

บทที่ 5

สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรเพื่อการส่งออกนั้นเป็นผลงานวิจัยเชิงคุณภาพ(Quatitative Research Methodology) พื้นฐานและนำมาประยุกต์ใช้ได้กับงานออกแบบเพื่อการส่งออกได้อย่างแท้จริง ใช้ระบบการวิจัยเชิงสังเกตการณ์ (Observation Research) และการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจแนวโน้มความต้องการของตลาดด้านรูปแบบและความเป็นอัตลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติของประเทศต่างๆที่มีภูมิปัญญาทางเภสัชภัณฑ์บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อเปิดประโยชน์ต่อความนิยมในตลาดยุโรปและอเมริกา เพื่อศึกษาเทคโนโลยีการผลิตบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางและสามารถนำไปพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ใช้ประโยชน์ได้สูงสุด เพื่อสร้างองค์ความรู้พื้นฐานและเพื่อการพัฒนาอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาไทยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรให้สอดคล้องกับความเป็นไปของเทคโนโลยีการผลิตอันเป็นการสร้างตราสินค้าสมุนไพรไทยให้มีมาตรฐานสากลและสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกได้อย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดในการศึกษานี้เน้นการศึกษาผลสำเร็จของการจัดจำหน่ายในประเทศที่เป็นแนวหน้าด้านแฟชั่นเพื่อเสาะหาทิศทางในการนำเสนอผลผลิตของประเทศไทยเข้าสู่วงการเครื่องสำอางได้อย่างยั่งยืน การศึกษานี้ประกอบด้วยการค้นคว้าด้านเอกสารถึงเรื่องราวความเป็นไป การตลาดและภูมิปัญญาของไทยเองที่มีต่อเครื่องสำอางในอันที่จะเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ของประเทศ และศึกษาแนวทางในการผลิตตั้งแต่วัสดุและกรรมวิธีการผลิตสินค้าเครื่องสำอางความเจริญก้าวหน้าและเทคโนโลยีในการผลิตเพื่อนำไปตั้งคำถามเพื่อสัมภาษณ์ในเชิงลักษณะที่ทำการสังเกตการณ์ในกรุงมิลาโนและกรุงนิวยอร์ก

การศึกษาสำหรับโครงการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรเพื่อการส่งออกในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สมมติฐานในการวิจัยหรือกรอบแนวคิดในการวิจัยว่าด้วยความเชื่อในรูปแบบบรรจุภัณฑ์สมุนไพรที่สามารถส่งผลด้านสรรพคุณ คุณภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นจะช่วยเพิ่มยอดขายเพื่อการส่งออกได้อย่างยั่งยืน ผู้วิจัยจึงแบ่งขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

- | | |
|--------------|--|
| ขั้นตอนที่ 1 | ศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ในตลาดสินค้าเครื่องสำอางทัศนคติและความพึงพอใจของผู้บริโภคจากประเทศนำเข้าหลักสินค้าแฟชั่นในเมืองแฟชั่นทางยุโรปและอเมริกาตลาดการนำเข้าและส่งออกสินค้าแฟชั่นชั้นนำของโลก |
| ขั้นตอนที่ 2 | บันทึกรูปแบบการสังเคราะห์ข้อมูลด้านรูปแบบตามแนวคิดหลังจากอภิปรายผลในข้อ 1 และ 2 |

การออกแบบการวิจัยผู้วิจัยได้พิจารณาใช้วิธีการวิจัยแบบสามเส้าเพื่อเป็นการตรวจสอบให้เป็นไปตามสมมติฐาน โดยการตรวจสอบจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความเชี่ยวชาญในด้านที่เกี่ยวข้อง (Member Check) โดยการศึกษาแบบและสัมภาษณ์ผู้นำเข้าสินค้า(ผู้บริโภค)ในเมืองที่มีชื่อเสียงด้านการแฟชั่นและเครื่องสำอางและการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดลองร่างแบบแนวคิดใหม่และการนำไปประเมินความพอใจจากผู้เชี่ยวชาญด้านการบริโภคซ้ำอีกครั้ง

- | | |
|--------------|--|
| ขั้นตอนที่ 1 | ศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ในตลาดสินค้าเครื่องสำอางในเมืองแฟชั่นทางยุโรปและอเมริกาตลาดการนำเข้าและส่งออกสินค้าแฟชั่นชั้นนำของโลก |
|--------------|--|

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร รูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางในตลาดการค้าเมืองแฟชั่นชั้นนำของโลก
กลุ่มตัวอย่าง บรรจุภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ณ กรุงเทพมหานคร
และกรุงนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา แห่งละ 30 ชิ้น

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Random Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่มีความแตกต่างและเป็นเรื่องเฉพาะด้านเพื่อการออกแบบเพื่อให้ประโยชน์สูงสุดในการออกแบบ โดยผู้วิจัยจะงินค้าเครื่องสำอางส่วนผสมธรรมชาติ (Organic Cosmetic) ที่วางจำหน่ายในตลาดสินค้าเครื่องสำอางชั้นนำในกรุงเทพมหานครและกรุงนิวยอร์กจำนวนแห่งละ 30 ชิ้น

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยผู้วิจัยเลือกตัวอย่างที่มีการกำหนดจุดมุ่งหมายที่มีการกำหนดจุดมุ่งหมายและเจตนาไว้อย่างเฉพาะเจาะจงและเลือกตัวอย่างที่เป็นผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเฉพาะในสถานที่ที่เป็นตัวแทนที่ดีเป็นการเลือกกรณีตรงตามประเด็นการวิจัยมากกว่าปกติ (Intensity Sampling)

เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือ

1. บันทึกสรุปสถานการณ์และรูปแบบจากการสังเกตการณ์ภาคสนาม

ผู้วิจัยเดินทางเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

ครั้งที่ 1 ณ กรุงเทพมหานคร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า ipax ima: 24-28 มีนาคม 2552 และเดินสำรวจห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกจำนวน 12 ร้านค้า (เอกสารภาคผนวก ข) บันทึกภาพสถานการณ์และเหตุการณ์สถานที่จริง รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และบันทึกภาพเท่าที่ได้รับอนุญาต

ครั้งที่ 2 ณ กรุงนิวยอร์กประเทศสหรัฐอเมริกา ข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้เข้าร่วมประชุมและเข้าชมงานแสดงสินค้า East Pack : 9-11 มิถุนายน 2552 และเดินสำรวจห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกจำนวน 10 ร้านค้า (เอกสารภาคผนวก ข) บันทึกภาพสถานการณ์และเหตุการณ์สถานที่จริง รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และบันทึกภาพเท่าที่ได้รับอนุญาต

2. แบบประเมินความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริโภค

ผู้วิจัยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องสำอางและความงามที่มีชื่อเสียงทางวิชาการเพื่อประเมินความคิดเห็นและเชิญผู้บริโภคหลักและนำเข้าสินค้าจากประเทศผู้ผลิต โดยได้รับความร่วมมือจาก DOMUS Academy และ New York University ในการแนะนำผู้เชี่ยวชาญและประสานงานการเก็บข้อมูลจากแบบประเมิน (ภาคผนวก ข)

ขั้นตอนที่ 2 บันทึกรูปแบบการสังเคราะห์ข้อมูลด้านรูปแบบตามแนวคิดหลังจากอภิปรายผลในข้อ
1 และ 2

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร นักออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทย
กลุ่มตัวอย่าง นักออกแบบกราฟิก นักออกแบบบรรจุภัณฑ์และนักออกแบบผลิตภัณฑ์
จำนวน 25 คน โดยมีสัดส่วน 1:1:1

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Random Sampling) จากกลุ่มที่มีความสามารถพิเศษเฉพาะนักออกแบบซึ่งเป็นชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย

เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือคือประเด็นการทดลองออกแบบร่าง (Thumbnail Sketch) จากข้อมูลและโจทย์ปัญหาที่กำหนดให้

การสร้างเครื่องมือ กำหนดประเด็นโจทย์ทดลองร่างแบบด้วยการสังเคราะห์ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 โดยกำหนดระยะเวลาพร้อมๆกัน 6 ชม. โดยการจัดสัมมนานักออกแบบรุ่นใหม่ นักวิจัยบรรยายสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นตอนที่ 1 เพื่อนำมากำหนดแนวทางการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการส่งออกเครื่องสำอางสมุนไพรไทย

หลังจากที่ได้วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามและอภิปรายผลเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดสัมมนานักออกแบบรุ่นใหม่จำนวน 30 คน ในการอบรมเชิงปฏิบัติการจากการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปด้านความรู้เรื่องเครื่องสำอางสมุนไพร เทคโนโลยีการผลิต และรูปแบบมาตรฐานบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางจากธรรมชาติ รวบรวมได้แบบร่างมือจำนวน 50 แบบและแบบนำเสนอเบื้องต้นจำนวน 5 แบบ (ภาคผนวก ข)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้โครงสร้างแบบไม่มีโครงสร้างและไม่เป็นทางการ(Unstructured/ Informal Interview) โดยดำเนินการเป็นระยะดังนี้

- ระยะที่ 1 การเดินทางเก็บข้อมูลภาคสนาม ณ กรุงเทพมหานคร ประเทศอิตาลี วันที่ 24-28 มีนาคม 2552 โดยมีหัวหน้าโครงการวิจัยและผู้ช่วยวิจัย 1 ท่าน
- ระยะที่ 2 การเดินทางเก็บข้อมูลภาคสนาม ณ กรุงนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 9-11 มิถุนายน 2552 โดยมีหัวหน้าโครงการวิจัยและผู้ช่วยวิจัย 1 ท่าน
- ระยะที่ 3 จัดสัมมนานักออกแบบรุ่นใหม่ โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรเพื่อการส่งออก เมื่อวันที่ 20-21 สิงหาคม ณ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์ระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล (Analysis during Data Collection) โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลสารสนเทศในขั้นเบื้องต้นและนำมาวางแผนในการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ โดยแบ่งเป็น

- ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์การตลาดและรูปแบบบรรจุภัณฑ์จากการบันทึกข้อมูลภาพและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ
- ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลจากภาคสนามด้านรูปแบบและเทคนิคการผลิตโดยประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและทีมผู้วิจัย โดยผู้วิจัยสร้างหัวข้อสรุปแนวคิดและเปรียบเทียบกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากกลุ่มตัวอย่างเดียวกัน
- ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์และข้อเปรียบเทียบระหว่างแบบร่างเพื่อสร้างต้นแบบแนวคิดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยอย่างเป็นระบบ

สมมติฐานงานวิจัย

บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยที่แสดงคุณค่าของอัตลักษณ์แห่งภูมิปัญญาไทย และใช้เทคนิคในการผลิตที่ทันสมัยสามารถส่งผลต่อความเชื่อมั่นในตราสินค้าไทยเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นในการส่งออกให้แก่ประเทศไทยอย่างยั่งยืน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานโดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรเพื่อการส่งออกต้องอาศัยปัจจัยทางการตลาด วัสดุและเทคนิคการผลิตและเทคโนโลยีที่ทันสมัยโดยบ่งบอกแหล่งภูมิปัญญาทางเวชภัณฑ์เน้นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมความเชื่อมั่นในแบรนด์ของสินค้าส่งออกอย่างยั่งยืน

1. สรุปข้อมูลสถานการณ์การตลาดและรูปแบบบรรจุภัณฑ์จากการบันทึกข้อมูลภาพและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ
2. สรุปข้อมูลจากภาคสนามด้านรูปแบบและเทคนิคการผลิตโดยประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและทีมผู้วิจัย
3. สรุปความสัมพันธ์และข้อเปรียบเทียบระหว่างแบบร่างเพื่อสร้างต้นแบบแนวคิดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยอย่างเป็นระบบ

สรุปข้อมูลสถานการณ์การตลาดและรูปแบบบรรจุภัณฑ์จากการบันทึกข้อมูลภาพและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

จากการสำรวจตลาดในประเทศอิตาลีและกลุ่มประเทศแถบยุโรปและตลาดนิวยอร์กศูนย์กลางแฟชั่นทวีปอเมริกานั้นพบว่าสินค้าเครื่องสำอางในทุกประเทศที่กล่าวมาแล้วมียอดขายสวนประสพความถดถอยของเศรษฐกิจโลก ทำให้ผู้ผลิตหันมาเพิ่มยอดขายและปรับปรุงคุณภาพเนื่องจากผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคให้ความสนใจในเองของส่วนผสมที่เป็นธรรมชาติและสนใจอย่างมากกับสินค้าเครื่องสำอางที่ใช้วัสดุรักษาสภาพแวดล้อมและตระหนักถึงการนำกลับไปใช้ใหม่เช่นกัน ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดโดยส่วนใหญ่พบว่าคุณภาพของเครื่องสำอางที่ได้จากธรรมชาติมีคุณภาพสูงและเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค ความต้องการเช่นนี้ทำให้การปรับปรุงส่วนผสมจึงเพิ่มปริมาณเป็น 50:50 ซึ่งเป็นสัดส่วนต่อส่วนผสมที่เป็นตัวยาปกติของเครื่องสำอางทั่วไป

สินค้าที่พบมากในตลาดดังกล่าวจะนำเข้าจากประเทศแถบเอเชียใต้แก่เกาหลี ญี่ปุ่นและจีนเป็นส่วนใหญ่ ประเทศในยุโรปและอเมริกามีตัวยาสมุนไพรไม่มากนักและมีสรรพคุณจำกัด สมุนไพรและภูมิปัญญาของท้องถิ่นโดยเฉพาะถิ่นที่มีวัฒนธรรมหลากหลายจึงเป็นเรื่องที่นักวิทยาศาสตร์มีความต้องการเรียนรู้เพื่อนำมาศึกษาคุณภาพที่แตกต่างกันมากขึ้น ปัจจุบันจึงไม่มีการปิดกั้นความรู้การศึกษาวิจัยข้ามวัฒนธรรมกันเพื่อนำมาสู่ความรู้มาบูรณาการให้เกิดทิศทางใหม่ให้แก่ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางต่อไป

การใช้วัสดุนั้นทางการตลาดพบว่าผู้บริโภคส่วนมากให้ความสำคัญกับการบรรจุภัณฑ์ที่รักษาสภาพแวดล้อม การตระหนักในด้านการนำกลับมาใช้ใหม่หรือการย่อยสลายง่ายขึ้นและสอดคล้องกับความพอเหมาะและความเข้าใจด้านเครื่องสำอางแล้วลงความเห็นว่าใช้แก้วดีกว่าพลาสติก ผู้ผลิตหันมาผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วเพิ่มขึ้นลดปริมาณพลาสติกลง และพยายามใช้ใบในการแสดงให้เห็นว่าแก้วนำกลับมาใช้ใหม่ได้นั้นคือพัฒนาให้สามารถใช้งานอย่างอื่นได้หลังจากใช้สินค้าภายในหมดไปแล้ว

เทคนิคและการผลิตผู้ผลิตอาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการใช้คอมพิวเตอร์มากขึ้น วิศวกรได้ผลิตเครื่องจักรที่ได้มาตรฐานและมีความทันสมัยโดยใช้เทคโนโลยีในการผลิต ตั้งแต่เรื่องการทำแม่แบบ (Mold) การพิมพ์ (Printing) และการบรรจุ (Filling) ผลการวิเคราะห์พบว่าบรรจุภัณฑ์นั้นควรหันมาเน้นการเติม (Filling) ให้มากขึ้นหลังจากการออกตัวสินค้าทุกรุ่น การเติมเพื่อการบรรจุใหม่ในบรรจุภัณฑ์เดิมจึงเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคปรารถนาเพราะมีราคาถูกและบรรจุภัณฑ์เดิมนั้นนำกลับมาใช้ใหม่ได้

การออกแบบบรรจุภัณฑ์สมุนไพรไทยนั้นต้องดำเนินการเพื่อการเก็บรักษา การใช้งานผลิตภัณฑ์และการสื่อความเข้าใจด้านคุณภาพให้ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อต้องคำนึงถึงการส่งออกผู้วิจัยยังพบว่าการส่งออกของไทยนอกจากเน้นคุณภาพแล้วยังจำเป็นต้องสร้างอัตลักษณ์ของความเป็นไทย และอัตลักษณ์ของความเป็นไทยได้มาจากการนำเสนอแหล่งที่มา สรรพคุณและภูมิปัญญาไทยบนบรรจุภัณฑ์ การสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดแก่ผลิตภัณฑ์ได้ในขณะเดียวกันต้องสร้างความมีมาตรฐานในการบรรจุ ดังนั้นเทคโนโลยีในการบรรจุหรือวัสดุที่ใช้ย่อมต้องทันสมัยและให้ความสะอาดและปลอดภัย อัตลักษณ์ของความเป็นไทย

สรุปข้อมูลจากภาคสนามด้านรูปแบบและเทคนิคการผลิตโดยประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้วิจัย

จากการใช้กลุ่มตัวอย่างสินค้าจำนวน 30 ชิ้นจากกรุงเทพมหานครและกรุงนิวออร์กพบว่าสินค้าที่ปรากฏมีความคล้ายคลึงกัน รูปแบบแยกส่วนอย่างเห็นได้ชัดเมื่อสินค้าระบุประเภทของตนเองเป็นยารักษาผิวพรรณหรือมีสรรพคุณเน้นการรักษา อีกส่วนหนึ่งเป็นสินค้าที่จัดตนเองอยู่ในประเภทสินค้าแฟชั่นและความงามสินค้าประเภทนี้ต้องแข่งขันกับสินค้าที่ครองตลาดเป็นแบรนด์ระดับโลกอยู่แต่อาจแข่งขันกันในเรื่องภูมิปัญญาและความเชื่อที่สืบต่อกันมา ความชัดเจนด้านภูมิปัญญาส่งผลให้เห็นอัตลักษณ์ในตัวสินค้าได้ดีเมื่อระบุแหล่งของวัตถุดิบได้ ในตลาดแฟชั่นใหญ่ได้แก่กรุงเทพมหานครและนิวออร์กมีผู้ผลิตใหญ่อยู่หลายบริษัทที่ได้นำเข้าวัตถุดิบหรือส่วนผสมทางธรรมชาติที่ขณะนี้เพิ่มขึ้นเป็น 50:50 ในสัดส่วนตัวยาสสมเครื่องสำอางปกติ รูปแบบกราฟิกที่พบส่วนใหญ่นั้นเน้นความเป็นธรรมชาติสะอาดตาและเพิ่มความเชื่อมั่นในตัวสินค้าได้ งานออกแบบกราฟิกจะได้รับการออกแบบด้วยฝีมือประณีตเทียบเท่าเครื่องสำอางด้วยการสร้างสรรค์รูปแบบที่ทันสมัยโลโก้เขี้ยวคูมีระดับและอ่อนไหว เทคนิคการพิมพ์โดยส่วนใหญ่จะใช้เทคนิคที่เพิ่มความหรูหราดูมีราคาบนบรรจุภัณฑ์ด้วยการพิมพ์สีพิเศษผสมบรอนซ์หรือการใช้พิมพ์ฟอย (Foil) สีเงินและทองโดยวิธีปั๊มคูนให้เป็นเส้นขอบหรือตัวอักษรลายเส้น การจัดระบบด้านการวางองค์ประกอบมักเป็นไปตามระบบกริด (Grid System) เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเพิ่มความสะอาดแก่

สายตา การใช้ภาพมักเป็นภาพตัดทอนไม่นิยมใช้ภาพถ่ายซึ่งโดยมากภาพประกอบจะเกิดจากการแต่งภาพให้เหนือธรรมชาติเพื่อความงดงามเป็นพิเศษเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ การจัดวางพื้นหลัง (Background) มักไม่ซับซ้อนส่วนมากใช้สีพื้นหรือสีไล่โทนอ่อนแก่เท่านั้นมักไม่เพิ่มมิติให้แก่พื้นหลังทำให้ภาพประกอบโดดเด่นขึ้นอีก

ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการออกแบบได้ให้ความเห็นว่าการนำเสนอผลิตภัณฑ์ด้วยรูปแบบบรรจุภัณฑ์ควรสื่อสารข้อมูลเชิงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ไว้เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลได้ทันทีที่พบเห็นหรือมองเห็นได้ตั้งแต่ในระยะไกล และเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อการส่งออกซึ่งในประเทศไทยการส่งออกย่อมหมายถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย

สรุปความสัมพันธ์และข้อเปรียบเทียบระหว่างแบบร่างเพื่อสร้างต้นแบบแนวคิดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรอย่างเป็นระบบ

การจัดสมมนักออกแบบในประเทศไทยเลือกเฉพาะนักออกแบบรุ่นใหม่ที่มีทัศนคติและทันต่อความเปลี่ยนแปลงทางสังคมโคนมีการบรรยายสรุปเรื่องราวจากขั้นตอนที่ 1 คือขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลทางเอกสารและงานวิจัยรวมถึงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ต่อมาเป็นการบรรยายสรุปข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ลงภาคสนามเก็บข้อมูลจากเมืองชั้นนำทางแฟชั่นและเครื่องสำอางคือกรุงเทพมหานครและกรุงเทพมหานครและวิเคราะห์รูปแบบจากกลุ่มตัวอย่างสรุปผลด้านรูปแบบและการประเมินจากนักวิชาการและผลสรุปจากนักออกแบบผู้มีประสบการณ์ได้ข้อคิดเห็นและแนวคิดที่รวบรวมเพื่อพัฒนาผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศและแนวทางการตลาดในต่างประเทศ นักออกแบบทั้ง 25 คนได้ระดมแบบร่างตามแนวคิดและข้อมูลที่ได้จากการสรุปผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 และ 2 รวมทั้งเรื่องราวของทิศทางการสื่อสารความเป็นไทยที่ได้จากการค้นคว้าทางเอกสารจึงได้แบบร่างที่คัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญมาแล้วจำนวน 5 ชิ้นที่สามารถดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรมและแบบร่างทั้ง 5 แบบได้ถูกประเมินพร้อมๆกับการคัดเลือกเพื่อทำแบบนำเสนอแนวคิดและแนวทางการออกแบบเพื่อการพัฒนาผลงานการออกแบบทั้ง 5 ชิ้นนี้ได้สร้างสรรค์ขึ้นจากผลการวิจัยทั้ง 2 ขั้นตอนพบว่าการสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรเพื่อการส่งออกมีปัจจัยหลายด้านคือด้านการตลาด ต้นทุน วัสดุและกระบวนการผลิต รวมทั้งภาพลักษณ์และความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยทั้งหมดจะถูกควบคุมโดยนักออกแบบที่จะสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยให้มีอัตลักษณ์ความเป็นไทยด้วยการสื่อสารความเป็นไทยลงบนบรรจุภัณฑ์ได้อย่างมีมาตรฐานในการออกแบบอย่างน้อยเพียงใด รูปแบบนั้นต้องบรรจุเนื้อหาและประโยชน์ใช้สอยรวมทั้งอัตลักษณ์ที่มาของความเชื่อและภูมิปัญญาที่น่าเชื่อถือได้อย่างมีประสิทธิภาพ การประเมินผลงานออกแบบเพื่อบรรจุเป้าหมายในการส่งออกจำนวน 25 ชิ้นได้ถูกประเมินผลและคัดกรองเหลือเพียง 5 ชิ้นที่ออกแบบโดยคำนึงถึงผลลัพธ์ทั้ง 4 ด้านคือ

1. ด้านอัตลักษณ์ไทย
2. ด้านประโยชน์ใช้สอย
3. ด้านรูปแบบ
4. ด้านต้นทุนการผลิต

แบบร่างทั้ง 5 แบบที่ได้รับการคัดเลือกเป็นแบบที่มีคุณสมบัติครบทุกด้านมากที่สุดซึ่งสามารถสรุปได้ว่าแบบที่ 5 จะมีความเป็นไปได้และผลลัพธ์ทุกด้านอยู่ในเกณฑ์ที่ดีถึงดีมากจึงสามารถสรุปได้ว่าแนวทางในการออกแบบเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรเพื่อการส่งออกนั้นสามารถทำได้ทั้ง 5 แนวทางจากแย่งทั้ง 5 ที่นำเสนอจากแนวคิดของนักออกแบบรุ่นใหม่ ดังนั้นการพัฒนารูปแบบจึงสามารถทำได้ถึง 5 แนวทาง คือ

แนวทางที่ตอบโจทย์ได้ครบทุกด้านโดยอยู่ในเกณฑ์ดีทุกด้าน แนวทางที่สามารถแสดงทุกด้านได้รองลงมาจนถึงอันดับที่ 5

อภิปรายผล

1. การตลาดและการจัดจำหน่ายเครื่องสำอางสมุนไพรนั้นมีแนวโน้มความก้าวหน้าในการจัดการอยู่ระดับสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศแถบยุโรปและอเมริกาผู้บริโภคนิยมมาสนใจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ปราศจากอันตรายและมีส่วนผสมของวัสดุธรรมชาติมีอัตราส่วนสูงขึ้นกว่าส่วนผสมทางเคมี ช่องทางการจัดจำหน่ายเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ผลิตหน้าใหม่ได้มากขึ้นและการนำเสนอข้อมูลทางภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่นก็ได้รับโอกาสมากขึ้น ผู้ผลิตรายใหญ่หันมาลงทุนด้านภูมิปัญญาเพื่อผลิตสินค้าเป็นของตนเอง ดังนั้นประเทศไทยควรหันมาสนใจเรื่องการผลักดันผลผลิตทางเครื่องสำอางสมุนไพรให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างเชื่อมั่นทางภูมิปัญญาสมุนไพรของไทย การสร้างแบรนด์และการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและได้รับการออกแบบที่ทันสมัยขึ้น

2. การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์โดยให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภค นอกเหนือจากการบรรจุแล้วควรเพิ่มรูปแบบที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับตัวสินค้าและบ่งบอกแหล่งภูมิปัญญาสมุนไพร อีกทั้งควรสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าด้วย

3. ผู้วิจัยได้ทดลองนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สมุนไพรเพื่อการส่งออกต่อนักออกแบบเพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบให้แก่ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยเพื่อการส่งออก และได้จำนวนชิ้นงานที่มีคุณสมบัติครบ 4 ด้านคือด้านอัตลักษณ์ไทย ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านรูปแบบและด้านต้นทุนในการผลิตจากนักออกแบบรุ่นใหม่เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรได้อย่างยั่งยืน นักออกแบบได้นำเสนอแนวทางเพื่อการพัฒนาได้หลากหลายโดยมีแนวทางที่สมบูรณ์และน่าสนใจอยู่ 5 แนวทางเพื่อให้ผู้ผลิตได้มองเห็นทิศทางที่เป็นไปได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ผลิตสินค้าเครื่องสำอางสมุนไพรควรตระหนักเรื่องความเชื่อมั่นในภูมิปัญญาไทย เพื่อกำหนดการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยมีการผลิตโดยเทคโนโลยีใหม่และสามารถสื่อสารความเป็นไทยเพื่อสร้างความศรัทธาแบรนด์สินค้าไทยได้
2. นักออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรเพื่อการส่งออกควรคำนึงถึงจรรยาบรรณที่มีต่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตระหนักในการลดสภาวะโลกร้อนได้อย่างมีมาตรฐานภายใต้ระบบการผลิตที่มีเทคโนโลยีทันสมัย
3. ผู้ผลิตสินค้าไม่ควรมองข้ามรูปแบบและการผลิตบรรจุภัณฑ์และควรตระหนักถึงการสื่อสารความเข้าใจภูมิปัญญาเวชภัณฑ์ได้อย่างแท้จริง