตว์ ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเพราะสามารถใช้ทดแทนกระสอบปอได้ดี

1.6**ตาข่าย**(Netting) เป็นการนำแถบพลาสติกขนาดเล็กมาสานหรือเชื่อมเป็นตาข่าย ใช้ในการทำเป็นถุงผัก ผลไม้สด เช่น ส้ม มะนาว หอมใหญ่ เป็นต้น หรือใช้ห่ออาหารประเภทเป็ด ไก่แช่แข็ง นอกจากนี้ยังมีการทำเป็นหลอดสำหรับบรรจุต้นไม้หรือแผ่นลูกฟูกที่พับแบนแล้วเพื่อการขนส่งด้วย พลาสติกที่ใช้ส่วนใหญ่ คือ HDPE

1.7**ฟิล์มหด**(Shrink Film) เป็นฟิล์มที่หดตัวเมื่อได้รับความร้อน ใช้ในการรัดสินค้าเพื่อป้องกันฝุ่นละอองหรือป้องกันขโมย หรือรวมหน่วยให้เป็นชุด รวมทั้งใช้ห่อรัดสินค้าที่จัดเรียงไว้บนแท่นรองรับสินค้า เพื่อให้สะดวกต่อการลำเลียงและขนส่ง ส่วนฟิล์มที่นิยมสำหรับสินค้าขายปลีกมักเป็นPVC ส่วนฟิล์มที่ใช้กับแท่นรองรับสินค้ามักเป็น LDPE หรือ LLDPE

1.8**ฟิล์มยืด**(Stretch Film) เป็นฟิล์มที่ยืดได้คล้ายอิลาสติกและใช้ห่อสินค้าชิ้นเดียวหรือหลายชิ้นเข้าด้วยกัน เพื่อป้องกันสภาวะแวดล้อมและรวมหน่วยสำหรับขนส่ง ชนิดของพลาสติกที่ใช้และการใช้งานเช่นเดียวกับฟิล์มหดแต่ต่างกันตรงที่ฟิล์มยืดไม่ต้องอาศัยความร้อน จึงสามารถประหยัดพลังงานได้

2.ภาชนะพลาสติก(Plastic Container)

ภาชนะพลาสติก หมายถึง พลาสติกที่ได้มีการขึ้นรูปเป็นรูปทรงต่างๆ ที่แน่นอน เช่น ขวด ถาด ถ้วย กล่อง ถัง ตะกร้า ลัง เป็นต้น รวมทั้งพวกที่ขึ้นรูปแล้วใช้รวมกันกับวัสดุอื่น เช่น Skin Pack, Blister Pack เป็นต้น ภาชนะพลาสติกสามารถแบ่งได้ดังนี้

2.1ขวดพลาสติก(Plastic Bottle) หมายถึง ภาชนะพลาสติกที่มีปากแคบ มีปริมาณการใช้ที่เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากมีน้ำหนักเบา และทนทานต่อการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิ

ได้เป็นอย่างดี(Shock Resistance) ไม่แตกง่ายและราคาต่ำกว่าขวดแก้ว แต่ขวดพลาสติกก็ยังมีข้อที่ควรระวังเกี่ยวกับการป้องกันไอน้ำและก๊าซ ความแข็งแรงในการรับแรงกดตลอดจนความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

2.2ถ้วยพลาสติกและขวดพลาสติกปากกว้าง (Plastic Cup and Jar) มีคุณสมบัติทั่วไปและการเลือกใช้เช่นเดียวกับขวดพลาสติก ข้อดีของภาชนะประเภทนี้เมื่อเทียบกับขวดคือ ง่ายต่อการบรรจุ ปิดฝาและการวางเรียงซ้อน นอกจากนั้นต้นทุนการผลิตก็ต่ำกว่า เพราะสามารถผลิตได้ง่ายและรวมเร็วกว่านั่นเอง ถ้วยพลาสติกมักใช้บรรจุอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบรรจุแบบปลอดเชื้อ(Aseptic) เช่น โยเกิร์ต ครีม น้ำเชื่อม เนย น้ำสลัด มายองเนส น้ำผึ้ง เป็นต้น ส่วนปวดปากกว่างมักบรรจุกาแฟ แยม เครื่องสำอาง เครื่องทศ เป็นต้น พลาสติกที่นิยมใช้ทำภาชนะบรรจุประเภทนี้ที่สุดคือ PP เพราะสามารถบรรจุขณะร้อนได้ และยังมีคุณสมบัติป้องกันการซึมผ่านของไอน้ำ ก๊าซ และไขมันได้ดี PS มีการใช้อยู่บ้างแต่ไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการอายุการเก็บนาน

2.3ตรัมพลาสติก(Plastic Drum) ลักษณะที่เด่นชัดคือ รูปทรงกระบอกและแคบเรียวลงตรงส่วนบนและล่าง ใช้บรรจุของเหลวหรือของแห้ง (เป็นผงหรือเม็ด) เพื่อการขนส่ง ความจุทั่วไปอยู่ระหว่าง 60 ถึง 250 ลิตร ผลิตภัณฑ์ที่บรรจุมัก ได้แก่ สี ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ผงซักฟอก อาหาร สารเคมี เป็นต้น พลาสติกที่ใช้ส่วนใหญ่ คือ HDPE เนื่องจากดรัมพลาสติกนี้ใช้ในการขนส่งจึงมีการทดสอบคุณสมบัติด้านความแข็งแรง เป็นการทดสอบการด้านแรงกด การตกกระแทก การสั่นสะเทือน เป็นต้น

2.4กระป๋องและถังพลาสติก(Plactic Can, Jerry Can and Pail) เป็นภาชนะพลาสติกขนาดค่อนข้างเล็กความจุ 1-60 ลิตร พลาสติกที่ใช้ทำส่วนใหญ่ คือ HDPE และ PVC มักใช้เพื่อการขนส่งจึงต้องมีความแข็งแรง

2.5ลังพลาสติก(Plastic Cuate) เป็นภาชนะบรรจุที่ใช้กับผลิตผลสดเพื่อการขนส่ง เนื่องจากมีความแข็งสามารถเรียงซ้อนได้ ไม่เสียคุณสมบัติเมื่อถูกน้ำ พลาสติกที่ใช้ส่วนใหญ่ คือ HDPE และผลผลิตโดยกรรมวิธีฉีก

2.6ถาดพลาสติก(Plastic Tray) เป็นภาชนะพลาสติกที่มีความสูงน้อยมาก มีปริมาณการใช้ที่เพิ่มมากขึ้นในสภาวะสังคมปัจจุบัน เนื่องจากนิยมใช้ในภัตตาคาร ร้านอาหารแบบบริการช่วยตัวเอง เพื่อบรรจุ อาหาร ขนม เป็นต้น นอกจากนั้นยังใช้บรรจุผัก และผลไม้ เนื้อสัตว์ เพื่อการขายปลีกในซุปเปอร์มาร์เก็ต ข้อดี คือมีน้ำหนักเบาราคาไม่สูง วางเรียงซ้อนได้

สะดวก พลาสติกที่ใช้ได้แก่ PVC, PS, PE และโฟม (Expanded PS) และมักใช้ห่อด้วยฟิล์มยืดหรือฟิล์มหดอีกทีหนึ่ง

2.8 การพิมพ์บรรจุภัณฑ์

ระบบการพิมพ์หลักๆที่ใช้ในการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นวัสดุพลาสติกอ่อน กล่องกระดาษ กล่องลูกฟูก โลหะ หรือวัสดุอื่นๆ ได้แก่ ออฟเซต ดรายออฟเซต เฟล็กโซกราฟีและกราวัวร์ เป็นต้น ในขณะที่ระบบพิมพ์เล็ตเตอร์เพรสและสกรีนยังมีส่วนบ้างในตลาดแต่ก็ไม่มากนัก และสำหรับในอนาคต ระบบการพิมพ์แบบดิจิทัล (Digital Printing) จะเข้ามามีบทบาทอย่างแน่นอนซึ่งมีลักษณะเด่น คือ ทำให้ผลิตสิ่งพิมพ์ได้โดยไม่จำเป็นต้องผ่านฟิล์มและแม่พิมพ์เลย

ระบบพิมพ์ออฟเซต

การพิมพ์ออฟเซต เป็นกระบวนการพิมพ์ที่ช่างพิมพ์ส่วนใหญ่ยอมรับว่าให้คุณภาพงานพิมพ์ โดยเฉพาะการผลิตน้ำหนักสีของภาพ (Tone Reproduction) ได้ดีที่สุด เพราะแม่พิมพ์สามารถบันทึกรายละเอียดตั้งแต่ไฮไลท์ (High Light) 3-5% ถึงบริเวณเงา (Shadow) 95-97% ซึ่งพิมพ์ของหมึกที่ถ่ายทอดไปยังวัสดุใช้พิมพ์บางกว่าระบบพิมพ์อื่นๆ (ประมาณ 5-7 ไมครอน) ช่วยให้การผสมสีถูกต้องมากขึ้นและให้ปริมาณเกิดเม็ดสกรีนบวมน้อยกว่า เนื่องจากหมึกพิมพ์ที่ใช้เป็นหมึกเหนียวข้น เป็นต้น ซึ่งประเด็นดังกล่าวเป็นข้อดีของการพิมพ์ระบบออฟเซต ข้อจำกัดที่มักทำให้ช่างพิมพ์ไม่ชอบคือ การมีน้ำเข้ามาเกี่ยวข้องในการพิมพ์ เพราะถ้าหมึกพิมพ์กับน้ำไม่อยู่ในภาวะสมดุล จะทำให้เกิดปัญหาการพิมพ์ตามมา เช่น การขึ้นพื้น (Tinting) สกัม (Scumming) เม็ดสกรีนบวม (Dot Gain) และการถ่ายทอดหมึกพิมพ์ไม่คงที่ เป็นต้น

ระบบออฟเซตส่วนใหญ่ใช้พิมพ์งานบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องกระดาษ หรือกล่องพับ (Cartons and Folding Boxes) โลหะ และกระป๋อง ที่น่าสนใจคือ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการพิมพ์ออฟเซต ที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการพิมพ์มีความมั่นใจในคุณภาพสิ่งพิมพ์ สามารถแข่งขันได้ทั้งในด้านราคาและความปลอดภัย ซึ่งเป็นมิติใหม่ของระบบการพิมพ์ออฟเซตนั่นก็คือ

การพิมพ์ออฟเซตไร้น้ำ (Waterless Offset Printing)

เครื่องพิมพ์ประเภทงานจำนวนตามสั่ง (On-Demand Printing) จำนวนน้อยๆโดยช่างสามารถจัดการเตรียมพร้อมพิมพ์ (Markeready) เปลี่ยนงานพิมพ์เก่าให้พร้อมที่จะพิมพ์งานใหม่ให้รวดเร็ว

เครื่องพิมพ์มีขนาด (Format) ใหญ่ขึ้นเพื่อพิมพ์งานป้อนตลาดบรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะ เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะช่วยให้ช่างพิมพ์สามารถจักการเครื่องพิมพ์ได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น พร้อมกับปรับปรุงคุณภาพงานพิมพ์ให้สม่ำเสมอ เช่น ระบบไม่มีช่องว่างของโมแม่พิมพ์และโมผ้ายาง (Gapless/Sleeve Offset) ระบบทำซื้นแบบใหม่ที่ช่วยให้หมึกพิมพ์กับน้ำยาฟาวน์เทนถึงจุดสมดุลเร็วขึ้น การใส่ถอดแม่พิมพ์อัตโนมัติและตั้งข้อมูลพิมพ์ก่อนทำการพิมพ์จริง (Preset-Ting) เป็นต้น

ระบบพิมพ์ Computer-To-Offset Press ที่เครื่องพิมพ์จะต่อพ่วงกับคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการเตรียมข้อมูล ซึ่งหลังจากจัดหน้าแล้วจะส่งข้อมูลดิจิตัลโดยตรงไปยังเครื่องพิมพ์เพื่อทำแม่พิมพ์ (ไม่มีการล้าง) แล้วทำการพิมพ์ทันที

การพัฒนาเทคโนโลยีเคลือบผิว (Overprint Coating) ต่อพ่วงกับเครื่องพิมพ์โดยตรง (On-Line) ได้แก่ Blanket Coater หรือ Dampener Coater เป็นต้น

หมึกพิมพ์และสารเคลือบปลอดมลพิษ (Environmentally Friendly Printing) ได้แก่ Vegetable Oil Inks, UV and EB Cured Inks / Coater เป็นต้น

ผงสีพิเศษ Iriodinที่ให้ความมัน สุกใส เป็นประกาย (lustre Effect) ไม่มีพิษทนความร้อนสูง

ระบบพิมพ์ดรายออฟเซต (Dry Offset)

การพิมพ์ดรายออฟเซต เป็นระบบพิมพ์ที่ใช้หลักการของออฟเซตกับเล็ตเตอร์เพลสเข้าด้วยกัน คือใช้แม่พิมพ์พื้นนูนถ่ายทอดหมึกพิมพ์ผ่านผ้ายางไปยังวัสดุพิมพ์ โดยไม่จำเป็นต้องใช้ระบบทำซื้นเข้ามาเกี่ยวข้องมีข้อได้เปรียบและลักษณะเด่นคือ พิมพ์ง่ายไม่มีปัญหาการรวมตัวกันระหว่างหมึกพิมพ์กับน้ำและเหมาะสำหรับการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องที่ออกแบบให้ใช้หมึกพิมพ์ประเภทโลหะ หมึกพิมพ์สะท้อนแสง การเคลือบผิวหรือการพิมพ์สีบรอนซ์ เพราะหมึกพิมพ์หรือสารเคลือบเหล่านี้จะมีปฏิกิริยากับน้ำได้ง่าย จึงไม่เหมาะที่จะใช้ระบบพิมพ์ออฟเซตธรรมดา นอกจากนี้การพิมพ์ดรายออฟเซตยังเหมาะที่จะพิมพ์บรรจุภัณฑ์ประเภทหลอดและถ้วยอีกด้วย โดยการขึ้นรูปก่อนแล้วจึงทำการพิมพ์ที่หลัง

ระบบพิมพ์กราวัวร์

เป็นระบบพิมพ์ที่ใช้หลักการจ่ายหมึกเหลวในร่องลึกของแม่พิมพ์ทรงกระบอก ที่ผิวเคลือบด้วยทองแดงและโครเมียม มียางปาด (Doctor Blade) ทำหน้าที่ปาดหมึกบริเวณที่ไม่ใช่ภาพก่อนที่จะถ่ายทอดไปยังวัสดุที่ใช้พิมพ์โดยตรง เรียกลักษณะการพิมพ์แบบนี้ว่า การพิมพ์ทางตรง (Direct Printing) เครื่องพิมพ์มี 2 แบบ คือ แบบป้อนม้วน (Web-Blade) กับป้อนที่ละแผ่น

(Sheet-Fed) แบบแรกจะออกแบบสำหรับพิมพ์วัสดุอ่อน เช่น พลาสติก อลูมิเนียมฟอยด์เมทัลไลค์ กระดาษแก้วและกระดาษบาง ในขณะที่แบบหลังจะเหมาะสำหรับกระดาษแข็งที่ใช้ทำกล่องประเภทบรรจุที่ต้องการความสวยงาม และลักษณะเด่นของสีเป็นประเด็นสำคัญ

ระบบพิมพ์กราวัวร์ เป็นระบบที่ต้องการผู้ชำราญการและมีประสบการณ์สูง โดยเฉพาะขั้นตอนการทำแม่พิมพ์ ซึ่งปัจจุบันยังใช้วิธีการกัดร่องลึกด้วยกระบวนการทางเคมีและใช้วิธีการเจาะด้วยเครื่องเจาะอิเล็กทรอแมคานิก (Engraving Machine) อยู่ทั้งๆที่ในอนาคตจะมีวิธีการเจาะร่องลึกด้วยลำแสงเลเซอร์มาใช้มากขึ้นหรือเปลี่ยนไปใช้แม่พิมพ์แบบพอลิเมอร์แทนโลหะ

ข้อเด่นและได้เปรียบของระบบพิมพ์กราวัวร์ในการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ

เครื่องพิมพ์กราวัวร์มีโครงสร้างไม่ซับซ้อน ทำให้สามารถพิมพ์ด้วยความเร็วสูงๆได้ และมีโอกาสสูญเสียวัสดุใช้พิมพ์น้อยกว่าการพิมพ์ระบบอื่นๆ

เนื่องจากแม่พิมพ์เป็นโลหะทนทานต่อการสึกกร่อนได้ดี ทำให้สามารถใช้กับหมึกพิมพ์ได้หลายประเภทรวมทั้งสารสีกลุ่มโลหะ และสีสังเคราะห์ที่ไม่สามารถใช้กับระบบพิมพ์อื่นๆได้ ซึ่งหมึกประเภทนี้จะเป็นสีพิเศษมีลักษณะเด่นเฉพาะ เหมาะสำหรับงานพิมพ์พื้นตาย ทดแทนการพิมพ์สีบรอนซ์ ซึ่งเดิมใช้ระบบออฟเซตและการปั๊มฟลอยด์ ให้ความหนาของชั้นฟิล์มของหมึกพิมพ์มากกว่าระบบพิมพ์อื่นๆ นับว่าเป็นข้อดีที่ทำให้สีที่ได้มีความอิ่มตัวสูง ขนาดโมแม่พิมพ์เปลี่ยนได้ตามขนาดของงาน เหมาะที่จะใช้พิมพ์งานจำนวนมากๆ

ข้อจำกัดของระบบพิมพ์ดังกล่าวคือ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนสูง หมึกพิมพ์ส่วนใหญ่เป็นหมึกพิมพ์ฐานตัวละลาย (Solvent Based Inks) ที่จะปล่อยสารไอระเหย ออกมาทำอันตรายแก่ผู้ปฏิบัติงานและต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ความไม่แน่ใจว่าจะมีสารตัวละลายตกค้างอยู่ในสิ่งพิมพ์หรือไม่ก็เป็นเรื่องสำคัญ ในการพิมพ์ระบบนี้ขึ้นอยู่กับระบบการแห้งตัว (ปกติสารละลายตกค้างควรมีค่าไม่เกิน 18 มก. ต่อตารางเมตร หรือ 1.8 มก. ต่อตารางฟุต)

ที่น่าสนใจของการพัฒนาระบบพิมพ์กราวัวร์คือ เทคโนโลยี Direct-to-Gravure (DTG) เป็นระบบที่ทำแม่พิมพ์โดยตรงจากคอมพิวเตอร์ ไม่ผ่านฟิล์มเข้าเครื่องเจาะร่องลึกทำแม่พิมพ์ทันที นอกจากนี้เครื่องพิมพ์กราวัวร์แบบแผ่นป้อนยังสามารถนำไปใช้ร่วมกับระบบพิมพ์ออฟเซตได้ในขั้นตอน พรีพริ้นท์สำหรับงานเคลือบผิวหรือหมึกพิเศษอื่นๆ ก่อนที่จะนำไปพิมพ์ออฟเซตทีหลัง ทำให้ได้สิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงอย่างออฟเซต และสีสดใสอย่างกราวัวร์

2.9 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบรรจุภัณฑ์

ความสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ นับวันจะมีมากยิ่งขึ้น เนื่องจากความตื่นตัวของผู้บริโภค และกระแสโลกานุวัตร กระตุ้นให้รัฐบาล ต้องออกกฎหมายควบคุม เพื่อการคุ้มครองแก่ผู้บริโภคให้ได้รับความยุติธรรมมากที่สุด

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ถือได้ว่าเป็นกฎหมายฉบับแรกของประเทศไทย ที่มีการจัดตั้งหน่วยงาน ของรัฐขึ้น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยตรง เนื่องจากกฎหมายอื่น ๆ ที่บัญญัติขึ้นควบคุมผู้ประกอบธุรกิจนั้น เป็นการคุ้มครองสิทธิ ของผู้บริโภคทางอ้อม ผู้บริโภคจึงไม่อาจใช้สิทธิในการฟ้องร้องผู้ประกอบธุรกิจ ต่อศาลอาญาได้ ส่วนการดำเนินการ ทางแพ่งก็เป็นภาระ และเสียค่าใช้จ่ายมาก อีกทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่ ยังไม่อยู่ในฐานะที่จะดำเนินคดีด้วยตนเองได้

วิธีการดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติให้องค์กรของรัฐมีอำนาจหน้าที่ในการควบคุม กำกับดูแลและประสานงาน การปฏิบัติงานของส่วนราชการต่างๆ เพื่อให้ความคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งเป็นหน่วยงานที่ให้ผู้บริโภคได้ใช้สิทธิร้องเรียนเพื่อขอให้ได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย เมื่อถูกผู้ประกอบธุรกิจละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

1. **สิทธิของผู้บริโภค** ผู้บริโภคมีสิทธิจะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย 4 ข้อ ดังนี้

1.1 สิทธิที่ได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้อง และเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

1.2 สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้า และบริการ โดยปราศจากการผูกขาด

1.3 สิทธิที่ได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

1.4 สิทธิที่จะได้ชดเชยความเสียหายจากการใช้สินค้า หรือบริการ

2. **องค์กรของรัฐตาม พ.ร.บ.** องค์กรของรัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคทั้ง 4 ข้อข้างต้นนี้ คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) มีการแบ่งการคุ้มครองผู้บริโภคเป็น 2 ด้าน คือ ด้านโฆษณา (มีคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา) และด้านฉลาก (มีคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก) ต่างก็มีคณะอนุกรรมการย่อยลงไปอีก เพื่อสอดส่องดูแลรับเรื่องร้องทุกข์ พิจารณาความผิดที่เกิดขึ้นทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดอื่น ๆ

3. การคุ้มครองผู้บริโภคด้วยฉลากสินค้า ความหมายของฉลากตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มีดังนี้ คือ คำว่า ฉลาก ตามมาตรา 3 แห่ง พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กำหนดให้หมายความถึง รูป รอยประดิษฐ์ กระดาษ หรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งแสดงไว้ที่สินค้า หรือภาชนะบรรจุหีบห่อ บรรจุสินค้า สอดแทรกหรือรวมไว้ กับสินค้าหรือภาชนะบรรจุสินค้า และหมายความรวมถึงเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้า พร้อมทั้งป้าย ที่ติดตั้ง หรือแสดง ไว้ที่สินค้า หรือภาชนะบรรจุหีบห่อที่บรรจุสินค้านั้น

ส่วนสินค้าควบคุมฉลากจากต่างประเทศ ที่นำเข้ามาขายในประเทศไทย ต้องทำฉลากเป็นข้อความภาษาไทย มีความหมายตรงกับข้อความในภาษาต่างประเทศ โดยระบุชื่อพร้อมสถานที่ ประกอบการของผู้ได้รับใบอนุญาตให้นำเข้าสินค้านั้น และต้องมีรายละเอียด เกี่ยวกับสินค้าตามประกาศที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้ กำหนดไว้ในแต่ละประเภทของสินค้า สินค้าที่กำหนดให้เป็นสินค้าควบคุมฉลาก มีดังนี้

3.1 สินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตราย สุขภาพร่างกาย หรือจิตใจเนื่องจากการใช้สินค้าหรือสภาพของสินค้านั้น เช่น ภาชนะพลาสติก - เต้ารับ - เต้าเสียบ เครื่องใช้ไฟฟ้า หลอดฟลูออเรสเซนต์ เครื่องตัดวงจรไฟฟ้า เป็นต้น

3.2 สินค้าที่ประชาชนทั่วไปใช้เป็นประจำ ซึ่งการกำหนดฉลากของสินค้านั้น จะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค เพื่อจะได้ทราบข้อเท็จจริง ในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้านั้น เช่น สีผสมอาหาร สมุด ปากกาลูกลื่น ภาชนะ กระดาษที่ใช้กับอาหาร กระดาษเช็ดหน้า เป็นต้น

พระราชบัญญัติมาตรฐานอุตสาหกรรม พ.ศ.2511

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม หรือรู้จักกันในนามของ "สมอ." เป็นหน่วยงานระดับกรม สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม โดยได้รับการจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ.2511 จึงนับได้ว่า สมอ. เป็นสถาบันมาตรฐาน แห่งชาติ โดยมีหน้าที่หลัก คือ การกำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) การรับรองระบบคุณภาพ รับรองความสามารถ ของห้องปฏิบัติการทดสอบและสอบเทียบ นอกจากนี้ยังมีหน้าที่เป็นสื่อกลางกับองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งโลก เช่น องค์การค้า ระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Organization For Standardization) หรือที่รู้จักกันแพร่หลายว่า ISO องค์การโลก (World Trade Organization หรือ WTO) และองค์กรอื่น ๆ

การจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีอยู่อย่างมากมายนั้น ทาง สมอ. มีระบบการจัดหมวดหมู่เป็นไปตามที่ ISO ได้พัฒนาขึ้น มีชื่อว่า International Clasification For Standard หรือเรียกย่อว่า ICS และประกาศใช้เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ.2535

1. **ความหมายของมาตรฐานอุตสาหกรรม** มาตรฐานอุตสาหกรรม คือข้อกำหนดทางวิชาการที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้จัดทำขึ้น เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบธุรกิจในการผลิต สินค้าให้มีคุณภาพในระดับที่เหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุด เครื่องหมายมาตรฐานเหล่านี้จะเป็นหลักฐานของทางราชการ และเป็นเครื่องพิสูจน์บ่งชี้ว่า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทำขึ้นได้ตามมาตรฐาน เครื่องหมายมาตรฐานจะช่วยเพิ่มความเชื่อถือ ในสินค้าและธุรกิจ ข้อสำคัญที่สุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นจะอยู่ในระดับที่เหมาะสมเป็นที่ยอมรับผู้ประกอบธุรกิจสามารถ รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สม่ำเสมอได้ตลอด สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ดำเนินการกำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรม ขึ้นเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบธุรกิจ ให้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานอันเป็น การเพิ่มความเชื่อถือในคุณภาพของสินค้าไทยทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ และเพื่อประหยัดทรัพยากร พร้อมทั้งลดต้นทุน การผลิต

2. **วัตถุประสงค์ของการมีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สามารถจำแนกได้ดังนี้**

1. เพื่อสร้างความเชื่อถือผลิตภัณฑ์ที่ทำในประเทศด้วยการปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้น
2. เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขาย ขจัดปัญหาและอุปสรรคทางการค้าต่าง ๆ
3. เพื่อสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน
4. เพื่อให้เกิดการประหยัดทรัพยากรและค่าใช้จ่ายในการใช้งานและการผลิต
5. เพื่อเป็นสื่อเชื่อมโยงในอุตสาหกรรมต่อเนื่องและประสานกันได้พอดี

เมื่อผู้ประกอบธุรกิจรายใดที่ต้องการแสดงเครื่องหมายมาตรฐาน หรือเครื่องหมายรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จะต้องยื่นคำ ขอรับใบอนุญาต เมื่อสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ตรวจสอบโรงงานและผลิตภัณฑ์แล้วว่า สามารถทำได้ตามมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ จะอนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐานได้

1. เครื่องหมายมาตรฐาน เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ทั่วไป เช่น เครื่องอุปโภคบริโภค เป็นต้น
2. เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ ผลิตภัณฑ์ใดที่กำหนดไว้ว่าเป็นมาตรฐานบังคับ ผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้จำหน่ายจะต้องผลิต นำเข้า และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามมาตรฐานเท่านั้น โดยมีเครื่องหมายมาตรฐาน บังคับแสดง เช่น ผงชักฟอก ถังก๊าซปิโตรเลียมบัลลาสต์ สำหรับหลอดฟลูออเรสเซนต์ เหล็กเส้น เสริมคอนกรีต เป็นต้น

องค์กรที่รับผิดชอบพระราชบัญญัติเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

พระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์รับผิดชอบโดยองค์กรต่อไปนี้

1. สำนักงานกลางชั่งตวงวัด กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์
2. คณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข
3. คณะกรรมการผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี
4. สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม

หน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

นอกเหนือจากองค์กรที่รับผิดชอบต่อพระราชบัญญัติทั้ง 4 ดังที่กล่าวมาแล้วนั้น ยังมีองค์กรทั้งส่วนของราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชนที่มีกิจกรรมเกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

1. **ส่วนอุตสาหกรรมการเกษตร สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม** มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษา วิเคราะห์และวิจัยข้อมูลทางเทคโนโลยี เศรษฐศาสตร์ อุตสาหกรรมการเกษตร เน้นการแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากพืช เพื่อกำหนดและพัฒนาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ตามภาวะการตลาดประสานงานจัดหาผู้ชำนาญการเฉพาะด้านเพื่อฝึกอบรมสัมมนา และให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อการแก้ไขปัญหา และปรับปรุงเทคนิคการผลิตตลอดจนการให้บริการ ข้อมูลข่าวสารอุตสาหกรรม และข้อมูลที่เกี่ยวข้องแก่สถานประกอบการ ผลิตบุคลากรในระดับต่าง ๆ ในสถานประกอบการ

2. **ส่วนบรรจุภัณฑ์ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม** มีหน้าที่ให้บริการแนะนำ ส่งเสริม และพัฒนาบรรจุภัณฑ์แก่ ผู้ประกอบการกลุ่มบุคคล และบุคคลทั่วไปที่ให้ความสนใจ ในอุตสาหกรรม บรรจุภัณฑ์ ทั้งทางด้านวิชาการ ด้านเทคโนโลยีการออกแบบ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยวิธีการต่าง ๆ ทั้งการฝึกอบรม สัมมนา นิทรรศการ และการจัดประกวด

3. **ศูนย์บริการการออกแบบ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมการส่งออก** ในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันทางด้านการค้าขายอย่างต่อเนื่อง ทุกประเทศจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ ทางด้านการค้า ให้ทันต่อเหตุการณ์และสภาพการแข่งขัน ประเทศไทยได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาตัวสินค้า เนื่องจากคุณภาพ และค่าแรงต่ำไม่ใช่สิ่งจูงใจ และข้อได้เปรียบอีกต่อไปในกระแสโลกานุวัตร ดังนั้นจึงสมควรนำการออกแบบ มาเป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าสำหรับการส่งออก รัฐบาลไทยได้เห็นความสำคัญข้อนี้จึงได้จัดตั้งศูนย์กลางบริการการออกแบบ เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2533 เพื่อมุ่งพัฒนาการออกแบบสินค้าส่งออกสำคัญ 4 ชนิด คือ เครื่องหนัง อัญมณี ผลิตภัณฑ์พลาสติก และของเด็กเล่น

4. **ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย** นโยบายหลักของศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย มีดังนี้

- สนับสนุนนโยบายการบรรจุภัณฑ์ของประเทศ
- เสริมสร้างขีดความสามารถขององค์กร เพื่อสนองความต้องการของผู้ประกอบการ
- รวบรวม แลกเปลี่ยน และบริการข้อมูลด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการบรรจุภัณฑ์
- ประสานงานระหว่างผู้ผลิต และผู้ใช้ทั้งในและต่างประเทศ

5.**สถาบันค้นคว้าและวิจัยผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์** สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร (Institute of Food Research and Product Development หรือ IFRPD) จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2511 โดยแบ่งการบริหารงาน 7 ฝ่าย และ 1 ศูนย์ ได้แก่ ฝ่ายบริหาร และธุรการทั่วไป ฝ่ายค้นคว้าและวิจัย ฝ่ายควบคุมคุณภาพ ฝ่ายผลิตทดลอง ฝ่ายผลิตภัณฑ์อาหารฝ่ายศึกษาสาธิต ฝ่ายวิศวกรรม ศูนย์บริการประกันคุณภาพทาง ด้านอาหาร โดยมีขอบเขตการทำงาน ดังนี้

- วิจัยและพัฒนาวิชาการด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีทางอาหารเพื่อปรับปรุงเศรษฐกิจของโรงงาน อาหารและการเกษตรในประเทศไทย
- บริการวิชาการเกี่ยวกับคุณภาพวัตถุดิบ เทคโนโลยีการผลิต ระบบการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อการบริโภคทั้งในประเทศและการส่งออก
- ให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคโนโลยีทางอาหาร และบริการความรู้ทางด้านนี้แก่ผู้สนใจ
- ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานของภาครัฐเอกชน ในการวิจัยการศึกษา ค้นคว้า และฝึกอบรมเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางอาหาร

- เป็นแหล่งข้อมูลทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางอาหาร

นอกจากองค์กรของรัฐทั้ง 5 แล้ว ตามมหาวิทยาลัยของรัฐที่มีการเปิดสอนวิชาทางด้านบรรจุภัณฑ์ และเทคโนโลยีทางการอาหาร มีอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ ที่สามารถให้คำปรึกษา ทดสอบพร้อมทั้งให้คำแนะนำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ อาหารได้ องค์กรเอกชนที่ให้การส่งเสริมการบรรจุภัณฑ์อาหาร

1. สมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย

วัตถุประสงค์ของสมาคม มีดังนี้คือ

1. ส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์
2. ส่งเสริมและเผยแพร่วิชาการที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ทุกประเภท
3. เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ
4. ติดต่อประสานงานกับสมาชิกเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ให้ก้าวหน้า

2. สถาบันอาหาร

สถาบันอาหารได้จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2539 ในรูปแบบองค์กรอิสระภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงอุตสาหกรรม แต่การบริหารงานไม่ผูกพันกับ กฎระเบียบการปฏิบัติของทางราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ โดยมีหน้าที่สนับสนุนและ ให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารใน 3 ด้าน คือ

1. การบริการวิชาการ
2. การเผยแพร่ บริการข้อมูลข่าวสาร
3. การบริการทดสอบ วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์อาหาร

3. สถาบันสัญลักษณ์รหัสแท่งไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

สถาบันสัญลักษณ์รหัสแท่งไทย (EAN THAILAN) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2536 โดยสภาอุตสาหกรรม แห่งประเทศไทย เนื่องจากตระหนัก ถึงความเปลี่ยนแปลงของระบบธุรกิจแบบโลกานุวัตรที่เกิดขึ้น จึงได้พยายามนำระบบ การจัดเก็บข้อมูลที่ทันสมัย เรียกว่าระบบสัญลักษณ์รหัสแท่ง (Bar Code) มาช่วยส่งเสริมและพัฒนาระบบเศรษฐกิจ ให้ความสะดวกในการใช้งานที่รวดเร็วถูกต้อง และสอดคล้องกับระบบธุรกิจในต่างประเทศ เพื่อเป็นไปตามนโยบาย การพัฒนา เศรษฐกิจของประเทศ ขณะนี้ประเทศไทยมีรหัสประจำตัวหมายเลข 885 ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าไทยในตลาดต่างประเทศ โดยผู้ซื้อ ผู้ขาย หรือนักธุรกิจจะสามารถตรวจสอบได้ว่า 885 เป็นสินค้าของประเทศใด หรือถ้าสินค้าตัวนี้ขายดีขึ้นมา ก็จะรู้ว่า

สินค้านี้มาจากประเทศไทย (Made in Thailand) และค้นหาบริษัทผู้ผลิตหรือบริษัทผู้แทนจำหน่ายได้ จึงทำให้สะดวกในการขยาย ช่องทาง การตลาดได้โดยง่าย (วารสารอุตสาหกรรมสาร ฉบับเดือน กรกฎาคม - สิงหาคม 2546)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี โดยมีลำดับขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาบริบททั่วไป

ขั้นตอนที่ 2 การรวมรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 4 สรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 5 การเขียนรายงานเสนอผลงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเพื่อศึกษาบริบททั่วไป

โดยการศึกษาเอกสาร ประวัติศาสตร์การบอกเล่า ความเป็นมาของกลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง รูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังทอง จังหวัดเพชรบุรี ประธานกลุ่ม เพื่อรวบรวมข้อมูลบริบทชุมชน ประกอบด้วยการศึกษาข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ ศึกษาจากเอกสารประวัติการบอกเล่า

ขั้นตอนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถาม โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการควบคู่ไปกับการเก็บรวบรวมจากข้อมูลการวิจัย เรื่องการสรรหาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องสปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง

การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถาม และเลือกเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกจากจากกลุ่มเป้าหมายที่ได้วางไว้เพื่อทำการออกแบบ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทำการสอบถามข้อมูลกับประธานชุมชนเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของกลุ่มเกลือทะเลกังหันทองผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล หลังจากที่ผู้วิจัยสอบถามข้อมูลเสร็จจะต้องมาทำการวิเคราะห์เพื่อเป็นการจัดหมวดหมู่ และวิเคราะห์แบบหยาบทำให้สามารถตรวจสอบความเข้าใจให้ตรงกัน ข้อมูลการวิจัยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรีประกอบด้วย ดังนี้

2.1 การรวบรวมข้อมูลบริบทชุมชนด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี โดยประเด็นใน เชิงประวัติศาสตร์ เอกสาร และประวัติศาสตร์บอกเล่าความเป็นมาของกลุ่มอาชีพ ประกอบด้วย 7 ข้อ ดังนี้

1. ที่ตั้ง

2. สภาพชุมชน

3. สภาพทางเศรษฐกิจและการทำอาชีพ

4. สภาพทางวัฒนธรรม

2.2 เกณฑ์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง ประกอบด้วย

1. จุดมุ่งหมาย

2. แนวคิด

3. กระบวนการผลิต

4. คุณค่าทางความงาม

5. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

6. ลักษณะเฉพาะเอกลักษณ์

7. การจำหน่ายทางตลาด

โดยการวิเคราะห์จากเครื่องมือ แบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ตามแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี ทั้ง 7 โครงสร้าง ประกอบด้วย

- กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

1. สบู่เหลวดอกเกลือ	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
2. น้ำมันบำรุงผิว	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
3. เกลือในน้ำนม	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
4. สบู่ดอกเกลือสมุนไพร	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
5. เกลือสปาเท้า	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
6. ชุด Gift setเล็ก	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
7.ชุด Gift set ใหญ่	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก

2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลสรุป อภิปรายผลข้อเสนอแนะ ผลการวิจัยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง ปฏิบัติการเรียนรู้ด้านการออกแบบลวดลายกราฟิกและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ โดยผู้วิจัย ประธานชุมชน อาจารย์ที่ปรึกษา มีส่วนร่วมปฏิบัติการเรียนรู้เพื่อพัฒนาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ 7 โครงสร้าง ปรับปรุงพัฒนาต้นแบบและสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์โดยวิเคราะห์ตามเกณฑ์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยประกอบด้วย 7 โครงสร้าง ประกอบด้วย

- กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

1. สบู่เหลวดอกเกลือ	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
2. น้ำมันบำรุงผิว	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
3. เกลือในน้ำนม	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
4. สบู่ดอกเกลือสมุนไพร	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
5. เกลือสปาเท้า	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
6. ชุด Gift setเล็ก	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
7.ชุด Gift set ใหญ่	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก

จากนั้นนำต้นแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง ตรวจสอบตามเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 260/2547 ในแต่ละด้าน ประกอบด้วย ลักษณะทั่วไป คือ มีเอกลักษณ์ที่เด่นและสวยงาม มีโครงสร้างที่เหมาะสม สี คือ โทนของสีเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย การใช้งาน คือ สามารถป้องกันการกระทบเทือนระหว่างการขนส่งได้ในระดับหนึ่ง และต้องสามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยศึกษาเอกสาร และตรวจเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อนำเครื่องมือเก็บรวมรวมข้อมูลในการวิเคราะห์ ประกอบด้วยเครื่องมือดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสาร

1.2 แบบสอบถาม

1.3 การออกแบบ

การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัยการพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี ปฏิบัติการเรียนรู้ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือโดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ ประกอบด้วยดังนี้

การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการศึกษาบริบทชุมชนทางด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี โดยการศึกษาข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ เชิงสำรวจและเชิงปริมาณซึ่งประกอบด้วยกลุ่มประชากร ประธานชุมชน ประกอบด้วยเครื่องมือดังนี้

3.1 เครื่องมือการประเมินตามหลักเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย ประกอบด้วย ลักษณะทั่วไป คือ มีเอกลักษณ์ที่เด่นและสวยงาม มีโครงสร้างที่เหมาะสม สี คือ โทนของสีเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย การใช้งาน คือ สามารถป้องกันการกระทบเทือนระหว่างการขนส่งได้ในระดับหนึ่ง และต้องสามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาตาม หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย(OTOP Product Champion : OPC) และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 260/2547 โดยแบ่งเป็นประเด็น ดังนี้

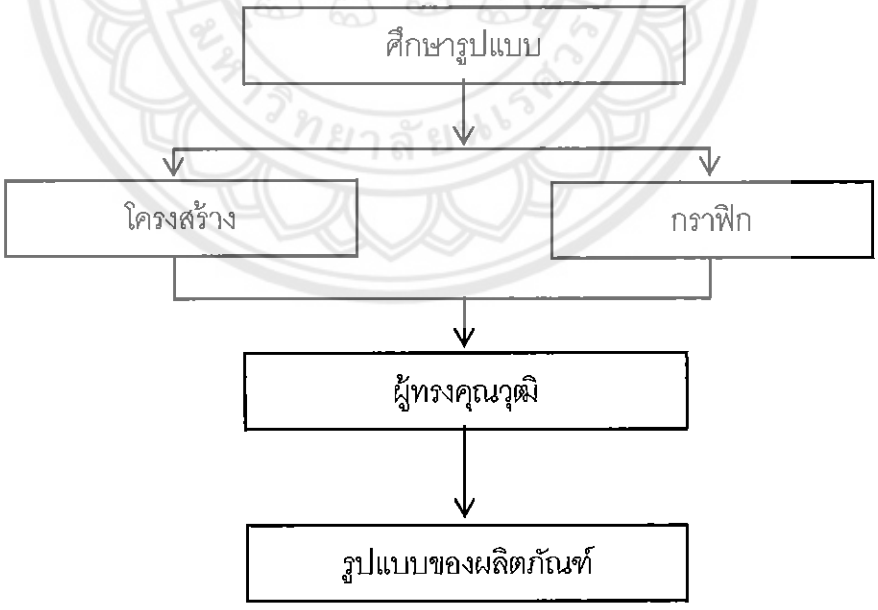
ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

3.2 การสร้างเครื่องมือโดยการทำแบบสอบถามในประเด็นกรอบคำถามตามที่กำหนดไว้ และสรุปผลจากการทำแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา

แผนผังการศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์



ภาพ 7 แผนผังการศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารวิชาการ งานวิจัยทางด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วยรูปแบบของเนื้อหาที่เกี่ยวการเรียนรู้ เพื่อนำไปวิเคราะห์สภาพทั่วไปของกลุ่มอาชีพ สภาพชุมชน สภาพสังคมและการศึกษา สภาพทางเศรษฐกิจและการทำอาชีพ และสภาพทางวัฒนธรรม เพื่อเป็นแนวทางในการค้นหาบริบททางชุมชนที่สืบทอดเล่าเรื่องต่อกันมา ประกอบไปด้วยกระบวนการทางใดบ้างและแนวความคิดในการทำมีความคิดมาจากสิ่งไหน เพื่อเป็นแนวที่จะศึกษาข้อมูลเอกสารและสรุปวิจัย

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากการทำแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำไปใช้ประกอบกับการการออกแบบและทำข้อมูลวิจัย หลังจากที่มีการทำแบบสอบถามครบตามจำนวนที่ผู้วิจัยเลือกแล้ว ผู้วิจัยจะทำการสรุปและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ เพื่อให้ได้มาซึ่งความถูกต้องและเรียบเรียงจนเกิดประโยชน์แก่ผู้ที่ได้มาศึกษาสูงสุด

ผลการวิเคราะห์แบบสอบถาม

ตาราง 1 **ลักษณะของกราฟิก**

ลักษณะกราฟิก		Frequency	Percent
Valid	ธรรมชาติ	26	37.1
	ทันสมัย	30	42.9
	วัฒนธรรมท้องถิ่น	14	20.0
	Total	70	100.0

จากตางราง 1 ลักษณะกราฟิกทันสมัยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ร้อยละ 42.9 ลักษณะกราฟิกธรรมชาติมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 37.1 และลักษณะกราฟิกวัฒนธรรมท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 20 ตามลำดับ

ตาราง 2 รูปแบบของกราฟิก

รูปแบบกราฟิก		Frequency	Percent
Valid	ใช้ภาพถ่ายมาประกอบ	21	30.0
	คอมพิวเตอร์สร้างภาพประกอบ	3	4.3
	คอมพิวเตอร์สร้างลวดลายเอกลักษณ์	46	65.7
	Total	70	100.0

จากตางราง 2 รูปแบบของกราฟิกคอมพิวเตอร์สร้างลวดลายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ร้อยละ 65.7 รูปแบบของกราฟิกใช้ภาพถ่ายมาประกอบมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 30 และรูปแบบของกราฟิกคอมพิวเตอร์สร้างภาพประกอบมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตาราง 3 รูปทรงขวด

รูปทรงขวด		Frequency	Percent
Valid	เรขาคณิต	39	55.7
	ธรรมชาติ	6	8.6
	อิสระ	25	35.7
	Total	70	100.0

จากตางราง 3 รูปทรงขวดเรขาคณิตมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ร้อยละ 55.7 รูปทรงขวดใช้อิสระมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 35.7 และรูปทรงขวดธรรมชาติมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตาราง 4 รูปทรงกระปุก

รูปทรงกระปุก		Frequency	Percent
Valid	เรขาคณิต	45	64.3
	ธรรมชาติ	14	20.0
	อิสระ	11	15.7
	Total	70	100.0

จากตางราง 4 รูปทรงกระปุกเรขาคณิตมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ร้อยละ 64.3 รูปทรงขวดใช้ธรรมชาติมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 20 และรูปทรงขวดอิสระมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 15.7 ตามลำดับ

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลขณะเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถามเพื่อความแม่นตรงของข้อมูล เพื่อให้ได้ตรงตามความต้องการและได้คำตอบที่สอดคล้องกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา

4.3.1 ตรวจสอบแหล่งข้อมูล ตรวจสอบโดยทั่วไปเกี่ยวกับด้านเวลา สถานที่ และบุคคลที่จะมาทำแบบสอบถาม โดยได้ทำการเลือกเวลาในช่วงเช้า หลังพักเที่ยง และช่วงใกล้จะเลิกงานไปให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถาม เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีช่วงเวลาของการทำงานเป็นปัจจัยที่สำคัญเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นก่อนที่จะมีการนำแบบสอบถามไปให้ จะต้องมีการสอบถามข้อมูลและความสะดวกในการทำแบบสอบถาม เพื่อไม่เป็นการรบกวนและเสียเวลางานของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.3 ตรวจสอบข้อมูลกับเจ้าของข้อมูลและผู้เกี่ยวข้องอื่น ผู้วิจัยได้มีการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องการเพื่อให้ได้ข้อมูล และยืนยันความเชื่อถือได้ของข้อมูลและการรายงาน

4.3.4 ตรวจสอบวิธีการเก็บข้อมูล ตรวจสอบข้อมูลด้วยการรวบรวมข้อมูลหลายวิธี ประกอบด้วยเอกสาร และแบบสอบถาม

4.3.5 ตรวจสอบด้วยการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการแบบสอบถาม ได้ตรวจสอบเกี่ยวกับข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์สปาซึ่งกลุ่มเกลือทะเลกังหันทองมีบรรจุภัณฑ์และยังไม่มีเอกลักษณ์ที่เด่น เพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย และข้อมูลด้านการพัฒนาที่เกิดขึ้นไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

4.3.6 การตรวจสอบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ หลังจากสร้างกระบวนการพัฒนาการออกแบบจำลอง โดยนำเสนอและได้ทำการวิเคราะห์เพื่อวิจารณ์ความถูกต้อง และนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงให้มีความถูกต้องกับวิจัยมากขึ้น เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการออกแบบมีส่วนเกี่ยวข้องต่อกระบวนการที่ได้เพื่อให้ผู้วิจัยได้แบบจำลองที่ชัดเจน

4.3.7 ตรวจสอบจากการวิพากษ์วิจารณ์ ผลงานวิจัยหลังสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบกระบวนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้ปรับปรุงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาให้มีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี ตามเครื่องมือที่สร้างขึ้น โดยกระบวนการตามวิจัยเชิงคุณภาพ

4.4 การวิเคราะห์เนื้อหา การใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแบบพรรณนา รายละเอียดการตีความ อธิบายตามขั้นตอน ดังนี้

4.4.1 วิเคราะห์เนื้อหา บริบทชุมชนกลุ่มอาชีพทำนาเกลือ ผลิตภัณฑ์สปากลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

4.4.2 วิเคราะห์เนื้อหา พัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

4.4.3 วิเคราะห์เนื้อหา บรรจุภัณฑ์สปาต้นแบบ กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

4.4.4 วิเคราะห์เนื้อหา ประเมินผลบรรจุภัณฑ์สปาต้นแบบ กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

4.4.5 วิเคราะห์เนื้อหาที่เป็นปรากฏการณ์

4.4.6 สรุปใจความ

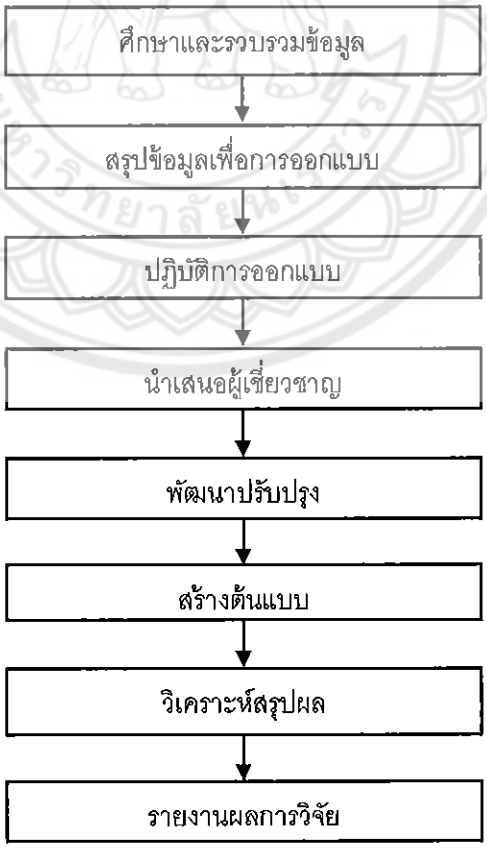
4.5 การวิเคราะห์แบบอุปนัย โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถาม เพื่อทำการสร้างข้อมูลและสรุปข้อมูลเพื่อไปงานการวิจัย

4.6 การวิเคราะห์โดยการจำแนกชนิดข้อมูล การจำแนกของข้อมูลเป็นนักวิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการทำแบบสอบถาม ให้เกิดความเหมาะสมกับข้อมูลที่จะเกิดขึ้นจริง และนำข้อมูลที่ได้มาทำการจำแนกเพื่อทำการเปรียบเทียบ นำข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนำมาหาวิเคราะห์และเพื่อนำไปสู่การสร้างข้อมูลสรุป

ขั้นตอนที่ 5 การเขียนรายงานเสนอผลงานวิจัย

สรุปประเมินผล อภิปรายแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี โดยมีระเบียบวิธีการศึกษาในเชิงคุณภาพจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร และแบบสอบถาม โดยนำเสนอผลงานวิจัยออกมาเป็นข้อสรุป นำเสนอในลักษณะการพรรณาวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

แผนผังวิธีการดำเนินการวิจัย (Research and Development Diagram)



ภาพ 8 แผนผังวิธีการดำเนินการวิจัย

ระยะดำเนินการวิจัย

เวลาในการดำเนินการวิจัยใช้ระยะเวลา 5 เดือน

แผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย

ตาราง 5 แสดงขั้นตอนวิธีการดำเนินงาน และระยะเวลาในการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงาน

การดำเนินการ	เวลาในการดำเนินงาน					
กิจกรรม	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.
1.บทที่ 1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	⟷					
2.ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		⟷				
3.เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม			⟷			
4.วิเคราะห์ข้อมูลและพัฒนาเป็นแนวทางในการออกแบบ			⟷	→		
5.พัฒนาต้นแบบของบรรจุภัณฑ์			⟷	→		
6.บรรจุภัณฑ์เสร็จสมบูรณ์					⟷	→
7.สรุปและวิเคราะห์ผลการวิจัย พร้อมนำเสนอ						⟷

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลและการออกแบบ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์งานออกแบบให้เกิดประโยชน์มากที่สุด โดยมีขั้นตอนการปฏิบัติงาน ดังนี้

ส่วนที่ 1 บทสังเขปเงื่อนไขในการออกแบบ(Design brief)

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนแบบร่าง(Sketch)

ส่วนที่3 การพัฒนาและการสร้างสรรค์(Develop and Design)

ส่วนที่4 ผลงานที่สร้างสรรค์(Packaging design)

ส่วนที่ 1 บทสังเขปเงื่อนไขในการออกแบบ(Design brief)

1.**ชื่อโครงการ**(Project title) : การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

2.**ข้อมูลลูกค้า**(Client data) :

2.1 **ชื่อผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต** (Name of producer) : กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง

2.2 **ที่อยู่**(Address) : กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง เลขที่ 90 หมู่ 7 ตำบลบางแก้ว อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี 76110

2.3 **เบอร์โทร** : 086-5444473

2.4 **ความเป็นมาของโครงการ**(Background) : กลุ่มอาชีพเกลือทะเลกังหันทอง ตั้งอยู่ที่ตำบลบางแก้ว อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี โดยมี คุณสมจิต หนูศาสตร์ เป็นผู้ริเริ่มและเป็นประธานกลุ่ม สมจิต หนูศาสตร์ มีฐานะทางสังคมเป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีในจังหวัดเพชรบุรี เช่น เป็นคณะกรรมการเข้าร่วมแก้ไขและกำหนดมาตรฐานเกลือขึ้นใหม่เมื่อปี 2540 ได้รับเกียรติให้เป็นผู้นำสตรีดีเด่นจังหวัดเพชรบุรี ปี 2545 เป็นประธานคณะกรรมการพัฒนาสตรีอำเภอบ้านแหลม เป็นคณะกรรมการพัฒนาสตรีจังหวัดเพชรบุรี เป็นคณะกรรมการสายงานพัฒนาอุตสาหกรรมของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลบางแก้ว และเป็นรองประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบุรี เป็นต้น

ผู้บริหารมีประสบการณ์ในการทำนาเกลือมานาน ตั้งแต่สมัยบิดามารดา และรับช่วงกิจการต่อมาจนถึงปัจจุบัน รวมระยะเวลากว่า 30 ปี ในปี 2541 บริษัทฯเริ่มดำเนินธุรกิจการ

ผลิตและแปรรูปเกลือทะเล ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจเดิมที่มีพื้นฐานอยู่ก่อนแล้ว กิจการเจริญก้าวหน้ามาด้วยดี และได้เล็งเห็นว่าผลิตภัณฑ์เกลือมีอยู่หลากหลายชนิด ใช้ประโยชน์ได้มากมาย และสามารถนำไปใช้ในอุตสาหกรรมได้แทบทุกประเภท จึงเริ่มขยายกิจการจากเกลือทะเล (เกลือสมุทร) เข้าสู่ธุรกิจเกลือสินเธาว์ และลงทุนตั้งโรงงานผลิตเกลือสินเธาว์ที่จังหวัดสกลนคร เมื่อปี 2542 ซึ่งเป็นแหล่งผลิตเกลือสินเธาว์ที่ใหญ่แห่งหนึ่งของประเทศ

ในปลายปี 2547 บริษัทฯได้เริ่มโครงการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่นวัตกรรมใหม่ โดยการนำเกลือทะเลธรรมชาติผสมสมุนไพรต่างๆ อาทิเช่น ไพล ขมิ้นอ้อย ขมิ้นชัน ทนาคา ว่านนางคำ และสมุนไพร อีกหลากหลายชนิด โดยบริษัทฯเป็นผู้คิดค้นสูตรเกลือผสมสมุนไพรต่างๆ ขึ้นมา ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ทำความสะอาดร่างกาย และใช้ดูแลผิวพรรณ นอกจากนี้บริษัทฯ มีการเชื่อมร้อยเครือข่ายกับกลุ่มอาชีพ ตำบลบางแก้ว อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี และกลุ่มอื่น ๆ อีกหลายกลุ่ม เช่น เครือข่ายสมุนไพรบ้านไร่ส้ม อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ทำให้การนำทรัพยากรธรรมชาติมาดัดแปลงให้เป็นผลประโยชน์ร่วมกันสู่การสร้างงานและการสร้างรายได้ ทำให้เกิดวิถีชีวิต และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยบริษัทจะเป็นตัวกลางในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด

3. ข้อมูลผลิตภัณฑ์(Product data) :

3.1 ชื่อผลิตภัณฑ์ (Product name) : ผลิตภัณฑ์สปา

3.2 ตราสินค้า (Brand name) : ไอ-สปา

3.3 ลักษณะการสร้างบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ : เป็นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

☐ New Product ☐ Line Extension ■ Redesing

3.4 รูปแบบการจัดจำหน่าย : เป็นการผลิตเพื่อการขายภายในประเทศ

■ Domestiic ☐ Export

3.5 น้ำหนักของสินค้า(Weight per unit) และราคาของสินค้า(Product Price) :

ตาราง 6 น้ำหนักของสินค้า(Weight per unit) และราคาของสินค้า(Product Price)

ผลิตภัณฑ์	น้ำหนัก / จำนวนสินค้า	ราคาขาย
1.สบู่เหลวดอกเกลือ	200ml.	ราคา 250 บาท
2.น้ำมันบำรุงผิว	100ml.	ราคา 140 บาท
3.เกลือในน้ำนม	170 gram.	ราคา 220 บาท
4.สบู่ดอกเกลือสมุนไพร	90 gram.	ราคา 50 บาท
5.เกลือสปาเท้า	170 gram.	ราคา 180 บาท

3.6 **ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์** : ผลิตภัณฑ์สปา จากดอกเกลือ เพื่อทำความสะอาดผิว และเพื่อเป็นการผ่อนคลายจากการทำงาน

3.7 **ความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ทั้งด้านการมองเห็น ด้ายกายภาพ และความรู้สึก** (product visual / Physical / Sensor atributes) : เนื่องจากการออกแบบผลิตภัณฑ์สปากลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี มีกลุ่มเป้าหมายกับวัยทำงานที่มีอายุ 25-30 ปี ซึ่งมีรายได้อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากราคาของสินค้ามีมูลค่าไม่แพงมากนัก แต่เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ยังขาดความโดดเด่นและเอกลักษณ์ที่ดึงดูดต่อผู้บริโภค ดังนั้นจึงเกิดแนวคิดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องสินค้า อีกทั้งสร้างความโดดเด่นเพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย เป็นการสร้างภาพลักษณ์ เพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และเป็นการเพิ่มยอดจำหน่ายให้แก่ชุมชนอีกด้วย

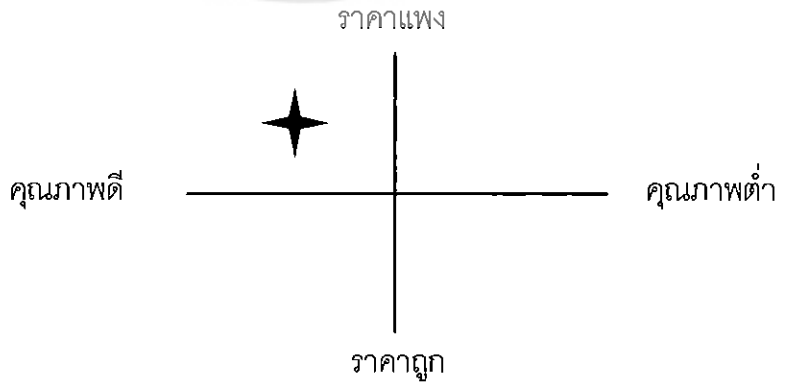
3.8 **การวางจำหน่าย**(Outlets) : วางจำหน่ายที่ร้านกลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

3.9 **ลักษณะร้านและสภาพชุมชนที่มีสินค้าวางจำหน่ายอยู่**(Store location) : ผลิตภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง ตั้งอยู่ที่ อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งเป็นผู้ผลิตโดยตรง

4. **ข้อมูลทางการตลาด**(Marketing Data)

ข้อมูลสินค้าที่เป็นคู่แข่ง(Major competition) : สินค้าที่เป็นคู่แข่ง ส่วนมากจะเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์สปาที่ทำมาจากสมุนไพรและเกลือ ที่มีวางจำหน่ายโดยทั่วไปตามท้องตลาด ซึ่งมีรูปลักษณ์ต่างๆมากมาย ตามลักษณะเด่นขององค์กร

Product Position



ภาพ 9 แผนภาพแสดง Product Position

5. ข้อมูลบริโภคเป้าหมาย(Target consumer data) :

5.1 คุณลักษณะผู้บริโภค(Demographic / Psychographic Description) :

Demographic(ลักษณะด้านร่างกายที่สามารถวัดได้)

- อายุ 25 – 30 ปี
- เพศชาย และ หญิง
- มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 ขึ้นไป

Psychographic(ลักษณะด้านจิตใจ)

- ดูแลสุขภาพ
- ต้องการบำบัดร่างกาย
- มีรสนิยม

ภาพ 10 ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

6. **ข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์และฉลาก**(Package / label data)

6.1 **ประเภทของบรรจุภัณฑ์**(Type of pack) : กล่องกระดาษกระดาษเคลือบด้วยสติกเกอร์ด้าน , ขวดพลาสติก , ขวดแก้ว

6.2 **วัสดุที่เลือกใช้**(Raw material) : ขวดแก้ว ขวดพลาสติก สติกเกอร์ กระดาษอาร์ตมัน

6.3 **ข้อมูลการพิมพ์และฉลาก**(Printing method for unit pack/label) : ฉลากที่ติดลงบรรจุภัณฑ์ใช้การพิมพ์แบบอิงค์เจ็ต

6.4 **ปริมาณสีที่พิมพ์**(Number of printing colors) : 4 สี คือ CMYK

7.การบรรจุภัณฑ์

7.1สถานะของผลิตภัณฑ์ [Product/ SWOT(strength ,weakness ,opportunity ,threat)] :

1.**จุดแข็ง**(strength) คือ ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นเรื่องของการนำวัตถุดิบ คือ ดอกเกลือ ซึ่งไม่เป็นที่รู้จักมากนักมาเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์

2.**จุดอ่อน**(weakness) คือ ยังไม่มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ทำให้ผู้บริโภคไม่มีภาพที่สามารถจดจำได้

3.**โอกาส**(opportunity) คือ ในสังคมไทยปัจจุบันอาชีพมักเป็นมนุษย์เงินเดือน และแวดล้อมทางสังคมที่เป็นมลภาวะต่อร่างกาย จึงมีกลุ่มที่หันมาดูแลสุขภาพกันมากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์สปาเป็นอีกตัวเลือกหนึ่งที่ผู้บริโภคเลือกซื้อใช้ดูแลร่างกายที่อ่อนแอให้สู่สมดุล ทำให้ผลิตภัณฑ์สปากลุ่มอาชีพเกลือทะเลกังหันทอง มีโอกาสเป็นผลิตภัณฑ์ที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

4. **อุปสรรค**(threat) คือ ในทางตลาดการใช้วัตถุดิบที่โดดเด่นไม่เพียงพอต่อการจดจำของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคมักเลือกซื้อของจากสิ่งสวยงามเมื่อแรกเห็น ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบนี้มีมากในท้องตลาด วัตถุดิบที่มีความโดดเด่นเพียงอย่างเดียวจึงไม่เพียงพอต่อการเลือกซื้อ

7.2 **วัตถุประสงค์ในการออกแบบ** (Objective)

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

2. เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์และส่งเริมด้านการขาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

7.4 แนวคิดในการออกแบบ (Design concept) : ธรรมชาติบำบัด สปาด้วยดอกเกลือ

7.5 **เหตุผลสนับสนุน**(Support) : เป็นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี แนวคิดในพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เน้นความเรียบง่าย มองแล้วดูสบายตา โดยดึงแรงบันดาลใจมากจากสิ่งใกล้ตัวคือ "ธรรมชาติ" เหมือนกับผลิตภัณฑ์สปาที่ช่วยให้ร่างกายมีความสบายตัวเมื่อเวลาใช้งาน กลุ่มเป้าหมายใหม่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่รักสุขภาพ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ช่วยในเรื่องของความสะอาดของผิวเป็นหลัก แต่ยังคงมีกลิ่นของสมุนไพรพื้นบ้านทำให้เกิดการผ่อนคลายทั้งร่างกายและอารมณ์ให้สู่สมดุล ผลิตภัณฑ์สปาผิวกายสามารถกลับไปทำเองได้ง่ายๆที่บ้านซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

7.6 **อารมณ์และความรู้สึกของงาน** :

ตาราง 7 อารมณ์และความรู้สึกของงาน

Concept	Naturopathy Spa with Flower of salt	
Mood&Tone	Naturopathy Spa	Flower of salt
Element	Color	Form, Shape, Graphic pattern, Logo

7.7 **ผลที่คาดว่าจะได้รับ**

บรรจุภัณฑ์ที่ได้มีการพัฒนาแล้วจะต้องส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น และยังก่อให้เกิดการเป็นที่รู้จัก เมื่อพบเห็นผลิตภัณฑ์สามารถจดจำเอกลักษณ์ และสามารถบอกต่อแก่ผู้อื่นได้ นอกจากจะเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแล้วยังส่งเสริมด้านการขายให้ดียิ่งขึ้นด้วย

8. **วิเคราะห์การออกแบบ**

8.1 **การวิเคราะห์เกี่ยวกับโครงสร้าง**

โครงสร้างทั้งหมดของบรรจุภัณฑ์ที่ได้มีการพัฒนานั้น มีที่มาจากตราสินค้าที่ได้มีการออกแบบให้มีความสวยงามเพิ่มขึ้น ซึ่งมีลักษณะโค้งเว้า มาเป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์ เพื่อความโดดเด่นของบรรจุภัณฑ์เมื่อผู้บริโภคมองแล้วทำให้เกิดความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยบรรจุภัณฑ์จะมีความแตกต่างในเรื่องของกราฟิกและสีที่ใช้ เพื่อแบ่งแยกของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน แต่มีการปรับให้รับกับขนาดและปริมาตรของบรรจุภัณฑ์ภายใน โดยออกแบบ 5 ผลิตภัณฑ์ 7 โครงสร้าง คือ

- สบู่เหลวดอกเกลือ
- น้ำมันบำรุงผิว
- เกลือในน้ำนม
- สบู่ดอกเกลือสมุนไพร
- เกลือสปาเท้า
- ชุด Gift setเล็ก
- ชุด Gift set ใหญ่

8.2 วิเคราะห์ความแข็งแรง

บรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี จะมีการเน้นในเรื่องของความสวยงามและการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์สปา เนื่องจากมีวัตถุดิบและส่วนผสมที่อาจเกิดความเสียหาย และสูญเสียประสิทธิภาพในด้านของการใช้งานเมื่อถูกแสงแดดหรืออากาศจากภายนอก ดังนั้นโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ชั้นในและบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกจึงเลือกให้เกิดความเหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุด ซึ่งมีการออกแบบให้มีความสวยงาม แข็งแรง และยังมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์อีกด้วย

8.3 การวิเคราะห์ด้านกราฟิก

กราฟิกที่ได้ออกแบบ ได้ดึงตราสินค้าที่มีการออกแบบใหม่ มาออกแบบเป็นลวดลายกราฟิกที่ดูแล้วเรียบง่ายและสามารถบ่งบอกถึงตัวผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน มาเป็นสื่อแสดงถึงดอกเกลือซึ่งเป็นส่วนผสมที่มีความโดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์สปาทั่วไปมาออกแบบ โดยใช้โทนสีที่ดูแล้วสุขุมและความหมายของสีมาใช้ เพื่อทำให้ผู้บริโภครู้สึกสบายเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์

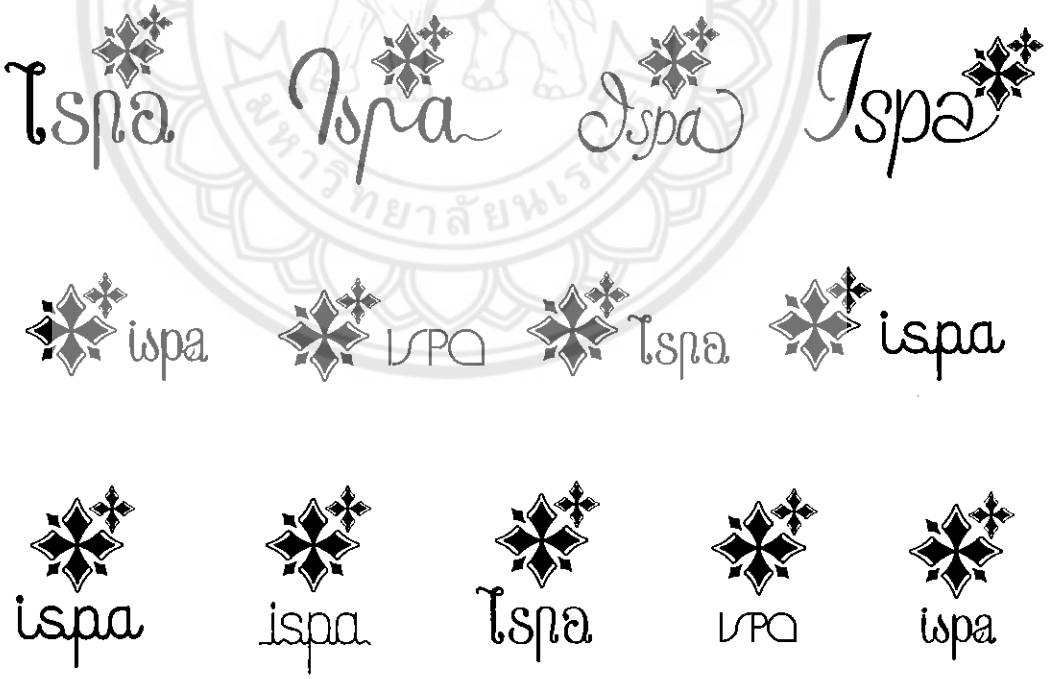
8.4 การวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์โดยรวม

มีการนำลักษณะของดอกเกลือซึ่งมีความแวววาวซึ่งเป็นส่วนผสมที่มีโดดเด่นของผลิตภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง มาออกแบบเป็นตราสินค้าจนมีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง นอกจากนี้โครงสร้างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกยังได้นำเอาเอกลักษณ์ดังกล่าวมาออกแบบจนเกิดความสวยงาม ทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ง่ายอีกด้วย

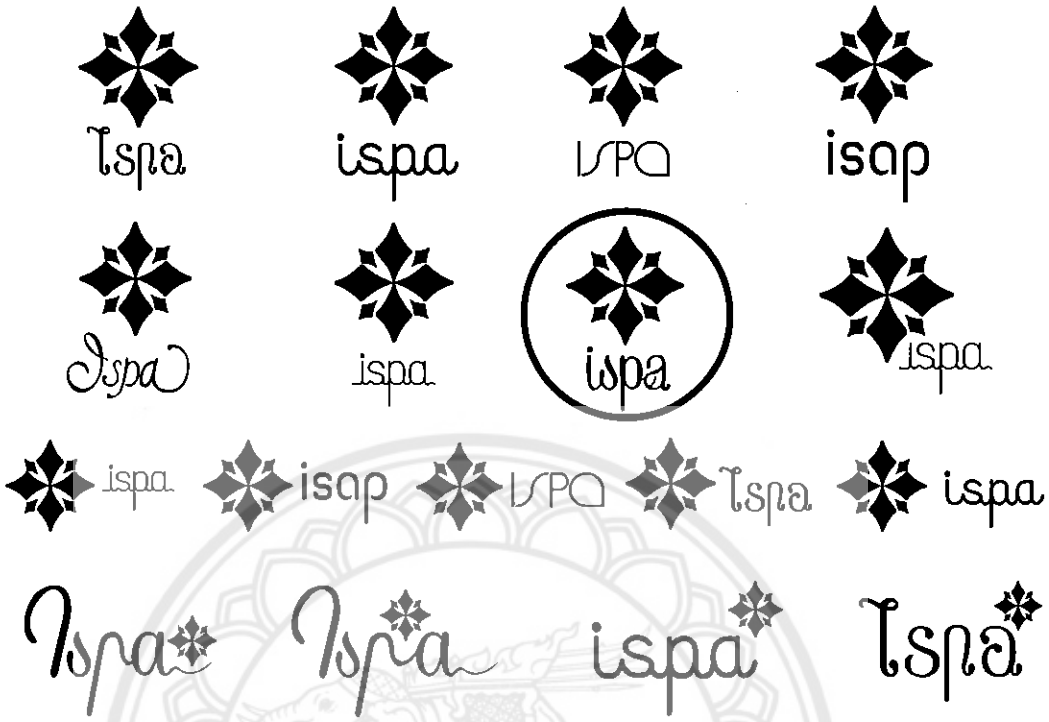
ขั้นตอนแบบร่าง(sketch)

แบบโลโก้(Logo)

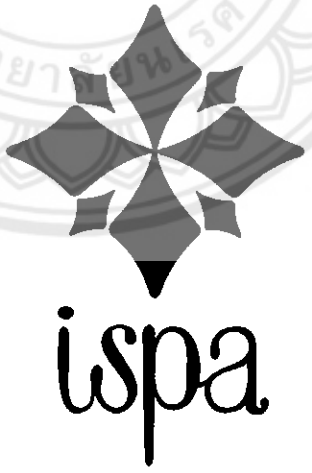
ภาพ 11 ออกแบบโลโก้ 1



ภาพ 12 ออกแบบโลโก้ 2



ภาพ 13 ออกแบบโลโก้ 3



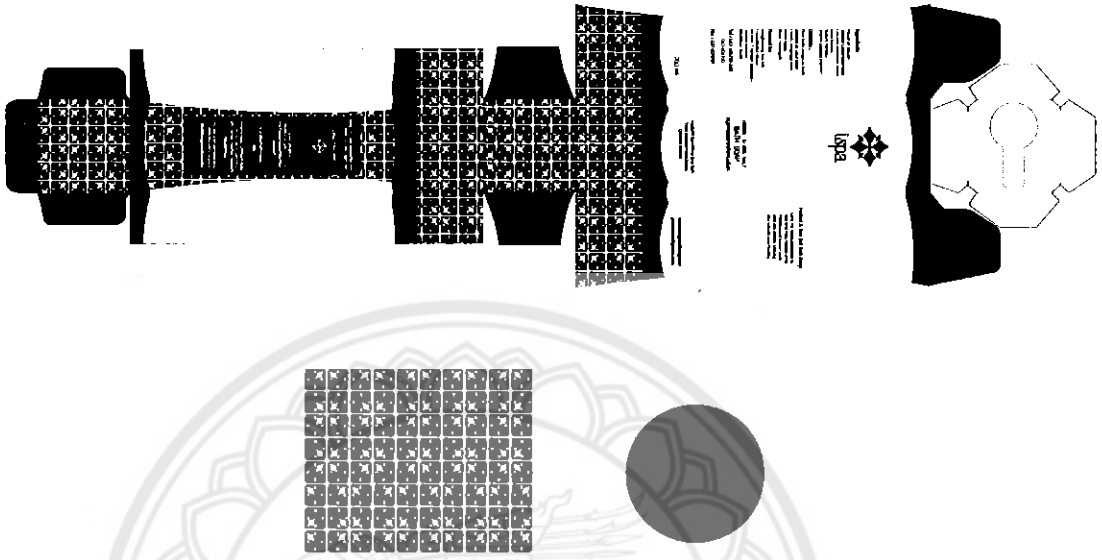
ภาพ 14 ภาพโลโก้ที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์

แบบร่างบรรจุภัณฑ์(Packaging)

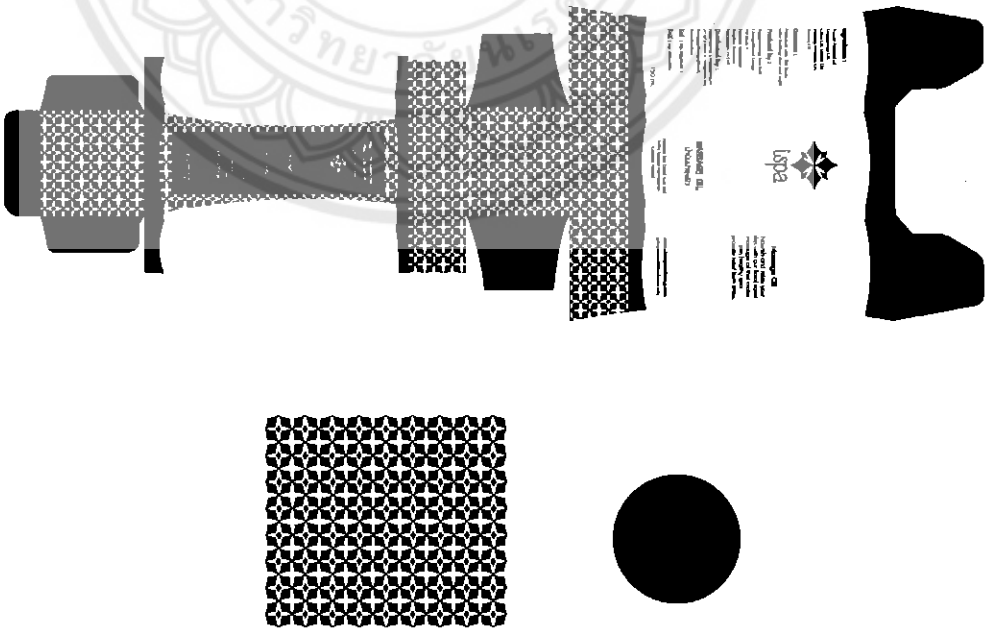
ภาพ 15 แบบร่างบรรจุภัณฑ์

ภาพ16 แบบร่างบรรจุภัณฑ์

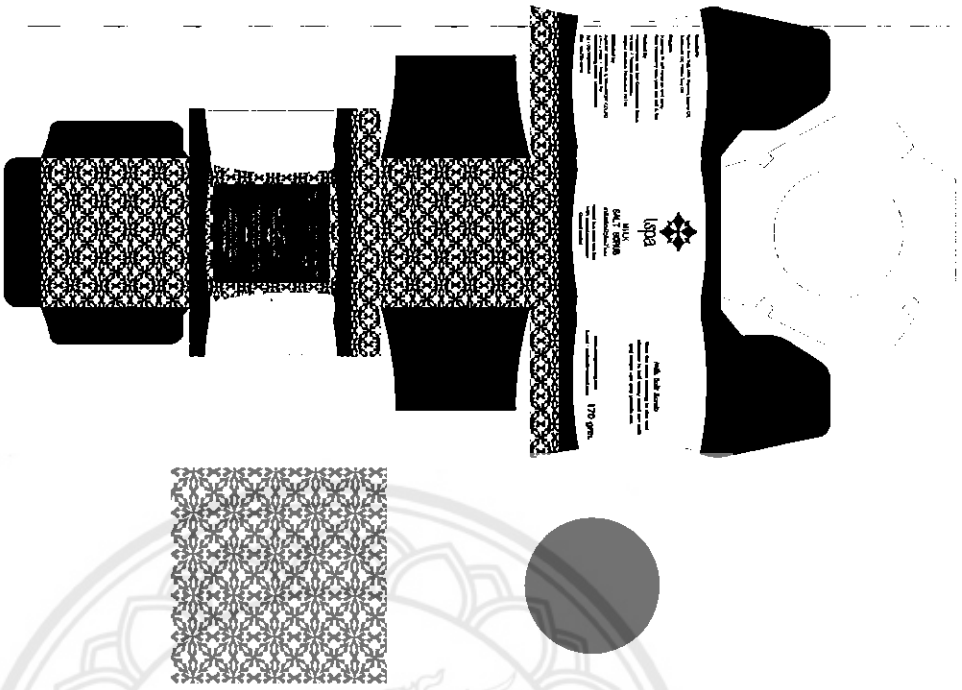
การพัฒนาและการสร้างสรรค์(Develop and Design)



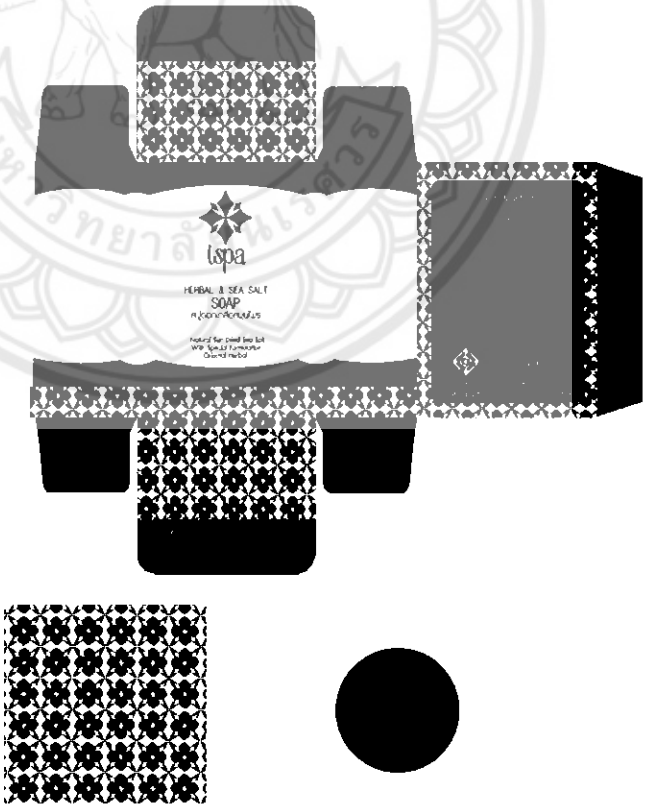
ภาพ 17 ภาพแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สบู่เหลวดอกเกลือ



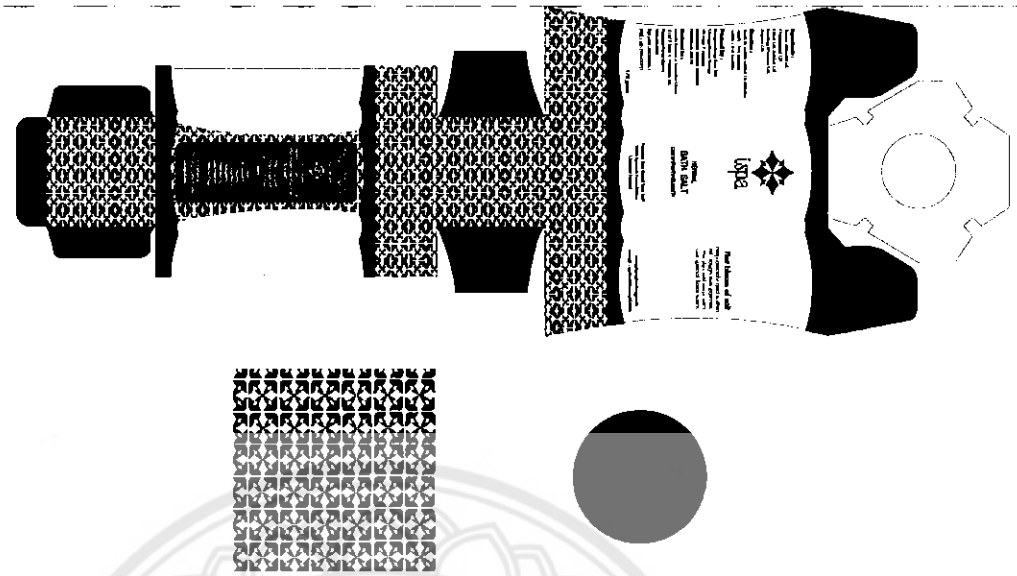
ภาพ 18 ภาพแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์น้ำมันบำรุงผิว



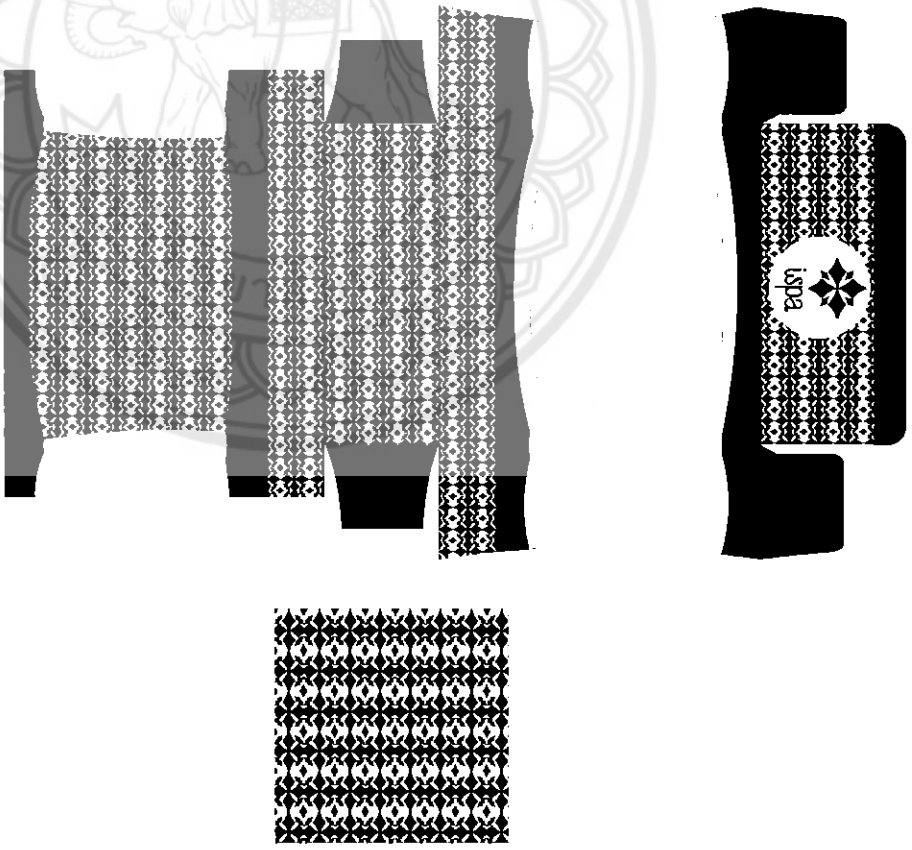
ภาพ 19 ภาพแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เกลือในน้ำนม



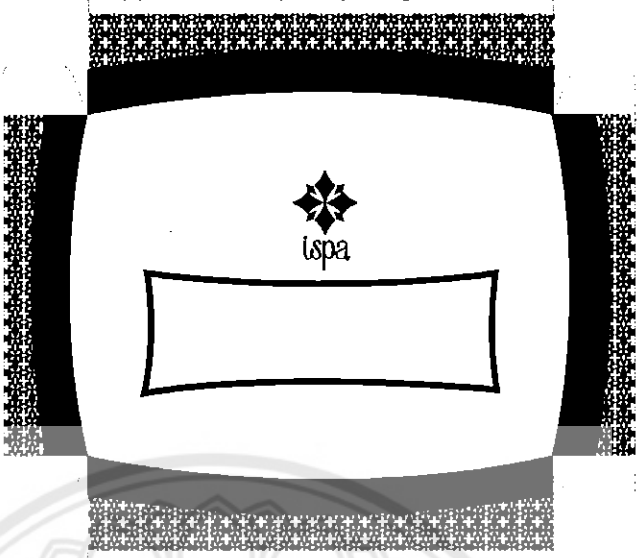
ภาพ 20 ภาพแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สบู่ดอกเกลือสมุนไพร



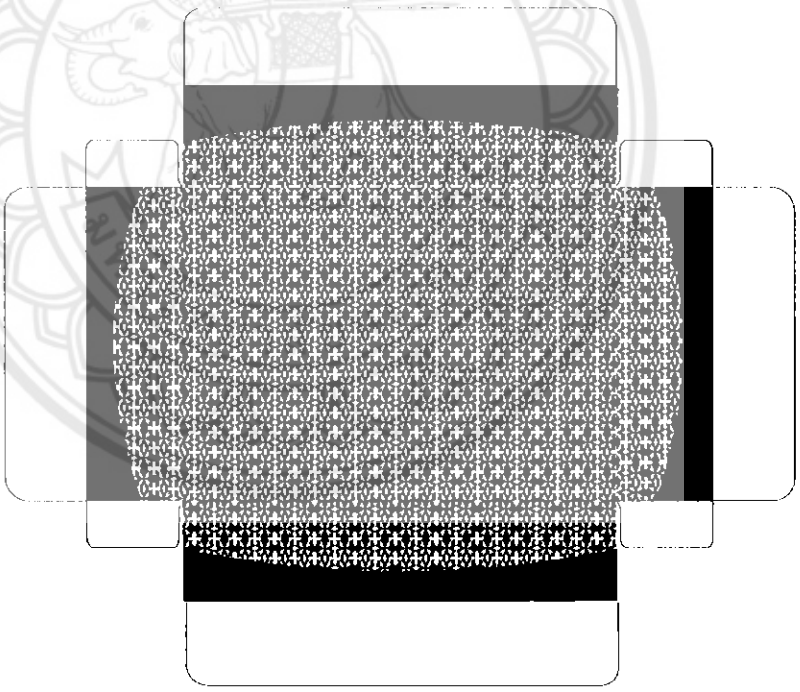
ภาพ 21 ภาพแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เกลือสปาเท้า



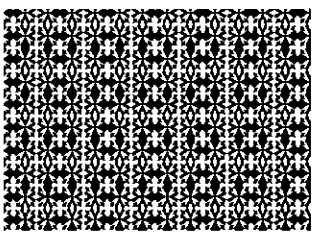
ภาพ 22 ภาพแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์Gift set เล็ก



กล่องด้านใน

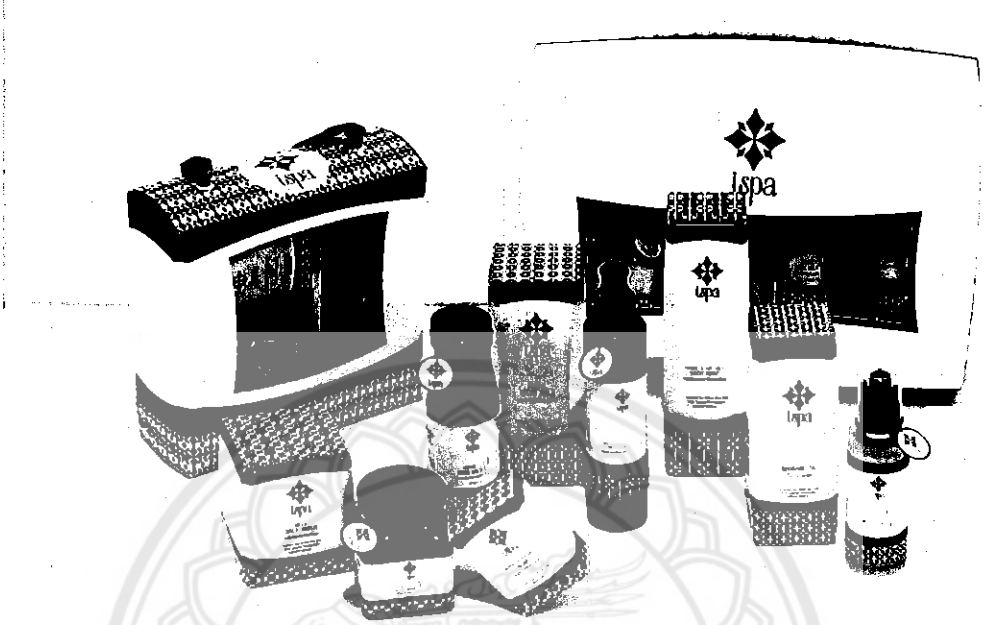


กล่องด้านนอก



ภาพ 23 ภาพแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์Gift set ใหญ่

ผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้น



ภาพ 24 ผลงานที่สร้างสรรค์

ภาพ 25 ผลงานที่สร้างสรรค์

ภาพ 26 ผลงานที่สร้างสรรค์

ภาพ 27 ผลงานที่สร้างสรรค์

ภาพ 28 ผลงานที่สร้างสรรค์

ภาพ 29 ผลงานที่สร้างสรรค์

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีขั้นตอนและผลการวิจัย สรุปได้ ดังนี้

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์และส่งเสริมด้านการขาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

ขอบเขตของงานวิจัย

1.ขอบเขตด้านผู้ผลิต

1.1 ประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

1.2 แนวคิดและวิธีการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

1.3 การหาส่วนผสมและวัตถุดิบในการผลิตของผลิตภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

2.ขอบเขตด้านบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง

ในด้านของกระบวนการออกแบบโครงสร้าง การเลือกวัสดุ และกระบวนการออกแบบกราฟิก ดังนี้

2.1 สบู่เหลวดอกเกลือ	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
2.2 น้ำมันบำรุงผิว	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
2.3 เกลือในน้ำนม	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
2.4 สบู่ดอกเกลือสมุนไพร	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก

2.5 เกลือสปาเท้า	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
2.6 ชุด Gift setเล็ก	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
2.7 ชุด Gift set ใหญ่	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
รวมทั้งสิ้น	7 โครงสร้าง7 กราฟิก

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลต่างๆและได้ทำการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี เป็นการออกแบบเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ และสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์สปากลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง โดยการเจาะกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดกับกลุ่มคนอายุ 25-35 ปี ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องออกแบบลวดลายกราฟิกและเลือกลักษณะของสีให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์สปากลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง เพื่อส่งเสริมการขาย เพื่อขยายการตลาด

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสภาพโดยทั่วไปของบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี ในครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.จากการศึกษาการบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี กลุ่มชุมชนยังมีลวดลายของกราฟิกและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ยังไม่เป็นจุดดึงดูดและสร้างลักษณะเด่นให้น่าจดจำของตลาดได้ จึงมีการขายได้ในราคาที่ไม่สูงมากนัก หากจะยึดเป็นอาชีพรองหรืออาชีพเสริมรายได้จะไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ ปัจจุบันกลุ่มอาชีพกำลังปรับปรุงในเรื่องการออกแบบลวดลายกราฟิกและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ เพื่อส่งเสริมด้านการขาย

ทำให้การจัดจำหน่ายได้ราคาดีขึ้นกว่าเดิมและเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่กลุ่มอาชีพได้อย่างดียิ่ง ถ้าทางราชการหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในจังหวัดช่วยกันส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์สปากลุ่มเกลือทะเลกังหันทองจังหวัดเพชรบุรี ได้สู่การตลาดในสังคม

2. จากการศึกษาด้านบริบทของพื้นที่โดยรอบ จะเห็นได้ว่า ดอกเกลือเป็นปัจจัยสำคัญและเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง เมื่อมีการศึกษาค้นคว้าจึงได้นำลักษณะเด่นของดอกเกลือซึ่งมีความแวววาวมากกว่าเกลือปกติในท้องตลาด จึงเกิดแนวคิดในการนำมาผสมผสานเข้าด้วยกันกับกราฟิก ตราสัญลักษณ์ของสินค้า ช่วยให้บรรจุภัณฑ์มีน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากในอดีตผลิตภัณฑ์สปาเป็นผลิตภัณฑ์ที่นิยมจัดจำหน่ายเพื่อนำไปใช้เองที่บ้าน หรือจัดจำหน่ายเพื่อใช้สอยโดยทั่วไป ยังไม่มีการนำผลิตภัณฑ์สปานำมาจัดบรรจุภัณฑ์รวมกันเป็นชุด เพื่อเป็นของขวัญให้แก่ผู้อื่นตามเทศกาลต่างๆ เมื่อมีการออกแบบ

ทั้งลวดลายกราฟิกและรูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น นอกจากนี้ยังมีการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันการกระทบกระเทือนจากการขนส่ง ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถจัดจำหน่ายได้ทั้งในชุมชน สังคมเมือง และส่งออกจัดจำหน่ายไปยังต่างประเทศได้อีกด้วย

3. จากการศึกษาวิจัยกลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี จัดตั้งกลุ่มเพื่อสร้างรายได้และเพื่อสร้างเกลือให้ดูมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นอาชีพการทำนาเกลือถือว่าเป็นอาชีพหนึ่งของคนไทยแถบภาคตะวันออก ควรมีหน่วยงานของรัฐบาล นักออกแบบ นักวิชาการ มาช่วยเพิ่มพูนความรู้ให้กับกลุ่มอาชีพให้เกิดแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆแล้วส่งผลให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสู่ท้องตลาด

บรรณานุกรม

การผลิตเกลือ. สืบค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2556, จาก

http://www.agri.kmitl.ac.th/km/blog/?p=1182

การออกแบบกราฟิก. สืบค้นเมื่อ 4 พฤษภาคม 2557, จาก

http://tony2540-packagingdesign.blogspot.com/2010/04/blog-post.html

กิจการเพื่อสุขภาพ. เอกสารความรู้ ผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ. สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. สืบค้นเมื่อ 9 พฤษภาคม 2557,จาก

http://webdb.dmsc.moph.go.th/ifc_cosmetic/news/12/cos_general2.htm

ความสำคัญของสมุนไพรไทย, http:/www.dsc.ac.th, http:/www.thaigoodview.com

ความหมายของเกลือ. สืบคืนเมื่อ 6 ธันวาคม 2556, จาก

http://www.agri.kmitl.ac.th/km/blog/?p=1182

ความหมายสมุนไพร.สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2557, จาก http:/samunprai-thai.blogspot.com/

https://herb53c.wikispaces.com/ความหมายของสมุนไพรไทย

ชูฮายนงค์ อาแว. **ประวัติของเกลือ**. สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2556, จาก www.budutani.com

ดอกเกลือ.ความหมายของดอกเกลือ. สืบค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2556, จาก

บุษบง จำเริญดารารัศมี. (2548). **สปา**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 15-23

ประวัติความเป็นมาของสมุนไพร. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2557, จาก

http:/www.jsppharma.com

https://herb53c.wikispaces.com/ประวัติความเป็นมาของสมุนไพร

ผศ.สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. (2555). **Packaging Design ออกแบบบรรจุภัณฑ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: บริษัท บอสส์การพิมพ์ จำกัด. หน้า 1-160

แพรชมพู. (2548). **สบายในสปา**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: บริษัท พิมพ์ดี จำกัด. หน้า 8-58

สมุนไพรไทย. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2557, จาก https://herb53c.wikispaces.com/ศึกษา

http://www.augustshipping.com/ispa.htm, http://www.ssisalt.com/main/page5.html

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

ผู้วิจัย นางสาว ระวิวรรณ บัวแดง

e-mail: mayyaja@hotmail.com

ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ชโรธรณ์ ทิพย์อุปถัมภ์

กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ วราภรณ์ มามี

วิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยนเรศวร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

2. เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์และส่งเริมด้านการขาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี แบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.เพศ

[ ] ชาย [ ] หญิง

2. อายุ

[ ] 25 – 30 ปี [ ] 31 – 35 ปี [ ] 35 – 40 ปี

3. อาชีพ

[ ] อาจารย์ [ ] พนักงานทำความสะอาด

[ ] เจ้าหน้าที่ [ ] พนักงานรักษาความปลอดภัย

[ ] อื่นๆโปรดระบุ.....

4.รายได้บาท/เดือน

[ ] ต่ำกว่า10,000บาท [ ] ตั้งแต่ 20,001-25,000บาท

[ ] ตั้งแต่ 10,000-15,000 บาท [ ] ตั้งแต่ 25,001-30,000บาท

[ ] ตั้งแต่ 15,001-20,000บาท [ ] ตั้งแต่ 30,001 ขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเพื่อประกอบ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา กลุ่มเกลือทะเลกังหันทอง จังหวัดเพชรบุรี

1. กิจกรรมใด ที่ท่านนำมาผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

[ ] ฟังเพลง [ ] สปา

[ ] ออกกำลังกาย [ ] Shopping

[ ] ดูภาพยนตร์ [ ] นอนพักผ่อน

[ ] ทำความสะอาดบ้าน [ ] ท่องเที่ยงตามแหล่งธรรมชาติ

[ ] อื่นๆโปรดระบุ.....

2. เมื่อท่านต้องการพักผ่อนจากการทำงาน ท่านนึกถึงสถานที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

[ ] ทะเล [ ] น้ำตก

[ ] ภูเขา [ ] อื่นๆโปรดระบุ.....

[ ] สวนสาธารณะ

3. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากปัจจัยใดมากที่สุด เรียงลำดับจาก1-5

[ ] ตราสินค้า (Brand) [ ] กราฟิก (Graphic)

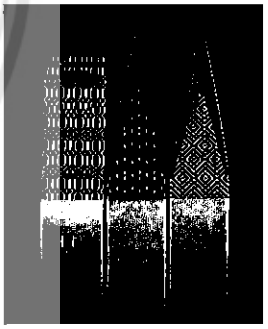
[ ] โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ (Package) [ ] ราคา (Price)

[ ] วัสดุบรรจุภัณฑ์ (Material Package) [ ] การปกป้อง (Protect)

[ ] หน้าที่การใช้งาน (Function) [ ] ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ (Material Product)

4. ท่านชอบการออกแบบกราฟิกในลักษณะใดมากที่สุด

[ ] ธรรมชาติ [ ] ทันสมัย [ ] วัฒนธรรมท้องถิ่น



4. รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์แบบใดที่ท่านชอบมากที่สุด

[ ] รูปแบบกราฟิกที่ใช้ภาพถ่ายมาประกอบ

[ ] รูปแบบกราฟิกที่ใช้คอมพิวเตอร์สร้างภาพประกอบ

[ ] รูปแบบกราฟิกที่ใช้คอมพิวเตอร์สร้างลวดลายเอกลักษณ์

4. รูปทรงขวดแบบใด ที่ท่านชอบมากที่สุด

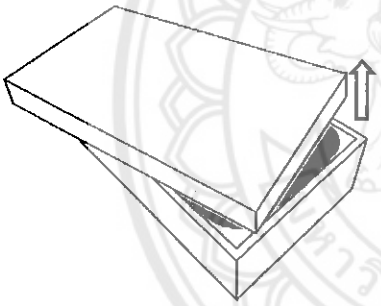
[ ] รูปทรงเรขาคณิต [ ] รูปทรงธรรมชาติ [ ] รูปทรงอิสระ

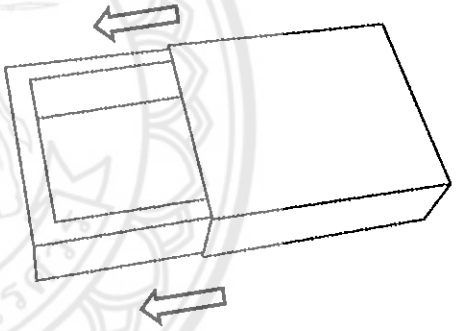
5. รูปทรงกระปุกแบบใด ที่ท่านชอบมากที่สุด

[ ] กระปุกทรงเรขาคณิต [ ] กระปุกทรงธรรมชาติ [ ] กระปุกทรงอิสระ

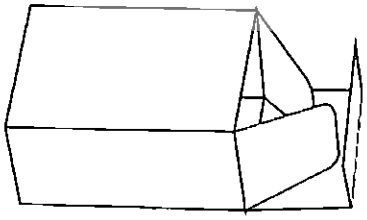
6. รูปแบบการใช้งานกล่องแบบใด ที่ท่านชอบมากที่สุด

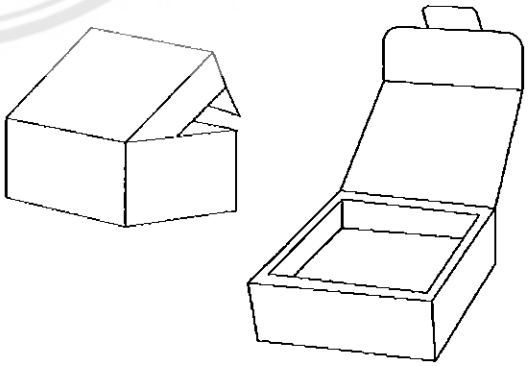
[ ] แบบเปิดแยกชิ้นกัน [ ] แบบเลื่อนเปิด .





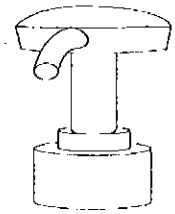
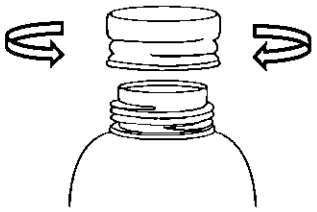
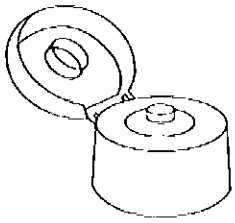
[ ] แบบเปิดด้านข้าง [ ] แบบเปิดด้านบน



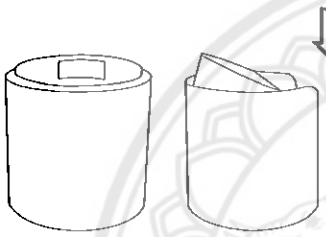


7. รูปแบบฝาขวดแบบใด ที่ท่านคิดว่าสะดวกต่อการใช้งานมากที่สุด

[ ] ฝาปั๊ม [ ] ฝาเกลียว [ ] ฝาslip

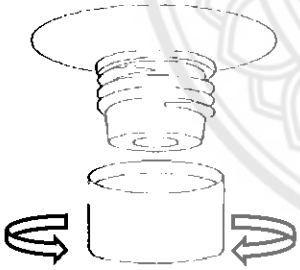
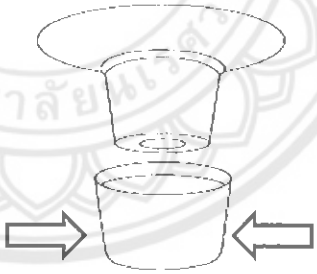
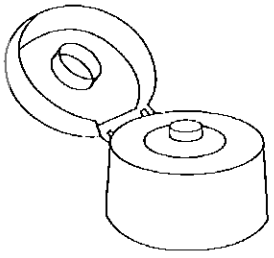




[ ] ฝาpress [ ] ฝาคอร์ก



8.รูปแบบฝาหลอดแบบใด ที่ท่านคิดว่าสะดวกต่อการใช้งานมากที่สุด

[ ] ฝาเกลียว [ ] ฝาบีบ [ ] ฝาslip

9.ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์ของแบบสอบถาม

เพศ		Frequency	Percent
Valid	ชาย	20	28.6
	หญิง	50	71.4
	Total	70	100.0

ตารางผลการวิเคราะห์ เพศ

อายุ		Frequency	Percent
Valid	25-30 ปี	34	48.6
	31-35 ปี	28	40.0
	35-40 ปี	8	11.4
	Total	70	100.0

ตารางผลการวิเคราะห์ อายุ

รายได้		Frequency	Percent
Valid	ตั้งแต่ 10,001-15,000	42	60.0
	ตั้งแต่ 15,001-20,000	8	11.4
	ตั้งแต่ 20,001-25,000	6	8.6
	ตั้งแต่ 25,001-30,000	10	14.3
	ตั้งแต่ 30,0001 ขึ้นไป	4	5.7
	Total	70	100.0

ตารางผลการวิเคราะห์ รายได้

อาชีพ		Frequency	Percent
Valid	อาจารย์	11	15.7
	เจ้าหน้าที่	58	82.9
	บรรณารักษ์	1	1.4
	Total	70	100.0

ตารางผลการวิเคราะห์ อาชีพ

ลักษณะกราฟิก		Frequency	Percent
Valid	ธรรมชาติ	26	37.1
	ทันสมัย	30	42.9
	วัฒนธรรมท้องถิ่น	14	20.0
	Total	70	100.0

ตารางผลการวิเคราะห์ ลักษณะกราฟิก

รูปแบบกราฟิก		Frequency	Percent
Valid	ใช้ภาพถ่ายมาประกอบ	21	30.0
	คอมพิวเตอร์สร้างภาพประกอบ	3	4.3
	คอมพิวเตอร์สร้างลวดลายเอกลักษณ์	46	65.7
	Total	70	100.0

ตารางผลการวิเคราะห์ รูปแบบกราฟิก

รูปทรงขวด		Frequency	Percent
Valid	เรขาคณิต	39	55.7
	ธรรมชาติ	6	8.6
	อิสระ	25	35.7
	Total	70	100.0

ตารางผลการวิเคราะห์ รูปทรงขวด

รูปทรงกระปุก		Frequency	Percent
Valid	เรขาคณิต	45	64.3
	ธรรมชาติ	14	20.0
	อิสระ	11	15.7
	Total	70	100.0

ตารางผลการวิเคราะห์ รูปทรงกระปุก

การใช้งานกล่อง		Frequency	Percent
Valid	แบบเปิดแยกชิ้นกัน	17	24.3
	แบบเลื่อนเปิด	23	32.9
	แบบเปิดด้านข้าง	4	5.7
	แบบเปิดด้านบน	26	37.1
	Total	70	100.0

ตารางผลการวิเคราะห์ การใช้งานกล่อง

ฝาขวด		Frequency	Percent
Valid	ฝาปั๊ม	59	84.3
	ฝาเกลียว	4	5.7
	ฝาslip	3	4.3
	ฝาpress	4	5.7
	Total	70	100.0

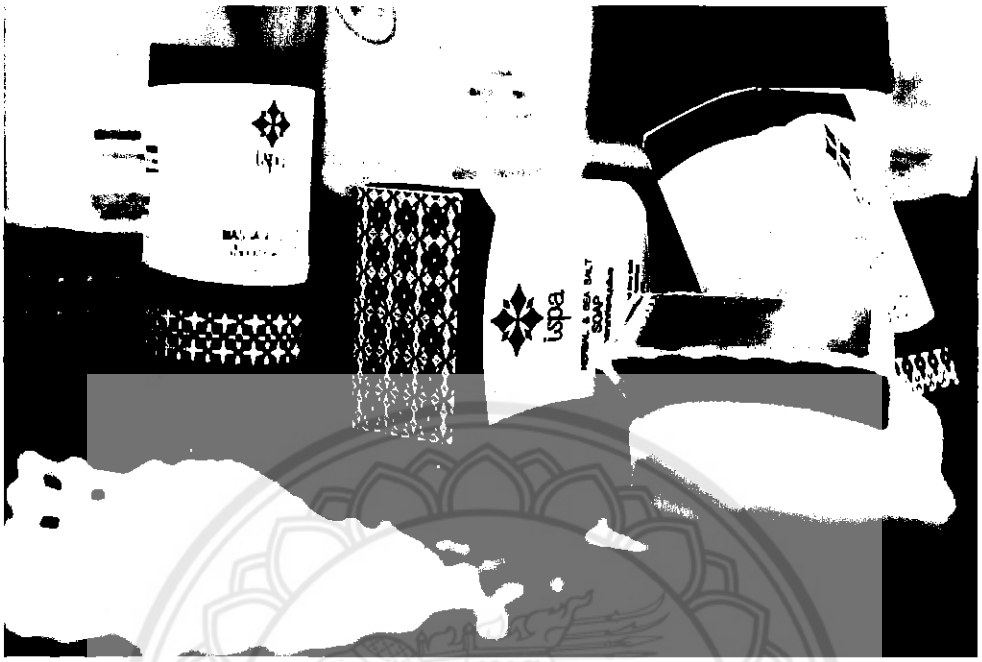
ตารางผลการวิเคราะห์ ฝาขวด

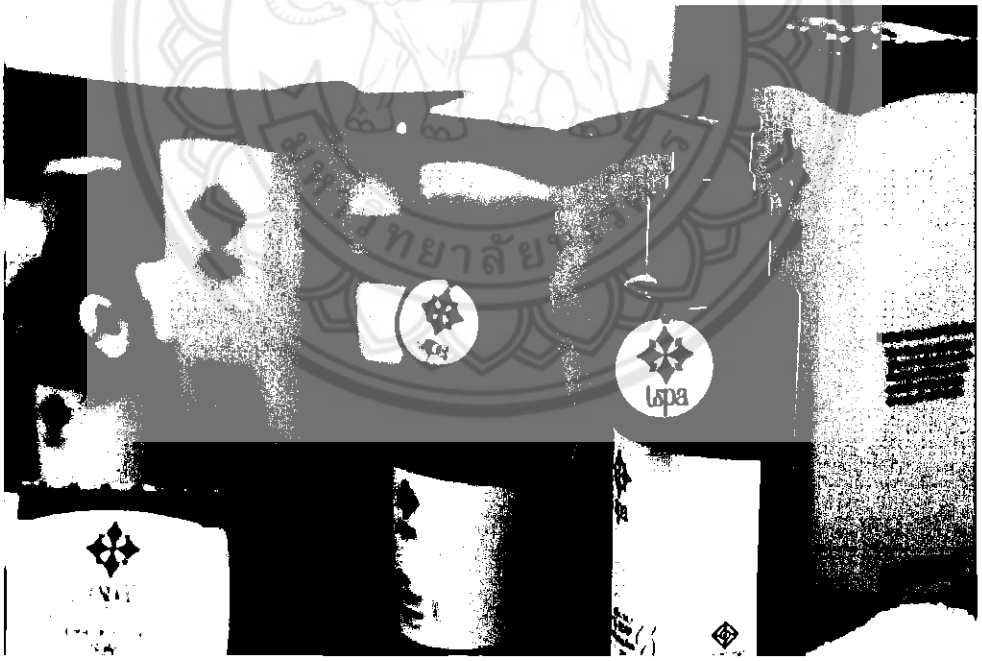
ฝาหลอด		Frequency	Percent
Valid	ฝาเกลียว	19	27.1
	ฝาบีบ	7	10.0
	ฝาslip	44	62.9
	Total	70	100.0

ตารางผลการวิเคราะห์ ฝาหลอด

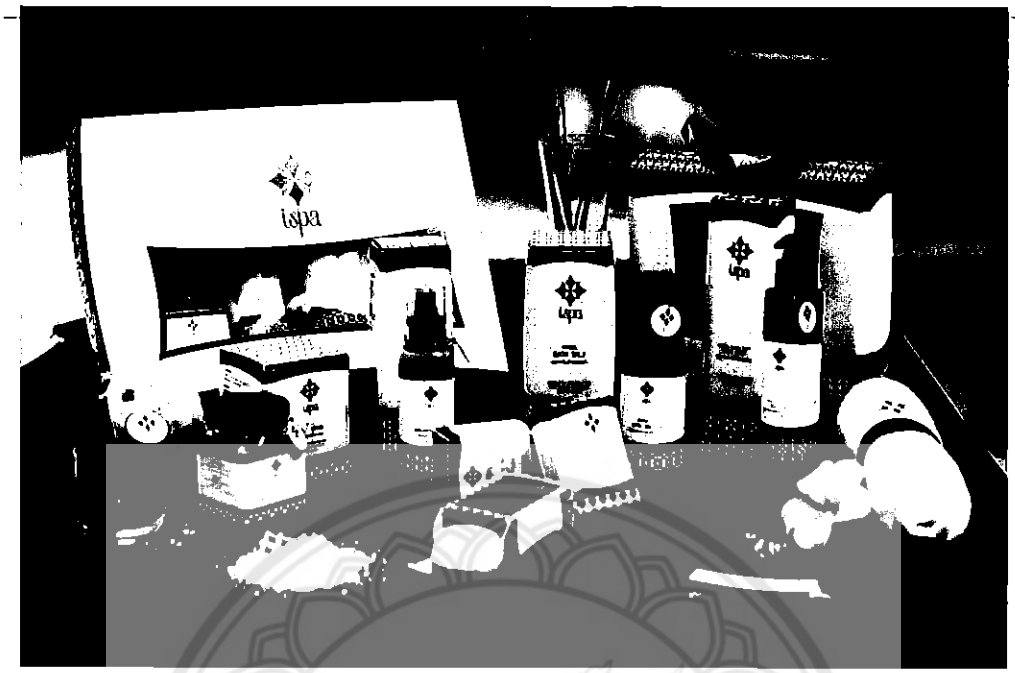
ภาคผนวก ค

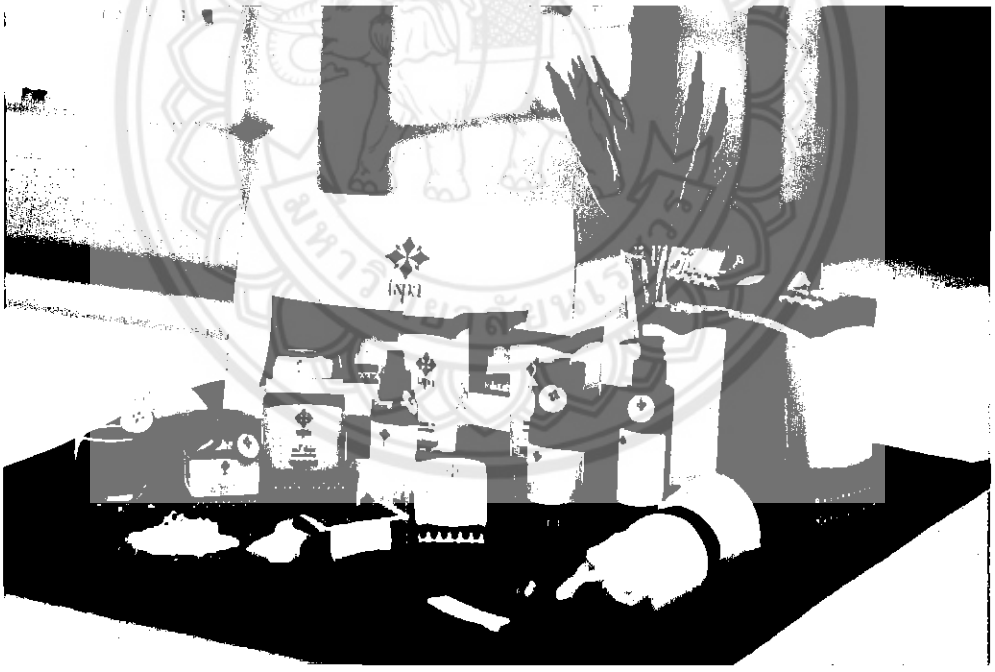
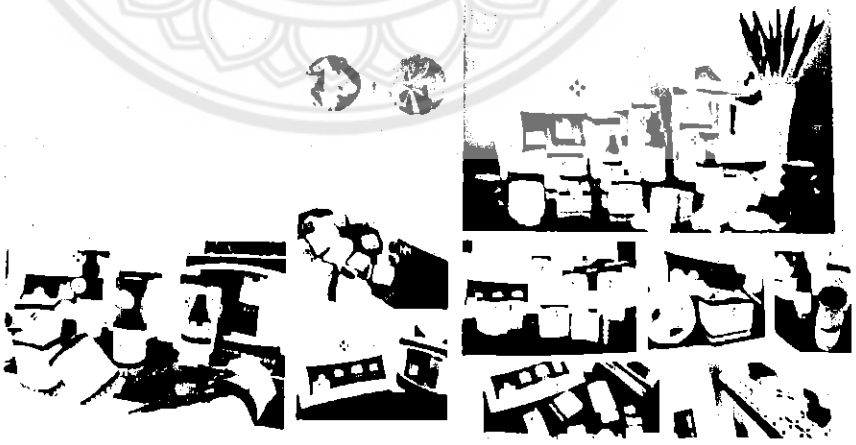
ผลงานการแสดงผลงานศิลปนิพนธ์





lapa


ispa


ispa

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สปา
กลุ่มเกลือทะเลก่งหันทอง จังหวัดเพชรบุรี