อภินันทนาการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

เยาวดี นวลเกตุ

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร
22 ก.ย. 2558
1684705

ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

พฤษภาคม 2558

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

HERBAL TEA PACKAGING DEVELOPMENT FOR BANG-KRA-TOOM HOSPITAL PHITSANULOK

YAOWADEE NUALKET

An Art Thesis Submitted in Partial Fulfillment
of the Requirements for the Bachelor Degree of Fine and Applied Arts
in Product and Package Design
Faculty of Architecture, Naresuan Uniersity

May 2015

Copyright 2015 by Naresuan University

คณะกรรมการการสอบได้พิจารณาศิลปนิพนธ์ เรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก ของนางสาวเยาวดี นวลเกตุ เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

.....ประธาน

(ดร.ตติยา เทพพิทักษ์)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์.ดร.จิรวัฒน์ พิรสันต์)

.....กรรมการ

(อาจารย์ศุภเดช หิมะมาน)

พฤษภาคม พุทธศักราช 2558

ประกาศคุณูปการ

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี โดยความกรุณาของ ดร.ตติยา เทพพิทักษ์ ประธานที่ปรึกษา ตลอดจน รศ.ดร.จิรวัฒน์ พิรสันต์ และ อาจารย์ศุภเดช หิมะมาน ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ และการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดจนให้กำลังในในการทำศิลปนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณคณะอาจารย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ทุกท่านที่ให้ความใส่ใจและให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำต่างๆ และเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือ ในการทำศิลปนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ปริญญาตรี คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ที่คนที่คอยให้กำลังใจ ให้ความคิดเห็น และให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน บรรณารักษ์ห้องสมุดคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และมหาวิทยาลัยนเรศวร ที่เอื้ออำนวยความรู้และตำราความรู้ ในการค้นคว้าหาข้อมูลในการทำศิลปนิพนธ์ และผู้ที่เกี่ยวข้อทุกท่านที่คอยให้คำแนะนำให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ประการสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถทำศิลปนิพนธ์ได้สำเร็จได้ด้วยดี นั้นคือ ครอบครัวกำลังใจจากคุณพ่อคุณแม่ และพี่สาว ผู้ที่เป็นทั้งกำลังใจและกำลังกายคอยช่วยเหลือและสนับสนุนผู้วิจัยตลอดมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านมา ณ ที่นี้ คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากศิลปนิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบให้เป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา ที่ให้โอกาสทางการศึกษา อบรม เลี้ยงดู ให้ความอบอุ่น กำลังใจ และขอบกราบของพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ถ่ายทอดความรู้ ประสิทธ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยได้รับความสำเร็จทางการศึกษา

เยาวดี นวลเกตุ

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพร สำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก
ผู้วิจัย	เยาวดี นวลเกตุ
ประธานที่ปรึกษา	ดร. ตติยา เทพพิทักษ์
กรรมการที่ปรึกษา	รศ.ดร.จิรวัฒน์ พิรสันต์
กรรมการที่ปรึกษา	อ.ศุภเดช หิมะมาน
ประเภทวิทยานิพนธ์	ศิลปนิพนธ์ ศป.บ. สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, พ.ศ. 2557
คำสำคัญ	การพัฒนาบรรจุภัณฑ์,ชาสมุนไพร,โรงพยาบาลบางกระทุ่มจังหวัดพิษณุโลก

บทคัดย่อ

ศิลปนิพนธ์ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพร สำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการของบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ของชาสมุนไพร สำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก โดยมุ่ง เน้นพัฒนาและการสร้างสรรค์รูปแบบด้วยกราฟิกลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ สีของบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลและตราสัญลักษณ์ให้มีความโดดเด่นน่าจดจำ โดยมีแนวคิดที่ได้แรงบันดาลใจมาจากพืชผักสมุนไพรในสวนครัว เพื่อให้รู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์ ตามหลักการสร้างสรรค์ผลงานของการออกแบบ

โดยผ่านการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวกับคุณสมบัติสมุนไพร ชาสมุนไพร วัสดุบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิก และข้อมูลที่สำคัญต่อการออกแบบได้แก่ กลุ่มเป้าหมายใหม่ พฤติกรรมผู้บริโภคชาสมุนไพร ตลาดชาสมุนไพร เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาข้อสรุปมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพร สำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

ผลการวิจัย

1. ด้านบรรจุภัณฑ์ควรมีบรรจุภัณฑ์ที่มีจุดเด่นและสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดีและเป็นการเปิดตลาดใหม่สำหรับผลิตภัณฑ์ชาที่มีคู่แข่งในเรื่องด้านการตลาด จึงควรเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างภาพลักษณ์และจุดเด่นเพื่อให้เกิดความแปลกใหม่และสามารถดึงดูดผู้บริโภคได้

2. ด้านกราฟิกควรมีรูปแบบลวดลายและสีสันที่สดใสในการออกแบบ เพื่อแสดงถึงความสดชื่นและการดูแลสุขภาพ รวมถึงสร้างความเป็นเอกภาพและจุดเด่นให้แก่ผลิตภัณฑ์

สารบัญ

บทที่ หน้า

1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

ความมุ่งหมายของการวิจัย 2

ขอบเขตการวิจัย 3

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย 4

คำจัดกัดความที่ใช้ในงานวิจัย 5

2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 7

ความหมายและความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์ 7

บทบาทหน้าที่ของการบรรจุภัณฑ์อาหาร 9

กระบวนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 14

ระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ 22

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบรรจุภัณฑ์ 28

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสภาพทั่วไปของแหล่งผลิตชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก 31

ประวัติความเป็นมาของโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก 31

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสมุนไพร 33

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับชา 37

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 43

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค 43

บทที่ หน้า

วิเคราะห์ตลาดชาสมุนไพร..... 46

วิเคราะห์บรรจุภัณฑ์ชาทั่วไป..... 51

3 วิธีการดำเนินงานวิจัย

ส่วนที่ 1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาและวิธีการเก็บข้อมูล..... 54

ส่วนที่ 2 เครื่องมือสำหรับใช้ในการเก็บข้อมูล..... 55

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์และนำเสนอผลงาน..... 57

ส่วนที่ 4 การประเมินผลโครงการ..... 58

4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์

ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และสรุปเงื่อนไขการออกแบบ (Design Analysis and Design Brief)..... 60

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch)..... 70

ส่วนที่ 3 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ (Development and Design)..... 83

ส่วนที่ 4 ผงงานที่สร้างสรรค์ (Packaging Design)..... 103

5 บทสรุป

สรุปผลการออกแบบ..... 107

ข้อเสนอแนะ.....108

บรรณานุกรม..... 110

ภาคผนวก..... 111

ประวัติผู้วิจัย..... 114

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

1 ออกแบบลักษณะโครงสร้างและกราฟิกที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์..... 4

2 หลักกลยุทธ์ทางการตลาด..... 23

3 ข้อมูลทางการตลาด..... 67

4 การเปรียบเทียบระหว่างคู่แข่ง การวางตลาดของผลิตภัณฑ์..... 67

5 ตารางอารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบ (Mood & Tone)..... 69

มหาวิทยาลัยนเรศวร

สารบัญภาพ

ภาพ **หน้า**

1 บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบัน..... 7

2 ขั้นตอนวัฏจักรของผลิตภัณฑ์..... 15

3 ตัวอย่างการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์..... 22

4 ตัวอย่างสีบนบรรจุภัณฑ์..... 24

5 วงจรสี.....26

6 สวนสมุนไพรโรงพยาบาลบางกระทุ่ม..... 31

7 กระบวนการผลิตและแปรรูปสมุนไพร..... 33

8 สมุนไพรชุมเห็ดเทศ..... 34

9 สมุนไพรรางจืด..... 35

10 สมุนไพรขิง..... 35

11 สมุนไพรตะไคร้..... 35

12 สมุนไพรใบหม่อน(พลัส)..... 36

13 สมุนไพรใบเตยหอม..... 36

14 สมุนไพรหญ้าดอกขาว..... 36

15 สมุนไพรหญ้าหนวดแมว..... 37

16 ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรของโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก..... 37

17 ชาสมุนไพรชุมเห็ดเทศโดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม..... 38

18 ชาสมุนไพรรางจืดโดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม..... 39

19 ชาสมุนไพรขิงโดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม..... 39

20 ชาสมุนไพรตะไคร้โดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม..... 40

21 ชาสมุนไพรใบหม่อน(พลัส)โดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม..... 41

22 ชาสมุนไพรใบเตยโดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม..... 41

23 ชาสมุนไพรหญ้าดอกขาวโดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม..... 42

24 ชาสมุนไพรหญ้าหนวดแมวโดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม..... 43

ภาพ หน้า

25 แบบสำรวจพฤติกรรมการบริโภคและการยอมรับต่อผลิตภัณฑ์ชา..... 45
26 วิเคราะห์โครงสร้างบรรจุภัณฑ์คู่แข่ง..... 51
27 วิเคราะห์รูปแบบการใช้งานบรรจุภัณฑ์คู่แข่ง..... 52
28 วิเคราะห์รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และรักสิ่งแวดล้อม..... 53
29 แผนผังวิธีการดำเนินงานวิจัย.....59
30 ซองบรรจุผงชา (Tea bag)..... 65
31 บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก..... 66
32 แสดงกลุ่มเป้าหมายในการออกแบบ..... 68
33 แสดงภาพ (Mood & Tone)..... 69
34 แบบร่างโครงสร้างที่ 1..... 70
35 แบบร่างโครงสร้างที่ 2.....71
36 แบบร่างโครงสร้างที่ 3.....72
37 แบบร่างโครงสร้างที่ 4..... 73
38 พัฒนาโครงสร้างแบบร่างที่ 1..... 74
39 พัฒนาโครงสร้างแบบร่างที่ 2..... 75
40 พัฒนาโครงสร้างแบบร่างที่ 3..... 76
41 พัฒนาโครงสร้างแบบร่างที่ 4..... 77
42 แบบร่างกราฟิกแบบที่ 1 แสดงสมุนไพรหญ้าดอกขาว..... 78
43 แบบร่างกราฟิกแบบที่ 2 แสดงสมุนไพรหญ้าหนวดแมว..... 78
44 แบบร่างกราฟิกแบบที่ 3 แสดงสมุนไพรรางจืด..... 79
45 แบบร่างกราฟิกแบบที่ 4 แสดงสมุนไพรใบหม่อน(พลัส)..... 79
46 แบบร่างกราฟิกแบบที่ 5 แสดงสมุนไพรตะไคร้..... 80

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ **หน้า**

47 แบบร่างกราฟิกแบบที่ 6 แสดงสมุนไพรขิง....80

48 แบบร่างกราฟิกแบบที่ 7 แสดงสมุนไพรใบเตยหอม....81

49 แบบร่างกราฟิกแบบที่ 8 แสดงสมุนไพรชุมเห็ดเทศ....81

50 แบบร่างตราสัญลักษณ์สินค้า.... 82

51 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 1.... 83

52 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 2.... 84

53 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 3.... 85

54 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 4.... 86

55 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 5.... 87

56 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 6.... 88

57 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 7.... 89

58 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 8.... 90

59 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 9.... 91

60 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 10.... 92

61 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 11.... 93

62 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 12.... 94

63 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 13.... 95

64 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 14.... 96

65 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 15.... 97

66 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 16.... 98

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ **หน้า**

67 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 17 99

68 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 18 100

69 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 19 101

70 ภาพผลงานออกแบบตราสัญลักษณ์สินค้าขั้นสมบูรณ์ 102

71 แสดงผลงานที่สร้างสรรค์ 103

72 แสดงผลงานที่สร้างสรรค์ 104

73 แสดงผลงานที่สร้างสรรค์ 105

74 แสดงผลงานที่สร้างสรรค์ 106

75 แสดงงานนิทัศการผลงาน (เชนทรัลพลาซา พิษณุโลก) 112

76 แสดงงานนิทัศการผลงาน (เชนทรัลพลาซา พิษณุโลก) 113

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาหารเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ มีหลากหลายทั้งที่มีประโยชน์และไม่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ถ้าบริโภคอาหารดีมีประโยชน์ ก็ทำให้สุขภาพดีปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ หากรับประทานอาหารที่ไม่ก่อประโยชน์ให้แก่ร่างกาย เช่น อาหารที่มีสารปนเปื้อนหรือที่ไม่มีประโยชน์จะทำให้ร่างกายเจ็บป่วยไปด้วย การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ จึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อสุขภาพอย่างยิ่ง ดังนั้นจึงต้องรับประทานอาหารเพื่อให้ร่างกายได้เจริญเติบโตและมีความแข็งแรง ต้องรับประทานอาหารอย่างอย่างน้อยวันละ 3มื้อ รับประทานเฉพาะอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายจึงจะเกิดผลดี

สมุนไพร คือ สิ่งที่ธรรมชาติมอบให้กับมวลมนุษย์ มนุษย์รู้จักใช้สมุนไพรในด้านการบำบัดรักษา ประเทศไทยมีภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการเจริญงอกงามของพืชนานาชนิด โดยเฉพาะพืชสมุนไพรมีอยู่มากมายเป็นแส นๆ ชนิด ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและจากการเพาะปลูก บางชนิดก็ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตยาแผนปัจจุบัน สมุนไพรหลายชนิดถูกนำมาใช้ในรูปของยากลางบ้าน ยาแผนโบราณ สมุนไพรจึงเป็นทั้งยาและอาหาร

ในปัจจุบัน ความนิยมด้านสมุนไพรมีเพิ่มขึ้น ประชาชนหันมาใช้สมุนไพรบุคลากรทางสาธารณสุขก็ได้หันมาให้ความสนใจมากขึ้น ตลอดจนรัฐบาลได้ตระหนักถึงประโยชน์ของสมุนไพร มีการสนับสนุนให้มีการตั้งกรมการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก โดยมีเป้าหมายให้มีการใช้สมุนไพรในการรักษาและป้องกันโรค ส่งเสริมเรื่องการพัฒนามาตรฐานสมุนไพรไทย พัฒนาและส่งเสริมวัตถุดิบทางสมุนไพรอย่างครบวงจร

จากกระแสความนิยมผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติมากขึ้น ทำให้คนจำนวนไม่น้อยที่เจ็บป่วยได้หันมานิยมใช้ยาจากธรรมชาติหรือสมุนไพรทดแทนยาแผนตะวันตกที่มาจากการสังเคราะห์ทางเคมี ซึ่งมีราคาแพง และมีฤทธิ์ข้างเคียงสูงกว่ายาจากสมุนไพร ดังนั้น จึงนับเป็นเรื่องที่ดีที่คนไทยจะหันมาใช้ยาหรือผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพจากสมุนไพรกันมากขึ้น แทนการพึ่งพายาแผนปัจจุบันเพียงอย่างเดียวอย่างแต่ก่อน เพราะจะช่วยลดการนำเข้ายาจากต่างประเทศและลดการเสียดุลการค้าของประเทศลงได้ และการที่ตลาดโลกมีความต้องการผลิตภัณฑ์สุขภาพจากสมุนไพรในปริมาณมาก น่าจะเป็นโอกาสอันดีที่ประเทศไทยซึ่งมีทรัพยากรสมุนไพรที่มีคุณภาพดีอยู่เป็นจำนวนมาก จะได้วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรของเราให้มีคุณภาพทัดเทียมกับของต่างประเทศ เพื่อให้สามารถ

แข่งขันได้ในตลาดโลก แทนการส่งออกแต่วัตถุดิบสมุนไพรซึ่งมีมูลค่าการตลาดต่ำ เพื่อช่วยนำรายได้เข้าประเทศอีกทางหนึ่งด้วย นโยบายที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

- นโยบาย 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์

- นโยบายส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

- การยกระดับภูมิปัญญาไทยให้มีสถานะและใช้ประโยชน์ได้ทัดเทียมกับภูมิปัญญาสากล

ยาสมุนไพรชนิดชา เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่นำสมุนไพรทั้ง8ชนิด มาละลายหรือชงกับน้ำเพื่อดื่มและดีต่อสุขภาพ เป็นผลผลิตทางเกษตรกรรมจากใบ ยอดอ่อน และก้าน นำมาผ่านกรรมวิธีแปรรูปหลากหลาย นอกจากนี้ ชาสมุนไพรของโรงพยาบาลบางกระทุ่ม อำเภอบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลกได้พัฒนาและสนับสนุนให้มีกลุ่มสมุนไพรครบวงจรเพื่อเศรษฐกิจชุมชนได้รู้จักสมุนไพร สามารถผลิตและจำหน่ายสมุนไพรมากยิ่งขึ้นแต่ชาสมุนไพรยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายเพราะส่วนมากจะจำหน่วยทางโรงพยาบาลที่ใกล้เคียงภายในจังหวัดพิษณุโลก และทางเว็บไซต์ของโรงพยาบาลบางกระทุ่มเพียงเท่านั้น

ดังที่กล่าวมาชาสมุนไพรของโรงพยาบาลบางกระทุ่ม ชามีการแข่งขันทางการตลาดสูง ยังไม่สามารถเจาะตลาดออกสู่ผลิตภัณฑ์1ตำบล1ผลิตภัณฑ์ นอกจากผลิตภัณฑ์ภายในมีคุณภาพดีแล้ว บรรจุภัณฑ์ภายนอกยังจำเป็นต้องพัฒนารูปลักษณ์ที่สามารถโชว์สินค้า ดึงดูดความน่าสนใจ สะดวกขึ้นทันสมัยใหม่กว่าเดิม โดยการสร้างแบรนด์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้กลุ่มลูกค้าใหม่ๆนอกเหนือจากกลุ่มที่ชอบสมุนไพรหันมาดื่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรชาชงกันมากขึ้น ซึ่งนี้เป็นปัญหาที่ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่น่าประทับใจสามารถจัดเป็นของฝากของที่ระลึกให้กับผู้ที่สนใจสมุนไพรให้รู้สึกเหมือนเป็นการทานสมุนไพรง่ายๆรักสุขภาพ ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นชื่อของอำเภอบางกระทุ่มจังหวัดพิษณุโลกเพื่อยกระดับให้กับสินค้าไทย อีกทั้งช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ได้อีกด้วย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพร สำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก โดยเป็นการการออกแบบที่มีจุดประสงค์คือ

1.เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการของบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

2.เพื่อศึกษาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

3.เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก มีขอบเขตในการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 เก็บรวบรวมข้อมูลศึกษา ชาชงและสมุนไพรกลุ่ม

1.2 เก็บรวบรวมข้อมูลศึกษา หลักการออกแบบตราสัญลักษณ์และโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

1.3 เก็บรวบรวมข้อมูลศึกษา กลุ่มผู้บริโภคชาสมุนไพร

2. ขอบเขตด้านผลิตภัณฑ์

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาโดยเลือกผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

3. ขอบเขตด้านบรรจุภัณฑ์

3.1 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก ที่ผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษา

3.1.1 ชาสมุนไพรขิง

3.1.2 ชาสมุนไพรตะไคร้

3.1.3 ชาสมุนไพรชุมเห็ดเทศ

3.1.4 ชาสมุนไพรใบเตยหอม

3.1.5 ชาสมุนไพรใบหม่อน(พลัส)

3.1.6 ชาสมุนไพรหญ้าหนวดแมว

3.1.7 ชาสมุนไพรหญ้าดอกขาว

3.1.8 ชาสมุนไพรรางจืด

4. ขอบเขตด้านการออกแบบ

4.1 ศึกษาวัสดุที่เหมาะสมกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้อง ส่งเสริม ดึงดูดความสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

4.3 ออกแบบลักษณะโครงสร้างและกราฟิกที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก ประกอบด้วย

ที่	ประเภท	ปริมาณ (กรัม)	ราคา (บาท)	โครงสร้าง	กราฟิก
1	ตราสัญลักษณ์ BA-ANG-GRA	-	-	1	1
2	ซองชาสมุนไพร	-	-	1	8
3	ชาสมุนไพร6ชนิด	40	150	1	6
4	ชาสมุนไพร5ชนิด	50	180	1	5
5	ชาสมุนไพร4ชนิด	60	210	1	4
6	ชาสมุนไพร5ชนิด	70	250	1	5
	รวม			6	29

ตารางที่ 1 ออกแบบลักษณะโครงสร้างและกราฟิกที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1.ทำให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการบรรจุภัณฑ์ ที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม

2.ได้บรรจุภัณฑ์ต้นแบบชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

3.ได้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่สามารถเป็นของฝากของที่ระลึกได้

คำจัดกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

1. การพัฒนา หมายถึงกระบวนการค้นคว้า คิดออกแบบ แก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้มาซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ดี (สาคร คันธโชติ 2528 หน้า6)

2. การออกแบบ หมายถึง การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบ โดยวางแผนจัดสัดส่วนประกอบของการออกแบบให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย

3. บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ทำหน้าที่ห่อหุ้มเพื่อประโยชน์ในการใช้สอย หรือเพื่ออำนวยความสะดวกและยังสามารถปกป้องรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพมากที่สุด

4. ชา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากใบ ลำต้น ราก ของพืช ผักหรือต้นไม้ ผ่านกระบวนการแปรรูปเป็นชา

5. สมุนไพร หมายถึง พืชที่ใช้ทำเป็นเครื่องยา ซึ่งมิได้ผสมปรุงแต่ง หรือ แปรสภาพ ส่วนการนำมาใช้อาจดัดแปลงรูปลักษณะของสมุนไพรให้ใช้ได้สะดวกขึ้น เช่น นำมาหั่นให้มีขนาดเล็กหรือบดเป็นผง

6. กราฟิก หมายถึง การออกแบบตกแต่งลักษณะภายนอกของบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดสายตาของผู้บริโภค

6.1 การออกแบบด้านกราฟิก หมายถึง การออกแบบลวดลายข้อความและสีสันที่จะพิมพ์บนภาชนะบรรจุภัณฑ์เพื่อแจ้งข้อมูลแนะนำและดึงดูดสายตา

6.2 การออกแบบด้านโครงสร้าง หมายถึง การออกแบบโครงสร้างทางกายภาพของภาชนะบรรจุเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการใช้งานและประหยัดที่สุด

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า เอกสารงานวิจัย การสัมภาษณ์ และจากเว็บไซต์ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาเป็นข้อมูลพื้นฐานและเป็นแนวทางในการศึกษาต่อไป ซึ่งประกอบไปด้วย

การดำเนินงานวิจัยตามลำดับดังนี้

1.เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.1 ความหมายและความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์

1.2 ความเป็นมาของการบรรจุภัณฑ์

1.3 บทบาทหน้าที่ของการบรรจุภัณฑ์อาหาร

1.4 กระบวนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

1.5 ระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์

1.6 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบรรจุภัณฑ์

2.เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสภาพทั่วไปของแหล่งผลิตชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

2.1 ประวัติความเป็นมาของโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

2.2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสมุนไพร

2.3 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับชา

3.เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

3.2 วิเคราะห์ตลาดชาสมุนไพร

3.3 วิเคราะห์บรรจุภัณฑ์ชาทั่วไป

การพัฒนาเป็นการต่อยอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงาน ที่ผู้อื่น สามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้ เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกัน ในแง่ของการวางแผนการการทำงาน งานออกแบบจะช่วยให้การทำงานเป็นไปตาม ขั้นตอน อย่างเหมาะสม และประหยัดเวลา ดังนั้นอาจถือว่าการออกแบบ คือ การวาง แผนการทำงานก็ได้

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาการออกแบบเป็นสิ่งที่อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับงาน งานบางประเภทอาจมีรายละเอียดมากมายซับซ้อน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องและผู้พบเห็นมีความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่าผลงานออกแบบ คือ ตัวแทนความคิดของผู้ออกแบบได้ทั้งหมด

ภาพที่ 1 บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบัน

1.1 ความหมายและความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์

ความหมายของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อ หมายถึงศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการคุ้มครองปกป้องสินค้าจากผู้ผลิตจนถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัยด้วยต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม

จากความหมายพอสรุปได้ว่าบรรจุภัณฑ์นั้น หมายถึง เรื่องของวิทยาศาสตร์และเรื่องของศิลปะที่ใช้เพื่อการบรรจุสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและทำให้เกิดความเสียหายกับสิ่งแวดล้อม และบรรจุภัณฑ์นั้นจะต้องปกป้องตัวสินค้าให้อยู่ในสภาพที่ดีจากแหล่งผลิตจนถึงมือลูกค้าโดยไม่ให้ได้รับความเสียหาย ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์นั้น ๆ จะต้องมีต้นทุนของการผลิตที่ไม่สูงจนเกินไป

ความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์

ประเทศของเรามีสินค้ามีผลิตผลทางด้านการเกษตรกรรม และการประมงมากมาย เช่นผักสด ผลไม้สด และสินค้าที่เป็นอาหารจากทะเล สิ่งที่กล่าวมานี้จะได้รับความเสียหายมากเนื่องจากสภาวะของอากาศการบรรจุหีบห่อ และการขนส่งที่เหมาะสมมีส่วนที่จะช่วยลดความเสียหายเหล่านั้นลงได้ซึ่งเป็นการช่วยให้ผลผลิตที่กล่าวถึงมือผู้บริโภคในสภาพที่ดี และจะทำให้ขายได้ในราคาที่สูงอีกด้วย

นอกจากนี้แล้วผลิตภัณฑ์อื่นๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์จากอาหารแปรรูปถ้าการบรรจุภัณฑ์และการขนส่งที่เหมาะสมมีส่วนที่จะช่วยลดความเสียหายและสามารถ จำหน่ายได้ในราคาที่สูงเช่นกัน จะเห็นได้ว่าการบรรจุภัณฑ์นั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อผลผลิต ทั้งหลายซึ่งสามารถสรุปเป็นรายละเอียดเป็นข้อ ๆ ได้ ดังนี้

1.รักษาคุณภาพ และปกป้องตัวสินค้า เริ่มตั้งแต่การขนส่ง การเก็บ ให้ผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมิให้เสียหายจากการปนเปื้อนจากฝุ่นละออง แมลง คน ความชื้น ความร้อน แสงแดด และการปลอมปน เป็นต้น

2.ให้ความสะดวกในเรื่องการขนส่ง การจัดเก็บ มีความรวดเร็วในการขนส่ง เพราะสามารถรวมหน่วยของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเป็นหน่วยเดียวได้ เช่น ผลไม้หลายผลนำลงบรรจุในลังเดียวหรือเครื่องดื่มที่เป็นของเหลวสามารถบรรจุลงในกระป๋องหรือขวดได้ เป็นต้น

3.ส่งเสริมทางด้านการตลาด บรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคเห็น ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จะต้องจะทำหน้าที่บอกกล่าวสิ่งต่างๆของตัวผลิตภัณฑ์โดยการบอกข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดของตัวสินค้า และนอกจากนั้นจะต้องมีรูปลักษณ์ที่สวยงามสะดุดตาเชิญชวนให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งการทำหน้าที่ดังกล่าวของบรรจุภัณฑ์นั้น เป็นเสมือนพนักงานขายที่ไร้เสียง (Silent Salesman) (อ้างอิง: สถาบัน กศน.ภาคกลาง)

1.2 บทบาทหน้าที่ของการบรรจุภัณฑ์อาหาร

ประเภทและลักษณะของบรรจุภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์ หรือการบรรจุหีบห่อ เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด เนื่องจากในปัจจุบันนี้ บริษัทต่างๆได้พัฒนาตัวสินค้าและบริการจนมี คุณภาพทัดเทียมกันเกือบทุกตรายี่ห้อ ดังนั้นนักการตลาดจึงได้หันมาเน้นเรื่องการบรรจุภัณฑ์ โดยการพัฒนารูปแบบของการบรรจุภัณฑ์ เพื่อช่วยทั้งในด้านการเก็บรักษา การขาย การตลาด การโฆษณา การบรรจุภัณฑ์ จึงเข้ามามีบทบาททางการตลาดเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีและเหมาะสมจะช่วยให้การดำเนินการจัดจำหน่ายกาขนส่งเคลื่อนย้ายและการกระจายสินค้าดำเนินไปได้ ด้วยดี สะดวกรวดเร็ว ประหยัด

ข้อมูลเบื้องต้นที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

สินค้า การออกแบบต้องเริ่มต้นด้วยมี ข้อมูลทางด้านสินค้าอย่างเพียงพอ ได้ แก่ ประเภทของสินค้า คุณสมบัติ ทางกายภาพและเคมี ขนาดรูปทรงปริมาตร ส่วนประกอบหรือส่วนผสม คุณค้าทางโภชนาการ กระบวนการผลิตหรือกรรมวิธีการแปรรูปอาหาร การตรวจสอบคุณภาพ ข้อแนะนำในการบริโภค และสินค้าจะเสื่อมคุณภาพจากปฏิกิริยาอะไรเพื่อจะได้นำมาออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้ลวดลายสีสันอย่างเหมาะสม สร้างการยอมรับจากผู้ซื้อ และที่สำคัญที่สุด คือการสร้างจุดขายของสินค้า (Unique Selling Point)

ประโยชน์และความต้องการของผู้บริโภค การกำหนดเป้าหมายของผู้บริโภคและการวิจัยตลาดย่อม สามารถประเมินว่าจุดขายของสินค้าสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคนอกจากนี้ ยังต้องทราบถึงปริมาณการบริโภคแต่ละครั้ง การนำไปปรุงร่วมกับอาหารชนิดอื่น และโอกาสในการบริ โภคหรือฤดู ในการเลือกซื้อข้อมูลเหล่านี้ จะช่วยให้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น การบรรจุรวมห่อ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และลวดลายให้สอดคล้องกับเทศกาล การออกแบบให้เป็นของกำนัล เป็นต้น เพื่อเป็นการสนองความต้องการของผู้ซื้อ และทำให้สินค้าของเรามีความแตกต่าง หรือสร้างคุณประโยชน์มากกว่าคู่แข่งขัน

การตลาด การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้ สนองกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จำเป็นต้องวิ เคราะห์จุดยืนของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เทียบกับคู่แข่งขันที่มี กลุ่มเป้าหมายเดียวกับฝ่ายการตลาดมี หน้าที่เป็นผู้หาข้อมูลดังกล่าวและป้อนให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูลของปริมาณสินค้าที่จะบรรจุ ขนาด จำนวนบรรจุภัณฑ์ ต่อหน่วยขนส่ง อาณาเขตของตลาด เป็นต้น

ระบบขนส่งสินค้าและคลังสินค้า ศึกษาวิธีและอุปกรณ์ การขนย้ายและการเก็บคงคล ง เช่น การใช้กระบะเป็นพาหนะสำหรับใช้ในระบบการขนย้าย ความจำเป็นในการใช้ สัญลักษณ์รหัสแท่งบนบรรจุภัณฑ์ขนส่ง เป็นต้น

กิฎหมาย การออกแบบกราฟิกของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นไปตามข้อบังคับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องสอดคล้องกับข้อบังคับของสำนักงานอาหารและยา (อย.) นอกจากนี้ ยังต้องศึกษาการใช้สัญลักษณ์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ปัจจัยอื่นๆ สภาวะคู่แข่งขันรวมกระทั่งถึงการเคลื่อนไหวของคู่แข่ง สถานะของผลิตภัณฑ์ตามวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ประเภทของบรรจุภัณฑ์

ประเภทของบรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งได้หลายวิธีตามหลักเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้

1. แบ่งตามหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ การป้องกัน การรักษาคุณภาพ ความสะดวกในการใช้งาน ความประหยัดในการขนส่ง การออกแบบกราฟิกให้สอดคล้องกับความต้องการ การใช้ฉลากและส่วนประกอบของฉลาก

2. แบ่งตามคุณสมบัติทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์

1. ประเภทบรรจุภัณฑ์แบ่งตามหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

พิจารณาตามหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ได้ แก่การป้องกัน การรักษาคุณภาพ ความสะดวกในการใช้งาน ความประหยัดในการขนส่ง การออกแบบกราฟิกให้สอดคล้องกับความต้องการ การใช้ฉลากและส่วนประกอบของฉลาก สามารถแบ่งบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 บรรจุภัณฑ์ เฉพาะหน่วย (Individual Package)คือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ ชั้นแรกเป็นสิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์เอาไว้เฉพาะหน่วย โดยมีวัตถุประสงค์ขั้นแรกคือ เพิ่มคุณค้าในเชิงพาณิชย์ (To Increase Commercial Value) เช่น การกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะหรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะแก่การจับถือ และอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรงอีกด้วย

1.2 บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package)คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาเป็นชั้นที่สอง มีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ขั้นแรกเข้าไว้ด้วยกันเป็นชุด ในการจำหน่ายรวมตั้งแต่ 2 – 24 ชิ้นขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์ขั้นแรก คือ การป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์จากน้ำ ความชื้น ความร้อน แสง แรงกระทบกระเทือน และอำนวยความสะดวกแก่การขายปลีกย่อย เป็นต้น ตัวอย่างของบรรจุภัณฑ์ ประเภทนี้ ได้ แก่กล่องกระดาษแข็งที่บรรจุเครื่องดื่มจำนวน 1 โหล , สบู่ 1 โหล เป็นต้น

1.3 บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Outer Package)คือ บรรจุภัณฑ์ ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่งโดยปกติ แล้วผู้ซื้อจะไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ ประเภทนี้มากนัก เนื่องจากทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ใน

ระหว่างการขนส่งเท่านั้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ประเภทนี้ ได้แก่ หีบไม้ ลัง กล่องกระดาษขนาดใหญ่ที่บรรจุสินค้าไว้ภายใน ภายนอกจะบอกเพียงข้อมูลที่จำเป็นต่อการขนส่งเท่านั้น เช่น รหัสสินค้า(Code) เลขที่ (Number) ตราสินค้า สถานที่ส่ง เป็นต้น

2. ประเภทบรรจุภัณฑ์แบ่งตามคุณสมบัติทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์

พิจารณาถึงคุณสมบัติทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ สามารถแบ่งบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

2.1 บรรจุภัณฑ์แข็งตัว (Rigid Packaging)เช่น แก้วกระป๋องโลหะ(can) และขวดพลาสติก ส่วนมากเป็นพลาสติกฉีดบรรจุภัณฑ์ชนิดนี้ มีความแข็งแรงคงรูปได้ดีลำเลียงบนสายพาน (conveyor) ได้สะดวก จึงเหมาะสำหรับการใช้งานกับเครื่องบรรจุของเหลวด้วยระบบสุญญากาศ และระบบที่ใช้ความดันได้

2.2 บรรจุภัณฑ์กึ่งแข็ง (Semi-Rigid Packaging)เช่น ขวดพลาสติกแบบขึ้นรูปด้วยการเป่า ถาดโฟม ถ้วยไอศกรีม ขึ้นรูปด้วยความร้อนและสุญญากาศบรรจุภัณฑ์ชนิดนี้มีข้อจำกัดในการรับแรงอัดและแรงดันจึงบรรจุแบบกระบอกสูบอัดใส่ในถุงบรรจุภัณฑ์

2.3 บรรจุภัณฑ์อ่อนนุ่ม (Flexible Packaging) เช่น ซองและถุงบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ไม่สามารถรักษามิติหรือรูปทรงได้จึงต้องมีอุปกรณ์ช่วยในระหว่างทำการบรรจุของเหลวและมักใช้ระบบการบรรจุแบบกระบอกสูบอัดใส่ในถุงบรรจุภัณฑ์ (อ้างอิง :http://www.mew6.com/composer/package/package_7.php)

หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นักออกแบบต้องคำนึงถึงศาสตร์และศิลป์ สำหรับใช้แก้ปัญหาการออกแบบบรรจุภัณฑ์แต่ละด้านให้เกิดผลลัพธ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่มีประสิทธิภาพในการบรรลุวัตถุ ประสงค์หลักของบรรจุภัณฑ์ 2 ข้อคือ การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ส่วนข้อกำหนดในการออกแบบโครงการบรรจุภัณฑ์มีดังนี้

1. ชนิดของวัสดุมีความเหมาะสม ป้องกันสินค้าได้ตลอดอายุการวางขาย
2. รูปแบบกลมกลืนสอดคล้องกับสินค้า
3. ขนาดพอดีและสามารถรับน้ำหนักสินค้าได้
4. การขึ้นรูปการบรรจุ เปิด-ปิดสะดวก ไม่ยุ่งยาก

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ควรออกแบบและการจัดวางรูปประกอบตัวอักษรลวดลาย ถ้อยคำ เครื่องหมายหรือตราสัญลักษณ์ทาง

การค้า โดยใช้หลักวิชาการทางศิลปะ การจัดภาพองค์ประกอบศิลป์ เพื่อให้ผลงานมีความประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงามและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ ที่วางไว้ ซึ่งข้อมูลประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรจะมี ได้แก่

1. ข้อมูลด้านการตลาด ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายฤดูกาล

2. รูปแบบการกระจายสินค้า(ปลีก/ส่ง) พฤติกรรมผู้บริโภค

3. ปริมาณและมูลค่าของสินค้าในตลาด(ส่วนแบ่งทางการตลาด)

4. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ประวัติความเป็นมา

5. คำอธิบาย จุดเด่น ประโยชน์ ขนาดปริมาณบรรจุ ความถี่/ปริมาณการใช้ ที่ใช้ต่อครั้ง ราคาและต้นทุน ข้อควรระวัง

ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ถือเป็นเรื่องสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพราะกลุ่มเป้าหมายสามารถส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาและเรียนรู้ความต้องการของตลาดและความต้องการของผู้บริโภค โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อที่จะได้ สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย เช่น วัยรุ่น วัยทำงาน แม่บ้าน เด็ก เป็นต้น

กลุ่มเป้าหมายที่ยกตัวอย่างนี้ นอกจากจะมีความสนใจและความต้องการที่แตกต่างกันแล้ว กลุ่มเป้าหมายเดียวกันแต่ช่วงอายุต่างกันและมีสถานะทางสังคมที่แตกต่างกัน ก็ย่อมมีความต้องการแตกต่างกันด้วยเช่นกัน ซึ่งทำให้ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ก็ต้องมีความแตกต่างกันไปตามกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ หรือบางครั้งผลิตภัณฑ์ บางอย่างผลิตขึ้นมาเพื่อผู้บริโภคกลุ่มหนึ่ง แต่ผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งกลับเป็นผู้เลือกและตัดสินใจซื้อ เช่น อาหารเสริมสำหรับเด็กหรือนมผงสำหรับทารกจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ทารกและเด็กมิได้เป็นผู้เลือกซื้อ แต่ผู้เลือกและตัดสินใจซื้อกลับเป็นผู้ปกครองแสดงให้เห็นว่าก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำการศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียดรอบครอบ และค้นหาวิธีว่าจะออกแบบอย่างไรให้บรรจุภัณฑ์ของท่านสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคตามกลุ่ม เป้าหมายให้ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน

2. กำหนดชื่อตราสินค้า (Brand) ตราสินค้าใช้เป็นชื่อหรือเครื่องหมายสำหรับการเรียกขานผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจะต้องทาการกำหนดชื่อตราสินค้าให้เรียบร้อยก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยกำหนดให้ชื่อตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ชัดเจนน่าสนใจที่สำคัญจะต้องเป็นที่จดจำได้ง่ายแก่ผู้บริโภค ตราสินค้าที่ดีนั้นสามารถยกตัวอย่างได้ดังนี้ คือตั้งตามชื่อเจ้าของกิจการ ตั้งตามความเชื่ออันเป็นมงคล ตั้งตามแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์

หรือตั้งโดยการผสมคำที่มีความหมายให้เกิดเป็นคำใหม่ที่มีเอกลักษณ์ เป็นต้น ลักษณะที่ดีของตราสินค้าที่ดีจะต้องสั้นกะทัดรัด จดจำได้ง่าย ออกเสียงได้ง่ายมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แปลเป็นภาษาต่างประเทศได้ง่ายมีความหมายที่เหมาะสม สามารถบอกถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับค่านิยมและวัฒนธรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถนาไปจดทะเบียนการค้าได้โดยต้องไม่ซ้ำกับของเดิมที่มีอยู่

3. วัสดุที่ใช้ทาบรรจุภัณฑ์ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ วัสดุมีความจำเป็นอย่างยิ่ง การที่ผู้ประกอบการตัดสินใจว่าจะใช้วัสดุอะไรมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์นั้น ควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และคุณสมบัติของวัสดุแต่ละประเภทที่จะนามาผลิตบรรจุภัณฑ์เป็นสำคัญ เนื่องจากวัสดุแต่ละชนิดแต่ละชนิดจะมีคุณสมบัติที่เป็นข้อดีและข้อเสียในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงคุณภาพ การยืดอายุผลิตภัณฑ์และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ที่แตกต่างกันไป หากท่านเลือกใช้วัสดุไม้ถูกต้องนอกจากจะทำให้เกิดผลกระทบต่อตัวผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังเป็นสาเหตุให้เกิดต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นอีกด้วย

4. รูปทรง บรรจุภัณฑ์ ควรออกแบบให้มีรูปร่างสวยงาม สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค ถึงแม้ผู้บริโภคจะยังมิได้สัมผัสกับตัวผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน รูปทรงของบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความเป็นเอกลักษณ์ได้ กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคเห็นรูปทรงสามารถรับรู้ได้ทันทีว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไรและมีชื่อตราสินค้าอะไรหรือจะเป็นผลิตภัณฑ์เดียวแตกต่างกันที่ชื่อตราสินค้า

5. สีสันและกราฟิก คือการรวมของการใช้สัญลักษณ์ตัวอักษร ภาพประกอบ ลวดลายและพื้นผิว ซึ่งส่วนประกอบทั้งหมดสามารถบ่งบอกถึงชื่อตราสินค้า ลักษณะผลิตภัณฑ์ ที่บรรจุอยู่ภายในได้และสามารถแสดงถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ได้ด้วย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามและความแปลกตา เท่านี้คงไม่เพียงพอสำหรับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารเพราะหัวใจของบรรจุภัณฑ์ คือ การเก็บรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้คงอยู่ยืนยาว ดังนั้น การออกแบบที่ดีผู้ประกอบการควรคำนึงถึงหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์เป็นสำคัญ ดังนี้

1. ป้องกันผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมในการบรรจุอาหารจะต้องสามารถป้องกันไม่ให้อาหารสัมผัสกับบรรยากาศภายนอก ซึ่งอาจจะเกิดการรั่ว การซึม แสง ความร้อนเย็น

2. เก็บรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ต้องสามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์มิให้เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นกลิ่นหรือรสชาติ

3. ยืดอายุผลิตภัณฑ์ จะต้องสามารถนำเทคโนโลยีที่สลับซับซ้อนมาช่วยในการออกแบบ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ สามารถยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้มีอายุยืนยาว

4. ความสะดวกในการใช้งาน

5. ความประหยัดในการขนส่ง (อ้างอิง: http://netra.lpru.ac.th/~weta/m4/m4_print.html)

1.3 กระบวนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์อาหารมีมูลค่าแตกต่างกันมาก ตั้งแต่เนื้อวัวโคขุนชิ้นละเป็นร้อยเป็นพันบาท จนกระทั่งถึงลูกหยีเม็ดละไม่ถึงบาท การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เอื้ออำนวยระดับการป้องกันจึงแตกต่างกันในเรื่องของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนของวัสดุและระบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ ถึงแม้ว่าบรรจุภัณฑ์จะสามารถป้องกันอันตรายจากภายนอก เช่น แสง แดด ฝน หรือทนต่อการโยน การกระแทกกันระหว่างการขนส่งได้ แต่ถ้าบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถรักษาคุณภาพของอาหารได้โดยปล่อยให้สินค้าที่อยู่ภายในเน่าเสีย บรรจุภัณฑ์นั้นย่อมใช้งานไม่ได้ ด้วยเหตุผลนี้จึงพอสรุปได้ว่า หัวใจสำคัญของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ คือ การป้องกันและรักษาคุณภาพอาหารด้วยต้นทุนที่เหมาะสมเมื่อบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็นพาหะนำส่งไปยังจุดขายด้วยโครงสร้างที่ออกแบบมาอย่างดี ณ สถานที่จัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ต้องแปลงกายทำอีกหน้าที่หนึ่ง คือ การช่วยส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย ซึ่งอาจเป็นตลาดในหมู่บ้าน ในเมือง หรืออาจจะไปขายถึงซุปเปอร์มาร์เก็ต ความสามารถที่จะช่วยชักชวนเชื้อเชิญอย่างเงียบอย่างเงียบๆ ให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้านี้เป็นบทบาทของการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์

ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จึงแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ

1. โครงสร้าง เป็นการออกแบบทางด้านเทคนิคและทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ โดยเน้นกระบวนการบรรจุใส่ การรักษาคุณภาพด้วยการประเมินอายุของอาหาร (Shelf Life) และการป้องกันที่เหมาะสมต่อการขนส่งและการกระจายสินค้า

2. กราฟิก เป็นการออกแบบรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อและสื่อความหมายให้แก่ผู้บริโภค พร้อมทั้งสามารถโน้มน้าวให้เกิดการสั่งซื้อ การออกแบบกราฟิกจะเน้นในเรื่องของการตกแต่งรูปลักษณ์ด้วยภาพพจน์ที่สร้างความประทับใจซึ่งจะกล่าวถึงในบทต่อไป

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

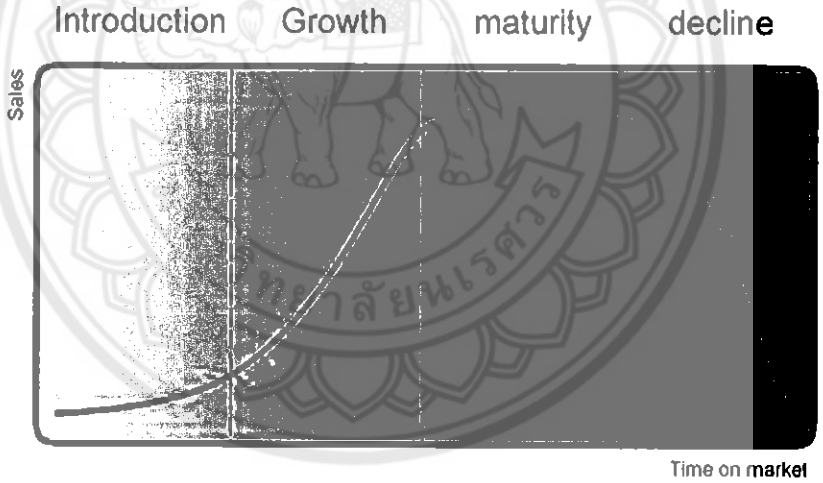
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นงานที่ต้องทำอยู่เรื่อยๆ เนื่องจากไม่มีบรรจุภัณฑ์ใดในโลกนี้จะสามารถใช้ได้ตลอดกาล สาเหตุเพราะการเปลี่ยนแปลงทางด้านการตลาด และเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยมของผู้บริโภค รวมทั้งระบบการจัดจำหน่ายที่พัฒนาขึ้นและเทคโนโลยีต่างๆ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นหน้าที่ของผู้ที่เกี่ยวข้องทางด้านบรรจุภัณฑ์

จำต้องตื่นตัวอยู่เสมอและพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับต้นทุน ตลาด ภาพพจน์ กราฟิก การใช้งาน และความต้องการในการรักษาสิ่งแวดล้อม

มูลเหตุที่ต้องมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

มูลเหตุที่ต้องมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีหลายประการ มูลเหตุหลักเกิดจากมูลเหตุทางด้านการตลาดและการผลิต ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ดังแสดงในรูปที่ 3.1 ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์ (Introduction)
2. ขั้นตลาดเจริญเติบโต (growth)
3. ขั้นตลาดอิ่มตัว (maturity)
4. ขั้นตลาดตกต่ำ (decline)



ภาพที่ 2 ขั้นตอนวัฏจักรของผลิตภัณฑ์

พิจารณามูลเหตุของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อาจสืบเนื่องมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. มูลเหตุจากภายนอกองค์กร

เริ่มจากผลิตภัณฑ์อันเป็นส่วนผสมการตลาดอันดับแรก มูลเหตุภายนอกองค์กรที่ทำให้ต้องมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มักจะเกิดจากสภาวะคู่แข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการเติบโตหรือขั้นตอนการแข่งขันวัฏจักร โดยเฉพาะอย่างยิ่งก่อนที่จะถึงขั้นตกต่ำ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่มักจะมีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงหรือยืดขั้นอิ่มตัวให้ยาวออกไปอีกระยะหนึ่งแม้ว่ากำไรจะเลยสูงสุดไปแล้วก็ตาม

การเปลี่ยนช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การเข้าสู่ระบบการขายจำพวกไฮเปอร์มาร์เก็ตย่อมมีความจำเป็นต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสม เช่น การรวมกลุ่มสินค้าต่อหน่วยขนส่ง การเปลี่ยนระบบการจัดส่ง เช่น การขนไปยังศูนย์รวมการจัดส่งหรือที่เรียกว่า Distribution Center หรือ D.C. ของคู่ค้า บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จำต้องได้รับการพัฒนาใหม่ให้เหมาะสมกับการทำงาน ณ D.C ของคู่ค้า

มูลเหตุสำคัญภายนอกอีกประการหนึ่ง คือ กฎหมาย เมื่อไรก็ตามที่มีการออกกฎข้อบังคับใหม่เกี่ยวกับฉลากและบรรจุภัณฑ์ย่อมต้องมีการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการออกกฎให้แสดงคุณค่าทางโภชนาการ (nutrition label) บนบรรจุภัณฑ์อาหาร ย่อมต้องมีการออกแบบฉลากอาหารใหม่ เป็นต้น

ตัวอย่างที่ยกมานี้มีเพียงบางตัวอย่างที่เกิดขึ้นเป็นประจำ ปัจจัยที่นำไปสู่การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยังมีอีกมากมายขึ้นอยู่กับผู้บริหารว่าจะนำเอาบรรจุภัณฑ์มาเป็นกลยุทธ์ทางด้านการตลาดมากน้อยแค่ไหน

2. มูลเหตุจากภายในองค์กร

จากหลักการวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ สินค้าแต่ละอย่างมีโอกาสเข้าสู่ขั้นตอนการตกต่ำและหายไปจากตลาด ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบอุตสาหกรรมอาหารจึงจำเป็นอย่างยิ่งต้องสรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาด ดังนั้นปัจจัยภายในองค์กรอันดับแรกในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ คือ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าใหม่ ในการออกแบบควรคำนึงถึงแต่ละขั้นตอนของวัฏจักรชีวิตและควรจะมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์เตรียมเอาไว้ล่วงหน้า เมื่อส่วนผสมการตลาดมีการเปลี่ยนแปลง แนวทางการพัฒนามักจะเป็นการเสริมหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ต่างๆ เช่น การปรับปรุงพัฒนาความสวยงาม การปรับปรุงเพื่อยกระดับการป้องกันสินค้า การปรับปรุงเพื่อเพิ่มสมรรถนะการใช้งานและเอื้ออำนวยความสะดวกของบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

3. มูลเหตุจากด้านเทคโนโลยี

กระแสโลกานุวัติของโลกธุรกิจ วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีใหม่ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์มีเกิดขึ้นเสมอ ตัวอย่างเช่น การใช้สัญลักษณ์รหัสแท่ง (bar code) ที่จะนำไปสู่การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การใช้ระบบการพิมพ์แบบไร้สัมผัส (Non-Contact) การบรรจุภายใต้สภาวะปลอดเชื้อ (Aseptic packaging) เป็นต้น วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีเหล่านี้ล้วนมีบทบาทต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ควรจะพัฒนาให้เกิดผลกระทบทั้งระยะสั้นและระยะยาว ผลกระทบในระยะสั้น คือ การส่งผลให้ยอดขายพุ่งขึ้นอย่างรวดเร็ว แผลกระทบในระยะยาวเป็นสิ่งที่สำคัญกว่าและเป็นสิ่งที่พิสูจน์อย่างแท้จริงว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นั้นสำเร็จหรือไม่ คือ ความสามารถในการดึงให้ผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายมาซื้อซ้ำอยู่เรื่อยๆ

ปัจจัยที่ต้องพิจารณา

ข้อมูลเบื้องต้นที่ต้องคำนึงในการออกแบบ คือ

1. สินค้านั้นคืออะไร

การออกแบบต้องเริ่มต้นด้วยมีข้อมูลทางด้านสินค้าอย่างเพียงพอ ได้แก่ ประเภทของสินค้า คุณสมบัติทางกายภาพและเคมี ขนาด รูปทรง ปริมาตร ส่วนประกอบหรือส่วนผสม คุณค่าทางโภชนาการ กระบวนการผลิตหรือกรรมวิธีการแปรรูปอาหาร การตรวจสอบคุณภาพ ข้อแนะนำในการบริโภค และสินค้าจะเสื่อมคุณภาพจากปฏิกิริยาอะไรเพื่อจะได้นำมาออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้ลวดลายสีสันอย่างเหมาะสม สร้างการยอมรับจากผู้ซื้อ และที่สำคัญที่สุด คือ การสร้างจุดขายของสินค้า (Unique Selling Point)

ด้วยเหตุนี้ คุณสมบัติของสินค้าที่ต้องพิจารณาจึงมีดังต่อไปนี้

1.1 คุณสมบัติทางกายภาพ ประกอบด้วยของแข็ง ของเหลว ผู้ออกแบบต้องทราบความเหนียวข้นในกรณีที่เป็นของเหลว และต้องรู้น้ำหนัก / ปริมาตรหรือความหนาแน่นสำหรับสินค้าที่เป็นของแห้ง

1.2 คุณสมบัติทางเคมี คือ สาเหตุที่ทำให้สินค้าอาหารเน่าเสีย (food spoilage) หรือเสื่อมคุณภาพจนไม่เป็นที่ยอมรับได้ และปฏิกิริยาอื่นๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น

1.3 คุณสมบัติพิเศษอื่น ๆ เช่น กลิ่น การแยกตัว เป็นต้น

คุณสมบัติดังกล่าวทั้ง 3 ข้อเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของสินค้าที่จำเป็นต้องทราบเพื่อเริ่มต้นเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

2. ประโยชน์และความต้องการของผู้บริโภค

การกำหนดเป้าหมายของผู้บริโภคและการวิจัยตลาดย่อมสามารถประเมินว่าจุดขายของสินค้าสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังต้องทราบถึงปริมาณการบริโภคแต่ละครั้ง การนำไปปรุงร่วมกับอาหารชนิดอื่น และโอกาสในการบริโภคหรือฤดูในการเลือกซื้อ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น การบรรจุรวมห่อ การออกแบบบรรจุภัณฑ์และลวดลายให้สอดคล้องกับเทศกาล การออกแบบให้เป็นของกำนัล เป็นต้น เพื่อเป็นการสนองความต้องการของผู้ซื้อ และทำให้สินค้าของเรามีความแตกต่างหรือสร้างคุณประโยชน์มากกว่าคู่แข่งขันไม่ว่าในแง่ของคุณค่าอาหารหรือความสะดวกในการบริโภค

ปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวหากนำมาเปรียบกับเรื่องใกล้ตัว ก็คงคล้ายคลึงกับการจ้างช่างตัดเสื้อผ้าตัดเย็บเสื้อผ้าให้ การตัดเย็บเสื้อผ้าเริ่มจากการวัดตัวซึ่งก็คือการเก็บข้อมูลของสินค้าของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การที่คนบางคนแพ้ผ้าบางอย่างก็คงเหมือนกับการทดสอบความเข้ากันได้ (Compatibility) ของผลิตภัณฑ์อาหารกับวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่นักออกแบบหรือช่างตัดเสื้อจำต้องทราบ เมื่อผ่านขั้นตอนการวัดตัวแล้ว ขั้นตอนต่อไป

คือจะออกแบบเสื้อผ้าใส่ในงานอะไร เช่น ชุดกลางคืนสำหรับงานราตรีสโมสร ชุดกลางวันสำหรับทำงาน เป็นต้น ขั้นตอนนี้เหมือนกับการเก็บข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารขั้นตอนต่อไปจึงเป็นการออกแบบเสื้อผ้าหรือตัวบรรจุภัณฑ์

3. บรรจุภัณฑ์

จากปัจจัยทั้ง 2 ดังกล่าวมาแล้ว ปัจจัยที่สาม คือ ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ คุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องพิจารณามีดังนี้

3.1 พิจารณาตามหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ การป้องกัน การรักษาคุณภาพ ความสะดวกในการใช้งาน ความประหยัดในการขนส่ง การออกแบบกราฟิกให้สอดคล้องกับความต้องการ การใช้ฉลากและส่วนประกอบของฉลาก โดยแบ่งเป็น

3.1.1 บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (primary packaging) พิจารณาความเข้ากันได้ระหว่างสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (Compatibilty) ความสามารถในการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

3.1.2 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง (secondary packaging) ความจำเป็นในการรวมกลุ่มบรรจุภัณฑ์ชั้นในเข้าด้วยกัน ความจำเป็นในการนำบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองวางขาย ณ จุดขาย

3.1.3 บรรจุภัณฑ์ขนส่ง (distribution packaging) ความสามารถในการป้องกันสินค้า ข้อมูลที่พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ที่จะช่วยให้ถึงจุดมุ่งหมายปลายทางด้วยความลอดภัย

3.2 พิจารณาถึงคุณสมบัติทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ สามารถแบ่งบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ บรรจุภัณฑ์แข็งตัว (Rigid packaging) บรรจุภัณฑ์กึ่งแข็ง (Semi-rigid packaging) และบรรจุภัณฑ์อ่อนนุ่ม (Flexible packaging) ดังมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 บรรจุภัณฑ์แข็งตัว (Rigid Packaging) เช่น แก้ว กระป๋องโลหะ (can) และขวด พลาสติก ส่วนมากเป็นพลาสติกฉีด บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้มีความแข็งแรง คงรูปได้ดี ลำเลียงบนสายพาน (conveyor) ได้สะดวก จึงเหมาะสำหรับการใช้งานกับเครื่องบรรจุของเหลวด้วยระบบสุญญากาศ และระบบที่ใช้ความดันได้

3.2.2 บรรจุภัณฑ์กึ่งแข็ง (Semi-Rigid Packaging) เช่น ขวดพลาสติกแบบขึ้นรูปด้วยการเป่า ถาดโฟม ถ้วยไอศกรีม ขึ้นรูปด้วยความร้อนและสุญญากาศ บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้มีข้อจำกัดในการรับแรงอัดและแรงดันจึงบรรจุแบบกระบอกสูบอัดใส่ในถุงบรรจุภัณฑ์

3.2.3 บรรจุภัณฑ์อ่อนนุ่ม (Flexible Packaging) เช่น ซองและถุง บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ไม่สามารถรักษามิติหรือรูปทรงได้จึงต้องมีอุปกรณ์ช่วยในระหว่างทำการบรรจุของเหลว และมักใช้ระบบการบรรจุแบบกระบอกสูบอัดใส่ในถุงบรรจุภัณฑ์

นอกจากปัจจัยหลัก 3 ปัจจัยดังกล่าวมาแล้ว ปัจจัยอื่นๆ ที่พิจารณาประกอบได้แก่

4. การตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สนองกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จำต้องวิเคราะห์จุดยืนของสินค้าและบรรจุภัณฑ์เทียบกับคู่แข่งขันที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน ฝ่ายการตลาดหน้าที่เป็นผู้หาข้อมูลดังกล่าวและป้อนให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูลของปริมาณสินค้าที่จะบรรจุ ขนาด จำนวน บรรจุภัณฑ์ต่อหน่วยขนส่ง อาณาเขตของตลาด เป็นต้น

5. ระบบขนส่งสินค้าและคลังสินค้า

ศึกษาวิธีและอุปกรณ์การขนย้ายและการเก็บคงคลัง เช่น การใช้กระบะเป็นพาหนะสำหรับใช้ในระบบการขนย้าย ความจำเป็นในการใช้สัญลักษณ์รหัสแท่งบนบรรจุภัณฑ์ขนส่ง เป็นต้น

6. กฎหมาย

การออกแบบกราฟิกของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นไปตามข้อบังคับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องสอดคล้องกับข้อบังคับของสำนักงานอาหารและยา(อย.) นอกจากนี้ยังต้องศึกษาการใช้สัญลักษณ์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

7. ปัจจัยอื่นๆ

สภาวะคู่แข่งขันรวมกระทั่งถึงการเคลื่อนไหวของคู่แข่ง สถานะของผลิตภัณฑ์ตามวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ เป็นต้น (อ้างอิง: http://netra.lpru.ac.th/~weta/m4/m4_print.html)

การพัฒนาที่ส่งผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

วิถีการดำเนินชีวิตผู้บริโภคสมัยใหม่ ที่ส่งผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. ประชากรผู้บริโภคที่มีอายุสูงเพิ่มขึ้น

2. การแต่งงานช้าลง ขนาดของครอบครัวเล็กลง

3. การอพยพเข้ามาอยู่อาศัยและทำงานในเขตเมืองมากขึ้น

4. เวลาในการปรุงอาหารเองจำกัด

5. คำนึงถึงเรื่องสุขภาพมากขึ้น

อุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศ

1. ผลของความตกลงพหุภาคีขององค์กรการค้าโลก ทำให้เกิดมาตรการบังคับใช้ที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดกฎระเบียบ ในการนำเข้าและส่งออกสินค้าอาหาร

2. EU framework Directive 89/109/EEC Article 2 วัสดุที่ใช้สัมผัสอาหารโดยตรงต้องผลิตจากหลักเกณฑ์การผลิตที่ดี (GMF)

3. วัสดุดังกล่าวต้องไม่แพร่องค์ประกอบในตัววัตถุไปยังอาหารในประมาณที่อาจเกิดอันตรายต่อสุขภาพ EU Framework Directive 89/109/EEC Article 3 รายชื่อของวัสดุที่ยอมให้ใช้สัมผัสกับอาหาร (positive list)

กฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดอื่น ๆ

1. การปิดฉลากและข้อความที่ต้องแสดงบนฉลาก

2. การให้ความคุ้มครองสิทธิบัตร และสิทธิต่าง ๆ ของผู้ที่เกี่ยวข้อง

3. การจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม ขยะชุมชน

4. ข้อกำหนดวัสดุบรรจุภัณฑ์ เช่น Monomer Directive 89/109/EEC

รายชื่อโมโนเบอร์ที่ยอมให้ใช้ผลิตเป็นพลาสติกที่ใช้สัมผัสกับอาหารได้

ฉลากโภชนาการ คือ ฉลากอาหารที่มีการแสดงข้อมูลโภชนาการของอาหารนั้นไว้บนฉลากโดยแสดงเป็นกรอบข้อมูลโภชนาการ

BAR CODE หรือรหัสแท่ง คือ สัญลักษณ์ (Symbol)ที่อยู่ในรูปแท่งบาร์ สามารถอ่านได้ด้วยเครื่อง Scanner

1. บาร์เหล่านี้เป็นตัวแทนของตัวเลขและตัวอักษร

2. รหัสแท่งประกอบด้วย บาร์ที่มีสีเข้ม และช่องว่างสีอ่อน

3. สีแท่งบาร์ควรเป็นสีเข้ม เช่น ดำ,น้ำเงิน, ม่วง และเขียว ฯลฯเลี่ยงการใช้ก้ำกึ่งเช่นสีเทา

4. แต่ที่ดีที่สุดคือ แท่งบาร์สีดำรองพื้นสีขาว

เครื่องหมายฮาลาล (Halal)

เป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจอย่างมากจากสังคมไทย มิใช่ เพียงแต่ชาวไทยมุสลิมที่จำเป็นต้องบริโภค

อาหารฮาลาลเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการซึ่งต้องการผลิตอาหารฮาลาลจำหน่ายแก่ผู้บริโภคมุสลิมในประเทศ และผลิตเพื่อการส่งออกในตลาดโลกมุสลิมก็จำเป็นต้องให้ความสนใจอย่างจริงจังและดำเนินกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลให้ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลามและระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองฮาลาล พ.ศ. 2544 และฉบับที่ 2 พ.ศ. 2545 โดยผ่านการตรวจสอบและรับรองจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยหรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดแล้วแต่กรณี และหากผู้ขอรับรองฮาลาล ประสงค์จะใช้ "เครื่องหมายรับรองฮาลาล" จะต้องรับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายดังกล่าวจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยก่อน (ข้อ 7, ข้อ 8 แห่งระเบียบฯ) ประกอบกับประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก ตลาดโลกมุสลิมมีประชากรผู้บริโภคประมาณ 2,000 ล้านคน ดังนั้น อาหารฮาลาลจึงเป็นช่องทางการตลาด (Market Channel) ที่สำคัญ ซึ่งประเทศไทยควรจะต้องเจาะตลาดอาหารฮาลาล เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด (Market Segmentation) ให้มากขึ้น รัฐบาลปัจจุบันจึงมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล เพื่อการส่งออกและได้แปลงนโยบายสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง ทั้งในด้านการพัฒนาวัตถุดิบ การส่งเสริมผู้ประกอบการ การแสวงหาตลาดและการพัฒนากลไกการรับรองมาตรฐานฮาลาล ให้เป็นที่น่าเชื่อถือยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยอำนาจหน้าที่ในการตรวจรับรองและอนุญาตให้ใช้

เครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นอำนาจหน้าที่ขององค์กรศาสนาอิสลามเท่านั้น คือคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด อาหารฮาลาลจึงเป็นเรื่องของความร่วมมือและผลประโยชน์ร่วมกันของ3 ฝ่ายคือ มุสลิมผู้บริโภค ผู้ประกอบการและประเทศชาติ กล่าวคือ

1. มุสลิมได้บริโภคอาหารฮาลาลที่เชื่อได้ว่าถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม มีคุณค่าอาหาร ถูกสุขอนามัย ปลอดภัยจากสิ่งต้องห้ามทางศาสนาอิสลาม (ฮารอม) และสิ่งปนเปื้อนต่างๆ

2. ผู้ประกอบการได้รับผลประโยชน์ทางธุรกิจโดยตระหนักถึงการผลิตอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลามและปฏิบัติตามระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการรับรองฮาลาอย่างเคร่งครัด ตลอดจนบริหารคุณภาพอาหารตามมาตรฐานฮาลาล

3. ประเทศชาติได้รับผลประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรัฐบาลให้การส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลอย่างครบวงจรทั้งในด้านการพัฒนาวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิตของผู้ประกอบการการตลาดและการปรับปรุงกลไกการรับรอง "มาตรฐานอาหารฮาลาล" ขององค์กรศาสนาอิสลาม เพื่อส่งออกอาหารฮาลาลสู่ตลาดโลก

1.4 ระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์

ภาพที่ 3 ตัวอย่างการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์

งานพิมพ์บรรจุภัณฑ์

ในการพิมพ์สิ่งพิมพ์ประเภทบรรจุภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญในการเลือกใช้หมึกพิมพ์ที่ปลอดภัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทอาหาร ควรเลือกสีชนิด Food grade และควรเป็นสีที่คงทนต่อการใช้งานที่ต้องการ พิมพ์บนวัสดุใช้พิมพ์ที่ต้องการได้ เช่น กระดาษแข็ง แผ่นกระดาษลูกฟูก โดยไม่ทำให้วัสดุใช้พิมพ์เสียหาย

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรออกแบบให้ขนาดของชิ้นงานกับขนาดกระดาษมาตรฐานที่ขึ้นขึ้นแท่นพิมพ์พอดี ไม่เหลือเศษขอบกระดาษมาก เพื่อความประหยัดต้นทุน

กล่องเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง The Box as Transit Container

1. เป็นบรรจุภัณฑ์พื้นฐานที่มุ่งเน้นการใช้งาน

2. เน้นเรื่องราคา ในการตัดสินใจซื้อ

กล่องเป็นเครื่องมือทางการตลาด The Box as a Marketing Tool

1. เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เป็นสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์นอกเหนือจากการใช้งาน

2. การวางแนวคิดจะสอดคล้องกันระหว่างสินค้าบรรจุภัณฑ์ชั้นใน และบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก

3. ออกแบบสวยงามเน้นตราสินค้าและความเด่นเมื่อโชว์ตามร้านค้า

หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ด้านการตลาด(Marketing Functions)

1. หน้าที่ส่งเสริมการขาย

2. หน้าที่สร้างมูลค่าเพิ่ม

3. หน้าที่ให้ความถูกต้อง รวดเร็วในการขาย

4. หน้าที่รักษาสิ่งแวดล้อม

5. หน้าที่ในการรณรงค์เรื่องต่างๆ เช่น กินของไทยใช้ของไทย ส่งเสริมการท่องเที่ยว

หลัก 5 P ของกลยุทธ์ทางการตลาด
P1 = Product (ตัวสินค้า)
P2 = Place (สถานที่)
P3 = Price (ราคา)
P4 = Promotion (การประชาสัมพันธ์)
P5 = Packaging (บรรจุภัณฑ์)

ตารางที่ 2 หลักกลยุทธ์ทางการตลาด

หลักการออกแบบบรรจุบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยการออกแบบที่สำคัญ 2 ส่วนคือ

1. การออกแบบโครงสร้าง – เน้นคุณสมบัติของวัสดุใช้ทำบรรจุภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์

2. การออกแบบกราฟิก – เน้นการสื่อความหมายด้วยภาพวาดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมการขาย

เนื้อหาการนำเสนอกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

1. Product & product in use แสดงผลิตภัณฑ์และการใช้

2. Ingredient แสดงเครื่องปรุงและส่วนผสม

3. Dramatize the benefit เน้นประโยชน์อย่างน่าสนใจ

4. Heritage/ origin แสดงวัฒนธรรมและแหล่งกำเนิด

5. Mood/ characteristic แสดงอารมณ์และบุคลิกของสินค้า/ผู้ใช้

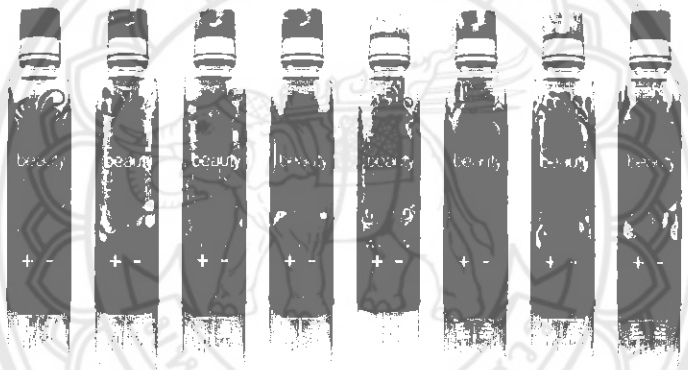
6. Type classification/family range แสดงชนิด/กลุ่มสินค้า

7. Cumulative effect แสดงผลของการรวมหมู่

8. Season & occasion แสดงความเป็นเทศกาล โอกาสพิเศษ

สีบนบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สีนับว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่ง เพราะสีเป็นสิ่งที่มีผลต่อประสาทสัมผัส เป็นเครื่องดูดความสนใจทำให้เกิดความรู้สึกอยากจับต้องอยากสัมผัส โดดเด่น



ภาพที่ 4 ตัวอย่างสีบนบรรจุภัณฑ์

ความหมายของสี

1. เมื่อต้องการความสงบและการพักผ่อนจะใช้สีฟ้าและสีขาว

2. เมื่อต้องการความสำคัญจะได้แก่ สีม่วง แดงอมุ่น และขาว เหลืองทองคำ และดำ

3. เมื่อต้องการความงดงาม ใช้สีซึ่งเข้ากันอย่างกลมกลืน และสมดุล

4. เมื่อต้องการความรื่นรมย์ให้ใช้สีฟ้าอ่อน ฟ้ากับขาว หรือขาวกับแดง

เมื่อแต่ละตลาดมีลักษณะพิเศษของตนขึ้นอยู่กับรสนิยม ชนผิวสีไม่นิยมสีน้ำตาลไหม้ แต่จะชอบสีเหลือง ขาว ตะวันออกชอบสีสดใสสว่าง

1684725

สำนักหอสมุด

22 ก.ย. 2558

สีที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์อาหารจะเป็นสีส้ม เหลืองอ่อน แดงสด เขียวอ่อน น้ำตาลอ่อน และสีน้ำตาล สำหรับเครื่องดื่มจะใช้เหลืองปนน้ำตาล เหลืองแดง หรือเขียวปนฟ้า หรือฟ้า

สีน้ำตาล ให้ความรู้สึกขึงขังและมีประโยชน์ ใส่ความรู้สึกของความสมบูรณ์ของชีวิตและงานประจำ

สีส้ม ให้ความรู้สึกถึงรัศมี และแสดงออกยิ่งกว่าสีแดง เป็นสีความเคลื่อนไหว ให้ความรู้สึกอบอุ่นปลอดภัย เช่น ไฟที่กำลังไหม้อยู่ในเตาผิง

สีฟ้าหรือสีน้ำเงิน เป็นสีสันที่ลึกซึ้งและเป็นผู้หญิง ให้ความรู้สึกพักผ่อน รู้สึกเป็นผู้ใหญ่ แต่ก็ยังให้ความทรงจำวัยเด็ก เป็นสีที่ให้ชีวิตแต่ไม่เท่าสีแดง ขณะที่เป็นสีที่เงียบแต่ไม่เท่าสีเขียวสีอ่อนจะดึงดูดน้อยกว่าสีเข้ม การมองให้ความรู้สึกสดชื่นสะอาด โดยเฉพาะเมื่อรวมกับ สีขาว

สีน้ำทะเล ให้พลังงานดังเช่นไฟ แต่เป็นไฟเย็นที่มีความสดชื่นดังน้ำทะเลในทะเลสาป

สีเหลือง เป็นสีที่มีรัศมีที่สุด เป็นสีสว่าง และมีเสียงดัง เป็นความอ่อนวัยในทางตรงข้ามกับสีฟ้า สีเหลืองทองให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา ขณะที่สีเหลืองแกมเขียวให้ความรู้สึกของความไม่สบาย เมื่อผสมกับสีแดงจะทำให้สบายตา ให้ความอบอุ่น ความพอใจ ดังเช่นสีทองของทุ่งนา

สีม่วง ให้ความมืดและอึดอัด มักจะเป็นสัญลักษณ์ของความหมดหวังและความตาย มีคุณลักษณ์ของความสิ้นหวังหมดโอกาส ความเงียบที่ไม่มีอนาคต ให้มีความรู้สึกเป็นกลุ่มก้อนที่แข็งแรง ให้ความรู้สึกของความสง่างาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีผิวมัน

สีขาว เป็นการแสดงออกถึงความบริสุทธิ์ โดยลักษณะสีสันของสีขาวก่อให้เกิดความรู้สึกของความอ้างว้างไม่มีจุดจบ แต่ก็ให้ความรู้สึกสดชื่น และความรู้สึกของความสะอาดเมื่อใช้กับสีน้ำเงิน

สีเทา ไม่มีคุณลักษณะเฉพาะตัวเหมือนสีขาว หรือให้ความรู้สึกในทางเข้มแข็งเหมือนสีดำ แต่แสดงออกซึ่งความเป็นกลาง เป็นลักษณะของการไม่ตัดสินใจ ไม่มีพลังงาน สีเทาอ่อนให้ความรู้สึกกลัว

สีเขียว แสดงถึงความมีชีวิตชีวา มีลักษณะเข้มแข็ง และปราดเปรียว ให้ความรู้สึกสง่างาม และมีเสน่ห์

สีแดง เป็นสีร้อน สีแดงจะสะดุดตาเมื่อแรกเห็น เราจะต้องมองไม่ว่าเราจะต้องการมองหรือไม่ แต่ละโทนของสีแดงยังมีคุณสมบัติเฉพาะตัว เช่น แดง ให้ความรู้สึกมั่งคั่ง มีอำนาจ และสง่างาม สีแดงปานกลางให้ความรู้สึกถึงพลังงาน การเคลื่อนไหว และความต้องการ เราสามารถเลือกโทนของสีแดงมาใช้โดยที่ให้ความรู้สึกเบิกบานมีชีวิตชีวา

สีชมพู ให้ความรู้สึกอ่อนหวาน เอียงอาย โรแมนติก แต่ขาดความมีชีวิตชีวา เป็นลักษณะของผู้หญิงและความรัก ให้ความรู้สึกของความอ่อนโยนและมีเสน่ห์

ภาพที่ 5 วงจรสี

ข้อควรคำนึงในการเลือกใช้สีบนบรรจุภัณฑ์

1. สีบรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้ควรกระตุ้นประสาททั้ง 5 เพื่อทำให้เกิดความอยากซื้อ

2. สีที่ใช้ควรเป็นสีที่จำง่าย สามารถทำให้นึกถึงยี่ห้อหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้ทันที ใช้สีจดจำได้ง่ายดีกว่าใช้สีแปลกๆ ไม่คุ้นตา

3. ถ้าการขายเป็นลักษณะแบบช่วยตนเอง สีแท้เป็นสีที่ควรเลือกใช้ สำหรับการขายแบบตัวต่อตัว ก็ควรเลือกสีที่แตกต่างกันไป สีสว่างหรือสีที่คล้ายๆ กันมักให้ความรู้สึกที่ดี สีนุ่มๆ เหมาะกับสินค้าราคาค่อนข้างสูง

4. สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ควรเป็นสีที่เหมาะกับผู้บริโภคในทุกๆ สถานการณ์ที่ผู้บริโภคนำมาใช้งาน

5. การเลือกใช้สีควรเลือกตามลักษณะของลูกค้า เพศ สังคม เศรษฐกิจ สภาพภูมิประเทศ ที่ตั้งลักษณะตลาด

6. แสงที่ใช้ในร้านค้า ซุปเปอร์มาเก็ต ก็ต้องนำมาพิจารณาด้วย เพราะแสงไฟที่แตกต่างกันก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกต่อสีได้

7. การเลือกใช้สีประกอบบนบรรจุภัณฑ์ 2 – 3 สีที่เราคุ้นเคย ได้ผลดีกว่าใช้สีแปลก

8. สีที่เลือกใช้บนบรรจุภัณฑ์ควรใช้สีเพื่อทำการเน้นส่วนที่ต้องการจะเน้นให้เด่นชัดนอกจากนั้นใช้สีที่สามารถดึงดูดได้รองๆ ลงมาตามลำดับความสำคัญ

9. สีที่เลือกควรเข้ากันได้กับวัสดุที่เลือกใช้ด้วย

10. สีของผลิตภัณฑ์และสีของบรรจุภัณฑ์ควรเข้ากันได้ดี มิฉะนั้นจะเกิดความขัดแย้งเกิดขึ้น เมื่อเปิดสินค้าออกจากบรรจุภัณฑ์

11. สีที่เลือกใช้จะต้องดูดีเมื่อพิมพ์ขาว – ดำ หรือออกทีวีขาว- ดำ หรือลงนิตยสารอื่นๆด้วย

12. ข้อจำกัดด้านราคามีผลในการกำหนดขอบเขตของสีด้วย

13 การใช้สีที่ไม่ถูกต้องทำให้ดูน่าเบื่อและกลายเป็นสิ่งส่งเสริมคู่แข่งได้

ประโยชน์ของสีบรรจุภัณฑ์

1. เรียกร้องความสนใจเมื่อพบเห็น

2. จำได้เมื่อเห็นอีกครั้ง (มองหาได้ง่าย)

3. จดจำได้ง่าย

4. ข้อความชัดเจนอย่างง่าย

5. ให้ผลทางด้านการมองเห็น

6. บ่งบอกถึงสิ่งที่บรรจุ

7. กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกทางบวกต่อสินค้า

8. สนองความรู้สึกในการบริโภคสินค้า

9. ช่วยให้เกิดการยอมรับและความพอใจ

10. ช่วยแยกความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด

11. โน้มน้าวและให้ความมั่นใจแก่ผู้ซื้อ

บทบาทของสีบนบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อการขาย

สีของบรรจุภัณฑ์จะมีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจซื้อ ในกรณีที่

1. ความภักดีของลูกค้าต่อสินค้าเสื่อมลง

2. ราคาและคุณภาพของสินค้าไม่ต่างกันมาก

3. ยอดการจำหน่ายไม่แน่นอน เนื่องจากเหตุผลทั้งสองข้อแรก ทำให้ลูกค้าอาจซื้อสินค้าทดแทนกันได้ ยอดจำหน่ายจึงไม่แน่นอน

การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก มักเป็นสีที่แสดงความรู้สึกอ่อนโยน ไม่แข็งมาก เช่น สีขาว ชมพู ฟ้า เขียวอ่อน เหลืองอ่อน ฯลฯ เป็นส่วนที่พื้นที่ใหญ่ๆ และอาจมีสีสดใสบางจุดบนบรรจุภัณฑ์ เช่น ตัวหนังสือกราฟิกต่างๆ ให้ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

สีที่สามารถบ่งบอกถึงสถานะผู้บริโภคให้เป็นกลุ่มตามความเข้าใจทั่วไปแบ่งได้ดังนี้

1. สีฟ้า หรือ สีน้ำเงิน แสดงถึง ผลิตภัณฑ์ของเด็กผู้ชาย

2. สีชมพูหรือแดง แสดงถึง ผลิตภัณฑ์ของเด็กผู้หญิง

แต่บางกรณีการใช้สีก็อาจจะไม่เป็นไปตามนี้ก็ได้ ในกรณีที่เป็นสินค้าที่ไม่มีการแบ่งเพศเช่น บรรจุภัณฑ์สีชมพู หมายถึง ผลิตภัณฑ์ธรรมดา แต่บรรจุภัณฑ์สีขาว หมายถึง ผลิตภัณฑ์ชนิดพิเศษ

สำหรับสีที่เป็นที่นิยมในการใช้เป็นสีบนบรรจุภัณฑ์มากที่สุดคือ สีขาว เนื่องจากให้ความรู้สึกสะอาด ปลอดภัย บริสุทธิ์ เหมาะสมสำหรับเด็ก การเลือกใช้สีบนบรรจุภัณฑ์ จึงมีความสำคัญต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคไม่น้อยไปกว่าองค์ประกอบอื่นๆ ดังที่กล่าวมา

1.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบรรจุภัณฑ์

กฎหมายบรรจุภัณฑ์

พระราชบัญญัติ มาตราชั่งตวงวัด พ.ศ. 2466

พ.ร.บ. ฉบับนี้ร่างขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้บริโภคสินค้าตามปริมาณที่กำหนด ซึ่งจะได้ผลดีเพียงใดขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ประกอบการในการดูแลเอาใจใส่ในการบรรจุสินค้าของตัวเองให้ถูกต้องตามกฎหมาย โดยครอบคลุมสินค้าที่ผลิตและจัดจำหน่ายภายในประเทศ และยังรวมถึงสินค้าหีบห่อที่นาเข้ามาหรือส่งออกนอกราชอาณาจักร ดังนั้น อุปกรณ์หรือเครื่องจักรใดๆ ที่ใช้ในการชั่ง ตวงวัด จะต้องได้ใบรับรอง ส่วนหน่วยที่แสดงปริมาณของสินค้าตามมาตราชั่งตวงวัด ควรใช้ระบบเมตริกและตัวเลขที่ใช้สามารถใช้ตัวเลขอารบิคหรือตัวเลขไทยได้ ขนาดของตัวเลขและตัวอักษรที่ต้องใช้ไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร นอกจากนี้ในประกาศกระทรวงพาณิชย์ฉบับลำ

สุดคือ ฉบับที่ 13 ปี พ.ศ. 2539 ได้กำหนดให้สินค้าบางประเภทบรรจุตามปริมาณที่กำหนด ผลิตภัณฑ์อาหารที่กำหนดให้บรรจุตามปริมาณที่กำหนดระบุอยู่ในท้ายประกาศดังกล่าวประกอบด้วย อาหารปรุงแต่ง เครื่องดื่มและน้ำส้มสายชู โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. น้ำปลาขนาดบรรจุเป็นมิลลิลิตร (มล.) มีขนาด 100 , 200 , 300 , 530 , 700 , 750 ส่วนขนาดบรรจุต่ำกว่า 100 มล. และสูงกว่า 750 มล. ไม่กำหนดขนาดบรรจุ

2. น้ำซีอิ๊วขนาดบรรจุเป็นมิลลิลิตร (มล.) มีขนาด 100 , 200 , 250 , 300 , 500 , 530 , 620 ขนาดต่ำกว่า 100 มล. และขนาดสูงกว่า 620 มล. ไม่กำหนดขนาดบรรจุ

3. น้ำซอส ขนาดบรรจุเป็นมิลลิลิตร (มล.) มีขนาด 100 , 150 , 200 , 300 , 600 , 700 ขนาดต่ำกว่า 100 มล. และขนาดต่ำกว่า 700 มล. ไม่กำหนดขนาดบรรจุ

4. น้ำส้มสายชู ขนาดบรรจุเป็นมิลลิลิตร (มล.) มีขนาด 100 , 200 , 300 , 530 , 700 , 750 ขนาดต่ำกว่า 100 มล. และขนาดสูงกว่า 750 มล. ไม่กำหนดขนาดบรรจุ

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

สาระสำคัญในพระราชบัญญัติฉบับนี้สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การขึ้นทะเบียนตำรับอาหารและฉลากอาหาร

1. การขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 กำหนดให้ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าซึ่งอาหารควบคุมเฉพาะ ต้องนำอาหารนั้นมาขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหารก่อน เมื่อได้รับใบสำคัญการขึ้นทะเบียนแล้วจึงผลิตหรือนำเข้าเพื่อจำหน่ายได้ หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ประเภทอาหารที่ต้องขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

1.1 อาหารควบคุมเฉพาะ มี 39 ประเภท

1.2 อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานมี 9 ประเภท

1.3 อาหารที่กำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลากมี 2 กลุ่มคือ กลุ่มอาหารที่ต้องส่งมอบฉลากให้คณะกรรมการอาหารและยา (อย.) พิจารณาก่อนนำใช้ และ กลุ่มอาหารที่ไม่ต้องส่งมอบให้คณะกรรมการอาหารและยา (อย.) พิจารณา

2. การขอขึ้นทะเบียนฉลากอาหาร อาหารควบคุมเฉพาะที่กำหนดคุณภาพและที่กำหนดให้มีฉลากต้องขึ้นทะเบียนอาหารและขออนุญาตใช้ฉลาก เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงทาการผลิต อาหารที่ต้องขออนุญาตใช้ฉลากมี 4 กลุ่มคือ

2.1 อาหารควบคุมเฉพาะที่ผลิตจากสถานที่ผลิตที่ไม่เข้าข่ายเป็นโรงงาน คือ มีเครื่องจักรตั้งแต่ 5 แรงม้า หรือ คนงาน 7 คนขึ้นไป

2.2 อาหารที่ถูกกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน

2.3 อาหารที่ถูกนาเข้าประเทศเพื่อจำหน่ายซึ่งไม่ใช่อาหารควบคุมเฉพาะ และ

2.4 อาหารอื่นที่มีการจำหน่ายและรัฐมนตรีออกประกาศกำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก คือ อาหารประเภทที่ 1 และประเภทที่ 2 และบางส่วนของประเภทที่ 4 ตามที่ประกาศกำหนดต้องมีฉลากที่ได้รับอนุญาตจากสานักงานคณะกรรมการอาหารและยา

พระราชบัญญัติมาตรฐานอุตสาหกรรม พ.ศ. 2511

สานักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหรือที่รู้จักกันในนามของ "สมอ" เป็นหน่วยงานระดับกรมสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม โดยได้รับการจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 จึงนับได้ว่า สมอ. เป็นสถาบันมาตรฐานแห่งชาติ โดยที่หน้าที่หลัก คือ การกำหนดมาตรฐานผลิตอุตสาหกรรม (มอก.) การรับรองระบบคุณภาพและรับรองความสามารถของห้องปฏิบัติการทดสอบและสอบเทียบ นอกจากนี้ ยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลางกับองค์กรที่เกี่ยวข้องทั่วทั้งโลก เช่น องค์การค้าระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Organization for Standardization) หรือที่รู้จักกันแพร่หลายว่า ISO องค์การโลก (World Trade Organization หรือ WTO) และองค์กรอื่นๆ ความหมายของมาตรฐานอุตสาหกรรม มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมคือ ข้อกำหนดทิศทางวิชาการที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้จัดทาขึ้น เพื่อเป็นแนวทางแก้ผู้ประกอบธุรกิจในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพในระดับที่เหมาะสมแก่การใช้งานมากที่สุด เครื่องหมายมาตรฐานเหล่านี้จะเป็นหลักฐานทางราชการและเป็นเครื่องพิสูจน์หรือบ่งชี้ว่า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทาขึ้นได้ตามมาตรฐาน เครื่องหมายมาตรฐานจะช่วยเพิ่มความเชื่อถือในสินค้าและธุรกิจ ข้อสำคัญที่สุดก็คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นจะอยู่ในระดับที่เหมาะสมเป็นที่ยอมรับ ผู้ประกอบธุรกิจสามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สม่ำเสมอได้ตลอด สานักงานมาตรฐานผลิตอุตสาหกรรมดาเนินการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมขึ้นเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบธุรกิจให้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน อันเป็นการเพิ่มความเชื่อถือในคุณภาพของสินค้าไทยทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ และเพื่อประหยัดทรัพยากร พร้อมทั้งลดต้นทุนการผลิต (ศูนย์เครือข่ายข้อมูลอาหารครบวงจรwww.foodnetworksolution.com)

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสภาพทั่วไปของแหล่งผลิตชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

ภาพที่ 6 สวนสมุนไพรโรงพยาบาลบางกระทุ่ม

2.1 ประวัติความเป็นมาของโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

โรงพยาบาลบางกระทุ่ม เลขที่100/11 ตำบลไผ่ล้อม อำเภอบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก 65110 เป็นโรงพยาบาลชุมชนขนาด 30เตียง เปิดให้บริการตั้งแต่ปี พ.ศ.2526 แพทย์หญิงดวงรัตน์ เชี่ยวชาญวิทย์ เป็นผู้อำนวยการคนปัจจุบัน

ประสบการณ์การใช้ยาสมุนไพร ในการรักษาผู้ป่วยแทนยาแผนปัจจุบันโรงพยาบาลบางกระทุ่ม ปัจจุบันมูลค่าการนำเข้ายาแผนปัจจุบันของประเทศไทยมีมูลค่าสูงถึงปีละกว่า 1.3 แสนล้านบาท หรือร้อยละ 35 ของค่าใช้จ่ายสุขภาพ ซึ่งสูงกว่าประเทศพัฒนาแล้วที่ใช้เพียงร้อยละ 20 ดังนั้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านยารักษาโรคจึงมีการส่งเสริมการใช้ยาสมุนไพรมาใช้ในโรงพยาบาลในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขทั่วประเทศ โดยเพิ่มบริการตรวจรักษาด้วยการแพทย์แผนไทยหรือการแพทย์ทางเลือกที่แผนกผู้ป่วยนอก และใช้ยาสมุนไพรรักษาอาการเจ็บป่วยเพื่อลดการใช้ยาแผนปัจจุบันลง

โรงพยาบาลบางกระทุ่ม เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างที่ชัดเจนในการจ่ายยาสมุนไพรในบัญชียาหลักให้แก่ผู้ป่วยควบคู่กับยาแผนปัจจุบัน โดยทาโรงพยาบาลได้ปลูกพืชสมุนไพรเกือบทุกชนิดเพื่อนำมาผลิตยารักษาโรคต่างๆในรูปของลูกกลอน ชาชง และแคปซูล ซึ่งยาที่ผลิตได้มีหลายชนิด แก้โรคท้องอืด ท้องเฟ้อ แน่น จุกเสียด โรคกระเพาะ โรคท้องผูก ริดสีดวงทวาร ไอ เจ็บคอ ขับเสมหะ อ่อนเพลีย เบื่ออาหาร นอนไม่หลับ และ โรคคอเลสเตอรอลสูง รวมทั้งจัดให้มีแผนกคลินิกแพทย์แผนไทย เปิดบริการรักษาโรคด้วยยาสมุนไพร การอบตัวด้วยสมุนไพร และการนวดไทย (หัตถบำบัด)

พญ.ดวงรัตน์ เชี่ยวชาญวิทย์ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก กล่าวว่า โรงพยาบาลบางกระทุ่มรับผิดชอบดูแลประชากรใน 9 ตำบล 87 หมู่บ้าน จำนวนกว่า 40,000 คน ด้วยแนวคิดที่ว่า "โรงพยาบาลชุมชนทั่วประเทศมีอยู่กว่า 700 แห่ง ถ้าจะให้โรงพยาบาลบางกระทุ่มโดดเด่นขึ้นมาต้องมีอะไรที่แตกต่างจากที่อื่น" จึงเป็นเหตุผลให้ลุยเรื่องของยาสมุนไพร และเห็นคุณค่าของสมุนไพรไทย

ในการพัฒนางานแพทย์แผนไทยของโรงพยาบาลตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พญ.ดวงรัตน์ เล่าว่า แต่เดิมโรงพยาบาลบางกระทุ่มตั้งอยู่กลางทุ่งนา ต่อมาได้ทำการปรับพื้นที่ทั้งหมดให้กลายเป็นสวนสมุนไพร รวมทั้งสร้างอาคารผลิตยาสมุนไพร แบ่งสัดส่วนออกเป็นด้านการผลิตและด้านคลินิกให้บริการการแพทย์แผนไทย ชั้นล่างเป็นอาคารผลิต ชั้นบนเป็นห้องประชุมสำหรับต้อนรับคณะดูงานต่าง ๆ จากนั้นได้ใช้งบประมาณ 17 ล้านบาท สร้างโรงงานผลิตยาสมุนไพรแห่งใหม่ ซึ่งแล้วเสร็จไปเมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2556 และผ่านการรับรองมาตรฐาน GMP เป็นที่เรียบร้อยแล้ว นอกจากนี้ได้ร่วมกับกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อพืช (Plant Tissue Culture) เพื่อให้ชาวบ้านใน อ.บางกระทุ่ม นำไปปลูกเพื่อเป็นวัตถุดิบสมุนไพรให้แก่ทางโรงพยาบาล

พญ.ดวงรัตน์ กล่าวถึงการผลิตยาสมุนไพรว่า ที่โรงพยาบาลบางกระทุ่มผลิตยาสมุนไพรเอง ทั้งเพื่อใช้ในโรงพยาบาล และจำหน่ายไปตามโรงพยาบาลชุมชนและสถานีอนามัยในเขตภาคเหนือที่สนใจ โดยจะขยายพันธุ์พืชสมุนไพรและให้ชาวบ้านในพื้นที่มารับไปปลูก โดยควบคุมเรื่องการใช้สารเคมีอย่างเคร่งครัด และจะรับซื้อจากชาวบ้านในราคารับซื้อที่แน่นอน ในราคาที่รับซื้อนี้จะถูกหักกิโลกรัมละ 1 บาท เข้าชมรมผู้สนใจสมุนไพรของ อ.บางกระทุ่ม ชมรมนี้จะทำหน้าที่รวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรพื้นบ้านที่เคยกระจัดกระจายอยู่มารวบรวมเอาไว้เป็นหนึ่งเดียว แล้วตรวจสอบ แลกเปลี่ยน พูดคุย และแบ่งปันข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรที่แต่ละคนเคยรู้ เคยเห็น และเคยใช้มา

"เรามองว่าถ้าโรงพยาบาลทำเพียงหน่วยงานเดียวคงไม่สำเร็จ เพราะฉะนั้นต้องสร้างเครือข่ายทำงานร่วมกัน และที่สำคัญยังเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนด้วยอีกทางหนึ่ง"

ในด้านการผลิตยาสมุนไพร ปัจจุบันใช้เครื่องมือที่ทันสมัย ทำงานด้วยระบบอัตโนมัติและกึ่งอัตโนมัติ มีการปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรให้มีลักษณะโดดเด่น น่าสนใจ มีการควบคุม ตรวจสอบวัตถุดิบสมุนไพรทั้งแบบสดและแบบที่ผ่านการแปรรูปแล้ว พร้อมส่งตรวจมาตรฐานความปลอดภัยที่กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์และศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ จังหวัดพิษณุโลก

สำหรับงานบริการคลินิกแพทย์แผนไทย มีการให้บริการ 3 ช่องทางด้วยกัน คือ

1. ขอรับบริการแพทย์แผนไทย โดยแพทย์อายุรเวทจะทำการตรวจรักษา จ่ายยาสมุนไพร และให้คำแนะนำ

2. เข้าสู่ระบบการตรวจรักษาโดยแพทย์แผนปัจจุบัน และ

3. เข้าไปซื้อยาโดยตรง ซึ่งจะมีเภสัชกรคอยให้คำแนะนำต่าง ๆ

ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลบางกระทุ่ม นอกจากจะนำมาใช้ในโรงพยาบาลแล้ว ยังจำหน่ายไปตามโรงพยาบาลชุมชนและสถานีอนามัยในเขตภาคเหนือที่สนใจ โดยผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั้งหมดมีหลายรูปแบบและสามารถใช้ทดแทนยาแผนปัจจุบันได้ทั้งหมด

2.2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสมุนไพร

ภาพที่ 7 กระบวนการผลิตและแปรรูปสมุนไพร

พืชสมุนไพร เป็นสิ่งที่อยู่คู่คนไทยมานับพันปี แต่เมื่อการแพทย์แผนปัจจุบันเริ่มเข้ามามีบทบาทในบ้านเรา สรรพคุณและคุณค่าของสมุนไพรอันเป็นสิ่งที่เรียกได้ว่าภูมิปัญญาโบราณก็เริ่มถูกบดบังไปเรื่อยๆ และถูกทอดทิ้งไปในที่สุด

ความจริงคนส่วนใหญ่ก็พอรู้ๆ กันว่า สมุนไพรไทยเป็นสิ่งที่มีคุณค่าใช้ประโยชน์ได้จริง และใช้ได้อย่างกว้างขวาง แต่เป็นเพราะว่าเราใช้วิธีรักษาโรคแผนใหม่มานานมากจนวิชาแพทย์แผนโบราณที่มีสมุนไพรเป็นยาหลักถูกลืมจนต่อไม่ติด

ภาครัฐเริ่มกลับมาเห็นคุณค่าของสมุนไพรไทยอีกครั้งด้วยการแถลงนโยบายต่อรัฐสภาไว้เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2535 ว่า " ให้มีการผสมผสานการแพทย์แผนไทยและสมุนไพรเข้ากับระบบบริการสาธารณสุขของชุมชนอย่างเหมาะสม"

บทความข้างต้นเป็นส่วนหนึ่งในคำนำของหนังสือ "สรรพคุณสมุนไพร 200 ชนิด" ซึ่งเภสัชกรหญิงสุนทรี สิงหบุตรา เภสัชกรด้านเภสัชสาธารณสุข หัวหน้าฝ่ายวิชาการ กองเภสัชกรรม สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร ในฐานะผู้รวบรวมและเรียบเรียง ได้บันทึกไว้

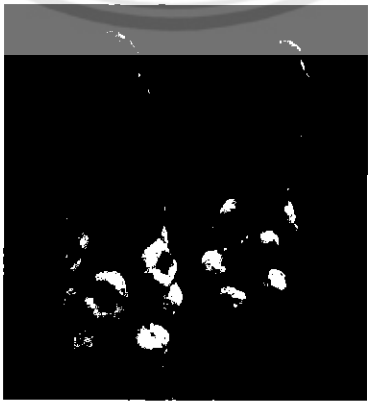
ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก มีดังนี้

ชาชง

1. ชาชงชุมเห็ดเทศ แก้ท้องผูก
2. ชาชงรางจืด ถอนพิษเบื่อเมา ช่วยลดสารพิษในร่างกาย
3. ชาชงขิง แก้ท้องอืดท้องเฟ้อ แน่น จุกเสียด
4. ชาชงตะไคร้ บำรุงไฟธาตุ ขับลมในลำไส้ เจริญอาหาร
5. ชาชงใบหม่อน(พลัส) รักษาโรคเบาหวาน และโรคเรื้อรังต่าง ๆ
6. ชาชงใบเตย ลดน้ำตาลในเลือด ในผู้ป่วยเบาหวาน บำรุงหัวใจ ช่วยขับปัสสาวะ
7. ชาชงหญ้าดอกขาว ขับปัสสาวะ ช่วยลดการสูบบุหรี่
8. ชาชงหญ้าหนวดแมว แก้ขัดเบา ขับปัสสาวะ ละลายนิ่วก้อนเล็ก ๆ

ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยจะนำมาเป็นต้นแบบการพัฒนาคือ สมุนไพรทั้ง 8ชนิด มีดังนี้

1. สมุนไพรชุมเห็ดเทศ



ภาพที่ 8 สมุนไพรชุมเห็ดเทศ

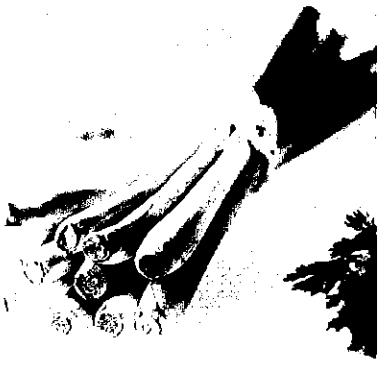
2. สมุนไพรรางจืด

ภาพที่ 9 สมุนไพรรางจืด

3. สมุนไพรขิง

ภาพที่ 10 สมุนไพรขิง

4. สมุนไพรตะไคร้



ภาพที่ 11 สมุนไพรตะไคร้

5. สมุนไพรใบหม่อน(พลัส)

ภาพที่ 12 สมุนไพรใบหม่อน(พลัส)

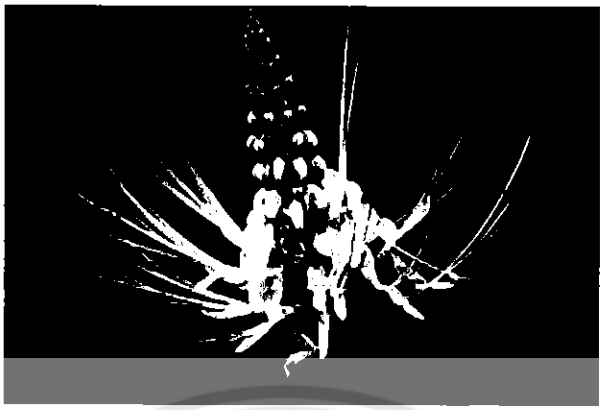
6. สมุนไพรใบเตยหอม

ภาพที่ 13 สมุนไพรใบเตยหอม

7. สมุนไพรหญ้าดอกขาว

ภาพที่ 14 สมุนไพรหญ้าดอกขาว

8. สมุนไพรหญ้าหนวดแมว



ภาพที่ 15 สมุนไพรหญ้าหนวดแมว

ภาพที่ 16 ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรของโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

2.3 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับชา

สมุนไพร ที่ใช้รูปแบบในการบริโภคเช่นเดียวกับชา เรามักจะเรียกว่า "ชาสมุนไพร" ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นสมุนไพรที่มีกลิ่น ที่ต้องการคงไว้ไม่ให้สูญเสียกับความร้อนที่มากเกินไป และผู้บริโภคที่นิยมดื่มชาสมุนไพรนอกจากต้องการฤทธิ์ทางยาแล้ว ยังต้องการสัมผัสกลิ่นที่ละเมียดละไมจากสมุนไพรด้วย

ส่วนคุณค่าทางยาของชาสมุนไพรนั้น ขึ้นอยู่กับชนิดของตัวชาสมุนไพรที่นำมาปรุง ไม่ใช่ว่าชาสมุนไพรทุกชนิดจะปลอดภัยต่อการดื่มเสมอไป ตรงกันข้าม หากไม่รู้จักสรรพคุณทางยาที่เหมาะสมแล้ว ก็อาจจะเป็นอันตรายสำหรับบางคนได้ วิธีที่ดีที่สุดในการดื่มชาสมุนไพรก็คือต้องเรียนรู้ข้อมูลของสมุนไพร ที่ใช้ในการบริโภคเป็นอย่างดี

เสียก่อนเพราะสมุนไพรแต่ละชนิดมีข้อควรระวัง ขนาด และ สรรพคุณที่แตกต่างกันออกไป ยิ่งถ้าเป็นสมุนไพรที่ใช้ในการรักษาโรคที่รุนแรงด้วยแล้วก็ยิ่งต้องระวังเป็นพิเศษ

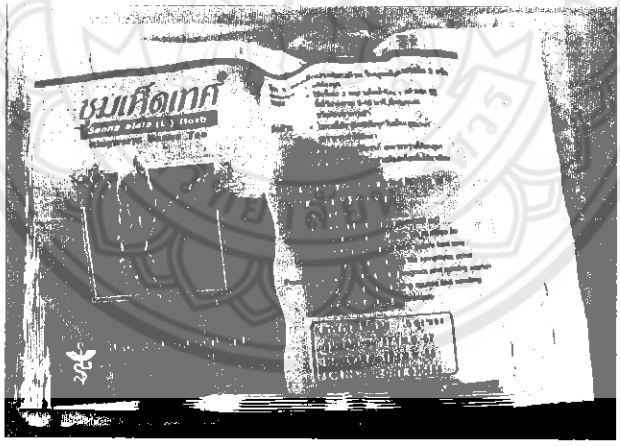
ชาสมุนไพร ส่วนใหญ่ จะมีสรรพคุณในการบำรุงสุขภาพโดยช่วยย่อยอาหาร ช่วยขับลม หรือเพียงเพื่อเสพกลิ่นรสเช่น ชาใบเตย ชาใบตะไคร้ ชามะตูม ที่มักจะดื่มได้เรื่อย ๆ ไม่จำกัดปริมาณหรือเวลา ชาสมุนไพรที่มีขายในท้องตลาดส่วนใหญ่มักจะเป็นชาประเภทนี้ สรรพคุณของสมุนไพร บางชนิดที่นำมาทำเป็นชาชงดื่มที่นิยมกันมาก ดังต้นแบบการพัฒนาชาสมุนไพรทั้ง 8ชนิด ดังนี้

1. ชาสมุนไพรชุมเห็ดเทศ

ชื่อสามัญ: Ringworm senna Tea

ชื่อวิทยาศาสตร์: Cassia alata (L.) Roxb.

ชาชุมเห็ดเทศ ช่วยระบายท้อง (Laxative) ได้จากใบชุมเห็ดเทศคั่วให้แห้ง เพื่อลดการไช้ท้อง แล้วบดเป็นผง ให้น้ำชาเป็นสีน้ำตาลมีกลิ่นหอมของใบไม้คั่ว มีสรรพคุณเป็นยาระบาย แต่หากดื่มเป็นประจำร่างกายก็อาจดื้อยาได้ ควรหาวิธีอื่นในการสร้างนิสัยการถ่ายให้เป็นประจำโดยวิธีอื่นด้วย



ภาพที่ 17 ชาสมุนไพรชุมเห็ดเทศโดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม

2. ชาสมุนไพรรางจืด

ชื่อสามัญ: Rang-jeud Tea

ชื่อวิทยาศาสตร์: Thunbergia laurifolia Linn.

ชารางจืด กำจัดพิษ (Detoxifier and Body-cleanser) ทำจากใบรางจืดอบแห้งมีกลิ่นใบไม้แห้ง หอมอ่อนๆ เป็นธรรมชาติ ให้น้ำชาสีน้ำตาลออกเขียว มีสรรพคุณกำจัดพิษ แก้เมาค้าง บรรเทาอาการผื่นแพ้ และลดความร้อนในร่างกาย เหมาะกับเมืองไทยในขณะนี้ ที่ร้อนขึ้นเรื่อย ๆ ชารางจืดไม่มีพิษดื่มเป็นประจำได้ทุกวัน

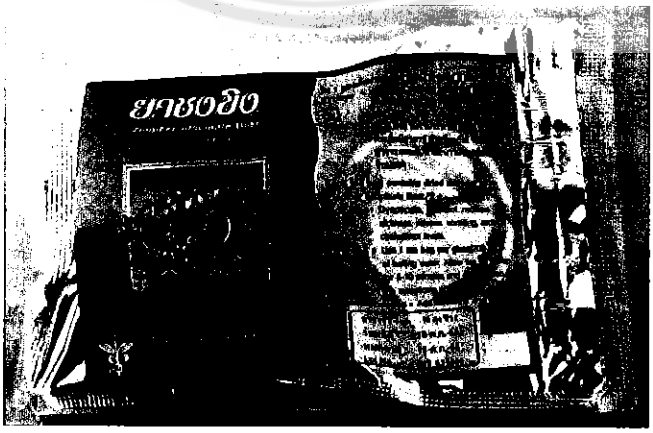
ภาพที่ 18 ชาสมุนไพรรางจืดโดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม

3. ชาสมุนไพรขิง

ชื่อสามัญ: Ginger Tea

ชื่อวิทยาศาสตร์: Zingiber officinale Roscoe

ชาขิง แก้หวัด และช่วยย่อย (Cold aid, digestive aid) ทำจากเหง้าขิงแก่ ที่มีน้ำมันหอมระเหย มีสรรพคุณทางร้อน ช่วยบรรเทาหวัด แก้คลื่นไส้อาเจียน เมารถเมาเรือ ช่วยย่อยอาหาร แก้ท้องอืดหากคนเราถ้าระบบย่อยอาหารไม่ดีแล้ว ระบบอื่นก็จะพลอยรวนไปด้วย



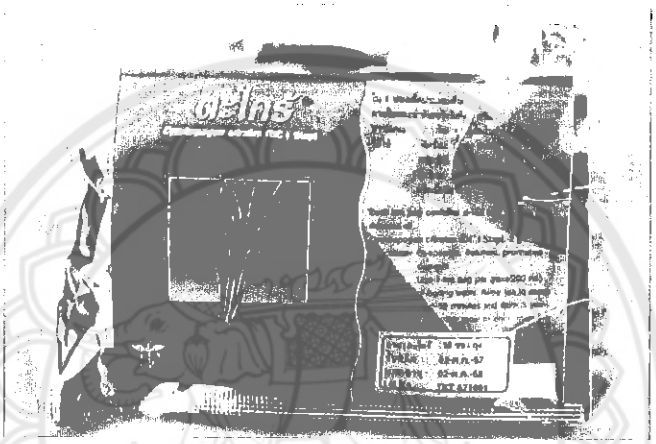
ภาพที่ 19 ชาสมุนไพรขิงโดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม

4. ชาสมุนไพรตะไคร้

ชื่อสามัญ: Lemon Grass Tea

ชื่อวิทยาศาสตร์: Cymbopogon citratus (DC.) Stapf

ชาตะไคร้ ขับลม ช่วยย่อย (Digestive aid , anticramp) ทำจากต้นและใบตะไคร้อบให้แห้งแล้วบด ตะไคร้จะมีกลิ่นหอม ช่วยย่อยอาหาร แก้ลมวิงเวียน แก้ปวดเกร็งในท้อง ขับเหงื่อ ขับปัสสาวะและมีรายงานการทดลองพบว่าตะไคร้นั้นมีคุณสมบัติต้านมะเร็งได้อีกด้วย



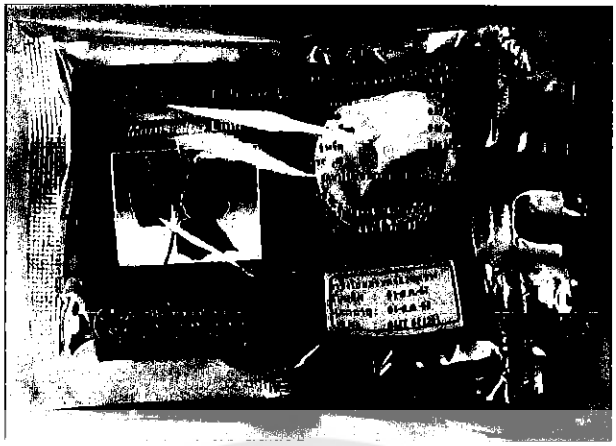
ภาพที่ 20 ชาสมุนไพรตะไคร้โดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม

5. ชาสมุนไพรใบหม่อน(พลัส)

ชื่อสามัญ: Mulberry Tea

ชื่อวิทยาศาสตร์: Morus alba L.

ชาใบหม่อนเป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าใบหม่อนมีกรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกายครบทุกชนิด มีแคลเซียมสูง มีสารต้านอนุมูลอิสระที่สำคัญหลายชนิด เช่น เควอซิติน (quercetin) แคมเฟอรอล (kaempferol) และ รูติน(rutin) นอกจากนั้นยังพบชาใบหม่อนมีสารดีเอ็นเจ (1-deoxynojirimycin) มีสรรพคุณลดระดับน้ำตาลในเลือด มีสารกาบา (gamma amino-butyric acid) ลดความดันโลหิต มีสารกลุ่มฟายโตสเตอโรล (Phytosterol) ลดไขมันในเลือด อีกทั้งไม่พบผลข้างเคียง จึงปลอดภัยต่อผู้บริโภค



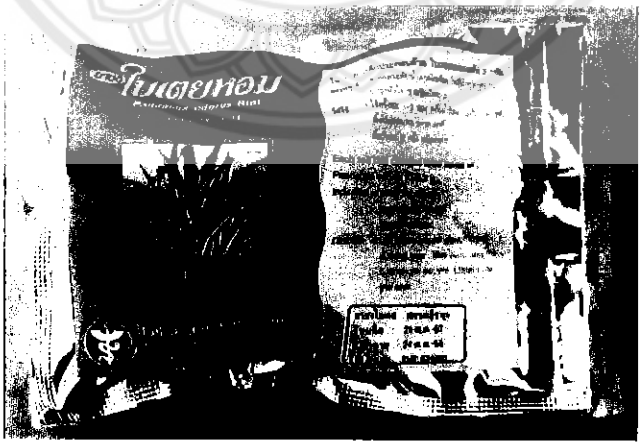
ภาพที่ 21 ชาสมุนไพรใบหม่อน(พลัส)โดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม

6. ชาสมุนไพรใบเตยหอม

ชื่อสามัญ: Pandanus Tea

ชื่อวิทยาศาสตร์: Pandanus amaryllifolins Roxb.

ชาใบเตย บำรุงหัวใจ ขับปัสสาวะ (Tonic, diuretic) ทำจากใบเตยหอม อบแห้ง บดเป็นผง มีสีเขียวใบเตย มีกลิ่นหอมชื่นใจใบเตยมีคุณสมบัติขับปัสสาวะ ช่วยลดน้ำตาลในเลือด ชาใบเตยจึงเหมาะกับคนที่เป็นโรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง คนธรรมดาทั่วไปก็ดื่มได้กลิ่นหอมของใบเตยชื่นใจ คลายเครียดได้ดี



ภาพที่ 22 ชาสมุนไพรใบเตยโดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม

7. ชาสมุนไพรหญ้าดอกขาว

ชื่อสามัญ: Hya dok kaaw Tea

ชื่อวิทยาศาสตร์: Vernonia cinerea (Linn.) Less.

ปัจจุบัน ชาหญ้าดอกขาวถูกบรรจุอยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติ พ.ศ. 2555 ในส่วนยาพัฒนาจากสมุนไพรสำหรับลดความอยากบุหรี่ ในรูปแบบชง (รพ.) กินครั้งละ 2 กรัม ชงน้ำร้อนประมาณ 120-200 มิลลิลิตร หลังอาหาร วันละ 3-4 ครั้ง ในบางรายจะมีอาการ ปากแห้ง คอแห้ง และควรระวังการใช้ในผู้ป่วยโรคหัวใจ และโรคไตเนื่องจากยาหญ้าดอกขาวมีโพแทสเซียมสูง

ภาพที่ 23 ชาสมุนไพรหญ้าดอกขาวโดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม

8. ชาสมุนไพรหญ้าหนวดแมว

ชื่อสามัญ: Cat's whisker grass Tea

ชื่อวิทยาศาสตร์: Orthosiphon grandiflorus Bolding.

ชาหญ้าหนวดแมว ขับปัสสาวะ (Diuretic) ทำจากหญ้าหนวดแมวอบแห้งบด มีรสคล้าย ๆ ใบชา มีคุณสมบัติขับปัสสาวะ ขับนิ่วก้อนเล็ก ๆ มีคุณสมบัติขับกรดยูริค เหมาะกับคนที่เป็นต่อมลูกหมากโต คนที่เป็นนิ่วก้อนเล็กๆ ช่วยลดน้ำตาลในเลือด เหมาะกับคนที่เป็นโรคเบาหวาน มีโปรแตสเสียมสูง ระวังการใช้กับคนที่เป็นโรคหัวใจ

ภาพที่ 24 ชาสมุนไพรหญ้าหนวดแมวโดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและการทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรไทย(สุรชัย อุตมอ่าง และนิรมล อุตมอ่าง. 2552)

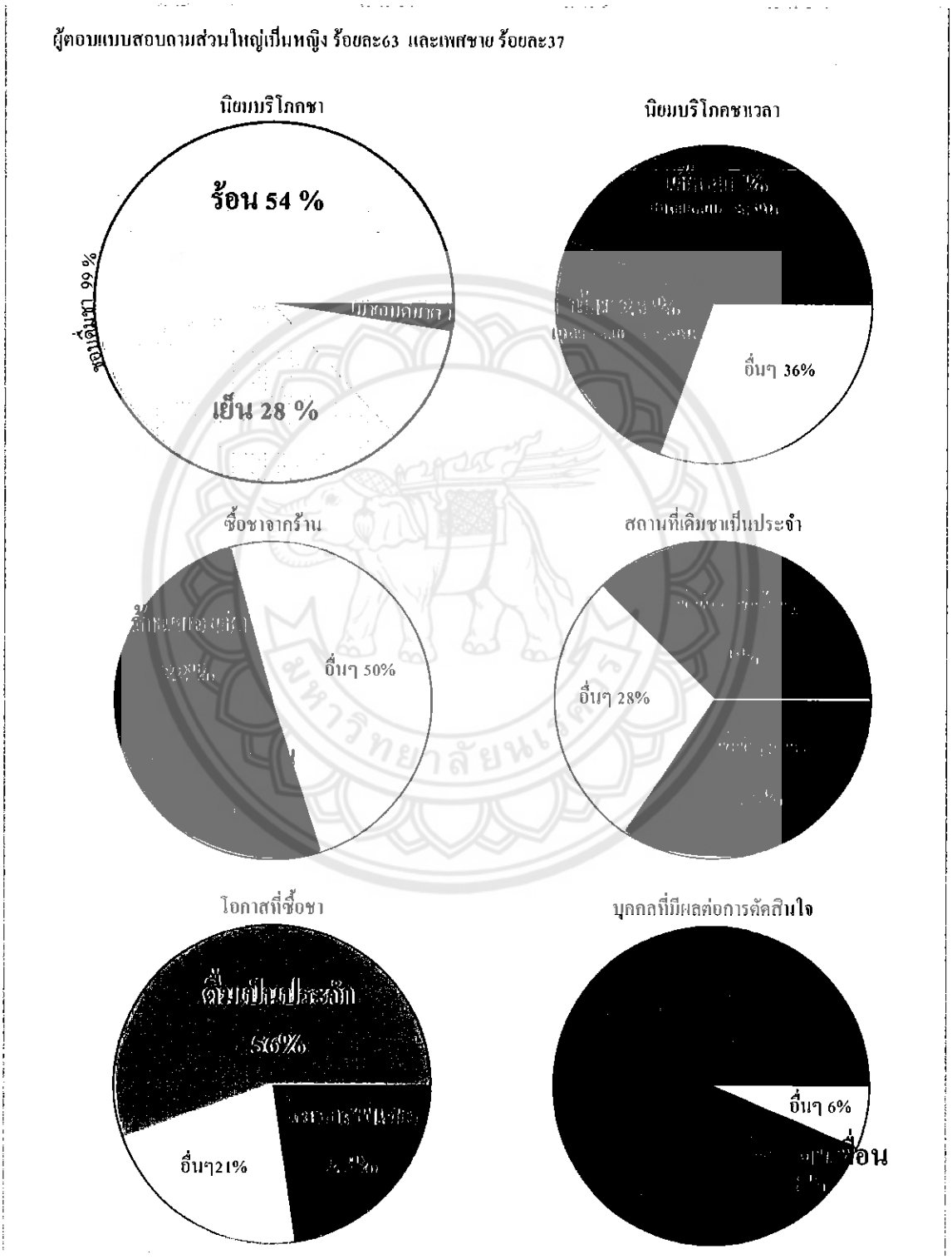
ผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรไทย: รายงานการวิจัย (Consumer Behavior Study and Acceptance Test on Thai Herbal Tea Products). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพ. 96 หน้า.

ศึกษาตลาด พฤติกรรมการบริโภค ปัจจัยสำคัญที่มีต่อการบริโภค และวิเคราะห์การยอมรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรไทย ประชากรคือผู้บริโภคคนไทยที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ และเป็นผู้ที่เคยบริโภคชาหรือชาสมุนไพร ศึกษาจากตัวอย่างกระจายตามพื้นที่ 4 ภูมิภาคของประเทศไทยได้แก่ ภาคกลางที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคเหนือที่จังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันเฉียงเหนือที่จังหวัดขอนแก่น และภาคใต้ที่จังหวัดสงขลา รวมทั้งหมด 448 คน ใช้แบบสอบถาม ร่วมกับการสัมภาษณ์ และการทดสอบการยอมรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรไทยชนิดซองชงตัวอย่าง 6 ชนิด ได้แก่ ชาใบหม่อน ชาขิง ชาดอกคำฝอย ชาเจียวกู้หลาน ชามะขามแขก และชาเขียว โดยวิธี Hedonic scaling test ซึ่งทำการทดสอบแบบ Balance in completed block design แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา Chi-square test, Analysis of variance, Factor analysis และ Logistic regression analysis กับ Discriminant analysis

ผลการศึกษาพบว่า ค่านิยมของการบริโภคเครื่องดื่มมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและเปลี่ยนแปลงไป ทำให้มีการผลิตเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Healthy Refreshment) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค คาดว่าในปี 2552 มีมูลค่าประมาณไม่ต่ำกว่า 6,000 ล้านบาท และอัตราการขยายตัว 10-15% อย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคนิยมชาเขียว

มากที่สุด รองลงมาได้แก่ เก๊กฮวย น้ำขิง น้ำใบบัวบก และชาดอกคำฝอย เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพื้นที่ 4 ภาค มีจำนวนใกล้เคียงกัน จำแนกเป็นเพศชาย 34.4 % เพศหญิงจำนวน 64.6 % ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกบริโภคเครื่องดื่มประเภทชา คือปัจจัยค่านิยมของสังคม(Variance explained 20.63 %) และปัจจัยด้านสุขภาพ (Variance explained 20.48 %) ในขณะที่ปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีค่า (Variance explained 16.36 %) ผลทดสอบการยอมรับคุณลักษณะของชาสมุนไพรไทย พบว่า ชามะขามแขกมีคะแนนความชอบมากที่สุดทั้งด้านความชอบโดยรวม (6.5) ด้านคุณลักษณะกลิ่น (6.7) คุณลักษณะรสชาติ (6.5) คุณลักษณะกลิ่นรสสมุนไพร (6.6) และคุณลักษณะหลังกลืน (6.5) ผลการวิเคราะห์การยอมรับและการซื้อชนิดชาสมุนไพร พบว่าผู้บริโภคยอมรับชามะขามแขกมากเป็นอันดับหนึ่ง (82.6 %) ชาขิง (78.8 %) ชาเขียว (78.6 %) และชาดอกคำฝอย (74.8 %) ส่วนการซื้อชาสมุนไพรไทยพบว่าผู้บริโภคซื้อชามะขามแขกมากเป็นอันดับหนึ่ง (67.9 %) รองลงมาเป็นชาเขียว (61.4 %) และชาขิงกับชาดอกคำฝอย (60.5 %) ตามลำดับ

แบบสำรวจพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ชาและการยอมรับต่อผลิตภัณฑ์ (สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยนครพนม จ. นครพนม)



ภาพที่ 25 แบบสำรวจพฤติกรรมการบริโภคและการยอมรับต่อผลิตภัณฑ์ชา

สภาพรวมการตลาด

1. ธุรกิจสมุนไพรที่กำลังมีแนวโน้มการเจริญเติบโตสูงและต่อเนื่องมาทุกปีจะเห็นได้จากตัวเลขตลาดอุตสาหกรรมสมุนไพรในประเทศไทย

2. ปริมาณส่งสินค้าให้ลูกค้าไม่เพียงพอ

3. กลุ่มคนที่รักสุขภาพมีมากขึ้น ตลาดมีการเติบโตสามารถขยายฐานการตลาดสู่จังหวัดใกล้เคียงและภูมิภาคหรือประเทศเพื่อนบ้านที่กำลังเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

คู่แข่งทางการตลาด

1. ผู้ประกอบการแบบเดียวกัน และผู้ประกอบการที่กำลังจะเปิดตัวขึ้นอีกในอนาคต

2. Website เพื่อสุขภาพที่โฆษณาขายสินค้าอาหารสุขภาพ

3. เคาน์เตอร์ขายสินค้าอาหารสุขภาพตามห้างสรรพสินค้า

4. ร้านสมุนไพรและสปา

3.2 วิเคราะห์ตลาดชาสมุนไพร

ชาสมุนไพร : ตลาดเติบโต...กระแสรักษ์สุขภาพหนุน

ท่ามกลางกระแสความนิยมบริโภคชาเขียว ยังมีตลาดชาอีกประเภทหนึ่งที่น่าสนใจไม่น้อย คือชาสมุนไพร แม้ว่าการขยายตัวของตลาดจะไม่อยู่ในลักษณะการเติบโตแบบก้าวกระโดดเช่นเดียวกับตลาดชาเขียว แต่ก็มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องสำหรับตลาดในประเทศ ส่วนตลาดต่างประเทศก็มีลู่ทางแจ่มใสในการที่จะส่งออก อันเป็นผลมาจากการยอมรับในคุณค่าของสมุนไพรไทยหลากหลายชนิด

สมุนไพรในตลาดโลก...เริ่มนิยมมาตั้งแต่ปี 2542 ปัจจุบันประเทศในตะวันตกหลายประเทศเริ่มหันมานิยมเครื่องดื่มสมุนไพร โดยเฉพาะชาสมุนไพร ซึ่งในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ชาเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมมากเป็นอันดับสองในตลาดโลก รองจากน้ำดื่ม โดยผลิตภัณฑ์ชาที่เป็นที่นิยมดื่มนั้นแบ่งออกได้เป็น 3 ชนิดคือ ชาดำ(Black Teas) ชาเขียว(Green Teas) และชาสมุนไพร(Herbal Teas) ซึ่งชาแต่ละชนิดนั้นมีหลากหลายรสชาติ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมในแหล่งปลูกแต่ละแห่ง อย่างไรก็ตามประเภทของทั้งชาดำและชาเขียวที่เป็นที่รู้จักและยอมรับในคุณภาพไปทั่วโลกนั้นมาจากแหล่งปลูกใน 5 ประเทศ คือจีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน ศรีลังกาและอินเดีย ส่วนประเภทของชาสมุนไพรนั้นเป็นการผสมสมุนไพร เครื่องเทศ ผลไม้แห้งและดอกไม้แห้ง ทั้งนี้ผู้ผลิตเน้นสรรพคุณที่หลากหลาย

ของสมุนไพรเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นกลิ่นและรสของชาสมุนไพรนั้นจึงขึ้นอยู่กับประเภทของสมุนไพรที่เป็นส่วนผสมของชาสมุนไพรแต่ละประเภท อย่างไรก็ตามในบางครั้งชาสมุนไพรนั้นไม่ได้รับการยอมรับว่าเป็นชาประเภทหนึ่ง เนื่องจากไม่มีส่วนผสมของใบชาอยู่เลย

ในตลาดโลกชาสมุนไพรจัดเป็นเครื่องดื่มประเภทเครื่องดื่มที่เป็นอาหารเสริมหรือยาสมุนไพร(Functional Beverages หรือ Neutraceuticals) ซึ่งเครื่องดื่มในกลุ่มนี้สามารถแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆได้ 4 ประเภทคือ เครื่องดื่มประเภทให้กำลังงาน(Isotonic Drinks) เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ/ตามกระแสแฟชั่น(Lifestyle/Wellness Drinks) เครื่องดื่มทดแทนมื้ออาหาร (Meal Replacement Drinks) และเครื่องดื่มที่เป็นยา(Medicinal Drinks) กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของเครื่องดื่มเหล่านี้จะเป็นผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มเพื่อดับกระหายและเพื่อเรียกความสดชื่นของร่างกายภายหลังจากการตรากตรำทำงาน หรือดื่มเพื่อทดแทนอาหารในแต่ละมื้อ หรือดื่มเพื่อสุขภาพโดยเครื่องดื่มประเภทนี้จะอุดมไปด้วยวิตามินและเกลือแร่ โดยเฉพาะคุณค่าจากสมุนไพร

ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องดื่มประเภทเครื่องดื่มที่เป็นอาหารเสริมหรือยาสมุนไพรนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าตลาดหลายพันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยในส่วนของตลาดชาสมุนไพรเริ่มเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางไปทั่วโลกตั้งแต่ปี 2542 จากการที่บริษัทผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ใบชารายใหญ่ของสหรัฐฯเริ่มผสมสมุนไพรและเครื่องเทศประเภทต่างๆ วิตามินและเกลือแร่ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มกลิ่น สี และรสของชาให้มีความหลากหลายมากขึ้น หลังจากนั้นชาสมุนไพรก็ได้รับการยอมรับและเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางไปทั่วโลก เนื่องจากสามารถจับตลาดชาเพื่อสุขภาพหรือวางจุดขายสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคทำให้ชาสมุนไพรเป็นที่รู้จักกันในกลุ่มผู้บริโภคว่า “Good for You” เช่น มีสรรพคุณช่วยให้นอนหลับ ผ่อนคลายความเครียด เป็นต้น ในวงการผู้ผลิตชาสมุนไพรเน้นการผลิตชาสมุนไพรที่มีรสชาติที่โดดเด่นเพียงรสเดียว(Masking Flavor) แม้ว่าชาสมุนไพรนั้นจะมีส่วนผสมของสมุนไพรและเครื่องเทศหลากหลายชนิด ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือการสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องถึงสรรพคุณของชาสมุนไพรแต่ละประเภทที่ผลิตขึ้นมา ปัจจุบันชาสมุนไพรที่เป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง 2 ประเภทคือ Echinacea และ Kava Kava โดยสมุนไพรและเครื่องเทศที่เป็นที่นิยมผสมในชาสมุนไพรในตลาดโลกได้แก่ เป็บเปอร์มินต์ เมนทอล ยูคาลิปตัส และซินามอน

จากการสำรวจในปี 2546 พบว่ามูลค่าการจำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์ชาของ Packaged Facts ในสหรัฐฯมียอดจำหน่ายประมาณ 4,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 10.0 ต่อปี โดยแยกเป็นชาสำเร็จรูปพร้อมดื่ม(Ready to Drinks Tea)ร้อยละ 61.5 ชาทั่วๆไป(Regular Tea)ร้อยละ 13.0 ชาชนิดพิเศษ(Specialty Tea)ร้อยละ 10.8 ชาสมุนไพร(Herbal Tea)ร้อยละ 7.6 และชาสำเร็จรูป(Instant/Mix Tea) ร้อยละ 7.1 ซึ่งในผลิตภัณฑ์ชาทั้งหมดนี้ชาที่มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการจำหน่ายปลีกอยู่ในเกณฑ์สูงคือ ชาสำเร็จรูปพร้อมดื่มซึ่งมีอัตราเติบโตสูงกว่าร้อยละ 10 ตั้งแต่ปี 2539 ชาชนิดพิเศษมีอัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 18 ต่อ

ปีตั้งแต่ปี 2541 ซึ่งผลิตภัณฑ์ชาในกลุ่มนี้ที่น่าสนใจคือ ชาเขียว และชาปลอดสารพิษชนิดต่างๆ และชาสมุนไพรมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 7.0 ต่อปีมาตั้งแต่ปี 2542 ซึ่งเป็นปีแรกที่มีการเปิดตลาดชาสมุนไพรอย่างจริงจัง

อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่าแนวโน้มของตลาดผลิตภัณฑ์ชานั้นเริ่มมีการผสมชาแต่ละประเภทเข้าด้วยกัน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเท่ากับเป็นการขยายฐานกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายด้วย กล่าวคือ ตลาดชาชนิดพิเศษนั้นเริ่มเพิ่มผลิตภัณฑ์ชาเขียวปลอดสารพิษ และชาสมุนไพรที่ปลอดสารพิษ ตลาดชาสำเร็จรูปพร้อมดื่มเริ่มหันมาเพิ่มผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพร

ตลาดชาสมุนไพรในประเทศ...คนไทยหันมานิยมดื่มมากขึ้น

สำหรับในประเทศไทยมีเครื่องดื่มที่ทำจากสมุนไพรไทยที่ได้รับความนิยมมาตั้งแต่อดีต ไม่ว่าจะเป็นน้ำใบบัวบก น้ำมะตูม น้ำอ้อย น้ำฝรั่ง รวมไปถึงสมุนไพรและวัตถุดิบจากป่าตัวอื่นที่คนรุ่นก่อนนำมาเป็นยารักษาโรค ยาอายุวัฒนะ แม้กระทั่งยาเพิ่มพลังทางเพศ การผลิตเครื่องดื่มในสมัยต่อมาส่วนใหญ่จะเป็นน้ำอัดลมซึ่งเป็นของใหม่ใส่น้ำหวานและคาร์บอเนตเข้าไป นอกจากนี้ยังผลิตน้ำผลไม้ใส่ขวดซึ่งส่วนใหญ่ก็พึ่งหัวเชื้อน้ำหวาน รูปแบบการผลิตเหล่านี้ก็คือเพื่อสรรหาเครื่องดื่มที่แปลกออกไป ปัจจุบันค่านิยมของการบริโภคเครื่องดื่มมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและเปลี่ยนแปลงไป ผู้ผลิตเครื่องดื่มหันมาผลิตเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ(Healthy Refreshment)เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมดังกล่าว ทำให้ชาสมุนไพรก็เป็นเครื่องดื่มอีกประเภทหนึ่งที่กลับเข้ามาได้รับความนิยมอีกครั้งหนึ่ง

คาดว่าตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ(ไม่รวมผลิตภัณฑ์นม)ในปี 2547 มีมูลค่า 4,000 ล้านบาท อัตราการขยายตัวร้อยละ 10-15 ประเภทของเครื่องดื่มสุขภาพยอดนิยมถ้าไม่นับชาเขียวที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบันแล้ว เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่เป็นที่นิยมในอันดับรองลงมาคือ เก๊กฮวย น้ำขิง น้ำใบบัวบก ชาที่ทำมาจากดอกคำฝอย ชุมเห็ด กระเจี๊ยบ มะตูม และชาจากดอกไม้ไทยๆ เช่น สารภี บุนนาค พิกุล ดอกบัวขาว มะลิ เป็นต้น น้ำจับเลี้ยง น้ำว่านหางจระเข้ เป็นต้น เดิมนั้นตลาดจำกัดวงอยู่ในกลุ่มผู้สูงอายุ หรือผู้ที่มีรายได้ปานกลางขึ้นไปตลอดจนในหมู่ของผู้ที่รู้ถึงสรรพคุณทางด้านสมุนไพร ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกที่เครื่องดื่มประเภทนี้ได้รับความนิยมในการเลือกซื้อเป็นของฝากในโอกาสต่างๆ แต่ในปัจจุบันตลาดในประเทศเริ่มเปิดรับเครื่องดื่มสมุนไพรมากขึ้น ตลาดจึงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น ถ้าจะแบ่งตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพตามพฤติกรรมการบริโภคนั้นสามารถแบ่งตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพออกได้เป็น 3 ตลาด ได้แก่ ตลาดของรถเข็น แผงลอย หรือร้านค้าที่มีตู้แช่ ซึ่งจะพบเห็นได้แทบทุกตรอกซอกซอย นับได้ว่าเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดด้วย ตลาดบรรจุของ กลุ่มเป้าหมายของตลาดนี้คือ ผู้บริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่นิยมชงเอง ซึ่งตลาดนี้กำลังขยายตัวอย่างมาก โดยสังเกตเห็นได้จากผลิตภัณฑ์มากมายหลายยี่ห้อที่มีวางจำหน่าย เท่ากับว่านอกจากผู้ผลิตเล็งเห็นว่าตลาดนี้น่าจะไปได้ดีแล้ว ปัจจัยส่งเสริมอีกประการหนึ่ง คือการลงทุน

ผลิตสินค้าประเภทนี้ไม่สูงนัก และวัตถุดิบในการผลิตหาได้ไม่ยากนัก ทำให้มีนักลงทุนรายใหม่ทยอยเข้าตลาดอย่างต่อเนื่อง และตลาดบรรจุกระป๋อง/ขวด/กล่อง การนำเอาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมาบรรจุใส่ภาชนะประเภทต่างๆ เท่ากับเป็นความพยายามของผู้ผลิตที่มุ่งเจาะตลาดระดับกลางไปจนถึงระดับสูง เนื่องจากราคาจำหน่ายของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของตลาดนี้นับได้ว่าสูงกว่าตลาดอื่นๆ อย่างไรก็ตามผู้บริโภคก็นิยมซื้อหามารับประทานอย่างมาก เนื่องจากเล็งเห็นว่าน่าจะสะอาด และมีการผลิตที่ได้มาตรฐานมากกว่า โดยเฉพาะประเภทที่บรรจุขวดซึ่งจำหน่ายแข่งกับน้ำอัดลม และประเภทบรรจุกล่องที่ต้องจำหน่ายแข่งกับนมพร้อมดื่มและน้ำผลไม้ ซึ่งราคาที่จำหน่ายนั้นใกล้เคียงกัน แม้ว่าตลาดจะไม่เติบโตอย่างหวือหวา แต่นับว่าเป็นตลาดที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการที่ผู้บริโภคจะเลือกเครื่องดื่มประเภทใดจึงขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ผู้บริโภคจะได้รับโดยเฉพาะในเรื่องของคุณค่าของเครื่องดื่มแต่ละประเภท

อย่างไรก็ตามจะเห็นว่าในการเลือกดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของคนกรุงเทพฯ ปัจจัยสำคัญคือ การได้รับข้อมูลในด้านสรรพคุณของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพแต่ละประเภท ดังนั้นการส่งเสริมในด้านการประชาสัมพันธ์ด้านความรู้ในเรื่องของสรรพคุณที่ถูกต้องของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพแต่ละประเภทจะเป็นการช่วยในการขยายตลาดของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ซึ่งนับว่าเป็นการตอบสนองกับกระแสความนิยมของผู้บริโภคที่กำลังหันมาดื่มเครื่องดื่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับธรรมชาติ และการคำนึงถึงสุขภาพของตนเองมากขึ้น

เครื่องดื่มสมุนไพรนั้นไม่ใช่สินค้าใหม่สำหรับประเทศไทย เนื่องจากคนไทยมีการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพรมาเป็นเวลานานแล้ว แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าเครื่องดื่มสมุนไพรไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายมากนัก การขยายตัวของตลาดก็อยู่ในเกณฑ์ที่เรียกว่าพอไปได้ไม่หวือหวามากนัก จนกระทั่งเมื่อกระแสการสนใจในเรื่องสุขภาพเริ่มมาแรง โดยเริ่มจากในต่างประเทศและเข้ามาในประเทศไทย ซึ่งจากกระแสความสนใจในเรื่องสุขภาพได้จุดประกายการเปลี่ยนแปลงให้กับธุรกิจเครื่องดื่มสมุนไพรทั้งในด้านการผลิตและการตลาด กล่าวคือ

1. ด้านการผลิต

ในประเทศไทยมีโรงงานผลิตเครื่องดื่มสมุนไพรสำเร็จรูปอยู่แล้วมากมายหลายโรงงาน เช่น ขิงผงสำเร็จรูป เก๊กฮวยผงสำเร็จรูป เป็นต้น ปัจจุบันเริ่มมีผู้ทยอยเข้ามาลงทุนผลิตเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมากขึ้น ทั้งในลักษณะโรงงานขนาดกลาง ขนาดเล็ก และการผลิตในระดับครัวเรือน หรือในลักษณะของกลุ่มเกษตรกรหรือกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ตลอดจน สหกรณ์การเกษตรต่างๆ โดยมีการพัฒนาเทคโนโลยีและเข้ามามีบทบาทต่อการแปรรูปให้มีรูปแบบทันสมัย สะดวกสบายต่อผู้บริโภค นับว่าสามารถพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาส โดยเป็นการนำความพร้อมที่มีอยู่มาผลิตสินค้าเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพที่เกิดจากภูมิปัญญาไทยมาสร้างจุดขาย โดยเฉพาะการปรับปรุงการผลิต บรรจุซองพร้อมให้ลูกค้าชงดื่มได้ทันที

2. ด้านการตลาด

ปัจจุบันทั้งในซุปเปอร์มาเก็ตและร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพมีการวางจำหน่ายชาสมุนไพรมากมายหลายยี่ห้อ และหลากหลายประเภทมากยิ่งขึ้น โดยส่วนใหญ่มีแหล่งผลิตจากกลุ่มเกษตรกร และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ประเภทสมุนไพรชนิดอื่นๆที่เริ่มมีการนำมาแปรรูปเป็นเครื่องดื่มได้แก่ ดอกคำฝอย หญ้าหนวดแมว มะตูม จับเลี้ยง ชาใบหม่อน รวมถึงกาแฟโบราณ (โอเลี้ยง) และชาดำเย็นไทย โดยการนำมาแปรรูปให้เป็นผงสำเร็จรูปพร้อมชงดื่มได้ทันที ซึ่งใช้เวลาพอสมควรกว่าจะได้สูตรลงตัว รสชาติมาตรฐาน เน้นบรรจุภัณฑ์แบบอนุรักษ์ความเป็นไทย ใช้กระดาษรีไซเคิลมาทำเป็นกล่อง ลดต้นทุนการผลิต ช่วยให้ผู้บริโภคได้ของดีราคาถูก อีกทั้งยังมีความเชื่อมั่นว่าศักยภาพที่มีพร้อมอยู่แล้วน่าจะช่วยให้สินค้าเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มผู้บริโภค เน้นในรสชาติ และความหอมของกลิ่นธรรมชาติ ไม่มีการปรุงแต่งกลิ่นและสีด้วยสารเคมี รวมทั้งเป็นสินค้าเกิดจากภูมิปัญญาของคนไทยที่พัฒนาแล้ว

นอกจากนี้ยังมีการพัฒนารูปแบบของสินค้าให้สอดคล้องกับกระแสความนิยมของตลาด เนื่องจากผู้บริโภคหันกลับมาสู่ความเป็นธรรมชาติมากขึ้น ฉะนั้นยิ่งสร้างความมั่นใจในศักยภาพของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจะยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นสำคัญก็คือ กระแสความนิยมเครื่องดื่มที่ใกล้เคียงกับธรรมชาติ และความตื่นตัวที่จะรักษาสุขภาพของตนเอง ท่ามกลางสภาวะมลพิษในปัจจุบัน ทำให้ตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่เป็นตลาดเล็กๆ และหลายๆ คนมองข้ามไปยังเป็นตลาดที่น่าสนใจทีเดียว

อย่างไรก็ตามการผลักดันให้ตลาดชาสมุนไพรเติบโตมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการในธุรกิจชาสมุนไพรน่าจะมีการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของตลาดชาเขียวที่ประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว จนกระทั่งผู้ผลิตต้องเร่งขยายโรงงานเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตให้ทันกับความต้องการที่เพิ่มขึ้น โดยประเด็นสำคัญอยู่ที่ยอมรับและเล็งเห็นคุณค่าของชาเขียว ดังนั้นถ้าผู้บริโภคยอมรับและเล็งเห็นคุณค่าของชาสมุนไพรแล้วโอกาสที่ชาสมุนไพรจะเติบโตในลักษณะก้าวกระโดดอย่างชาเขียวก็อาจจะเป็นไปได้เช่นกัน

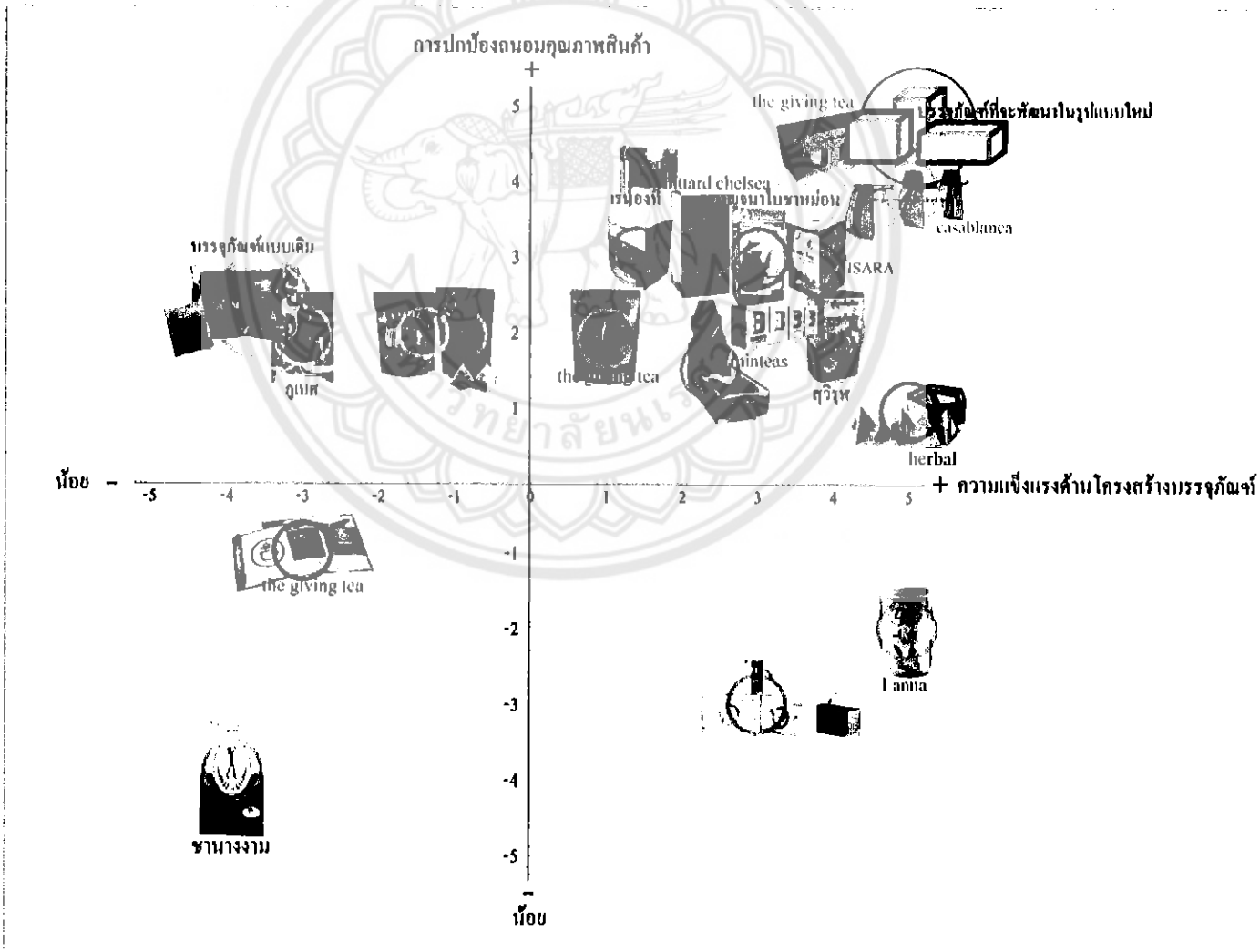
ตลาดส่งออก...จุดเด่นที่แตกต่าง สร้างโอกาสเติบโต

สำหรับตลาดส่งออกนับว่าเป็นตลาดที่น่าสนใจอย่างมากของชาสมุนไพร แต่การที่ผลักดันตลาดชาสมุนไพรไทยๆให้เบียดแทรกเข้าไปแข่งขันในตลาดชาสมุนไพรในตลาดโลกได้นั้นต้องอาศัยจุดเด่นที่แตกต่างเป็นการสร้างโอกาส โดยต้องเป็นจุดเด่นที่ผู้บริโภคในต่างประเทศรับรู้และยอมรับ ซึ่งก็คือสรรพคุณของสมุนไพรไทย ปัจจุบันมีการส่งออกเครื่องดื่มสมุนไพรไปจำหน่ายที่สหรัฐฯแล้ว แม้ว่ายังอยู่ในระยะเริ่มต้นและมูลค่าในการส่งออกยังไม่สูงมากนัก แต่ก็ถือว่าเป็นความสำเร็จอีกก้าวหนึ่งของคนไทยที่พัฒนาสินค้าที่มีอยู่แล้วให้สอดรับกับกระแสการบริโภคของตลาดโลก ซึ่งเครื่องดื่มสมุนไพรที่ไปจำหน่ายที่สหรัฐฯ ปรากฏว่าได้รับการตอบรับด้วยดีจากลูกค้า นอกจากจะสะดวกรวดเร็วแล้ว เครื่องดื่มสมุนไพรยังช่วยประหยัดเงินให้กับผู้บริโภคอีกด้วย โดยราคาเฉลี่ยกล่องละ 30 บาท มี

15 ซอง เท่ากับว่าเครื่องดื่มสมุนไพรมีราคาประมาณแก้วละ 2 บาทเท่านั้น อย่างไรก็ตามถ้ามีการแยกพิกัดสินค้าชาสมุนไพรออกมาจากสินค้าเครื่องดื่มสำเร็จรูปประเภทอื่นๆก็จะทำให้การวิเคราะห์ถึงโอกาสทางการตลาดและแนวโน้มของตลาดเป็นไปอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งชาสมุนไพรนั้นนับได้ว่าเป็นหนึ่งในบรรดาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือสินค้าโอท็อปที่รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการส่งออกอยู่แล้ว

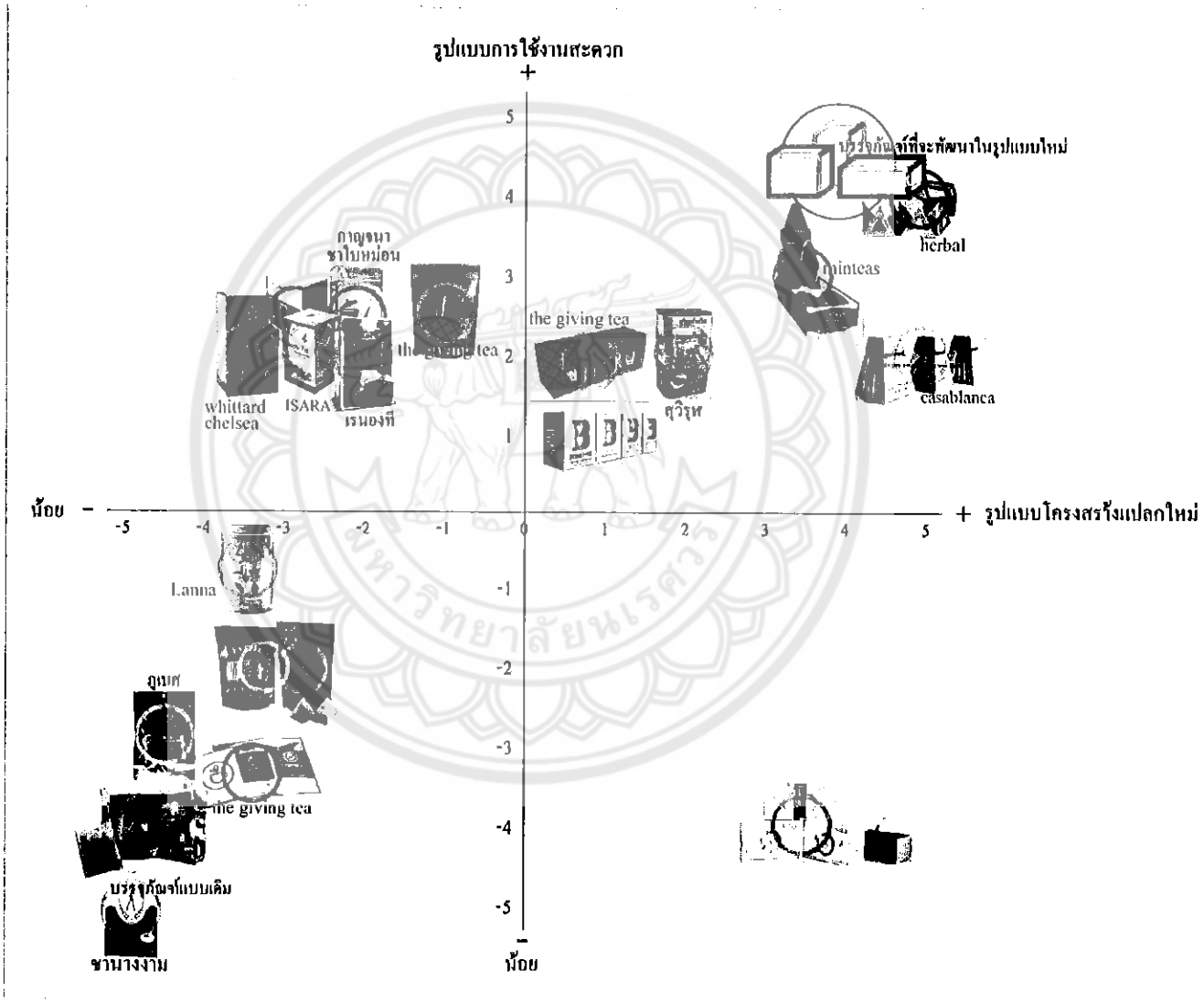
3.3 วิเคราะห์บรรจุภัณฑ์ชาทั่วไป

ชาสมุนไพรปัจจุบันมีคู่แข่งมากมายทั้งส่งออกต่างประเทศและในประเทศก็มากมายซึ่งนักวิจัยจึงต้องนำมาวิเคราะห์ว่า จะพัฒนาอย่างไรให้ผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก มีความโดดเด่นมากขึ้นกว่ารายอื่นๆได้



ภาพที่ 26 วิเคราะห์โครงสร้างบรรจุภัณฑ์คู่แข่ง

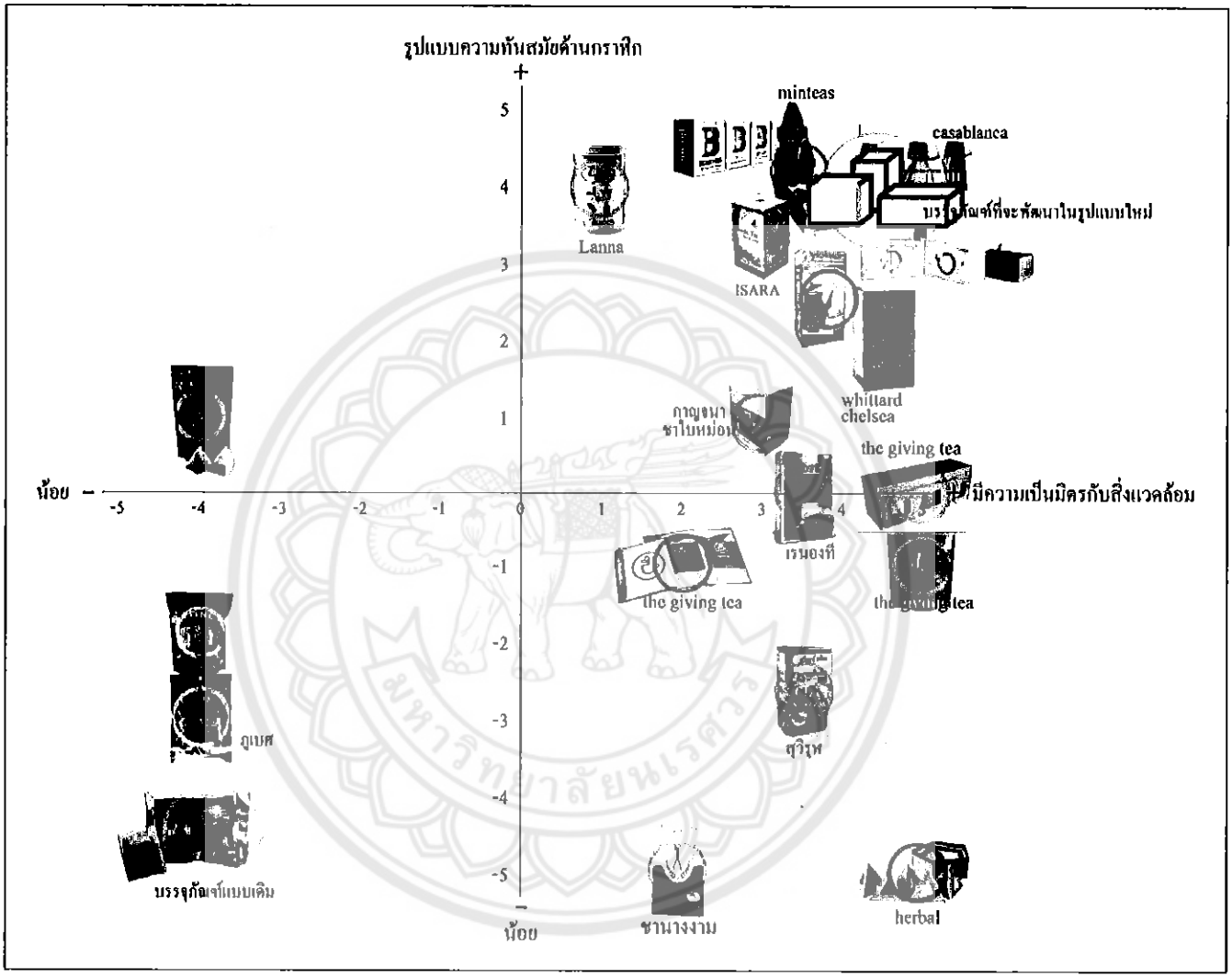
ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ของชาทั่วไปส่วนใหญ่มีการปกป้องสินค้าที่ดีพอสมควรมีความแข็งแรงที่ส่วนที่ทำจากโลหะ สังกะสี แสตนเลส รองลงมาคือทำจากกระดาษที่มีความหนา และบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษบางมีการปกป้องคุณภาพสิค้าและความแข็งแรงในการใช้น้อยถึงน้อยที่สุด ผู้วิจัยจึงคาดหวังพัฒนาให้มีรูปแบบที่แข็งแรงในการปกป้องสินค้าและการจัดจำหน่าย



ภาพที่ 27 วิเคราะห์รูปแบบการใช้งานบรรจุภัณฑ์คู่แข่ง

ด้านรูปแบบการใช้งานและความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่มีรูปแบบที่ไม่ค่อยทันสมัยหรือแปลกใหม่มากนัก ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ ดึงดูดสายตาหรือความประทับใจในการตัดสินใจซื้อเป็น

อย่างมาก ผู้วิจัยจึงคาดหวังพัฒนาให้มีรูปแบบการใช้งานที่สะดวกในการบริโภคและมีรูปแบบที่ดูทันสมัยน่าประทับใจมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 28 วิเคราะห์รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และรักสิ่งแวดล้อม

ด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และรักสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการอื่นใช้กราฟิกในการดึงดูดความน่าสนใจน้อยกว่าความเชื่อถือด้านผลิตภัณฑ์หรือผู้ที่ชื่นชอบการดื่มชาเพียงเท่านั้นและไม่คำนึงถึงบรรจุภัณฑ์รักสิ่งแวดล้อมกันมากนักเพราะเป็นข้อจำกัดหรือเป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิตภัณฑ์ทำให้ราคาสูงขึ้นจึงไม่ค่อยนิยม ผู้วิจัยจึงคาดหวังพัฒนารูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจดึงดูดความสนใจ เป็นข้อมูลให้แก่ผู้บริโภคได้ดีและยังเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมการรักสิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่ง

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการ ด้านรูปแบบการบรรจุและการจัดจำหน่ายของบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก และเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก ตลอดจนการสร้างผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตามแนวทางและหลักเกณฑ์ที่ให้จากการศึกษาในกรณีศึกษา ซึ่งมีระเบียบวิธีการดังนี้

ส่วนที่ 1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาและวิธีการเก็บข้อมูล

ส่วนที่ 2 เครื่องมือสำหรับใช้ในการเก็บข้อมูล

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์และนำเสนอผลงาน

ส่วนที่ 4 การประเมินผลโครงการ

ส่วนที่1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาและวิธีการเก็บข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการศึกษาแนวทางการใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

ก.) แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

แหล่งข้อมูลประเภทนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ ตำรา งานวิจัยและสำภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนา กำหนดพื้นที่การศึกษาผลิตภัณฑ์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและกำหนดกรอบของแนวคิดในการศึกษาวิจัยในขั้นต้น ซึ่งประกอบไปด้วยประเด็นหลักต่อไปนี้

1. ส่วนที่เกี่ยวข้องกับสภาพทั่วไป กระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

2. ส่วนที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและความต้องการของผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม

3. ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม

ข.) แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

แหล่งข้อมูลในส่วนนี้ใช้ผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ นักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพรโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก เพื่อทราบถึง ปัญหาและความต้องการ รูปแบบของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรและทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปในการผลิตและจัดจำหน่าย

ค.) วิธีการเก็บข้อมูล

1. ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องดังบทที่ 2 และทำการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปหาแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

2. เก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และแบบสอบถามเพื่อทราบข้อมูลจริงเกี่ยวกับการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์

การใช้แบบสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นการง่ายต่อการได้รับข้อมูล และได้เนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ อีกทั้งยังง่ายต่อการสรุปและวิเคราะห์

การจดบันทึก เนื่องจากสัมภาษณ์นั้น ผู้ศึกษาจะต้องรวบรวมข้อมูลเนื้อหาและบันทึกใจความสำคัญจากคำตอบผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อเป็นประโยชน์ในการสอบถามอย่างต่อเนื่องนอกเหนือจากคำตอบที่เตรียมไว้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน

เทปบันทึกเสียง เป็นอุปกรณ์ที่ใช้รวบรวมข้อมูลให้ได้ครบถ้วน สามารถนำมาถอดข้อความช่วยให้การรวบรวมข้อมูลที่เป็นคำพูดนั้นละเอียดถูกต้อง เมื่อนำไปใช้คู่กับข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกจะได้ข้อมูลที่สมบูรณ์

ส่วนที่ 2 เครื่องมือสำหรับใช้ในการเก็บข้อมูล

เก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้ในการสอบถามแบบเจาะลึก

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

นายขวัญชัย คงมงคล แพทย์แผนไทยประยุกต์

ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพแผนไทยกมลาศรม สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพิษณุโลก

<u>ส่วนที่ 1</u> สอบถามด้านผลิตภัณฑ์

1. ชาสมุนไพรที่ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพแผนไทยกมลาศรมจำหน่ายแก่ผู้มาให้บริการมีกี่ชนิด

ตอบ มี 3 ชนิด คือ ชาชงชุมเห็ดเทศ ชาชงตะไคร้และชาชงขิง

2. การจำหน่ายจะทำโดยแพทย์สั่งหรือแล้วแต่ความสนใจที่จะซื้อของผู้มาบริการ

ตอบ ส่วนมากผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ชาชงสมุนไพรจะเป็นผู้ป่วยสูงอายุและผู้ที่มารับบริการด้านกายภาพบำบัด แพทย์จึงเป็นผู้แนะนำและให้กลับไปทานที่บ้าน ซึ่งแล้วแต่อาจจะซื้อไปชงดื่มเล่นที่บ้านได้เป็นบางชนิดของชา เช่น ชาชงตะไคร้และชาชงขิงทานหลังรับประทานอาหารหรือช่วงเวลาเช้าๆทานทุกวันเป็นประจำได้

3. ผู้ที่ซื้อส่วนมากจะเป็นใครประเภทไหน

ตอบ ส่วนมากเป็นผู้สูงอายุและผู้ที่มารับบริการทางศูนย์ส่งเสริมสุขภาพแผนไทยกมลาศรม และคนวัยทำงานหรือพนักงานออฟฟิศจะซื้อไปทานเพื่อสุขภาพ

4. ชาชงสมุนไพรที่ขายดีและกินง่ายที่สุด

ตอบ ชาที่ขายดีคือ ชาชงตะไคร้กับชาชงขิง เพราะดื่มง่ายมีกลิ่นหอม ซึ่งชาแต่ละชนิดไม่มีส่วนผสมของน้ำตาลรสชาติไม่หวานเหมือนท้องตลาดแต่มีกลิ่นหอมของสมุนไพรนั้นๆ

5. ชาแต่ละชนิดมีฤทธิ์เป็นยามากแค่ไหนเป็นชาชงชนิดอะไร

ตอบ ชาชงสมุนไพรทุกชนิดไม่มีผลเสียต่อร่างกาย แต่ต้องดูว่าชารักษาอาการอะไรได้บ้าง อย่างเช่น ชาชงชุมเห็ดเทศช่วยในเรื่องของการระบายท้องผูกซึ่งไม่ควรทานติดต่อกันเกิน2วันหรือเมื่อมีอาการท้องผูกเท่านั้นและชาชงรางจืดถอนพิษเบื่อเมา ช่วยลดสารพิษในร่างกายควรเว้นระยะทานไม่กินอยู่อย่างใดอย่างหนึ่ง เพราะหากร่างกายกำจัดไม่ทันมันอาจเกิดพิษสะสมได้

6. การดื่มชาชงสมุนไพรจะทานกับอะไรได้บ้างหรือไม่ควรทานกับอะไรได้บ้าง

ตอบ รสชาติของชาไม่หวานทานกับอะไรก็ได้หรือทานกับขนมของว่างเล็กน้อย

7.มีการจำหน่ายหรือจัดเป็นเซ็ทชาบ้างหรือไม่

ตอบ ไม่เคยและไม่มีโอกาสซึ่งแล้วแต่ผู้สนใจจะทานรสไหนมากกว่า

8. ราคาของชาชงสมุนไพร

ตอบ ราคา 1 ห่อบรรจุ10 ซองราคา 35 บาท. ระยะเวลาหมดอายุ 1ปี ซึ่งราคาต้นทุนการผลิตสูงพอสมควรจึงไม่หวังผลกำไร

ส่วนที่ 2 สอบถามด้านบรรจุภัณฑ์ชาชงสมุนไพร

9. มีความพึงพอใจในตัวบรรจุภัณฑ์อย่างไรบ้าง

ตอบ ราคาถูกเก็บรักษาคุณภาพได้ดี แต่น่าจะปรับปรุงด้านข้อมูลในบรรจุภัณฑ์หรือโครงสร้างให้เป็นกล่องกระดาษ และซองใส่ชาน่าจะทำซองที่มีที่จับเมื่อเวลาชงจะได้สะดวกขึ้น

10. ถ้าจะพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ OTOPจะสามารถทำได้หรือไม่

ตอบ สามารถทำได้และส่งเสริมการใช้สมุนไพรอีกด้วยแต่มีการแข่งขันทางตลาดสูง ต้นทุนก็ต้องสูงขึ้นตามไป จากราคาเดิม35บาท ไม่ควรขายเกิน 50 บาท

การเก็บรวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับชาสมุนไพรจากผู้เชียวชาญทางโรงพยาบาลบางกระทุ่ม เว็บไซย์โรงพยาบาล การจดบันทึกจากการตบแบบสอบถาม และเอกสารที่เกี่ยวข้องของงานวิจัยสมุนไพรทางโรงพยาบาลบางกระทุ่มเพื่อนำมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลกต่อไป

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์และนำเสนอผลงาน

ก.) การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล ตามขอบเขตของการวิจัย

ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา ประกอบไปด้วยข้อมูลผลิตภัณฑ์สมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก และบรรจุภัณฑ์สำหรับชา ซึ่งผู้วิจัยเลือกที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลกภายใต้สินค้าของอำเภอบางกระทุ่ม มีทั้งหมด8ชนิด ได้แก่

1. ชาสมุนไพรขิง
2. ชาสมุนไพรรางจืด
3. ชาสมุนไพรชุมเห็ดเทศ
4. ชาสมุนไพรตะไคร้
5. ชาสมุนไพรใบเตยหอม
6. ชาสมุนไพรใบหม่อน(พลัส)
7. ชาสมุนไพรหญ้าหนวดแมว
8. ชาสมุนไพรหญ้าดอกขาว

ข.) ออกแบบเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม โดยรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และทำการออกแบบ

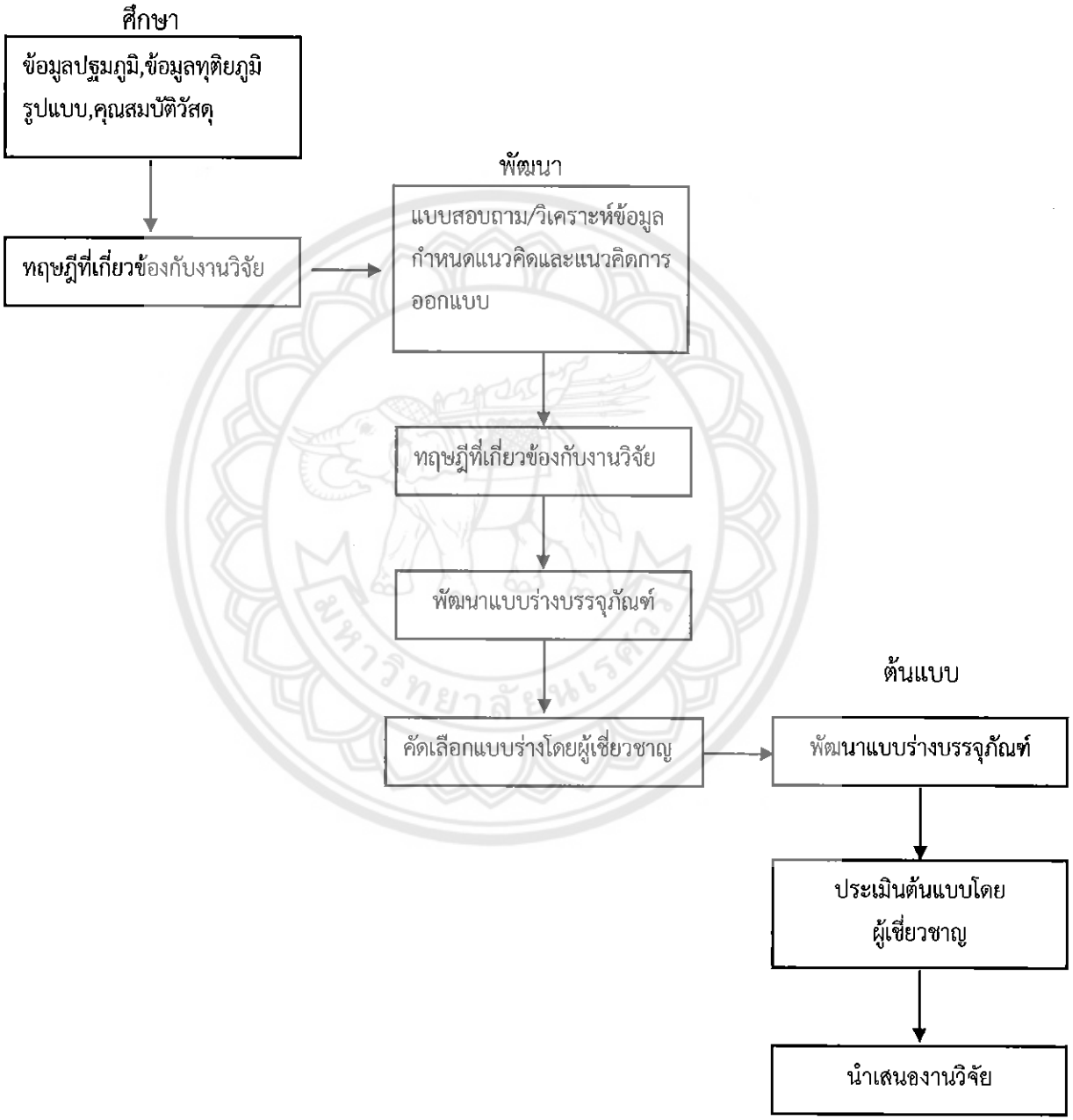
ค.) ผลิตและสร้างสรรค์งานต้นแบบ โดยมีแนวคิดที่คลอบคลุมการแก้ปัญหาต่างๆไม่กว้างหรือแคบเกินไป

ส่วนที่ 4 การประเมินผลโครงการ

โดยใช้ระบบคณะกรรมการอาจารย์ในภาควิชาและผู้เชี่ยวชาญ วิเคราะห์และสรุปผลการศึกษาตามประเด็นที่ศึกษาคือบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

แผนผังวิธีการดำเนินงานวิจัย

(RESEARCH AND DEVELOPMENT DIAGRAM)



ภาพที่ 29 แผนผังวิธีการดำเนินงานวิจัย

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูลและสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น กระบวนการแรกที่สำคัญคือ การทราบเงื่อนไขความต้องการที่บรรจุภัณฑ์นั้นต้องตอบสนอง และข้อจำกัดต่างๆที่ควรทราบในการออกแบบ โดยเงื่อนไขดังกล่าวนี้ นักออกแบบจะได้ทราบในขั้นตอนการออกแบบเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

สำหรับกระบวนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก ได้แบ่งกระบวนการออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และสรุปเงื่อนไขการออกแบบ (Design Analysis and Design Brief)

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch)

ส่วนที่ 3 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ (Development and Design)

ส่วนที่ 4 ผลงานที่สร้างสรรค์ (Packaging Design)

ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และสรุปเงื่อนไขการออกแบบ (Design Analysis and Design Brief)

1. Project Title โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

2. Client data

2.1 Name of Product โรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

2.2 Address ถนน 1114 ตั้งอยู่เลขที่ 100 หมู่ 11 ตำบลไผ่ล้อม อำเภอบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก 65110

2.3 Telephone 0-5539-1061-2

2.4 Fax 0-5529-6480

2.5 E-mail http://www.plkhealth.go.th/bkthos/menu.htm

2.6 Brief description of product's company, Manufacturing location(s), History etc.

โรงพยาบาลบางกระทุ่ม เป็นโรงพยาบาลชุชนขนาด 30เตียง เปิดให้บริการตั้งแต่ปี พ.ศ.2526 โดยแพทย์หญิงดวงรัตน์ เชี่ยวชาญวิทย์ เป็นผู้อำนวยการคนปัจจุบัน

ประสบการณ์การใช้ยาสมุนไพร ในการรักษาผู้ป่วยแทนยาแผนปัจจุบันโรงพยาบาลบ่างกระทุ่ม ปัจจุบันมูลค่าการนำเข้ายาแผนปัจจุบันของประเทศไทยมีมูลค่าสูงถึงปีละกว่า 1.3 แสนล้านบาท หรือร้อยละ 35 ของค่าใช้จ่ายสุขภาพ ซึ่งสูงกว่าประเทศพัฒนาแล้วที่ใช้เพียงร้อยละ 20 ดังนั้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านยารักษาโรคจึงมีการส่งเสริมการใช้ยาสมุนไพรมาใช้ในโรงพยาบาลในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขทั่วประเทศ โดยเพิ่มบริการตรวจรักษาด้วยการแพทย์แผนไทยหรือการแพทย์ทางเลือกที่แผนกผู้ป่วยนอก และใช้ยาสมุนไพรรักษาอาการเจ็บป่วยเพื่อลดการใช้ยาแผนปัจจุบันลง

โดยทาโรงพยาบาลได้ปลูกพืชสมุนไพรเกือบทุกชนิดเพื่อนำมาผลิตยารักษาโรคต่าง ๆ ในรูปของลูกกลอน ชาชง และแคปซูล ซึ่งยาที่ผลิตได้มีหลายชนิด แก้โรคท้องอืด ท้องเฟ้อ แน่น จุกเสียด โรคกระเพาะ โรคท้องผูก ริดสีดวงทวาร ไอ เจ็บคอ ขับเสมหะ อ่อนเพลีย เบื่ออาหาร นอนไม่หลับ และโรคคอเลสเตอรอลสูง พญ.ดวงรัตน์ เชี่ยวชาญวิทย์ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก กล่าวว่า โรงพยาบาลบางกระทุ่มรับผิดชอบดูแลประชากรใน 9 ตำบล 87 หมู่บ้าน จำนวนกว่า 40,000 คน ด้วยแนวคิดที่ว่า "โรงพยาบาลชุมชนทั่วประเทศมีอยู่กว่า 700 แห่ง ถ้าจะให้โรงพยาบาลบางกระทุ่มโดดเด่นขึ้นมาต้องมีอะไรที่แตกต่างจากที่อื่น" จึงเป็นเหตุผลให้ลุยเรื่องของยาสมุนไพร และเห็นคุณค่าของสมุนไพรไทย

ในการพัฒนางานแพทย์แผนไทยของโรงพยาบาลตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พญ.ดวงรัตน์ เล่าว่า แต่เดิมโรงพยาบาลบางกระทุ่มตั้งอยู่กลางทุ่งนา ต่อมาได้ทำการปรับพื้นที่ทั้งหมดให้กลายเป็นสวนสมุนไพร รวมทั้งสร้างอาคารผลิตยาสมุนไพร ซึ่งแล้วเสร็จไปเมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2556 และผ่านการรับรองมาตรฐาน GMP เป็นที่เรียบร้อยแล้ว นอกจากนี้ได้ร่วมกับกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อพืช (Plant Tissue Culture) เพื่อให้ชาวบ้านใน อ.บางกระทุ่ม นำไปปลูกเพื่อเป็นวัตถุดิบสมุนไพรให้แก่ทางโรงพยาบาล

พญ.ดวงรัตน์ กล่าวถึงการผลิตยาสมุนไพรว่า ที่โรงพยาบาลบางกระทุ่มผลิตยาสมุนไพรเอง ทั้งเพื่อใช้ในโรงพยาบาล และจำหน่ายไปตามโรงพยาบาลชุมชนและสถานีอนามัยในเขตภาคเหนือที่สนใจ โดยจะขยายพันธุ์พืชสมุนไพรและให้ชาวบ้านในพื้นที่มารับไปปลูก โดยควบคุมเรื่องการใช้สารเคมีอย่างเคร่งครัด และจะรับซื้อจากชาวบ้านในราคารับซื้อที่แน่นอน

ในด้านการผลิตยาสมุนไพร ปัจจุบันใช้เครื่องมือที่ทันสมัย ทำงานด้วยระบบอัตโนมัติและกึ่งอัตโนมัติ มีการปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรให้มีลักษณะโดดเด่น น่าสนใจ มีการควบคุม ตรวจสอบวัตถุดิบสมุนไพรทั้งแบบสดและแบบที่ผ่านการแปรรูปแล้ว พร้อมส่งตรวจมาตรฐานความปลอดภัยที่กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์และ

ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ จังหวัดพิษณุโลก โรงพยาบาลได้คิดผลิตภัณฑ์ที่มาจากสมุนไพรออกมามากมาย ซึ่งชาสมุนไพรเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้ที่รักสุขภาพเป็นอย่างมากซึ่งบรรจุภัณฑ์ต้องมีการพัฒนารูปแบบให้น่าสนใจในกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายต่อไป

3. Product data

3.1 Product name ชาสมุนไพร 8 ชนิด

3.2 Brand name บา-แอง-กร้า

ส่วนวิเคราะห์ : ที่ชื่อแบรนด์บาแองกร้ามาจากคำว่า"บางกระทุ่ม"ในภาษาอังกฤษ Bangkratoom ซึ่งคือที่มาของผู้ผลิตผู้ประกอบการคือโรงพยาบาลบางกระทุ่ม นำคำว่าบางกระทุ่มมาเล่นคำแบ่งพยางค์ เพื่อให้เกิดคำที่แปลกใหม่สำเนียงทันสมัยดูเหมือนสากลโดยที่ยังมีความหมายเดิมคือ บางกระทุ่ม ที่สามารถตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่ชอบความทันสมัยเข้าใจง่าย สะดุดหูและน่าประทับใจ

4. Redesign

ส่วนวิเคราะห์ : จากการสอบถามและศึกษา ทำให้ทราบถึงปัญหาทั้งความต้องการของผู้ผลิต ในการเจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรยังไม่เป็นที่น่าสนใจมากพอ จึงควรให้มีการดำเนินการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรแบบใหม่ขึ้นมาให้น่าสนใจ ดึงดูดความสนใจมากขึ้น เพื่อช่วยส่งเสริมสมุนไพรของไทยให้มีความโดดเด่น เป็นที่ยอมรับในวงการสมุนไพร และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่โรงพยาบาลบางกระทุ่ม เพื่อให้เป็นไปตามจุดประสงค์ในการเจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่และสามารถเป็นของฝากของที่ระลึกได้

5. Domestic

ส่วนวิเคราะห์ : ชาสมุนไพรยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายเพราะส่วนมากจะจำหน่วยทางโรงพยาบาล สาธารณะสุขที่ใกล้เคียงภายในจังหวัดพิษณุโลก และทางเว็บไซต์ของโรงพยาบาลบางกระทุ่มเพียงเท่านั้น จึงอยากที่จะกลุ่มเป้าหมายใหม่นอกจากผู้ป่วยหรือผู้ที่ชอบสมุนไพรอยู่แล้วให้แพร่หลายมากขึ้น และสามารถซื้อเป็นของฝากให้กับคนอื่นๆได้อีกด้วย

6. Product Price

6.1 ชาสมุนไพรขนาด 20 ซอง x 2กรัม 150 บาท/1 กล่อง

6.2 ชาสมุนไพรขนาด 25 ซอง x 2กรัม 180 บาท/1 กล่อง

6.3 ชาสมุนไพรขนาด 30 ซอง x 2กรัม 210 บาท/1 กล่อง

6.4 ชาสมุนไพรขนาด 35 ซอง x 2กรัม 250 บาท/1 กล่อง

6.5 ซองชา Tea bag

7. Product use ชงกับน้ำร้อนเพื่อรักษาและบำรุงสุขภาพ ทั้งหลังอาหาร หรือยามว่าง แล้วแต่สรรพคุณของชาสมุนไพร 8 ชนิด เพื่อสุขภาพร่างกายที่ดี สดชื่น หลังจากทำงาน ในเวลาทำงานก็ได้ สามารถทานเป็นยารักษาในระยะเวลานานๆได้และสามารถทานเล่นๆเพื่อสุขภาพกับขนมขบเคี้ยวได้เช่นกัน

ส่วนวิเคราะห์ : ผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพร เหมาะสำหรับทุกคนที่รักสุขภาพ และกลุ่มคนที่ชอบสมุนไพร เพราะไม่ว่าจะทานเพื่อรักษา ทานเพื่อบำรุงก็สามารถที่จะทานเล่นได้อีกด้วยโดยที่ไม่อันตราย

8. How use ชาสมุนไพรทั้งหมด 8 ชนิด รับประทานคล้ายกัน ใช้ครั้งละ 1ซอง เมื่อมีอาการหรือหลังอาหาร ควรทานขณะอุ่นอยู่ ระยะเวลาทานแล้วแต่ชนิด

8.1 ชาสมุนไพรขิง : ชงในน้ำร้อน 1แก้ว(200ซีซี) ทิ้งไว้ประมาณ 5-10 นาที ดื่มเมื่อมีอาการสำหรับแก้ไอขับเสมหะอาจจะผสมน้ำมะนาวเติมเกลือเล็กน้อย

8.2 ชาสมุนไพรรางจืด : ชงในน้ำร้อน 1แก้ว(200ซีซี) ทิ้งไว้ประมาณ 5-10 นาที ดื่มวันละ 3ครั้งหลังอาหารทันทีติดต่อกัน 3 วัน

8.3 ชาสมุนไพรชุมเห็ดเทศ : ชงในน้ำร้อน 1แก้ว(200ซีซี) ทิ้งไว้ประมาณ 5-10 นาที ดื่มก่อนนอนหรือก่อนอาหารเช้า

8.4 ชาสมุนไพรตะไคร้ : ชงในน้ำร้อน 1แก้ว(200ซีซี) ทิ้งไว้ประมาณ 5-10 นาที ดื่มวันละ 3ครั้งหลังอาหารหรือเมื่อมีอาการ

8.5 ชาสมุนไพรใบเตยหอม : ชงในน้ำร้อน 1แก้ว(200ซีซี) ทิ้งไว้ประมาณ 5-10 นาที ดื่มวันละ 3ครั้งหลังอาหาร

8.6 ชาสมุนไพรใบหม่อน(พลัส) : ชงในน้ำร้อน 1แก้ว(150ซีซี) ทิ้งไว้ประมาณ 6 นาที ดื่มวันละ 3ครั้ง หลังอาหาร

8.7 ชาสมุนไพรหญ้าหนวดแมว : ชงในน้ำร้อน 1แก้ว(200ซีซี) ทิ้งไว้ประมาณ 5-10 นาที ดื่มวันละ 3ครั้ง หลังอาหาร

8.8 ชาสมุนไพรหญ้าดอกขาว : ชงในน้ำร้อน 1แก้ว(200ซีซี) ทิ้งไว้ประมาณ 5-10 นาที ดื่มวันละ 3 ครั้งหลังอาหาร หรือดื่มทุกครั้งที่ต้องการสูบบุหรี่

9. Product visual/Physical/Sensory attributes

ให้ความรู้สึกเมื่อเห็นแล้วสัมผัสได้ถึงการมีสุขภาพที่ดี สดชื่นแจ่มใส น่ารักน่าประทับใจต่อผู้ที่รับประทานที่ชื่นชอบสมุนไพรหรือผู้ที่รักสุขภาพก็ตาม ในรูปแบบใหม่ด้านโครงสร้างและด้านของกราฟิก

บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เชื่อมโยงกับความรู้สึกของผู้พบเห็นโดยตัวบรรจุภัณฑ์เองที่ทำหน้าที่สื่อสาร จุดประสงค์ ความหมาย รวมทั้งความรู้สึกระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค ที่ผู้วิจัยเองบรรจงสร้างให้เกิดขึ้นบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเมื่อพบเห็นหรือสัมผัสก็จะมองเห็นตรงกันจนกระตุ้นจิตสำนึกให้เกิดความรักสุขภาพ และทำให้เกิดความต้องการที่จะซื้อ

10. Distribution

10.1 Detail of distribution cycle : การจัดจำหน่ายชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก ให้กับผู้ป่วยในโรงพยาบาล กลุ่มผู้รักสุขภาพและนักท่องเที่ยว โดยสั่งซื้อง่ายๆทางเว็บไซต์โรงพยาบาลหรือสถานที่จัดจำหน่ายภายในจังหวัดพิษณุโลก และเมื่อสินค้าได้ทำการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรแล้ว เมื่อเข้าสู่การแข่งขันในท้องตลาดซึ่งมีผู้คู่แข่งจำนวนมาก ได้แก่กลุ่มสมุนไพรโอท็อป กลุ่มโรงพยาบาล เครือข่ายสมุนไพรครบวงจร กลุ่มผู้ประกอบ การที่ผลิตสินค้าเดียวกัน การสร้างความแตกต่างที่ชัดเจนของบรรจุภัณฑ์ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภคจำภาพลักษณ์ของสินค้าได้ โดยผู้วิจัยมุ่งจะสร้างความแตกต่างบนบรรจุภัณฑ์และการปรับมาตรฐานสินค้าปลีกให้เข้ากับมาตรฐานของสากล เรียกว่าการจัดสรรสินค้าตามหมวดหมู่ จะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่สนามบินเพื่อเป็นทางเลือกและผลิตภัณฑ์ของฝาก จะจัดวางเหมือนกันไม่ว่าจะไปที่ร้านค้าไหนก็แล้วแต่ การจัดวางสินค้าจะเป็นมาตรฐานเดียวกันหมด

10.2 Product fragility : ระวังความชื้น เพราะ บรรจุภัณฑ์เป็นกระดาษไม่สามารทนความชื้นได้จะทำให้สินค้าเสียหายและผลิตภัณฑ์ด้านในเสียคุณภาพ

ส่วนวิเคราะห์ : ตัวบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรมีความต้องการในการเก็บรักษาอุณหภูมิที่เหมาะสม ซึ่งทำให้ต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อม บรรจุภัณฑ์จึงจะสามารถปกป้องและรักษาอุณหภูมิให้กับผลิตภัณฑ์ด้านในได้

11. Outlets จำหน่ายปลีกและจำหน่ายโดยตรงกับลูกค้า โดยตั้งจำหน่ายที่

11.1 โรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

11.2 สาธารณะสุขจังหวัดพิษณุโลก

11.3 ร้านค้าเพื่อสุขภาพ

11.4 สนามบิน จังหวัดพิษณุโลก

11.5 โรงพยาบาลในเขตพิษณุโลก

11.6 เว็บไซต์โรงพยาบาล : http://www.plkhealth.go.th/bkthos/menu.htm

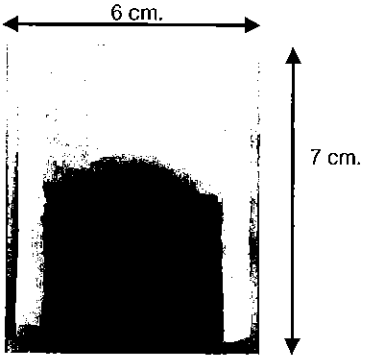
12. How display จัดสรรสินค้าตามหมวดหมู่ เป็นมาตรฐานเดียวกัน เรียงผลิตภัณฑ์และเชท ตามลำดับ สามารถมองเห็นตัวผลิตภัณฑ์และสัมผัสได้

13. Product Pack

13.1 ข้อจำกัดหรือทางเลือกของบรรจุภัณฑ์ คือ บรรจุภัณฑ์ที่สามารถอยู่ได้ในอุณหภูมิปกติไม่ชื้นเกินไป โดยไม่เกิดความเสียหายและสามารถปกป้องสินค้าได้อย่างดี

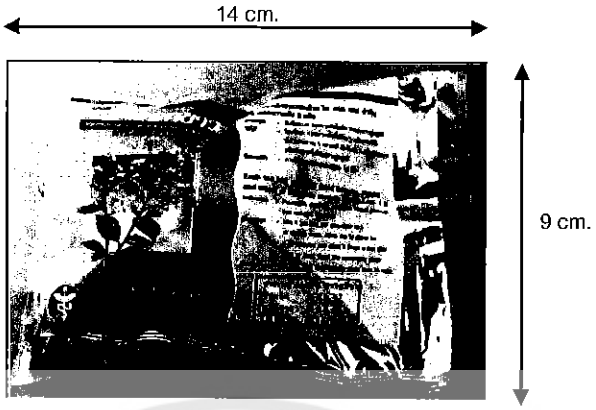
13.2 ขนาดของผลิตภัณฑ์

13.2.1 ซองชาสมุนไพรขนาด 2 กรัม



ภาพที่ 30 ซองบรรจุผงชา (Tea bag)

13.2.2 บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุดขนาด 20 กรัม



ภาพที่ 31 บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก

14. Legality

Other legal requirements : barcose

14.1 ชื่อสินค้า ชื่อผู้ผลิตและที่ตั้งกลุ่มผู้ผลิต ชื่อผู้จัดจำหน่าย ที่ตั้ง สำนักงาน น้ำหนักปริมาณการบรรจุ วิธีการใช้ ข้อควรระวังและคำแนะนำในการเก็บรักษา บทบัญญัติด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ต้องปฏิบัติตามที่ปรากฏอย่างชัดเจนในเรื่องของฉลากและระเบียบข้อบังคับ เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในด้านของกฎระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับฉลาก(Label) คือส่วนที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

14.2 ปัจจุบันผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า การใช้ฉลากเพื่อส่งเสริมการขาย มีการพัฒนาออกแบบลาดลายสวยงาม มีสีสันสดใสจูงใจ หรืออาจมีรูปภาพประกอบต่างๆ ที่เรียกร้องความสนใจสร้างอารมณ์จูงใจให้เกิดความต้องการเป็นอย่างมาก ควบคุมวัสดุอะไรในการบรรจุหรือจะต้องบรรจุในปริมาณอย่างน้อยเท่าไหร่ จึงจะ จำหน่ายในราคาที่ได้ตามกฎระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการผลิต ผลิตภัณฑ์หลายชนิดมีข้อกำหนดเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์หลายชนิด มีระบุเป็นข้อกำหนดไว้เช่นกันว่าจะต้องใช้เครื่องหมายการค้า (Trademark) หมายถึงตราสินค้า หรือเครื่องหมายสินค้าที่ผู้นำการค้านำไปจดทะเบียนการค้าและได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ (Copylight) หมายถึงสิทธิคุ้มครองตามกฎหมายที่รัฐมอบให้แก่ผู้ทำวรรณกรรม หรือศิลปกรรม รวมทั้งสิทธิในการเผยแพร่ต่อสาธารณชน “กรณีที่เราสร้างงานขึ้นมาโดยมีผู้ว่าจ้าง”

15. Margeting data

Company	Brand name	Comment
โรงพยาบาลอภัยภูเบศร	สมุนไพรอภัยภูเบศร	ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมและน่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก มีผู้สนับสนุนและตัวแทนจำหน่ายมากกว่า
บริษัท วาไรตี้ เอ็กซ์พอร์ต จำกัด	เนเชอรัล เทรนด์ดี้	กลิ่นและรสชาติที่สามารถคงความเป็นใบสมุนไพรของแต่ละชนิดไว้ได้เหมือนเดิม และสมุนไพรทุกชนิดเป็นออร์แกนิก 100%
โรงพยาบาลบางกระทุ่ม	ชาสมุนไพร	ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและไม่มีจุดเด่นทางการตลาด

ตารางที่ 3 ข้อมูลทางการตลาด

การเปรียบเทียบระหว่างคู่แข่ง การวางตลาดของผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบระหว่างคู่แข่ง การวางตลาดของผลิตภัณฑ์

ชาสมุนไพร

สมุนไพรอภัยภูเบศร

เนเชอรัล เทรนด์ดี้

16. Target consumer data

ลักษณะของผู้บริโภค คุณลักษณะทางกายภาพและคุณลักษณะทางจิตใจ

คุณลักษณะทางกายภาพ

1. เพศชายและเพศหญิง
2. อายุ 25 - 35 ปี
3. มีรายได้ 15000 - 30000 บาท
4. การศึกษาปริญญาตรี

คุณลักษณะของผู้บริโภคทางจิตและอุปนิสัย

1. ห่วงใยสุขภาพของตนเองมากขึ้น
2. ทันยุคทันสมัย
3. ดูแลตัวเองดี
4. เปิดใจกับสินค้าใหม่ๆ
5. รักสิ่งแวดล้อมชอบความเป็นธรรมชาติ
6. มีความรู้และอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ภาพที่ 32 แสดงกลุ่มเป้าหมายในการออกแบบ

17. ข้อมูลบรรจุภัณฑ์/ฉลาก

17.1 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

- กล่องกระดาษ, ซองกระดาษเพราะสามารผลิตขึ้นมาได้ง่ายเหมาะสำหรับโรงงานที่กำลังพัฒนาขนาดเล็ก

17.2 วัสดุที่นำมาใช้

- กระดาษและกระดาษเคลือบพลาสติก

18. Design concept

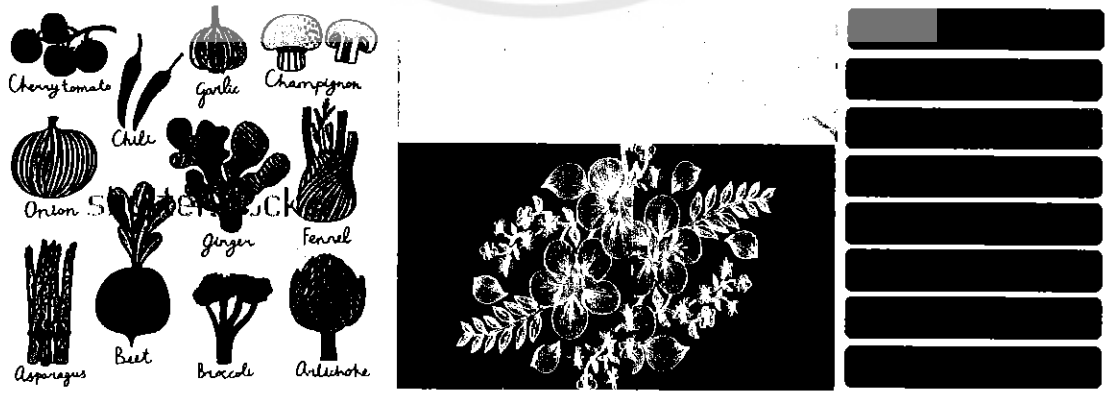
- สุขภาพดี มีในสวน

19. Support concept

- การใส่ใจตัวเองด้วยวิถีง่ายๆด้วยการคืนความผ่อนคลายสบายๆที่ให้ความรู้สึกสดชื่นแจ่มใส ได้มีสุขภาพดีๆด้วยธรรมชาติจากสวนหลังบ้าน

Concept	สุขภาพดี	มีในสวน
Mood & Tone	healthy	Fresh bright
Graphic Element	รูปทรง	เส้น สี

ตารางที่ 5 ตารางอารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบ (Mood & Tone)



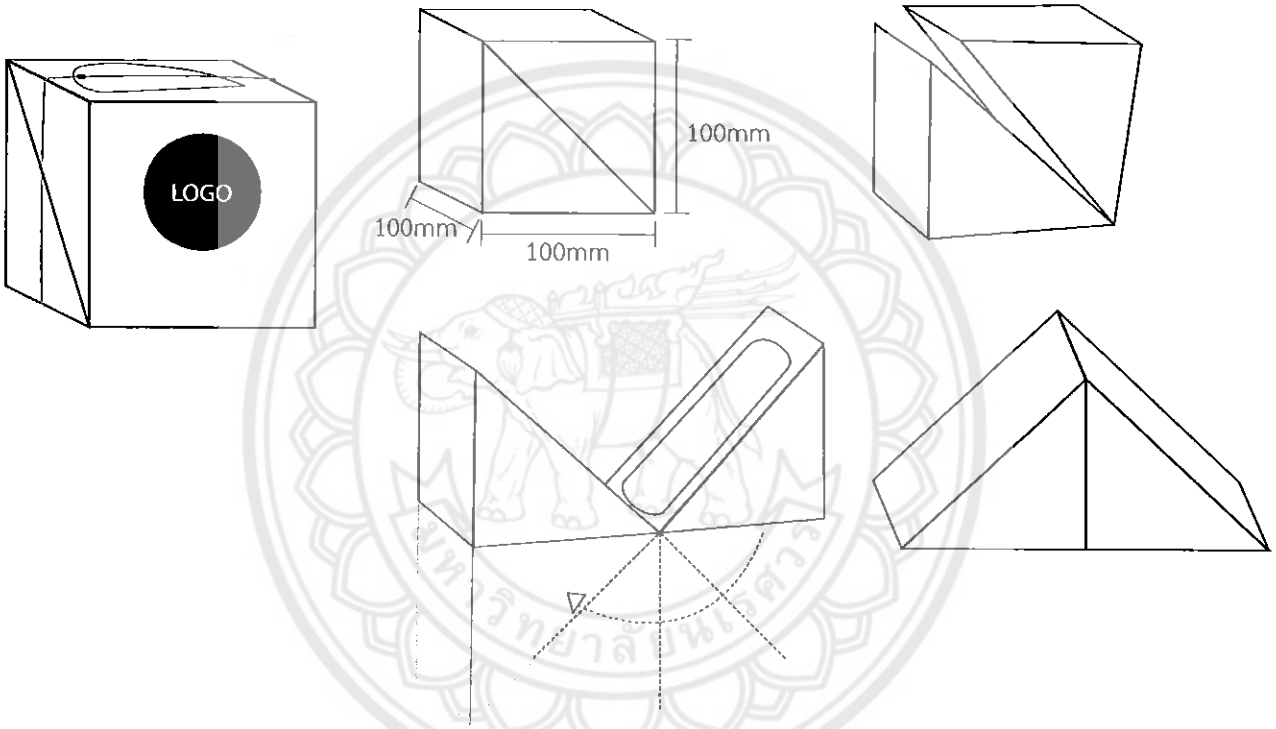
ภาพที่ 33 แสดงภาพ (Mood & Tone)

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch)

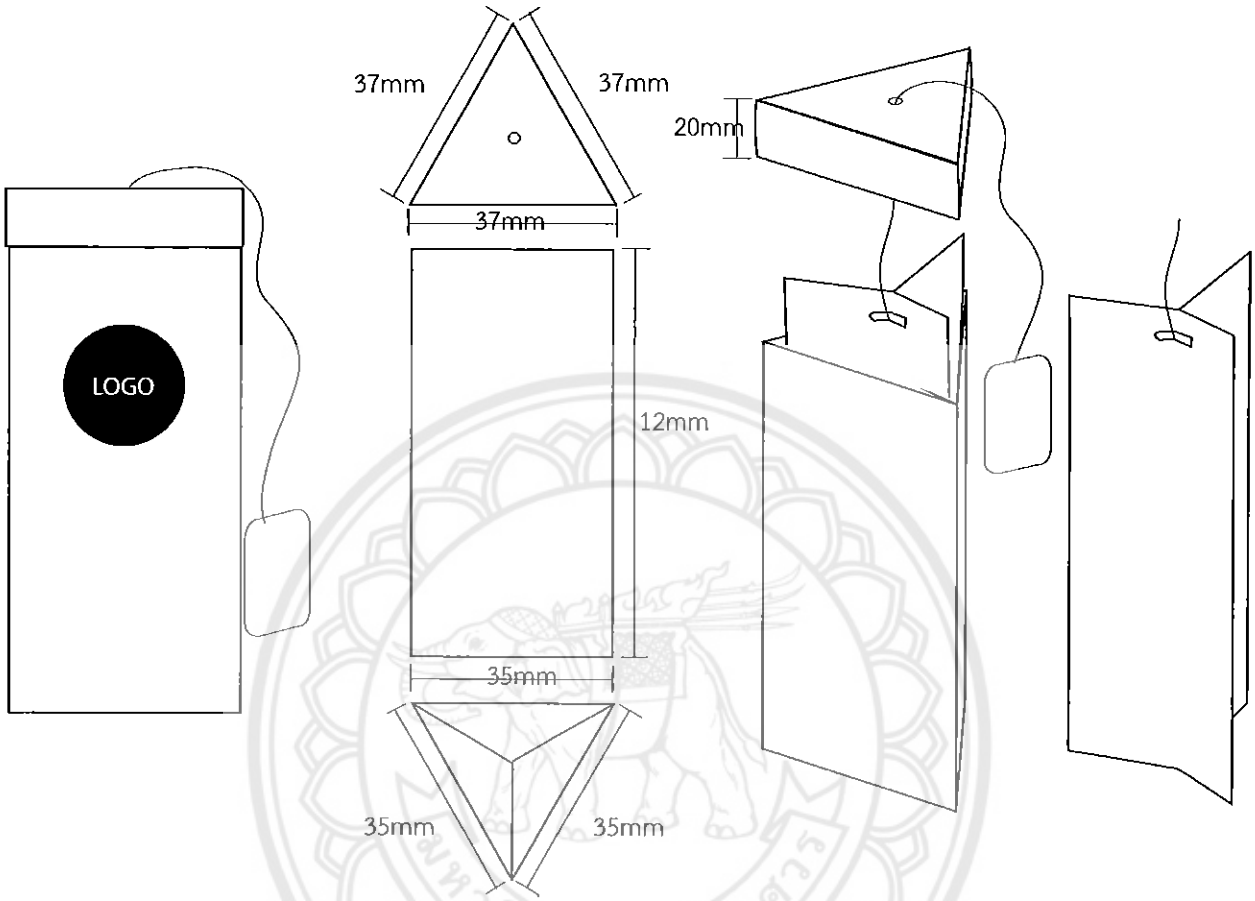
1. ขั้นตอนการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบ(Sketch & Design Development)

เมื่อได้ทราบเงื่อนไขทางการออกแบบแล้ว จึงเข้าสู่ขั้นตอนการเขียนแบบร่าง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

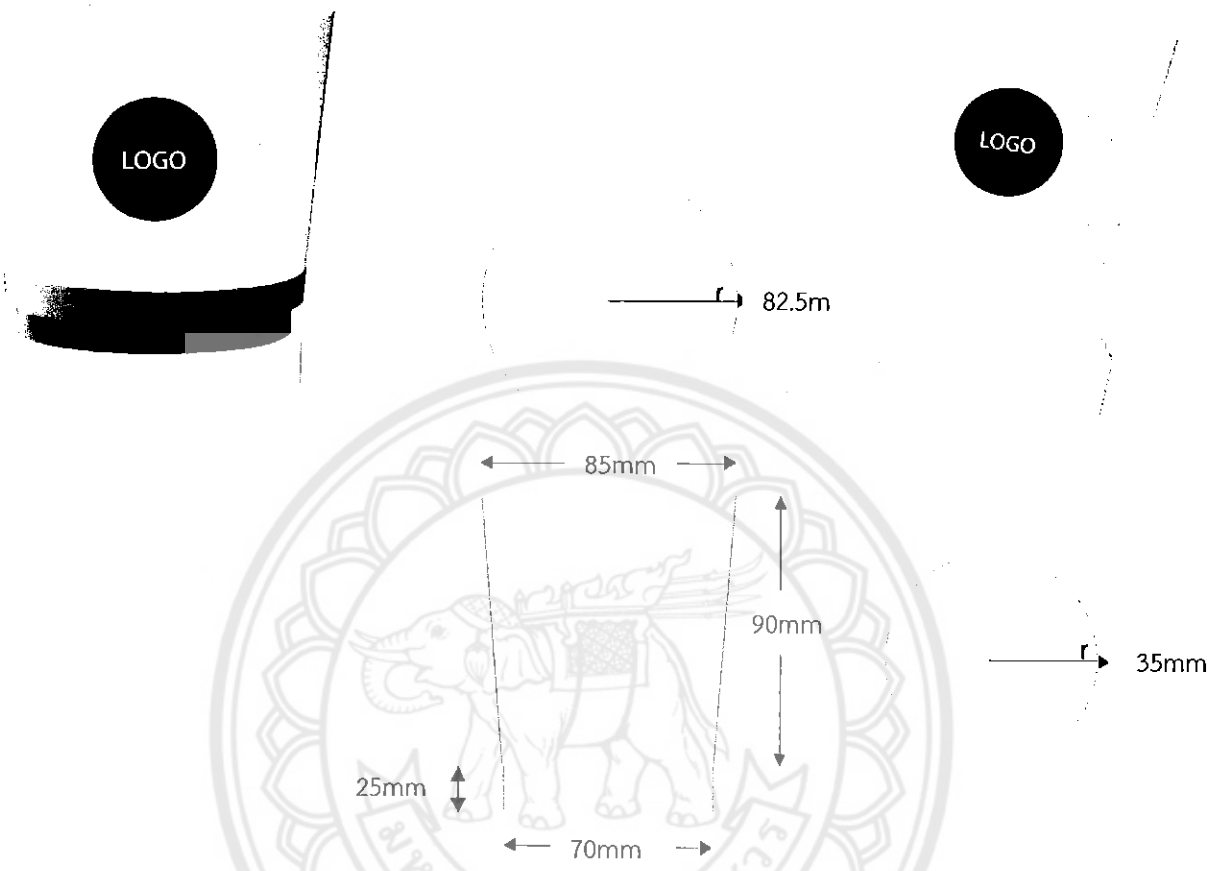
1.1 โครงสร้าง



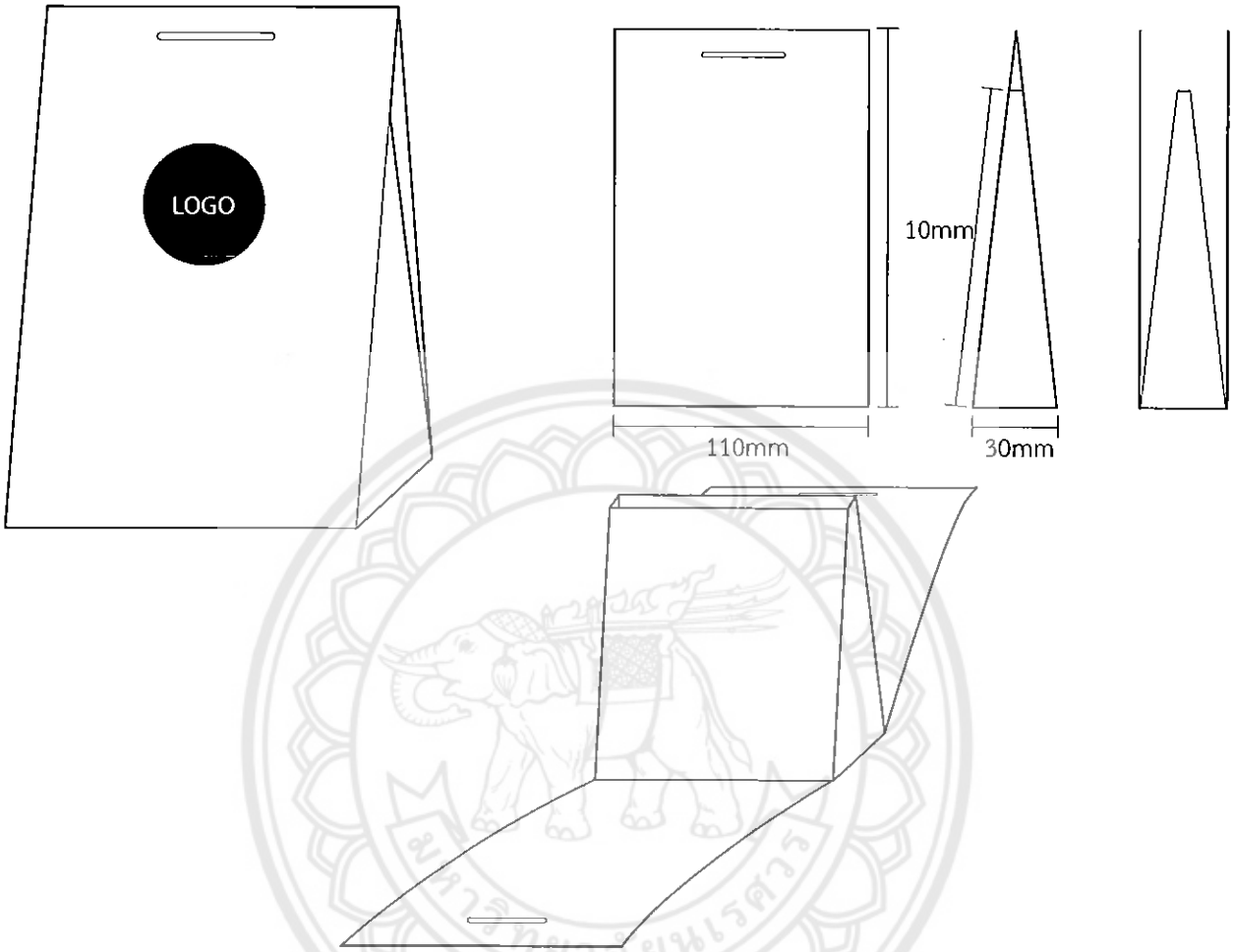
ภาพที่ 34 แบบร่างโครงสร้างที่ 1



ภาพที่ 35 แบบร่างโครงสร้างที่ 2

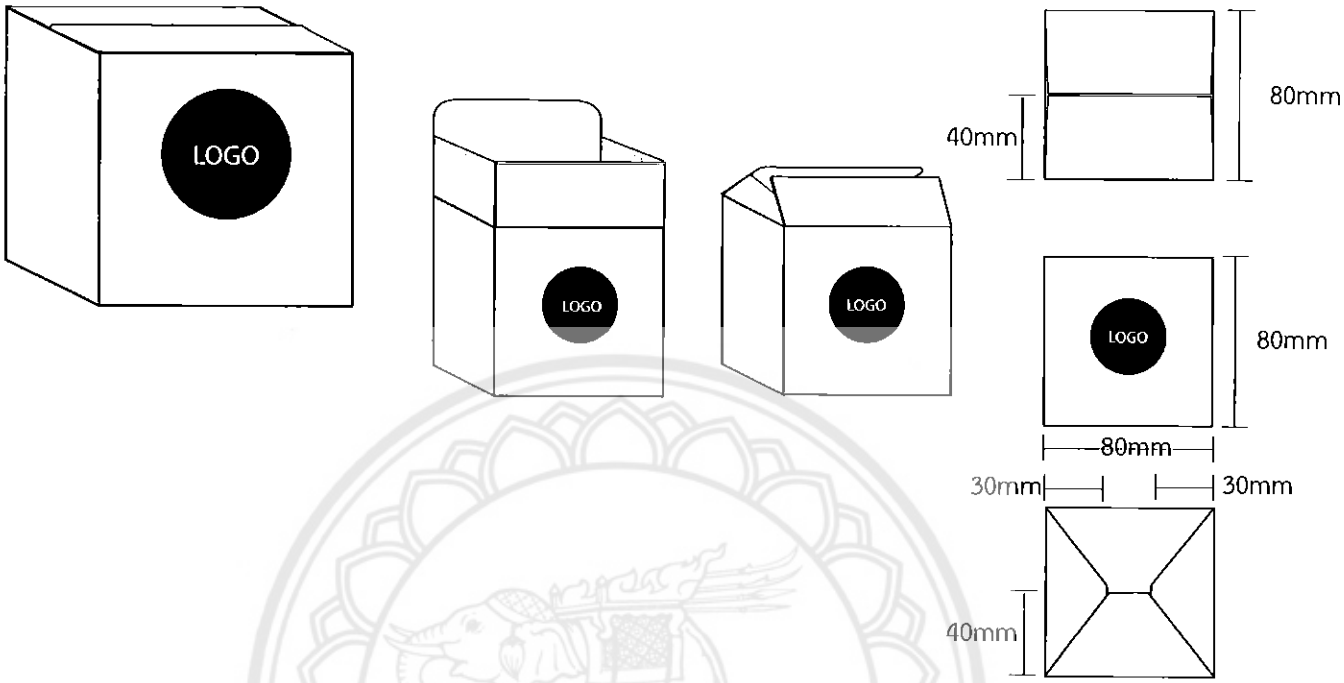


ภาพที่ 36 แบบร่างโครงสร้างที่ 3

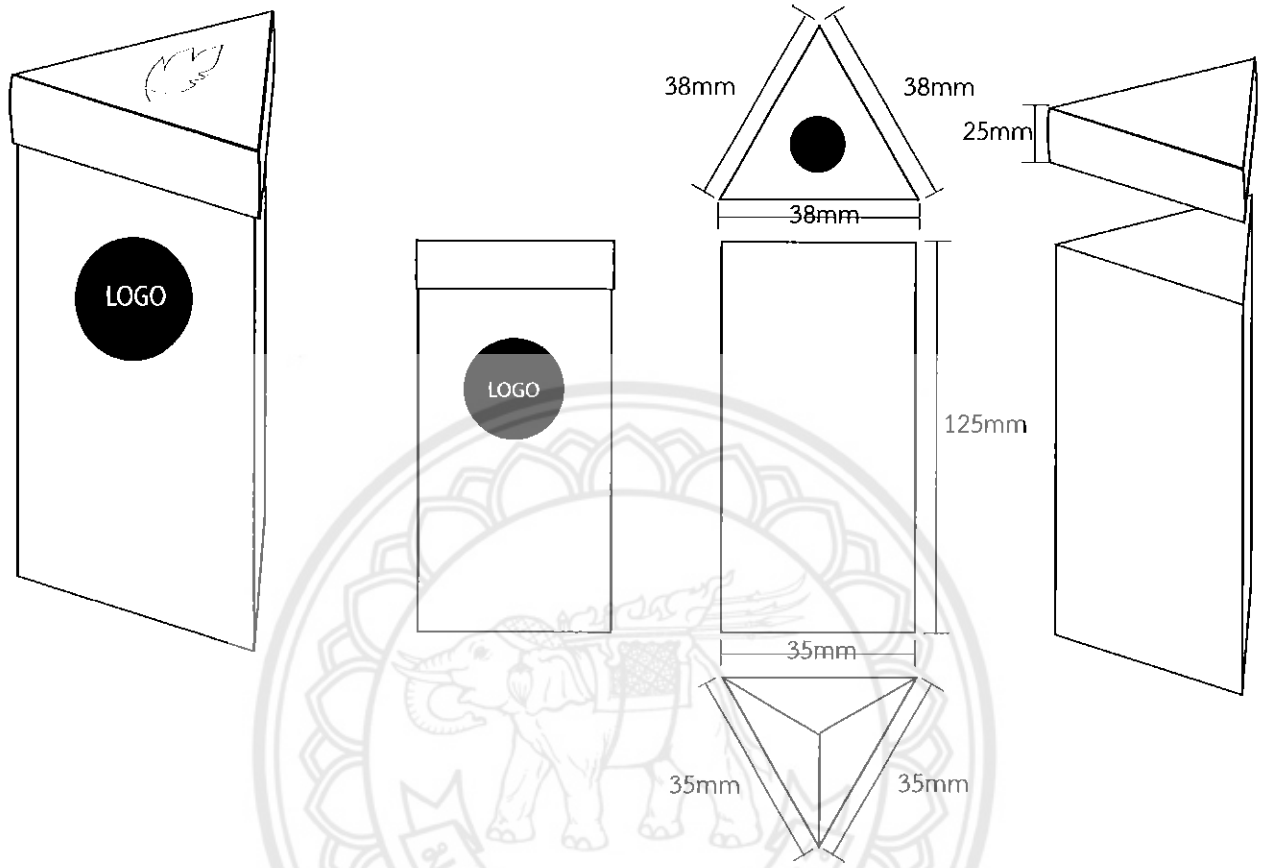


ภาพที่ 37 แบบร่างโครงสร้างที่ 4

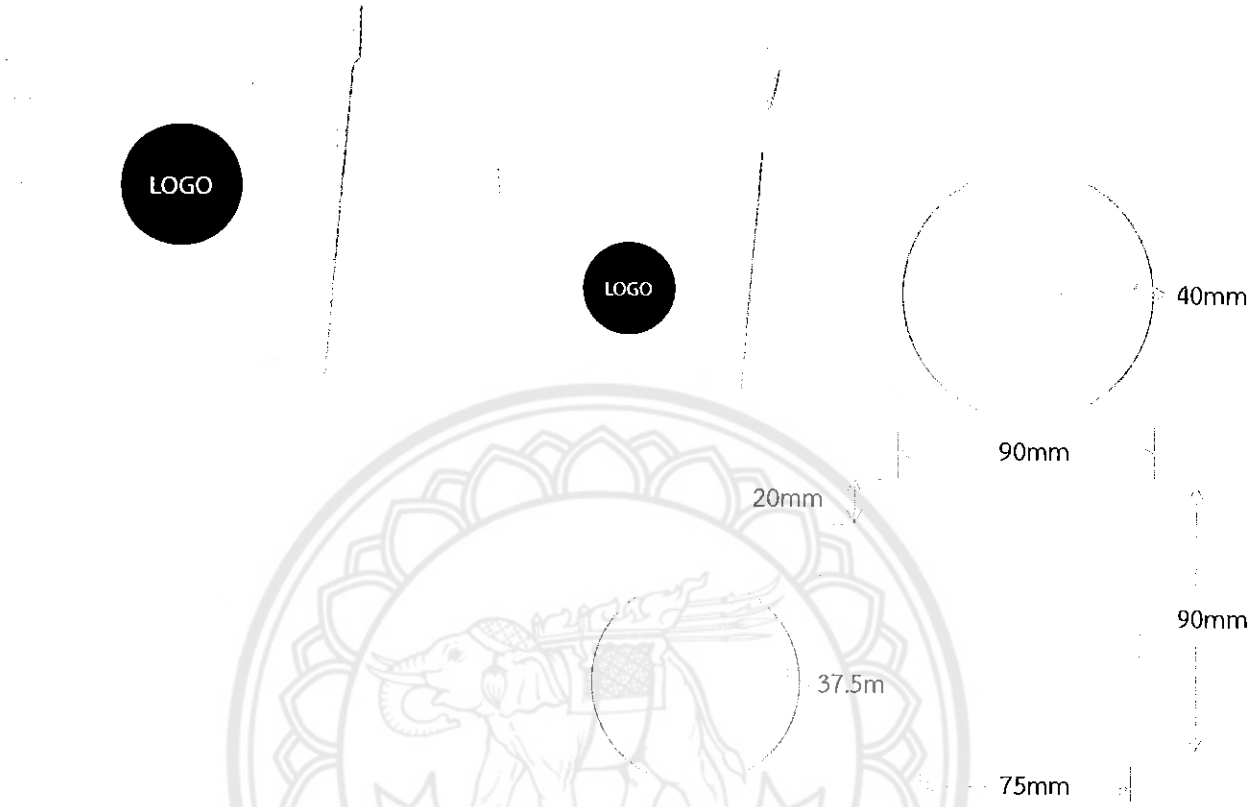
1.1.1 พัฒนาโครงสร้าง



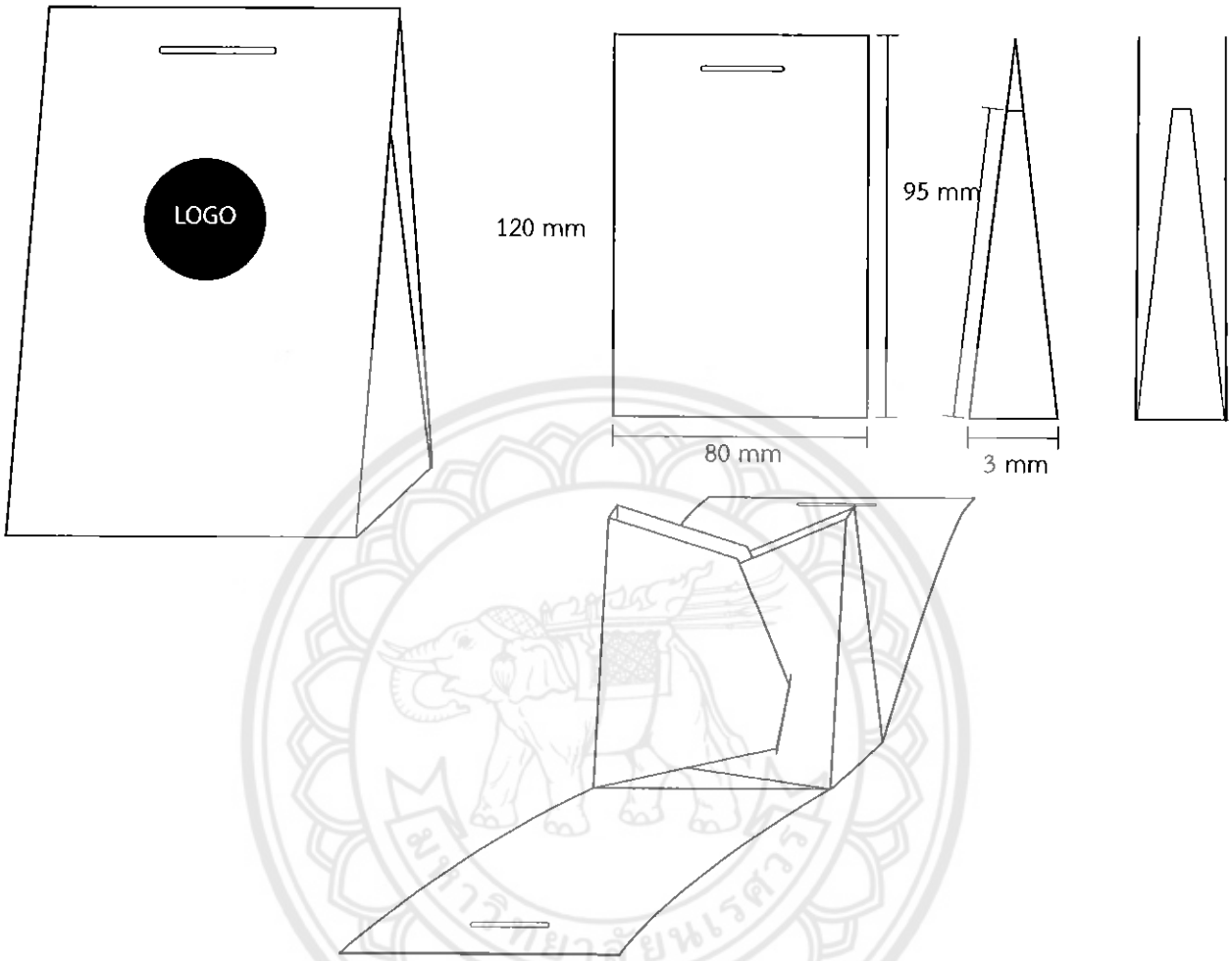
ภาพที่ 38 พัฒนาโครงสร้างแบบร่างที่ 1



ภาพที่ 39 พัฒนาโครงสร้างแบบร่างที่ 2



ภาพที่ 40 พัฒนาโครงสร้างแบบร่างที่ 3



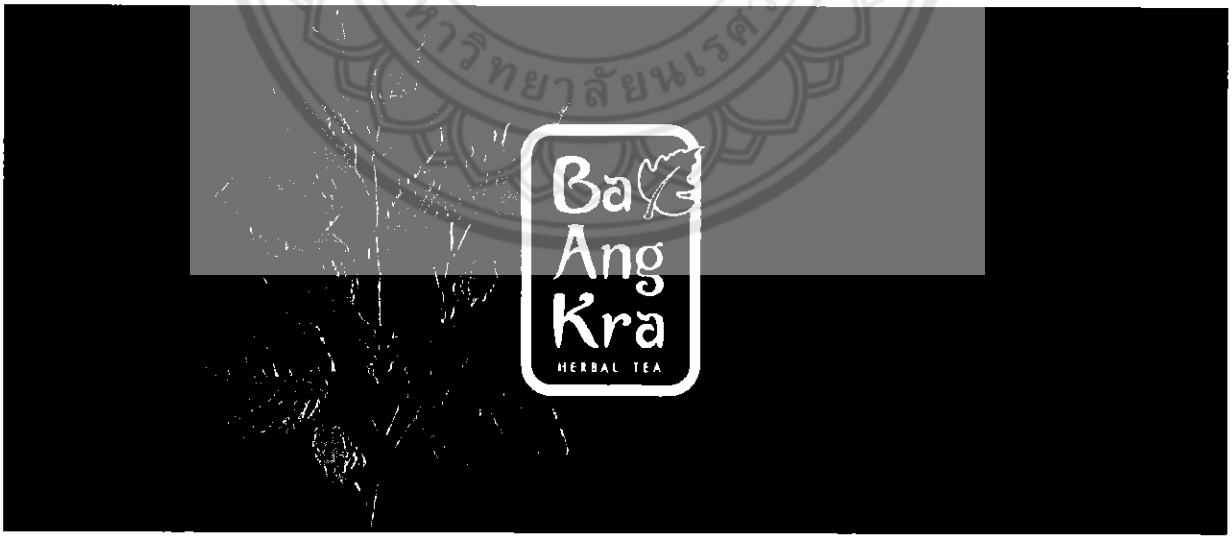
ภาพที่ 41 พัฒนาโครงสร้างแบบร่างที่ 4

1.2 กราฟิก

ภาพที่ 42 แบบร่างกราฟิกแบบที่ 1 แสดงสมุนไพรหญ้าดอกขาว

ภาพที่ 43 แบบร่างกราฟิกแบบที่ 2 แสดงสมุนไพรหญ้าหนวดแมว

ภาพที่ 44 แบบร่างกราฟิกแบบที่ 3 แสดงสมุนไพรรางจืด



ภาพที่ 45 แบบร่างกราฟิกแบบที่ 4 แสดงสมุนไพรใบหม่อน(พลัส)

ภาพที่ 46 แบบร่างกราฟิกแบบที่ 5 แสดงสมุนไพรตะไคร้

ภาพที่ 47 แบบร่างกราฟิกแบบที่ 6 แสดงสมุนไพรขิง

ภาพที่ 48 แบบร่างกราฟิกแบบที่ 7 แสดงสมุนไพรใบเตยหอม

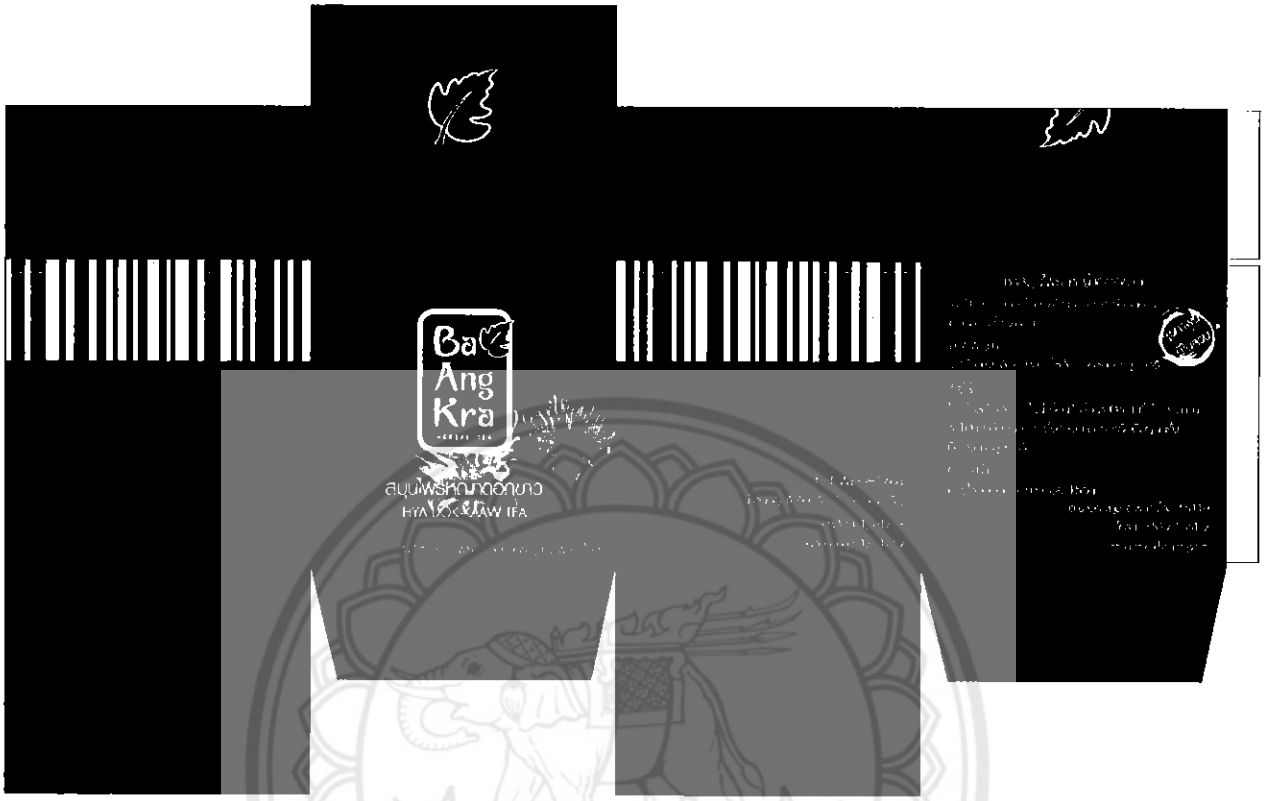
ภาพที่ 49 แบบร่างกราฟิกแบบที่ 8 แสดงสมุนไพรชุมเห็ดเทศ

1.3 ตราสัญลักษณ์สินค้า

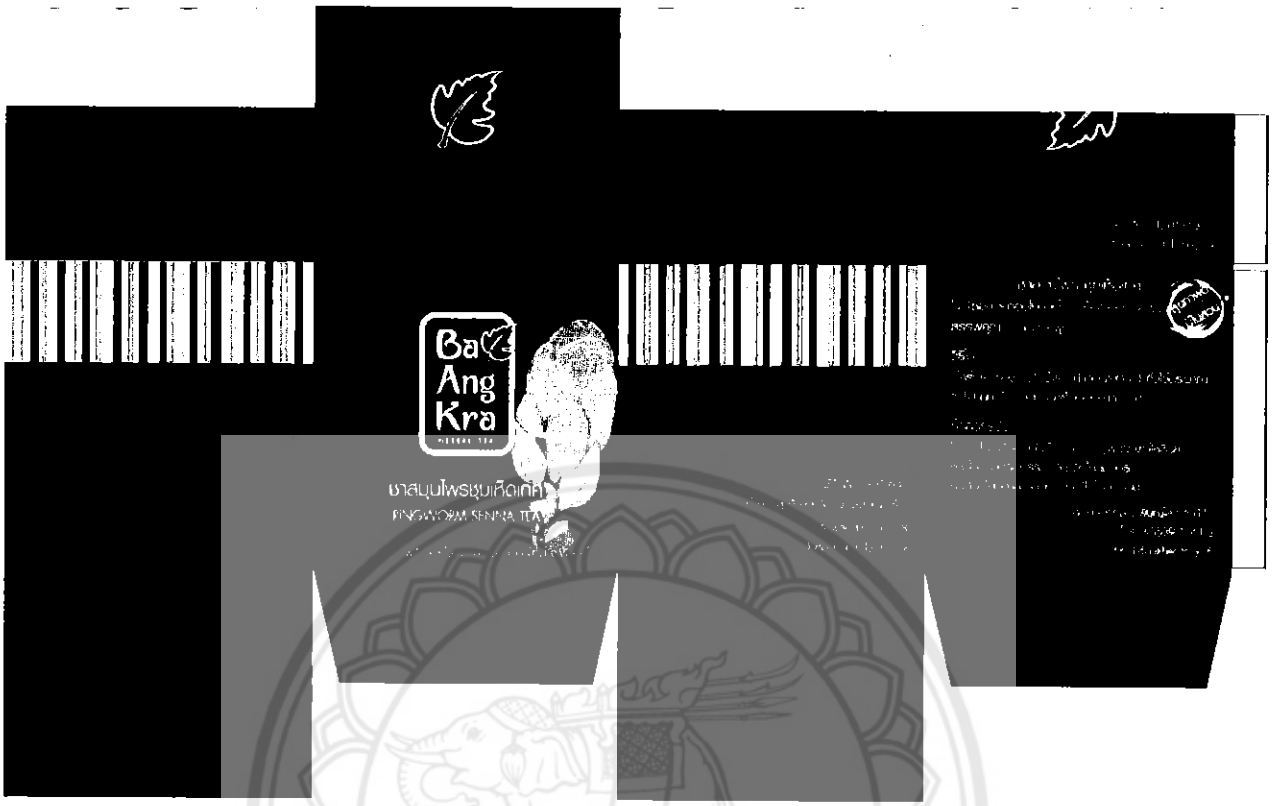
ภาพที่ 50 แบบร่างตราสัญลักษณ์สินค้า

ส่วนที่ 3 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ (Development and Design)

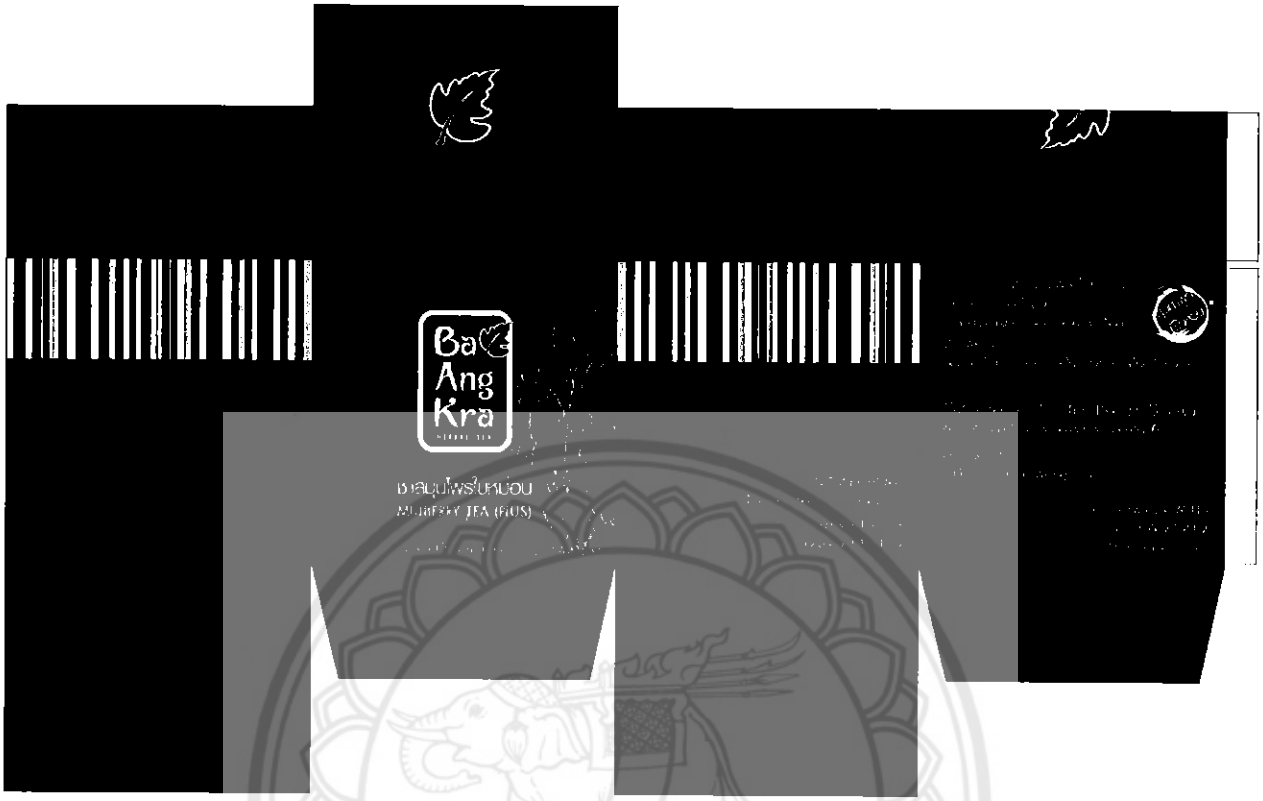
ภาพที่ 51 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 1



ภาพที่ 52 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 2

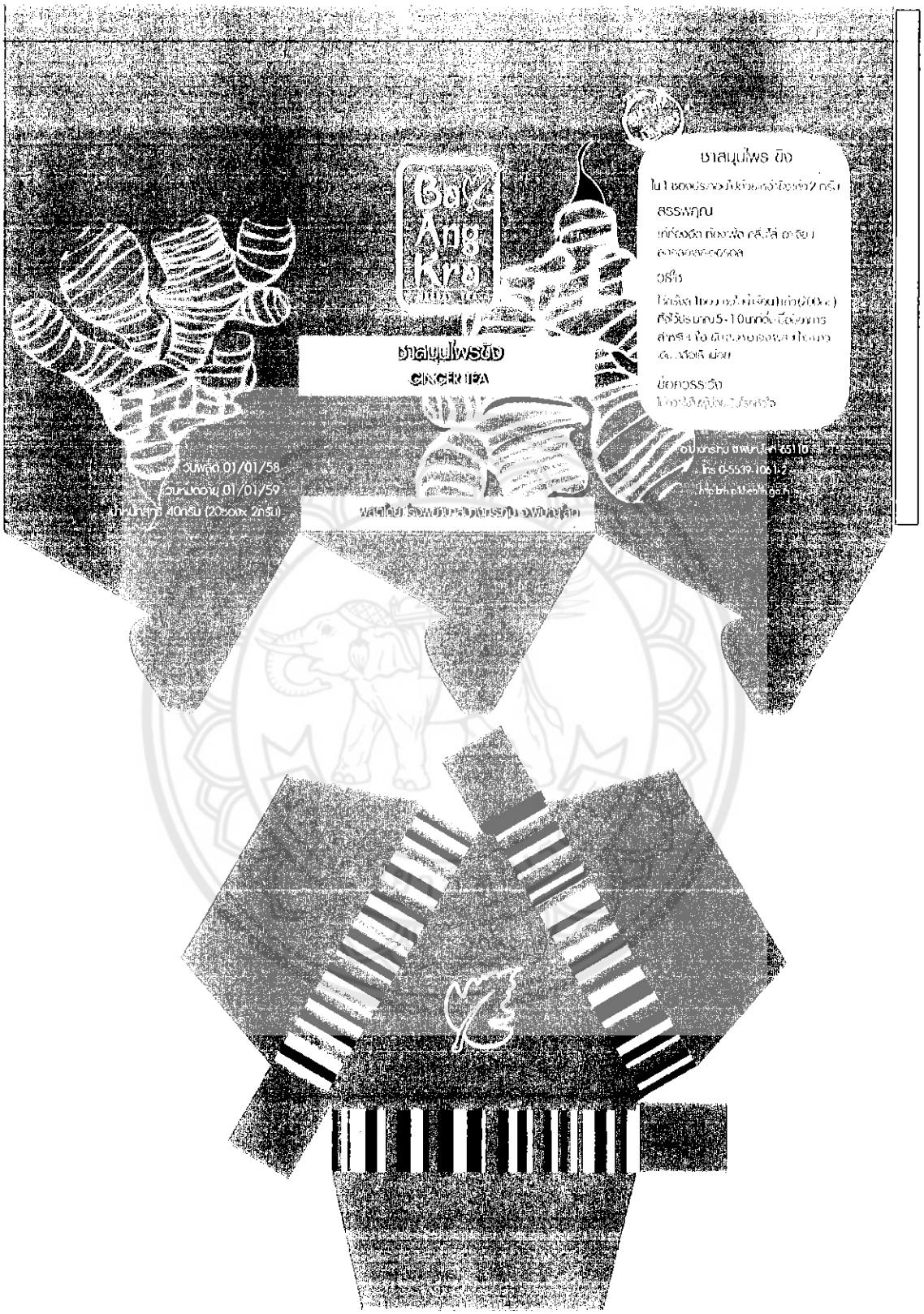


ภาพที่ 53 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 3



ภาพที่ 54 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 4

ภาพที่ 55 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 5



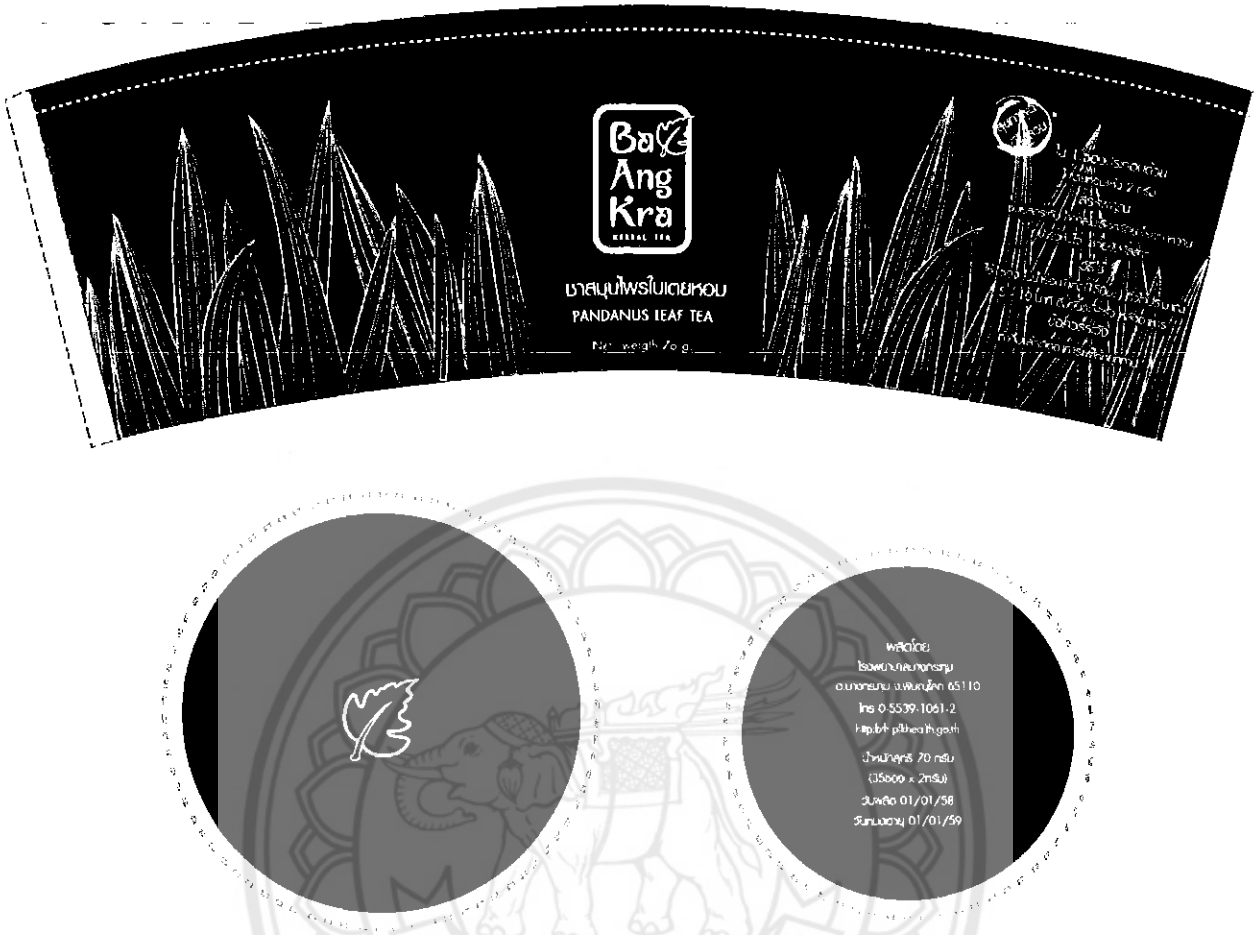
ภาพที่ 56 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 6

ภาพที่ 57 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 7

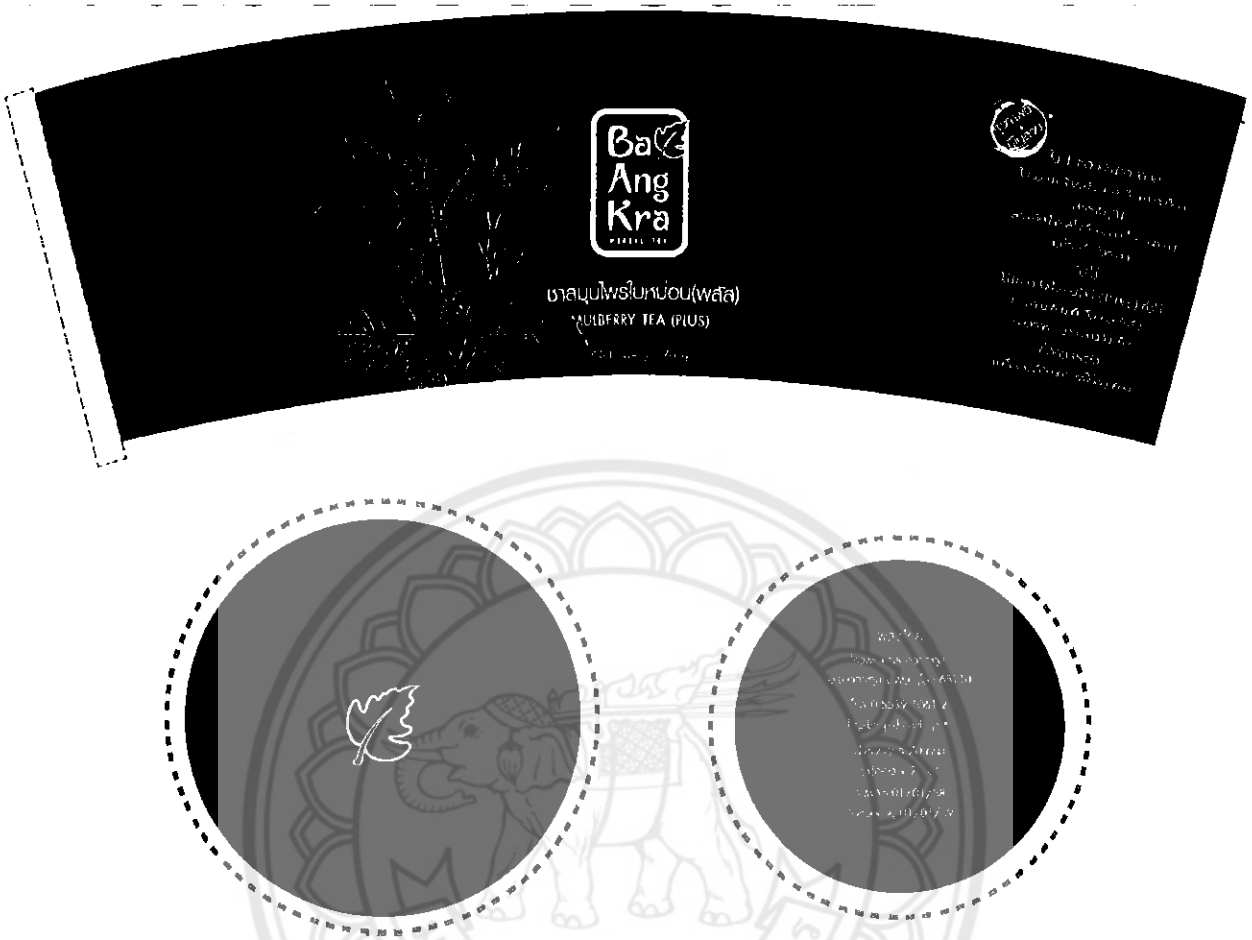
ภาพที่ 58 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 8

ภาพที่ 59 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 9

ภาพที่ 60 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 10

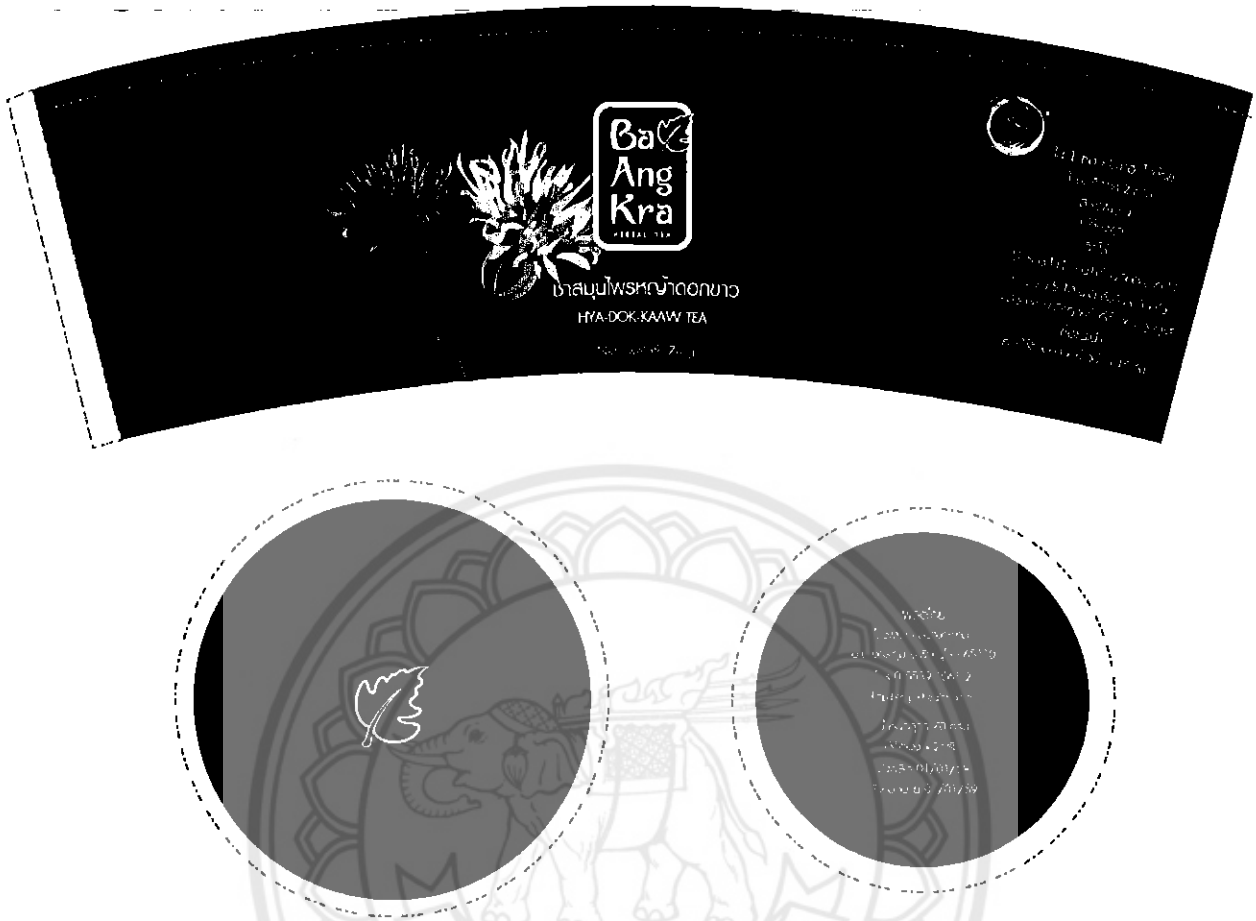


ภาพที่ 61 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ที่ 11



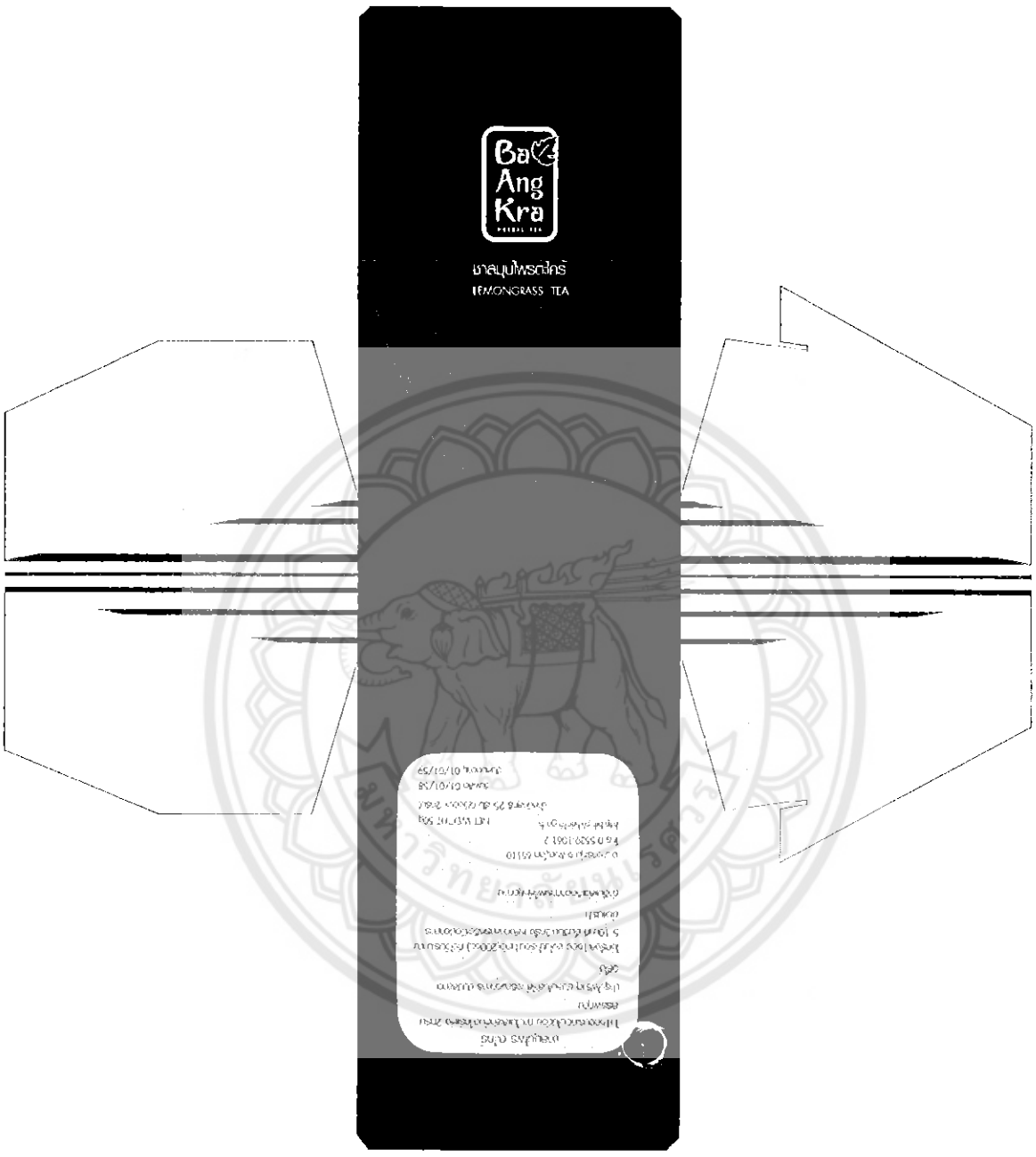
ภาพที่ 62 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ที่ 12

ภาพที่ 63 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 13



ภาพที่ 64 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 14

ภาพที่ 65 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 15



ภาพที่ 66 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 16

ภาพที่ 67 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 17

ภาพที่ 68 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 18

ภาพที่ 69 ภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์ชิ้นที่ 19

ภาพที่ 70 ภาพผลงานออกแบบตราสัญลักษณ์สินค้าขั้นสมบูรณ์

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ส่วนที่ 4 ผลงานที่สร้างสรรค์ (Packaging Design)

ภาพที่ 71 แสดงผลงานที่สร้างสรรค์

ภาพที่ 72 แสดงผลงานที่สร้างสรรค์

ภาพที่ 73 แสดงผลงานที่สร้างสรรค์

ภาพที่ 74 แสดงผลงานที่สร้างสรรค์

บทที่ 5

บทสรุป

ศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก ที่มีสมุนไพร 8ชนิด และนำไปสู่การออกแบบเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรโรงพยาบาลบางกระทุ่มและสามารถนำการศึกษาครั้งนี้มาสร้างสรรค์และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริม สนับสนุน และสร้างจุดเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์ โดยผู้วิจัยได้กำหนดจุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพร สำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก โดยเป็นการการออกแบบที่มีจุดประสงค์คือ

1.เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการของบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

2.เพื่อศึกษาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

3.เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

สรุปผลการออกแบบ

การศึกษาเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

1. ศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพร ปัจจุบันนับว่ามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก เนื่องจากว่าปัจจุบันนี้การดื่มชาถือเป็นวัฒนธรรม มีการแข่งขันกันสูงขึ้นในตัวชาเอง สมุนไพรในตลาดโลกเริ่มนิยมมาตั้งแต่ปี 2542 ปัจจุบันประเทศในตะวันตกหลายประเทศเริ่มหันมานิยมเครื่องดื่มสมุนไพร โดยเฉพาะชาสมุนไพร ซึ่งในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ชาเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมมากเป็นอันดับสองในตลาดโลก รองจากน้ำดื่ม ส่วนคุณค่าทางยาของชาสมุนไพรนั้น ขึ้นยู่กับชนิดของตัวชาสมุนไพรที่นำมาปรุง ไม่ใช่ว่าชาสมุนไพรทุกชนิดจะปลอดภัยต่อการดื่มเสมอไป ตรงกันข้าม หากไม่รู้จักสรรพคุณทางยาที่เหมาะสมแล้ว ก็อาจจะเป็นอันตรายสำหรับบางคนได้ วิธีที่ดีที่สุดในการดื่มชาสมุนไพรก็คือต้องเรียนรู้ข้อมูลของสมุนไพร ที่ใช้ในการบริโภคเป็นอย่างดีเสียก่อนเพราะสมุนไพรแต่ละชนิดมีข้อควรระวัง ขนาด และ สรรพคุณที่แตกต่างกันออกไป

ผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก ได้เล็งเห็นว่าการขยายตลาดให้กับกลุ่มเป้าหมายใหม่เป็นที่น่าใจที่อาจจะมีแนวโน้มเติบโตไปได้ในอนาคต จึงได้หาวิธีเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลกต่อไป

2. ศึกษาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรโรงพยาบาลบางระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยใช้วิธีการสังเคราะห์ปัญหาและหาแนวทางแก้ไขดังนี้

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรโรงพยาบาลบางระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ที่ไม่หวังผลกำไรมากนัก

2.1 จึงยังมีบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งบรรจุภัณฑ์เดิมไม่มีความโดดเด่น ไม่มีข้อแตกต่างของบรรจุภัณฑ์กับยี่ห้ออื่น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มมูลค่า

แนวทางการแก้ไข เพิ่มความหลากหลายและออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมและโดดเด่นกับผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก

2.2 กราฟิก ปัญหากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากรูปแบบเดิมขาดความโดดเด่นทั้งภาพลักษณ์และชื่อตราสินค้าก็ไม่ดูน่าสนใจสักเท่าไหร่ จึงทำให้ไม่มีจุดเด่นที่แตกต่างของตัวผลิตภัณฑ์ มีผลทำให้ผู้บริโภคไม่ให้ความสนใจต่อตัวผลิตภัณฑ์

แนวทางการแก้ไข

2.2.1 สร้างตราสินค้าขึ้นมาใหม่ เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภครายอื่นแต่ชื่อตราสินค้ายังคงความเป็นโรงพยาบาลบางกระทุ่มอยู่และใช้การเล่นเสียงพยางค์เพื่อให้เกิดแปลกใหม่น่าฟังติดหู โดยวางไว้ด้านหน้าอย่างชัดเจนในทุกๆตัวสินค้า

2.2.2 ออกแบบลวดลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ใหม่ ที่สื่อถึงกลิ่น รสชาติและสรรพคุณข้อดีของการใช้ผลิตภัณฑ์

2.2.3 สี เลือกใช้สีที่สื่อถึงความสดใส สุขภาพดี ความเป็นธรรมชาติของผลิตภัณฑ์

3. พัฒนาบรรจุภัณฑ์ชาชาสมุนไพรสำหรับโรงพยาบาลบางระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก ใหม่ทั้งหมด โดยใช้หลักการออกแบบที่ได้ศึกษาดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นมารวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ให้ได้ข้อมูลที่นาชัดแล้ว นำมาพัฒนาให้ดีขึ้น มีการแก้ปัญหาต่างๆจนเสร็จสิ้นได้บรรจุภัณฑ์ที่ดีและสมบูรณ์

ข้อเสนอแนะ

ตลอดรยะเวลาในการศึกษาวิจัย ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงปัญหาต่างๆ ในด้านของกลุ่มผู้ผลิตและมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาตลอดจนได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดี นอกจากนั้นยังได้เรียนรู้ระบบการทำงานของผู้ผลิต อีกทั้งกระบวนการของการดำเนินงานวิจัยที่ถูกต้อง เป็นไปตามระบบที่วางเอาไว้ จากการที่ได้ปฏิบัติการศึกษาวิจัยในทั้งนี้ทำให้ได้รับความรู้เพิ่มเติมมากขึ้น เนื่องมาจากการศึกษาค้นคว้าเป็นการฝึกฝนตนเองในทุกด้าน ในระบบการดำเนินงานทุกขั้นตอนล้วนผ่านประสบการณ์ที่ยากลำบากมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆ การลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ความพยายามอดทนบากบั่นระยะเวลาที่สืบค้นให้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์มากที่สุด หรือแม้กระทั่งประสบการณ์ที่ดีๆจากความมีน้ำใจจากผู้อยู่รอบข้าง ผู้สนับสนุนในการให้ข้อมูลต่างๆ ซึ่ง

บรรณานุกรม

สาคร คันธโชติ. (2528). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ.กรุงเทพฯ. สำนักพิมพโอเดียนสโตร.

สถาบัน กศน.ภาคกลาง. การออกแบบบรรจุภัณฑ์. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2558. จากเว็บไซต์ http://www.crnfe.ac.th/packaging/unit3.htm

การออกแบบบรรจุภัณฑ์, ความเป็นมาของการบรรจุภัณฑ์จากเว็บไซต์. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2558. จากเว็บไซต์ http://www.mew6.com/composer/package/package_0.php)

ประเภทของบรรจุภัณฑ์. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2558. จากเว็บไซต์ http://www.mew6.com/composer/package/package_7.php)

หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2558. จากเว็บไซต์ http://netra.lpru.ac.th/~weta/m4/m4_print.html)

ศูนย์เครือข่ายข้อมูลอาหารครบวงจร. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2558. จากเว็บไซต์ http://www.foodnetworksolution.com/news_and_articles/article/0102/การพัฒนาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยนครพนม. แบบสำรวจพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ชาและการยอมรับต่อผลิตภัณฑ์. นครพนม. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยนครพนม

ฉัตยาพร เสมอใจ. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่1 กรุงเทพมหานคร : วี พรินท์ (1991) จำกัด

นิรัช สุดสังข์. 2558. การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร : โอ เอส พรินท์ติ้ง เฮาส์

บุษรา สร้อยระย้าและคณะ. 2554. การวิจัยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากเส้นใยกล้วยสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

นพวรรณ ชีวอารี. 2555. การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หมูแปรรูปเพื่อส่งเสริมการขายกณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หมูแปรรูปในชุมชนท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม. นครปฐม : วีเจพริ้นติ้ง

แนะนำโรงพยาบาลบางกระทุ่ม. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2558. จากเว็บไซต์ http://www.plkhealth.go.th/bkthos/menu.htm

ผลิตภัณฑ์สมุนไพร. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2558. จากเว็บไซต์ http://www.plkhealth.go.th/bkthos/products.htm

วงการแพทย์. วงการยา ฉบับ 191 /ผึ้ง//คอลัมน์สมุนไพร-แพทย์ทางเลือก. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2558. จาก http://www.wongkarnpat.com/viewya.php?id=1052#.VWKoxE-qqko

ภาคผนวก

ภาพที่ 75 แสดงงานนิทัศการผลงาน (เซนทรัลพลาซา พิษณุโลก)

ภาพที่ 76 แสดงงานนิทัศการผลงาน (เซนทรัลพลาซา พิษณุโลก)