บทที่ 1
บทนำ

1. ความสำคัญของปัญหา

ในอดีตสมัยที่การแพทย์ยังไม่เจริญก้าวหน้าเหมือนยุคปัจจุบันเมื่อมนุษย์เจ็บไข้ได้ป่วยจะใช้วิธีการรักษากันเอง โดยใช้สมุนไพรที่มีในท้องถิ่นซึ่งเป็นความรู้ภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ การใช้สมุนไพรดังกล่าวจึงสืบทอดความรู้มาถึงในปัจจุบัน ซึ่งเอาองค์ความรู้ในการใช้ยาสมุนไพรมาเป็นธุรกิจอันเกี่ยวข้องกับสมุนไพรที่เห็นชัดที่สุดและนิยมกันมากคือ การนำมาทำเครื่องสำอาง ธุรกิจประเภทนี้ขยายตลาดไปเป็นระบบอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือนได้แก่ สบู่ ยาสระผม ครีมนวดผม ครีมบำรุงผิว ฯลฯ เพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน และเครื่องสำอางประเภทสกัด เช่น น้ำมันหอมระเหย ใช้เพื่อเป็นการเพิ่มบรรยากาศ เช่น ในห้องนอน ห้องทำงาน การอาบน้ำ และการนวดทั่วไป การใช้เครื่องสำอางสมุนไพรซึ่งเป็นการใช้มาตั้งแต่โบราณ เป็นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษไทย

ดังนั้น รัฐบาลไทยจะสนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัยการสกัดสารน้ำมันหอมระเหยจาก พืชธรรมชาติ ซึ่งไม่เป็นพิษต่อสุขภาพและสภาพแวดล้อม เช่น สกัดจากมะกรูด ใบเตย ดอกมะลิ จำปูน จำปี จำปา กระดังงา เป็นต้น สามารถนำมาใช้ในการทำเครื่องหอมและเครื่องสำอางได้ และจะพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางระดับโลก ทั้งนี้จะเน้นการพัฒนาคุณภาพทุกขั้นตอน ตั้งแต่การผลิต แปรรูปเพิ่มมูลค่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยรวมเป็นกลุ่มสหกรณ์ ผู้ผลิตและผู้ให้บริการทำอย่างมืออาชีพ เพื่อก้าวสู่ระดับมาตรฐานโลก ประเทศไทยได้จัดงานชุมนุมแพทย์แผนไทยและสมุนไพรแห่งชาติทุกปี มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนไทยตื่นตัวหันมาใช้สมุนไพรมากขึ้น เปิดโอกาสให้คนในวงการแพทย์แผนไทยมาเผยแพร่ผลงานศึกษาวิจัยเพื่อผลประโยชน์ ทางเศรษฐกิจและสุขภาพ เช่น สถานบริการสาธารณสุขขณะนี้ ได้สนับสนุนให้ใช้ยาจากสมุนไพรในโรงพยาบาลให้มากขึ้น จะเห็นได้กระทรวงสาธารณสุขได้ส่งเสริมการแพทย์ทางเลือกและการใช้ยาสมุนไพรซึ่งมียาสมุนไพรหลายชนิดที่ได้รับการรับรอง อย.

ด้วยคุณค่าของสมุนไพรไทย ที่พัฒนารูปแบบนำไปผสมในเครื่องสำอางที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และนำไปผลิตจำหน่ายเป็นธุรกิจ เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มแม่บ้านต่าง ๆ ได้รวบรวมสมุนไพรที่ใช้ในท้องถิ่นนำมาแปรรูป ผสมในเครื่องสำอางใช้สำหรับร่างกาย และสามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่มแม่บ้านได้มาก แต่การที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรนั้น จำเป็นต้องมีการจัดวางเลขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ซื้อ การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงมาก เพราะการจัดวางเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เป็นตัวแปรที่สำคัญในการแข่งขันเพื่อส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

การออกแบบเลขนศิลป์ หรือการออกแบบกราฟิก (Graphic Design) การสัมผัสรับรู้ด้วยตา (Visual Communication Design) ได้แก่ หนังสือ นิตยสารวารสาร แผ่นป้ายโฆษณา บรรจุภัณฑ์ แผ่นพับ แผ่นปลิว โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เว็บไซต์ ฯลฯ นักออกแบบจะต้องใช้วิธีการทางศิลปะและหลักการออกแบบ ร่วมกันสร้างสรรค์รูปแบบสื่อเพื่อให้เกิดศักยภาพ สูงสุดในการที่จะเป็นตัวกลางของกระบวนการสื่อความหมาย ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร นักออกแบบกราฟิกจะต้องค้นหา รวบรวมข้อมูลต่างๆ ขบคิดแนวทางและวาง รูปแบบที่ดีที่สุดในอันที่จะทำให้สื่อนั้นสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ให้เกิดการรับรู้ยอมรับ และมีทัศนคติที่ดีต่อการตอบสนองสื่อที่มองเห็น (Visual Message) วิธีการออกแบบ และวิธีแก้ปัญหาการออกแบบโดยการนำเอารูปภาพประกอบ (Illustration) ภาพถ่าย (Photography) สัญลักษณ์ (Symbol) รูปแบบและขนาดของตัวอักษร (Typography) มาจัดวางเพื่อให้เกิดการนำเสนอข้อมูลอย่างชัดเจน

คำว่า "การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์" หมายถึงการสร้างสรรค์ลักษณะที่เกิดบนพื้นผิวซึ่งประกอบด้วยสี ภาพ ตัวอักษร สัญลักษณ์ต่างๆ ทั้งนี้วัตถุประสงค์ให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย ความเข้าใจ (to communicate)ในอันที่จะให้ผลทางจิตวิทยาต่อผู้อุปโภค บริโภค ได้ เช่น ให้ผลในการดึงดูดความสนใจ การจดจำ ทำให้เกิดมโนภาพที่นึกถึงสรรพคุณ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ชนิดนั้นหรือจดจำยี่ห้อผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต เหล่านี้ ด้วยวิธีการออกแบบ การจัดวางรูป ตัวอักษร ถ้อยคำ โฆษณา เครื่องหมายและสัญลักษณ์ ทางการค้า และอาศัยหลักศิลปะการจัดภาพให้เกิดการประสานกลมกลืน กันอย่างสวยงาม ตามวัตถุประสงค์ ที่ได้วางไว้ (ประชิด ทินบุตร, 2531)

ฉะนั้น การพัฒนาออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เทียบเท่ากับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ในการเลือกผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคย่อมเลือกลักษณะรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน และผู้ผลิตต้องมีความรู้ในการเลือกใช้วัสดุ คุณสมบัติของวัสดุ และการใช้เทคโนโลยีในการบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

โดยทั่วไปแล้วบรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่เป็นนักขายไร้เสียง ดังนั้น งานการออกแบบจัดวางเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์จะต้องออกแบบให้ทำหน้าที่ดังกล่าวให้สมบูรณ์คือ สามารถทำให้ผู้บริโภคเข้าใจในสิ่งที่นำเสนอได้ง่ายที่สุด รวดเร็วที่สุด มีหลักแนวคิดโดยใช้ความสัมพันธ์ของตราสินค้า ตัวสินค้า และกลุ่มเป้าหมาย เป็นแนวทางในการดำเนินการออกแบบ (ดารณี พานทอง, 2542) ซึ่งสอดคล้องกับ ปุ่น คงเจริญเกียรติ กล่าวว่า คำว่า "รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไม่ทันสมัยไม่ดึงดูดใจของผู้ซื้อ" การออกแบบถือเป็นความต้องการอย่างหนึ่งของกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับหลักการตลาด ซึ่งหมายถึงกระบวนการบริหารที่รับผิดชอบต่อกลุ่มเป้าหมาย โดยการค้นหาความต้องการและสนองความต้องการนั้นเพื่อบรรลุถึงกำไรที่ต้องการ (ปุ่น คงเจริญเกียรติ,2541)

การออกแบบเลขนศิลป์ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมากเพราะว่าเป็น ส่วนประกอบที่สำคัญ เหนือไปจากการบรรจุและการป้องกันผลิตภัณฑ์โดยตรงทำให้บรรจุภัณฑ์ได้มีหน้าที่ เพิ่มขึ้นมา โดยที่ลักษณะเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์และสลากได้แสดงบทบาทหน้าที่สำคัญอันได้แก่ การสร้างทัศนคติที่ดีงามต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต และผู้บริโภคจะสื่อความหมายและปลูกฝังความรู้ ความเข้าใจ การนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ ตลอดทั้งสร้างความต่อเนื่องของการใช้ การเชื่อถือในคุณภาพ จนกระทั่งเกิดความศรัทธา เลขนศิลป์สามารถชี้แจงและบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิด

ประเภทของผลิตภัณฑ์ มักนิยมอาศัย ใช้ภาพและอักษรเป็นหลัก แต่ก็ยังอาศัยองค์ประกอบอื่น ๆ ในการออกแบบ เช่น รูปทรง เส้น สี ฯลฯ ซึ่งสามารถสื่อให้เข้าใจหมายหมายได้ เช่น เดียวกับการใช้ภาพและข้อความอธิบายอย่างชัดเจน ตัวอย่างงานดังกล่าวนี้มีให้เห็นได้ทั่วไป และที่เห็นชัดคือ ผลิตภัณฑ์ต่างประเทศ ที่บรรจุอยู่ในภาชนะที่ คล้ายคลึงกัน ดังเช่น เครื่องสำอาง และยา เป็นต้น แม้บรรจุอยู่ในขวดหรือ หลอดรูปทรงเหมือนกันผู้บริโภค ก็สามารถชี้ ได้ว่าอันใดคือเครื่องสำอางอันใดคือยา ทั้งนี้ก็โดนการสังเกตจากเลขนศิลป์ เช่น ลักษณะตัวอักษร หรือ สีที่ใช้ซึ่งนักออกแบบจัดไว้ให้ เกิดความรู้สึกผิดแผกจากกัน เป็นต้น เลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ได้แสดงเอกลักษณ์เฉพาะ สำหรับผลิตภัณฑ์ในด้านรูปทรงและโครงสร้าง ของบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่มักมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ทั้งนี้ เพราะกรรมวิธีการบรรจุภัณฑ์ ใช้เครื่องจักรผลิตขึ้นมาภายใต้มาตรฐานเดียวกันประกอบกับผู้แข่งขัน ในตลาดมีมาก ดังที่เห็นได้ จากผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป ที่ผลิตและจำหน่ายอยู่อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะรูปทรง และโครงสร้างที่คล้ายคลึงกันมาก เช่น อาหารกระป๋อง ขวดเครื่องดื่มขวดยา ซองปิดผนึก และกล่องกระดาษเป็นต้น บรรจุภัณฑ์ ต่าง ๆ เหล่านี้มักมีขนาด สัดส่วน ปริมาณการบรรจุ ที่เหมือนกัน หรือใกล้เคียงกัน

กล่าวได้ว่า การออกแบบจัดวางเลขนศิลป์ จึงมีบทบาทหน้าที่แสดงเอกลักษณ์ หรือบุคลิกพิเศษที่เป็นลักษณะเฉพาะของตน ของผลิตภัณฑ์ และผู้ผลิตให้เกิดความชัดเจน ผิดแผกจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งขัน เป็นที่สะดุดตา และเรียกร้องความสนใจ จากผู้บริโภคทั้งเก่าและใหม่ให้จดจำ ได้ตลอดจนซื้อได้โดยสะดวกและรวดเร็ว จึงเปรียบจึงเปรียบเสมือนการสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เป็น พนักงานขายเงียบ ที่ทำหน้าที่โฆษณาและประชาสัมพันธ์แทนคน ณ บริเวณจุดขายได้ เนื่องจากการบรรจุเป็นสิ่งที่ผู้ซื้อมองเห็นก่อนตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อยู่ข้างใน

ดังนั้น การออกแบบภาชนะบรรจุให้มีรูปร่าง รูปภาพ หรือลวดลายที่สวยงามสะดุดตา ก็จะช่วยกระตุ้นให้ผู้ซื้อเกิดความสนใจในความต้องการและความมั่นใจที่จะซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์นั้นให้มากขึ้น โดยเฉพาะลักษณะการขายโฆษณาตัวเองของผลิตภัณฑ์ที่วางขายในห้างสรรสินค้า หรือซุปเปอร์มาเก็ตต่าง ๆ ภาชนะบรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่เหมือนเดิมเป็นพนักงานขายที่พูดไม่ได้ให้กับผลิตภัณฑ์ ช่วยในการเพิ่มพูนมูลค่าของสินค้าและผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี ต้องสวยงามมีคุณภาพ ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจะทำให้ผู้ผลิตเกิดความเชื่อมั่นในสินค้า สร้างสิ่งเร้าให้กับผู้บริโภคอยากซื้อผลิตภัณฑ์

เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย และประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้บริโภค ผ่านกระบวนการวิเคราะห์การออกแบบการจัดวางเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สมุนไพรไทย โดยการวิจัยองค์ประกอบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ผู้วิจัยจึงศึกษาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มสมุนไพรบ้านคีรีวง ซึ่งมีคุณสนธยา ชำนะ ตัวแทนกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรบ้านคีรีวง มีความต้องการจะปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่ได้ทำการทดลองขึ้นมาใหม่ คือผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรเปลือกมังคุดผสมคลอลาเจน เป็นสบู่ก้อนใช้เปลือกมังคุดสกัดนำมาผสมคลอลาเจน มีคุณสมบัติช่วยลดผื่นคัน ป้องกันเชื้อรา ใช้ล้างหน้า ชำระผิวกาย และช่วยให้ผิวพรรณใบหน้าเต่งตึง รูปทรงของสบู่สมุนไพรเปลือกมังคุดผสมคลอลาเจน ดังกล่าวจะออกแบบ

ให้มีลักษณะเหมือนเนื้อในของมังคุด เพื่อสร้างความแตกต่างแก่ผู้บริโภคง่ายแก่การจดจำ โดยกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคอายุประมาณ 20 ปีขึ้นไป

2. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษารูปแบบการใช้องค์ประกอบเลขนศิลป์บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

2.2 เพื่อออกแบบจัดวางองค์ประกอบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (กรณีศึกษาสบู่เปลือกมังคุดผสมคลอลาเจน ของกลุ่มสมุนไพรคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช)

2.3 เพื่อวิเคราะห์ประเมินความพึงพอใจต้นแบบรูปแบบองค์ประกอบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (กรณีศึกษาสบู่เปลือกมังคุดผสมคลอลาเจน ของกลุ่มสมุนไพรคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช)

3. ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยจะศึกษารูปแบบการใช้องค์ประกอบของเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สมุนไพรไทย ที่จัดจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบัน เพื่อนำมาวิเคราะห์เป็นข้อมูล ในเรื่อง สี, ภาพประกอบ, ตัวอักษร และสัญลักษณ์ บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นการศึกษา จึงนำผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรเปลือกมังคุดผสมคลอลาเจน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ของกลุ่มหมู่บ้านคีรีวง ทำการออกแบบจัดวางองค์ประกอบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ นำไปสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเมื่อผู้เชี่ยวชาญเลือกแบบ จากนั้นจึงนำไปสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์สมุนไพรไทย เพื่อมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และสะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเป็นผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภค

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ข้อมูลทางด้านการใช้สี คือตำแหน่งการจัดวาง ชื่อสินค้า ภาพประกอบผลิตภัณฑ์ ตัวอักษรต่างๆ ข้อมูลสรรพคุณ ,รายละเอียดต่างๆ ของสินค้า ลักษณะการพิมพ์บรรจุภัณฑ์และโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

4. ขอบเขตของตัวแปรที่ศึกษา

ขอบเขตของการศึกษา องค์ประกอบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (กรณีศึกษาสบู่สมุนไพรเปลือกมังคุดผสมคลอลาเจน ของกลุ่มสมุนไพรบ้านคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช) ได้ศึกษาตัวแปร ซึ่งประกอบด้วยเรื่อง สี, ภาพประกอบ, ตัวอักษร, สัญลักษณ์

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ได้ทราบผลการศึกษารูปแบบการใช้องค์ประกอบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

5.2 ได้ต้นแบบการจัดวางองค์ประกอบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ(กรณีศึกษาสบู่สมุนไพรเปลือกมังคุดผสมคลอลาเจน ของกลุ่มสมุนไพรบ้านคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช)

6. นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

องค์ประกอบเลขศิลป์ หมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะส่วนประกอบภายนอกบนบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามสามารถสื่อสาร สื่อความหมาย น่าจดจำ มีความเข้าใจ ในอันที่จะให้ผลทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค (ประชิด ทินบุตร, 2531) ซึ่งประกอบด้วยเรื่อง สี ภาพประกอบ ตัวอักษร และสัญลักษณ์

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง ศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าเพื่อการจัดจำหน่าย เพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อ และผู้บริโภคด้วยต้นทุนที่เหมาะสม(ปุ่น และ สมพร คงเจริญเกียรติ, 2541)

สมุนไพร หมายถึง พืชที่ใช้ทำเป็นยา สมุนไพรกำเนิดมาจากธรรมชาติและมีความหมายต่อชีวิตมนุษย์โดยเฉพาะทางสุขภาพอันหมายถึงทั้งการส่งเสริมสุขภาพและการเก็บรักษาโรค (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน, 2525:355)

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ หมายถึงขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้ง ด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมทางด้านจิตใจและทางกายภาพ ซึ่งเกิดขึ้นช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น กระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ คือการรับรู้การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2537)

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

ทำให้ได้ทราบถึงความพึงพอใจในเลขนศิลป์ของผู้บริโภค ในเรื่องสีบรรจุภัณฑ์ ภาพผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ ตัวอักษรที่ใช้ และลักษณะสัญลักษณ์ที่น่าสนใจ

8. แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

นำความรู้ที่ได้จากการวิจัยมาใช้ในการดังนี้

1. นำความรู้มาประกอบการสอนวิชาการออกแบบภาพประกอบ และวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ 4 เรื่องการออกแบบป้าย, สัญลักษณ์ , การออกแบบเครื่องหมาย ตราสินค้า, สัญลักษณ์ในสิ่งแวดล้อม, ของนักศึกษาสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาลัยเพาะช่าง

2. นำความรู้เรื่องการออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ไปถ่ายทอดให้กับกลุ่มสมุนไพรบ้านคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช และกลุ่มสมุนไพรอื่นๆ

9. สรุป

การวิจัยเรื่อง การศึกษาองค์ประกอบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สมุนไพรไทย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (กรณีศึกษาสบู่เปลือกมังคุดผสมคลอลาเจน ของกลุ่มสมุนไพรบ้านคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช) จะส่งผลให้ความรู้ในด้านวิชาการประโยชน์ในการเรียนการสอนของครูอาจารย์และกลุ่มผลิต ผลิตภัณฑ์สมุนไพรกลุ่มต่างๆ ทั้งนี้การออกแบบเลขนศิลป์เป็นสิ่งจำเป็นต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ เพราะเป็นส่วนสำคัญส่งผลให้กลุ่มผู้ซื้อ ผู้บริโภคสนใจ ประทับใจ หากรูปแบบบรรจุภัณฑ์สมุนไพรมีรูปแบบเด่น สะดุดตา ง่ายแก่การจดจำ อาจส่งผลให้ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพิ่มขึ้นได้