



กรณีศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางส่วนผสมธรรมชาติจากกรุงมิลาน Case study: Natural-Cosmetic Package Style from Milan

สินีนารถ เลิศไพรวัง

Sineenart Laedpriwan

บทคัดย่อ

บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อความเข้าใจและการนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่าย โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรจึงได้จากการรวบรวมแนวโน้มในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายในประเทศที่มีความก้าวหน้าในด้านการออกแบบ คือ กรุงมิลานประเทศอิตาลีจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 30 ชิ้น พบว่าบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางที่ได้จากส่วนผสมทางธรรมชาติมักสะท้อนความเป็นธรรมชาติเพื่อการสื่อความเข้าใจถึงคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์โดยจำนวนร้อยละ 45 สื่อความด้วยการเลือกใช้วัสดุที่มาจากธรรมชาติ ร้อยละ 20 สื่อความเข้าใจด้วยรูปทรงที่เป็นสัญลักษณ์ของธรรมชาติ และร้อยละ 30 สื่อความด้วยการกราฟิกโดยใช้เทคนิคการพิมพ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าส่วนที่เหลือร้อยละ 10 สื่อความหมายด้วยวิธีอื่น ๆ นักออกแบบเป็นผู้ที่มีความสำคัญในการส่งเสริมตัวผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่ามากขึ้นด้วยการวางแนวทางการออกแบบสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะอย่างมีมาตรฐานและเหมาะสมกับผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับสูงที่พบว่าร้อยละ 80 เป็นผู้มีการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จากการศึกษาพบว่านักออกแบบร้อยละ 90 เริ่มต้นหาข้อมูลด้วยการศึกษาแนวโน้มรูปแบบและความนิยมในปัจจุบันเพื่อใช้เป็นส่วนประกอบหลักในการออกแบบ โดยเล็งเห็นว่าความขึ้นชอบในตัวผลิตภัณฑ์นั้นมักสอดคล้องรสนิยมและความนิยมในแต่ละยุคสมัยทางสังคม เทคโนโลยีการผลิตเป็นส่วนหนึ่งที่มีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเป็นส่วนที่สร้างความแปลกใหม่ให้แก่ผลงานนวัตกรรม ที่สามารถเห็นได้ชัดเจนที่สุด ส่วนรูปทรงจะมีความชัดเจนเป็นรอง และที่น้อยที่สุดคือด้านกราฟิก การออกแบบสร้างสรรค์ผลงานโดยร้อยละ 60 เน้นประโยชน์ใช้สอยที่แตกต่าง ร้อยละ 30 สร้างความแตกต่างด้วยรูปทรง และร้อยละ 10 ใช้รูปแบบกราฟิกและสีสร้างจุดสนใจ และใน ร้อยละ 80 มีความเห็นตรงกันด้านความคุ้มค่าของการลงทุนทั้งที่เป็นเรื่องของการใช้วัสดุและการผลิตหรือการสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อย่างเหมาะสม

สรุปผลการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยพบว่านักออกแบบไทยมีความพร้อมที่จะออกแบบเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ กับต่างประเทศ โดยเฉพาะพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออกเป็นการเพิ่มผลผลิตให้กับวงการธุรกิจในอนาคต การยอมรับแนวโน้มทางด้านรูปแบบนั้นเป็นส่วนที่ทำให้เพิ่มยอดขายได้มากกว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และสร้างความเชื่อถือในการเป็นผู้เชี่ยวชาญทางความงามจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับตลาดเครื่องสำอางในดินแดนแถบตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรุงมิลาน ประเทศอิตาลีดินแดนแฟชั่นเสื้อผ้าและเครื่องสำอาง

Abstract:

Package is the tool of product's marketing distribution. Therefore, the research is to study package design's trend in term of natural cosmetic from the countries' leader of fashion such as Milan (Italy). Sampling tools are the natural product's packages from the amount of 30 pieces. Founded, the cosmetic packages are mostly present the quality of natural product which is filled inside the bottle. 20% can be communicated in public by natural form. 30% presented by technique to be added in value and make them more interesting. 10% refer to the other aspect of communication such as styles, materials also patterns which are the elements of design. Product's consumer can be classified in to 80% of the high education level women. Therefore, 90% of designers start to design by studying design's trend which

would be developed by the different location, society, climate etc. Production techniques can be the main idea in creating an interesting point to all packages. They are the most important choice for designer to make the different and variety of styles on to them. However, the second priority is the different in variety of shapes. The final aspect is the variety of graphics. Therefore, 60% of the designer focus on the functions of packages, 30% focus on the shapes and styles and only 10% focus on the graphics. By the way, most of the designer is very thoughtful of the investment for materials and processes which should be 3R: reuse, recycle and reduce to save the earth.

In conclusion, Thai package designers mostly have intelligent and effort in creating all types of package for the natural-cosmetic products which is one of the most important export products from Thailand. However, it would be developed and assist the SME manufacturer to added the products value in order to compete with products from other countries. The product's consumers in Milan are mainly respect for the brand of the cosmetic which can be referred to the quality of their sake.

บทนำ

เครื่องสำอางจากธรรมชาติที่กล่าวถึงในการวิจัยครั้งนี้เป็นการค้นหาแนวความคิดเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีประโยชน์ใช้สอยตามหน้าที่อย่างเต็มที่เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยส่วนใหญ่ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติจะเป็นตัวยาที่ไม่มียันตราต่อผู้บริโภคแต่ยังเป็นประโยชน์ในทาง การช่วยบำรุงและส่งเสริมผิวพรรณ ได้มาจากข้อพิสูจน์ทางการแพทย์ด้านภูมิปัญญาไทยโบราณทำให้รูปแบบของบรรจุภัณฑ์มีลักษณะไม่แตกต่างกับบรรจุภัณฑ์ยาโดยทั่วไป บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรจึงขาดการดึงดูดความสนใจจากกลุ่มผู้บริโภคที่โดยมากเป็นชาวต่างชาติที่ให้ความเชื่อถือที่จะเลือกใช้เครื่องสำอางที่มีตัวยาจากธรรมชาติมากกว่าตัวยาสังเคราะห์หรือมีส่วนผสมทางเคมี ความก้าวหน้าทางเภสัชกรรมของแพทย์แผนไทย นั้นสร้างชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเภสัชภัณฑ์ เมื่อนำตัวยาที่มีคุณสมบัติในการบำรุงผิวโดยไม่เป็นอันตรายในระยะยาวนั้น ยังขาดทิศทางทางการตลาดและการวางตำแหน่งของสินค้าให้เหมาะสมพ.ศรัณย์ จีระพันธุ์กล่าวว่า

สมุนไพร หมายถึง “พืชที่ใช้ทำเป็นเครื่องยา” ส่วน ยาสมุนไพร หมายถึง “ยาที่ได้จากส่วนของพืช สัตว์ และแร่ ซึ่งยังมีได้ผสมปรุง หรือ แปรสภาพ” ส่วนการนำมาใช้ อาจดัดแปลงรูปลักษณะของสมุนไพรให้ใช้ได้สะดวกขึ้น เช่น นำมาหั่นให้มีขนาดเล็กกลอง หรือ นำมาบดเป็นผง เป็นต้น มีแต่พืชเพียงอย่างเดียวหาไม่ได้เพราะยังมีสัตว์และแร่ธาตุอื่นๆ อีกสมุนไพร ที่เป็นสัตว์ได้แก่ เขา หนัง กระดุก ดี หรือเป็นสัตว์ทั้งตัวก็มี เช่น ตุ๊กแกไล่เดือน ม้าน้ำ ฯลฯ “พืชสมุนไพร” นั้นตั้งแต่โบราณก็ทราบกันดีว่ามีคุณค่าทางยามากมายซึ่ง เชื่อกันอีกด้วยว่า ต้นพืช

ต่าง ๆ ก็เป็นพืชที่มีสารที่เป็นตัวยาด้วยกันทั้งสิ้นเพียงแต่ว่าพืชชนิดไหนจะมีคุณค่าทางยามากน้อยกว่ากันเท่านั้น

“พืชสมุนไพร” หรือวัตถุดิบ หรือตัวยาสมุนไพรนี้ แบ่งออกเป็น 5 ประการ

1. รูปได้แก่ ใบไม้ ดอกไม้ เปลือกไม้ แก่นไม้ กระพี้ไม้ รากไม้ เมล็ด

2. สี มองแล้วเห็นว่าเป็นสีเขียวใบไม้ สีเหลือง สีแดง สีส้ม สีม่วง สีน้ำตาล สีดำ

3. กลิ่นให้รู้ว่ามีกลิ่นหอมเหม็น หรือกลิ่นอย่างไร

4. รส ให้รู้ว่ามีรสอย่างไร รสจืด รสฝาด รสขม รสเค็ม รสหวาน รสเปรี้ยว รสเย็น

5. ชื่อ ต้องรู้ว่ามีชื่ออะไรในพืชสมุนไพรนั้น ๆ ให้รู้ว่าเป็นอย่างไร ข่า เป็นอย่างไร ใบชี้เหล็กเป็นอย่างไร

บรรจุภัณฑ์นั้นมีส่วนเกี่ยวกับการเก็บรักษา การเก็บส่วนของพืชสมุนไพรเอามาทำเป็นยานั้น ถ้าเก็บในระยะเวลาที่ไม่เหมาะก็มีผลต่อการออกฤทธิ์ในการรักษาโรคของสมุนไพรได้ นอกจากจะต้องคำนึงถึงเรื่องช่วงเวลาในการเก็บยาเป็นสำคัญแล้ว ยังจะต้องคำนึงถึงว่าการเก็บยานั้นถูกต้องหรือไม่ ส่วนไหนของพืชใช้เป็นยาดีที่ปลูกพืชสมุนไพรอากาศเป็นอย่างไร

การเลือกเก็บส่วนที่เป็นยาอย่างถูกวิธีการนั้น จะมีผลอย่างมากต่อประสิทธิภาพของยาที่จะนำมารักษาโรคหากปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไป ปริมาณตัวยาที่มีอยู่ในสมุนไพรนั้น ๆ ก็จะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ทำให้ยาที่ได้มานั้นไม่เกิดผลดีในการบำบัดรักษาโรคได้เท่าที่ควร

การบรรจุภัณฑ์จึงเป็นส่วนสำคัญที่ไม่ทำให้คุณภาพของเนื้อผลิตภัณฑ์เปลี่ยนแปลงได้แก่การถูกแสง การถูกอากาศ หรือการถูกความชื้น ดังนั้นองค์การเภสัชกรรมมีข้อมูลเปิดเผยว่า การเก็บรักษาพืชสมุนไพร

เอาไว้เป็นระยะเวลาสั้นๆ มักจะเกิดการขึ้นราหรือเกิดมี
หนอง เกิดการเปลี่ยนแปลงลักษณะของสี กลิ่น ทำให้ยา
สมุนไพรเสื่อมคุณภาพลงได้ ทำให้ไม่ออกฤทธิ์ในการบำบัด
รักษาโรคได้ เกิดการสูญเสียฤทธิ์ของยาไป

ด้วยเหตุนี้เองจะต้องมีการเก็บรักษาที่ดีเพื่อ
ประกันคุณภาพและฤทธิ์การรักษาของยาสมุนไพร แพทย์
แผนโบราณ กล่าวว่า สูตรสมุนไพรบำรุงผิวหน้าที่มี
สรรพคุณจากภูมิปัญญาไทย มีดังนี้

ว่านหางจระเข้: บำรุงผิว ป้องกันฝ้า ลบรอยจุด
ต่างดํา รักษาสิว

แตงกวา: สمانผิว ลบรอยเหี่ยวย่น

มะเขือเทศ: สمانผิว ลบรอยเหี่ยวย่น จุดต่างดํา

ขมิ้นสด: บำรุงผิวหน้าผุดผ่องสดใสอ่อนวัย และ
ช่วยให้สิวยุบเร็ว

กล้วยน้ำว้าสุก: บำรุงผิวนุ่มเนียนอ่อนไว

หัวไชเท้า: ช่วยลดรอยฝ้าและกระให้จางหาย

ใบบัวบก: ลดรอยตีนกา

มะขามเปียก: บำรุงผิวหน้าขาวเนียน ลบรอยฝ้า
จุดต่างดํา ชำระล้างสิ่งสกปรก

กล้วยหอม: ลดรอยเหี่ยวย่น ถนอมผิวหน้าให้ชุ่มชื้น

ทุเรียน: ลดปัญหาสิวลึ้น

มะนาว: ลดสีเข้มของกระบนใบหน้า

มะม่วงสุก: แก้ปัญหาฝ้าและสิวล

แครอท: บำรุงผิวหน้าเต่งตึงสดใส

ในวงการแพทย์ได้สังเกตเห็นปัญหาของการนำสมุนไพรมาเป็นส่วนผสมของเครื่องสำอางซึ่งจะต้องมีส่วนที่
เติมลงไปเป็นส่วนผสมให้มีเนื้อครีมที่มีความนุ่มพอ
ประมาณและอาจต้องเติมกลิ่นเพื่อให้หอมมากขึ้น สมุนไพรบางชนิดมีกลิ่นเหม็นเขียว ทางเภสัชกรรมจึงทดลอง
เติมกลิ่นลงไปและจะต้องเป็นกลิ่นที่ไม่ขัดต่อความเป็น
ธรรมชาติของส่วนผสมหลัก ดร. มัลลิกา ชมนาวัง กล่าว
ว่า สารสกัดสมุนไพรไทย 19 ชนิดได้ถูกนำมาทดสอบฤทธิ์
ต้านเชื้อโดยวิธี disc diffusion และ broth dilution พบ
ว่า มีสมุนไพร 13 ชนิดที่สามารถยับยั้งการเจริญของ P.
acnes ได้ในการทดลอง disc diffusion โดยซุ่มเห็ดเทศ
สาบเสือ มังคุดและของระอา ให้ผลยับยั้ง P. acnes ได้ดี
ที่สุด ส่วนกระเจี๊ยบแดง มังคุด สาบเสือและซุ่มเห็ดเทศให้
ผลดีต่อ S.epidermidis ในวิธี broth dilution พบว่า
มังคุดให้ผลดีที่สุด

การบรรจุภัณฑ์จึงต้องระมัดระวังการเสื่อมสภาพ
ของตัวยาสมุนไพรที่จะเกิดจากการเก็บรักษาซึ่งขึ้นอยู่กับ
ระยะเวลาและอื่น ๆ บรรจุภัณฑ์สมุนไพรที่กล่าวถึงนี้ต้อง

คำนึงถึงบรรจุภัณฑ์ภายในตลอดจนบรรจุภัณฑ์ภายนอกที่
จะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือในตัวผู้ผลิตจำหน่ายหรือยี่ห้อ
ผลิตภัณฑ์ ในขณะที่เดียวกันผู้ผลิตจะต้องพยายามที่จะสร้าง
แบรนด์ควบคู่กันไปด้วยเพื่อไม่ให้เกิดการค้นคิดตัวยานั้นหมด
ความสำคัญลงไป การจัดจำหน่ายจึงเป็นสิ่งจำเป็น ได้แก่
ความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์ในด้านการใช้งาน และวัสดุที่
ทนทานและไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมสภาพ

รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีส่วนช่วยในการสร้างมูลค่า
เพิ่มให้แก่สินค้า หากผู้ผลิตได้ใช้บรรจุภัณฑ์ชั้นในที่มี
คุณภาพเก็บรักษาสมุนไพรได้ดีแล้ว การวางแผนการ
ออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกที่ต้องให้สอดคล้องกับ
ความต้องการของตลาดผู้บริโภคและความเชื่อมั่นในการสื่อ
ความหมายและคุณภาพในตัวสินค้าภายในบรรจุภัณฑ์เพื่อ
การสร้างแบรนด์คุณภาพและความทันสมัยให้แก่สินค้า โดย
เฉพาะอย่างยิ่งเพื่อการส่งออกไปยังตลาดสินค้าแฟชั่นและ
เครื่องสำอางชั้นนำซึ่งได้แก่ ตลาดยุโรปและ ตลาดอเมริกา
ที่ครองความเป็นผู้นำอย่างต่อเนื่องมาเวลายาวนานกว่า 4
ปีหลัง (วารสารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)

คำสำคัญ

รูปแบบ หมายถึงรูปร่าง รูปทรงและแนวโน้ม
ความสวยงามของ บรรจุภัณฑ์หรือสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ ในที่
นี้หมายถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางวัสดุธรรมชาติ
และสมุนไพร ที่มีความทันสมัยหรือมีประโยชน์ใช้สอยที่
เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค โดยสอดคล้องกับ
เศรษฐกิจและสังคมในชุมชน รวมถึงการใช้วัสดุและเทคนิค
วิธีการผลิต

บรรจุภัณฑ์ หมายถึงส่วนที่หุ้มห่อ หรือบรรจุ
ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มีสถานะทางวิทยาศาสตร์แตกต่างกันไป
ได้แก่ ของแข็ง ของเหลว และก๊าซ ในทางการใช้งานบรรจุ
ภัณฑ์สามารถแบ่งได้เป็น บรรจุภัณฑ์ภายนอกและบรรจุ
ภัณฑ์ภายใน โดยแตกต่างกันตามหน้าที่ใช้สอย

เครื่องสำอาง หมายถึงวัตถุที่เป็นได้ทั้งของแข็ง
ของเหลว หรือก๊าซ โดยมีความสำคัญในการเป็นส่วนที่ใช้
ในการเสริมสร้างความงามและบำรุงผิวพรรณ โดยแบ่งได้
เป็นเครื่องสำอางบำรุงผิวและเครื่องสำอางประทินผิว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางส่วนผสม
ธรรมชาติจากภูมิปัญญาไทย เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ผลิต
สินค้าเครื่องสำอางสมุนไพรไทยในการพัฒนารูปแบบบรรจุ
ภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาแบรนด์สินค้าสมุนไพร
ไทยให้ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ โดยการสร้าง

ความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือให้เป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคในประเทศแถบตะวันตก

กรอบแนวคิด

รวบรวมข้อมูล → วิเคราะห์และประเมินผล

- รูปแบบบรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ
- หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง
- กระบวนการทางเทคนิคสำหรับบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง
- ข้อจำกัดทางการส่งออกและนำเข้าของประเทศอิตาลี
- สสำรวจบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางจากกรุงมิลานจำนวน 30 ชิ้น

- วิเคราะห์และสรุปแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางจากธรรมชาติเพื่อสอดคล้องกับตลาดในประเทศแถบยุโรป

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยรูปแบบวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงในการสำรวจบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางส่วนผสมธรรมชาติในกรุงมิลาน

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ผู้วิจัยดำเนินการด้วยการระบุนักศึกษาระดับปริญญาตรีเรื่องรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง โดยเฉพาะเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสมุนไพรเพื่อวิเคราะห์แนวโน้มความนิยมหรือความเชื่อมั่นที่มีต่อตัวผลิตภัณฑ์โดยปรากฏอยู่กว่า 100 รูปแบบในห้างสรรพสินค้าบนถนนแพชั่น

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) โดยเป็นการเลือกแบบอิงดุลยพินิจ (judgment sampling) (Goetz & Le Compte, 1986; Patton, 2002.) โดยผู้วิจัยเจาะจงเลือกกลุ่มตัวอย่างบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรจากกรุงมิลานจำนวน 30 ชิ้น จากห้างสรรพสินค้าบนถนนแพชั่น โดยเจาะลึกทั้งบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกและชั้นใน

2. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

สร้างแบบประเมินด้านรูปแบบ วัสดุ และเทคนิค

วิธีการผลิตโดยผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ แล้วนำมาวิเคราะห์สรุปผลเฉพาะสำหรับกรณีศึกษา

3 การเก็บข้อมูลวิจัย

3.1 รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสาร ด้วยการสืบค้นจากตำรา บทความและบทความวิชาการรายงานการวิจัยด้านสมุนไพรทั้งของไทยและต่างประเทศ รวมทั้งเอกสารเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ วัสดุและเทคนิคการผลิต

3.2 สสำรวจความคิดเห็นจากแบบประเมินรูปแบบวัสดุและเทคนิคการผลิตบรรจุภัณฑ์ จากกลุ่มตัวอย่างจากกรุงมิลาน 30 ชิ้น

4 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสาร ตำรา บทความและบทความวิชาการด้วยการทำแบบสรุปความสัมพันธ์ของรูปแบบวัสดุและเทคนิคการผลิตที่สอดคล้องกับความเฉพาะของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบและความเหมาะสมทั้งด้านการผลิตและการตลาดจากกลุ่มตัวอย่างจากกรุงมิลานจำนวน 30 ชิ้น

ค่าเฉลี่ย	ระดับความเห็น
1.00-1.49	น้อยที่สุด
1.50-2.49	น้อย
2.50-3.49	ปานกลาง
3.50-4.49	มาก
4.50-5.00	มากที่สุด

1. รวมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากคำถามปลายเปิดโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

2. วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มด้วยค่า F และวิธีของ Sheffe' กำหนด ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (กัลยา วานิชย์บัญชา : 2548)

3. นำเสนอข้อมูลและผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางและการบรรยาย

4. นำเสนอผลงานวิจัยเป็น 5 บท คือ บทนำ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิธีการดำเนินงานวิจัย ผลการวิจัย สรุปและอภิปรายผล

ผลการทดลองและวิจารณ์

รูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ จากกลุ่มตัวอย่าง 30 ชิ้นจากกรุงมิลาน ประเทศอิตาลีนั้นมีความเหมือนและความแตกต่างที่น่าสนใจ ในจำนวนสินค้ามีจัดวางในตลาดสินค้าเครื่องสำอางนั้น สินค้ามีตัวยาเป็นธรรมชาติจะถูกแบ่งแยกออกมาอย่างชัดเจน ด้วยเพื่อต้องการให้ลูกค้าได้เห็นชัดและเลือกซื้อในกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน จึงสามารถสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางในกรุงมิลาน แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแบรนด์เครื่องสำอาง กับผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าเฉพาะผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ
2. ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ธรรมชาติสามารถแบ่งแยกด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์ยากับบรรจุภัณฑ์สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยรูปแบบที่สวยงามน่าสนใจด้วยวิธีแตกต่างกัน
3. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรเป็นที่ชื่นชอบสำหรับผู้บริโภคในกลุ่มที่มีการศึกษา และกลุ่มที่เป็นนักอ่านซึ่งได้ความรู้มาจากการวิจัย ค้นคว้า และบทความ
4. รูปแบบมีส่วนช่วยในการตัดสินใจ โดยเฉพาะรูปแบบที่เรียบง่ายแต่บ่งบอกความเป็นธรรมชาติของตัวผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน
5. กราฟิคนับบรรจุภัณฑ์ช่วยในการตัดสินใจได้เป็นอย่างดีด้วยสามารถสื่อความเข้าใจในตัวสินค้า
6. วัสดุและสีที่ใช้จะเน้นไปในทางธรรมชาติและควมมีอัตลักษณ์ของแบรนด์สินค้า ความเชื่อมั่นในแบรนด์กับคู่สีที่ใช้อย่างเหมาะสม บ่งบอกการแบ่งส่วนการตลาดและการออกตัวสินค้าใหม่ภายใต้ความนิยมและการยอมรับในตัวสินค้าอย่างยั่งยืน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าในกรุงมิลาน ประเทศอิตาลีที่นับเป็นเมืองแห่งแฟชั่นและความงาม มีสินค้าเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมทางธรรมชาติอยู่มากและเป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ ในจำนวนสินค้าเครื่องสำอางผลิตภัณฑ์ธรรมชาติทั้งหมดนั้น ร้อยละ 70 มีการนำเสนอความแตกต่างเพื่อการจัดจำหน่ายภายใต้ความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน การเลือกซื้อสินค้าเครื่องสำอางสมุนไพรในห้างสรรพสินค้าจะมุ่งตรงไปยังพื้นที่ที่จัดไว้จำหน่ายเครื่องสำอางจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่มีอยู่จำนวนมาก ร้อยละ 20 จากประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 30 จากประเทศจีน ร้อยละ 15 จากประเทศแถบเอเชียอาคเนย์ ร้อยละ 20 จากสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ดัง และร้อยละ 15 เป็นสินค้าจากประเทศอื่นๆ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชิ้น ได้รับการวิเคราะห์และประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน โดยสรุปเป็นแบบประเมินมาตรฐานเดียวกัน โดยสรุปประเด็นรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ จากกรุงมิลานได้ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางที่ได้จากส่วนผสมทางธรรมชาติมักสะท้อนความเป็นธรรมชาติเพื่อการสื่อความเข้าใจถึงคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์โดยจำนวนร้อยละ 45

สื่อความด้วยการเลือกใช้วัสดุที่มาจากธรรมชาติ ร้อยละ 20 สื่อความเข้าใจด้วยรูปทรงที่เป็นสัญลักษณ์ของธรรมชาติและร้อยละ 30 สื่อความด้วยกราฟิกโดยใช้เทคนิคการพิมพ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าส่วนที่เหลือร้อยละ 10 สื่อความหมายด้วยวิธีอื่น ๆ

2. การวางแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางจากผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมทางธรรมชาติสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะอย่างมีมาตรฐานและเหมาะสมกับผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับสูงที่พบว่าร้อยละ 80 เป็นผู้มีการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

3. การศึกษาพบว่านักออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางร้อยละ 90 เริ่มต้นหาข้อมูลด้วยการศึกษา แนวโน้มรูปแบบและความนิยมในปัจจุบันเพื่อใช้เป็นส่วนประกอบหลักในการออกแบบ โดยสังเกตเห็นว่าความชื่นชอบในตัวผลิตภัณฑ์นั้นมักสอดคล้องรสนิยมและความนิยมในแต่ละยุคสมัยทางสังคม เทคโนโลยีการผลิตเป็นส่วนหนึ่งที่มีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเป็นส่วนที่สร้างความแปลกใหม่ให้แก่ผลงานนวัตกรรมที่สามารถเห็นได้ชัดเจนที่สุด ส่วนรูปทรงจะเป็นค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง และระดับน้อยที่สุดคือด้านกราฟิก

4. การแบบออกแบบสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางจากผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมทางธรรมชาติโดยร้อยละ 60 เน้นประโยชน์ใช้สอยที่แตกต่าง ร้อยละ 30 สร้างความแตกต่างด้วยรูปทรง และร้อยละ 10 ใช้รูปแบบกราฟิกและสีสนับสนุนจุดสนใจ และในร้อยละ 80 มีความเห็นตรงกันด้านความคุ้มค่าของการลงทุนทั้งที่เป็นเรื่องของการใช้วัสดุและการผลิตหรือการสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อย่างเหมาะสม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อศึกษาให้เข้าใจเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย รวมทั้งรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สมุนไพรในปัจจุบันเพื่อการพัฒนาให้ถูกมาตรฐานผลิตภัณฑ์ตลอดจนการจัดจำหน่ายตัวสินค้า

2. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยที่มีคุณสมบัติตามแนวภูมิปัญญาไทย มากด้วยสรรพคุณสามารถกระจายชื่อเสียงและเพิ่มยอดขายในการกระจายตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีมาตรฐาน

3. เพื่อสรุปแนวทางปฏิบัติในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางให้สอดคล้องกับความเชื่อมั่นและความนิยมของผู้บริโภคในกรุงมิลาน เมืองต้นแบบแฟชั่นและผู้คนรักสวยรักงาม

Introduction

The natural-cosmetic package research is the mainly focus on searching for the concept of design for the development in achievement of package designs which is full of function and properly provide for consumer behavior. As a matter of fact, the natural product contains of many natural ingredients which are advantage for health and non-toxic for skin. The solutions are from the experiment of Thai wisdom products. Therefore, the packages are similar to the ordinary pharmaceutical packages which are hardly found any attractive elements. Milan consumers mostly concern in natural cosmetic product rather than the chemical. The advance study in Thailand pharmaceutical research, found many advantages from the Thai natural plants which are great quality for face skin. Thai natural cosmetic products are famous in quality which can be proof by Thai wisdom communities. Unfortunately, those good ingredients are filled in normal packages which are not attractive as they should be. Dr. Saran Jiraphan said,

Herb means plants which are well efficiency to produce medicines. However, the herbal-pharmaceutical products which are some from animals, some from plants also some from minerals have been developed to be practical in shape and form. Therefore, they are now convenient for general consumers such as sliced into small pieces or grinded into powder, also animal parts such as deer's horn, animal skin and leather or even bone. Some are from the whole body of animals such as a wall gecko, earth worms, sea horse and etc. The herbal plants are efficiency for medical treatment which is traditional Thai wisdom within pharmacy business. Plants are basically more or less quality for health.

Herbal plants can be described into 5 categories.

1. Forms: flowers, barks, wood core etc.
2. Colors: green leaves, yellow or red flower petal etc.

3. Tastes: bitter, sated, sweetness, sour, tasteless etc.

4. Name: sometimes quality comes from the name of plants such as ginger, galangale etc.

The Package normally protects all those plant to keep their quality as long as possible.

The main prospect is to keep them in suitable temperature, period of time preservation. The suitable situation of keeping all those herbal plants is the best way for their quality and fit for the medical treatment.

The package has to be concerned with light, air and humidity. Therefore, the pharmaceutical people believe in the treatment condition for herbal medicines. They could be decomposed and getting worms if they have been over period stored. They would be declined and changed their smell and color which is finally causes them to be inefficiency. Therefore, they needed more attention to be stored. The Thai medical care founded that the herbal plants for face could be classified into the following:

1. Warn Harn Jarakae: (a kind of sedge) lavishing attention on skin, erasing scars and black spots.
2. Cucumber: Wrinkle care treatment, smooth the skin.
3. Tomato: smooth the skin, wrinkle care treatment and erase black spot.
4. Fresh Curcuma: Fresh the skin, get rid of pimple.
5. Small Banana: Soft and fresh the skin
6. Headlong: soften the dark spot and pimple.
7. Herb Leaf of genus hydrocotyle: Erasing eyes wrinkle.
8. Fresh Tamarind: soft and smooth with to the skin and erasing dark spot also good for face cleansing.
9. Banana: Erasing face wrinkle, smooth and care, humid to the skin.
10. Durian: erasing small pimples.

- 11.Lemon: pale down dark pimples and spot.
- 12.Yellow Mango: solving problem of skin bun and pimple.
- 13.Carrot: maintain freshness to the skin.

The Medical Research Center has accepted the herbal plants burn diseases. The Ingredients has been started to develop the cosmetics for women since many years ago. The face’s cream is come from filling herbs into soft cream and sometimes needed to be filled in smell of cologne to change the natural green smell to be preferred by the aware of disturbing natural smell. Dr Malika Chomnawang said the distraction of herbs can be described into 19 types which were tested the ability of infection resisting by disc diffusion and broth dilution. The experiment showed 13 herbs are well resisted for acne. Choomhed, sarbseu, mangosteen, chong ra-ar are good for control P acnes by disc diffusion experiment and Red Kra Jeub, Choomhed, sarbseu can control S.epidermidis. The mangosteen is the best solution from broth dilution experiment.

The packaging has to be careful of product efficiency decline. Package design cause of contain inside the inner package also the outer package which is presented their quality and brand educated. The package material has to be chosen not only durable but also suit for keeping and safe product as long as possible.

Key words;

Style means shape, form and fashion trend for package or invention which is advance and updated function for consumer. However, style is mainly proper for society and local economic.

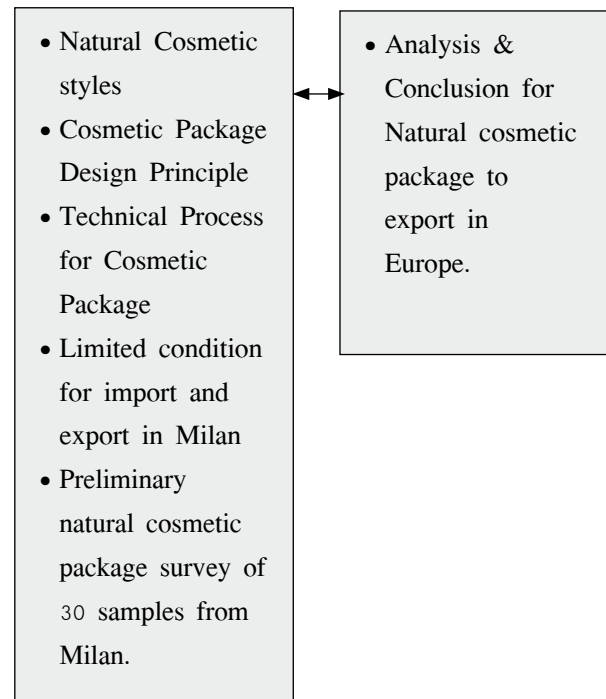
Package means the part is wrapped in order to protect product itself. The products are different in situation such as solid, liquid, and gas. As a matter of fact packages become 2 types: inner package and outer package which are different from function.

Cosmetic means object which situations

are solid, liquid and gas. The important aspect of cosmetic is to maintain skin freshness which can be divided into cosmetic to nurture skin and color on face.

The Scope of Research

Gathering information ↔ Analysis and Evaluation



The Research Objective

This research is a case study of Natural cosmetic packages in Milan. The main content is package style which can be reflected. The conclusion will be helpful to solve the national economic problems. The Thai manufacturer can properly develop their products and add value from actual pharmacy to Thai cosmetic herbs brand by promoting the respect and trusty in product efficiencies. These solutions might produce Thai herbal cosmetics to be well-known not only in Eastern continental but also in West.

The Process of Research

The overwhelming case study is qualitative research by gathering basic design for packaging and studying styles chosen from random sampling of natural cosmetic packages from Milan. (Judgmental Sampling: Goetz & LeCompte¹⁹⁸⁶; Patton, 2002: Struss & Corbin, 1998)

1. Population

The research focus on special topic case study in package styles of

Natural-cosmetic products from Milan and product style trend analysis

2. Random Sampling

The samples chosen by non-probability sampling methodology, (judgment sampling) Goetz & LeCompte¹⁹⁸⁶; Patton, 2002; Struss & Corbin, 1998. The amount of 30 pieces, the inner and outer cosmetic package selected. (Materials and basic techniques)

3. Information gathering process

3.1 Basic information from journals and documentaries. Abstracts and full papers from herbal product researches Thai and foreign country.

3.2 Opinion survey and style evaluation from Thai design experts (Materials and techniques) Random sampling: from 30 pieces of inner and outer packages.

4. Research Analysis

1.3 Basic analysis from documents, articles, books, abstract and full paper, have to be done and concluded into the reality of relationship between styles, marketing also materials and techniques especially of natural cosmetic products.

1.4 Focus analysis from package style random sampling especially in manufacturing and marketing.

Mean	Range of Opinion
1.00-1.49	Lowest
1.50-2.49	Low
2.50-3.49	Medium
3.50-4.49	High
5.5-5.0	Highest

1. Opened questionnaire by content analysis problems.
2. Analysis the differentiate by F-value (Sheff's method) the level of significant is 0.05 (Kalaya Wanitchbancha, 2548)
3. The research presented in tables and descriptions.
4. The research content contained in 5 lessons.

The Benefit of Research

1. Knowledge from studying Thai herbal cosmetics and packages. The development ideas for Thai export products.

2. Searching of concepts to develop Thai products standard to expand for international trading.

3. Identified the conclusion for designer to solve the problem of Milan marketing and trend.

The Research Experiment

The product styles, 30 pieces from Milan, have shown interesting aspects in term of differences and resemblances. In the cosmetics part of marketing, are divided into 2 sections, one for regular cosmetic with chemical, others for natural product cosmetic. The customer can select what kind of cosmetic they really focus on. See the following details:

1. The department store in Milan provides cosmetics with brand which has both chemical and natural products. However, they carry natural product and put them in one special corner.

2. The special corner provides natural cosmetics in 2 different concepts. First of all the pharmaceutical package appearances and others is value added well designed appearance.

3. The natural products are belonging to the well-educated women who always read magazine and watch TV.

4. The product's appearances mostly impact customers when they are clean and look natural. Simple design and well-organize texts and descriptions.

5. Graphic design influences package-styles and creates product understanding to customers.

6. Color of material mostly emphasis on nature styles and the identity of bran images. The color composition has to be well complementary matching.

The Research Criticize & Conclusion

Milan is the famous city for fashion (1 of 5 fashion trend leaders). The department stores carry many natural-cosmetic brand name products. Products are admired by traveler, 70% of products are presented the idea of promotional styles to make more interesting to compete, Herbal cosmetic product are set up in their own corner separated from other cosmetic. 20% of natural cosmetic are from Japan, 30% from China, 15% from South East Asia. The natural cosmetic product's corner can described to be 20% is belong to the top famous of cosmetic's brand and 15% is belong to other brand. In order to achieve the objective of research, the final solution from the 5 expert package designers had evaluated 30 pieces of natural cosmetic package founded following aspects:

1. The natural cosmetic packages have reflected natural quality inside by different emphasis. Their appearances are 45% communicated by natural material. 20% is communicated into natural symbolic and form. 30% communicated by graphic design and other 10% communicated in other different aspects.

2. The creativity are well organized by great designer who plan to add value onto package and create more interesting point to the customer who 80% are high educated. (no less than college level)

3. The study founded 90% of designer begin to design by fashion trend research and consumer behavior awareness. However, package designs have to be design to meet consumer needs and practical function. The innovation of design can be created by new technology from manufacturer and transfer them more interesting. The second aspect is new form and practical for human anatomy.

4. The natural cosmetic package design aspects can be described into 60% focus on functions and needs, 30% reflected to form, other 10% from graphic design.

As a matter of fact, 80% of all sampling items reflected to consideration in investment budgets which can be controlled by concerning about materials and the aspect of 3R (reuse, recycle and reduce).

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา.: (2548) **การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ**.พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- งามชื่น คงเสรี, สุนันทา วงษ์ปิยชน, พูลศรี สว่างจิต, ประนอม มงคลบรรจง.**การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาคุณภาพข้าวสารเพื่อการส่งออก**. พฤษภาคม 2538-สิงหาคม 2539: ศูนย์วิจัยข้าวปทุมธานี สถาบันวิจัยข้าว กรมวิชาการเกษตร
- วุฒิพงษ์ รัชสีสันติวานนท์ / ธีระพนธ์ แยมวงษ์ / ปิยวิทย์ คุ่มพงษ์ / วรณิ ดินศิริกุล. **โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์พลาสติกผนังบางสำหรับผลิตผลการเกษตรตัดแต่ง:ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ**. มีนาคม 2552
- ฤทธิรงค์ พฤษภูมิกุล / พิชชา ลีวชิราภรณ์//**บรรจุภัณฑ์ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซออกซิเจนเพื่อรักษาคุณภาพข้าวสาร**. 2549-02-10 ถึง 2551-02-10:ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
- มัลลิกา ชมนาวัง.ดร.และคณะ.**สมุนไพรรักษาผิว**.กรกฎาคม 2546-กันยายน 2548: คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
- จิรเดช มโนสร้อย และ อรัญญา มโนสร้อย.**วิธีการพัฒนาสมุนไพรรักษาผิวให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดสากล**.2549: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข

- พันธ์พัชร น้อยสวัสดิ์. (2529). **โครงการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารจากภูมิปัญญาไทย**. กรุงเทพฯ : คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วันชัย ลีลากวีวงศ์. **การศึกษาปัญหา/สถานภาพและประเมินขีดความสามารถของ SMEs ในภาคอุตสาหกรรม**: 1 มีนาคม 2544–31 ตุลาคม 2544: ภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มจร.
- วันธิดา จันทกิจ. (2547). **อิทธิพลต่อการเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า**. พิมพ์ครั้งที่ 1: กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- ศศิญา ประยูรหงส์. (2548). **ชุมชนตราสินค้าและความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราสินค้า**. พิมพ์ครั้งที่ 1: กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศรีณีย์ จีระพันธุ์. นพ. (2550). **การดูแลสุขภาพด้วยวิถีชุมชน**. งานผลิตตำรา.วิทยาลัยพระมงกุฎเกล้า. กรุงเทพฯ: กรมการแพทย์ทหารบก
- สินีนาด เลิศไพโรจน์. (2541). **หลักการออกแบบ**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ฝ่ายบริการการศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,
- สิริกร ทรวงแสง. (2545). **ผลกระทบของการตลาดहेตู่สัมพันธ์ต่อชื่อเสียงองค์กร และคุณค่าตราสินค้า**. พิมพ์ครั้งที่ 1: กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- อัญญา สุศรวรพุดมิ. (2545) **การรับรู้ในตำแหน่งตราสินค้า ทศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค**.พิมพ์ครั้งที่ 1: กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- อรัญญา มโนสร้อย, จีระเดช มโนสร้อย. **การเก็บกักกรดโคจิกและอนุพันธ์ในอนุภาคสารลดแรงตึงผิวชนิดไม่มีประจุเพื่อใช้ในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง**.กันยายน 2543–กันยายน 2545: สถาบันวิจัยและพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- _____, (2007). **Packaging and Design Template Resource book**. Roto Vision SA,
- Catherine Fishel & Stacey King Gordon. (2007). **The Little Book of Big Packaging Ideas**. China: Rockport Publisher Inc,
- Friedman, Walter F., and Kipness, Jerome J. (1977). **Distribution Packaging**. New York USA. Robert E.: Krieger Publishing Company,
- Leonie Taylor. // (2007) // **What is Packaging Design**: Page One Publishing Private Limited,
- NATIONAL INNOVATION AGENCY. (2007). **THAILAND TOP INNOVATIVE COMPANIES 1/2007**.UK.
- Roger Fawcett–Tang and Daniel Mason, (2007). **Experimental Format & Packaging**, USA.: Cratt Print International Printed,
- Wong, Wucius, **Principle of Form and Design**, (1993) : Canada, John Willey & Son Inc,
- Leydesker, Sylvia, (2008). **nano material**, German, : Berkhuser Verlag AG,
- Loewy: London, (2006). London, **Print+Production Finishes for CD+DVD Packaging**, USA.: Rotovision,
- Visocky o”Grady, Jenn+Ken, (2007). **A Designer’s Research Manual**, China: Rockport Publisher,
- Dennison, Edward, (2008) **Packaging Prototypes (Design Fundamentals)** (v. 1), London, : Rotovision,
- Rivers, Charlotte, (2003) **CD art : innovation in CD packaging design**, Mies, Switzerland: : RotoVision
- Luszló Roth, George L. Wybenga, (2007) **The Packaging Designer’s Book of Patterns**, : Wiley Publishing,

Josep M^a Garrofe, (2008). **Packaging and Industrial Design**, London : Rotovsion,

Varios Autores, (2008). **Packaging and Industrial Design**, London: Rotovsion,

Varios Autores, (2008). **Color Harmony Packaging** :Rockport,

Jinming Chen, Functional, (2007) **Packaging Prototypes** :Gingko Press Inc.

