

## บทที่ 5

### บทสรุป

การวิจัยเรื่อง องค์ประกอบเลขคณิตบนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (กรณีศึกษาสบู่เปลือกมังคุดผสมคอลลาเจน ของกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรบ้านคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช) ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยสิ้นสุดตามวัตถุประสงค์ จึงขอรายงานสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลการวิจัย ปัญหาที่พบในการวิจัย และข้อเสนอแนะ ตามลำดับดังต่อไปนี้

#### 1. สรุปผลการวิจัย

1.1 ผลการศึกษาขององค์ประกอบเลขคณิตบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลการศึกษาสามารถสรุปผลได้ดังนี้

##### 1. สี บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่ง สามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มสีวรรณะร้อน ได้แก่ สีแดง,ชมพู,ส้ม,น้ำตาล,เหลืองน้ำตาล,เหลืองเข้ม, สีที่นำมาใช้บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย ต้องการสื่อให้เห็นสีของผลิตภัณฑ์ที่สกัด เช่น มะขาม, มะเฟือง,ขมิ้น, ก็ใช้สีน้ำตาล,เหลือง,เหลืองอ่อน,ครีม สีในวรรณะร้อนจะใช้ประมาณ 80 % และนำสีวรรณะเย็น ประมาณ 20 % มาใช้เพื่อสร้างจุดเด่น ให้กับบรรจุภัณฑ์

สำหรับกลุ่มสีวรรณะเย็น ได้แก่ สีเหลือง, เขียว, เขียวแก่, ฟ้ำ, ม่วง, เทาฟ้า เป็นสีที่สื่อให้รับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ที่นำมาทำเครื่องสำอาง เช่น ไพร, ว่านหางจระเข้, มังคุด, ตะไคร้, มะนาว, มะกรูด, บัวบก, กลุ่มสมุนไพรพวกนี้สีวรรณะเย็นจึงนำแนวคิดเรื่องสีสมุนไพร มาเป็นสีของบรรจุภัณฑ์ แล้วใช้สีตรงข้ามมาเป็นชื่อของเครื่องสำอาง ประมาณ 20 %

สรุปการใช้สีบนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ต้องใช้สีที่เป็นสีของสมุนไพรเพื่อสื่อให้รับรู้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรในกล่องนั้นว่าเป็นสมุนไพรชนิดใด และนำสีที่เป็นสีตรงกันข้ามกับกลุ่มสีนั้นมาใช้เพื่อสร้างจุดเด่นให้กับบรรจุภัณฑ์

##### 2. ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

การใช้ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่จะใช้ภาพถ่ายจริงของสมุนไพรไทยที่นำมาสกัดเป็นผลิตภัณฑ์ เพราะภาพถ่ายสมุนไพรมีชีวิตชีวา เหมือนจริง ทำให้กลุ่มผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ว่าสมุนไพรชนิดนั้นมีรูปร่างลักษณะรายละเอียดอย่างไร และบ่งบอกสรรพคุณที่ดีของสมุนไพร มากกว่าภาพประกอบชนิดอื่น ๆ

##### 3. อักษร บนบรรจุภัณฑ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

ตัวอักษรแบบสมัยใหม่จะเป็นที่นิยมมากกว่าตัวเขียน ซึ่งตัวพิมพ์มาตรฐานดังกล่าวใช้เป็นชื่อสินค้า สามารถอ่านได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน เข้าใจได้ทันที ส่วนตัวพิมพ์หัวกลมจะใช้บรรยายสรรพคุณ จากการศึกษาเครื่องสำอางสมุนไพรมีคู่แข่งหลากหลายยี่ห้อและระยะเวลาที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อมีน้อย หากใช้ตัวอักษรที่อ่านยาก ไม่เป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภค ทำให้ไม่สามารถจำหน่ายได้เท่าที่ควร

#### 4. สัญลักษณ์ บนบรรจุภัณฑ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยที่พบจากการศึกษาจะนำตัวอักษรย่อของชื่อตราสินค้า มาเป็นสัญลักษณ์ และสัญลักษณ์รูปทรงรูปร่างต่างๆเช่นรูปร่างผู้หญิง บ่งบอกถึงความอ่อนโยนของสมุนไพรที่เหมาะสมกับผู้หญิง

### 1.2 ผลการออกแบบองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย

1. สรุปผลการออกแบบจัดวางองค์ประกอบเลขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (กรณีศึกษาสบู่มังคุดผสมคอลลาเจน ของกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรบ้านคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช) ได้ทำการออกแบบการจัดวางเลขศิลป์ ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความพึงพอใจ จำนวน 3 รูปแบบ

ผลการประเมิน ผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินของรูปแบบที่1 ผลการประเมินในเรื่องเลขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.62 เนื่องจาก รูปแบบที่1 มีความโดดเด่นในภาพประกอบซึ่งเป็นภาพถ่ายสมุนไพร ที่สร้างจินตนาการ มีบรรยากาศจริง คุณค่าน่าเชื่อถือ ทำให้มีผลความพึงพอใจระดับมาก และสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 3.61 ในระดับมาก เนื่องจากสัญลักษณ์ที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์เป็นภาพลายเส้นเจ้าของสู่เปล ทอแมงคุดผสมคอลลาเจน ของกลุ่มสมุนไพรบ้านคีรีวง) จึงมีจุดเด่นง่ายแก่การจดจำของผู้บริโภค ทำให้ผู้ประเมินพึงพอใจระดับมาก

ส่วนความพึงพอใจระดับปานกลางได้แก่ กลุ่มสีบนบรรจุภัณฑ์ค่าเฉลี่ย 3.49 เนื่องจากกลุ่มสีที่ใช้เป็นสีวรรณะเย็นและสีมีน้ำหนักเข้มเกินไป ไม่อ่อนหวาน ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบให้กลมกลืนกับผลิตภัณฑ์สบู่มังคุดผสมคอลลาเจนที่อยู่ด้านใน ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าควรลดค่าน้ำหนักสีให้ลดลงเพื่อให้บรรจุภัณฑ์อ่อนหวานขึ้น ในเรื่องของตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ค่าเฉลี่ย 3.46 ซึ่ง ผู้วิจัยเลือกใช้ตัวอักษรตัวพิมพ์มาตรฐานเพื่อให้อ่านได้ง่าย แต่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้ใช้ตัวอักษรที่โดดเด่นกว่ารูปแบบนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะไปแก้ไขปัญหาดังกล่าว

### 1.3 ผลการประเมินความพึงพอใจรูปแบบองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยของกลุ่มผู้บริโภค

สรุปผลการประเมินความพึงพอใจรูปแบบองค์ประกอบเลขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (กรณีศึกษาสบู่มังคุดผสมคอลลาเจนของกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรบ้านคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช) ของกลุ่มผู้บริโภคได้ประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบ ตามลำดับจากมากไปหาน้อยดังต่อไปนี้

ผลการประเมินในระดับมาก ในเรื่องความสะดวกในการพกพาและจัดเก็บ, ใช้วัสดุกระดาษได้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ออกแบบได้สวยงาม ดึงดูดความสนใจ, มีความเด่นเมื่อเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์คู่แข่ง, บรรจุภัณฑ์สามารถโชว์ให้เห็นผลิตภัณฑ์ได้ดี, บรรจุภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า, บรรจุภัณฑ์สื่อสารให้เข้าใจผลิตภัณฑ์ภายใน, บรรจุภัณฑ์แสดงเอกลักษณ์

ของแหล่งผลิตได้ดี , บรรจุภัณฑ์สามารถยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์สร้างความทรงจำและประทับใจ และบรรจุภัณฑ์สามารถตั้งวางโฆษณา ณ จุดขายได้

ผลการประเมินในระดับปานกลาง ในเรื่องการปกป้องและรองรับคุณภาพของสินค้าภายใน, มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน ,มีความสะดวกในการเปิด -ปิดใช้งานและ บรรจุภัณฑ์แสดงรายละเอียดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์

## 2. การอภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลในเรื่ององค์ประกอบเลขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย มีองค์ประกอบเลขศิลป์ ดังต่อไปนี้

### 2.1 สี บนบรรจุภัณฑ์

การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย ควรใช้สีที่สดใสโดดเด่นด้วยการใช้สีที่สื่อมาจากผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่นำมาผลิต จะทำให้ผู้บริโภคสนใจและเข้าใจในคุณคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างแรงกระตุ้นสื่อความหมายและแรงจูงใจผู้บริโภคให้เห็นเด่นชัดได้เป็นอย่างดี ซึ่ง Julien Behaeghel (1991: 45-52) กล่าวว่า สี (color) เป็นองค์ประกอบศิลป์ที่สามารถสังเกตเห็นและจดจำได้เป็นอย่างดี นอกจากสีพื้นของบรรจุภัณฑ์แล้วสียังสามารถแทรกอยู่ในส่วนอื่นๆได้ ซึ่งสอดคล้องกับ โกสุม สายใจ (2536 : 83) กล่าวว่า สีมี่คุณสมบัติเฉพาะตัวที่พิเศษกว่าองค์ประกอบอื่นๆ คือ เป็นองค์ประกอบที่แทรกตัวอยู่ร่วมกับองค์ประกอบอื่นๆทุกชนิด เช่น สีของภาพ สีของตัวอักษร และสีของสัญลักษณ์ เพราะสีพื้นบนบรรจุภัณฑ์ทำให้เกิดความรู้สึกตามอารมณ์ต่างๆ เช่น ร้อน เย็น อ่อนหวาน ในการวิจัยองค์ประกอบเลขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ จะมีทั้งสีวรรณะร้อน และวรรณะเย็นการใช้สีส่วนใหญ่

อาจกล่าวได้ว่าสีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย ควรใช้สีจากสมุนไพรที่นำมาผลิต ไม่ว่าจะเป็นสีวรรณะร้อน หรือเย็น แต่เป็นสีที่มีค่าน้ำหนักอ่อน เพราะทำให้อ่อนหวาน นุ่มนวล ไม่อันตรายกับผู้บริโภค ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สีวรรณะเย็นในโทนสีเขียวแก่ กลาง อ่อน โดยนำสีของใบมะกูดมาเป็นส่วนประกอบของสีบนพื้นบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อความหมาย

### 2.2 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์

การใช้ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่จะใช้ภาพถ่ายจริงของสมุนไพรที่นำมาสกัดเป็นผลิตภัณฑ์ เพราะภาพจริงสามารถสื่อให้รับรู้คุณประโยชน์ของสมุนไพรได้ชัดเจนภาพได้แสดงโฆษณาแสดงหน้าที่ ภาพถ่ายทำให้เกิดมีชีวิตชีวาแสดงรายละเอียดได้ตรงกับความจริงมากที่สุด สอดคล้องกับ Julien Behaeghel (1991:58-61) กล่าวว่าภาพ เป็นองค์ประกอบศิลป์ที่มีความสำคัญมากที่สุดบนบรรจุภัณฑ์ และมักถูกจัดวางให้มีขนาดใหญ่กว่าองค์ประกอบอื่นๆ และอยู่บริเวณใจกลางบรรจุภัณฑ์เสมอเนื่องจากสามารถสื่อความหมายต่างๆในปริมาณมากให้เข้าใจได้รวดเร็วในภาพเดียว ซึ่ง มัทรี ผ่องเนตรพานิช (2545: 49) กล่าวว่า การสื่อความหมายของภาพได้มากน้อยขึ้นอยู่กับความเป็นนามธรรมของภาพ ส่งเสริมจินตนาการของผู้บริโภคได้ เนื่องจากทำให้ผู้บริโภคเห็นลักษณะรูปร่างของสมุนไพรชนิดนั้น และทำให้นั้นภาพถ่ายสมุนไพรไทยคือภาพมะกูดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อภาพลักษณ์ของเครื่องสำอางสมุนไพรไทย

นอกจากนี้มุมมองของภาพถ่ายก็มีความสำคัญที่ผู้บริโภคมีความสนใจในตัวบรรจุภัณฑ์ในการใช้ภาพถ่ายสมุนไพรไทยควรเลือกใช้ภาพที่มีมุมมองและองค์ประกอบของภาพที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำได้มากที่สุด

## 2.3 อักษรบนบรรจุภัณฑ์

การใช้ตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์สมุนไพรไทย ใช้ตัวอักษร ที่สื่อความหมายได้ตรง และเป็นข้อความที่สั้นๆ เข้าใจในเวลาอันรวดเร็ว การจัดตัวอักษรที่เป็นชื่อสินค้าจะใช้ตัวอักษรตัวพิมพ์รูปแบบสมัยใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ นาคยา อ่อนสุวรรณ (2530) ได้กล่าวว่า ตัวอักษรโดด (Letter) คือ ตัวอักษรขนาดใหญ่ที่วางอยู่โดดๆเป็นคำเดียว โดยมากมักใช้แสดงชื่อสินค้า ตราสินค้า และชนิดของสินค้า ตัวอักษรเหล่านี้มักได้ผ่านการออกแบบมาเป็นอย่างดีโดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวอักษรโดด ที่ใช้เป็นชื่อสินค้า ซึ่งจากการศึกษาพบว่าชื่อตัวสินค้าสมุนไพรไทย ชื่อสินค้าจะใช้ตัวอักษรตัวใหญ่โดดเด่นกว่าตัวอักษรอื่น ๆ ส่วนอักษรที่เป็นคำโปรยบรรยายจะใช้ตัวพิมพ์มาตรฐานทั่วไป ในการใช้ตัวอักษรต้องพิจารณาจากรูปแบบตัวอักษร, ขนาดของตัวอักษรและรูปร่างลักษณะของตัวอักษร

## 2.4 สัญลักษณ์ บนบรรจุภัณฑ์

สัญลักษณ์ที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย สามารถนำตัวอักษรย่อของคำเต็มของชื่อตราสินค้า มาเป็นสัญลักษณ์ และ สัญลักษณ์ บางอย่างมีความเป็นนามธรรมมาก บางครั้งผู้บริโภคไม่สามารถอ่านออกแล้วเข้าใจได้ การออกแบบสัญลักษณ์มาใช้บนบรรจุภัณฑ์ควรเป็นสัญลักษณ์ที่เข้าใจง่ายรับรู้ร่วมกัน นั้นหมายถึงการออกแบบสัญลักษณ์ชนิดนั้นประสบความสำเร็จและมีการใช้สัญลักษณ์ที่เป็นภาพดัดแปลง เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำลักษณะหรือสัญลักษณ์ทางรูปร่างรูปทรงเหล่านั้นไว้

ในการวิจัยองค์ประกอบเลขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยได้นำภาพสัญลักษณ์เจ้าของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยกลุ่มศิริวง คือคุณสนธยา ชำนะ มาจัดวางในองค์ประกอบใหม่ให้มีความสมบูรณ์ในการใช้งานมากขึ้น เนื่องจากเจ้าของมีความต้องการใช้สัญลักษณ์ตนเองเพื่อการจดจำของผู้บริโภค ซึ่งคุณลักษณะของสัญลักษณ์ที่ดี ซึ่ง ทองเจือ เขียดทอง (2542) ได้อธิบายเรื่องสัญลักษณ์ไว้ว่าควรมีเนื้อหา มีความเหมาะสมกับสื่อที่ใช้ มีเอกลักษณ์ มีความร่วมสมัย สามารถสร้างความทรงจำได้ มีความน่าเชื่อถือ มีประโยชน์ มีความเป็นสากล มีเอกลักษณ์ของสัญลักษณ์ได้เป็นอย่างดี ในงานวิจัยครั้งนี้สัญลักษณ์ที่ใช้เป็นสัญลักษณ์เจ้าของผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นจดจำได้ง่ายจึงถือว่าเป็นจุดเด่นของเลขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

ในการทำต้นแบบการจัดองค์ประกอบเลขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย (กรณีศึกษาสมุนไพรเปลือกมังคุดผสมคลอลาเจน กลุ่มสมุนไพรบ้านศิริวง อ.ลพบุรี จ.นครราชสีมา ) บรรจุภัณฑ์ที่ได้ทำต้นแบบ กลุ่มผู้บริโภคได้ประเมินในข้อบรรจุภัณฑ์สามารถโชว์ให้เห็นผลิตภัณฑ์ได้ดีมากอันดับแรกเนื่องจากผู้วิจัยต้องการให้เห็นผลิตภัณฑ์ของสมุนไพรเปลือกมังคุดผสมคลอลาเจนสภาพจริงเพื่อความมั่นใจของผู้บริโภค

### 3. ปัญหาที่พบในการวิจัย

ปัญหาที่พบในการวิจัยครั้งนี้ เรื่ององค์ประกอบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย (กรณีศึกษาสบูเปือกม้งคุดผสมคอลลาลาเจน ของกลุ่มสมุนไพรบ้านคีรีวง อ.ลาสักา จ.นครศรีธรรมราช ) เป็นการต้องการคำตอบถึงผู้สนใจของผู้บริโภค เรื่ององค์ประกอบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ การใช้แบบสอบถามอาจจะไม่เข้าถึงผู้บริโภคการควรใช้การสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล จะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นความจริงมากกว่า และควรกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มๆ ไป โดยใช้วิธีเป็นเกณฑ์จะทำให้ทราบถึงรายละเอียดได้มากกว่าการใช้เกณฑ์แบบเฉลี่ยรวม

### 4. ข้อเสนอแนะ

#### 4.1 ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัยต้องพิจารณาเรื่องกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างจะต้องกำหนดให้ชัดเจนเช่น วัยที่มีอายุเท่าไร มีความคิดเห็นอย่างไร เพราะความแตกต่างของวัยเป็นตัวแปรสำคัญในการวิจัย วัยสูงอายุจะเห็นความสำคัญของการใช้สมุนไพรมากกว่าวัยหนุ่มสาว และการเลือกเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ก็มีความคิดเห็นแตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น วัยหนุ่มสาวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี จะนิยมเลขนศิลป์ที่เป็นมีสีสันสดใส ตัวอักษรทันสมัย แต่รูปแบบตัวอักษรบางรูปแบบที่ใช่เป็นชื่อสินค้า มีปัญหาในการสื่อสารในระยะไกล เช่น ตัวอักษรที่ตัววัด ทำให้อ่านยากไม่สามารถจดจำได้ ผู้บริโภคมีเวลาในการเลือกตัดสินใจไม่มาก ส่งผลให้ยอดขายลดลงได้

#### 4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ผู้วิจัยอาจเปรียบเทียบกลุ่มสมุนไพรเปลือกม้งคุดระหว่างกลุ่มคีรีวงกับกลุ่มอื่นๆที่มีสภาพบริบทคล้ายกันหรืออาจจะเปรียบเทียบวิจัยเรื่องเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรสำหรับกลุ่มผู้หญิงวัยหนุ่มสาว หรือผู้หญิงกลุ่มสูงวัย กลุ่มเพศที่สาม จะทำให้ทราบทัศนคติความเชื่อที่แตกต่างกันก็เป็นไปได้