

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ศศิมา สมุนไพร จ.ปทุมธานี

ชลธิชา แสนสนิท, จิตติมา เสือทอง²

^{1,2} สาขาวิชาออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ศศิมา สมุนไพร จ.ปทุมธานี มีจุดประสงค์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ศศิมา สมุนไพร และเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มมูลค่าสินค้าให้แก่ผลิตภัณฑ์ จากผลการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จะใช้กับกลุ่มเป้าหมายและแบบสัมภาษณ์ ที่จะใช้กับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) และ ค่าเฉลี่ย (MEAN) และใช้วิธีตีความจากการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ จากผลวิเคราะห์ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ศศิมา สมุนไพร ใช้ลายกราฟิกที่เป็นลายเส้นบอกเล่าข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ และใช้สีมาช่วยทำให้ดูเป็นธรรมชาติและมีความสบายตามากขึ้นตรงตามกลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มเป้าหมายเลือกซื้อจากข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ ร้อยละ 52 % 2) กลุ่มเป้าหมายเลือกซื้อแซมพู ครีมนวดเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 50 % 3) กลุ่มเป้าหมายเลือกซื้อจากความรู้สึกปลอดภัยจากสารเคมี ร้อยละ 40 %

จากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ พบว่า 1) ใช้แนวคิด “Natural choice from the garden” ให้มีความเป็นธรรมชาติและตรงตามกลุ่มเป้าหมาย 2) ใช้โทนสีธรรมชาติ สบายตา และคลาสสิก 3) ใช้ภาพประกอบแบบลายเส้น และใช้ตัวอักษรประดิษฐ์ให้ดูเป็นธรรมชาติ

คำสำคัญ : การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์, สมุนไพร, วิทยานิพนธ์

Graphic design on packaging, Sasima Herbal Products, Pathum Thani Province

Chonticha Saensnit, Jitima Suathong²

^{1,2} Graphic and Multimedia Design Faculty of Industrial Technology Suan Sunandha Rajabhat University

Abstract

Graphic design on Sasima Herb packaging, Pathumthani province, The purpose is to design packaging, Sasima products, herbs and to promote good image and add value to products. From the results collect data with questionnaires that will be used with the target group and interview form. To be used with design professionals Analyze the data obtained by using basic statistics such as percentage (%) and average (MEAN) and using interpretation methods from data collection, expert questionnaires Based on the analysis of graphic design on the packaging, Sima Herbal products use graphic stripes to tell the information on the packaging and use the color to help make it look natural and have more eye comfort according to the target group.

The results of the research showed that 1) The target group chose to buy from the information on the packaging 52 percent. 2) The target group chose to buy shampoo. Massage cream and balm for most 50 percent. 3) Target customers buy from chemical safety 40 percent.

From the analysis of the questionnaire, the design experts found that 1) use the concept of "Natural choice from the garden" to be natural and meet the target group. 2) use natural color tones, comfortable and classic 3) use patterned illustrations Line And use the natural font to look natural

Keywords: Graphic design on packaging, herbs, working age

บทนำ

ในปัจจุบันพืชสมุนไพรจัดเป็นพืชเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่ต่างประเทศกำลังหาทางลงทุนและคัดเลือกสมุนไพรไทยไปสกัดหาตัวยาเพื่อรักษาโรคบางโรคและมีหลายประเทศที่นำสมุนไพรไทยไปปลูกและทำการค้าขายแข่งกับประเทศไทย สมุนไพรหลายชนิดที่เราส่งออกเป็นรูปของวัตถุดิบซึ่งสมุนไพรนี้ตลาดต่างประเทศยังคงมีความต้องการอีกมาก และประเทศไทยอุดมไปด้วยสมุนไพรนับพันนับหมื่นชนิด สมุนไพรแต่ละชนิดล้วนมีสรรพคุณต่างกันไป บ้างใช้กิน บ้างใช้ทา บ้างใช้สูดดม บ้างใช้พอก บ้างใช้ประคบ บ้างใช้หั่นเป็นผงบดแล้วใช้ทา บ้างใช้ต้มน้ำดื่ม บ้างใช้ทำยาสูบ บ้างใช้ทำยาสูบ หรือราก นำมาต้มทานได้แบบสดๆ หรือไม่ก็นำมาสกัดเอาโอสถสารสำคัญ เพื่อการเยียวยารักษาอาการเจ็บไข้ ไม่เท่านั้นสมุนไพรยังสามารถสร้างรายรับให้กับประเทศได้มหาศาล ทั้งจากการเพาะปลูกของเกษตรกรและนำมาแปรรูปจำหน่าย

ศศิมาสมุนไพรนั้นได้เริ่มต้นจากอาการป่วยซึ่งเดินไม่ได้ของตัวเองมาประมาณปีกว่าจึงพยายามหาวิธีการรักษาต่างๆมากมายที่สามารถรักษาอาการจากการป่วยนั้นให้หายจึงได้คิดค้นบาล์มสมุนไพรขึ้นมา ซึ่งได้คิดค้นสมุนไพรที่ทำมาจากใบบวบก ที่เลือกใบบวบกมานั้นเพราะได้ศึกษาว่าช่วยรักษาอาการฟกช้ำหรือร้อนในได้ซึ่งใบบวบกนั้นเรารู้จักกันดีว่าสามารถรักษาหรือบรรเทาอาการความเจ็บปวดได้ แต่ใบบวบกนั้นไม่ได้มีฤทธิ์ให้ความร้อนอย่างเดียว ยังมีฤทธิ์ให้ความเย็นอีกด้วยและจึงได้ลองทำแจกให้คนอื่นลองนำไปใช้ พอหลังจากได้นำไปแจกให้ลองใช้นั้นคนจึงเริ่มมาถามหาสมุนไพร แต่ทุนที่ได้นำไปทำนั้นหมดแล้วจึงไม่สามารถทำแจกได้อีก คนที่ได้รับบาล์มสมุนไพรจึงเสนอว่าให้ทำขาย ต่อมาจึงเกิดเป็นแบรนด์ศศิมา สมุนไพรขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2545 ซึ่งแบรนด์ศศิมานั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรธรรมชาติ และแบรนด์ศศิมานั้นยังอยู่ภายใต้รากฐานภูมิปัญญาไทยและทรัพยากรไทย จากจุดเริ่มต้นจนถึงวันนี้ศศิมาสมุนไพรได้ทำการวิจัย ค้นคว้า จนประสบความสำเร็จทำให้ผลิตภัณฑ์ของ แบรนด์ศศิมาสมุนไพร ได้รับการยอมรับจากผู้ใช้อย่างต่อเนื่องจากปากต่อปาก จาก

รุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ศศิมาสมุนไพร มีสมุนไพรอยู่มากมายมากกว่า 10 ชนิดเช่น บัวบก ดอกอัญชัญ มะเขือเทศ แครอท กลั้ว มะกรูด พิมเสน การบูร ไพล ขมิ้น ว่านนางคำ พญาว่าน กวาวเครือขาว งาดำ ฯลฯ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้และเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายในแวดวงผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพผลิตภัณฑ์ศศิมาสมุนไพรเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยสูงและปราศจากสารเคมีที่เป็นอันตราย และถูกประกอบสมุนไพร ที่ควารางวัลผลิตภัณฑ์โอท็อป (otop) ระดับสี่ดาว จากโครงการสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในปีพ.ศ.2547 เป็นเครื่องยืนยันถึงความสำเร็จได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ล้วนแต่ใช้บวบกเป็นส่วนผสมสำคัญหลักๆทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็น ยาหม่อง สบู่เหลว แชมพู ครีมนวด เป็นต้น แต่ผลิตภัณฑ์สมุนไพรในปัจจุบันนั้นมีหลากหลายรูปแบบ จึงทำให้เกิดคู่แข่งได้หลายทาง เพราะคนส่วนใหญ่จะเลือกซื้อผลิตจากที่ตัวเองรู้จักก่อนเสมอ จึงต้องการที่จะออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าให้แตกต่างและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวโดย ใช้จุดเด่นของความเป็นธรรมชาติที่ได้จากภูมิปัญญาไทย เพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และช่วยสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์เป็นที่น่าจดจำมากยิ่งขึ้น

จากข้อมูลเบื้องต้นทำให้ผู้วิจัยจึงสังเกตเห็นถึงประโยชน์ของการทำวิจัยการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ศศิมาสมุนไพร ด้วยรูปลักษณ์ที่ไม่ทันสมัยและขาดความเป็นอัตลักษณ์ และสินค้ามีลักษณะคล้ายคลึงกับแบรนด์อื่นๆ จึงอาจจะทำให้สินค้าดูไม่โดดเด่น ผู้วิจัยจึงอยากพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดูทันสมัยและเพิ่มความโดดเด่นให้สินค้า เจาะกลุ่มเป้าหมายวัยทำงาน และมีความแตกต่างจากคู่แข่งแบรนด์อื่นๆ ดังนั้นการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์จะช่วยดึงดูดเด่นของผลิตภัณฑ์และสร้างอัตลักษณ์ให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายให้จดจำได้ง่ายและเป็นที่ยอมรับและที่สนใจมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ศศิมา สมุนไพร
2. เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ศศิมา สมุนไพร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ ตำรา สื่อ เว็บไซต์และมัลติมีเดีย รวมทั้ง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ศศิมา สมุนไพร สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
2. สร้างเครื่องมือเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จะใช้กับกลุ่มเป้าหมายและแบบสัมภาษณ์ที่จะใช้กับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
3. เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มวัยทำงานชาย-หญิง ที่ชื่นชอบการใช้สมุนไพรธรรมชาติ จำนวน 50 คน
4. เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน
5. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) และ ค่าเฉลี่ย (MEAN) และใช้วิธีตีความจากการ สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ข้อมูล ดังกล่าวจะถูกใช้เป็นโจทย์ทางการออกแบบ ซึ่งจะ สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
6. ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ศศิมา สมุนไพร

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จาก กลุ่มเป้าหมาย คือ วัยทำงาน จำนวน 50 คน ผลที่ได้จะ

แยกเป็น 2 เรื่อง คือ 1) พฤติกรรมการใช้เลือกซื้อสินค้า 2) ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ รวมทั้ง ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการ ออกแบบ จำนวน 3 คน มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 กลุ่มเป้าหมายเลือกการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากความสนใจลักษณะของเรื่องข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์เป็นหลัก รองลงมา คือ ดีไซน์ของบรรจุภัณฑ์ (ดังตารางที่ 1) รูปแบบของการใช้ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพรที่กลุ่มเป้าหมายสนใจมากที่สุด คือ แชมพู/ครีมนวดผม เป็นหลัก รองลงมาเป็น บาล์ม/ยาหม่อง (ดังตารางที่ 2) ประเภทของ วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพรมากที่สุด คือ รู้สึกปลอดภัยจากสารเคมี เป็นหลัก รองลงมาคือ ความเป็นธรรมชาติ (ดังตารางที่ 3) และรูปแบบของการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มเป้าหมายเลือกซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นหลัก รองลงมาคือ งานแสดงสินค้า OTOP (ดังตารางที่ 4)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อพิจารณาในการเลือกจุดเด่นของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของศศิมา สมุนไพร

ข้อพิจารณาในการเลือกลักษณะต่างๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
ตรายี่ห้อ	4	8	4
ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์	9	18	3
ดีไซน์ของบรรจุภัณฑ์	10	20	2
สีของบรรจุภัณฑ์	1	2	5
ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์	26	52	1
รวม	50	100	

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบของการใช้
ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพร

ข้อพิจารณาในการ เลือกลักษณะต่างๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
บาล์ม/ยาหม่อง	23	46	2
ยาต้มสมุนไพร	8	16	5
น้ำมันนวดตัว	15	30	3
พืชมะนาว	4	8	8
เซรัมบำรุงผิวหน้า	7	14	6
แชมพู/ครีมนวดผม	25	50	1
ขัดหน้า/พอกหน้า	12	24	4
ขัดตัว/อบตัว	6	12	7
รวม	50	100	

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ประเภทของ
วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ข้อพิจารณาในการ เลือกลักษณะต่างๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
รู้สึกปลอดภัยจาก สารเคมี	20	40	1
มั่นใจในคุณภาพ และตราสินค้า	4	8	3
ความเป็นธรรมชาติ	18	36	2
เพื่อบำรุงผิวพรรณ	2	4	4
ต้องการทดลองใช้	2	4	4
ภูมิปัญญาไทย	4	8	3
รวม	50	100	

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์รูปแบบของการซื้อ
สินค้า

ข้อพิจารณาในการ เลือกลักษณะต่างๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
-------------------------------------	---------------	---------------	--------

ร้านค้าทั่วไปตามท้องถนน	5	10	3
งานแสดงสินค้า OTOP	11	22	2
สั่งสินค้าทางออนไลน์	5	10	3
ซูเปอร์มาร์เก็ต	29	58	1
รวม	50	100	

ส่วนที่ 2 กลุ่มเป้าหมายเลือกลักษณะของภาพประกอบเป็นภาพประกอบจากลายเส้นเป็นหลัก รองลงมาคือ ภาพประกอบคอมพิวเตอร์ (ดังตารางที่ 5) และกลุ่มเป้าหมายเลือกลักษณะของรูปแบบโทนสีที่กลุ่มเป้าหมายสนใจมากที่สุดคือ รูปแบบสีโทนเย็น (ดังตารางที่ 6)

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ประเภทของภาพประกอบ

ข้อพิจารณาในการ เลือกลักษณะต่างๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
ภาพวาดลายเส้น	25	50	1
ภาพประกอบ คอมพิวเตอร์	18	36	2
ภาพถ่าย	7	14	3
ภาพการ์ตูน	0	0	4
รวม	50	100	

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ประเภทของรูปแบบ
กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ข้อพิจารณาในการ เลือกลักษณะต่างๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
สีโทนอุ่น	16	32	2
สีโทนเย็น	28	56	1
สีโทนสดใส	5	10	3
สีโทนร้อน	1	2	4
รวม	50	100	

ส่วนที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบได้ให้แนวคิดในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ดังนี้ ผู้เชี่ยวชาญด้านการ ออกแบบทั้ง 3 ท่าน ได้ให้ข้อคิดเห็นว่า ในงาน ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ศศิมา สมุนไพร ใช้รูปกราฟิกที่ดูเป็นธรรมชาติให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายช่วงอายุ 25-35ปี ที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน ใช้แนวคิดที่สื่อถึงความเป็นธรรมชาติหรือการออกแบบให้ดูมีความน่าสนใจ แตกต่างจากสินค้าอื่นๆ เพื่อสร้างการจดจำภาพลักษณ์ที่ดีให้ต่อกลุ่มเป้าหมาย จนเกิดความน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับรูปแบบของบรรจุภัณฑ์คือการออกแบบให้ดูปลอดภัยจากสารเคมีและดูเป็นธรรมชาติ ใช้ลายเส้นเพื่อให้เกิดความสบายตาและปลอดภัยจากสารเคมี ใช้ตัวอักษรที่ดูพริ้วไหว ไม่แข็งทื่อ โทนสีและภาพประกอบที่เลือกใช้คือสีโทนเย็น ให้ความรู้สึกสบายตา ดูเป็นธรรมชาติได้แก่โทนสี Natural, Clear, และ Classic เป็นโทนสีที่ให้ความรู้สึกสบายตา ในการออกแบบกราฟิกที่เกี่ยวกับสมุนไพร

ผลการออกแบบ

จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย และ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ทำให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและสม่าเสมอ สามารถนำไปใช้เป็นโจทย์ทางการออกแบบ ทำให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผลผลิตของการวิจัยครั้งนี้ คือ การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ศศิมา สมุนไพร แนวคิดที่ใช้ในการออกแบบ (Concept) คือ Natural choice from the garden คือ การที่เราสามารถเลือกสมุนไพรหลากหลายชนิดได้จากสวนต่างๆ เพราะสมุนไพรส่วนใหญ่เป็นสมุนไพรที่ปลูกเองหรือหาได้จากธรรมชาติและปลอดภัยจากสารเคมี การดึงดูดเด่นของความปลอดภัยที่แสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของสินค้าแบรนด์อื่นๆ โดยใช้รูปแบบการออกแบบ (Mood &

Tone) คือ ธรรมชาติ (NATURAL) สบายตา (CLEAR) และดั้งเดิม (CLASSIC) กลุ่มเป้าหมายคือวัยรุ่นไปจนถึงวัยทำงาน เพศ ชายหญิง อายุ 25-35 จะมีรูปแบบที่สบายตา ปลอดภัย และเป็นธรรมชาติ

ขั้นตอนการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ศศิมา สมุนไพร จ.ปทุมธานี

1. ศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ศศิมา สมุนไพร
2. ทำแบบร่างกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องตามแนวความคิด
3. ออกแบบภาพประกอบ เพื่อกำหนดสีและ รูปแบบของงานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
4. จัดวางองค์ประกอบของภาพประกอบและตัวอักษรบรรจุภัณฑ์
5. ทำแบบจำลองของบรรจุภัณฑ์เพื่อทดสอบการใช้งาน ตรวจสอบแก้จุดบกพร่องและทิศทางของบรรจุภัณฑ์ให้เป็นไปตามแนวความคิด (ดังปรากฏในภาพที่ 1 ถึง 6)



ภาพที่ 1 แบบร่างตราสัญลักษณ์



ภาพที่ 2 แบบร่างผลิตภัณฑ์ศศิมา สมุนไพร



ภาพที่ 3 ฉลากบนบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 4 บรรจุภัณฑ์ศศิมา สมุนไพร



ภาพที่ 5 ตราสัญลักษณ์



ภาพที่ 6 ถุงใส่บรรจุภัณฑ์

วิจารณ์ผลการวิจัย

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผลิตภัณ์ศศิมา สมุนไพร จ.ปทุมธานี ใช้หลักการออกแบบกราฟิกสำหรับวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยเน้นองค์ประกอบที่น่าสนใจ ได้แก่ ภาพประกอบที่เหมาะสมจะทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยจากสารเคมีและความเป็นธรรมชาติที่มาจากสวน สีเส้นที่สบายตาให้ความรู้สึกถึงการอยู่ในสวนที่มีแต่ความธรรมชาติสัมผัสถึงการผ่อนคลาย ความบรรเทาอาการปวดเมื่อย และรูปภาพสื่อให้เข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อนให้สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า Natural choice from the garden ที่ออกแบบให้อยู่ท่ามกลางธรรมชาติพืชพรรณหลากหลายชนิด ให้ความสบายใจและสบายตา

ผลการทดสอบการใช้ผลิตภัณฑ์กับกลุ่มวัยทำงานแสดงให้เห็นว่าบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบสบายตา ปลอดภัยจากสารเคมีและดูเป็นธรรมชาติ จะดึงดูดความสนใจทำให้บรรจุภัณฑ์มีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจและเป็นภาพจำ ซึ่งตอบโจทย์การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจแตกต่างจากสินค้าของแบรนด์อื่นๆ ให้เกิดภาพจำต่อกลุ่มเป้าหมาย

สรุปผลการวิจัย

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผลิตภัณ์ศศิมา สมุนไพร จ.ปทุมธานี จัดทำให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ลายกราฟิกที่มีเอกลักษณ์สื่อสารเข้าใจได้ง่าย ความเป็นธรรมชาติ สบายตา และปลอดภัย โทนสีที่ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติและความแตกต่างจากสินค้าของแบรนด์อื่นๆ ที่เป็นที่น่าสนใจและสร้างความโดดเด่นให้มีเอกลักษณ์ต่อกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายจดจำสินค้าและผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ศศิมา สมุนไพรมุ่งเน้นการส่งเสริมภาพลักษณ์และเพิ่มมูลค่าสินค้า เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ให้ตรง กับกลุ่มเป้าหมาย และเป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้น ทำให้ช่วยเสริมสร้างรายได้ให้กับผลิตภัณฑ์ศศิมา สมุนไพรมุ่งเน้น และยังคงความเป็นธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างความแตกต่างจากสินค้าของแบรนด์อื่นๆให้เป็นที่น่าสนใจและจดจำต่อกลุ่มเป้าหมาย

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน จึงขอขอบพระคุณ โอกาสนี้ ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์จิตติมา เสือทอง ที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ แนวคิด ตลอดจนแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ มาโดยตลอด งานวิจัยเล่มนี้ เสร็จสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ และผู้ปกครองที่ให้คำปรึกษาในเรื่องต่าง ๆ ช่วยเหลือทุก ๆ ด้าน และคอยให้กำลังใจเสมอมา ขอขอบพระคุณศศิมา สมุนไพรมุ่งเน้น ข้อมูลเพื่อศึกษาในการทำวิจัยเป็นอย่างดี สุดท้ายขอขอบคุณเพื่อน ๆ ที่ให้คำแนะนำ สำหรับแนวความคิดที่ดี และเป็นกำลังใจให้ตลอดงานวิจัย เสร็จสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

ศศิมา สมุนไพรมุ่งเน้น. (2545). Sasima Herbs ศศิมา สมุนไพรมุ่งเน้น. สืบค้นเมื่อ 24 ตุลาคม 2561. จาก www.sasimaherbs.com

Archudio. (2556). ประเภทของโลโก้. สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2561. จาก www.archudio.com

Medthai. (2559). สรรพคุณสมุนไพรมุ่งเน้น. สืบค้นเมื่อ 26 ตุลาคม 2561. จาก <https://medthai.com/>

art (2556). ทฤษฎีสี. สืบค้นเมื่อ

26 ตุลาคม 2561. จาก

<https://homegame9.wordpress.com>

Kanlaya Roduphek. (2556). การจัดองค์ประกอบของศิลป์. สืบค้นเมื่อ 27 ตุลาคม 2561. จาก

<https://sites.google.com/site/kanlayaroduphek/home>

คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2545). หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์. สืบค้นเมื่อ 24 ตุลาคม 2561. จาก

<http://www.dbale.com>