

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ผลของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้บริโภค : กรณีศึกษาสนุกก่อน ผลิตโดย บริษัท อักคีสุริยณ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการออกแบบกราฟิก บนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้บริโภค : กรณีศึกษาสนุกก่อนผลิตโดย บริษัท อักคีสุริยณ จำกัด

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ แบ่งการสรุปผลการศึกษาออกเป็นดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.0 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ 41 – 50 ปี ร้อยละ 18.66 และ 31 – 40 ปี ร้อยละ 16.00 มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ มัธยมศึกษา หรือ ปวช. ร้อยละ 24.00 อนุปริญญา หรือ ปวส. ร้อยละ 13.33 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 10.67 มีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน / ห้างร้าน ร้อยละ 34.67 เจ้าของกิจการส่วนตัว ร้อยละ 12.00 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 6.66 มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 ร้อยละ 72.00 รองลงมาคือ รายได้ 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 16.00 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 89.33 ส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกายประเภทสนุกก่อน ร้อยละ 57.33 รองลงมาคือ ครีมนวดตัว ร้อยละ 37.34 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเลือกซื้อสนุกก่อน ยี่ห้อหลักี่มากที่สุด มี 84 ราย ร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ โคฟ มี 56 ราย ร้อยละ 37.33 โพรเทคส์ มี 52 ราย ร้อยละ 34.67 และเซฟการ์ด มี 50 ราย ร้อยละ 33.33 ซึ่งให้ความสำคัญ กับปัจจัยในเรื่องตรายี่ห้อที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.97) เนื้อสนุกไม่ละ (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีกลิ่นหอม (ค่าเฉลี่ย 4.16) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ดูสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.80) เป็นยี่ห้อที่หาซื้อง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.97) ราคาไม่แพง (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีคุณสมบัติพิเศษแตกต่างจากยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.11) และมีคุณสมบัติในการบำรุงผิว (ค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งเกือบทั้งหมด ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยเรื่องที่เป็นยี่ห้อที่ดาราชอบใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.07) ที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อสนุกก่อน อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 2 ผลของการออกแบบกราฟิกบนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้บริโภค : กรณีศึกษาสนุก่อน ผลิตโดย บริษัท อัครศิสุริยน จำกัด

การรับรู้ปัญหา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็น ต่อการรับรู้องค์ประกอบของการออกแบบกราฟิกส่วนของตัวอักษรบนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับคือ รูปแบบของตัวอักษร มีความดึงดูดให้ตราสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.19) รูปแบบของตัวอักษร ที่ใช้บนกล่องให้ความรู้สึกว่าเป็นตราสินค้าที่มีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.17) ตัวอักษรมีการจัดวางได้อย่างเหมาะสมกับ ตำแหน่งของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.08) ขนาดของตัวอักษร เหมาะสมกับขนาดของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.05) ตัวอักษร บอกข่าวสารและอธิบายรายละเอียดของสินค้า สื่อความหมาย และถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.03) และค่าเฉลี่ยรวม คือ 3.10 ซึ่งมีความสำคัญโดยรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็น ต่อการรับรู้องค์ประกอบของการออกแบบกราฟิกส่วนของรูปภาพบนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับคือ รูปภาพ ที่ใช้มีความดึงดูดให้ตราสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.09) รูปภาพ ที่ใช้ประกอบให้ความรู้สึกว่าเป็นยี่ห้อที่มีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.08) รูปภาพ มีขนาดเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.05) รูปภาพ มีการจัดวางได้อย่างเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00) และรูปภาพ สื่อความหมายและถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.81) และค่าเฉลี่ยรวม คือ 3.01 ซึ่งมีความสำคัญโดยรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็น ต่อการรับรู้องค์ประกอบของการออกแบบกราฟิกส่วนของสีบนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับคือ สี ที่ใช้ประกอบให้ความรู้สึกว่าเป็น ยี่ห้อที่มีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.17) จำนวนสี ที่ใช้มีความหลากหลายสามารถ ดึงดูดให้ตราสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.05) สี ที่ใช้มีความเหมาะสมกับองค์ประกอบด้านรูปภาพและตัวอักษร (ค่าเฉลี่ย 3.01) สี ที่ใช้สื่อความหมาย และถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.87) และค่าเฉลี่ยรวม คือ 3.03 ซึ่งมีความสำคัญโดยรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญในการรับรู้ องค์ประกอบการออกแบบกราฟิก ด้านตัวอักษร บนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปแบบของตัวอักษร ที่ใช้บนกล่องให้ความรู้สึกว่าเป็นตราสินค้าที่มีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.27) รองลงมาคือ ตัวอักษรมีการจัดวางได้อย่างเหมาะสมกับตำแหน่งของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตัวอักษร บอกข่าวสารและอธิบายรายละเอียดของสินค้า สื่อความหมายและถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.17) รูปแบบของตัวอักษร มีความดึงดูดให้ตราสินค้าน่าสนใจ ขนาดของตัวอักษร เหมาะสมกับขนาดของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.07) เท่ากัน ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยรวม คือ 3.16 ซึ่งมีความสำคัญโดยรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญในการรับรู้ องค์ประกอบการออกแบบกราฟิก ด้านตัวอักษร บนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่รูปแบบของตัวอักษร ที่ใช้บนกล่องให้ความรู้สึกว่าเป็นตราสินค้าที่มีระดับและ รูปแบบของตัวอักษร มีความดึงดูดให้ตราสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.18 เท่ากัน) รองลงมาคือ บนกล่องให้ความรู้สึกที่ ตัวอักษรมีการจัดวางได้อย่างเหมาะสมกับ ตำแหน่งของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.11) ขนาดของตัวอักษร เหมาะสมกับขนาดของตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.09) ตัวอักษร บอกข่าวสารและอธิบายรายละเอียดของสินค้า สื่อความหมายและถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.07) และค่าเฉลี่ยรวม คือ 3.12 ซึ่งมีความสำคัญโดยรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญในการรับรู้ องค์ประกอบการออกแบบกราฟิก ด้านรูปภาพ บนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปภาพ ที่ใช้มีความดึงดูดให้ตราหือมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.13) รองลงมาคือ รูปภาพ ที่ใช้ประกอบให้ความรู้สึกว่าเป็นหือที่มีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.00) รูปภาพ มีขนาดเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.93) รูปภาพ มีการจัดวางได้อย่างเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.90) และรูปภาพ สื่อความหมายและถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า(ค่าเฉลี่ย 2.77) ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยรวม คือ 2.95 ซึ่งมีความสำคัญโดยรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญในการรับรู้ องค์ประกอบการออกแบบกราฟิก ด้านรูปภาพ บนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปภาพ มีขนาดเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.16) รองลงมาคือ รูปภาพ ที่ใช้ประกอบให้ความรู้สึกว่าเป็นหือที่มีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.11)

รูปภาพ ที่ใช้มีความดึงดูดให้ตราयीหือมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.07) รูปภาพ มีการจัดวางได้อย่างเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ของสินค้าและรูปภาพ สื่อความหมายและถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.04) เท่ากัน ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยรวม คือ 3.08 ซึ่งมีความสำคัญโดยรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญในการรับรู้องค์ประกอบการออกแบบกราฟิก ด้านสี บนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สี ที่ใช้ประกอบให้ความรู้สึกว่าเป็น ยี่ห้อที่มีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.23) รองลงมาคือจำนวนสี ที่ใช้มีความหลากหลายสามารถ ดึงดูดให้ตราสินค้าดูน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.13) สี ที่ใช้มีความเหมาะสมกับองค์ประกอบด้านรูปภาพและตัวอักษร (ค่าเฉลี่ย 3.00) และสี ที่ใช้สื่อความหมายและถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.97) และค่าเฉลี่ยรวม คือ 3.08 ซึ่งมีความสำคัญโดยรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญในการรับรู้องค์ประกอบการออกแบบกราฟิก ด้านสี บนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สี ที่ใช้ประกอบให้ความรู้สึกว่าเป็น ยี่ห้อที่มีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.13) รองลงมาคือ จำนวนสี ที่ใช้มีความหลากหลายสามารถ ดึงดูดให้ตราสินค้าดูน่าสนใจและสี ที่ใช้มีความเหมาะสมกับองค์ประกอบด้านรูปภาพและตัวอักษร (ค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน) และสี ที่ใช้สื่อความหมายและถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.80) ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยรวม คือ 2.98 ซึ่งมีความสำคัญโดยรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกายประเภทสบู่ก้อน ให้ความสำคัญในการรับรู้องค์ประกอบการออกแบบกราฟิก ด้านตัวอักษร บนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ รูปแบบของตัวอักษร มีความดึงดูดให้ตราสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาคือ ตัวอักษรมีการจัดวางได้อย่างเหมาะสมกับ ตำแหน่งของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.50) รูปแบบของตัวอักษร ที่ใช้บนกล่องให้ความรู้สึกว่าเป็นตราสินค้าที่มีระดับ (ค่าเฉลี่ย 4.40) รูปแบบของตัวอักษร ที่ใช้บนกล่องให้ความรู้สึกว่าเป็นตราสินค้าที่มีระดับ และตัวอักษร บอกข่าวสารและอธิบายรายละเอียดของสินค้า สื่อความหมายและถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.27) ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยรวม คือ 4.38 ซึ่งมีความสำคัญโดยรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกายไม่ใช่ประเภทสบู่ก้อน ให้ความสำคัญในการรับรู้องค์ประกอบการออกแบบกราฟิก ด้านตัวอักษร บนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปแบบ

ของตัวอักษร ที่ใช้บนกล่องให้ความรู้สึกว่าเป็นตราสินค้าที่มีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.34) รองลงมาคือ ขนาดของตัวอักษร เหมาะสมกับขนาดของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.28) ตัวอักษร บอก ข่าวสารและอธิบายรายละเอียดของสินค้า สื่อความหมายและถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.25) รูปแบบของตัวอักษร มีความดึงดูดให้ตราสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.22) ตัวอักษรมีการจัดวางได้อย่างเหมาะสมกับ ตำแหน่งของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.16) และค่าเฉลี่ยรวม คือ 2.98 ซึ่งมีความสำคัญโดยรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกายประเภทสบู่ก้อน ให้ความสำคัญในการรับรู้องค์ประกอบการออกแบบกราฟิก ด้านรูปภาพ บนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปภาพ มีขนาดเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.95) รองลงมาคือ รูปภาพ ที่ใช้มีความดึงดูดให้ ทรายี่ห้อมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.93) รูปภาพ มีการจัดวางได้อย่างเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ของ สินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.88) และ รูปภาพ ที่ใช้ประกอบให้ความรู้สึกว่าเป็นยี่ห้อมีระดับและรูปภาพ สื่อ ความหมายและถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.79) เท่ากัน ตามลำดับ และค่าเฉลี่ย รวม คือ 2.87 ซึ่งมีความสำคัญโดยรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกายไม่ใช่ประเภทสบู่ก้อน ให้ความสำคัญในการรับรู้องค์ประกอบการออกแบบกราฟิก ด้าน รูปภาพ บนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปภาพ ที่ใช้ประกอบให้ความรู้สึกว่าเป็นยี่ห้อมีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.44) รองลงมาคือ รูปภาพ ที่ใช้มี ความดึงดูดให้ทรายี่ห้อมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.28) รูปภาพ มีขนาดเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ของ สินค้าและรูปภาพ มีการจัดวางได้อย่างเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.16) เท่ากัน และ รูปภาพ สื่อความหมายและถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.16) ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยรวม คือ 3.25 ซึ่งมีความสำคัญโดยรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย ประเภทสบู่ก้อน ให้ความสำคัญในการรับรู้องค์ประกอบการออกแบบกราฟิก ด้านสี บนกล่อง บรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สี ที่ใช้ประกอบให้ ความรู้สึกว่าเป็นยี่ห้อมีระดับและสี ที่ใช้มีความเหมาะสมกับองค์ประกอบด้านรูปภาพและ ตัวอักษร (ค่าเฉลี่ย 3.02) เท่ากัน รองลงมาคือ จำนวนสี ที่ใช้มีความหลากหลายสามารถ ดึงดูดให้ ตราสินค้าดูน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.98) และสี ที่ใช้สื่อความหมายและถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีของตรา สินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.81) ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยรวม คือ 2.96 ซึ่งมีความสำคัญโดยรวมของทุกปัจจัยอยู่ใน ระดับปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย ไม่ใช่ประเภทสบู่ก้อน ให้ความสำคัญในการรับรู้องค์ประกอบการออกแบบกราฟิก ด้านสี บนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สี ที่ใช้ประกอบให้ความรู้ดีกว่าสบู่นี้เป็น ยี่ห้อที่มีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.38) รองลงมาคือ จำนวนสี ที่ใช้มีความหลากหลายสามารถ ดึงดูดให้ตราสินค้าดูน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.16) สี ที่ใช้มีความเหมาะสมกับองค์ประกอบด้านรูปภาพและตัวอักษร (ค่าเฉลี่ย 3.03) และ สี ที่ใช้สื่อความหมายและถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00) ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยรวม คือ 3.14 ซึ่งมีความสำคัญโดยรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามพบจากผลิตภัณฑ์ทั้งสี่ห่อ ได้แก่ ตราพลอยพิศ ตราเมย์ญา เนเจอร์ ตราเอ็กซ์ทริม และตราซาร์โคล เวิร์ด แบ่งเป็นปัญหาและข้อเสนอแนะในส่วนด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความเห็นเกี่ยวกับปัญหาของสินค้าทั้งสี่ห่อ และในเรื่องขององค์ประกอบของการออกแบบกราฟิก สามารถจำแนกเป็นร้อยละ สำหรับการรับรู้ องค์ประกอบของการออกแบบกราฟิกส่วนของสี บนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าเป็น ปัญหาที่เด่นชัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ การรับรู้องค์ประกอบของการออกแบบ กราฟิกส่วนของรูปภาพบนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า คิดเป็นร้อยละ 64.0 และการ รับรู้องค์ประกอบของการออกแบบกราฟิกส่วนของตัวอักษร บนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ ตราสินค้า คิดเป็นร้อยละ 56.0 ตามลำดับ

ผลการศึกษาพบว่า ข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ใน ส่วนของตัวอักษรมากที่สุด คือ รูปแบบตัวอักษรควรปรับปรุงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ ตัวอักษรที่แสดงคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ควรมีความชัดเจนและอ่านง่ายขึ้น คิดเป็นร้อยละ 48.15 และควรออกแบบตัวอักษรในส่วนของชื่อผลิตภัณฑ์ใหม่ คิดเป็นร้อยละ 1.85 ตามลำดับ

ผลการศึกษาพบว่า ข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ใน ส่วนของตัวรูปภาพมีเพียงข้อเสนอเดียว คือ ควรสื่อให้ชัดเจนว่าเป็นสมุนไพรออกแบบ กราฟิกส่วนของรูปภาพให้ตรงกับผลิตภัณฑ์ เช่น เกี่ยวกับสมุนไพร รูปภาพควรใช้เป็นลาย สมุนไพร ไข่มุกควรเป็นรูปไข่มุกออกมาให้ชัดเจน ไปเลย คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผลการศึกษาพบว่า ข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ใน ส่วนของสีมากที่สุด คือ ควรทำบรรจุภัณฑ์ ให้มีสีที่สวยงามกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ สีของบรรจุภัณฑ์ขาดความดึงดูด คิดเป็นร้อยละ 40.00

ผลการศึกษาพบว่า ข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วน อื่น ๆ มากที่สุด คือ สินค้าดูไม่ค่อยดึงดูดใจและตราห้อยยังไม่ค่อยมีชื่อเสียง คิดเป็นร้อยละ 13.03 รองลงมาคือ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ คิดเป็นร้อยละ 11.69 น่าจะปรับบรรจุภัณฑ์ให้ดูทันสมัย ไม่ ดูเหมือนสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 10.79 สินค้าดูขาดความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 10.34 ควรมี เครื่องหมายรับรองคุณภาพและความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 9.66 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ควรเน้น ความเป็นสมุนไพรมากกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 7.42 ควรพัฒนาเรื่องแพ็คเกจให้มีจุดเด่นมากกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 5.84 รูปแบบขาดความทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 5.17 ขาดความน่าเชื่อถือว่าเป็นสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 4.27 รูปแบบการดีไซน์ขาดความน่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 3.60 ควรพัฒนา

เรื่องกลิ่นสบู่ให้หอมขึ้นมากกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 2.25 ควรมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าตามช่องทางต่าง ๆ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่หาซื้อได้ยากยังไม่เป็นที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 1.80 เท่ากัน อยากให้ตัวสบู่มีลักษณะอย่างอื่นบ้างและมีหลากหลายรูปแบบ และควรปรับรูปโฉมกล่องใหม่จะทำให้ดูดีมีระดับมากยิ่งขึ้น คิดเป็นร้อยละ 1.57 เท่ากัน ขาดความชัดเจนว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไร คิดเป็นร้อยละ 1.35 ควรเพิ่มสรรพคุณให้มากขึ้น และรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ มีลักษณะคล้ายกับสบู่ยาที่ใช้สำหรับรักษาโรคผิวหนังมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 1.12 เท่ากัน การออกแบบบรรจุภัณฑ์ยังไม่สวยงาม และเครื่องหมายการค้าไม่น่าสนใจ ดึงดูด คนให้จดจำ คิดเป็นร้อยละ 0.90 เท่ากัน ควรเพิ่มกลิ่นและสีกลิ่นของสบู่ และควรระบุกลุ่มเป้าหมายของสบู่แต่ละชนิดให้มากกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 0.67 เท่ากัน ไม่มีรายละเอียด สรรพคุณของสินค้าและควรระบุราคาต่อกล่อง และผลิตภัณฑ์ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ เช่น ถ่าน (ชาร์โคล) แต่ตัวบรรจุภัณฑ์ดูเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเคมี ทำให้รู้สึกว่าราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 0.45 เท่ากัน และอันดับสุดท้าย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ มีจุดเด่นน้อยเกินไป รูปทรงพอเหมาะ ให้มีคุณภาพ และไม่แพงจนเกินไป ผลิตภัณฑ์ควรมีความเป็นธรรมชาติมากกว่านี้ ขาดความเชื่อมั่นในตัวผู้ผลิตสินค้า ชื่ออ่านยากไป ต่างกับการออกแบบกล่องสบู่ที่ดูเรียบ ๆ เรียบง่ายเกินไป ส่งผลให้สินค้าดูค้ำขายยี่ห้ออื่น ๆ และงานออกแบบเป็นภาพกราฟิกดูทันสมัยแต่สื่อความหมายของคุณสมบัติยังไม่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 0.22 เท่ากัน ตามลำดับ

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ผลของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้บริโภค : กรณีศึกษาสุกี้ก่อน ผลิตโดย บริษัท อัครีสูรียน จำกัด พบว่า

ผลของการรับรู้ การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์สปูกรณีนี ซึ่งเป็นสนู๋ตราห้อยน้องใหม่ ซึ่งเพิ่งออกวางตลาดทำให้เห็นว่าภาพลักษณ์จะไม่ดีมากเหมือนกับสปู๋ลั๊กส์ที่อยู่ในตลาดมานานแล้ว

ผลของการตอบสนองของผู้ตอบแบบสอบถามต่อสปู๋ก่อนนั้นมองเห็นแตกต่างกัน ซึ่งเนื่องมาจากการรับรู้ของแต่ละบุคคลนั้น มีรากฐานที่แตกต่างกัน ทั้งพื้นเพทางวัฒนธรรม ประสบการณ์ในอดีต และแรงจูงใจของบุคคล จะทำให้เกิดการรับรู้ของบุคคลที่มีต่อวัตถุจึงแตกต่างกันไป ถึงแม้ว่าความรู้สึกของแต่ละคนจะเกิดขึ้น เหมือนกัน (คือ มีความรู้สึกจากการรับรู้) แต่การตอบสนองต่อความรู้สึกที่เกิดขึ้นของแต่ละคนจะมีการตีความหมายได้ต่างกัน ทำให้การรับรู้ออกมาต่างกัน และการรับรู้ต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคแตกต่างกัน ไปด้วย เห็นได้จากการตอบแบบสอบถาม มีทั้งผู้ที่รับรู้และรู้สึกว่าเป็นเรื่ององค์ประกอบของการออกแบบกราฟิกทั้งเรื่องตัวอักษร รูปภาพ และสี ประกอบกันแล้วเห็นว่าสามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ตราสินค้าได้เป็นอย่างดี แต่บางท่าน มีความเห็นว่าการออกแบบกราฟิกยังส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของตราสินค้ายังไม่ดีพอและควรมีการพัฒนาขึ้น

ผลการรับรู้ของเพศชายและหญิงที่ต่างกันพบว่า ผู้หญิงถูกดึงดูดด้วยตัวอักษรว่าเป็นสินค้าที่น่าสนใจมากที่สุดและถูกดึงดูดได้มากกว่าผู้ชาย ผู้ชายมีแนวโน้มจะดูเรื่องรูปแบบของตัวอักษรว่าเป็นตราที่มีระดับ รวมถึงการจัดวางตัวอักษรเหมาะสมกับตำแหน่งของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มากที่สุดและถูกดึงดูดได้มากกว่าผู้หญิง ส่วนผู้ชายจะถูกดึงดูดด้วยรูปภาพว่าเป็นสินค้าที่น่าสนใจมากที่สุดและถูกดึงดูดมากกว่าผู้หญิง ผู้หญิงมีแนวโน้มจะดูเรื่องรูปภาพที่มีขนาดเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์มากที่สุดและถูกดึงดูดได้มากกว่าผู้ชาย

ผลการรับรู้ของเพศชายและหญิงที่เหมือนกันพบว่า ผู้ชายและผู้หญิง ถูกดึงดูดด้วย สี ว่าเป็นสินค้าที่มีระดับในระดับปานกลางเหมือนกันแต่เพศชาย มีแนวโน้มว่าจะถูกดึงดูดได้มากกว่าเพศหญิง

ผลการรับรู้ในองค์ประกอบของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์สปูกรณีนี โดยในส่วนของเรื่องตัวอักษรพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ให้ความเห็นสำหรับการออกแบบที่ต้องเพิ่มเติมเข้าไปในบรรจุภัณฑ์ ก็คือ ชื่อภาษาไทยตัวใหญ่อีกด้านของกล่อง ควรมีตัวอักษร

บรรยายให้เห็นคุณสมบัติของสินค้า ปรับปรุงด้านขนาด รูปแบบตัวอักษร และการจัดวางตำแหน่งของตัวอักษรที่อ่านง่ายและเป็นเอกลักษณ์ เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และให้สอดคล้องกับรูปภาพและขนาดของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการออกแบบกราฟิก

ผลการรับรู้ใน องค์ประกอบของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ผู้บริโภคนี้ โดยในส่วนของเรื่องภาพประกอบ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ให้ความเห็นสำหรับการออกแบบที่ต้องเพิ่มเติมเข้าไปในบรรจุภัณฑ์ ก็คือ การออกแบบกราฟิกควรแสดงให้เห็นหรือมีสัญลักษณ์ที่เห็นแล้วทำให้ลูกค้าเข้าใจว่าเป็นสินค้าประเภทใด ต้องพัฒนาตลาดให้มีความน่าสนใจ และเป็นไปแนวทางเดียวกัน รูปภาพควรปรับปรุงให้น่าสนใจ ให้เข้าใจง่าย สามารถสร้างความงุงใจ เป็นสากล สวยงาม ช่วยทำให้สินค้าดูมีระดับและภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้า และอาจจะมีรูปภาพประกอบบนกล่องบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการออกแบบกราฟิก

ผลการรับรู้ในองค์ประกอบของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต่อภาพลักษณ์ผู้บริโภคนี้ โดยในส่วนของเรื่องสี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ให้ความเห็นสำหรับการออกแบบที่ต้องเพิ่มเติมเข้าไปในบรรจุภัณฑ์ ก็คือ สี ของบรรจุภัณฑ์ควรปรับปรุงให้เกิดความดึงดูด ความน่าสนใจ สดใสมากขึ้น เพิ่มสีสันให้ชวนมอง เลือกสี ที่สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า ทำให้สินค้าดูดีมีระดับ เหมาะสมกับราคา ไม่ใช่สีมากและเข้มเกินไป เลือกสีที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าโดยตรงให้สื่อได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้เกิดขึ้นกับสินค้า ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการออกแบบกราฟิก

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของตัวอักษร ภาพประกอบและ สีนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้บริโภค เหมือนกับปัจจัยอื่นอื่น

ข้อค้นพบ

จากการศึกษา ผลของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้บริโภค : กรณีศึกษาสนุกเกอร์ ผลิตภัณฑ์ โดย บริษัท อัครีสุเรียน จำกัด พบว่า

1. การรับรู้ที่ต่างกันนั้นมาจากปัจจัยที่ต่างกัน อาทิเช่น เพศ วัฒนธรรม ประสบการณ์ในอดีต รวมถึงแรงจูงใจที่ต่างกัน เป็นต้น
2. ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสนุกเกอร์ มีแนวโน้มที่สามารถจะใช้รูปแบบของตัวอักษร ในการดึงดูดให้สินค้าเป็นที่น่าสนใจเพิ่มขึ้น
3. ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสนุกเกอร์ มีแนวโน้มที่สามารถจะใช้รูปแบบของตัวอักษร ในการดึงดูดให้สินค้าเป็นที่น่าสนใจเพิ่มขึ้น
4. ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสนุกเกอร์ สามารถใช้สีมาช่วยทำให้รู้สึก ว่าเป็นสินค้าที่มีระดับ
5. บริษัทของผลิตภัณฑ์ มีการทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ น้อยเกินไป
6. บริษัทขาดการนำเสนอในเรื่องความเป็นมาตรฐาน หรือการรับประกัน ด้วยเครื่องหมายการรับรองต่าง ๆ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในตราสินค้า
7. ผลิตภัณฑ์มีราคาสูงกว่าคู่แข่ง
8. บริษัทของผลิตภัณฑ์ขาดการวิเคราะห์ในเรื่องของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้รับมาแก้ไขและพัฒนาการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สนุก่อน ให้รับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้ารวมถึงเป็นที่ยอมรับ ในคุณภาพ และสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภค ต่าง ๆ ดังนี้

1. ในส่วนของตัวอักษร สำหรับการออกแบบที่ต้องเพิ่มเติมเข้าไปในบรรจุภัณฑ์ ก็คือ ชื่อภาษาไทยตัวใหญ่อีกด้านของกล่อง ควรมีตัวอักษรบรรยายให้เห็นคุณสมบัติของสินค้า ปรับปรุงด้านขนาด รูปแบบตัวอักษร และการจัดวางตำแหน่งของตัวอักษรที่อ่านง่ายและเป็นเอกลักษณ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และให้สอดคล้องกับรูปภาพและขนาดของบรรจุภัณฑ์

2. ในส่วนของภาพประกอบ สำหรับการออกแบบที่ต้องเพิ่มเติมเข้าไปในบรรจุภัณฑ์ ก็คือการออกแบบกราฟิกควรแสดงให้หรือมีสัญลักษณ์ที่เห็นแล้วทำให้ลูกค้าเข้าใจว่าเป็นสินค้าประเภทใด ต้องพัฒนาลวดลายให้มีความน่าสนใจ และเป็นไปแนวทางเดียวกัน รูปภาพควรปรับปรุงให้น่าสนใจ ให้เข้าใจง่าย สามารถสร้างความสนใจ เป็นสากล สวยงาม ช่วยทำให้สินค้าดูมีระดับและภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้า และอาจจะมีรูปภาพประกอบบนกล่องบรรจุภัณฑ์

3. ในส่วนของสีสำหรับการออกแบบที่ต้องเพิ่มเติมเข้าไปในบรรจุภัณฑ์ก็คือ สี ของบรรจุภัณฑ์ควรปรับปรุงให้เกิดความดึงดูด ความน่าสนใจ สดใสมากขึ้น เพิ่มสีส้มให้ชวนมอง เลือกสีที่สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า ทำให้สินค้าดูดีมีระดับ เหมาะสมกับราคา ไม่ใช่สีมากและเข้มเกินไป เลือกสีที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าโดยตรงให้สื่อได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้เกิดขึ้นกับสินค้า

4. ในส่วนของข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่ต้องเพิ่มเติมคือบริษัทของผลิตภัณฑ์ ควรมีการทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ มากขึ้นกว่าเดิมบริษัทควรนำเสนอในเรื่องความเป็นมาตรฐาน หรือการรับประกัน ด้วยเครื่องหมายการรับรองต่าง ๆ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในตราสินค้า ควรมีการเพิ่มสถานที่ในการจัดจำหน่ายให้ทั่วถึง ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ให้ดูทันสมัย ปลอดภัย ผลิตภัณฑ์ควรเน้นความเป็นสปุสมุนไพรมากกว่านี้ ควรพัฒนาเรื่องกลิ่นสมุนไพรให้หอมขึ้นมากกว่านี้