



การประชุมเชิงวิชาการทางบริหารธุรกิจระดับชาติ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ครั้งที่ 4
2 - 3 กรกฎาคม 2558
ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่



ประกาศมหาวิทยาลัยแม่โจ้

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพิจารณาผลงานของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

อนุสนธิประกาศมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ลงวันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘
ได้แต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพิจารณาผลงานของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ
มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ไปแล้ว นั้น เนื่องด้วยมีการเปลี่ยนแปลงคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ตั้งนั้น เพื่อให้การดำเนินการดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงให้ยกเลิกประกาศมหาวิทยาลัย
แม่โจ้ ลงวันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘ และแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพิจารณา
ผลงานของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ดังนี้

- | | | |
|-----|--------------------------------|-----------------|
| ๑. | รองศาสตราจารย์ ดร.จงบดินทร์ | แสงอาสาภิวิริยะ |
| ๒. | รองศาสตราจารย์ ดร.บุญพรรณ | วิงวอน |
| ๓. | รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม | วงศ์สารศรี |
| ๔. | รองศาสตราจารย์ ดร.พรหทัย | ตันษ์จิตานนท์ |
| ๕. | รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ | ศิริวงศ์ |
| ๖. | รองศาสตราจารย์ ดร.พิชานนท์ | ธนิตเบญจสิทธิ์ |
| ๗. | รองศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ | สมยานะ |
| ๘. | รองศาสตราจารย์จำเนียร | บุญมาก |
| ๙. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร | ศิริโกคากิจ |
| ๑๐. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กริช | สมกันธา |
| ๑๑. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา | สุระ |
| ๑๒. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตตินุช | ชุลิกาวิทย์ |
| ๑๓. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศรา | สุกเพชร |
| ๑๔. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ | สัมฤทธิ์สกุล |
| ๑๕. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์ | อวิโรธนานนท์ |
| ๑๖. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา | ศรีนถาวรณ |

๑๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์...

๑๗.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชามพ	พันธุ์แพ
๑๘.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์	อินตะขันธ์
๑๙.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญโญ	เดชเถลิง
๒๐.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา	คภะสุวรรณ
๒๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดถนอม	ตันเจริญ
๒๒.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรางค์	เมียนกำเนิด
๒๓.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสรี	ปานซาง
๒๔.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์	ท้วมรุ่งโรจน์
๒๕.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส	หยุดเย็น
๒๖.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิรวัดณ์	ชมระกา
๒๗.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ	พองเพชร
๒๘.	อาจารย์ ดร.กัญญ์พัสวีย์	กล่อมทองเจริญ
๒๙.	อาจารย์ ดร.กัญฐณา	ดิษฐ์แก้ว
๓๐.	อาจารย์ ดร.กุลชญา	แวนแก้ว
๓๑.	อาจารย์ ดร.เขมกร	ไชยประสิทธิ์
๓๒.	อาจารย์ ดร.จำเนียร	จวงตระกูล
๓๓.	อาจารย์ ดร.ชนันธมา	คิวโมกษธรรม
๓๔.	อาจารย์ ดร.ชัยชัย	สุจริต
๓๕.	อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์	ใบไม้
๓๖.	อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์	โสมภัทรพิมพ์
๓๗.	อาจารย์ ดร.ฐิติกุล	ไชยวรรณ
๓๘.	อาจารย์ ดร.ณภัทร	ทิพย์ศรี
๓๙.	อาจารย์ ดร.ชนศักดิ์	ต้นตินาคม
๔๐.	อาจารย์ ดร.ธีรวัลักษณ์	สัจจะวาที
๔๑.	อาจารย์ ดร.นทีทิพย์	สรรพตานนท์
๔๒.	อาจารย์ ดร.นิตศักดิ์	เจริญรูป
๔๓.	อาจารย์ ดร.เบญจวรรณ	สุจริต
๔๔.	อาจารย์ ดร.ประภัสสร	วรรณสถิตย์
๔๕.	อาจารย์ ดร.ปิติมา	ดิศกุลเนติวิทย์
๔๖.	อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ	สิริประเสริฐศิลป์
๔๗.	อาจารย์ ดร.เฟด็จ	ทุกข์สุญ
๔๘.	อาจารย์ ดร.พรรณีภา	เกสัชพิพัฒน์กุล

๔๙. อาจารย์...

๔๙.	อาจารย์ ดร.ภัทริกา	มณีพันธ์
๕๐.	อาจารย์ ดร.มาณวิน	สงเคราะห์
๕๑.	อาจารย์ ดร.รัฐนันท์	พงศ์วิริทธิ์ธร
๕๒.	อาจารย์ ดร.วันนิวัต	ปิ่นสุวงศ์
๕๓.	อาจารย์ ดร.ศรฐา	วรุณกุล
๕๔.	อาจารย์ ดร.อนุชา	กันทรดุษฎี
๕๕.	อาจารย์ ดร.อรุณี	ยศบุตร
๕๖.	อาจารย์ ดร.อัจฉราพร	แปลงมาลัย
๕๗.	อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์	มารังค์

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘ เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๘



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร ยศราช)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

การสร้างมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนฉลากสินค้าประเภทสบู่สมุนไพร
The Value-added that Appears on the Labels of the soap product.

พิทักษ์ ศิริวงศ์¹ นัสนันท์ ดีภูงา² และ พิชชาพร อธิสุริยะกุล²

¹ รองศาสตราจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² นักศึกษาสาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ประเภทสบู่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหาการสร้างมูลค่าเพิ่มบนฉลากสบู่สมุนไพรทุกชนิดและสำรวจโดยการถ่ายภาพฉลากสินค้าประเภทสบู่สมุนไพรทั้งหมด 21 ยี่ห้อ จำนวน 2 ประเภทภายในร้านโกเดินเพลซ (golden place) ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ผลการวิจัยพบว่า มูลค่าที่ปรากฏอยู่บนฉลากสินค้าประเภทสบู่สมุนไพรมี 5 ประเภท ดังนี้ 1) การเพิ่มมูลค่าด้วยการระบุว่าเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรออแกนิก 2) การเพิ่มมูลค่าด้วยการระบุว่าเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรธรรมชาติที่มีส่วนผสมตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไปและการเพิ่มมูลค่าด้วยการบอกสรรพคุณไว้บนฉลากสินค้าด้านหน้าบรรจุภัณฑ์ 3) ผู้ประกอบการเลือกการเพิ่มมูลค่าเพิ่มด้วยการระบุ เครื่องหมายการผลิตที่ถูกต้องตามหลักศาสนา 4) การเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยการใช้รูปภาพสอดคล้องกับสบู่สมุนไพรที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ 5) การเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยการใช้รูปแบบการพิมพ์แบบ 3 มิติ 6) การเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยการใช้แบบอักษรไทยที่คล้ายภาษาจีน 7) การเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยการใช้ตัวอักษรผสมรูปภาพดังนั้นผู้ประกอบการสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการออกแบบฉลากสินค้า

คำสำคัญ: ฉลากสินค้า, การสร้างมูลค่าเพิ่ม, สบู่สมุนไพร

Abstract

This research aim to analyze about the content of added value that appear on the label of the soap product. It is a qualitative study. The researchers analyzed the added value on all of the herbs label and having surveyed by taking photos of 2 categories of 21 brands of herb soap labels in Golden place at Huahin, Prachuapkhirikhan province. The results showed that there are 5 categories of 1) Adding value by identifying a herbal products mixing with organic herbs. 2) Adding value by identifying a natural herbal products containing 2 or more ingredients and Adding value by putting the properties on the label in front of the product packaging. 3) Entrepreneurs can add additional value by identifying the correct used of trademark that comply with Islamic principles. 4) Adding value through the use of images in accordance with the herbs used in the production so the entrepreneurs can use this as a guide in improving and developing the design of product labels. 5)

Adding value by using print 3D. 6) Adding value by using Thai letters same Chinese letters.7) Adding value by using letters mix image.

Keyword: label, value-add, heard soap

1. บทนำ

สบู่เป็นเครื่องสำอางชนิดหนึ่งที่ใช้ในการทำความสะอาดร่างกาย เดิมใช้เพื่อทำความสะอาดร่างกายเท่านั้นปัจจุบันการผลิตสบู่มีการใช้สารเคมีสังเคราะห์มาเป็นส่วนผสมและได้ปรับปรุงสูตรให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น เช่นการใช้สีสันทึบสวยงาม มีกลิ่นหอม และมีสรรพคุณทางยาทำให้ผลิตภัณฑ์น่าใช้ แต่แฝงไปด้วยสารเคมีที่เป็นอันตรายและมีสารพิษตกค้างอีกทั้งยังมีราคาแพง ปัจจุบันนิยมใช้พืชสมุนไพรที่มีอยู่ในธรรมชาติมาเป็นส่วนผสมเพิ่มเติมในสบู่แทนการใช้สารเคมีสังเคราะห์ จึงทำให้สบู่สมุนไพรเข้ามามีบทบาทในเรื่องของส่วนผสม ทำให้ผลิตภัณฑ์สบู่ที่ผลิตจากสมุนไพรธรรมชาติมีคุณลักษณะเฉพาะที่หลากหลายเช่นมีน้ำมันหอมระเหยที่มีกลิ่นเฉพาะใช้ในการบำบัดโรค มีสีสันทึบสวยงาม หาง่าย ราคาถูก ประหยัด ปลอดภัย ไร้สารสังเคราะห์ และไม่มีสารพิษตกค้าง จึงเป็นบทพิสูจน์ให้เห็นถึงความมหัสจรรย์ของสบู่สมุนไพรที่มีคุณค่าอย่างยิ่งของภูมิปัญญาไทย (ปริยาภรณ์ น้อยสงวน, 2556)

คำว่า “ สมุนไพร (herbs) ” มีคำจำกัดความได้หลายอย่างขึ้นกับว่าใช้กับเนื้อหาอย่างไร ทางด้านพฤกษศาสตร์สมุนไพรหมายถึงพืชมีเมล็ดที่ไม่มีแก่นไม้ (nonwoody) และตายเมื่อสิ้นสุดฤดูกาลเพาะปลูกทางด้านอาหารสมุนไพรหมายถึงเครื่องเทศหรือผักที่ใช้แต่งรสหรือกลิ่นอาหารแต่ทางด้านยาสมุนไพรมีความหมายที่เฉพาะเจาะจงคำจำกัดความที่ถูกต้องที่สุดของสมุนไพรคือ ยาที่มาจากพืชใช้รักษาโรคซึ่งมักเป็นโรคเรื้อรังหรือเพื่อบำรุงรักษาสุขภาพให้แข็งแรงสิ่งสำคัญที่สุดในเรื่องสมุนไพรคือความถูกต้องของพืชสมุนไพรและคุณภาพที่เหมาะสมสมุนไพรต้องไม่มีการปนปลอมหรือไม่เป็นสมุนไพรทดแทน (วิณา จิรัจฉริยากุล, 2556)

การออกแบบฉลากจึงนับว่ามีความสำคัญยิ่งกับการวางตำแหน่งทางการตลาดในปัจจุบัน เพราะไม่ว่าจะเป็นารออกแบบโลโก้สินค้าหรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์ฉลากสินค้าล้วนแต่เป็นการสื่อความหมายและภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้านั้น ๆ ทั้งสิ้นทำให้บริษัทหลายแห่งเริ่มหันมาสนใจการสร้างภาพลักษณ์ผ่านสินค้าที่การออกแบบฉลากมากยิ่งขึ้นอีกทั้งการออกแบบฉลากของสินค้านั้นยังมีส่วนช่วยในการเพิ่มมูลค่าตัวสินค้าอีกด้วยหัวใจของการออกแบบฉลากให้สามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้านั้นอยู่ที่รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่ไม่เหมือนใคร มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเองรวมถึงบรรจุภัณฑ์เป็นตัวละครอันรสนิยมและภาพลักษณ์ของผู้ซื้อสินค้านั้นอีกด้วยซึ่งหากการออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ก็จะเป็นการช่วยให้ยอดขายของสินค้าเพิ่มขึ้น (รัตนพงษ์ ไชยวุฒิ, 2555)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ประเภทสบู่ ว่าการออกแบบและการให้ข้อมูลบนฉลากสินค้านั้นมีผลต่อ

ราคาสินค้าประเภทสบู่ที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และการกระตุ้นยอดขายของสินค้า

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนฉลากสินค้าประเภทสบู่สมุนไพร
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ประเภทสบู่สมุนไพร

3. วิธีการดำเนินวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 2 ประเภท

1. ตัวผู้วิจัย

สังเกตและวิเคราะห์ฉลากสินค้าเกี่ยวกับข้อมูลส่วนประกอบสำคัญในสินค้าคำเตือน ข้อแนะนำ และการออกแบบฉลากสินค้า

2. กล้องถ่ายรูป

ผู้วิจัยเดินสำรวจและบันทึกภาพฉลากสินค้าประเภทสบู่ทั้งหมดในร้านโกเดินเพลซ (golden place) อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิมี 2 วิธีการศึกษา ได้แก่

1.1 ค้นคว้าข้อมูลจาก เอกสาร บทความทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจาก ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

1.2 สืบค้นข้อมูลออนไลน์ เพื่อค้นหา บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และ สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์จากเว็บไซต์ต่าง ๆ

2. ข้อมูลปฐมภูมิ

ผู้วิจัยเดินสำรวจโดยการถ่ายรูปฉลากสินค้าประเภทสบู่สมุนไพรทั้งหมด 21 ยี่ห้อภายในร้าน โกเดินเพลซ (golden place) อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากนั้นผู้วิจัยวิเคราะห์ฉลากสินค้าโดยการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประกอบสำคัญการใช้รูปภาพสอดคล้องกับสบู่ที่ใช้ในการผลิต ผลิตภัณฑ์การออกแบบฉลากสินค้าเพื่อนำมาพัฒนาในการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนฉลากสินค้า

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จะใช้การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท

การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล โดยตรวจสอบว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ ตรวจสอบจากแหล่งต่างๆเช่น แหล่งการผลิต แหล่งสถานที่ขาย

การตรวจสอบสามเส้าโดยผู้วิจัย โดยตรวจสอบจากผู้วิจัยสองคนและแต่ละคนได้ข้อมูลต่างกันอย่างไร ซึ่งจะสร้างความแน่ใจได้ดีกว่าผู้วิจัยเพียงคนเดียวและนำมาเปรียบเทียบประเด็นสำคัญที่สามารถนำไปพัฒนาผลลาคสินค้าได้

การตรวจสอบสามเส้าด้วยวิธีการ โดยตรวจสอบจากทฤษฎี (Theory triangulation)ผู้วิจัย ตรวจสอบทฤษฎีที่ใช้วิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการรวบรวมข้อมูลขั้นต้นโดยการค้นคว้าข้อมูลภาคเอกสารและข้อมูลจากผู้วิจัยได้จากการวิเคราะห์ผลลาคสินค้า เพื่อใช้ในการกำหนดการออกแบบผลลาคสินค้าต่อไป โดยแบ่งข้อมูลที่สรุปได้แก่

1. ข้อมูลที่เกี่ยวกับความหมายของคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อกำหนดขอบเขตและนิยามในการวิเคราะห์
2. ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีทางด้านการออกแบบเรขศิลป์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์องค์ประกอบของผลลาคสินค้า
3. ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มบนผลลาคสินค้า

1. ผลการวิจัย

จากการสำรวจสบู่ในร้านโกเดินเพลซ(golden place) อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบสบู่ทั้งหมด 21 ยี่ห้อ จำแนกเป็น 2 ชนิด ได้แก่

1. สบู่ก้อน ดังนี้

- 1.1 สบู่สมุนไพรกักเลี้ยง
- 1.2 สบู่สมุนไพรดอกบัวคู่
- 1.3 สบู่สมุนไพรเดอลีฟ ทานาคา
- 1.4 สบู่สมุนไพรทอปปิคานา
- 1.5 สบู่สมุนไพรธรรมชาติ
- 1.6 สบู่สมุนไพรน้ำมันมะพร้าว
- 1.7 สบู่สมุนไพรใบหวาน
- 1.8 สบู่สมุนไพรฟาร์มฝั่งเทพภักดี
- 1.9 สบู่สมุนไพรภูมิพฤกษา
- 1.10 สบู่สมุนไพรมาดาเฮียง
- 1.11 สบู่สมุนไพรสบู่ใสบำรุงผิวเนเชอรัลซอฟต์
- 1.12 สบู่สมุนไพรสุภาภรณ์
- 1.13 สบู่สมุนไพรไหมทอง

1.14 สบู่สมุนไพรอภัยภูเบศร์

1.15 สบู่สมุนไพรไอ สปา

2. สบู่เหลว ดังนี้

2.1 สบู่เหลวสมุนไพรขมิ้นชันเขาหินซ้อน

2.2 สบู่เหลวสมุนไพรเขาควั่นทะเลญ

2.3 สบู่เหลวสมุนไพรบายเนเซอร์

2.4 สบู่เหลวสมุนไพรไพรลีลา

2.5 สบู่เหลวสมุนไพรอภัยภูเบศร์

2.6 สบู่เหลวสมุนไพรอแกนนิคโคโลเวร่าชาวเวอร์เจล

ผลการวิเคราะห์ของมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนฉลากสินค้าประเภทสบู่สมุนไพร ดังนี้

1. การเพิ่มมูลค่าด้วยการระบุว่าเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรอแกนนิค

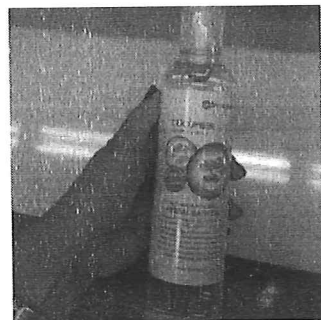
เนื่องจากผู้บริโภคได้ตระหนักถึงความอันตรายของสินค้าที่มีสารเคมีเป็นส่วนประกอบและมีพฤติกรรมแสวงหาสินค้าที่ทั้งกระบวนการผลิตใช้ส่วนผสมที่ทำมาจากธรรมชาติและเชื่อว่าสิ่งที่ทำมาจากธรรมชาติที่ดีที่สุดต่อผิวการระบุแบบนี้เป็นการสร้างความมั่นใจในเรื่องคุณภาพสินค้าในมุมมองลูกค้าจากการสำรวจพบทั้งหมด 4 ชนิด ดังนี้สบู่สมุนไพรภูมิพุกษา (ภาพที่1) สบู่สมุนไพรไหมทอง (ภาพที่2) สบู่เหลวสมุนไพรบายเนเซอร์ (ภาพที่3) สบู่เหลวสมุนไพรอแกนนิคโคโลเวร่าชาวเวอร์เจล (ภาพที่4)



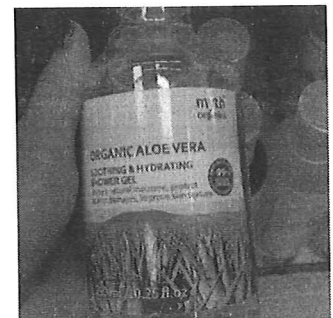
(ภาพที่1) สบู่สมุนไพรภูมิพุกษา



(ภาพที่2) สบู่สมุนไพรไหมทอง



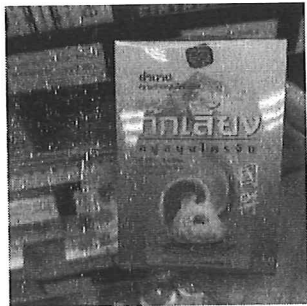
(ภาพที่3) สบู่เหลวสมุนไพรบายเนเซอร์



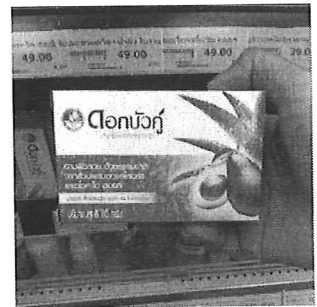
(ภาพที่4) สบู่เหลวสมุนไพรอแกนนิคโคโลเวร่าชาวเวอร์เจล

2. การเพิ่มมูลค่าด้วยการระบุส่วนผสมที่มีตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไป และบอกสรรพคุณไว้บนฉลากสินค้าด้านหน้าบรรจุภัณฑ์

ทำให้สินค้าดูมีความแตกต่างจากสบู่สมุนไพรทั่วไปและสร้างความน่าเชื่อถือเป็นการบ่งบอกว่าสินค้านี้มีคุณสมบัติอย่างไรและทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้ว่าควรใช้สูตรใดให้เหมาะกับตนจากการสำรวจ พบทั้งหมด9ชนิด ดังนี้สบู่สมุนไพรกักเลี้ยง (ภาพที่5) สบู่สมุนไพรดอกบัวคู่ (ภาพที่6) สบู่สมุนไพรเดอลีฟ ทานาคา (ภาพที่7) สบู่สมุนไพรฟาร์มผึ้งเทพภักดี (ภาพที่8) สบู่สมุนไพรภูมิพฤกษา (ภาพที่1) สบู่สมุนไพรสุภาพรณ์ (ภาพที่9) สบู่เหลวสมุนไพรเขาค้อทะเลภู (ภาพที่10) สบู่เหลวสมุนไพรบายเนเซอร์อล (ภาพที่3) สบู่เหลวสมุนไพรออแกนิกโคลเวอร์ราชาวเวอร์เจล (ภาพที่4)



(ภาพที่5) สบู่สมุนไพรกักเลี้ยง



(ภาพที่6) สบู่สมุนไพรดอกบัวคู่



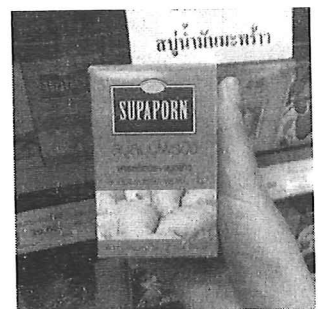
(ภาพที่7) สบู่สมุนไพรเดอลีฟทานาคา



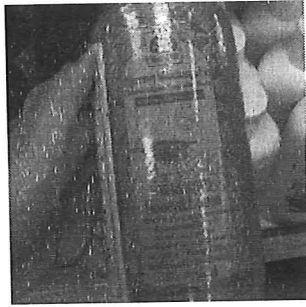
(ภาพที่8) สบู่สมุนไพรฟาร์มผึ้งเทพภักดี



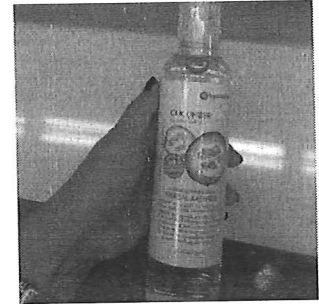
(ภาพที่1) สบู่สมุนไพรภูมิพฤกษา



(ภาพที่9) สบู่สมุนไพรสุภาพรณ์



(ภาพที่10) สบู่เหลวสมุนไพรเขาค้อทะเล



(ภาพที่3) สบู่เหลวสมุนไพรบายเนเซอร์ออล



(ภาพที่4) สบู่เหลวสมุนไพรอแกนนิคโรว์ราชาวเวอร์เจล

3. การเพิ่มมูลค่าเพิ่มด้วยการระบุ เครื่องหมายการผลิตที่ถูกต้องตามหลักของศาสนาอิสลาม เครื่องหมายฮาลาล

เป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคว่าเมื่อบริโภคแล้วไม่ผิดหลักของศาสนา อีกทั้งประเทศไทยนั้นมีชาวมุสลิมอาศัยเป็นจำนวนมากจึงสามารถจับกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น ได้แก่สบู่สมุนไพรดอกบัวคู่ (ภาพที่6)



(ภาพที่6) สบู่สมุนไพรดอกบัวคู่

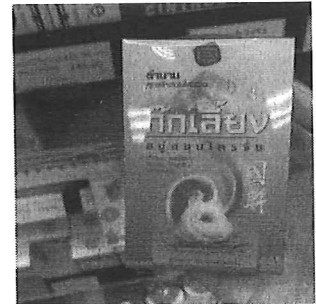
4. การเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยการใช้รูปภาพที่สอดคล้องกับชนิดของสมุนไพรที่ใช้ในการผลิต พบทั้งหมด (9ชนิด)

เป็นการสร้างความแตกต่างและเป็นสิ่งดึงดูดใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในสินค้าและสร้างความน่าเชื่อถือในตัวสินค้าเปรียบเสมือนเป็นการบอกที่มา อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ดี

ยิ่งขึ้น ได้แก่ สบู่น้ำมันมะพร้าว (ภาพที่11) สบู่สมุนไพรก๊กเลี้ยง (ภาพที่5) สบู่สมุนไพรดอกบัวคู่ (ภาพที่6) สบู่สมุนไพรภูมิพิศุษา (ภาพที่1) สบู่เหลวสมุนไพรบายเนเซอร์อล (ภาพที่3) สบู่สมุนไพรมาตามเฮง (ภาพที่15) สบู่สมุนไพรไอ สปา (ภาพที่16) สบู่เหลวสมุนไพรขมิ้นชันเขาหินซ้อน (ภาพที่17) สบู่เหลวสมุนไพรอภัยภูเบศร์ (ภาพที่19) สบู่เหลวสมุนไพรออแกนิกโคลเวอร์ชาวเวอร์เจล (ภาพที่4)



(ภาพที่11) สบู่ไขมันมะพร้าว



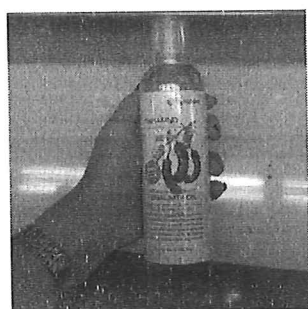
(ภาพที่55) สบู่สมุนไพรก๊กเลี้ยง



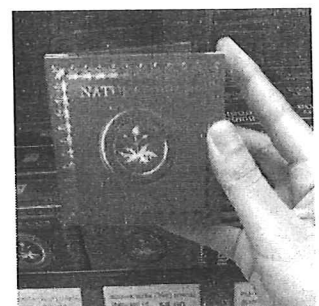
(ภาพที่6) สบู่สมุนไพรดอกบัวคู่



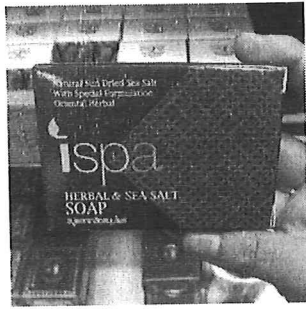
(ภาพที่1) สบู่สมุนไพรภูมิพิศุษา



(ภาพที่3) สบู่เหลวสมุนไพรบายเนเซอร์อล



(ภาพที่15) สบู่สมุนไพรมาตามเฮง



(ภาพที่16) สบู่สมุนไพรไอ สปา



(ภาพที่17) สบู่เหลวสมุนไพรขมิ้นชันเขาหินซ้อน



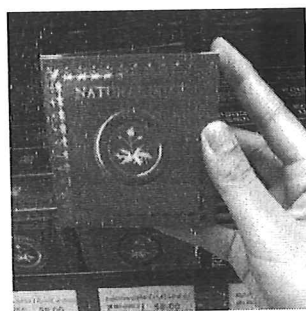
(ภาพที่19) สบู่เหลวสมุนไพรอภัยภูเบศร์



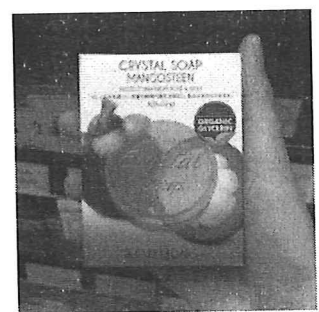
(ภาพที่4) สบู่เหลวสมุนไพร
อแกนนิคโกลเวอร์้าชาวเวอร์เจล

5. การเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยใช้รูปแบบการพิมพ์แบบ 3 มิติพบทั้งหมด (2ชนิด)

เป็นการสร้างจุดโดดเด่นให้ฉลากสินค้ามีความแตกต่างจากสินค้าอื่นอีกทั้งทำให้ภาพลักษณ์ของสินค้ามีลักษณะที่ทันสมัยและเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ดียิ่งขึ้น ได้แก่ (ภาพที่15) สบู่สมุนไพรสบู่ใสบำรุงผิวมาตามเฮง (ภาพที่2) สบู่สมุนไพรไหมทอง



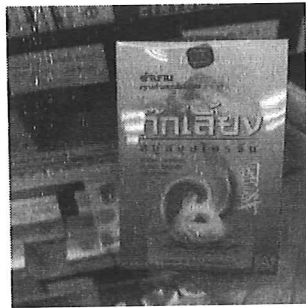
(ภาพที่15) สบู่สมุนไพรสบู่ใสบำรุงผิวมาตามเฮง



(ภาพที่2) สบู่สมุนไพรไหมทอง

6. การเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยใช้แบบอักษรไทยที่คล้ายภาษาจีน พบทั้งหมด (1ชนิด)

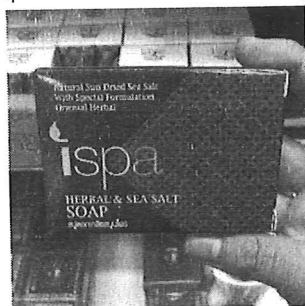
เป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้ฉลากสินค้าส่งผลให้ผู้บริโภคจดจำตราสินค้าได้ตั้งแต่ครั้งแรกที่พบได้แก่ (ภาพที่55) สบู่สมุนไพรกักเลี้ยง



(ภาพที่55) สบู่สมุนไพรกักเลี้ยง

7. การเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยใช้ตัวอักษรผสมรูปภาพ พบทั้งหมด (2ชนิด)

เป็นการใช้ศิลปะรูปภาพผสมกับตัวอักษร รูปภาพนั้นจะสร้างการจดจำได้ดีต่อผู้บริโภค ถือเป็นเอกลักษณ์ที่ส่งผลให้ตราสินค้ามีความแตกต่าง โดดเด่นกว่าสินค้าชนิดอื่นและบ่งบอกถึงรสนิยมที่ดี ได้แก่ สบู่สมุนไพรไอสปา (ภาพที่16) สบู่สมุนไพรเดอลีฟ ทานาคา (ภาพที่7)



(ภาพที่16) สบู่สมุนไพรไอสปา



(ภาพที่7) สบู่สมุนไพรเดอลีฟ ทานาคา

5. สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ของมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนฉลากสินค้าประเภทสบู่ สามารถจัดได้ 7 ประเภท ดังนี้

1. การเพิ่มมูลค่าด้วยการระบุว่าเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรออแกนิก

1. สมุนไพรสมุนไพรออแกนิกคอลโลเวร่าชาวเวอร์เจล
2. สมุนไพรสมุนไพรภูมิปัญญา
3. สมุนไพรสมุนไพรบายเนเซอร์
4. สมุนไพรสมุนไพรไหมทอง

2. การเพิ่มมูลค่าด้วยการบอกสรรพคุณไว้บนฉลากสินค้าด้านหน้าบรรจุภัณฑ์

1. สมุนไพรสมุนไพรบายเนเซอร์สมุนไพรสมุนไพร
2. สมุนไพรสมุนไพรเขาต่อทะเลสมุนไพรสมุนไพรสมุนไพรออแกนิกคอลโลเวร่าชาวเวอร์เจล
3. สมุนไพรสมุนไพรฟาร์มผึ้งเทพภักดี
4. สมุนไพรสมุนไพรก๊กเลี้ยง
5. สมุนไพรสมุนไพรสุภาพรณ์
6. สมุนไพรสมุนไพรดอกบัวคู่
7. สมุนไพรสมุนไพรเดอลีฟ ทานาคา
8. สมุนไพรสมุนไพรภูมิปัญญา

3. ผู้ประกอบการเลือกการเพิ่มมูลค่าเพิ่มด้วยการระบุเครื่องหมายการผลิตที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม

1. สมุนไพรสมุนไพรดอกบัวคู่

4. การเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยการใช้รูปภาพสอดคล้องกับสมุนไพรที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์

1. สมุนไพรสมุนไพรออแกนิกคอลโลเวร่าชาวเวอร์เจล
2. สมุนไพรสมุนไพรสมุนไพรเข้มข้นเขาหินซ้อน
3. สมุนไพรสมุนไพรภูมิปัญญา
4. สมุนไพรสมุนไพรบายเนเซอร์
5. สมุนไพรสมุนไพรสมุนไพรสบู่บำรุงผิวเนเซอร์ซอฟต์ สมุนไพรสมุนไพรก๊กเลี้ยง
6. สมุนไพรสมุนไพรสมุนไพรก๊วยเบศรี
7. สมุนไพรสมุนไพรไอ สปา สมุนไพรน้ำมันมะพร้าว สมุนไพรสมุนไพรดอกบัวคู่

5. การเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยการใช้รูปแบบการพิมพ์แบบ 3 มิติ

1. สมุนไพรสมุนไพรสบู่บำรุงผิวมาตามเฮง
2. สมุนไพรสมุนไพรไหมทอง

6. การเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยการใช้แบบอักษรไทยที่คล้ายภาษาจีน

1. สมุนไพรสมุนไพรก๊กเลี้ยง

7. การเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยการใช้ตัวอักษรผสมรูปภาพ

2. สมุนไพรสมุนไพรไอสปา
3. สมุนไพรสมุนไพรเดอลีฟ ทานาคา

ผลการวิเคราะห์รูปแบบที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ จากรูปแบบทั้งหมด 21 แบบคือ รูปแบบตราสินค้าที่มีการใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษและมีแบบอักษรที่สวยงาม มีลักษณะเป็นสากล และมีการใช้สีและรูปแบบลักษณะที่เหมาะสมสวยงาม

อภิปรายผล

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่างานวิจัยที่สอดคล้องคือ งานวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์ สำหรับผู้บริโภคที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางธรรมชาติและสมุนไพรของ นายพลธรรม ม่วงเทศ (2552) พบว่าการนำเสนอภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ ผู้บริโภคอายุ 50 ปีขึ้นไปให้ความสนใจภาพที่เป็นภาพถ่ายจริง ของส่วนผสมธรรมชาติและสมุนไพร การใช้สีให้ความสนใจในการใช้สีที่ขึ้นอยู่กับส่วนผสมของสมุนไพร ส่วนการใช้ตัวอักษรไทยให้ความสนใจตัวอักษรที่อ่านง่ายคงความเป็นทางการและการใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษให้ความสนใจตัวอักษรที่ไม่มีเส้นย่น (san scrif)

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าสอดคล้องกับทฤษฎีการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยคำถึงถึงความสวยงาม และการดึงดูดใจผู้บริโภคเมื่ออยู่บนชั้นวางสินค้า ซึ่งต้องคำนึงถึง รูปภาพ แบบตัวอักษร และสี การออกแบบกราฟิกนั้นควรเลือกรูปภาพ แบบตัวอักษร และสี ให้สอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์ที่บรรจุนั้นคืออะไร รวมถึงการแสดงคุณค่าทางโภชนาการ วันหมดอายุ แสดงฉลากเพื่อสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการวิจัยพบว่าฉลากสินค้าที่มีรูปแบบในเชิงสร้างสรรค์และสวยงามบนพื้นฐานที่มีความเป็นศิลปะและแสดงออกถึงลักษณะที่เป็นสากล การใช้สีของตัวอักษรที่สอดคล้องกับส่วนประกอบหรือสีกลิ่นของสมุนไพรนั้นๆหรือการบอกคุณสมบัติของสินค้าอย่างละเอียดจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพและคุณสมบัติของสินค้า ดังนั้น ควรระบุชนิดของวัตถุดิบ การกระบุส่วนประกอบ การระบุคุณสมบัติ การระบุว่าเป็นการผลิตแบบออแกนิค การระบุที่ทำมาจากธรรมชาติ การใช้สี แบบอักษร รูปภาพที่สอดคล้องหรือการพิมพ์แบบสามมิติ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิจัยด้านกลยุทธ์การออกแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า
2. ควรวิจัยด้านจิตวิทยา เพื่อให้ผู้ประกอบการนำหลักจิตวิทยามาใช้เป็นกลยุทธ์ในการออกแบบฉลากสินค้าเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคและเป็นการเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

5. เอกสารอ้างอิง

- ชัยวัฒน์ วงศ์วัฒนศานต์.(2543).กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค.กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์เดือนตุลาคม
- ธนา เบญจาทิกุล.(2544).กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค.กรุงเทพฯ:บัณฑิตอักษร.
- ปรียาภรณ์ น้อยสงวน.(2556).ปัญหาบรรจุกัมภ์ของสบู่ยอบวบ ตราสายบัว.สืบค้นเมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2558, จาก<http://artthesis-preeyapon.blogspot.com/2013/09/1.html?m=1>.
- รัตนพงษ์ ไชยวุฒิ. (2555). การออกแบบฉลากบรรจุกัมภ์. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2558, จากhttp://www.fda.moph.go.th/www_fda/new_web/index.php
- วีณา จิรัจฉิยากุล.(2554). การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างเหมาะสม.สืบค้นเมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2558, จาก<http://saboothailand.com/th/thaiherb.html>.