

อภินันทนาการ



สำนักหอสมุด

การออกแบบบรรจุภัณฑ์สมุนไพรชาวนิน
อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์



นิชาภัทร มานะกิจกลการ

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร
วันลงทะเบียน... 25 ต.ค. 2556
เลขทะเบียน... 16426670
เลขเรียกหนังสือ... น. TS

197.5

04421

265 b.

ศิลปนิพนธ์เสนอคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

มีนาคม 2556

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

**PACKAGE DESIGN OF HERBAL CHAYANIN
AMPHOE KHAOKHO PHETCHABUN PROVINCE**



NICHAPHAT MANAKIJKONLAKAN

**Arts Thesis Submitted to the Faculty of Architecture of Naresuan University
In Partial Fulfillment of the Requirements for the
Bachelor of Fine and Applied Arts Degree in Product and Package Design
March 2013
Copyright 2013 by Naresuan University**

คณะกรรมการสอบได้พิจารณาศิลปนิพนธ์ เรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์สมุนไพรชาญานิน
อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนางสาวณิชาภัทร มานะกิจกุลการ เห็นสมควรรับเป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์
และบรรจุภัณฑ์ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

.....ประธาน

(อาจารย์พัชรวัฒน์ สุริยงค์)

.....กรรมการ

(อาจารย์ศุภเดช หิมะมาน)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรัก สุวรรณวัจน์)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.สมาพร คล้ายวิเชียร)

อนุมัติ

...../wmmv/

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เฉลิมชัย เงารังษี)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

มีนาคม พ.ศ. 2556

หัวข้อวิจัย	การออกแบบบรรจุภัณฑ์สมุนไพรชุนไพรชญาณิน อำเภอเขาต่อจังหวัดเพชรบูรณ์
ผู้วิจัย	นางสาวณิชาภัทร มานะกิจกการ รหัสนิสิต 52711201 สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
ประธานที่ปรึกษา	อาจารย์ พัชรวัฒน์ สุริยงค์
กรรมการที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรัก สุวรรณวัจน์
ประเภทสารนิพนธ์	ศิลปนิพนธ์ ศป.บ. สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2556

บทคัดย่อ

การวิจัยการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชุนไพรชญาณินอำเภอเขาต่อจังหวัดเพชรบูรณ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อจะศึกษาสภาพทั่วไป ผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชุนไพรชญาณินอำเภอเขาต่อจังหวัดเพชรบูรณ์ จากการศึกษาดังกล่าวจะนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชุนไพรชญาณินอำเภอเขาต่อจังหวัดเพชรบูรณ์โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) ทำการเก็บข้อมูลของ โดยจากการสัมภาษณ์ จากเจ้าของผู้บริษัทผู้ดูแลและเจ้าหน้าที่ แล้วสร้างเป็นกรอบแนวคิดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชุนไพรชญาณินอำเภอเขาต่อจังหวัดเพชรบูรณ์

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มแม่บ้านสมุนไพรชุนไพรชญาณิน ได้ทำการผลิตเครื่องสำอางค์สมุนไพรขึ้นมาเพราะเล็งเห็นว่าตลาดของเครื่องสำอางกว้าง และยังมีผู้สนใจในสุขภาพความงาม ยังมีโอกาสที่จะสร้างรายได้ให้กับชุมชน นำความรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ และเป็นอาชีพของกลุ่มได้
2. กลุ่มแม่บ้านสมุนไพรชุนไพรชญาณิน ได้มีกระบวนการจัดจำหน่ายโดยทำการขายตรงให้แก่ผู้บริโภค ให้แก่ร้านค้าทั่วไปและศูนย์จำหน่ายสินค้า (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์
3. กลุ่มแม่บ้านสมุนไพรชุนไพรชญาณิน ได้ผลิตเครื่องสำอางค์สมุนไพร จำนวน 8 ประเภท คือ อโรมา น้ำม้นนวดตัว, สบู่ล้างหน้าสมุนไพรรักษาสิว, สบู่ล้างหน้าสมุนไพรรักษารอย, เซรั่มบำรุงผิวหน้า, ลูกประคบสมุนไพร, เกลือสปาขัดผิว, เกลือแช่อโรมา, ผงขัดหน้า

4. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านสมุนไพรชานุมูนไพรชญาณีน อำเภอเขาค้อจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการออกแบบโดยใช้แนวคิดในการออกแบบคือ "มนตราแห่งขุนเขา" โดยต้องการสื่อถึงธรรมชาติ และโดยธรรมชาติก็มีความงามในตัว โดยถ่ายทอดออกมาทางลักษณะรูปร่างที่สวยงาม และมีกลิ่นหอมที่นำหลงไหลจึงทำให้ธรรมชาติมีความสวยงามและน่าชื่นชมโดยตัวของธรรมชาตินั่นเอง แต่เนื่องด้วยกลุ่มแม่บ้านสมุนไพรชานุมูนไพรชญาณีน อำเภอเขาค้อจังหวัดเพชรบูรณ์นั้น มีรูปแบบของสินค้าที่ยังไม่เป็นเอกลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ไม่โดดเด่น รวมถึงไม่สามารถดึงดูดผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์รวมทั้งหมด 8 ชนิด 9 โครงสร้าง 11 กราฟิก



สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย	3
ขอบเขตของงานวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
1.เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์	
1.1 ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชานัน	8
1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	9
1.3 ตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย	10
1.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง	10
1.5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสมุนไพร	13
2. เอกสารเกี่ยวกับการออกแบบและเอกสารเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์	
2.1 หลักการออกแบบ(Design)	18
2.2 ส่วนประกอบของการออกแบบ (Element of design)	19
2.3 องค์ประกอบของการออกแบบ (Composition of Design)	26
2.4 หลักการออกแบบกราฟิก	28
2.5 ความหมายและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์	33
2.6 ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์	35
2.7 ประเภทของบรรจุภัณฑ์	36
2.8 การเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสินค้า	37
2.9 การพัฒนาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	38
2.10 การออกแบบกราฟิก	40
2.11 การผลิตบรรจุภัณฑ์	42

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย	
ขั้นตอนและการวิจัย	45
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	48
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล	49
การวิเคราะห์ข้อมูล	50
4 ผลการวิจัย	
บทวิเคราะห์และสรุปเงื่อนไขการออกแบบ	53
ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch)	66
การพัฒนาและการสร้างสรรค์ (Development and Design)	69
ผลงานที่สร้างสรรค์ (Packaging Design)	76
5 บทสรุป	
ความมุ่งหมายของการวิจัย	77
ขอบเขตด้านการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์	77
สรุปผลการออกแบบ	78
ข้อเสนอแนะ	78

บรรณานุกรม

ประวัติผู้วิจัย

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1 กรอบแนวคิดของงานวิจัย	5
ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลบรรจุภัณฑ์และฉลาก	57
ตารางที่ 3 แสดง Mood&tone	61
ตารางที่ 4 แสดง DIAGRAM	65



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
4-1 ภาพแสดงMood&Toneของงาน	65
4-2 แบบโครงสร้างผลิตภัณฑ์ของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชานอัญชัน	66
4-3 แบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชานอัญชัน	67
4-4 แบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชานอัญชัน	67
4-5 แบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชานอัญชัน	68
4-6 แบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชานอัญชัน	68
4-7 แบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชานอัญชัน	69
4-8 แบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชานอัญชัน	69
4-9 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรชานอัญชัน	69
4-10 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรชานอัญชัน	70
4-11 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรชานอัญชัน	70
4-12 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรชานอัญชัน	71
4-13 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรชานอัญชัน	71
4-14 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สมุนไพรชานอัญชันที่พัฒนาแล้ว	72
4-15 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สมุนไพรชานอัญชันที่พัฒนาแล้ว	73
4-16 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สมุนไพรชานอัญชันที่พัฒนาแล้ว	74
4-17 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สมุนไพรชานอัญชันที่พัฒนาแล้ว	75
4-18 ภาพรวมทั้งหมดผลงานที่สร้างสรรค์ ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชานอัญชันที่พัฒนาแล้ว	76

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

มนุษย์เรามีความสนใจใส่ใจกับสุขภาพร่างกายของตนเองมากขึ้น มีการดำเนินชีวิตโดยอาศัยธรรมชาติและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อให้ชีวิตเกิดความสมดุล อาศัยความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและอาชีวอนามัย เพื่อเปลี่ยนแปลงพัฒนาชีวิตตัวเองให้มีสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น

สังคมเรามีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตามกระแสของสังคมโลกอยู่ตลอดเวลา มีความทันสมัยในด้านเทคโนโลยี การติดต่อสื่อสาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในชีวิตประจำวัน การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดจะเห็นได้ว่ามนุษย์มีความต้องการการบริโภคต่างๆมากขึ้น จึงมีการพัฒนาสิ่งตอบสนองต่อความต้องการ และเพิ่มความหลากหลายให้กับผู้บริโภค ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เป็นตลาดใหญ่ที่มีการแข่งขันทางการตลาดสูง ตอบสนองต่อความต้องการกับผู้บริโภคด้านความสวยงามและสุขภาพ จึงมีเทคโนโลยีสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและสับสนในการเลือกใช้

การใช้เครื่องสำอางมีการใช้มาตั้งแต่สมัยโบราณ มีการค้นพบว่ามีการใช้เครื่องสำอางมาตั้งแต่สมัยอียิปต์โบราณ หากย้อนไปสมัยอาณาจักรโบราณในดินแดนอียิปต์ ยุคของพระนางคลีโอพัตรา จะเห็นได้ว่าความงามของพระนางนั้นติดตรึงใจทุกคน ยุคหนึ่งซึ่งพระนางคลีโอพัตรารู้จักการเสริมสวยเป็นอย่างดี และยังเป็นผู้คิดค้นเครื่องสำอางหลายประเภท ในสมัยโบราณสมุนไพรนั้นทราบกันดีว่ามีประโยชน์และมีคุณค่าทางยามากมาย มาจากต้นพืช สัตว์ หรือแร่ต่าง ๆ ที่มีสารที่เป็นตัวยาด้วยกันทั้งสิ้น เพียงแต่ว่าพืชแต่ละชนิดจะมีคุณค่าทางยามากหรือน้อย นำมาใช้สำหรับเป็นเครื่องประพูนผิวเสริมความงามสมุนไพรนอกจากจะมีประโยชน์ในการรักษาโรคภัยไข้เจ็บแล้วในทางตรงกันข้ามถ้าใช้ไม่ถูกต้องก็อาจมีโทษและอันตรายได้

เครื่องสำอางสมุนไพร หมายถึง เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสมุนไพรไม่ว่าจะเป็นจากพืช สัตว์ หรือแร่ และครอบคลุมถึงสมุนไพรรูปแบบต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยสมุนไพรทั้งหมด เช่น ผลขัดหน้า ขัดผิวกาย หรือถึงสมุนไพร เช่น สมุนไพรต่าง ๆ หรือที่มีส่วนผสมของสารสกัดจากสมุนไพร เช่น โลชั่นหรือครีมบำรุงผิว และนำมาใช้สำหรับเป็นเครื่องประพูนผิวเสริมความงาม

สมุนไพรเป็นยาพื้นบ้านแผนโบราณของไทยมาแต่โบราณ ความนิยมในการใช้สมุนไพร ถดถอยลงไปบ้างเมื่อเทคโนโลยีทางการแพทย์และเภสัชศาสตร์สมัยใหม่จากตะวันตกมีอิทธิพลเข้ามา แต่อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันสมุนไพรกลับได้รับความนิยมกันอย่างมากมายทั้งในเมืองไทยและโลกตะวันตก นักวิชาการได้นำสมุนไพรมาวิเคราะห์ตามหลักของวิทยาศาสตร์ หรือแม้แต่โครงการตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดให้มีการทำสวนป่าสมุนไพร โดยรวบรวมพันธุ์พืชสมุนไพรมาปลูกให้ประชาชนได้ศึกษาและนำไปปลูกเพื่อใช้เป็นยาประจำบ้าน (พเยาว์ เหมือนวงศ์ญาติ, 2534, หน้า2)

สมุนไพรเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตของคนไทยเป็นเวลานาน มีการพัฒนารูปแบบให้เหมาะสมตามยุคสมัย ทั้งนี้สมุนไพรถูกนำมาใช้ในการดูแลสุขภาพคุณภาพ ใช้เป็นยา อาหาร เครื่องสำอาง ใช้เป็นสารกำจัดแมลงในบ้านเรือนและทางเกษตรกรรม จะเห็นได้ว่าเราสามารถนำสมุนไพรซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีค่ายิ่งในประเทศมาพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตและสร้างเศรษฐกิจให้แก่คนในประเทศได้อีกทางหนึ่งอีกด้วยผลิตภัณฑ์ที่ได้จากธรรมชาติถูกใช้ให้คำจำกัดความสอดคล้องกับปริมาณของส่วนประกอบที่ได้จากพืชในโลก ที่ได้รับมามากหรือน้อยที่สุดมารวมกัน เพื่อให้สุขภาพดีและปลอดภัยส่วนประกอบเริ่มแรกคือธรรมชาติที่ช่วยบำบัดโลก (นิจศิริ เรืองรังสี และพะยอม ตันติวิวัฒน์, 2534, หน้า 1)

ปัจจุบันมีผู้พยายามศึกษาค้นคว้าเพื่อพัฒนายาสมุนไพรให้สามารถนำมาใช้ในรูปแบบที่สะดวกยิ่งขึ้น เช่น นำมาบดเป็นผงบรรจุแคปซูล ตอกเป็นยาเม็ด เตรียมเป็นครีมหรือยาขี้ผึ้งเพื่อใช้ทาภายนอก เป็นต้น ในการศึกษาวิจัยเพื่อนำสมุนไพรมาใช้เป็นยาแผนปัจจุบันนั้น ได้มีการวิจัยอย่างกว้างขวาง โดยพยายามสกัดสารสำคัญจากสมุนไพรเพื่อให้ได้สารที่บริสุทธิ์ ศึกษาคุณสมบัติทางด้านเคมี ฟิสิกส์ของสารเพื่อให้ทราบว่าเป็นสารชนิดใด ตรวจสอบฤทธิ์ด้านเภสัชวิทยาในสัตว์ทดลองเพื่อดูให้ได้ผลดีในการรักษาโรคหรือไม่เพียงใด ศึกษาความเป็นพิษและผลข้างเคียงเมื่อพบว่าสารชนิดใดให้ผลในการรักษาที่ดี โดยไม่มีพิษหรือมีพิษข้างเคียงน้อยจึงนำสารนั้นมาเตรียมเป็นยารูปแบบที่เหมาะสมเพื่อทดลองใช้ต่อไป

คุณพรพิมล สะโรตม ซึ่งเป็นตัวแทนกลุ่ม ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรของชญานิน เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรธรรมชาติ ที่ปลอดภัยจากสารเคมี มีคุณสมบัติช่วยนอนหลับพักผ่อน ดูแลสุขภาพ ผลิตเมื่อพ.ศ. 2553 เปิดมาได้ 2 ปีแล้ว โดยมีสมาชิกในกลุ่มรวม 11 คน และผลิตสินค้าจนได้เป็นสุดยอดระดับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2554 ระดับ 4 ดาว ผลจากการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์สมุนไพร(ชญานิน) เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ทำความสะอาดและรักษาร่างกาย เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีคุณค่าจากธรรมชาติอย่างแท้จริง เป็นกลุ่มที่ห่วงใยสุขภาพของผู้ใช้

แต่ปัญหาที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นคือ บรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำตราสินค้าได้ ไม่มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ให้ความรู้สึกยังไม่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ยังไม่สะอาดตา ไม่สามารถกระตุ้นการตัดสินใจของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว สื่อประชาสัมพันธ์ยังไม่ชัดเจนไม่สามารถทำให้เกิดการบอกต่อเมื่อผู้บริโภคพบเห็น และบรรจุภัณฑ์เดิมยังไม่เอื้ออำนวยต่อความสะดวกให้กับผู้บริโภคเท่าที่ควร

โดยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความสวยงาม ความสะดวกสบายในการใช้สอย เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า เพื่อให้เป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคมากขึ้น

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรขมิ้นดำ ตาบลดเคมปีสน อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์
2. ศึกษาและวิเคราะห์การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรขมิ้นดำ ตาบลดเคมปีสน อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์
3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรขมิ้นดำ ตาบลดเคมปีสน อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของกระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายของสมุนไพรขมิ้นดำ กลุ่มแม่บ้าน คุณพรพิมล สะโรตม ตาบลดเคมปีสน อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมของสมุนไพรขมิ้นดำ กลุ่มแม่บ้าน คุณพรพิมล สะโรตม ตาบลดเคมปีสน อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์
3. สร้างบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และมีความเป็นเอกลักษณ์สำหรับสมุนไพรขมิ้นดำ กลุ่มแม่บ้าน คุณพรพิมล สะโรตม ตาบลดเคมปีสน อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์

ขอบเขตของงานการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

- 1.1 กลุ่มแม่บ้านอาชีพผลิตผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรขมิ้นดำ เลขที่ 32 หมู่ที่ 8 บ้านทุ่งดินผา ตาบลดเคมปีสน อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์

2. ขอบเขตด้านช่วงเวลา

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีความเกี่ยวเนื่องกับลำดับช่วงเวลาเชิงพัฒนาการ ของการพัฒนาแบบบรรจุกัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชุนไพร่ชุนยานิน เพื่อให้อบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเป็นเวลา 4 เดือน ตั้งแต่พฤศจิกายน 2555 – กุมภาพันธ์ 2556

3. ขอบเขตด้านการพัฒนาแบบบรรจุกัณฑ์

3.1 โดยมีผลิตภัณฑ์ที่เลือก ทำการศึกษา 8 ชนิด มีโครงสร้าง 9 โครงสร้าง คือ

3.1.1 โครงสร้างที่พัฒนาเอง

1) กล่องอะโรมาน้ำมันนวดตัว	1	โครงสร้าง
2) กล่องผงขัดหน้า	1	โครงสร้าง
3) กล่องเซิร์มบำรุงผิวหน้า	1	โครงสร้าง
4) สบู่ล้างหน้าสมุนไพร	1	โครงสร้าง

3.1.2 โครงสร้างในท้องตลาด

1) อะโรมาน้ำมันนวดตัว+แบบขวด	1	โครงสร้าง
2) ผงขัดหน้า+แบบขวด	1	โครงสร้าง
3) เซิร์มบำรุงผิวหน้า+แบบขวด	1	โครงสร้าง
4) ลูกประคบสมุนไพร+ถุง	1	โครงสร้าง
5) เกลีสปาขัดผิว+แบบขวดโหล	1	โครงสร้าง

3.2 โดยมีผลิตภัณฑ์ที่เลือกทำการศึกษาด้านบรรจุกัณฑ์ 8 ชนิด มีกราฟิก 11 กราฟิก คือ

3.2.1 กราฟิกที่พัฒนาเอง

1) ผลิตภัณฑ์อะโรมาน้ำมันนวดตัว+แบบขวด	1	กราฟิก
2) ผลิตภัณฑ์สบู่ก้อน(รักษาสิว)	1	กราฟิก
3) ผลิตภัณฑ์สบู่ก้อน(ช่วยผ่อนคลาย)	1	กราฟิก
4) ผลิตภัณฑ์เซิร์ม+แบบขวด	1	กราฟิก
5) ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพร+แบบกล่อง	1	กราฟิก
6) ผลิตภัณฑ์เกลีสปาขัดผิว+แบบกระปุก	1	กราฟิก
7) เกลือแฮอโรมา+แบบกระปุก	1	กราฟิก
8) ผงขัดหน้า+ซอง	1	กราฟิก
9) กล่องอะโรมาน้ำมันนวดตัว	1	กราฟิก
10) กล่องผงขัดหน้า	1	กราฟิก
11) กล่องเซิร์มบำรุงผิวหน้า	1	กราฟิก

4. ขอบเขตด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย

- การจัดการและการจำหน่าย
- กลุ่มตลาดเป้าหมาย
- พฤติกรรมผู้บริโภค

กรอบแนวความคิดของงานวิจัย



ตารางที่ 1 กรอบแนวความคิดของงานวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การออกแบบ หมายถึง การใช้ความคิดในการสร้างสรรค์งานศิลปะ ด้วยการเลือกการจัดวัสดุ และเครื่องมือ เพื่อสร้างงานศิลปะที่มีลักษณะให้เหมาะสมกับหน้าที่ในด้านความงามและอรรถประโยชน์ หรือสร้างสรรค์งานศิลปะบริสุทธิ์ที่มีความมุ่งหมายในด้านความงามความซาบซึ้งความสะเทือนใจ เพื่อให้เกิดความนิยม (วิรัตน์ พิชญ์ไพฑูริย์, 2527, หน้า 1)
2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยรูปแบบในการพัฒนาอาจเป็นด้านกราฟิกที่พิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์ หรือทางด้านโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์
3. กราฟิก หมายถึง การสื่อความหมาย ถึงผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชาวนินตำบลดกแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ให้ออกมาในรูปแบบของลวดลายเส้น สี หรือรูปภาพ ที่ต้องแสดงออกมาและสื่อความหมายให้เข้ากับตัวผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ให้เข้าใจง่ายมองแล้วสามารถเข้าใจและรับรู้ได้ และยังสามารถดึงดูดใจต่อผู้บริโภค
4. การพิมพ์ระบบออฟเซต หมายถึง การพิมพ์พื้นราบ มีความละเอียดทางการพิมพ์สูงถึงสูงมาก เครื่องพิมพ์มีหลายขนาด มีทั้งเครื่องพิมพ์ 1 สี 2 สี 4 สี 5 สี หรือมากกว่านั้น ใช้กับงานพิมพ์ประเภทบรรจุภัณฑ์กระดาษ แผ่นพับ หนังสือ นิตยสาร งานพิมพ์ใช้ในสำนักงาน เป็นต้น
5. การพิมพ์ระบบกราเวียร์ หมายถึง การพิมพ์พื้นลึก มีความละเอียดทางการพิมพ์สูง ใช้กับงานพิมพ์ประเภทพลาสติก หรือของพลาสติกได้ดี
6. กล่องกระดาษพับได้ (Folding carton) หมายถึง กล่องกระดาษแข็งที่สามารถพับได้ เป็นกล่องกระดาษแข็งที่สามารถจัดส่งเป็นแบบแผ่นราบ นำมาการพับขึ้นรูป และยึดติดด้วยการทากาวหรือขัดกัน
7. เครื่องสำอาง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณที่ได้จากธรรมชาติ 100เปอร์เซ็นต์ของผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชาวนินตำบลดกแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
8. กลุ่มแม่บ้านสมุนไพรชาวนิน เป็นกลุ่มที่มีจุดประสงค์และความมุ่งหมายที่เหมือนกันในทิศทางเดียวกัน ในการผลิตเครื่องสำอางสมุนไพรชาวนิน สมุนไพรจากธรรมชาติ ปลอดภัย เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน ตำบลดกแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
9. การจัดจำหน่าย หมายถึง กระบวนการขาย แจก ขั้นตอนการขาย ขนส่งสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค แลกเปลี่ยน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525, หน้า 230)
10. งานอัดตัดตามแบบ (Die cutting) หมายถึง งานเจาะช่องลงบนสิ่งพิมพ์ เพื่อให้เกิดประโยชน์หรือความสวยงาม ในที่นี้ใช้กับบรรจุภัณฑ์

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเกี่ยวกับ การออกแบบบรรจุภัณฑ์สมุนไพรชาสมุนไพร ต้มบดแค้มป์สน อำเภอเขา
ค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การ
สัมภาษณ์ และจากเว็บไซต์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะนำไปสู่การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จาก
สมุนไพรชาสมุนไพร รวมทั้งรายละเอียดและประวัติความเป็นมา ข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย
รายละเอียดดังนี้

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชาสมุนไพร เลขที่ 32 หมู่ที่ 8 บ้านทุ่งดิน

ผา ตำบลแค้มป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.3 ตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

1.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

1.5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสมุนไพร

2. เอกสารเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.1 หลักการออกแบบ (Design)

2.2 ส่วนประกอบของการออกแบบ (Element of design)

2.3 องค์ประกอบของการออกแบบ (composition of Design)

2.4 หลักการออกแบบกราฟิก

2.5 ความหมายและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

2.6 ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์

2.7 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

2.8 การเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสินค้า

2.9 การพัฒนาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

2.10 การออกแบบกราฟิก

2.11 การผลิตบรรจุภัณฑ์

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสภาพทั่วไป

1.1 ประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชุนไพร

ที่ตั้งกลุ่มแม่บ้าน คุณพรพิมล สะโรตม เลขที่ 32 หมู่ที่ 8 บ้านทุ่งดินผา ตำบล
แคมป์สน อำเภอเขาฉกร์จังหวัดเพชรบูรณ์

ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชุนไพร) เกิดจากความมุ่งมั่น ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ที่เป็นกิจการส่วนตัวอยู่แล้ว ทั้งยังมีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร เอาความรู้ความสามารถมาเพิ่มรายได้ให้กับตำบลแคมป์สน ดังนั้นคุณพรพิมล สะโรตม ซึ่งเป็นตัวแทนกลุ่ม ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรของ (ชุนไพร) เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรธรรมชาติ ที่ปลอดภัยจากสารเคมี มีคุณสมบัติช่วยถอนพิษพิษพิษ ดุแลสุขภาพ ผลิตภัณฑ์เมื่อพ.ศ. 2553 เปิดมาได้ 2 ปีแล้ว โดยมีสมาชิกในกลุ่มรวม 11 คน และผลิตสินค้าจนได้เป็นสุดยอดระดับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2554 ระดับ 4 ดาว

กลุ่มแม่บ้าน คุณพรพิมล สะโรตม เป็นกลุ่มแม่บ้านที่มีความเข้มแข็งสมาชิกในกลุ่มมีความร่วมมือร่วมใจช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีวัตถุประสงค์จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชุนไพร) เพื่อให้มีรายได้เสริมจากอาชีพหลัก

หน้าที่ของกลุ่มแม่บ้าน คุณพรพิมล สะโรตม

การบริหารงานของกลุ่มแม่บ้านคุณพรพิมล สะโรตม ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาฉกร์จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากสมาชิกกลุ่ม มีหน้าที่กำหนดนโยบายของกลุ่ม ดูแลบริหารกิจกรรมของกลุ่ม เป็นตัวแทนของกลุ่มในการประสานกับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจชุมชน

ข้อมูลด้านประชากร

สมาชิกส่วนใหญ่มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร ทำนา ค้าขาย และจะใช้เวลารว่างมาทำหน้าที่กลุ่มตามที่ได้รับมอบหมาย

การศึกษา

อยู่ในระดับ ป.6 – ปริญญาตรี

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 1 อะโรมน้ำมันนวด



ภาพที่ 2 สบู่ล้างหน้าสมุนไพร



ภาพที่ 3 เซรั่มบำรุงผิวหน้า



ภาพที่ 4 ลูกประคบสมุนไพร



ภาพที่ 5 เกล็ดสปาขัดผิว



ภาพที่ 6 เกล็ดแฮอโรมา



ThaiTambon

ภาพที่ 7 ผงขัดหน้า

1.3 ตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

1.3.1 สินค้าส่วนใหญ่ จะส่งออกภายในประเทศ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ และตามต่างจังหวัด สินค้าจะวางขายตามงานเทศกาลทั่วไป เช่น

1.3.2 ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (สมุนไพร) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อจังหวัดเพชรบูรณ์

1.3.3 ร้านตามเทศกาลงานมะขามหวาน จังหวัดเพชรบูรณ์

1.3.4 ร้านตามเทศกาลงานประเพณีอัฐมพระดำน้ำ จังหวัดเพชรบูรณ์

1.3.5 ร้านตามเทศกาลงานต่างจังหวัด(พัทยา ชลบุรี)

1.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

เครื่องสำอาง คือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับร่างกายมนุษย์เพื่อความสะอาดและความสวยงามเท่านั้น เช่น ครีมบำรุงผิว โลชั่นกันแดด น้ำหอม ลิปสติก แป้งฝุ่น รองพื้น แป้งทาหน้า ดินสอเขียนคิ้ว ผลิตภัณฑ์ทาแก้ม แต่งตา ทาเล็บ ล้างเล็บ ตกแต่งทรงผม ระวังกลิ่นกาย สบู่ แชมพู ครีมนวดผม ยาสีฟัน น้ำยาบ้วนปาก ผ้าเย็น ผ้าอนามัย เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ผลิตภัณฑ์ที่ได้กล่าวอ้างสรรพคุณเกินกว่าเพื่อความสะอาดหรือความสวยงาม เช่น อ้างว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาโรค ป้องกันโรค หรือมีผลต่อโครงสร้าง หรือการกระทำหน้าที่ต่าง ๆ ของร่างกาย ซึ่งเป็นสรรพคุณทางยา ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องจัดเป็นยา ไม่ใช่เครื่องสำอาง เช่น โลชั่นปลูกผม ครีมเสริมสร้างทรวงอก ครีมลดไขมัน สบู่ลดความอ้วน ครีมบรรเทาอาการอักเสบของผิวหนัง แม้ว่าจะมีการเกี่ยวข้องสรรพคุณเหล่านี้ว่านำไปสู่ความงามก็ตาม

การแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอางฯ ได้จัดแบ่งเครื่องสำอางออกเป็น 3 ประเภทตามลำดับความเสี่ยงต่อการเกิดอันตราย หากผู้บริโภคใช้ไม่ถูกวิธี ได้แก่ เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ เครื่องสำอางควบคุม และเครื่องสำอางทั่วไป

1) เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ เป็นเครื่องสำอางที่มีความเสี่ยงสูงหากผู้บริโภคใช้เครื่องสำอางนั้นไม่ถูกวิธี จึงต้องมีการขึ้นทะเบียนตำรับเพื่อให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา พิจารณาความถูกต้อง เหมาะสม และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ก่อนจำหน่าย เครื่องสำอางในกลุ่มนี้ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดัดผม ย้อมผม ฟอกสีผม แต่งผมดำ ผลิตภัณฑ์ทำให้ขนร่วง ยาสีฟัน หรือ

น้ำยาบ้วนปากที่มีส่วนผสมของฟลูออไรด์ เป็นต้น เครื่องสำอางประเภทนี้ที่ฉลากจะต้องแสดงข้อความว่า "เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ" และมีเลขทะเบียนในกรอบ อย.

2) เครื่องสำอางควบคุม เป็นเครื่องสำอางที่มีความเสี่ยงรองลงมา การกักตุนแล้จึงลดระดับลงมาจากการขึ้นทะเบียน เป็นเพียงการจดแจ้งต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เท่านั้น เครื่องสำอางในกลุ่มนี้ได้แก่ ผ้าอนามัย ผ้าเย็น กระดาษเย็น แป้งฝุ่นโรยตัว แป้งน้ำ เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสารป้องกันแสงแดด เครื่องสำอางที่ผสมสารจัดรังแค เป็นต้น เครื่องสำอางประเภทนี้ที่ฉลากจะต้องแสดงข้อความว่า "เครื่องสำอางควบคุม"

3) เครื่องสำอางทั่วไป ได้แก่ เครื่องสำอางที่ไม่มีส่วนผสมของสารควบคุมพิเศษ หรือสารควบคุม เป็นเครื่องสำอางที่ผู้บริโภคมีโอกาสเกิดอันตรายจากการบริโภคได้น้อย ได้แก่ สบู่ แชมพู ครีมนวดผม แป้งทาหน้า ลิปสติก เจลแต่งผม น้ำหอม ครีมบำรุงผิว ดินสอเขียนคิ้ว บลัชออนแต่งแก้ม อายแชโดว์ เป็นต้น เครื่องสำอางประเภทนี้ต้องแสดงฉลากภาษาไทยให้ครบถ้วน

คุณลักษณะเครื่องสำอาง

ในการผลิตเครื่องสำอางมีลักษณะการเตรียมหรือการผลิตเหมือนกับการเตรียมหรือการผลิตยาแต่ในกรณีของการเตรียมเครื่องสำอางจะมีลักษณะที่เฉพาะเด่นชัดที่แตกต่างจากการผลิตยาอยู่ 3 ประการคือ

1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นหอมชวนดม
2. มีลักษณะสวยงาม ทั้งลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบรรจุหีบห่อ
3. ใช้งานได้ง่าย สะดวกต่อการพกพา เครื่องสำอางโดยทั่วไป จะต้องบอกคุณลักษณะของเครื่องสำอางนั้นๆ ไว้ ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เช่น ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ วิธีใช้ ข้อควรระวัง ภาชนะและการบรรจุ รวมถึงการทดสอบ การตรวจหาปริมาณ และการวิเคราะห์ต่างๆ

ประโยชน์ของเครื่องสำอาง

1. ช่วยตกแต่งให้ผิวดูเนียนและผุดผ่องขึ้น เช่น แป้งแต่งหน้า ดินสอเขียนคิ้ว ครีมต่างๆ
2. ช่วยทำความสะอาดรักษาอนามัยและสุขภาพผิวของปากและฟัน เช่น สบู่และยาสีฟัน
3. ช่วยกลบเกลื่อนให้แลดูเป็นธรรมชาติ เช่น กลบฝ้าและไฝต่างๆ
4. ช่วยตกแต่งทรงผมให้อยู่ทรง และสวยงามตามที่ต้องการ
5. ช่วยทำให้สบายผิว แก่ความอับชื้น เช่น แป้งฝุ่นโรยตัว
6. ทำให้จิตใจสดชื่น รู้สึกผ่อนคลาย เนื่องจากกลิ่นหอมของเครื่องสำอาง

เครื่องสำอางสมุนไพร

"เครื่องสำอางสมุนไพร" มีความหมายเป็นที่เข้าใจ และทราบกันโดยทั่วไปว่าหมายถึงเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสมุนไพร ไม่ว่าจะเป็นจากพืช สัตว์ หรือแร่ และครอบคลุมถึงรูปแบบต่างๆ เริ่มตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยสมุนไพรทั้งหมด เช่น ผลขัดหน้า ขัดผิว หรือกึ่งสมุนไพร เช่น แชมพูสมุนไพรต่างๆ หรือที่มีส่วนผสมของสารสกัดจากสมุนไพร เช่น โลชั่น หรือครีมบำรุงผิว

ในสมัยโบราณการนำสมุนไพรมาใช้สำหรับเป็นเครื่องประพรมผิวเสริมความงาม ก็มีการตระเตรียมกันเฉพาะครั้งเท่านั้น ไม่มีการนำมาผลิตในรูปอุตสาหกรรมเช่นในปัจจุบัน ที่มีการประยุกต์โดยการนำสมุนไพรมาบรรจุในบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย สมุนไพรบางชนิดจึงจำเป็นต้องบรรจุในปริมาณไม่มากนัก เพื่อให้สมุนไพรคงสภาพเดิมอยู่ได้ และป้องกันการเกิดจุลินทรีย์จากการสัมผัสกับอากาศ ทำให้ปลอดภัยต่อผู้ใช้

สารธรรมชาติบางชนิดมีคุณค่ามากกว่าสารสังเคราะห์ เช่น น้ำมันหอมระเหย น้ำมันที่สกัดจากพืชสมุนไพรต่างๆ เพราะมีคุณสมบัติชอบน้ำ (Hydrophilic) จึงสามารถซึมเข้าสู่ผิวหนังได้ดี และยังมีส่วนประกอบของสารสำคัญอื่นๆ ในน้ำมันธรรมชาติเหล่านี้ เช่น วิตามินต่างๆ ฮอโมนกลุ่ม Phytoestrogens และแร่ธาตุบางชนิดด้วย

การเก็บรักษาเครื่องสำอางสมุนไพรนั้น ควรเก็บในอุณหภูมิปกติ ในที่ที่ไม่โดนแสงแดด และไม่อับชื้น เพื่อป้องกันการเสื่อมสภาพ และการก่อตัวของจุลินทรีย์ในสมุนไพร เครื่องสำอางสมุนไพรนั้นดูแลรักษาง่ายจึงไม่จำเป็นต้องเก็บไว้ในตู้เย็น เครื่องสำอางสมุนไพรแต่ละชนิดมีอายุการใช้งานยาวนานไม่เท่ากัน หากยังไม่สัมผัสอากาศสามารถเก็บไว้ได้ 1-3 ปี ขึ้นอยู่กับเครื่องสำอางแต่ละประเภท แต่หากมีการเปิดใช้ได้สัมผัสอากาศแล้ว ก็จะมีอายุการใช้งานเพียง 2-6 เดือน ตามแต่ประเภทของสมุนไพร

การแพ้เครื่องสำอาง

เครื่องสำอางที่ถือว่ามีอัตราทำให้เกิดผลข้างเคียงสูง ได้แก่ น้ำยายัดผม ครีมทำให้ผิวขาว ครีมรักษาฝ้า น้ำยาหรือครีมขัดขูดขน ส่วนที่มีอัตราทำให้เกิดผลข้างเคียงปานกลาง ได้แก่ น้ำยาดัดผม น้ำยาย้อมผม ครีมบำรุงผม มาส์คหน้า ครีมแก้สิว ครีมรองพื้น ลิปสติก น้ำยาทำความสะอาดอวัยวะเพศ โฟมอาบน้ำ ยากันแดด ยาระงับกลิ่นตัว และยาลดเหงื่อ

สาเหตุสำคัญของการแพ้ สาเหตุที่ทำให้เกิดการแพ้มีหลายชนิด แต่ผมขอพูดถึงเพียงแค่ 2 ตัวที่พบบ่อยคือ น้ำหอม (fragrance) ในปัจจุบันมีมากกว่า 5,000 ชนิด ที่ใช้ในเครื่องสำอางคำว่า "น้ำหอม"

นี้ไม่ใช่หมายความว่า น้ำหอมที่เป็นสเปรย์ฉีดเท่านั้นนะครับ แต่ยังหมายถึงน้ำหอมที่ใส่ลงไปในครีมบำรุงผิว สบู่ แชมพู ต่างๆ ด้วย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีกลิ่นหอมน่าใช้ คนที่แพ้ น้ำหอมควร

ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็น "fragrance-free" หรือ "without perfume" ไม่ควรใช้ชนิด "unscented" เพราะยังอาจมีน้ำหอมอยู่เล็กน้อยได้ นอกจากนี้ น้ำหอมบางชนิดยังอาจทำให้เกิดการแพ้ได้เวลาโดนแสงแดดเท่านั้น แต่ถ้าไม่โดนแดดก็ไม่ใช่ไร

สารกันบูด (preservatives) เป็นสารที่พบบ่อยอีกตัวหนึ่งที่ทำให้เกิดการแพ้ สารดังกล่าวใส่เพื่อไม่ให้เครื่องสำอางเสีย ซึ่งในความเป็นจริงจึงเป็นไปได้ยากที่เครื่องสำอางจะไม่ใช้สารกันบูด เช่น บริษัทบางแห่งโฆษณาว่า เครื่องสำอางของตนเป็นชนิด preservative-free แต่เมื่อดูรายละเอียดพบว่าผสม วิตามินอี ซึ่งเขาบอกว่าเป็นสารที่ช่วยบำรุงผิวแต่โดยความจริงแล้ว วิตามินอีก็ทำหน้าที่เป็นสารกันบูดชนิดหนึ่งด้วย (antioxidant)

ส่วนคำว่า "hypoallergic" หรือ "แพ้ น้อย" นั้นปัจจุบันผมถือว่าเป็นภาษาทางการตลาด (marketing) เพราะแทบจะไม่มี ความหมายอะไรเลย ผลิตภัณฑ์บางอย่างที่เขียนว่า hypoallergic ผมหยิบขึ้นมาดมดูกลิ่นน้ำหอมแรงมาก!!? ดังนั้นคุณๆ ผู้บริโภคในโลกปัจจุบันคงต้องมีความรู้เท่าทันพอสมควรโดยเฉพาะคนไทย เพราะเวลาซื้อเครื่องสำอางแล้วไม่พอใจไม่สามารถเปลี่ยนได้บางชนิดบอกว่าเปลี่ยนได้ แต่กว่าจะยอมก็ชักถามอย่างกับเราเป็นจำเลย เสียทั้งเวลา เสียทั้งอารมณ์ ไม่คุ้มเหนื่อยครับ แต่สมัยที่ผมไปเรียนต่อที่ อเมริกาเราสามารถเปลี่ยนได้เลยโดยคนขายจะไม่ชักถามมากมาย ผมมีคนใช้สิงคโปร์เล่าว่าที่สิงคโปร์ก็เหมือนเมืองไทยที่ยังเปลี่ยนไม่ได้ "We're still Asian "

1.5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสมุนไพร

สมุนไพรไทยนี้มีค่ามาก	พระเจ้าอยู่หัวทรงฝากให้รักษา
แต่ปู่ย่าตายายใช้กันมา	ควรดูแลสุขภาพรู้ค่าใช้สืบไป
เป็นเอกลักษณ์ของชีวิตควรรักษา	วิจัยยาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม
รู้ประโยชน์รู้คุณโทษสมุนไพร	เพื่อคนไทยอยู่รอดตลอดกาล..."

คำว่า สมุนไพร ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 หมายถึง พืชที่ใช้ ทำเป็นเครื่องยา สมุนไพรกำเนิดมาจากธรรมชาติและมีความหมายต่อชีวิตมนุษย์โดยเฉพาะ ในทางสุขภาพ อันหมายถึงทั้งการส่งเสริมสุขภาพและการรักษาโรค ความหมายของยาสมุนไพรในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ได้ระบุว่า ยาสมุนไพร หมายความว่า ยาที่ได้จากพฤกษชาติสัตว์ หรือแร่ธาตุซึ่งมิได้ผสมปรุงหรือแปรสภาพ เช่น พืชก็ยังเป็นส่วนของราก ลำต้น ใบ ดอก ผล ฯลฯ ซึ่งมิได้ผ่านขั้นตอนการแปรรูปใด ๆ แต่ในทางการค้า สมุนไพร มักจะถูกดัดแปลงในรูปแบบต่าง ๆ เช่น

ถูกหันให้เป็นชิ้นเล็กลงบดเป็นผงละเอียด หรืออัดเป็นแท่งแต่ในความรู้สึกของคนทั่วไปเมื่อกล่าวถึงสมุนไพร มักนึกถึงเฉพาะต้นไม้ที่นำมาใช้เป็นยาเท่านั้น

สมุนไพร หมายถึง พืชที่มีสรรพคุณในการรักษาโรคหรืออาการเจ็บป่วยต่าง ๆ การใช้สมุนไพรสำหรับรักษาโรค หรืออาการเจ็บป่วยต่างๆ นี้ จะต้องนำเอาสมุนไพรตั้งแต่สองชนิดขึ้นไป มาผสมรวมกันซึ่งจะเรียกว่า "ยา" ในตำรับยา นอกจากพืชสมุนไพรแล้วยังอาจประกอบด้วยสัตว์ และแร่ธาตุอีกด้วยเราเรียกพืช สัตว์ หรือแร่ธาตุที่เป็นส่วนประกอบของยานี้ว่า "เภสัชวัตถุ" พืชสมุนไพรบางชนิด เช่น เร่ว กระวาน กานพลูและจันทร์เทศ เป็นต้น เป็นพืชที่มีกลิ่นหอมและมีรสเผ็ดร้อนใช้เป็นยาสำหรับขับลม แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ พืชเหล่านี้ถ้านำมาปรุงอาหารเราจะเรียกว่า "เครื่องเทศ" ในพระราชบัญญัติยาฉบับที่ 3 ปีพุทธศักราช 2522 ได้แบ่งยาที่ได้จากเภสัชวัตถุนี้ไว้เป็น 2 ประเภทคือ

1. ยาแผนโบราณ หมายถึง ยาที่ใช้ในการประกอบโรคศิลปะแผนโบราณหรือในการบำบัดโรคของสัตว์ ซึ่งมีปรากฏอยู่ในตำรายาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศ หรือยาที่รัฐมนตรีประกาศให้เป็นยาแผนโบราณ หรือได้รับอนุญาตให้ขึ้นทะเบียนตำรับยาเป็นยาแผนโบราณ

2. ยาสมุนไพร หมายถึง ยาที่ได้จากพืช สัตว์ หรือแร่ธาตุที่ยังมิได้ผสมปรุงหรือแปรสภาพสมุนไพรนอกจากจะใช้เป็นยาแล้ว ยังใช้ประโยชน์เป็นอาหาร ใช้เตรียมเป็นเครื่องดื่ม ใช้เป็นอาหารเสริม เป็นส่วนประกอบในเครื่องสำอาง ใช้แต่งกลิ่น แต่งสีอาหารและยา ตลอดจนใช้เป็นยาฆ่าแมลงอีกด้วย ในทางตรงกันข้าม มีสมุนไพรจำนวนมากที่มีพิษถ้าใช้ไม่ถูกวิธีหรือใช้เกินขนาดจะมีพิษถึงตายได้ ดังนั้นการใช้สมุนไพรจึงควรใช้ด้วยความระมัดระวังและใช้อย่างถูกต้อง ปัจจุบันมีการตื่นตัวในการนำสมุนไพรมาใช้พัฒนาประเทศมากขึ้น สมุนไพรเป็นส่วนหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงสาธารณสุขได้ดำเนิน โครงการ สมุนไพรกับสาธารณสุขมูลฐาน โดยเน้นการนำสมุนไพรมาใช้บำบัดรักษาโรคใน สถานบริการสาธารณสุขของรัฐมากขึ้น และส่งเสริมให้ปลูกสมุนไพรเพื่อใช้ภายในหมู่บ้านเป็นการสนับสนุนให้มีการใช้สมุนไพรมากยิ่งขึ้น อันเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยประเทศชาติ ประหยัดเงินตราในการสั่งซื้อยาสำเร็จรูปจากต่างประเทศได้ปีละเป็นจำนวนมาก

สมุนไพร หมายถึง "พืชที่ใช้ทำเป็นเครื่องยา" ส่วน ยาสมุนไพร หมายถึง "ยาที่ได้จากส่วนของพืช สัตว์ และแร่ ซึ่งยังมิได้ผสมปรุง หรือ แปรสภาพ" ส่วนการนำมาใช้ อาจดัดแปลงรูปลักษณะของสมุนไพรให้ใช้ได้สะดวกขึ้น เช่น นำมาหั่นให้มีขนาดเล็กลง หรือ นำมาบดเป็นผงเป็นต้นมีแต่พืชเพียงอย่างเดียวหาไม่ได้เพราะยังมีสัตว์และแร่ธาตุอื่นๆอีกสมุนไพร ที่เป็นสัตว์ได้แก่ เขา หนัง กระดูก ดี หรือเป็นสัตว์ทั้งตัวก็มี เช่น ตู๊ก แก่ ไล่เดือน ม้า น้ำ ฯลฯ "พืชสมุนไพร" นั้นตั้งแต่โบราณก็ทราบกันดี

ว่ามีคุณค่าทางยามากมายซึ่ง เชื่อกันอีกด้วยว่าต้นพืชต่างๆ ก็เป็นพืชที่มีสารที่เป็นตัวยาด้วยกัน ทั้งสิ้นเพียงแต่ว่าพืชชนิดไหนจะมีคุณค่าทางยามากน้อยกว่ากันเท่านั้น

"พืชสมุนไพร" หรือวัตถุดิบนี้ หรือตัวยาสมุนไพรนี้ แบ่งออกเป็น 5 ประการ

1. รูป ได้แก่ ใบไม้ ดอกไม้ เปลือกไม้ แก่นไม้ กระพี้ไม้ รากไม้ เมล็ด
2. สีมองแล้วเห็นว่าเป็นสีเขียวใบไม้ สีเหลือง สีแดง สีส้มสีม่วง สีน้ำตาล สีดำ
3. กลิ่น ให้รู้ว่ามีรสกลิ่น หอม เหม็น หรือกลิ่นอย่างไร
4. รส ให้รู้ว่ามีรสอย่างไร รสจืด รสฝาด รสขม รสเค็ม รสหวาน รสเปรี้ยว รสเย็น
5. ชื่อ ต้องรู้ว่ามีชื่ออะไรในพืชสมุนไพรนั้นๆ ให้รู้ว่าเป็นอย่างไร ข่า เป็นอย่างไร ใบ ชีเหล็กเป็นอย่างไร

สมุนไพรเพื่อความงาม

หากพูดถึง "ความงาม" แล้ว คุณผู้หญิงหรือท่านผู้ชายก็คงจะไม่ปฏิเสธว่าเป็นเรื่องทีละเอียดอ่อน และมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าปัจจัยอื่นในการดำรงชีวิต แต่ถ้าเราจะมองกันไปแล้ว "ความงาม" นั้นจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อตัวของเรามีสุขภาพจิตและสุขภาพกายดี ไม่มีโรคภัยไข้เจ็บมาเบียดเบียน โดยปกติสุขภาพจะดีมาาก-น้อยเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อม การรับประทานอาหาร และการดำรงชีวิตอย่างปกติสุข เมื่อร่างกายกินได้ ถ่ายคล่อง ผิวพรรณดี และสุขภาพแจ่มใส "ความงาม" ก็จะมีเกิดขึ้นได้อย่างไม่ต้องสงสัย

สมุนไพรเพื่อความงามสำหรับผิวหน้า ใบหน้า คือ ด่านแรกที่เป็นเสน่ห์ดึงดูดใจของผู้พบเห็น แต่หลายๆคนกำลังประสบปัญหาผิวหน้าไม่เรียบสวย เพราะเมดสิวลและรอยแห้งกร้านด้วยจุดดำดำของกระและฝ้า จนต้องเสียเงินทองมากมายเพื่อเข้าสถานเสริมความงาม หรือหาซื้อยามารักษา จึงอยากแนะนำให้ใช้สมุนไพรพืชผักและผลไม้ที่มีอยู่ทั่วไป แต่มีคุณประโยชน์มากมายทั้งวิตามิน แร่ธาตุ และสารบำรุงผิวธรรมชาติที่ช่วยดูแลผิวพรรณให้ชุ่มชื้นผ่องใสอ่อนไวอยู่เสมอ

สมุนไพรเพื่อความงามสำหรับผิวกาย

ผิวกายจะเปล่งปลั่งนุ่มนวลไร้รอยกร้าน และรอยหมองคล้ำ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น อาหารการกิน การออกกำลังกาย และยังมีการถนอมผิว บำรุงผิวอีกหลายรูปแบบ สมุนไพรพื้นๆ ที่มีอยู่ทั่วไปเอามาใช้บำรุงผิว ซึ่งได้ผลเป็นอย่างดีจึงอยากบอกต่อ รับรองว่าผิวคุณจะสวยขึ้นแน่นอน

สมุนไพรรักษาอาการสำหรับเส้นผม

ทรงผมหรือเส้นผมเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพให้ดูดีขึ้นได้ สิ่งที่ต้องคำนึงใน การดูแลเส้นผม ได้แก่ อาหารจำพวกโปรตีนที่ได้จากเนื้อ นม ไข่ ฯลฯ และวิตามิน A,C,E,B5 ที่ได้ จากผลไม้ต่างๆและธัญพืช จำพวกถั่ว งา ข้าวกล้อง ข้าวโอ๊ต ข้าวบาร์เลย์ ฯลฯ

ปัจจุบันมีผู้พยายามศึกษาค้นคว้าเพื่อพัฒนาสมุนไพรรักษาให้สามารถนำมาใช้ในรูปแบบที่ สะดวกยิ่งขึ้น เช่น นำมาบดเป็นผงบรรจุแคปซูล ตอกเป็นยาเม็ด เตรียมเป็นครีมหรือยาขี้ผึ้งเพื่อใช้ ทาภายนอก เป็นต้น ในการศึกษาวิจัยเพื่อนำสมุนไพรมานำมาใช้เป็นยาแผนปัจจุบันนั้น ได้มีการวิจัย อย่างกว้างขวาง โดยพยายามสกัดสารสำคัญจากสมุนไพรรักษาเพื่อให้ได้สารที่บริสุทธิ์ ศึกษาคุณสมบัติ ทางด้านเคมี พิสูจน์ฤทธิ์ของสารเพื่อให้ทราบว่าเป็นสารชนิดใด ตรวจสอบฤทธิ์ด้านเภสัชวิทยาใน สัตว์ทดลองเพื่อดูว่าได้ผลดีในการรักษาโรคหรือไม่เพียงใด ศึกษาความเป็นพิษและผลข้างเคียงเมื่อ พบว่าสารชนิดใดให้ผลในการรักษาที่ดี โดยไม่มีพิษหรือมีพิษข้างเคียงน้อยจึงนำสารนั้นมาเตรียม เป็นยา รูปแบบที่เหมาะสมเพื่อทดลองใช้ต่อไป

โทษและอันตรายจากการใช้ยาสมุนไพรรักษา

สมุนไพรรักษา นอกจากจะมีประโยชน์ในการรักษาโรคภัยไข้เจ็บแล้ว ในทางตรงกันข้าม ถ้าใช้ ไม่ถูกต้องก็อาจมีโทษและอันตรายได้เช่นกัน อันตรายจากสมุนไพรรักษา นั้นอาจแยกออกเป็น 3 ประการ คือ

ประการที่หนึ่ง อันตรายที่เกิดจากโรคที่ขาดการรักษาเช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน หรือโรคหืด ซึ่งการแพทย์ปัจจุบันยังไม่สามารถรักษาให้หายขาดได้ การให้ยานั้นเพื่อ บรรเทาอาการและป้องกันโรคแทรกซ้อนที่อาจจะเกิดขึ้น ถ้าไม่เข้าใจเกี่ยวกับโรคที่ถูกต้องอาจจะ เบื่อก็เลยหยุดยา แล้วรักษาด้วยสมุนไพรรักษา มียาสมุนไพรรักษาหลายชนิดที่อาจจะไม่มีประสิทธิภาพในการ รักษาโรค นอกจากนั้นโรคที่ท่านเป็นอยู่บางครั้งก็อาจจะไม่มีอาการเด่นชัด ทำให้เข้าใจผิดคิดว่าโรค หายแล้วก็จะเลยกับการรักษาที่ถูกต้อง นานๆ ไปโรคเดิมอาจจะกำเริบขึ้น เป็นความดันโลหิตสูง มากๆ ไม่ได้รักษาก็อาจจะทำให้เส้นเลือดแตกในสมองเป็นอัมพฤกษ์อัมพาตได้

ประการที่สอง เป็นอันตรายที่เกิดจากฤทธิ์ของสมุนไพรรักษาโดยตรง มีสมุนไพรรักษาหลายชนิดที่มี สารเคมีที่เป็นพิษร้ายแรง ถ้าได้รับเข้าไปจะทำให้เกิดอาการจากพิษของสารชนิดนั้นๆ ยกตัวอย่าง เช่น มะเกลือ (มะเกลือเป็นไม้ยืนต้นขนาดกลาง) เป็นที่ทราบกันมานานแล้วว่าผลมะเกลือมีสารเคมี ที่สำคัญหลายชนิดที่มีสรรพคุณในการขับถ่ายพยาธิ ตำรับยากลางบ้านได้แนะนำให้ใช้ผลมะเกลือ สดตำคั้นผสมกะทิ ได้มีรายงานผู้ป่วยหลายรายที่ได้รับพิษจากมะเกลือ ผู้ป่วยมีอาการไข้ อาเจียน

ท้องเดิน หลังจากนั้นจะมีอาการตามัว ตามองไม่เห็น ตาบอดได้ จากการศึกษาวิจัยพบว่า ผลมะเกลือที่แก่เต็มที่จนมีสีดำนั้น อาจจะมีสาร naphthalene ซึ่งเป็นพิษต่อประสาทตาโดยตรง

2. เอกสารเกี่ยวกับการออกแบบ

ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ เราสามารถพบเห็นสิ่งต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็น ธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุต่าง ๆ หรือแม้แต่กิจวัตรประจำวันหรือวิถีชีวิตของผู้คน สิ่งทีกล่าวนั้นให้ความรู้สึก จิตวิญญาณทางจิตใจงานที่ถูกสร้างสรรค์โดยมนุษย์ เกิดจากจินตนาการ และสิ่งที่สามารถพบเจอ มีผู้ให้ความหมายของศิลปะไว้หลากหลายตามทัศนะคติ ดังนี้

ศิลปะคือผลแห่งความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่แสดงออกมาในรูปแบบต่างๆ ให้ปรากฏซึ่ง สุนทรียภาพ ความประทับใจ หรือความสะเทือนอารมณ์ ความอัจฉริยภาพ พุทธิปัญญา ประสพการณ์ รสนิยมและทักษะของแต่ละคน เพื่อความพอใจ ความรื่นรมย์ขนบธรรมเนียม จารีต ประเพณีหรือความเชื่อทางศาสนา (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2530)

ศิลปะ คือ ผลงานการสร้างสรรค์รูปลักษณ์แห่งความพึงพอใจขึ้นมา และรูปลักษณ์ก่อให้เกิดอารมณ์ รู้สึกในความงาม อารมณ์รู้สึกในความงามนั้นจะเป็นที่พึงพอใจได้ก็ต่อเมื่อประสาทสัมผัสของเรา ชื่นชมในเอกภาพ หรือความประสมกลมกลืนกันในความสัมพันธ์อันมีระเบียบแบบแผน (Herbert Read, 1959)

ศิลปะ คือ สิ่งที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้น เพื่อแสดงออกซึ่งอารมณ์ ความรู้สึกสติปัญญา ความคิดและ/หรือความงาม (ชลุด นิยมเสมอ, 2534)

ศิลปะ เป็นผลงานที่เกิดจากการแสดงออกของอารมณ์ ปัญญา และทัศนคติ รวมทั้งทักษะความชำนาญ ชำนาญของมนุษย์ การสร้างสรรค์งานศิลปะในปัจจุบันมีแนวโน้มไปในทางการสร้างสรรค์ และการแสดงออกของอารมณ์และความคิด ดังนั้น งานศิลปะนั้นอย่างน้อยที่สุดควรก่อให้เกิดอารมณ์ และ ความคิดสร้างสรรค์ กล่าวคือ เป็นงานที่สื่อให้ผู้ชมเกิดจินตนาการ นอกจากนั้น งานศิลปะที่ดีควรมีคุณค่าทางความงาม ซึ่งเกิดจากการใช้องค์ประกอบของสุนทรียภาพ (วิรัตน์ พิชญ์ไพญฺล, 2524)

2.1 หลักการออกแบบ (Design)

การออกแบบ(Design)หมายถึงการถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงานที่ผู้อื่นสามารถมองเห็นรับรู้หรือสัมผัสได้เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกันโดยมีความสำคัญอยู่หลายประการอาจถือได้ว่าการออกแบบคือการวางแผนการทำงานก็ได้ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจตรงกันอย่างชัดเจนอาจกล่าวได้ว่าผลงานออกแบบคือตัวแทนความคิดของผู้ออกแบบได้ทั้งหมดนั่นเอง

1. ในแง่ของการวางแผนการทำงาน งานออกแบบจะช่วยให้การทำงานเป็นไปตามขั้นตอน อย่างเหมาะสม และประหยัดเวลา ดังนั้นอาจถือว่าการออกแบบ คือ การวางแผนการทำงานก็ได้

2. ในแง่ของการนำเสนอผลงาน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจตรงกันอย่างชัดเจน ดังนั้น ความสำคัญในด้านนี้ คือ เป็นสื่อความหมายเพื่อความเข้าใจ ระหว่างกัน

3. เป็นสิ่งที่อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับงาน งานบางประเภทอาจมีรายละเอียดมากมายซับซ้อน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้อง และผู้พบเห็นมีความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า ผลงานออกแบบ คือ ตัวแทนความคิดของผู้ออกแบบได้ทั้งหมด

4. แบบ จะมีความสำคัญอย่างที่สุด ในกรณีที่ นักออกแบบกับผู้สร้างงานหรือผู้ผลิตเป็นคนละคนกัน เช่น สถาปนิกกับช่างก่อสร้าง นักออกแบบกับผู้ผลิตในโรงงาน หรือถ้าจะเปรียบไปแล้ว นักออกแบบก็เหมือนกับคนเขียนบทละครนั่นเอง แบบ เป็นผลงานจากการออกแบบ เป็นสิ่งที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์และฝีมือของ นักออกแบบ แบบมีอยู่หลายลักษณะ ดังนี้ คือ

นักออกแบบมีอยู่หลายลักษณะ ดังนี้ คือ

1.เป็นภาพวาดลายเส้น (drawing) ภาพระบายสี (Painting) ภาพถ่าย (Pictures) หรือแบบร่าง(Sketch) แบบที่มีรายละเอียด(Draft) เช่น แบบก่อสร้างภาพพิมพ์(Printing) ฯลฯ ภาพต่าง ๆ ใช้แสดงรูปลักษณะของงาน หรือแสดงรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับงาน ที่เป็น 2 มิติ

2. เป็นแบบจำลอง (Model) หรือของจริง เป็นแบบอีกประเภทหนึ่งที่ใช้แสดงรายละเอียดของงานได้ชัดเจนกว่าภาพต่าง ๆ เนื่องจากมีลักษณะเป็น 3 มิติ ทำให้สามารถเข้าใจในผลงานได้ดีกว่า นอกจากนี้ แบบจำลองบางประเภทยังใช้งานได้เหมือนของจริงอีกด้วยจึงสมารถใช้ในการทดลอง และทดสอบการทำงาน เพื่อหาข้อบกพร่องได้

2.2 ส่วนประกอบของการออกแบบ (Element of design)

ทัศนธาตุ (Visual element) สิ่งที่เป็นปัจจัยของการได้เห็น ได้แก่ เส้น น้ำหนัก ที่ว่าง สี รูปทรง และเนื้อหาส่วนประกอบของการออกแบบ หรือ ทัศนธาตุ หมายถึงส่วนประกอบสำคัญพื้นฐานของการสร้างผลงานทางทัศนศิลป์นั้น คือส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดผลงานทางด้าน จิตรกรรม (Painting) ประติมากรรม (Sculpture) และการออกแบบสถาปัตยกรรม (architecture) (วุฒิมิกรรม วัฒนลิน, 2539, หน้า 40)

ทัศนธาตุประกอบด้วยพื้นฐานดังต่อไปนี้

1. จุด (Dot)
2. เส้น (Line)
3. รูปร่างรูปทรง (SHAPE & FORM)
4. มวลและปริมาตร (Mass and Volume)
5. ลักษณะผิว (Texture)
6. บริเวณว่าง (Space)
7. สี (Color)
8. น้ำหนักสี (Values)

1. จุด Point

จุดหมายถึงรอยกดจุดแต่มีลักษณะกลมมีขนาดที่แตกต่างกันจุดจัดว่าเป็นส่วนประกอบที่เล็กที่สุดเป็นพื้นฐานเบื้องต้นและสำคัญยิ่งในการออกแบบทุกชนิดจุดเมื่อเรียงต่อกันในตำแหน่งที่เหมาะสมแล้วซ้ำๆกันทำให้เห็นเป็นเส้นรูปร่างรูปทรงลักษณะผิวและการออกแบบได้

ลักษณะของจุดแบ่งได้ 2 ประเภทคือ

1. จุดที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติได้แก่จุดในลายของพืชเช่นลำต้นใบดอกผลจุดในลายของสัตว์เช่นแมวสุนัขวางเสื่อ ฯลฯ
2. จุดที่มนุษย์สร้างขึ้นได้แก่การกดจุดแต่มีจุดด้วยวัสดุอุปกรณ์ต่างๆเช่นดินสอพากกา พู่กันวัสดุปลายแหลมหรือเครื่องมืออื่น

ถือว่าเป็นส่วนประกอบที่เล็กที่สุด ที่จะเริ่มต้น ไปสู่ส่วนอื่น ๆ จึงเป็นจุดที่มีมวล (mass) และมีปริมาตร ได้ด้วย จะมีขนาดเล็กหรือใหญ่ ก็ได้ การใช้จุด ก็เพื่อบอกถึงความต่อเนื่อง เชื่อมโยง การเน้นนำสายตา หรือจะใช้เน้น ให้เกิดความเด่น ขององค์ประกอบอื่น ๆ ก็ได้ จุดจะกำหนดตำแหน่งในที่ว่าง โดยความรู้สึกของเราแล้ว จุดไม่มีความยาว ความกว้าง และความลึก ฉะนั้นจุดจึงอยู่นิ่ง ไม่มีการเคลื่อนไหว (static) ไม่มีทิศทาง และเป็นศูนย์กลาง (centralized)

2. เส้น (Line)

เส้นหมายถึงจุดหลายๆจุดเรียงติดต่อกันและเคลื่อนไหวในบริเวณว่างบนแผ่นระนาบตามทิศทางที่ผู้ลากเส้นต้องการเส้นอาจเกิดจากการลากชุดขีดเขียนด้วยดินสopakกาพู่กันแปรง เมื่อนำเส้นมาประกอบกันก็จะเกิดเป็นรูปร่างรูปทรงบอกความเคลื่อนไหวและทิศทางได้เส้นแบ่งออกเป็นหลายชนิดให้ความรู้สึกทางอารมณ์ดังต่อไปนี้

- เส้นตรง [Straight Line] ให้ความรู้สึกแข็งแรงแน่นอนถูกต้องรุนแรงเด็ดเดี่ยว
- เส้นฉาก [Vertical Line] หรือเรียกว่าเส้นแนวตั้งให้ความรู้สึกมั่นคงแข็งแรงสง่างาม
- เส้นแนวนอน [Horizontal Line] หรือเส้นระดับให้ความรู้สึกสงบราบเรียบกว้าง
- เส้นเฉียง [Diagonal Line] หรือเส้นทะแยงให้ความรู้สึกไม่มั่นคงไม่แน่นอนเคลื่อนไหว
- เส้นซิกแซก [Zigzag Line] หรือเส้นหยักให้ความรู้สึกสับสนไม่แน่นอนเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
- เส้นโค้ง [Curved Line] หรือเส้นวงกลมให้ความรู้สึกอ่อนโยนนิ่มนวลละมุนละไม

3. รูปร่างรูปทรง (SHAPE & FORM)

รูปร่าง (SHAPE) หมายถึงคุณลักษณะเกิดจากเส้นรอบนอกบนแผ่นระนาบมี

ลักษณะ 2 มิติ รูปร่างแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. รูปร่างตามธรรมชาติ (NATURAL SHAPE) คือรูปร่างที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่เรามองเห็นมีลักษณะ 2 มิติเช่นใบไม้ปีกผีเสื้อ เป็นต้น
2. รูปร่างเรขาคณิต [GEOMETRICAL SHAPE] คือรูปร่างที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นมาเป็นลักษณะ 2 มิติเช่นรูปสี่เหลี่ยมสามเหลี่ยมวงกลม เป็นต้น
3. รูปร่างอิสระ [FREE SHAPE] คือรูปร่างจากธรรมชาติหรือจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์โดยดัดแปลงดัดทอนลักษณะไม่เหมือนจริงให้เกิดความแปลกใหม่ขึ้น

รูปทรง (FORM) หมายถึงคุณลักษณะที่เกิดจากเส้นรอบนอก [out line] ของวัตถุที่เรามองเห็นเป็น 3 มิติมีความกว้างยาวและหนา(ลึก) รูปทรงมี 3 ลักษณะ

1. รูปทรงตามธรรมชาติเกิดขึ้นมาเองเช่นต้นไม้คนสัตว์
2. รูปทรงเรขาคณิตมนุษย์เป็นคนสร้างขึ้นมาเช่นรูปทรงกลมรูปทรงสี่เหลี่ยม
3. รูปทรงอิสระเกิดขึ้นมาเองตามธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้นมาโดยดัดแปลงดัด

ทอนเพิ่มเติมทำให้เกิดเหมือนจริงและไม่เหมือนจริงโดยสร้างสรรค์ผลงานขึ้นมาใหม่

4. มวลและปริมาตร (Mass and Volume)

มวล (Mass) หมายถึง เนื้อทั้งหมดของสสารและวัตถุต่าง ๆ เช่น พุ่มไม้ ก็คือพื้นที่ภายในทรงพุ่มทั้งหมด มวลของหิน คือเนื้อที่แข็งแกร่งของหิน

ปริมาตร (Volume) เมื่อระนาบเคลื่อนที่ในทิศทางต่างๆจะเป็นปริมาตรซึ่งมีตำแหน่งในที่ว่างและล้อมรอบโดยระนาบการกำหนดมวลและปริมาตร มักจะถูกเรียกกลับไปกับเรื่องของเนื้อที่และปริมาณ

5. ลักษณะผิว (Texture)

ผิวหมายถึงลักษณะส่วนนอกของวัตถุที่รับรู้ด้วยการสัมผัสด้วยตาและทางร่างกาย อาจแยกผิวได้ 2 ลักษณะคือ

1. ลักษณะผิวที่มองเห็น (Visual Texture) เป็นลักษณะผิวที่มองเห็นได้โดยเน้นด้านการมองเห็นเช่นลักษณะผิวเรียบผิวละเอียดผิวหยาบผิวขรุขระลักษณะผิวเหล่านี้เป็นผิวที่ได้จากกระบวนการสร้างสรรค์ทางศิลปะแม้เราเอามือสัมผัสก็ไม่มีความรู้สึกตอบสนองแต่อย่างใดเป็นผิวระนาบเรียบธรรมดาเท่านั้น

2. ลักษณะผิวสัมผัส (Tactile Texture) คือลักษณะผิวที่สัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสภายนอกที่รู้ว่าผิวเรียบผิวละเอียดผิวหยาบฯลฯ

6. บริเวณว่าง (Space)

อาจเกิดขึ้นโดยการกำหนดตำแหน่งในการจัดวางสิ่งของ ที่ว่างในแต่ละที่มีความแตกต่างกันออกไป เช่น ที่ว่างที่มีบริเวณกว้าง จะให้ความรู้สึกปลอดโปร่ง โล่งสบาย แต่ละบริเวณที่ว่างที่คับแคบนั้นจะให้ความรู้สึก คับแคบ อึดอัดไม่สบาย

1. ที่ว่าง 3 มิติ หมายถึงที่ว่างที่เกิดขึ้นจริงทางกายภาพ มีความกว้าง ความยาว ความหนา หรือความลึก ที่สัมผัสได้จริง
2. ที่ว่าง 2 มิติ หมายถึง ที่ว่างที่เกิดขึ้นจริงทางกายภาพ มีความกว้างและความยาวที่สัมผัส ได้จริง หรือที่ว่างระหว่างรูปทรงในงานจิตรกรรมที่มีได้แสดงความลึก

7. สี (Color)

สีในความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานหมายถึงลักษณะของแสงที่ปรากฏแก่สายตาเราให้เห็นเป็นขาวดำแดงเขียวฯลฯ ส่วนนักวิชาการทางทฤษฎีสีให้คำจำกัดความไว้ว่าสีคือคลื่นหรือความเข้มของแสงที่กระทบตาเราทำให้เรามองเห็นสีได้

สีช่วยให้งานออกแบบมีคุณค่าทำให้เกิดความกลมกลืนตัดกันเกิดแสง-เงาความคาบเกี่ยวรูปทรงบริเวณว่างการซ้ำซ้อนโปร่งใสให้ความรู้สึกใกล้-ไกลเคลื่อนไหวสีให้ความรู้สึกทางอารมณ์และความงามได้ดีที่สุด

แม่สี (Primary of colour)

ราว 5,000 ปีมาแล้วการสร้างสรรคงานศิลปะจะเกิดขึ้นจากความศรัทธาความเชื่อจึงทำให้การใช้สีเป็นไปตามจินตนาการด้วยความบังคาลใจตามธรรมชาติงานศิลปะจึงเป็นแบบสัญลักษณ์ (Symbolic) ศิลปะอียิปต์และจิตรกรรมไทยสมัยสากล

ต้นศตวรรษที่ 19 ดร.โทมัสยัง (Thomus young) ได้พบว่าในแสงสว่างนั้นประกอบด้วยแม่สี (Primary) 3 สีได้แก่สีแดงสีเขียวสีน้ำเงินม่วงเมื่อเอา 3 สีมาผสมกันตามสภาพของแสงสว่างที่เป็นสีแล้วจะเกิดอีก 3 สีคือ

- สีชมพูได้จากสีแดงทับกับแสงสีน้ำเงินม่วง
- สีเหลืองได้จากสีแดงทับกับแสงสีเขียว
- สีน้ำเงินได้จากแสงสีเขียวทับกับแสงสีน้ำเงินม่วง

แต่เมื่อเอาสีที่ได้ใหม่ 3 สีผสมทับกันก็กลายเป็นสีขาว

ในสมัยฟื้นฟูศิลปวิทยา (Renaissance) ได้มีการจัดระบบของสีเป็นระยะแรกเริ่มศิลปินได้แสดงลักษณะประจำตัวออกมาอย่างเด่นชัดเช่นผลงานของลีโอนาโดดา วินชี (Leonardo deviancy), ราฟาเอล (Raphael), ไมเคิลแองเจโล (Michael Angelo) เป็นการใช้สีตามความรู้สึกส่วนตัวของศิลปินแต่ละคนเลิกการใช้สีแบบสัญลักษณ์อย่างสมัยโบราณแสดงว่าระบบของสีเริ่มจากการแสดงความรู้สึกส่วนตัวก่อน

การศึกษาเรื่องสีจากฝ่ายต่างๆเมื่อรวบรวมเปรียบเทียบกันแล้วปรากฏว่าระบบของแม่สีตามทฤษฎีสีสากลดังนี้

แม่สีช่างเขียน (Artist colour) คือสีที่เกิดจากทดลองของนักเคมีที่นำเอาวัตถุธาตุมาสกัดเอาเนื้อสีทำเป็นแม่สีขึ้นเพื่อนำไปใช้ในงานวาดภาพระบายสีเรียกว่าแม่สีช่างเขียน

1. แม่สีช่างเขียนหรือสีขั้นที่ 1 (Primary Colour) มี 3 สีคือ
 - 1.1 สีเหลือง Yellow (Gamboge tint)
 - 1.2 สีแดง Red (Crimson lake)
 - 1.3 สีน้ำเงิน Blue (Prussian blue)
2. สีขั้นที่ 2 (Secondary Colour) คือสีที่ได้จากการผสมสีกันของสีขั้นที่ 1 มี 3 สีคือ
 - 2.1. สีเขียว (Green) เกิดจากสีเหลืองผสมกับสีน้ำเงิน

2.2 สีส้ม (orange) เกิดจากสีแดงผสมกับสีเหลือง

2.3 สีม่วง (Violet) เกิดจากสีแดงผสมกับสีน้ำเงิน

3. สีขั้นที่ 3 (Tertiary Colour) คือการนำสีขั้นที่ 1 และขั้นที่ 2 มาผสมกันทีละคู่จะได้สีเพิ่มอีก 6 สีคือ

3.1 สีเหลืองส้ม (Yellow-Orange) เกิดจากสีเหลืองผสมกับสีส้ม

3.2 สีแดงส้ม (Red-Orange) เกิดจากสีแดงผสมกับสีส้ม

3.3 สีม่วงแดง (Red-Violet) เกิดจากสีแดงผสมกับสีม่วง

3.4 สีม่วงน้ำเงิน (Blue-Violet) เกิดจากสีม่วงผสมกับสีน้ำเงิน

3.5 สีน้ำเงินเขียว (Blue-Green) เกิดจากสีเขียวผสมกับสีน้ำเงิน

3.6 สีเขียวเหลือง (Green-Yellow) เกิดจากสีเขียวผสมกับสีเหลือง

แม้นักฟิสิกส์ (Physicist) เป็นแม่สีทางแสงสว่าง (Spectrum) มีความเห็นว่าสีนั้นย่อมมีคลื่นแสงที่สามารถจับความถี่ของคลื่นได้ชัดเจนจึงกำหนดเป็นแม่สีไว้ 3 สีคือ

- สีแดง (Vermilion, แดงชาด)
- สีเขียว (Emerald green, เขียวมรกต)
- สีน้ำเงินม่วง (Indigo, ม่วงคราม)

แม้นักจิตวิทยา (Psychologist) เป็นแม่สีที่มีอิทธิพลต่ออารมณ์และจิตใจเมื่อมองเห็นแล้วเกิดความรู้สึกต่าง ๆ กันออกไปในวงการแพทย์ได้นำอิทธิพลของสีไปใช้ในการบำบัดรักษาคนไข้ในโรงพยาบาลและสถานพักฟื้นกระทั่งสถานประกอบการต่างๆซึ่งกำหนดไว้ 4 สีคือ

- สีแดง (Red)
- สีเหลือง (Yellow)
- สีเขียว (Green)
- สีม่วงคราม (Indigo)

แม้นักเคมี (Chemist) เป็นแม่สีวัตถุธาตุมีคุณสมบัติในตัวเป็นคุณลักษณะพิเศษซึ่งไม่มีสีใดผสมให้เป็นสีเหล่านั้นได้เรียกว่าสีแท้ (Hue) กำหนดแม่สีไว้ 3 สีคือ

- สีแดง (Crimson Lake แดงแท้แม่สีวัตถุธาตุ)
- สีเหลือง (Gamboge Yellow เหลืองแท้แม่สีวัตถุธาตุ)
- สีน้ำเงิน (Prussian น้ำเงินแท้แม่สีวัตถุธาตุ)

แม่สีนักศิลปะ (Artis) เป็นแม่สีวัตถุธาตุระบบเดียวกับแม่สีนักเคมีซึ่งเห็นว่ามันนอกจากสีของแสงสว่างแล้วยังมีแม่สีเป็นวัตถุธาตุจากธรรมชาติมันๆเกิดสีในตัวเองเมื่อเอาสีวัตถุธาตุ (Pigmentary) เหล่านี้มาผสมกันและกันก็จะเกิดสีอื่นๆได้อีกมากมายซึ่งกำหนดไว้ 3 สีได้แก่สีเดียวกันของนักเคมีซึ่งจัดว่าแม่สีนักเคมีเป็นระบบเดียวกัน

ระหว่างปลายศตวรรษที่ 18 ต่อดันศตวรรษที่ 19 ได้เกิดทฤษฎีสีของแปรังขึ้นเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าระบบสีของแปรัง (Prang Theory system) โดยนักเคมีชาวเยอรมันชื่อแปรังลงความเห็นว่ามีแม่สีวัตถุธาตุทั้ง 3 สีคือสีแดง สีเหลือง สีน้ำเงินเป็นแม่สีหลักที่ทำให้เกิดสีต่างๆขึ้นมาจำนวนมากสีแม่สีวัตถุธาตุจึงนับว่าสีขั้นที่ 1 หรือสีขั้นบรรทัดฐานที่นำไปสู่วงจสีธรรมชาติหรือวงจสีหรือวงล้อสีตามแต่ใครจะเรียก

สีขั้นที่ 1 Primary หรือสีวัตถุธาตุได้แก่

- สีแดง (Red) - สีเหลือง (Yellow) - สีน้ำเงิน (Blue)

สีขั้นที่ 2 Secondary คือเอาสีขั้นที่ 1 ผสมกันเป็นเปอร์เซ็นต์ที่เท่ากันครบทุกสีได้สี

- สีส้ม (Orange) - สีเขียว (Green) - สีม่วง (Violet)

สีขั้นที่ 3 Tertiary คือเอาสีขั้นที่ 1 กับขั้นที่ 2 ผสมกันครบทุกสีเท่าๆกันได้สี

- สีเขียวเหลือง (Yellow Green) - สีเขียวน้ำเงิน (Blue Green)
- สีม่วงน้ำเงิน (Blue Violet) - สีม่วงแดง (Red Violet)
- สีส้มแดง (Red Orange) - สีส้มเหลือง (Yellow Orange)

อักษรสัญลักษณ์ของสีขั้นที่ 1 ขั้นที่ 2 ขั้นที่ 3 ใช้ความหมายได้ดังนี้

สีขั้นที่ 1 อักษรสัญลักษณ์คือ R มี 3 สี ($P + P = S$)

สีขั้นที่ 2 อักษรสัญลักษณ์คือ S มี 3 สี ($P + S = T$)

สีขั้นที่ 3 อักษรสัญลักษณ์คือ T มี 6 สี

ต่อไปเมื่อเราเอาสีขั้นที่ 1 ทั้ง 3 สีกับสีขั้นที่ 2 อีก 3 สีและขั้นที่ 3 อีก 6 สีมาจัดลำดับวางตำแหน่งของกลุ่มสีลงในวงกลมจะได้ 12 สีหรือ 12 ตำแหน่งในวงกลมนั้นเราเรียกว่าวงล้อสีหมายถึงวงสีธรรมชาติโดยลำดับดังนี้

ลำดับสีในวงสีธรรมชาติ (Colour Wheel)

1. สีเหลือง Gamboge Yellow (เหลืองวัตถุธาตุ) P
2. สีเขียวเหลือง Yellow Green (เขียวอ่อน) T
3. สีเขียว Green (เขียวกลาง) S
4. สีเขียวน้ำเงิน Blue Green (เขียวแก่) T

16426670



สำนักหอสมุด

25 ต.ค. 2556

ป

5. สีน้ำเงิน Prussian Blue (น้ำเงินวัตถุธาตุ) P
 6. สีม่วงน้ำเงิน Blue Violet (ม่วงคราม) T
 7. สีม่วง Violet (ม่วงกลาง) S
 8. สีม่วงแดง Red Violet (ม่วงร้อน) T
 9. สีแดง Red Crimson Lake (แดงวัตถุธาตุ) P
 10. สีส้มแดง Red Orange (ส้มแก่หรือแสด) T
 11. สีส้ม Orange (ส้มกลาง) S
 12. สีส้มเหลือง Yellow Orange (ส้มอ่อน) T
- วรรณะของสี (Tone colour)

ในวงสีธรรมชาติทั้ง 12 สีแบ่งออกเป็น 2 พวกๆละ 6 สีซึ่งอยู่คนละซีกมีซีกซ้ายและซีกขวาซีกหนึ่งจัดเป็นวรรณะร้อนหรือวรรณะอุ่น (Warm tone) อีกซีกหนึ่งจัดเป็นวรรณะเย็น (Cool tone) สีพวกที่เป็นวรรณะเดียวกันคือสภาพสีส่วนรวมของสีจะดูไม่ขัดต่อสายตาเมื่อมองเห็นและเป็นสีที่อยู่ในซีกเดียวกันของวงสีธรรมชาติ

สีวรรณะร้อนหรือสีวรรณะอุ่นเป็นสีจำพวกให้ความรู้สึกอุ่นหรือร้อนตื่นเต้นรุนแรงคึกคักได้แก่สีที่มีสีแดงเป็นส่วนมากในวงล้อสี

สีวรรณะเย็นเป็นสีจำพวกเยือกเย็นสงบร่มรื่นเงียบได้แก่สีที่มีสีน้ำเงินเป็นส่วนมากในวงล้อสี

สีวรรณะร้อนสีวรรณะเย็น

- สีเหลือง- สีม่วง
- สีส้มเหลือง- สีม่วงน้ำเงิน
- สีส้ม- สีน้ำเงิน
- สีส้มแดง- สีน้ำเงินเขียว (สีเขียวแก่)
- สีแดง- สีเขียว
- สีม่วงแดง- สีเขียวเหลือง (เขียวอ่อน)

ระหว่างสีวรรณะร้อนกับสีวรรณะเย็นที่แยกออกเป็นวรรณะละ 6 สียังมีอีก 2 สีที่ยังจัดว่าเป็นทั้งวรรณะร้อนและวรรณะเย็นคือสีม่วงและสีเหลืองสีคู่นี้อยู่ในตำแหน่งตรงข้ามกันเสมอ

สีมีมากมายหลายสีแต่ละสีมีความหมายทำให้บังเกิดความรู้สึกจากการได้พบเห็นสีนั้นๆแตกต่างกันและมีอิทธิพลโน้มน้าวจิตใจผู้ได้พบเห็นด้วยเช่น

- สีเหลืองให้ความรู้สึกสว่างสดใสบังเกิดความเลื่อมใสศรัทธา
- สีแดงแสดงว่ามีความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจ

- สีน้ำเงินรู้สึกสงบเยือกเย็นมั่นคงมีความเชื่อมั่นหนักแน่น
- สีเขียวอ่อนรู้สึกสดชื่นสบายร่มรื่น
- สีเขียวแก่รู้สึกชุ่มชื้นอุดมสมบูรณ์สงบ
- สีม่วงรู้สึกทั้งอบอุ่นและเย็นแสดงถึงความพิศวงซ่อนเร้นลึกลับ
- สีแดงชาดรู้สึกเร้าร้อนตื่นตัว
- สีเทารู้สึกวังเวงเงียบสงัด
- สีฟ้าอ่อนรู้สึกราบรื่นร่มเย็นเบิกบานใจ
- สีชมพูรู้สึกสดชื่นกระปรี้กระเปร่าร่าเริง
- สีน้ำตาลแสดงถึงความรู้สึกยึดมั่นหนัก
- สีขาวแสดงความสะดวกสบายบริสุทธิ์สดใส
- สีดำแสดงถึงความเข้มแข็งสง่าหนักแน่นความห่างไกลความมืด

การใช้สีคู่ประกอบคือสีทุกคู่ที่จะนำมาใช้ด้วยวิธีให้มีเปอร์เซ็นต์ของสีเท่ากันตำแหน่งของสีคู่ประกอบในวงสีธรรมชาติที่ตรงกันข้ามคือ

1. สีแดงตรงข้ามกับสีเขียว
2. สีเหลืองตรงข้ามกับสีม่วง
3. สีน้ำเงินตรงข้ามกับสีส้ม
4. สีเขียวเหลืองตรงข้ามกับสีม่วงแดง
5. สีเขียวน้ำเงินตรงข้ามกับสีส้มแดง
6. สีม่วงน้ำเงินตรงข้ามกับสีส้มเหลือง

2.3 องค์ประกอบของการออกแบบ (composition of Design)

ทัศนศิลป์คือศิลปะที่สามารถรู้เห็นด้วยสายตาและเข้าใจร่วมกันได้ดังนั้นทัศนศิลป์จึงได้แก่งานจิตรศิลป์จำพวกศิลปะทางกายภาพซึ่งสามารถมองเห็นด้วยตาได้อันประกอบด้วยจิตรกรรมประติมากรรม (หรือปฏิมกรรม) และสถาปัตยกรรมดังกล่าวมาในหัวข้อที่แล้วการศึกษาทัศนศิลป์นับว่าเป็นการเรียนรู้วิชาศิลปะกับชีวิตอย่างแท้จริงเพราะเป็นการเรียนรู้ศิลปะที่อยู่ใกล้ตัวและจำเป็นต้องเรียนรู้ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติพร้อมกันไปจึงจะทำให้เกิดทักษะขั้นพื้นฐานมีความรู้ความเข้าใจในศิลปะและสามารถเห็นคุณค่าของศิลปะรวมถึงการเป็นคนรักศิลปะได้อีกด้วย

องค์ประกอบศิลป์

องค์ประกอบหมายถึงส่วนย่อยต่างๆ ที่นำมาประกอบกันเข้าให้เป็นส่วนรวมเช่นร่างกายของคนเราก็ต้องประกอบด้วยลำตัวศีรษะแขนขา ฯลฯ เป็นองค์ประกอบของร่างกายในทางศิลปะ องค์ประกอบศิลป์ก็คือการนำเส้นสีแสงเงา น้ำหนัก ฯลฯ มาประกอบกันเข้าให้มีความงาม ความกลมกลืนและการประสานกันอย่างมีเอกภาพ

องค์ประกอบศิลปะแต่ละหน่วยหรือแต่ละอย่างจะมีลักษณะของตัวเองมีคุณสมบัติอยู่ในตัวเช่นเดียวกับส่วนประกอบของอาหารแต่ละอย่างเมื่อนำเอามาประกอบกันเข้าอย่างได้ส่วนสัดที่ดี ย่อมมีความกลมกล่อมอาหารก็อร่อยถึงขั้น “รสโอชา”

การจัดองค์ประกอบศิลปะเป็นวิชาหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการสร้างงานศิลปะทุกแขนงทั้งจิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม ฯลฯ เพราะทุกอย่างที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นล้วนแต่ประกอบด้วยส่วนประกอบย่อยๆ เมื่อนำเอาส่วนประกอบเหล่านั้นมารวมเข้าด้วยกันก็จะบังเกิดผลงานงานศิลปะขึ้น

หลักในการจัดองค์ประกอบในงานศิลปะ

พื้นฐานเบื้องต้นของการจัดองค์ประกอบศิลปะมีอยู่ 3 ประการดังต่อไปนี้

1. เอกภาพ (Unity) หมายถึงการจัดภาพให้บังเกิดส่วนสัมพันธ์เป็นหน่วยหรือกลุ่มเดียวกันไม่กระจายหรือเกิดความสับสนในภาพนั้นๆ ภาพที่มีการจัดอย่างมีเอกภาพจึงเป็นภาพที่มีการจัดหน่วยขององค์ประกอบอย่างมีความสัมพันธ์กันหรือเป็นกลุ่มเดียวกันตรงที่แห่งใดแห่งหนึ่งของภาพนั้นๆ ไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนขึ้นอยู่กับแต่ละคนที่มีความคิดอิสระเสรีในการจัดตามที่คิดว่าการจัดเช่นนั้นจะให้ความรู้สึกต่างๆ หรือชักจูงความสนใจของคนในลักษณะต่างๆ

2. ความสมดุล (Balance) หมายถึงการจัดให้สิ่งนั้นมีน้ำหนักของการจัดภายในภาพมีความสมดุลกันทั้งทางด้านซ้ายและขวา เพราะตามปกติในงานศิลปะจะมีส่วนที่เป็นแกนกลางหรือมีศูนย์กลางทำให้แบ่งออกได้เป็นซ้ายขวาบนล่างจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ทั้งสองด้านโดยเฉพาะซ้ายขวามีส่วนสมดุลกัน ความสมดุลมี 2 ลักษณะคือ

2.1 ความสมดุลแบบสมมาตร (Symmetrical Balance) คือภาพที่มีรูปร่างรูปทรงหรือสีเส้นที่เหมือนกันทั้งด้านซ้ายและด้านขวาเป็นอย่างดี

2.2 ความสมดุลแบบอสมมาตร (Asymmetrical Balance) คือภาพที่มีรูปร่างแตกต่างกันอยู่ระหว่างเส้นแกนแนวตั้งและแนวนอนแต่สามารถถ่วงน้ำหนักให้สมดุลกันได้

3. จุดสนใจ (Point of Interest) ภาพที่จัดแต่ละภาพนั้นอาจจะมีจุดเด่นอยู่เพียงจุดเดียวหรือหลายแห่งก็ได้

วิธีสร้างจุดศูนย์กลางของความสนใจมีดังนี้

3.1 จุดสนใจโดยเกิดจากการใช้เส้นเส้นที่ให้ความรู้สึกดึงดูดความสนใจต้องอาศัยส่วนประกอบโดยรอบช่วยทำให้เกิดความเด่นชัดขึ้นเช่นการใช้ความอ่อนแก่ของพื้นหรือเน้นเส้นรอบตัวของสิ่งที่ต้องการให้เป็นจุดของความสนใจ

3.2 จุดสนใจโดยการใช้สีสีเป็นส่วนประกอบที่สำคัญสำหรับการจัดองค์ประกอบทำให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ ได้ดังนั้นการใช้สีให้บังเกิดศูนย์กลางแห่งความสนใจก็ควรคำนึงถึงความสดใสของสีและความอ่อนแก่ของพื้นที่ภาพด้วย

4. จังหวะ (Rhythm) "จังหวะ" ในที่นี้ขอรวมเอา "บริเวณว่าง" หรือ "ช่องว่าง" ไว้ด้วยเพื่อให้เกิดความเข้าใจง่ายและรวดเร็วในการจัดองค์ประกอบโดยมีจังหวะก็เหมือนกับเราปรบมือตามจังหวะเพลงนั่นเองเพราะจะมีระยะห่างเท่ากันและซ้ำๆ กันตลอดไปจนจบเพลงการจัดองค์ประกอบให้ได้จังหวะก็เช่นเดียวกับจังหวะเพลงคือมีทั้งส่วนที่เป็นตัวรูปแบบซึ่งสลับกันไปหรือการจัดผ้าระบายซึ่งย่อยลงเป็นช่วงๆ ขึ้นบันไดก็เป็นตัวอย่างของจังหวะได้การจัดจังหวะมีหลายลักษณะเช่นการจัดจังหวะในลักษณะลายหรือการตกแต่งต่อไปนี้

2.4 หลักการออกแบบกราฟิก

กราฟิก(Graphic)

งานกราฟิกเป็นส่วนสำคัญที่มีบทบาทต่อการออกแบบและกระบวนการผลิตสื่อ โดยเฉพาะที่ต้องการการสัมผัสรับรู้ด้วยตา ได้แก่ หนังสือ นิตยสาร วารสาร แผ่นพับแผ่นป้ายโฆษณาบรรจุภัณฑ์ แผ่นปลิว โพรทัศน์ ภาพยนตร์ ฯลฯ

นักออกแบบจะใช้วิธีการทางศิลปะและหลักการทางการออกแบบร่วมกันสร้างสรรค์รูปแบบสื่อเพื่อให้เกิดศักยภาพในการที่จะเป็นตัวกลางของกระบวนการสื่อความหมายระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร นักออกแบบกราฟิกจะต้องค้นหา รวบรวมข้อมูลต่างๆ ขบคิดแนวทางและวางรูปแบบที่ดีที่สุดในอันที่จะทำให้สื่อเหล่านั้นสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการรับรู้ ยอมรับ และมีทัศนคติที่ดีต่อการตอบสนองสื่อที่มองเห็น

ประวัติของงานกราฟิก

งานกราฟิกมีประวัติความเป็นมาตามหลักฐานในอดีตเมื่อมนุษย์เริ่มรู้จักการขีดเขียน ขุดจารึกเป็นร่องรอย ให้ปรากฏเป็นหลักฐานในปัจจุบัน การออกแบบกราฟิกสมัยก่อนประวัติศาสตร์จึงเป็นการเริ่มต้นการสื่อความหมายด้วยการวาดเขียน ต่อมาประมาณ 9000 ปี ก่อนคริสตกาล

ชาว Sumerien ในแคว้นเมโสโปเตเมีย ได้เริ่มเขียนตัวอักษรรูปลิ่ม และตัวอักษร Hieroglyphic ของชาวอียิปต์ งานกราฟิกเริ่มได้รับการยอมรับมากขึ้นเมื่อได้คิดค้นกระดาษและวิธีการพิมพ์ ในปีค.ศ. 1950 การออกแบบได้ชื่อว่า Typographical Style เป็นการพัฒนาโดยนักออกแบบชาวสวิส ตั้งแต่สมัยหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา การออกแบบกราฟิกได้พัฒนาและขยายขอบเขตงานออกไปอย่างกว้างขวาง ไม่จำกัดอยู่แต่ในสิ่งพิมพ์เท่านั้น โดยเข้าไปอยู่ในกระบวนการสื่อสารอื่นๆ เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุทัศน์ การถ่ายภาพ โปสเตอร์ การโฆษณา ฯลฯ การออกแบบกราฟิกในปัจจุบันเป็นยุคของอิเล็กทรอนิกส์ นวัตกรรมและเทคโนโลยีได้นำเครื่องมือ เครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ มาช่วยในการออกแบบกราฟิกได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้คอมพิวเตอร์มีโปรแกรมด้านการจัดพิมพ์ตัวอักษร ที่นิยมกันมากคือ Microsoft Word และยังมีโปรแกรมอื่นๆ ที่สนับสนุนงานกราฟิกอีกมากมาย เช่น Adobe Photoshop , Illustrator , PageMaker , CorelDraw , 3D studio , LightWave3D , AutoCad ฯลฯ

ความหมายของกราฟิก

กราฟิกหมายถึงภาพลายเส้นหรือภาพที่เกิดจากการวัด จากการขีดเขียนที่แสดงด้วยตารางหรือแผนภาพ การวาดเขียนหรือการระบายสี การสร้างงานศิลปะบนพื้นระนาบหรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่างานกราฟิกหมายถึงกระบวนการออกแบบต่างๆ ในสิ่งที่เป็นวัสดุ 2 มิติ คือมีความกว้างและความยาวเท่านั้น เช่น งานออกแบบบ้านของสถาปนิกในการเขียนแบบ ตัวภาพและรายละเอียดบนแปลนบ้านเรียกว่าเป็นงานกราฟิก การเขียนภาพเหมือนจริงของจิตรกร การออกแบบภาพโฆษณาของนักออกแบบ การออกแบบฉลากหรือฉลวดลายหรือภาพประกอบหรือตัวอักษรที่ปรากฏบนฉลากสินค้า บนตัวสินค้าหรือบนภาชนะบรรจุภัณฑ์สินค้า ฯลฯ เหล่านี้จัดว่าเป็นงานกราฟิกทั้งสิ้น

การออกแบบกราฟิกหมายความว่า

1. การใช้ความคิดและสามัญสำนึกในการทำงานที่ได้วางแผนไว้ให้ได้ตามความคาดหมายอย่างสมบูรณ์
2. การถ่ายทอดความคิดออกมาเป็นโครงสร้างระเบียบแบบแผนต่างๆ ทางทัศนะสัญลักษณ์
3. เป็นการออกแบบเพื่อให้อ่าน เช่น ออกแบบหนังสือ นิตยสารโฆษณา หีบห่อ แผ่นพับ ป้ายภาพยนตร์ โทรทัศน์ โปสเตอร์ นิตรรศการ

การออกแบบคือ

1. คือ โครงการหรือแผนงานที่กำหนดไว้ในสมอง ซึ่งประกอบด้วยวิธีการและจุดหมายปลายทางไว้เรียบร้อยแล้ว
2. คือ จุดหมายที่กำหนดไว้ในการทำงานเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่ม
3. คือ การร่างแบบงานจะเป็นโดยวิธีการสเก็ตช์บนกระดาษหรือปั้นด้วยดินเหนียว
4. การจัดสวนข้อมูลต่างๆซึ่งจะทำให้เกิดงานศิลปะ

การออกแบบ

เช่นนั้นต้องศึกษาและออกแบบให้สัมพันธ์กับกลไกต่างๆซึ่งเป็นเรื่องที่ผู้ออกแบบจะต้องมีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้านอีกด้วย

- งานออกแบบเพื่อการติดต่อสื่อสาร เป็นงานที่เน้นการสื่อสารถึงกันด้วยภาษาและภาพที่รับรู้ร่วมกันได้ เช่น การออกแบบหนังสือ ไปสเตอร์ งานโฆษณา
- งานออกแบบเพื่อคุณค่าทางความงาม เป็นงานออกแบบทางทัศนศิลป์ ที่มีเป้าหมายเฉพาะตัว เช่น การได้พบภาพเขียนที่มีสีสันสวยงาม

การออกแบบกราฟิก

เป็นลักษณะของการออกแบบพื้นผิว 2 มิติ เพื่อเป็นสื่อกลางสำหรับการถ่ายทอดข้อความความรู้สึกนึกคิด จากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง เพื่อให้เข้าใจและรู้เรื่องโดยใช้ประสาทตาในการรับรู้เป็นส่วนใหญ่ ในการออกแบบจึงควรพิจารณาสิ่งต่อไปนี้

1. ความง่าย
 - ง่ายต่อการนำไปใช้
 - ง่ายต่อการผลิต
 - ง่ายต่อการสื่อความหมาย

2. ความเป็นเอกภาพ

3. การเน้น

4. ความสมดุล

ความสำคัญของการออกแบบงานกราฟิก

1. การออกแบบที่ดีต้องทำให้ข้อมูลที่กระจัดกระจายมีระเบียบมากขึ้น
2. ช่วยให้ระบบการถ่ายทอดข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็วและชัดเจน
3. ช่วยสร้างสรรคงานสัญลักษณ์ทางสังคมเพื่อสื่อความหมายร่วมกัน
4. ช่วยพัฒนาระบบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

5. ช่วยให้เกิดจินตภาพ เกิดมีแนวคิดสิ่งใหม่อยู่เสมอ
6. ส่งเสริมให้เกิดค่านิยมทางความงาม

นักออกแบบกราฟิก

งานออกแบบกราฟิกมีขอบข่ายกว้างขวาง นักออกแบบจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานด้านกราฟิกเป็นอย่างดี เพื่อที่จะได้สร้างแนวคิดและจัดเสนอรูปแบบกราฟิกให้สอดคล้องกับสื่อลักษณะต่างๆ ต้องมีความเข้าใจถึงระบบการสื่อสารและกระบวนการผลิตสื่อการสื่อความหมายโดยถ่องแท้ การปรุงแต่งงานออกแบบจะต้องสอดคล้องกับหลักปรัชญาการออกแบบ ซึ่งได้แก่

1. ก่อให้เกิดประโยชน์และแสดงศักยภาพในหน้าที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด
2. ต้องสามารถแสดงคุณค่าในด้านสุนทรียศาสตร์ได้อย่างดี
3. มีรูปแบบที่ทันสมัย
4. มีความประหยัดค่าใช้จ่ายมากที่สุดและส่งผลตามวัตถุประสงค์ได้มากที่สุด
5. มีรูปแบบที่แสดงถึงเอกลักษณ์และลักษณะเฉพาะอันสอดคล้องกับลักษณะ

ศิลปวัฒนธรรมของชาติ

อิทธิพลของศิลปะในการออกแบบกราฟิก

เพื่อให้งานกราฟิกมีคุณค่าทางความงาม มีความน่าเชื่อถือและสามารถแสดงเอกภาพของการสื่อความที่ดีได้อย่างเต็มที่ องค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยทำให้งานกราฟิกมีงานโดดเด่นและน่าสนใจ นักออกแบบจึงใช้หลักและวิธีการทางศิลปะเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยพิจารณาจากหลักการดังต่อไปนี้

1. รูปแบบตัวอักษรและขนาด
2. การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง
3. การกำหนดโครงสี
4. การจัดวางตำแหน่ง

คุณค่าของงานกราฟิก

1. เป็นศูนย์กลางในการสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจตรงกัน
2. สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อเพื่อให้เกิดการเรียนรู้
3. ช่วยให้งานเกิดความน่าสนใจแก่ผู้พบเห็น
4. ช่วยให้เกิดการกระตุ้นทางความคิดและการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว
5. ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

ขอบข่ายของงานกราฟิก

1. การประชาสัมพันธ์ ถือได้ว่างานกราฟิกควบคู่ไปกับงานบริหาร
2. งานโทรทัศน์ กราฟิกเกี่ยวข้องกับหัวเรื่อง
3. งานจัดฉากละคร เช่น การจัดฉากในรูปแบบต่างๆ การออกแบบตัวหนังสือ
4. งานหนังสือพิมพ์ วารสาร
5. งานออกแบบหรือแบบร่าง
6. เขียนภาพเหมือน
7. งานพิมพ์หรือทำสำเนา
8. ทำซิลค์สกรีน
9. การออกแบบหนังสือ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ต่างๆ

การออกแบบที่ดี

การออกแบบที่นั้นต้องมีหลักเกณฑ์ในการยึดถือปฏิบัติที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักออกแบบที่จะแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้ คือ

1. หน้าที่ของการนำไปใช้ เป็นสิ่งแรกที่นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงเป็นอย่างยิ่ง
2. การประหยัด หมายถึง การประหยัดวัสดุและเงินทองที่จะนำมาลงทุน
3. ความทนทาน คือ ถ้าขาดความทนทานคุณค่าของสิ่งนั้นก็จะต้องลงไป
4. วัสดุ ต้องเลือกให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย
5. โครงสร้าง ผู้ออกแบบจะต้องศึกษาโครงสร้างหรือธรรมชาติของสิ่งเหล่านั้นให้เข้าใจเป็นอย่างดีเสียก่อน จึงจะเป็นนักออกแบบที่ดีได้
6. ความงาม สิ่งที่ขาดไม่ได้คือความงามต้องพอดีและไม่มากเกินไปจนเกินไป
7. ลักษณะเด่นพิเศษเฉพาะอย่าง คือ จะเน้นจุดดีของแต่ละสิ่งออกมาให้เห็นเด่นชัด จึงถือว่าการออกแบบนั้นสมบูรณ์

แนวสร้างสรรค์งานกราฟิก

งานกราฟิกที่น่าสนใจจะต้องมีเอกลักษณ์ของตัวเองที่ชัดเจน การออกแบบจะเป็นตัวสนับสนุนให้งานน่าสนใจเพียงใด ความสำเร็จของธุรกิจสื่อโฆษณา หรือกลยุทธ์ทางการสื่อสารความหมาย จึงต้องขึ้นอยู่กับการออกแบบอย่างมากเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้สนใจงานโฆษณา และการสร้างสรรค์งานออกแบบกราฟิกทั่วไป จึงขอเสนอรูปแบบขององค์ประกอบศิลป์ สำหรับงานกราฟิกเพื่อพิจารณา

- 1.แบบแถบตาราง (Band)
- 2.แบบแกน (Axial)
- 3.แบบตาราง (Grid)
- 4.แบบกลุ่ม (Group)
- 5.แบบต่อเนื่อง (Path)
- 6.แบบตัวอักษร (Lettering)

เอกสารเกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.5 ความหมายและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

ความหมายของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อ หมายถึงศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการคุ้มครองปกป้องสินค้าจากผู้ผลิตจนถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัยด้วยต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม

จากความหมายพอสรุปได้ว่าบรรจุภัณฑ์นั้นหมายถึง เรื่องของ วิทยาศาสตร์ และเรื่องของศิลปะที่ใช้เพื่อการบรรจุสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและทำให้เกิดความเสียหายกับสิ่งแวดล้อม และบรรจุภัณฑ์นั้นจะต้องปกป้องตัวสินค้าให้อยู่ในสภาพที่ดีจากแหล่งผลิตจนถึงมือลูกค้าโดยไม่ได้รับความเสียหาย ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์นั้น ๆ จะต้องมีต้นทุนของการผลิตที่ไม่สูงจนเกินไป

หน้าที่บทบาทของบรรจุภัณฑ์

ในสมัยก่อนนั้น การใช้บรรจุภัณฑ์ก็เพื่อเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพ (Protection) ในระยะเวลาหนึ่งหรือจนกว่าจะนำไปใช้ แต่เมื่อมีการแข่งขันทางการค้ามากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เริ่มเน้นเรื่องความสวยงาม สะดุดตา ตลอดจนความสะดวกในการนำไปใช้ บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันมีหน้าที่

1. ทำหน้าที่รองรับ (Contain) บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่รองรับสินค้าให้รวมกันอยู่เป็นกลุ่มน้อย หรือตามรูปร่างของภาชนะนั้น ๆ
2. ป้องกัน (Protect) บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่ป้องกันคุ้มครองสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในไม่ให้ยุบ สลาย เสียรูปหรือเสียหายอันเกิดจากสภาพสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วยสภาพดินฟ้าอากาศ ระยะเวลาในการเก็บรักษา สภาพการขนส่ง กล่าวคือให้คงสภาพลักษณะของสินค้าให้เหมือนเมื่อผลิตออกจากโรงงานให้มากที่สุด

3. ทำหน้าที่รักษา (Preserve) คุณภาพสินค้าให้คงเดิมตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย

4. ปังชี้ (Identify) หรือแจ้งข้อมูล (Inform) รายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าเกี่ยวกับชนิด คุณ - ภาพและแหล่งที่มาหรือจุดหมายปลายทาง โดยหีบห่อต้องแสดงข้อมูลอย่างชัดเจนให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้าที่อยู่ภายใน คืออะไร ผลิตจากที่ไหน มีปริมาณเท่าใด ส่วนประกอบ วันเวลาที่ผลิต วันเวลาที่หมดอายุ การระบุข้อความสำคัญ ๆ ตามกฎหมาย โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารและยา ชื่อการค้า (Trade Name) เครื่องหมายการค้า (Trade Mark)

5. ดึงดูดความสนใจ (Consumer Appeal) และช่วยชักจูงในการซื้อสินค้า เนื่องจากสินค้าชนิดใหม่มีเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา การแข่งขันทางด้านตลาดก็เพิ่มมากขึ้นทุกวัน ผู้ซื้อสินค้าน้อย่อมไม่อาจติดตามการเคลื่อนไหวทางด้านตลาดได้ทัน หีบห่อจึงต้องทำหน้าที่แนะนำผลิตภัณฑ์ที่ถูกบรรจุอยู่ให้กับผู้ซื้อด้วย ต้องดึงความสนใจของผู้ซื้อที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ให้สนใจในการใช้ และหลังจากใช้แล้วเกิดความพอใจที่จะซื้อใช้อีก หีบห่อจะทำหน้าที่ขายและโฆษณาสินค้าควบคู่กันไปในตัวด้วย เสมือนหนึ่งเป็นพนักงานขายเงียบ (Silent Salesman) ดังนั้นการที่บรรจุภัณฑ์จะสามารถดึงดูดความสนใจ และชักจูงใจให้เกิดการซื้อได้จึงเป็นผลจากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น ขนาด รูปร่าง สี รูปทรง วัสดุ ข้อความรายละเอียด ตัวอักษร ฯลฯ

6. ช่วยเพิ่มผลกำไร หีบห่อจะทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ไม่ได้ ถ้าหากหีบห่อไม่สามารถช่วยเพิ่มผลกำไรให้กับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ หีบห่อสามารถช่วยส่งเสริมยุทธวิธีการตลาด โดยการเปิดตลาดใหม่หรือการเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าแต่ละชนิด เนื่องจากในตลาดมีสินค้าและคู่แข่งเพิ่มขึ้นตลอดเวลา หากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าใดได้รับการออกแบบเป็นอย่างดี จะสามารถดึงดูดตา ดึงดูดใจผู้บริโภคและก่อให้เกิดการซื้อในที่สุด รวมทั้งการลดต้นทุนการผลิต

7. สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ผลิตภัณฑ์ สร้างความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

8. การส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อยึดพื้นที่แสดงจุดเด่น โชว์ตัวเองได้อย่างสะดุดตา สามารถระบุแจ้งเงื่อนไข แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการเสนอผลประโยชน์เพิ่มเติมเพื่อจูงใจผู้บริโภค เมื่อต้องการจัดรายการเพื่อเสริมพลังการแข่งขัน ก็สามารถเปลี่ยนแปลงและจัดทำได้สะดวก ควบคุมได้และประหยัด

9. การแสดงตัว (Presentation) คือ การสื่อความหมาย บุคลิก ภาพพจน์ การออกแบบ และสีสรรแห่งคุณภาพ ความคุ้มค่าต่อผู้บริโภค / ผู้ใช้ / ผู้ซื้อ ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชัดเจน สร้างความมั่นใจ เห็นแล้วอดซื้อไม่ได้

10. การจัดจำหน่ายและการกระจาย (Distribution) เหมาะสมต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ขยายเอื้ออำนวยการแยกขาย ส่งต่อ การตั้งโชว์ การกระจาย การส่งเสริมจูงใจในตัว ทนต่อการขนย้าย ขนส่ง และการคลังสินค้า ด้วยต้นทุนสมเหตุสมผล ไม่เกิดรอยขีดข่วน / ชำรุด ตั้งแต่จุดผลิตและบรรจุ จนถึงมือผู้ซื้อ / ผู้ใช้ / ผู้บริโภค ทนทานต่อการเก็บไว้นานได้

2.6 ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์

ความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์

ประเทศของเรามีสินค้ามีผลผลิตทางด้านการเกษตรกรรม และการประมงมากมาย เช่น ผักสด ผลไม้สด และสินค้าที่เป็นอาหารจากทะเล สิ่งทีกล่าวมานี้จะได้รับความเสียหายมากเนื่องจาก สภาพอากาศการบรรจุหีบห่อ และการขนส่งที่เหมาะสมมีส่วนที่จะช่วยลดความเสียหาย เหล่านั้นลงได้ซึ่งเป็นการช่วยให้ผลผลิตที่กล่าวถึงมือผู้บริโภคในสภาพที่ดี และจะทำให้ขายได้ใน ราคาที่สูงอีกด้วย

นอกจากนี้แล้วผลิตภัณฑ์อื่น ๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์จากอาหารแปรรูปถ้าการบรรจุภัณฑ์และการขนส่งที่เหมาะสมมีส่วนที่จะช่วยลดความเสียหายและสามารถ จำหน่ายได้ในราคาที่สูงเช่นกัน

จะเห็นได้ว่าการบรรจุภัณฑ์นั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อผลผลิตทั้งหลายซึ่ง สามารถสรุปเป็นรายละเอียดเป็นข้อ ๆ ได้ ดังนี้

1. รักษาคุณภาพ และปกป้องตัวสินค้า เริ่มตั้งแต่การขนส่ง การเก็บให้ ผลผลิตหรือ ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมิให้เสียหายจากการปนเปื้อนจากฝุ่นละออง แมลง คน ความชื้น ความร้อน แสงแดด และการปลอมปน เป็นต้น

2. ให้ความสะดวกในเรื่องการขนส่ง การจัดเก็บมีความรวดเร็วในการ ขนส่ง เพราะสามารถรวมหน่วยของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเป็นหน่วยเดียวได้ เช่น ผลไม้หลายผลนำลงบรรจุในลังเดียว หรือเครื่องดื่มที่เป็นของเหลวสามารถบรรจุลงในกระป๋องหรือขวดได้ เป็นต้น

3. ส่งเสริมทางการตลาด บรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคเห็น ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จะต้องจะทำหน้าที่บอกกล่าวสิ่งต่างๆของตัวผลิตภัณฑ์โดยการบอกข้อมูลที่ จำเป็นทั้งหมดของตัวสินค้า และนอกจากนั้นจะต้องมีรูปลักษณะที่สวยงามสะดุดตาเชิญชวนให้ เกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งการทำหน้าที่ดังกล่าวของ บรรจุภัณฑ์ นั้นเป็นเสมือนพนักงานขายที่ไร้เสียง (Silent Salesman)

2.7 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

ประเภทของบรรจุภัณฑ์

ประเภทของบรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งได้หลายวิธีตามหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

1. แบ่งตามวิธีการบรรจุและวิธีการขนถ่าย
2. แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการใช้
3. แบ่งตามความคงรูป
4. แบ่งตามวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้

1. ประเภทบรรจุภัณฑ์แบ่งตามวิธีบรรจุและวิธีการขนถ่าย สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท

1.1 บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ชิ้นแรก เป็นสิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์เอาไว้เฉพาะหน่วย โดยมีวัตถุประสงค์ชิ้นแรกคือ เพิ่มคุณค่าในเชิงพาณิชย์ (To Increase Commercial Value) เช่น การกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะหรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับถือ และอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรงอีกด้วย

1.2. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาเป็นชั้นที่สอง มีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชิ้นแรกเข้าไว้ด้วยกันเป็นชุด ในการจำหน่ายรวมตั้งแต่ 2 – 24 ชิ้นขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์ชิ้นแรก คือ การป้องกันรักษาสภาพผลิตภัณฑ์จากน้ำ ความชื้น ความร้อน แสง แรงกระแทกกระเทือน และอำนวยความสะดวกแก่การขายปลีกย่อย เป็นต้น ตัวอย่างของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ได้แก่ กล่องกระดาษแข็งที่บรรจุเครื่องดื่มจำนวน ๘ 1 โหล , สบู่ 1 โหล เป็นต้น

1.3. บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Out Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่ง โดยปกติแล้วผู้ซื้อจะไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้มากนัก เนื่องจากทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่งเท่านั้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ได้แก่ หีบ ไม้ ลัง กล่องกระดาษขนาดใหญ่ที่บรรจุสินค้าไว้ภายใน ภายในนอกจะบอกเพียงข้อมูลที่สำคัญต่อการขนส่งเท่านั้น เช่น รหัสสินค้า (Code) เลขที่ (Number) ตราสินค้า สถานที่ส่ง เป็นต้น

2. การแบ่งประเภทบรรจุภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ของการใช้

บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก (Consumer Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปใช้ไป อาจมีชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้ ซึ่งอาจเป็น Primary Package หรือ Secondary Package ก็ได้

บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shopping หรือ Transportation Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้รองรับหรือห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นทุติยภูมิ ทำหน้าที่รวบรวมเอาบรรจุภัณฑ์ขายปลีกเข้าด้วยกัน ให้

เป็นหน่วยใหญ่ เพื่อความปลอดภัยและความสะดวกในการเก็บรักษา และการขนส่ง เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้บรรจุยาสีฟัน กล่องละ 3 โหล

3. การแบ่งบรรจุภัณฑ์ตามความคงรูป

3.1 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงแข็งตัว (Rigid Forms) ได้แก่ เครื่องแก้ว (Glass Ware) เซรามิกส์ (Ceramic) พลาสติกจำพวก Thermosetting ขวดพลาสติก ส่วนมากเป็นพลาสติกฉีด เครื่องปั้นดินเผา ไม้ และโลหะ มีคุณสมบัติแข็งแรงทนทานเมื่ออำนวยความสะดวกการใช้งาน และป้องกันผลิตภัณฑ์จากสภาพแวดล้อมภายนอกได้ดี

3.2 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงกึ่งแข็งตัว (Semirigid Forms) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกอ่อน กระดาษแข็งและอลูมิเนียมบาง คุณสมบัติทั้งด้านราคา น้ำหนักและการป้องกันผลิตภัณฑ์จะอยู่ในระดับปานกลาง

3.3 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงยืดหยุ่น (Flexible Forms) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุอ่อนตัว มีลักษณะเป็นแผ่นบาง ได้รับความนิยมสูงมากเนื่องจากมีราคาถูก (หากใช้ในปริมาณมาก และระยะเวลานาน) น้ำหนักน้อย มีรูปแบบและโครงสร้างมากมาย

4. แบ่งตามวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้

การจัดแบ่งและเรียกชื่อบรรจุภัณฑ์ในทฤษฎีของผู้ออกแบบ ผู้ผลิต หรือนักการตลาด จะแตกต่างกันออกไป บรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทก็ตั้งอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์หลักใหญ่ (Objective Of Package) ที่คล้ายกันคือ เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ (To Protect Products) เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (To Distribute Products) เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (To Promote Products)

2.8 การเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสินค้า

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้านั้น จะต้องศึกษาถึงลักษณะของสินค้า ที่จะบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ ว่ามีลักษณะเป็น น้ำ ครีม ผง เม็ด ก้อน แผ่นบางกรอบ ก๊าซ หรือ ลักษณะอื่น ๆ ถ้าจะให้อยู่ในสภาพที่พึงประสงค์นั้นต้องมีอะไรบางอย่าง ที่เป็นสิ่งช่วยให้สินค้าสามารถอยู่ในสภาพที่ต้องการได้โดยไม่แตกหักเสียหาย และเน่าเสียก่อนเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งโดยสภาพแล้วจะมีความเสียหายซึ่งเกิดกับผลิตภัณฑ์ได้ 2 ลักษณะคือ

1. ความเสียหายทางกายภาพ ได้แก่ ความเสียหายที่เกิดจากการชำรุดแตก การยุบตัวซึ่งเกิดขึ้นได้จากการขนส่งเคลื่อนย้าย การเก็บรักษา และการจำหน่ายสินค้านั้น เช่น การแตกหักที่เกิดจากแรงกระแทกในระหว่างขนส่งด้วยพาหนะประเภท รถไฟ รถยนต์ เรือ และเครื่องบิน แรงกระแทกนี้เรียกว่าแรงกระแทกในแนวราบ การชนกันหรือการตกระแทกกันในแนวตั้ง เกิดจากการ

โยน การยกผลิตภัณฑ์ และการตกลงสู่พื้นดินการยุบตัวเนื่องจากการวางซ้อน การค้ำยัน การยกที่ไม่เหมาะสม จะเกิดแรงกดดัน การแตกหักเสียหายที่เกิดจากการกระทำของ คน สัตว์ และแมลง การฉีกขาดของบรรจุภัณฑ์ในการใช้ซื้อตั้ง และการใช้รถขณะเคลื่อนย้าย การเปียกน้ำหรือน้ำมัน เพราะบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถป้องกันได้

2. ความเสียหายทางเคมี เป็นการเสียหายที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านปฏิกิริยาเคมีโดยเฉพาะสินค้าที่เป็นอาหารใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม จะทำให้อาหารเน่าเสียเกิดเชื้อรา เกิดกลิ่นเหม็น-หืน เกิดการเปลี่ยนแปลงของสี ความกรอบ ตลอดจนรสชาติของอาหารด้วย เช่น อาหารกระป๋องเน่าเสีย สาเหตุเกิดจากเชื้อรา การเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ และแบคทีเรียมีกลิ่นเหม็นหืนในอาหารที่เป็นน้ำมัน ขนมันแข็งขึ้นรา ทุเรียนทอดไม่กรอบ อาหารสดประเภทผักผลไม้ จะเกิดการเหี่ยวแห้งเพราะสูญเสียน้ำบางส่วนจะเปลี่ยนสีเปลี่ยนรสและเกิดการเน่าเสีย แสงแดด แสงสว่าง ความร้อน สภาพของอากาศมีปฏิกิริยาเคมีต่อการเปลี่ยนแปลงของสินค้าประเภทยา รักษาโรค สีของอาหารเปลี่ยนซึ่งเป็นเพียงสีซีดเท่านั้น แต่ดูแล้วไม่น่ากิน หรือเสื่อมคุณภาพได้ ดังนั้นจะต้องมีบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสนองความต้องการของตัวสินค้าได้

นอกจากความเสียหายที่เกิดจากสาเหตุหลักทั้ง 2 ประการตามที่กล่าวมาแล้ว สิ่งที่สามารถจะทำให้สินค้าเสียหายได้อีกอย่างหนึ่งคือ คน (ทดสอบคุณภาพของสินค้าด้วยการ บีบ แกะ จิ้ม ดม เป็นต้น) สัตว์ และแมลง (กัด กิน เจาะ ทำลาย) ตลอดจนฝุ่นละอองที่เข้าไปจับติดปนเปื้อนกับสินค้าโดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหาร

ดังนั้นความต้องการของตัวสินค้าที่จะอยู่โดยสภาพที่ไม่เสียหายตั้งแต่โรงงานผลิตจนถึงมือผู้บริโภคได้นั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งยวดที่ตัวสินค้าต้องการ เมื่อสภาวะรอบตัวไม่เหมาะสมกับความอยู่รอดปลอดภัยแล้วสินค้านั้นก็ไม่สามารถที่จะอยู่ในสภาพที่จำหน่ายได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อยอดขายและการผลิต ตลอดจนการ ลงทุนที่ไม่ประสบผลสำเร็จอีกต่อไป

2.9 การพัฒนาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

เมื่อบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็นพาหนะนำส่งไปยังจุดขายด้วยโครงสร้างที่ออกแบบมาอย่างดี ณ สถานที่จัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ต้องแปลงกายทำอีกหน้าที่หนึ่ง คือ การช่วยส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย ซึ่งอาจเป็นตลาดในหมู่บ้าน ในเมือง หรืออาจจะไปขายถึงซูเปอร์มาร์เก็ต ความสามารถที่จะช่วยชักชวนซื้อเชิญอย่างเจี๊ยบอย่างเจี๊ยบๆ ให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้านี้เป็นบทบาทของการออกแบบกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์

ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จึงแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ

1. โครงสร้าง เป็นการออกแบบทางด้านเทคนิคและทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ โดยเน้นกระบวนการบรรจุใส่ การรักษาคุณภาพด้วยการประเมินอายุของอาหาร (Shelf Life) และการป้องกันที่เหมาะสมต่อการขนส่งและการกระจายสินค้า

2. กราฟฟิก เป็นการออกแบบรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อ และสื่อความหมายให้แก่ผู้บริโภค พร้อมทั้งสามารถโน้มน้าวให้เกิดการสั่งซื้อ การออกแบบกราฟฟิกจะเน้นในเรื่องของการตกแต่งรูปลักษณ์ด้วยภาพพจน์ที่สร้างความประทับใจซึ่งจะกล่าวถึงในบทต่อไป

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นงานที่ต้องทำอยู่เรื่อยๆ เนื่องจากไม่มีบรรจุภัณฑ์ใดในโลกนี้จะสามารถใช้ได้ตลอดกาล สาเหตุเพราะการเปลี่ยนแปลงทางด้านการตลาด และเปลี่ยนแปลงไปตามสมัณนิยมของผู้บริโภค รวมทั้งระบบการจัดจำหน่ายที่พัฒนาขึ้นและเทคโนโลยีต่างๆ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นหน้าที่ของผู้ที่เกี่ยวข้องทางด้านบรรจุภัณฑ์ จำต้องตื่นตัวอยู่เสมอและพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับต้นทุน ตลาด ภาพพจน์ กราฟฟิก การใช้งานและความต้องการในการรักษาสิ่งแวดล้อม

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)

3.1.2 ปัจจัยที่ต้องพิจารณา

ข้อมูลเบื้องต้นที่ต้องคำนึงในการออกแบบ คือสินค้านั้นคืออะไร

การออกแบบต้องเริ่มต้นด้วยมีข้อมูลทางด้านสินค้าอย่างเพียงพอ ได้แก่ ประเภทของสินค้า คุณสมบัติทางกายภาพและเคมี ขนาด รูปทรง ปริมาตร ส่วนประกอบหรือส่วนผสม คุณค่าทางโภชนาการ กระบวนการผลิตหรือกรรมวิธีการแปรรูปอาหาร การตรวจสอบคุณภาพ ข้อเสนอแนะในการบริโภค และสินค้าจะเสื่อมคุณภาพจากปฏิกิริยาอะไรเพื่อจะได้นำมาออกแบบโครงสร้าง

บรรจุภัณฑ์ ให้ลดทอนสิ่งสิ้นอย่างเหมาะสม สร้างการยอมรับจากผู้ซื้อ และที่สำคัญที่สุด คือ การสร้างจุดขายของสินค้า (Unique Selling Point)

ด้วยเหตุนี้ คุณสมบัติของสินค้าที่ต้องพิจารณาจึงมีดังต่อไปนี้

1. คุณสมบัติทางกายภาพ ประกอบด้วยของแข็ง ของเหลว ผู้ออกแบบต้องทราบความเหนียวข้นในกรณีที่เป็นของเหลว และต้องรู้น้ำหนัก / ปริมาตรหรือความหนาแน่นสำหรับสินค้าที่เป็นของแข็ง
2. คุณสมบัติทางเคมี คือ สาเหตุที่ทำให้สินค้าอาหารเน่าเสีย หรือเสื่อมคุณภาพจนไม่เป็นที่ยอมรับได้ และปฏิกิริยาอื่นๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น
3. คุณสมบัติพิเศษอื่น ๆ เช่น กลิ่น การแยกตัว เป็นต้น

2.10 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ สามารถสร้างสรรค์ได้ ทั้งลักษณะ 2 มิติ บนพื้นผิวแผ่นราบของวัสดุเช่น กระดาษ แผ่นพลาสติก แผ่นโลหะอาบดีบุก หรืออลูมิเนียม โฟม ฯลฯ ก่อนนำวัตถุต่าง ๆ เหล่านี้ประกอบกัน เป็นรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ ส่วนในลักษณะ 3 มิติก็อาจทำได้ 2 กรณี คือ ทำเป็นแผ่นฉลาก (label) หรือแผ่นป้าย ที่นำไปติดบนแผ่นบรรจุภัณฑ์ประเภท rigid forms ที่ขึ้นรูปมาเป็นภาชนะบรรจุสำเร็จมาแล้ว หรืออาจจะสร้างสรรค์บนผิวภาชนะบรรจุ รูปทรง 3 มิติโดยตรงก็ได้เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก เป็นต้น ซึ่งลักษณะของการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์นี้ส่วนใหญ่มักถือตามเกณฑ์ของเทคนิคการพิมพ์ในระบบต่างๆเป็นหลัก

การออกแบบกราฟิก ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะว่าเป็น ส่วนประกอบที่สำคัญ เหนือไปจากการบรรจุและการป้องกันผลิตภัณฑ์โดยตรงทำให้บรรจุภัณฑ์ ได้มีหน้าที่ เพิ่มขึ้นมา โดยที่ลักษณะกราฟิก บรรจุภัณฑ์และฉลากได้แสดงบทบาทหน้าที่สำคัญ อันได้แก่

1. การสร้างทัศนคติที่ดีงามต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และแผ่นฉลาก ได้ทำหน้าที่ เปรียบเสมือนสื่อ ประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ในอันที่จะเสนอต่อผู้บริโภค บริโภคแสดงออกถึง คุณงานความดีของผลิตภัณฑ์ และความรับผิดชอบต่อผู้ผลิตที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยที่ลักษณะทาง กราฟิก จะสื่อความหมายและปลูกฝังความรู้ ความเข้าใจ การนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ ตลอดจนทั้งสร้างความต่อเนื่องของการใช้ การเชื่อถือในคุณภาพ จรรยาทั้งเกิด ความศรัทธา เชื่อถือในผู้ผลิตในผลผลิตที่สุดด้วย

2. การชี้แจงและบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิดประเภทของผลิตภัณฑ์ ลักษณะกราฟฟิก เพื่อให้สื่อความหมาย หรือถ่ายทอดความรู้สึกได้ว่า ผลิตภัณฑ์คืออะไร และผู้ใดเป็นผู้ผลิตนั้น มักนิยมอาศัย ใช้ภาพและอักษรเป็นหลัก แต่ก็ยังอาศัยองค์ประกอบอื่น ๆ ในการออกแบบ เช่น รูปทรง เส้น สี ฯลฯ ซึ่งสามารถสื่อให้เข้าใจหมายหมายได้เช่นเดียวกับการใช้ภาพ และข้อความอธิบายอย่างชัดเจน ตัวอย่างงานดังกล่าวนี้มีให้เห็นได้ทั่วไป และที่เห็นชัดคือ ผลิตภัณฑ์ต่างประเทศ ที่บรรจุอยู่ในภาชนะที่ คล้ายคลึงกัน ดังเช่น เครื่องสำอาง และยา เป็นต้น แม้บรรจุอยู่ในขวดหรือหลอดรูปทรงเหมือนกันผู้บริโภค ก็สามารถชี้ได้ว่าอันใดคือเครื่องสำอางอันใดคือยา ทั้งนี้ก็เนื่องการสังเกตจากกราฟฟิก เช่น ลักษณะตัวอักษร หรือ สีที่ใช้ซึ่งนักออกแบบจัดไว้ให้ เกิดความรู้สึกผิด

3. การแสดงเอกลักษณ์เฉพาะ สำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการลักษณะรูปทรงและโครงสร้าง ของบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่มักมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภททั้งนี้ เพราะกรรมวิธีการบรรจุภัณฑ์ ใช้เครื่องจักรผลิตขึ้นมาภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ประกอบกับผู้แข่งขัน ในตลาดมีมาก ดังที่เห็นได้ จากผลิตภัณฑ์อาหาร สำเร็จรูปที่ผลิตและจำหน่ายอยู่อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะรูปทรง และโครงสร้างที่คล้ายคลึงกันมาก เช่น อาหารกระป๋อง ขวดเครื่องดื่มขวดยา ของปิดผนึก (pouch) และกล่องกระดาษเป็นต้น บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ เหล่านี้ มักมีขนาด สัดสวน ปริมาณการบรรจุ ที่เหมือนกัน หรือใกล้เคียงกันดังนั้นการออกแบบกราฟฟิก จึงมีบทบาทหน้าที่แสดงเอกลักษณ์ หรือบุคลิกพิเศษที่เป็นลักษณะเฉพาะของตน (brand image) ของผลิตภัณฑ์ และ ผู้ผลิตให้เกิดความชัดเจน ผิดแผกจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เป็นที่สะดุดตา และเรียกร้องความสนใจ จากผู้บริโภคทั้งเก่าและใหม่ให้จดจำ ได้ตลอดจนซื้อได้โดยสะดวกและรวดเร็ว

4. การแสดงสรรพคุณและวิธีใช้ ของผลิตภัณฑ์เป็นการให้ข่าวสารข้อมูล ส่วนประสมหรือ ส่วน ประกอบที่เกี่ยวข้อง กับผลิตภัณฑ์ภายในว่ามีคุณสมบัติ สรรพคุณและวิธีการใช้อย่างถูกต้องอย่างไรบ้าง ทั้งนี้โดยการอาศัย การออกแบบการจัดวาง (lay-out) ภาพประกอบข้อความสั้นๆ (slogan) ข้อมูลรายละเอียด ตลอดจนตรารับรอง คุณภาพและอื่น ๆ ให้สามารถเรียกร้องความสนใจ จากผู้บริโภคให้หยิบยกเอาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาพิจารณา เพื่อตัดสินใจเลือกซื้อ การออกแบบกราฟฟิกเพื่อแสดง บทบาทในหน้าที่นี้จึงเปรียบจึงเปรียบเสมือน การสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เป็นพนักงานขายเงียบ (the silent salesman) ที่ทำหน้าที่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ แทนคน ณ บริเวณจุดซื้อ (point of purchase) นั่นเอง

2.11 ระบบพิมพ์และงานหลังพิมพ์บรรจุภัณฑ์

ระบบพิมพ์

ระบบการพิมพ์ที่ใช้ในการสร้างสรรค์ตกแต่ง ลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในวงการอุตสาหกรรมทุกวันนี้ ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับหลักการ พิมพ์ 3 กระบวนการใหญ่ๆ ตามลักษณะของการสร้างแม่พิมพ์ คือ

1. กระบวนการพิมพ์ผิววน

กระบวนการพิมพ์ผิววน (relief printing process) ได้แก่การพิมพ์ระบบ press letter และการพิมพ์ระบบเฟล็กโซ (Flexo) ในที่นี้เราใช้กราฟิกระบบเฟล็กโซ (Flexo) ในการพิมพ์กล่อง เป็นต้น

2. ระบบการพิมพ์ร่องลึก (intaglio printing) เป็นระบบการพิมพ์ที่ส่วนที่เป็นแม่พิมพ์จะเป็นหลุมลึกเล็ก ๆ ลงไปจากระดับปกติของแม่พิมพ์ หลุมเหล่านี้จะทำหน้าที่รับหมึกและถ่ายทอดหมึกลงบนวัสดุพิมพ์ต่อไป เป็นระบบที่พิมพ์งานได้ดี มีคุณภาพสูงและเหมาะกับการพิมพ์งานจำนวนมาก ๆ ระบบการพิมพ์ที่เป็นตัวอย่างของการพิมพ์พื้นลึกคือ ระบบการพิมพ์กราเวียร์ (gravure printing)

3. ระบบการพิมพ์พื้นราบ (planographic printing) หมายถึง ระบบการพิมพ์ที่ใช้แม่พิมพ์ที่มีลักษณะ เป็นพื้นผิวราบ กล่าวคือ ส่วนที่เป็นภาพและไม่ใช่อภาพอยู่ในระนาบเดียวกัน คนโดยทั่วไปนิยมเรียกว่า ระบบการพิมพ์ ออฟเซต (offset)

4. การพิมพ์ซิลค์สกรีน เป็นชื่อที่ใช้เรียกกันทั่วไป และปัจจุบันบางคนก็เรียกว่าเป็นสกรีนพรินต์ติ้ง ทับศัพท์ภาษาอังกฤษเลยก็มี เพราะปัจจุบันไม่ได้ใช้ผ้าไหมมาซึ่งเป็นแผ่นสกรีนอีกแล้ว แต่ใช้แผ่นสกรีนที่ทำด้วยใยสังเคราะห์แทน และใช้เครื่องพิมพ์อัตโนมัติกันมากขึ้น

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกระบบการพิมพ์ลงบรรจุภัณฑ์สมุนไพรชาสมุนไพร คือ

1. การพิมพ์ระบบกราเวียร์ เป็นกรรมวิธีการพิมพ์แบบแม่พิมพ์ร่องลึก intaglio ซึ่งส่วนที่เป็นภาพ หรือลายเส้นที่พิมพ์ จะถูกกัดเจาะ เป็นบ่อเล็กๆจำนวนนับล้านบ่อเรียกว่า เซลล์ ซึ่งขังหมึกสำหรับที่จะพิมพ์ลงบนวัสดุอะไรก็ตาม ส่วนบริเวณที่ไม่ใช่ภาพ จะเป็นผิวเรียบและอยู่สูงกว่าบ่อหมึก บ่อหมึกแต่ละบ่อแยกออกจากกันโดยผนัง ที่เรียกว่า cell wall หรือ land บ่อเล็กๆนี้ขังหมึกไว้ในปริมาณที่ไม่เท่ากันแล้วแต่ขนาดของบ่อปริมาณหมึก ถ้ามากก็จะทำให้สีเข้มมากกว่าบ่อที่มีหมึกน้อยกว่า ทำให้สามารถพิมพ์ภาพที่มีโทนต่อเนื่องได้

แม่พิมพ์กรเวียร์นี้ทำมาจากเหล็กรูปทรงกระบอก ซึ่งมีผิวชุบด้วยทองแดง และบ่อหมึกเล็กๆ ก็จะถูกกดลงในชั้นของทองแดงนี้ หรือแม่พิมพ์อาจนำมาเป็นแผ่น แล้วนำมาหุ้มรอบลูกกลิ้งเหล็กอีกชั้นหนึ่ง

หลักการพิมพ์กรเวียร์ แม่พิมพ์ที่ถูกกดเป็นภาพแล้ว จะหมุนอยู่ในอ่างหมึกเหลว เหมือนกับการพิมพ์ แบบเพลกโซ หมึกจะเกาะอยู่ในบ่อหมึกที่กดไว้และจะมีมีดปาดหมึก (doctor blade) เป็นเหล็กสปริง ยาว ๆ กดแนบ สนิทอยู่กับผิว ของแม่พิมพ์ทำหน้าที่ปาดหมึกออกจากผิวหมึกก็จะติดอยู่กับเฉพาะในบ่อหมึก เมื่อผ่านวัสดุแผ่นเรียบเข้าไปจะมีลูกกลิ้งเหล็กทำหน้าที่กด (impression) วัสดุติดกับแม่พิมพ์ หมึกเหลวเมื่อรับแรงอัดก็จะถ่ายทอดหมึก (transfer) จากแม่พิมพ์ ลงบนผิวของวัตถุเป็นลายเส้นทางกราฟิกออกมา

การพิมพ์ระบบกรเวียร์ เป็นระบบการพิมพ์ที่สามารถผลิตภาพลายเส้น (line work) และภาพฮาล์ฟโตน (half tone) ได้อย่างมีคุณภาพและรวดเร็ว อีกทั้งยังพิมพ์บนผิววัตถุต่างๆได้อีกหลายประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บรรจุภัณฑ์ ที่ทำจากวัสดุจำพวกพลาสติกและอลูมิเนียมฟอยล์ ระบบการพิมพ์ในระบบนี้จึงเป็นที่นิยมใช้ ในการบรรจุภัณฑ์เป็นจำนวนมาก เพราะคุณภาพการพิมพ์ทัดเทียมกับระบบออฟเซต บรรจุภัณฑ์ที่ใช้การพิมพ์ระบบกรเวียร์นี้ได้แก่

- กล่องกระดาษพับ ห่อของที่ยัดหนุนได้ กระดาษห่อของขวัญ กระดาษห่อของฉลาก ตรา ทั้งแผ่นและม้วน ประเภทสิ่งพิมพ์พิเศษอื่นๆ
- สิ่งพิมพ์พิเศษ กันกรองบุหรี กระป๋องโลหะ เป็นต้น

2. การพิมพ์ระบบออฟเซต การพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตเป็นที่แพร่หลายนิยมใช้กันทั่วโลก จะสังเกตได้ว่าในปัจจุบัน ระบบนี้มีส่วนผูกพันกับชีวิตประจำวันจนแยกไม่ออกไม่ว่าหนังสือพิมพ์ หนังสือตำรา นวนิยาย วารสารรายสัปดาห์ รายเดือน โปสเตอร์ แผ่นพับหรือโบรชัวร์ ทุกรายการนี้พิมพ์ด้วยระบบออฟเซตทั้งสิ้น หรืออาจจะกล่าวได้ว่าการพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตมีบทบาทเข้ามาแทนที่ระบบเลตเตอร์เฟรชที่ล้าหลังไป งานออฟเซตสามารถให้คุณค่าของงานพิมพ์ได้สูง เนื่องจากการผสมผสานของเม็ดสกรีนได้อย่างละเอียด หลักการพิมพ์ในระบบนี้ แตกต่างจากการพิมพ์ระบบเลตเตอร์เฟรชโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ

- แม่พิมพ์เป็นแบบผิวระนาบแทนที่จะเป็นตัวนูน
- แม่พิมพ์จะรับหมึก แล้วถ่ายทอดภาพไปยังตัวกลาง คือผ้ายางแบลงเกตแล้วจึงลงไปในกระดาษ ไม่ใช่เป็นการสัมผัสโดยตรงเหมือนระบบเลตเตอร์เฟรช

- การที่แม่พิมพ์เป็นแบบผิวระนาบ ทำให้ส่วนที่เป็นภาพที่ต้องรับหมึก และส่วนที่ไม่ใช่ภาพ ที่จะรับหมึกไม่ได้ อยู่ในระดับเดียวกัน จึงต้องหาวิธีที่จะทำให้ส่วนที่เป็นภาพเท่านั้นที่จะรับหมึก และถ่ายทอดไปยังแบลงเกต ซึ่งทำได้โดยการนำน้ำมาเคลือบผิวส่วนที่ไม่ใช่ภาพ แล้วปล่อยให้ส่วนที่เป็นภาพ (ซึ่งไม่รับน้ำหมึก) รับหมึก ดังนั้นระบบออฟเซตจึงมีน้ำเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

จากการพิมพ์ระบบต่างๆที่กล่าวมาแล้ว จะเห็นว่ามีเทคนิคและระบบการพิมพ์ที่นำมาใช้ พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ มากมายหลายกรรมวิธี และมีใช้ว่าจะมีแต่กรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วเท่านั้น ระบบการพิมพ์ในปัจจุบัน นับว่ามีการพัฒนาก้าวหน้าไปมาก ระบบการพิมพ์ต่างๆถูกคิดค้นมามากมาย แต่ถึงอย่างไรก็เป็นการ แยกย่อยออกไปในกระบวนการพิมพ์ 4 ประการ หรือการประสานกันในเทคนิคกรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เช่น การพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท เป็นการพิมพ์ด้วยการยิงหมึกออกมาเป็นจุดประกอบเป็นตัวอักษร และข้อความต่อเนื่องบน บรรจุภัณฑ์ก็ พัฒนาขึ้นมาแทนการพิมพ์แบบ stencil และ silk screen การพิมพ์ระบบแพด (pad transfer printing) ก็เป็นการประสานหลักการ ระหว่างการพิมพ์ระบบออฟเซต และเฟล็กโซ เพื่อให้พิมพ์บนวัตถุที่มีพื้นผิวต่างระดับกันได้ เป็นต้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สมุนไพรชานฉัตร ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรชานฉัตร ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์โดยระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research)ตามสมมุติฐานที่ว่ารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคนั้นสามารถยกระดับของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น เพิ่มมูลค่า อีกทั้งยังเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายตลอดจนสร้างความนิยม ให้คนหันมาสนใจ ผลิตภัณฑ์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สมุนไพรชานฉัตร ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นการเสริมรายได้ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่น ในบทที่กล่าวถึงวิธีการดำเนินการวิจัยโดยแบ่งได้ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ขั้นตอนและการวิจัย
- ส่วนที่ 2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- ส่วนที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ขั้นตอนและการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาภาคสนาม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องศึกษาหาข้อมูล เพิ่มเติมจากการศึกษาเอกสารในระดับเบื้องต้น ในขั้นตอนการเขียนโครงการวิจัย เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นหลักฐานในการวางแผนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สมุนไพรชาฉนวน ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่มีรูปแบบใหม่ ซึ่งมีกระบวนการดังนี้

1. การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลด้านความเป็นมาของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญานิน) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์รูปแบบและการจัดการผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญานิน) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ รวมทั้งศึกษาสภาพด้านเศรษฐกิจและสังคมอันเป็นผลสืบเนื่องเกี่ยวกับการประกอบอาชีพและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ สัมภาษณ์บุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลด้านลักษณะรูปแบบผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญานิน) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์เก็บรวบรวมจากผลิตภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์อันเป็นวัตถุจริงที่ปรากฏอยู่ในชุมชนและเก็บข้อมูลจากภาพถ่ายผลงานดังกล่าวหากมีปรากฏอยู่ ทั้งนี้ผู้วิจัยมีวิธีบันทึกข้อมูลด้านวัตถุผลิตภัณฑ์ ดังนี้

2.1 ด้านรูปแบบบันทึกข้อมูลด้วยภาพถ่ายสี

2.2 ด้านกลวิธีการผลิต ศึกษาถึงวัสดุ อุปกรณ์ และ วิธีการผลิตแต่ละขั้นตอนทั้งสัมภาษณ์และจากการสังเกต เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเทปสัมภาษณ์ จดบันทึกและถ่ายภาพ รวมทั้งการสังเกตรายละเอียดในวัสดุอุปกรณ์บางชิ้นที่ต้องการรายละเอียดสูง

2.3 ด้านเนื้อหาของศิลปะ เก็บข้อมูลด้วยการจดบันทึกภาพถ่ายทั้งนี้เนื้อหาเป็นส่วนหนึ่งที่ปรากฏให้เห็นได้ในรูปแบบ ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญานิน) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

3. การจัดทำข้อมูล ทั้งนี้ผู้วิจัยจะจำแนกวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอน แล้วนำเสนอผลการวิจัย ภายใต้ประเด็นหัวข้อสำคัญ ดังนี้

3.1 ประวัติความเป็นมาของชุมชน เกี่ยวกับการผลิตของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญานิน) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

3.2 พัฒนาการผลิตของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร(ชญานิน) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

3.3 วิเคราะห์และเปรียบเทียบลักษณะและรูปแบบผลิตของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญานิน) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

3.4 สรุปและอภิปรายผล

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การวิจัยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญานิน) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ในครั้งนี้ผู้วิจัยจะพิจารณาถึงการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์โดยเน้นความงามเป็นหลัก ทั้งลักษณะเฉพาะ ลักษณะเด่นด้านรูปแบบ

พัฒนารูปแบบการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญานิน) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีผลิตภัณฑ์ที่เลือกทำการศึกษา 8 ชนิด คือ

1. ะโรมาน้ำมันนวดตัว
2. สบู่ล้างหน้าสมุนไพร
3. สบู่ล้างหน้าสมุนไพร

4. เซรั่มบำรุงผิวหน้า
5. ลูกประคบสมุนไพร
6. เกลีสปาขัดผิว
7. เกลือเชอโรมา
8. ผงขัดหน้า

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

ผู้วิจัยจะทำการทดลองการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ จากขั้นตอนวิจัยที่ 2 ด้วยการตามลักษณะความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ คือ

- 3.1 อาจารย์ที่ปรึกษา
- 3.2 ผู้ประกอบการ

เพื่อให้ได้รับการวิจารณ์และข้อเสนอแนะจากนักวิชาการ นักออกแบบ ผู้ประกอบการฯ เพื่อที่จะพัฒนาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

ในขั้นตอนนี้คณะวิจัยจะคัดเลือกผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมายมาพัฒนาและปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้เกิดความหลากหลายของชนิดผลิตภัณฑ์ทั้งด้านรูปลักษณ์ ความสะดวกสบาย ความงาม คงทนเพื่อให้เป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

ขั้นตอนที่ 5 การเขียนรายงานเสนอผลการวิจัย

ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจะทำการสรุปผลและประเมินผลโครงการการวิจัย แล้วนำเสนอรายงานการวิจัยภาคเอกสารด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ประกอบภาพถ่าย แผนที่ และนำเสนอด้วยซีดีรอม ในส่วนของปฏิบัติการนำเสนอและขยายตลาดด้วยระบบอินเทอร์เน็ต

หมายเหตุ ระยะเวลาและการดำเนินกิจกรรมอาจยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ที่แปรเปลี่ยน เพื่อให้วัตถุประสงค์การวิจัยบรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงคัดเลือกชุมชนผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญาอิน) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์แบบเฉพาะเจาะจงโดยผ่านการเห็นชอบจากผู้ทรงคุณวุฒิในมหาวิทยาลัยร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาดังนี้ คือ

1. กลุ่มแม่บ้านอาชีพผลิตผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญาอิน) เลขที่ 32 หมู่ที่ 8 บ้านทุ่งต้นผา ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

ประชากรตามความมุ่งหมายของการวิจัยได้แก่

1. กลุ่มภายในชุมชนทางผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญาอิน) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถครอบคลุมและเป็นตัวแทนกลุ่มในชุมชนต่าง ๆ ได้ จากเกณฑ์ดังนี้

- 1.1 ผู้สร้างสรรคงานผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร
- 1.2 ผู้นำทางด้านศาสนาที่สนใจงานด้านผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร
- 1.3 ตัวแทนชุมชน

ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อสัมภาษณ์เจาะลึกและสัมภาษณ์ทั่วไปในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2555 – กุมภาพันธ์ 2556

ส่วนที่ 3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อนำแนวคิดมาสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลภาคสนาม ใช้กับกลุ่มตัวอย่างในชุมชนใช้ 5 แบบ มีดังนี้

1. แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม
2. แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม
3. แบบสัมภาษณ์เจาะลึก
4. แบบสัมภาษณ์กลุ่ม
5. แบบสนทนากลุ่ม

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

1. แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ผู้วิจัยใช้วิธีการนี้ในการเก็บข้อมูลช่วงแรกเพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นด้านสภาพแวดล้อมชุมชนโดยการทำแผนที่กายภาพศึกษาประวัติชุมชนการดำรงชีวิตของชุมชนและข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรโดยใช้ระบบสังเกต

2. แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – Participant Observation) เป็นแบบสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการที่ได้จากการศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิประกอบการจัดบันทึกภาคสนามจัดทำแผนที่สังคมและคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักในแต่ละชุมชน

3. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indept Interview) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการเพื่อเป็นข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรจากเอกสารงานวิจัยและการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิแล้วสร้างแนวคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชน ข้อมูลด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรอันส่งผลถึงการแสดงออกในรูปแบบต่างๆ

4. การสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) เป็นการสัมภาษณ์ในประเด็นกรอบคำถามตามที่กำหนดไว้และตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์ในขั้นตอนนี้มีจำนวนประชาชน 7 – 10 คนครอบคลุมประเด็นที่ศึกษา 2 ประเด็นได้แก่

4.1 ผู้ให้ข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชนจำนวนขนาดประเภทบทบาทของแต่ละกลุ่มและระดับการเข้าร่วมเป็นต้น

4.2 ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรโดยเน้นเนื้อหาสาระรูปแบบและวิธีการถ่ายทอดผลงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

5.การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้วิจัยให้การสนทนากลุ่มในการเก็บข้อมูลเพื่อตรวจสอบความต้องการของข้อมูลที่ได้รับตามประเด็นที่แยกเป็นดัชนีแล้วศึกษาความเข้าใจของชุมชนตามกรอบรูปแบบที่สร้างขึ้นว่ามีความเป็นจริงมากน้อยเพียงใด

ส่วนที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแนวทางการใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

ก) แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

แหล่งข้อมูลประเภทนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ ตำรา งานวิจัย และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ กำหนดพื้นที่ การศึกษาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญานิน) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ แล้วนำมารวมเข้าด้วยกันเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและกำหนดกรอบของแนวคิดในการศึกษาวิจัยขั้นต้น ซึ่งประกอบไปด้วยประเด็นหลักดังต่อไปนี้

1.ส่วนที่เกี่ยวข้องกับสภาพทั่วไปของ กลุ่มแม่บ้าน คุณพรพิมล สระโถมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญานิน) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

2.ส่วนที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้าน คุณพรพิมล สระโถมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญานิน) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

3.ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้าน คุณพรพิมล สระโถมการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญานิน) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

ข) แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

แหล่งข้อมูลในส่วนนี้ใช้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญของกลุ่มแม่บ้าน เพื่อทราบถึงวัสดุที่เหมาะสมในการบรรจุผลิตภัณฑ์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้าน คุณพรพิมล สระโถม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญานิน) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่แสดงไว้ในบทที่ 2 และทำการวิเคราะห์ข้อมูล สรุป และหาแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์

เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการใช้แบบสอบถามเพื่อทราบข้อมูลจริงเกี่ยวกับการเลือกใช้วัสดุ

การใช้แบบสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นการง่ายต่อการได้รับข้อมูลและ ได้เนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ อีกทั้งยังง่ายต่อการสรุปและวิเคราะห์

การจัดบันทึก เนื่องจากในการสัมภาษณ์นั้น ผู้ศึกษาจะต้องรวบรวมข้อมูล เนื้อหาและจัดบันทึกใจความสำคัญจากคำตอบผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อเป็นประโยชน์ในการสอบถามอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากคำตอบที่เตรียมไว้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน

เทปบันทึกเสียง เป็นอุปกรณ์ที่ใช้รวบรวมข้อมูลให้ครบถ้วน สามารถนำมาถอดข้อความได้ ช่วยในการรวบรวมข้อมูลที่เป็นคำพูดนั้นละเอียดถูกต้อง เมื่อนำไปใช้คู่กับข้อมูลที่ได้จากการจัดบันทึกก็จะได้ข้อมูลที่สมบูรณ์

แม้ว่าผู้วิจัยใช้ผู้ช่วยวิจัยในการช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลแต่ในการสัมภาษณ์ระดับลึก ทุก รายผู้ช่วยวิจัยต้องนำข้อมูลมาสรุปคร่าวๆมาเสนอกับผู้วิจัยก่อนสัมภาษณ์รายต่อไปเพื่อเป็นการจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์แบบหยาบๆทำให้สามารถตรวจสอบความเข้าใจให้ตรงกันระหว่างผู้ช่วยวิจัยและผู้วิจัยในการสัมภาษณ์รายต่อไป

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล ตามขอบเขตของการวิจัย

5.2 ออกแบบและพัฒนาการออกแบบ โดยรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และทำการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

5.3 สรุปผลการศึกษา เอกสาร และงานวิจัยตามประเด็นที่ศึกษา คือ บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ขมิ้น) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูลขณะเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามผู้วิจัยตรวจสอบความแม่นยำของข้อมูล (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของข้อมูลภาคสนามทุกครั้งที่เก็บข้อมูลด้วยการดูข้อมูลด้วยการดูข้อความสื่อความหมายตรงตามที่ต้องการหรือไม่ขณะที่สัมภาษณ์คำตอบที่ได้สอดคล้องกับบริบทของชุมชนข้อมูลเดิมและข้อสังเกตของนักวิจัยหรือไม่ทดสอบกับสภาพแวดล้อมและข้อมูลอื่นที่มีอยู่เดิมจากแหล่งอื่นๆ ในลักษณะทดสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ตามระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ข้อมูลมีความหมายแม่นยำและเชื่อถือได้มากที่สุดโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่สองเป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จัดเป็นดัชนีแล้วจากการสังเกตพฤติกรรมการสนทนากับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักกรรมการชุมชนและบุคคลทั่วไปโดยมีการตรวจสอบสามเส้าในด้านต่างๆ ดังนี้ (สุภาวศ์จันทรานิซ, 2536. หน้า 103)

1. ตรวจสอบด้านปริมาณตรวจสอบข้อมูลที่สังเกตและบันทึกว่าได้ปริมาณเพียงพอครอบคลุมข้อกระทงในแนวคำถามและเพียงพอตามวัตถุประสงค์หรือไม่หากข้อมูลไม่เพียงพอได้ทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมหลายครั้งจนสามารถสรุปข้อมูลที่ตอบวัตถุประสงค์ของภารกิจของการวิจัยได้
2. ตรวจสอบแหล่งข้อมูล (Data triangulation) ตรวจสอบเรื่องเวลาสถานที่และบุคคลว่าเมื่อต่างเวลาต่างสถานที่ต่างบุคคลแล้วข้อมูลยังเหมือนเดิมหรือไม่โดยการจัดตารางกำหนดเวลาในการสังเกตพฤติกรรมให้ครอบคลุมทุกช่วงเวลาเพื่อให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
3. ตรวจสอบข้อมูลกับเจ้าของข้อมูลและผู้เกี่ยวข้องอื่น (Cross check) ผู้วิจัยซักถามผู้ให้ข้อมูลและตรวจสอบจากผู้เกี่ยวข้องอื่นว่าข้อมูลถูกต้องหรือไม่ด้วยการสอบถามซ้ำในประเด็นเดียวกันแล้วให้ความเห็นกับผู้วิจัยในเรื่องการตีความการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเป็นการยืนยันความเชื่อถือได้ของข้อมูลและการรายงาน
4. ตรวจสอบด้านทฤษฎีตรวจสอบข้อมูลขณะอยู่ในภาคสนามการตีความหมายพฤติกรรมว่าตรงหรือแตกต่างไปจากทฤษฎีหรือจากแนวคิดผู้เชี่ยวชาญมากนักน้อยเพียงใดและตรวจสอบความเข้าใจของผู้วิจัย (Investigator triangulation) โดยศึกษาเอกสารเพิ่มเติมสอบถามความคิดเห็นอาจารย์ที่ปรึกษาเมื่อพบข้อมูลที่ขัดแย้งกันหรือข้อมูลไม่เพียงพอผู้วิจัยเก็บข้อมูลซ้ำเพื่อยืนยันความถูกต้อง

5. ตรวจสอบวิธีการเก็บข้อมูล (Methodology triangulation) ตรวจสอบข้อมูลด้วยการรวบรวมข้อมูลหลายวิธีประกอบด้วยเอกสารการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมการสัมภาษณ์เจาะลึกการสัมภาษณ์กลุ่มและการสนทนากลุ่ม

6. ตรวจสอบด้วยการวิเคราะห์ – สังเคราะห์ข้อมูลเมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากสถานที่จริงแล้วได้ตรวจสอบการแปลความหมายเกี่ยวกับข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชนและข้อมูลด้านศิลปกรรมท้องถิ่นแล้วจึงปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้ข้อค้นพบที่ตรงความเป็นจริงมากที่สุด

7. การตรวจสอบรูปแบบหลังจากสร้างรูปแบบภารกิจของมหาวิทยาลัยในการพัฒนาศิลปกรรมท้องถิ่นได้นำเสนอแก่ผู้ทรงคุณวุฒิในรูปของสภามหาวิทยาลัยโดยวิธีวิเคราะห์โตะกลมเพื่อวิจารณ์ความถูกต้องและนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงให้มีความถูกต้องมากยิ่งขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ทรงคุณวุฒิในมหาวิทยาลัยและผู้ทรงคุณวุฒินอกมหาวิทยาลัยวิพากษ์วิจารณ์รูปแบบที่ได้เพื่อให้ผู้วิจัยได้รูปแบบที่ชัดเจนขึ้น

8. ตรวจสอบจากการวิพากษ์วิจารณ์ผลงานวิจัยหลังจากสร้างรูปแบบภารกิจของมหาวิทยาลัยในการพัฒนาศิลปกรรมท้องถิ่น : กรณีศึกษามหาวิทยาลัยนเรศวรแล้วผู้วิจัยได้นำเสนอการวิพากษ์วิจารณ์ผลงานวิจัยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 4 ท่านตรวจสอบรูปแบบด้วยการวิพากษ์วิจารณ์ความถูกต้องและนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาให้มีความถูกต้องชัดเจนมากยิ่งขึ้น

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลของสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชานัน ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการวิเคราะห์ ข้อมูลและออกแบบพัฒนา เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์และพัฒนาสร้างสรรค์งานออกแบบให้ มีประโยชน์ให้มากที่สุด โดยมีขั้นตอนการปฏิบัติงาน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และสรุปเงื่อนไขการออกแบบ

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch)

ส่วนที่ 3 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ (Development and Design)

ส่วนที่ 4 ผลงานที่สร้างสรรค์ (Packaging)

ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และสรุปเงื่อนไขการออกแบบ(Design Analysis and Design Brief)

1. สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์

ชื่อกลุ่ม : ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชานัน) กลุ่มแม่บ้าน คุณพรพิมล สะโรตม ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

จำนวนสมาชิกกลุ่ม 11 คน

ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชานัน

ที่ตั้งกลุ่มแม่บ้าน คุณพรพิมล สะโรตม เลขที่ 32 หมู่ที่ 8 บ้านทุ่งดินผา ตำบล แคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชานัน) เกิดจากความมุ่งมั่น ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ที่เป็นกิจการส่วนตัวอยู่แล้ว ทั้งยังมีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร เอาความรู้ความสามารถมาเพิ่มรายได้ให้กับตำบลแคมป์สน ดังนั้นคุณพรพิมล สะโรตม ซึ่งเป็นตัวแทนกลุ่ม ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรของ (ชานัน) เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรธรรมชาติ ที่ปลอดภัยจากสารเคมี มีคุณสมบัติช่วยถอนพิษพิษพิษ ดุแลสุขภาพ ผลิตเมื่อพ.ศ. 2553 เปิดมาได้ 2 ปีแล้ว โดยมีสมาชิกในกลุ่มรวม 11 คน และผลิตสินค้าจนได้เป็นสุดยอดระดับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2554 ระดับ 4 ดาว

กลุ่มแม่บ้าน คุณพรพิมล สะโรตม เป็นกลุ่มแม่บ้านที่มีความเข้มแข็งสมาชิกในกลุ่มมีความร่วมมือร่วมใจช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีวัตถุประสงค์จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญานิน) เพื่อให้มีรายได้เสริมจากอาชีพหลัก

ชื่อผลิตภัณฑ์(ขอบเขตการวิจัย 5 อย่าง)

- | | |
|------------------------|---------------------|
| 1. อะโรมาน้ำมันนวด | รหัส : 671102-SA001 |
| 2. สบู่ล้างหน้าสมุนไพร | รหัส : 671102-SA101 |
| 3. สบู่ล้างหน้าสมุนไพร | รหัส : 671102-SA102 |
| 4. เซรั่มบำรุงผิวหน้า | รหัส : 671102-SA601 |
| 5. ลูกประคบสมุนไพร | รหัส : 671102-SA301 |
| 6. เกลีสสปาขัดผิว | รหัส : 671102-SA003 |
| 7. เกลือแฮโรมา | รหัส : 671102-SA503 |
| 8. ผงขัดหน้า | รหัส : 671102-SA201 |

ข้อมูลสำหรับติดต่อ

ชื่อ – สกุล: นางพรพิมล สะโรตม

ที่อยู่ : 32 หมู่ที่ 8 บ้านทุ่งดินผา ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ 17280

รหัสพื้นที่ : 17280

เบอร์โทรศัพท์ : 056 750312 , 08 9860 3996, 089-2294377

เบอร์โทรสาร : 056 750314, 056-750312

E – mail : -

Website : <http://www.thaitambon.com/tambon>

2. ข้อมูลของผลิตภัณฑ์

2.1 Product name:ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

2.2 Brand name:ชญานิน

2.3 ตราสินค้า:



ส่วนวิเคราะห์ : ตราสินค้ามาจากดอกไม้ชนิดหนึ่ง ซึ่งเป็นต้นไม้ประจำบ้านทุ่งดินผา สีที่ใช้แต่ง-
เหลือง ให้ความรู้สึก กลิ่นไอของธรรมชาติ

2.4 ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product)

ส่วนวิเคราะห์ : ปัญหาที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นคือ บรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำตราสินค้าได้ ไม่มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ให้ความรู้สึกยังไม่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ยังไม่สะอาดตา ไม่สามารถกระตุ้นการตัดสินใจของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว สื่อประชาสัมพันธ์ยังไม่ชัดเจนไม่สามารถทำให้เกิดการบอกต่อเมื่อผู้บริโภคพบเห็น และบรรจุภัณฑ์เดิมยังไม่เอื้ออำนวยต่อความสะดวกให้กับผู้บริโภคเท่าที่ควร โดยการพัฒนารับบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้ จะใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความสวยงาม ความสะดวกสบายในการใช้สอย เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า เพื่อให้เป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคมากขึ้น

2.5 ลักษณะโดยทั่วไป (Description)

ทำมาจากขวดแก้ว ขวดแก้วเป็นภาชนะบรรจุที่เก่าแก่ชนิดหนึ่ง มีการใช้กัน เมื่อประมาณ 2,000 ปีมาแล้ว โดยชาวอียิปต์และอียิปต์ ได้ค้นพบวิธีการทำแก้ว จึงเกิดอุตสาหกรรมผลิตแก้วขึ้นในประเทศทั้งสอง และได้แพร่หลายไปยังประเทศต่างๆ ในทวีปยุโรป ปัจจุบันได้มีการใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ รวมทั้งเครื่องจักรอัตโนมัติช่วยในการผลิตเพื่อให้ได้แก้วที่มีคุณภาพสูง

สำหรับประเทศไทยอุตสาหกรรมผลิตแก้วได้เริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2498 โดยองค์การแก้ว ซึ่งทำการผลิตภาชนะบรรจุแก้ว เพื่อทดสอบการนำเข้ามาสำหรับใช้ในอุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่ม แก๊สอัดบรรจุ เครื่องสำอาง และอาหารอื่นๆ

2.6 ชื่อและประเภท (Name & Category)

ชื่อเรียกผลิตภัณฑ์โดยทั่วไป : ขวด

ชื่อเฉพาะ : Bottle

ประเภท ☐ คาร์บอน ☐ ซีเมนต์ ☒ แก้ว
☐ โพลีเมอร์ ☐ เซรามิก ☐ วัสดุจาก

ธรรมชาติ

2.7 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

แก้วเป็นวัสดุที่ได้จากซิลิกาซึ่งมีอยู่ในทรายเนื้อละเอียดผสมกับสารเคมีชนิดอื่น อย่างตัวช่วยหลอมละลายหรือสารให้สีนำเข้าเครื่องบดแล้วหลอมละลายด้วยอุณหภูมิ 1500-1600 องศาเซลเซียสจนส่วนผสมต่างๆ หลอมเป็นแก้วเหลวจึงนำมาขึ้นรูปเพื่อทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ แก้วเป็นวัสดุที่มีคุณสมบัติพิเศษแข็งแรง ใส สะอาด ปลอดภัยและมีความเป็นกลางจึง

ได้รับความนิยมนำแพร่หลายโดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำภาชนะบรรจุอาหาร ขวดน้ำอัดลม ถ้วย
 ขาม เนื่องจากไม่ทำปฏิกิริยาใดๆ กับอาหารทำให้ไม่มีสารปนเปื้อน นอกจากนี้ยังใช้ผลิตเป็น
 เฟอร์นิเจอร์ กระบอก และเครื่องใช้ไฟฟ้า นอกจากบรรจุภัณฑ์จากแก้วจะมีความปลอดภัยและ
 สวยงาม แก้วยังสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก

2.8 คุณสมบัติทางกายภาพ

ความแข็งตึง	☐ ไม่มี	☒ มี
โครงสร้าง	☒ ปิด	☐ เปิด
ทนต่อแรงกระแทก	☒ ไม่มี	☐ มี
ความใส	☐ ไม่มี	☒ มี
ลักษณะผิว	☒ หนูนต่ำ	☐ หนูนสูง
ความแข็งของผิว	☐ ไม่มี	☒ มี
อื่นๆ	ไม่มี	

2.9 คุณสมบัติการใช้งาน

ความต้านทานไฟ	☒ ไม่มี	☐ มี
ความต้านทานการสึกหรอ	☒ ไม่มี	☐ มี
ความต้านทานน้ำ	☐ ไม่มี	☒ มี
ความต้านทานรังสียูวี	☐ ไม่มี	☒ มี
ความต้านทานรอยขีดข่วน	☐ ไม่มี	☒ มี
ความทนทานต่อสารเคมี	☐ ไม่มี	☒ มี
ความทนทานต่อการฉีกขาด	☐ ไม่มี	☒ มี
สภาพการสะท้อนแสง	☒ ไม่มี	☐ มี
สภาพการนำความร้อน	☐ ไม่มี	☒ มี
อุณหภูมิการใช้งาน	☒ ไม่มี	☐ มี
การติดทนของสี	☒ ไม่มี	☐ มี
สมบัติการป้องกันเสียง	☒ ไม่มี	☐ มี
ความยั่งยืน	☒ ไม่มี	☐ มี
มีการใช้งานคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม	☒ ไม่มี	☐ มี

2.10 ข้อมูลบรรจุภัณฑ์และฉลาก (Package/label date)

ผลิตภัณฑ์	รูปแบบบรรจุภัณฑ์	วัสดุ	การพิมพ์				การบรรจุ
			รูปแบบ	ระบบ	จำนวนสี	หลังพิมพ์	
กล่อง 3 กล่อง	กล่องพับได้ (Folding cartons)	กระดาษอาร์ตการ์ด	PDP	Offset	4สี (CMYK)	- Die cutting - Spot UV	การนับชิ้น
สบู่ล้างหน้า	ฉลาก	ฟิล์มยืด	POL	Offset	4สี (CMYK)	งานตัด	การห่อ
อโรมา น้ำมัน นวดตัว/ผงขัด หน้า/เซรั่ม บำรุงผิวหน้า (ขวด)	ขวด	พลาสติก	POL	Offset	4สี (CMYK)	-	การนับชิ้น
	ฉลาก	กระดาษปอนด์	POL	Offset	4สี (CMYK)	งานตัด	แปะ/ติด
เกี๊ยวสเปาขัด ผิว/เกี๊ยวแช่โอโร มา(ขวด)	ขวด	พลาสติก	POL	Offset	4สี (CMYK)	-	การนับชิ้น
	ฉลาก	กระดาษปอนด์	POL	Offset	4สี (CMYK)	งานตัด	แปะ/ติด
ลูกประคบ สมุนไพร (ซอง)	ซอง พลาสติก	ซอง พลาสติกใส	PDP	Gravure	4สี (CMYK)	งานตัด	การห่อ

PDP = Print Directly on Pack (การพิมพ์ลงบรรจุภัณฑ์โดยตรง)

POL = Print on Label (พิมพ์ลงฉลาก)

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลบรรจุภัณฑ์และฉลาก

2.11 กระบวนการผลิต

- | | |
|--|--|
| ☐ การฉีด | ☐ การอัดรีด |
| ☐ การอัดเย็น | ☐ การเป่าขึ้นรูป |
| ☒ การขึ้นรูปด้วยความร้อน | ☐ การขึ้นรูปด้วยการหล่อ |
| ☐ การขึ้นรูปด้วยแป้นหมุน | ☐ การตัดโดยใช้มีดเป็นแม่พิมพ์ |
| ☐ ใช้ได้กับเครื่องมือสำหรับงานโลหะ | ☐ ใช้ได้กับเครื่องมือสำหรับงานไม้ |
| ☐ การประกบด้วยกาว | ☐ สามารถพิมพ์ได้ |
| ☐ สามารถเย็บได้ | ☐ สามารถเชื่อมได้ |
| อื่นๆ | |

2.12 ศักยภาพการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

- ☐ ดีมาก
- ☐ ดี
- ☒ พอใช้ การนำขวดแก้วกลับมารีไซเคิล หรือรีไซเคิล สามารถลดปัญหาขยะและการทำลายสภาพแวดล้อมชายฝั่งทะเลลง เพราะว่าการผลิต ขวดแก้วแก้วน้ำ จานแก้ว ต้องใช้ทราย-แก้วเป็นวัตถุดิบในการผลิต ทรายแก้วเป็นทรายที่มีอยู่ตามชายฝั่งทะเล และต้องขุดขึ้นมาเพื่อนำไปผลิต ทำให้สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์เสื่อมโทรมและภูมิประเทศเสียไป

2.13 ความหลากหลายของพันธุ์

มีลักษณะผิวเรียบ สีใส บางขวดก็สีชา

2.14 ศักยภาพการผลิตตามความต้องการเฉพาะของลูกค้า

- ☐ ดีมาก
- ☐ ดี
- ☒ พอใช้

2.15 ช่องทางการจัดจำหน่าย

☒ จำหน่ายเอง☒ ในประเทศ (โปรดระบุจังหวัด) เช่น ชลบุรี พัทยา
ตามงานเทศกาลต่างๆ☐ ต่างประเทศ(ระบุประเทศ)☐ ผ่านตัวแทน☐ ในประเทศ (โปรดระบุจังหวัด)☐ ต่างประเทศ(ระบุประเทศ)

2.16 การสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นและรางวัลที่ได้รับ(โปรดระบุชื่อ)

☐ รัฐบาล☐ หน่วยงานเอกชน☒ รัฐวิสาหกิจ☒ รางวัลที่ได้รับ

OTOP 3-4 ดาว

ราคาขายต่อหน่วย

- | | |
|------------------------|-------------------|
| 1. อะโรมาน้ำมันนวด | ราคาขวดละ 130 บาท |
| 2. สบู่ล้างหน้าสมุนไพร | ราคาก้อนละ 35 บาท |
| 3. สบู่ล้างหน้าสมุนไพร | ราคาก้อนละ 35 บาท |
| 4. เซรั่มบำรุงผิวหน้า | ราคาขวดละ 160 บาท |
| 5. ลูกประคบสมุนไพร | ราคาซองละ 40 บาท |
| 6. เกลีสปาขัดผิว | ราคาซองละ 80 บาท |
| 7. เกลือแช่อโรม่า | ราคาขวดละ 150 บาท |
| 8. ผงขัดหน้า | ราคาซองละ 35 บาท |

3 ปีที่เริ่มขายสินค้า : พ.ศ.2554

2.19 สถานะของผลิตภัณฑ์ Product/SWOT (strength, weakness, opportunity, threat)

จุดแข็งของผลิตภัณฑ์(Strength)

1. สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐานเดียวกัน
2. เป็นผลิตภัณฑ์ของคนไทยอย่างแท้จริง
3. วัตถุดิบหาง่าย ราคาถูก
4. ต้นทุนการผลิตต่ำ

จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์(Weakness)

1. มีผู้ผลิตมากมายในประเทศ
2. บรรจุภัณฑ์ไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ขาดการให้ข้อมูลผู้บริโภค
3. การรับรู้ในแบรนด์สินค้ายังน้อย

โอกาสของสินค้า (Opportunity)

1. การใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เป็นที่นิยมอย่างมาก
2. รัฐบาลให้การสนับสนุนเพราะเป็น หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
3. สามารถกระจายสินค้าไปจำหน่ายตาม ร้านค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้

อุปสรรคของสินค้า (Threat)

1. คนไทยไม่นิยมใช้ตราสินค้าไทย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
2. การสร้างความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ระดับกลุ่มแม่บ้านค่อนข้างยาก

วัตถุประสงค์(Objective):

ต้องการเปิดตลาดใหม่และปรับปรุงผลิตภัณฑ์โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในส่งเสริมเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นเป็นที่แพร่หลาย และตรงกับกลุ่มเป้าหมายอีกทั้งให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า แสดงเอกลักษณ์ของสินค้าได้เป็นอย่างดี และแตกต่างออกมาจากคู่แข่ง

กลุ่มเป้าหมาย (Main target): ผู้ที่ชอบดูแลสุขภาพและผิวพรรณ อายุ 25-35 ปี ที่มีความใส่ใจในตัวเอง ใส่ใจสุขภาพ

ส่วนวิเคราะห์ : จากการวิจัยพบว่าลูกค้าส่วนมากจะเป็นกลุ่มวัยกลางอายุตั้งแต่ 25-35 ปี

แนวความคิดการออกแบบ (Design Concept) : มนตราแห่งขุนเขา

สรุปข้อคิดเห็นของผู้วิจัยต่อผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชญานิน) กลุ่มแม่บ้าน คุณพรพิมล สะโรตม ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ทำความสะอาดและรักษาร่างกาย บรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนาให้สะดวกสบายปลอดภัยต่อผู้ซื้อ

โดยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้ จะใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความสวยงาม ความสะดวกสบายในการใช้สอย เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า เพื่อให้เป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคมากขึ้น

อารมณ์ความรู้สึกของงานที่ออกแบบ(Mood&Tone/Personality) :

CONCEPT	มนตราแห่งขุนเขา		
MOOD& TONE	Elegant(สวย สง่า)	Modern (ทันสมัย)	Natural (ธรรมชาติ)
ELEMENT	ลักษณะบรรจุ ภัณฑ์โดยรวม	สีและกราฟิก	รูปร่าง รูปทรง ของบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 3 แสดง Mood&tone

วิเคราะห์ปัญหาและแนวทางการแก้ไข

1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์

1.1 ปัญหาจากผลิตภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำตราสินค้าได้ ไม่มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ให้ความรู้สึกยังไม่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ยังไม่สะดวก ไม่สามารถกระตุ้นการตัดสินใจของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว สื่อประชาสัมพันธ์ยังไม่ชัดเจนไม่สามารถทำให้เกิดการบอกต่อเมื่อผู้บริโภคพบเห็น และบรรจุภัณฑ์เดิมยังไม่เอื้ออำนวยต่อความสะดวกให้กับผู้บริโภคเท่าที่ควร

1.2 แนวทางการแก้ปัญหา

โดยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้ จะใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความสวยงาม ความสะดวกสบายในการใช้สอย เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า เพื่อให้เป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคมากขึ้น

2. กราฟิคนบนบรรจุภัณฑ์

2.1 ปัญหากราฟิคนบนบรรจุภัณฑ์

2.1.1 บรรจุภัณฑ์ไม่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเพื่อให้ผู้บริโภคจดจำตราสินค้าได้

2.1.2 บรรจุภัณฑ์ไม่มีเอกลักษณ์ชัดเจน ให้ความรู้สึกยังไม่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์

2.1.3 บรรจุภัณฑ์ไม่สะดุดตา ไม่สามารถกระตุ้นการตัดสินใจของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

2.1.4 สื่อประชาสัมพันธ์ยังไม่ชัดเจน ไม่สามารถเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ให้เกิดการบอกต่อเมื่อผู้บริโภคพบเห็น

2.1.5 บรรจุภัณฑ์เดิมยังไม่เอื้ออำนวยต่อความสะดวกให้กับผู้บริโภคเท่าที่ควร

2.2 แนวทางการแก้ปัญหา

2.2.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำตราสินค้า

2.2.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ชัดเจน ให้ความรู้สึกเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์

2.2.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สะดุดตา สามารถกระตุ้นการตัดสินใจของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

2.2.4 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน สามารถเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ให้เกิดการบอกต่อเมื่อผู้บริโภคพบเห็น

2.2.5 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เอื้ออำนวยต่อความสะดวกให้กับผู้บริโภค

Design Brief

TITLE: การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากสมุนไพรชาน้ำมัน ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

PROBLEM : เนื่องจากผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายใหม่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์และยังขาดเอกลักษณ์เพื่อสร้างความโดดเด่น

PRODUCT : ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชาน้ำมันของกลุ่มแม่บ้านชาวน้ำมัน

OBJECTIVE: เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ และเพิ่มมูลค่าตัวผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร(ชาวน้ำมัน)

TARGET GROUP :

ผู้ที่ชอบดูแลสุขภาพและผิวพรรณ อายุ 25-35 ปี ที่มีความใส่ใจในตัวเอง ใส่ใจ สุขภาพ

คุณลักษณะของผู้บริโภคทางกายภาพ

- อายุ 25-35 ปี
- มีเงินเดือน 10,000 บาท ขึ้นไป
- การศึกษาระดับปริญญาตรี-สูงกว่าปริญญาตรี
- ทุกอาชีพ

คุณลักษณะของผู้บริโภคทางจิตใจ

- รักและใส่ใจสุขภาพ
- เปิดใจรับกับสินค้าใหม่ๆ

CONCEPT : มนตราแห่งขุนเขา

SUPPORT: เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากธรรมชาติ และโดยธรรมชาติก็มีความงามในตัว โดยถ่ายทอดออกมาทาง ลักษณะรูปร่างที่สวยงาม และมีกลิ่นหอมที่น่าหลงใหลจึงทำให้ธรรมชาติ มีความสวยงามและน่าชื่นชมโดยตัวของธรรมชาตินั่นเอง

Mood & Tone : Elegant / Modern / Natural

Designer Respond : กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ ประทับใจ และตัดสินใจซื้อ

Scope :

1. ศึกษาปัญหาและแนวทาง - การทำ Design Brief
2. งานลักษณะ 2 มิติ - การเขียนแบบโครงสร้าง
- การเขียนแบบลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
- Presentation board
3. งานลักษณะ 3 มิติ - ผลงานต้นแบบ Mock up
4. การส่งรายงาน - ข้อมูลและงานออกแบบรวมเล่ม

DIAGRAM



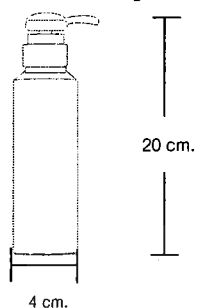
ตารางที่ 4 แสดง DIAGRAM



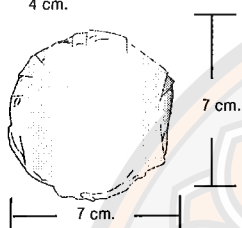
ภาพที่ 4-1 ภาพแสดงMood&Toneของงาน

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch)

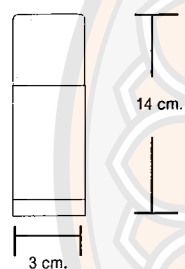
โครงสร้างผู้วิจัยเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีตามท้องตลาดเพื่อให้ง่ายต่อการนำไปผลิตจริง



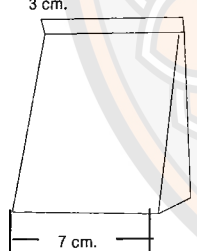
แบบที่ 1 โครงสร้างของอะโรมาน้ำมันนวดตัว



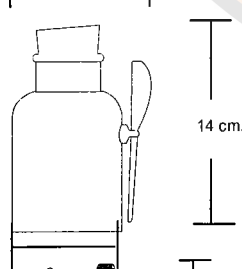
แบบที่ 2 โครงสร้างสบู่ของล้างหน้าสมุนไพร



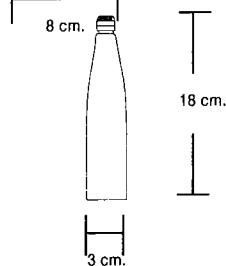
แบบที่ 3 โครงสร้างของเซรั่มบำรุงผิวหน้า



แบบที่ 4 โครงสร้างของลูกประคบสมุนไพร



แบบที่ 5 โครงสร้างของเกลือสปาขัดผิวและเกลือแช่อโรมา



แบบที่ 6 โครงสร้างของผงพอกหน้า

ภาพที่ 4-2 แบบโครงสร้างผลิตภัณฑ์ของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชาวนิน

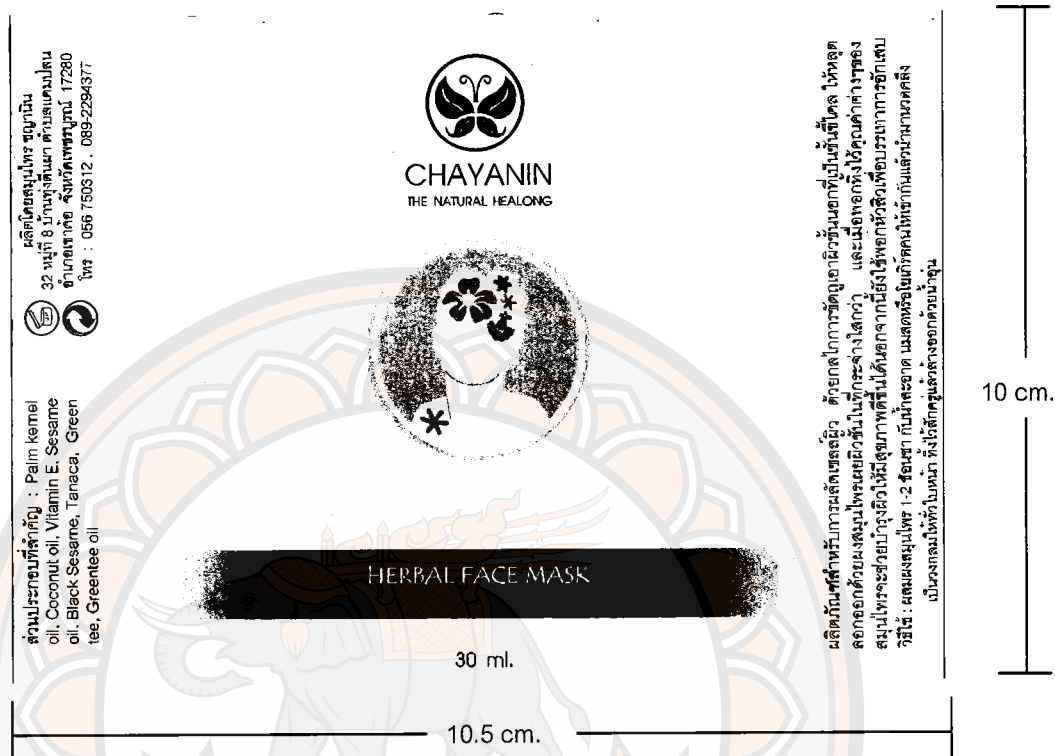
แบบโครงสร้างและกราฟิก



ภาพที่ 4-3 แบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรพญานัน



ภาพที่ 4-4 แบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรพญานัน



ภาพที่ 4-5 แบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชญานิน



ภาพที่ 4-6 แบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชญานิน

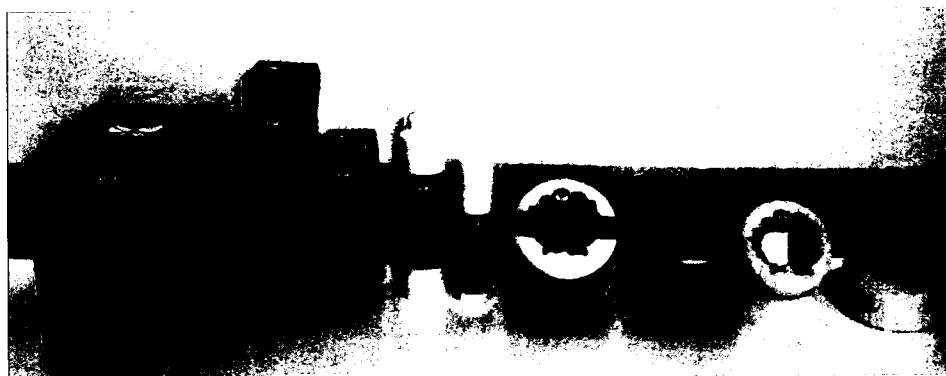


ภาพที่ 4-7 แบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชาญาณิน



ภาพที่ 4-8 แบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชาญาณิน

ส่วนที่ 3 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ (Development and Design)



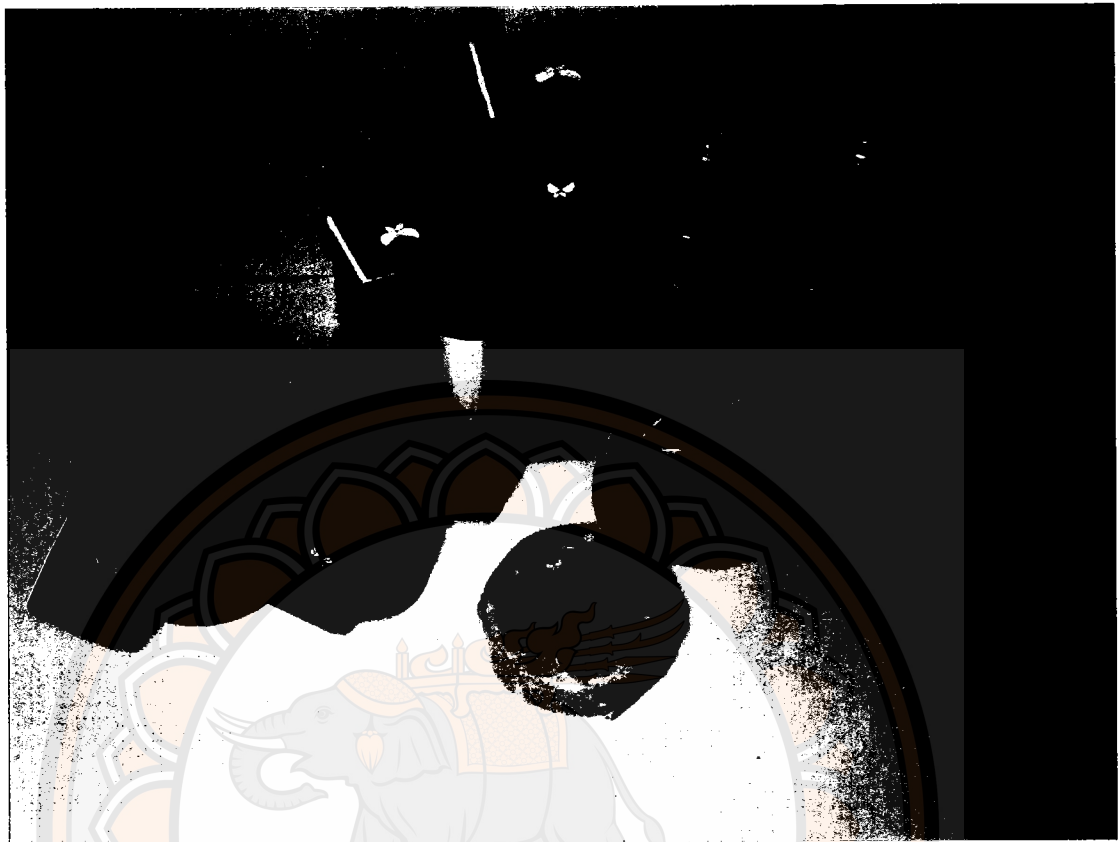
ภาพที่ 4-9 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรชาญาณิน



ภาพที่ 4-10 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรชาสมุนไพร



ภาพที่ 4-11 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรชาสมุนไพร



ภาพที่ 4-12 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรชาสมุนไพร



ภาพที่ 4-13 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของเกลือสปาขัดผิว



ภาพที่ 4-14 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สมุนไพรชาสมุนไพรที่พัฒนาแล้ว



ภาพที่ 4-15 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สมุนไพรชาสมุนไพรที่พัฒนาแล้ว



ภาพที่ 4-16การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สมุนไพรชาญานินที่พัฒนาแล้ว



ภาพที่ 4-17 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สมุนไพรชาสมุนไพรที่พัฒนาแล้ว

ผลงานที่สร้างสรรค์



ภาพที่ 4-18 ภาพรวมทั้งหมดผลงานที่สร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชาสมุนไพรที่พัฒนาแล้ว

บทที่ 5

บทสรุป

ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สมุนไพรชานอ้น ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชานอ้น ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) ตามสมมุติฐานที่ว่ารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคสามารถยกระดับของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น เพิ่มมูลค่า อีกทั้งยังเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายตลอดจนสร้างความนิยม ให้คนหันมาสนใจผลิตภัณฑ์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชานอ้น) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า ขอบเขตและวิธีการศึกษา

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพทั่วไปของ ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรชานอ้น ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
2. ศึกษาและวิเคราะห์การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรชานอ้น ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรชานอ้น ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

ขอบเขตด้านการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (ชานอ้น) ตำบลแคมป์สน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

1. อะโรมาน้ำมันหอมระเหย
2. สบู่ล้างหน้าสมุนไพร
3. สบู่ล้างหน้าสมุนไพร
4. เซรั่มบำรุงผิวหน้า
5. ลูกประคบสมุนไพร
6. เกลีสปาขัดผิว

7. เกลือแซอโรมา

8. ผงขัดหน้า

สรุปผลการออกแบบ

การศึกษาเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์สมุนไพรชาสมุนไพร ตำบลดงเค็ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดเพชรบูรณ์ สรุปผลได้ดังนี้

1. การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนโครงสร้างและส่วนกราฟิก ในส่วนโครงสร้างนั้นได้ออกแบบให้สอดคล้องและคำนึงถึงการใช้งานและรูปทรงของผลิตภัณฑ์และการเก็บรักษา มีโครงสร้างทั้งหมด 8 โครงสร้าง และสร้างความสะดุดตาทั้งในด้านของรูปร่างและด้านของกราฟิกที่ผู้วิจัยได้บอกเล่าเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ ในมุมมองที่เป็นธรรมชาติ มีเสน่ห์ และสามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้

2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องความเสียหายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และสะดวกต่อการใช้งาน

3. ใช้วัสดุที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ อาทิเช่น กระดาษเคลือบพลาสติก อาร์ตมันหนา พลาสติกใส ขวดโหล เพื่อให้เกิดความน่าสนใจในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น และสามารถป้องกันการเสียหายของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

การดำเนินการวิจัยในหัวข้อ “การออกแบบผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชาสมุนไพร ตำบลดงเค็ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดเพชรบูรณ์” มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชาสมุนไพร ตำบลดงเค็ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งปัญหาที่พบในงานวิจัย คือ การค้นคว้าหาข้อมูลเป็นไปค่อนข้างลำบาก เนื่องจากข้อมูลเรื่องสมุนไพรนั้นมีไม่มากนัก จึงเป็นปัญหาสำคัญสำหรับงานวิจัยในหัวข้อนี้ แต่ทั้งนี้ความตั้งใจและความพยายามก็ช่วยให้การศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์

ในขั้นตอนของกระบวนการประเมินผลทางการศึกษา ได้เป็นไปอย่างถูกต้องตามระบบที่คณะกรรมการได้กำหนดไว้ ซึ่งสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางเอาไว้ ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่ได้รับข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์จากอาจารย์ที่ปรึกษา และได้คอยช่วยเหลืออย่างเต็มที่

บทสรุปของการศึกษาวิจัยถือว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ในการแก้ปัญหาในด้านต่างๆซึ่งมิใช่เพียงวิสัยทัศน์ทางการศึกษาเท่านั้น แต่ยังเป็นการมองให้กว้างออกไปยังภายนอก เป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้าง อาศัยพื้นฐานของความเป็นจริง การศึกษา การค้นคว้า ตลอดจนการวิเคราะห์อย่างลึกซึ้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริง อันจะเป็นประโยชน์ต่อตัวผู้ศึกษาวิจัย

บรรณานุกรม

นพวรรณ หมั่นทรัพย์. (2539).การออกแบบเบื้องต้น.กรุงเทพฯ: โชตนาพรินติ้ง จำกัด

นวลน้อย บุญวงศ์. (2539).หลักการออกแบบ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประชิด ทิณบุตร. (2531). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตรน์

สมศักดิ์ ประเสริฐสุข และสุวิมล พุ่มประทีป. (2529). การออกแบบผลิตภัณฑ์

สาคร คั่นธโชติ. (2528). การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: โอเอสพริ้นติ้งเฮาส์

จิตรานี พานทอง. (2524). "การหีบห่อ" .วารสาร รามคำแหง, 8 (ฉบับบริหารธุรกิจเล่ม1),28-50

สุภาวดี ธีรธรรมากร (2543).บรรจุภัณฑ์พลาสติก (พิมพ์ครั้งที่ 1).นนทบุรี

พรทิพย์ นิมมานนิตย์. (2544). เครื่องสำอางในชีวิตประจำวัน (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : ภาควิชาเภสัชกรรม
คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พิมพ์ร ลีลาพรพิสิฐ. (2532). เครื่องสำอางเพื่อความสะอาด (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พริ้นติ้ง เฮาส์

วัฒน์ จุฑาวิภาต. (2527). การออกแบบ(พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ: ปราชญ์

ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2532)