

การพัฒนาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ดูแลเส้นผม สำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์แชมพู

Development of Guidelines for Packaging Design of Hair Care Products for Female Factory Workers: Case Study of Shampoo Products

สุกฤตา หิรัญยชาวลิต¹
Sukritta Hiranyachawalit

Article History

Received: August 22, 2020

Revised: April 19, 2021

Accepted: April 28, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหาและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู สำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรม โดยเลือกศึกษาผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายวัน และกลุ่มที่มีรายได้แบบรายเดือน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และใช้แบบสอบถาม จนนำมาสู่ผลของงานวิจัยได้ ดังนี้ 1) ลักษณะของบรรจุภัณฑ์สำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายวันควรเป็นแบบซองหรือแบบแฉวนที่สามารถตั้งวางได้โดยไม่ต้องพียงกับผนังเมื่อต้องคว่ำบรรจุภัณฑ์ลง บรรจุภัณฑ์ควรมีรูปทรงที่กระชับมือในการหยิบใช้ ควรมีความโค้งหรือเว้า เพื่อให้เกิดความสวยงาม และให้ความรู้สึกถึงความงดงามของผู้หญิง ส่วนพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายเดือนเห็นว่า บรรจุภัณฑ์ควรมีขนาดหรือรูปทรงที่ช่วยลดพื้นที่ใช้สอยในห้องน้ำได้ ควรมีฝาเปิดหรือหัวปั๊มให้สามารถใช้งานได้สะดวกมากขึ้น ด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ควรมีรีวที่โค้ง เพื่อให้รู้สึกถึงความอ่อนโยน และความพลิ้วไหวของเส้นผม 2) ลักษณะสีของบรรจุภัณฑ์สำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายวัน ควรเป็นแบบที่ให้ความรู้สึกนุ่มนวล อ่อนหวาน ละมุนละไม ละเอียดอ่อน ผ่อนคลาย ไร้เดียงสาและความรัก สำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายเดือน ควรเป็นแบบที่ให้ความรู้สึกนุ่มนวล อ่อนหวาน ละมุนละไม ละเอียดอ่อน ผ่อนคลาย ไร้เดียงสาและความรัก และแบบที่ให้ความรู้สึกถึงการผจญภัย การเดินทาง การสำรวจ ความเป็นผู้นำและความใกล้ชิดธรรมชาติ 3) ลักษณะของภาพประกอบที่เหมาะสมกับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายวันและแบบรายเดือน ควรเป็นภาพเหมือนจริงจากการวาดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 4) แบบของตัวอักษรภาษาอังกฤษ

¹ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

School of Communication Arts, Bangkok University, E-mail: sukritta.h@bu.ac.th

ที่เหมาะสมกับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายวันและแบบรายเดือน ควรเป็นตัวอักษรแบบมีฐาน และแบบลายมือ ส่วนตัวอักษรภาษาไทยควรเป็นตัวอักษรแบบหัวตัด 5) ขนาดของตัวอักษรที่เหมาะสมกับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายวันและแบบรายเดือน คือ ตัวอักษรภาษาอังกฤษบนพื้นสีขาวควรมีขนาดเล็กที่สุด 8 พ้อยท์ ตัวอักษรภาษาอังกฤษสีขาวบนพื้นสีเข้มควรมีขนาดเล็กที่สุด 8 พ้อยท์ ตัวอักษรภาษาไทยบนพื้นสีขาวควรมีขนาดเล็กที่สุด 8 พ้อยท์ และตัวอักษรภาษาไทยสีขาวบนพื้นสีเข้ม ควรมีขนาดเล็กที่สุด 8 พ้อยท์ สีตัวอักษรกับสีพื้นหลังควรต่างกันอย่างน้อยร้อยละ 70.00 จึงจะยังสามารถอ่านได้ โดยตัวอักษรสีขาวบนพื้นหลังสีดำและบนพื้นหลังสีเข้มจะอ่านได้ง่ายและชัดเจนที่สุด

คำสำคัญ: บรรจุภัณฑ์ พนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม แชมพู

Abstract

The purpose of this study is to explore the problems and issues relating to the packaging design of shampoo hair care products for female factory workers in order to develop the appropriate hair care guidelines for female factory workers. The sample group of this study is divided into 2 groups; female factory workers earning daily wages and those earning a monthly salary. Data collection for this research was conducted through the in-depth interview method as well as using questionnaires. This leads to the results of the study as following. 1) The characteristics of the packaging for female factory workers earning daily wages should be in a sachet or hanging type, shaped to fit in the hand, and curved or concaved to give a feeling of the beauty of women. For female factory workers earning a monthly salary, the packaging should be of the size or shape that reduces the use of bathroom space, and having an open cap or pump head. The front of the packaging should have a contoured wrinkle to allow a feeling of hair thickness and fluctuation. 2) The colour characteristic of the packaging for female factory workers earning daily wages should be of a romantic type. For female factory workers earning a monthly salary, it should be both of romantic and explorer types. 3) The illustration that is appropriate for female factory workers earning daily wages, as well as those earning monthly salary, should be of realistic pictures drawn from the computer program. 4) The appropriate typography of packaging for female factory workers earning daily wages and monthly salary should be Serif and Script while the Thai typography should be Sans-serif. 5) The appropriate font size for both types of female factory workers are as follows; English font with white background should be 8 pt, white English font with dark background should be 8 pt, while Thai font with white background should be 8 pt and white Thai font with dark background should be 8 pt. The colour and background colour should be at least 70% in contrast to be readable. White-letter on the black background and white letter on the dark background are the easiest and clearest to read.

Keywords: Packaging, Female Factory Workers, Hair Care Product, Shampoo

บทนำ

ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมจัดเป็นอีกหนึ่งตลาดขนาดใหญ่ที่มีมูลค่ากว่าหมื่นล้านบาท โดยในช่วงปี พ.ศ. 2560 พบว่าสัดส่วนทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เส้นผมในประเทศไทยมีมูลค่าถึง 30,800 ล้านบาท เติบโตขึ้นจาก 1-2 ปีก่อนถึงร้อยละ 6.70 ซึ่งสามารถแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมออกเป็นผลิตภัณฑ์แชมพู 11,000 ล้านบาท และครีมนวดผม 4,600 ล้านบาท ซึ่งตลาดแชมพูทั่วไปมีการเติบโตเพิ่มกว่าร้อยละ 72.90 ตลาดครีมนวดผมมีมูลค่าร้อยละ 65.10 ส่วนตลาดอื่น ๆ มีมูลค่ารวมร้อยละ 35.00 นอกจากตลาดในประเทศแล้ว ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมของไทยยังขยายไปสู่ตลาดประเทศเพื่อนบ้าน อย่างกัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนาม ซึ่งกำลังซื้อจากกลุ่มคนวัยทำงานมีเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันด้วยสภาพภูมิอากาศที่ใกล้เคียงกับคนไทย รวมถึงมีความชื่นชอบในนักแสดงและนักร้องของประเทศไทย ผ่านสื่อต่าง ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมของประเทศไทยได้รับความนิยมสูงโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์แชมพู (Kasikorn Research Center, 2018)

ผลิตภัณฑ์แชมพูเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนบุคคล ที่แบ่งได้ 3 กลุ่มใหญ่ ๆ โดยกลุ่มที่ 1 คือ แชมพูดูแลเส้นผมที่ช่วยชะล้างเส้นผมและหนังศีรษะ ทำให้เส้นผมและหนังศีรษะแข็งแรง ช่วยดูแลเส้นผมที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษ เพื่อให้ผมนุ่ม สลวย เงางาม สามารถหวีให้เข้าทรงได้ง่าย ผมไม่พันกัน กลุ่มที่ 2 คือ แชมพูขจัดรังแคที่มีคุณสมบัติอ่อนโยน และไม่ทำให้หนังศีรษะแห้ง ช่วยขจัดรังแคและต้านเชื้อราบนหนังศีรษะ และกลุ่มที่ 3 คือ แชมพูเพื่อความสวยงามที่ช่วยปรับสภาพเส้นผม โดยมีการเติมสารต่าง ๆ เช่น โปรตีน และวิตามินต่าง ๆ ที่เคลือบเส้นผม ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้น ช่วยคงสภาพสีผมหลังการย้อมทำให้สีผมเด่นชัดเป็นประกายเงางามหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความงามของเส้นผม

สำหรับผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ที่มีการซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูมากที่สุด คือ กลุ่มพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม ร้อยละ 58.00 รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 32.00 และนักเรียนและนักศึกษา ร้อยละ 10.00 ซึ่งเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (Positioning, 2018) โดยพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมจะแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้มี

รายได้แบบรายวัน และกลุ่มผู้มีรายได้แบบรายเดือน ในกรณีนี้ พนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมจะให้ความสำคัญกับสุขภาพ ความงาม และการดูแลเส้นผม โดยผลิตภัณฑ์แชมพูที่เลือกใช้ คือ ชันซิล และโดฟ เป็นที่น่าสังเกตว่า คนส่วนใหญ่เข้าใจว่าพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมจะเลือกใช้แพซ่า ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ขายถูกมากกว่าแบรนด์อื่น ๆ แต่ในความเป็นจริงแล้ว พนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมให้ความสนใจแบรนด์แพซ่าเพียงร้อยละ 2.60 เท่านั้น ทั้งนี้ เหตุผลที่พนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมเลือกใช้ชันซิลและโดฟ เป็นเพราะคุณสมบัติเรื่องของความนุ่ม เมื่อใช้แล้วรู้สึกว่ามีผมนุ่มหลังสระ ซึ่งความนุ่มคือข้อความสำคัญที่พนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมจดจำได้จากการโฆษณา ข้อความบนบรรจุภัณฑ์ และการบอกแบบปากต่อปาก (Supattrakul et al., 2010)

แม้ว่ากลุ่มพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมจะเป็นผู้บริโภคที่มีอัตราการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูมากที่สุด ทำให้ตลาดในกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมสามารถเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงพบปัญหาอยู่หลายด้านคือ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายที่เป็นโรงงาน และผู้จัดจำหน่ายขนาดย่อม (SME) ไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนการออกแบบให้เหมาะสมและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ เพราะผู้ผลิตต้องคำนึงถึงต้นทุนในการผลิตเป็นหลัก ทั้งด้านตัวสินค้าและค่าใช้จ่ายในการออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้มีความสวยงามไม่มากเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมกลุ่มพรีเมียมแบรนด์ ทั้งนี้ บางผลิตภัณฑ์มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่น่าเชื่อถือ ทำให้กลุ่มพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมขาดความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Menium, 2019) และปัญหาเหล่านี้ อาจส่งผลกระทบต่อเชิงลบต่อการขยายตัวของตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมในประเทศข้างเคียง อย่างกัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนาม ที่มีประชากรส่วนใหญ่เข้ามาทำงานเป็นผู้ใช้แรงงานและเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศไทย

หน้าที่ของบรรจุกฎเกณฑ์ในอดีต คือ ใช้สำหรับบรรจุกฎและเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน แต่ปัจจุบันนิยมใช้บรรจุกฎเกณฑ์เป็นส่วนหนึ่งในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค ทำให้ต่อมาได้มีการพัฒนาบรรจุกฎเกณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น แต่อาจไม่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง การออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ที่ดีต้องอาศัยกระบวนการคิด และออกแบบบนพื้นฐานความเข้าใจถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยปราศจากการคิดแทน (Hiranyachawalit, 2018)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมของพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อทราบถึงปัญหาและปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ โดยเลือกกรณีศึกษาเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมประเภทแชมพู เพื่อตอบสนองความต้องการและส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดกับกลุ่มเป้าหมายในด้านของขนาดที่เหมาะสม รูปทรงของฝาและบรรจุกฎเกณฑ์ที่สะดวกต่อการหยิบจับเปิดใช้งาน รวมถึงสี ภาพประกอบ ตัวอักษร และองค์ประกอบบนบรรจุกฎเกณฑ์ที่มีความสวยงาม ดึงดูดใจ มองเห็นชัดเจน และมีผลต่อการเลือกซื้อ นอกจากนี้ ผลวิจัยนี้ยังเป็นแนวทางให้นักออกแบบและบริษัทผู้ผลิตทั้งหลายสามารถทำการออกแบบได้รวดเร็วขึ้น ย่นระยะเวลาในการทำงาน อีกทั้งยังเป็นการขยายตลาดไปยังประเทศข้างเคียงที่นับวันจะมีสัดส่วนทางการตลาดมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู สำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรม
2. เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ที่เหมาะสมกับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรม โดยเลือกศึกษาผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. ข้อมูลที่เกี่ยวกับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรม พนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรม คือ พนักงานเพศหญิงที่มีหน้าที่ปฏิบัติงานในอาคาร สถานที่ หรือยานพาหนะที่ใช้เครื่องจักรที่มีกำลังรวมตั้งแต่ 4 แรงม้าขึ้นไป หรือใช้คนงานตั้งแต่ 4 คนขึ้นไปในการผลิตสิ่งของเพื่อการประกอบ บรรจุ ซ่อม ซ่อมบำรุง ทดสอบ ปรับปรุง แปรสภาพ ลำเลียง เก็บรักษา หรือทำลายสิ่งใด มีบทบาทในการซื้อสินค้าเข้าบ้าน มีพฤติกรรมในการเลือกดูสินค้าจาก หนังสือที่มีภาพพร้อมรายละเอียดของสินค้า (catalog) ทำให้เกิดการแนะนำจากเพื่อนแบบปากต่อปาก (word of mouth) ซึ่งกระตุ้นให้เกิดการตลาดโดยใช้สินค้า และทำให้เกิดเป็นการตลาดแบบขายตรง (direct marketing) ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับสุขภาพ ความงาม และการดูแลเส้นผมเป็นอันดับแรก รองลงมา จะให้ความสำคัญกับที่อยู่อาศัยและอาหาร (Supattrakul et al., 2010)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นผม เส้นผม คือ ส่วนที่งอกยาวออกมาปกคลุมหนังศีรษะ เป็นเซลล์ส่วนที่ตายแล้ว ไม่มีชีวิตและความรู้สึก โดยปกติเส้นผมจะยาวขึ้นในอัตราประมาณ 6 นิ้ว หรือ 15 เซนติเมตรต่อปี เฉลี่ยแล้วเส้นผมจะงอกออกมาประมาณ 100,000 ถึง 150,000 เส้น และในแต่ละวันเส้นผมจะหลุดร่วงออกได้มากถึง 100 เส้น ลักษณะเส้นผมของแต่ละคนจะแตกต่างกัน เพื่อป้องกันเอกลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล แบ่งออกเป็นแบบผมธรรมชาติ เช่น ผมตรง ผมลอน ผมหยักศก และผมหยิกขด แบบผมมัน แบบผมแห้ง แบบผมแตกปลาย และแบบผมเป็นรังแค เส้นผมมีโครงสร้าง 3 ส่วนหลัก คือ แกนผม เนื้อผม และแกนผม ซึ่งเกิดจากโปรตีน น้ำ เมลานิน และลิพิด (ไขมัน) เส้นผมแต่ละเส้นจะมีวงจรการงอก 3 ระยะ คือ ระยะเจริญเติบโต ระยะหยุดเจริญเติบโต และระยะหลุดร่วง ซึ่งอยู่ภายใต้ปัจจัยของอายุ โรค และปัจจัยอื่น ๆ ปัญหาของเส้นผมส่วนใหญ่เกิดจากสารเคมี เช่น การดัดผม ยืดผม และทำสีผม (Amway, 2015)

3. ข้อมูลเกี่ยวกับแชมพู แชมพู คือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้จัดสิ่งสกปรกออกจากเส้นผมและหนังศีรษะ มีลักษณะเป็นของเหลว ครีม เจล ผง เม็ด ก้อน หรือฟอง ส่วนประกอบของแชมพูแบ่งได้เป็น 2 ส่วน โดยส่วนประกอบหลักของแชมพูเป็นสารลดแรงตึงผิวและทำให้เกิดฟอง มีคุณสมบัติที่สามารถชะล้าง หรือทำความสะอาดเส้นผม และส่วนประกอบที่อาจผสมเพิ่มเติม ทั้งนี้ แชมพูที่ดีจะต้องทำความสะอาดเส้นผมและหนังศีรษะได้อย่างหมดจด มีฟองที่ละเอียด อ่อนนุ่ม ล้างออกได้ง่าย ส่งผลดีต่อเส้นผม มีกลิ่นหอม ช่วยให้เส้นผมมีความคงตัวดี และไม่ก่อให้เกิดการระคายเคือง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาการแบ่งประเภทของแชมพูตามส่วนแบ่งทางการตลาด (segment) 3 ประเภท ของ Leader Time (2017) คือ แชมพูดูแลเส้นผม แชมพูจัดรังแค และแชมพูเพื่อความสวยงาม เนื่องจากเป็นการแบ่งตามความต้องการของผู้บริโภคและสอดคล้องกับผู้ผลิต

4. ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ทำหุ้มผลิตภัณฑ์ให้ปลอดภัย และสะดวกต่อการขนส่งและเก็บรักษา ในครั้งแรก บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่ชักชวนให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อ โดยกระตุ้นความสนใจทางสายตา และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ ส่วนในครั้งต่อมา บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่สร้างความจดจำให้ผู้บริโภคกลับมาเลือกซื้ออีกครั้ง การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะต้องเริ่มจากการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เป็น การกำหนดลักษณะ รูปทรง รวมทั้งวัสดุของบรรจุภัณฑ์ ขั้นตอนต่อมา คือ การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อมูลที่สำคัญโดยการใช้ภาพ สี และตัวอักษรที่ชัดเจน ผ่านการจัดวางที่เหมาะสมบนบรรจุภัณฑ์ โดยใช้หลักการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สามารถเข้าใจง่าย ทำให้มีผลทางจิตใจต่อผู้บริโภค และมีผลทางการตลาด (Thongrungruang, 2012)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและการพัฒนา (research and development) โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณตามขั้นตอน ดังนี้

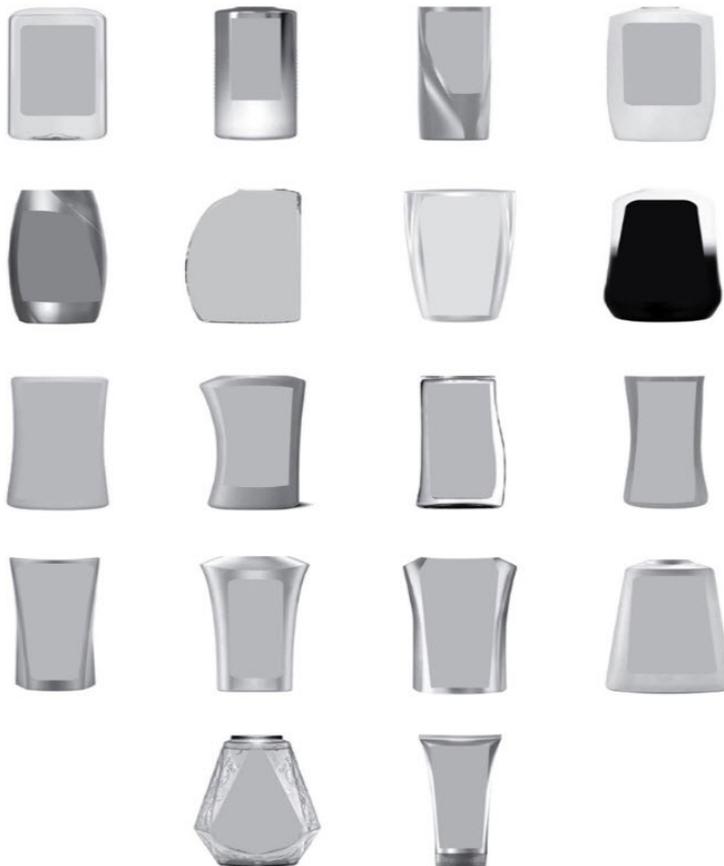
ขั้นตอนที่ 1 บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพูที่ศึกษาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตหรือนำเข้ามาจัดจำหน่ายในประเทศไทย และวางจำหน่ายในร้านขายสินค้าขนาดใหญ่ที่ผู้ซื้อเลือกหยิบสินค้าเอง (supermarket) รวมถึงร้านขายยาและร้านค้าเพื่อสุขภาพและความงามที่มีรูปทรงและลักษณะการเปิดปิดของฝาบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็นฝาบรรจุภัณฑ์จำนวน 10 แบบ และขวดบรรจุภัณฑ์ จำนวน 18 แบบ ทั้งนี้ ผู้วิจัยนำตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มตัวอย่างพิจารณาเพื่อศึกษาความต้องการและปัญหาของบรรจุภัณฑ์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview)

จากนั้น ผู้วิจัยนำตัวอย่างการใช้สี ภาพประกอบตัวอักษรที่มุ่งเน้นเรื่องแบบของตัวอักษร ขนาดของตัวอักษร ความต่างของสีตัวอักษรกับสีพื้นหลังเพื่อความชัดเจนในการอ่าน (legibility) และองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ให้กลุ่มตัวอย่างพิจารณาและแสดงความคิดเห็น เพื่อหาแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพูที่เหมาะสมกับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรม

ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) แบบเจาะจง (purposive sampling) ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายวัน และกลุ่มพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายเดือน ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพูมาแล้วอย่างน้อย 6 เดือน แบ่งเป็นพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่อยู่ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง กลุ่มละ 6 คน นิคมอุตสาหกรรมบางชัน กลุ่มละ 6 คน และนิคมอุตสาหกรรมอัญธานี กลุ่มละ 6 คน รวมทั้งสิ้นกลุ่มละ 18 คน



ภาพที่ 1 ตัวอย่างฝาบรรจุภัณฑ์แชมพูที่มีการจัดจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน
ที่มา: โดยผู้วิจัย



ภาพที่ 2 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์แชมพูที่มีการจัดจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน
ที่มา: โดยผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 2 เมื่อได้ผลการศึกษาเพื่อหาแนวทางที่จะนำไปใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู สำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมแล้ว ผู้วิจัยจึงนำผลการศึกษามาบูรณาการตามทฤษฎีทางการออกแบบให้ได้มาซึ่งแนวคิดหลักในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ จำนวน 6 แบบ แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างละ 3 แบบ สำหรับใช้เป็นเครื่องมือในขั้นตอนที่ 3 ต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยได้นำแบบประเมินด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ลักษณะฝาบรรจุภัณฑ์ สีสีนของฉลากและบรรจุภัณฑ์ ภาพประกอบตัวอักษร การจัดวางองค์ประกอบและแบบบรรจุภัณฑ์ให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา เพื่อใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู ให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น สำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินความพึงพอใจในขั้นตอนที่ 4 โดยในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการหรืออาจารย์ด้านการออกแบบ นักออกแบบ นักการตลาดที่มีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 7 ปี และผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก หรือเคยได้รับรางวัลด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์รวมทั้งสิ้น 7 คน และคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) แบบเจาะจง (purposive sampling)

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามและนำแบบบรรจุภัณฑ์ให้กลุ่มตัวอย่างพิจารณาอีกครั้ง เพื่อประเมินความพึงพอใจด้านความสะดวกสบายในการใช้งาน ด้านการสื่อสาร และด้านความสวยงามต่อแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู และเพื่อให้เกิดความแม่นยำยิ่งขึ้นสำหรับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู โดยกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนนี้ คือ พนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 397 คน โดยคำนวณหาจำนวนตัวอย่างจากตารางของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ตามความคลาดเคลื่อน 5 (Yamane, 1973) และได้เพิ่มขนาดตัวอย่างอีก 3 คน จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) แบบโควตา (quota sampling) ตามสภาพเส้นผม และ

อายุของพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพูมาแล้วอย่างน้อย 6 เดือน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. พนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายวัน จำนวน 200 คน ประกอบด้วย 1) ผู้ที่สภาพเส้นผมผ่านการทำเคมี จำนวน 100 คน ได้แก่ ช่วงอายุน้อยกว่า 21 ปี อายุ 21-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุมากกว่า 40 ปี ช่วงอายุละ 25 คน และ 2) ผู้ที่สภาพเส้นผมที่ไม่ผ่านการทำเคมีจำนวน 100 คน ได้แก่ ช่วงอายุน้อยกว่า 21 ปี อายุ 21-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุมากกว่า 40 ปี ช่วงอายุละ 25 คน

2. พนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายเดือน จำนวน 200 คน ประกอบด้วย 1) ผู้ที่สภาพเส้นผมผ่านการทำเคมี จำนวน 100 คน ได้แก่ ช่วงอายุน้อยกว่า 21 ปี อายุ 21-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุมากกว่า 40 ปี ช่วงอายุละ 25 คน และ 2) ผู้ที่สภาพเส้นผมที่ไม่ผ่านการทำเคมีได้แก่ ช่วงอายุน้อยกว่า 21 ปี อายุ 21-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุมากกว่า 40 ปี ช่วงอายุละ 25 คน

ขั้นตอนที่ 5 ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการประเมินแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู ด้านความสะดวกสบายในการใช้งาน ด้านการสื่อสาร และด้านความสวยงามต่อแบบบรรจุภัณฑ์ จากขั้นตอนที่ 4 มาสรุปเป็นผลการวิจัยอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ เพื่อให้สามารถนำไปผลิตเป็นต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู สำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมต่อไป

การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

ในขั้นตอนการศึกษาความต้องการ ปัญหาของบรรจุภัณฑ์ และหาแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู ผู้วิจัยได้ถอดเทปจากการสัมภาษณ์ ร่วมกับวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกระหว่างการสัมภาษณ์ แล้วจัดกลุ่มข้อมูลออกเป็น 3 ประเด็น คือ ประเด็นที่ 1 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ ประเด็นที่ 2 คือ ความต้องการและปัญหาจากการใช้บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู และประเด็นที่ 3 คือ แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู

โดยนำข้อมูลที่มีลักษณะร่วมหรือมีความเหมือนกันในแต่ละประเด็นไว้ด้วยกัน และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎี

ส่วนในขั้นตอนการศึกษาแนวทางการปรับปรุงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู ให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้นจากผู้เชี่ยวชาญ และการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการประเมินบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู สำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลแบบมาตราส่วน (rating scale) ซึ่งกำหนดค่าคะแนนออกเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (likert scale) ดังนี้คือ 5 หมายถึงระดับมากที่สุด 4 หมายถึง ระดับมาก 3 หมายถึง ระดับปานกลาง 2 หมายถึง ระดับน้อย 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด และได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยต่าง ๆ ดังนี้ 4.51 – 5.00 = ระดับมากที่สุด 3.51 – 4.50 = ระดับมาก 2.51 – 3.50 = ระดับปานกลาง 1.51 – 2.50 = ระดับน้อย และ 1.00 – 1.50 = ระดับน้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

1. แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู สำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายวัน

1.1 ประเภทแชมพูที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ แชมพูเพื่อความสวยงาม

1.2 ปัญหาหรืออุปสรรคในการใช้บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู ที่มีจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าทั่วไป คือ บรรจุภัณฑ์แบบขวดที่ต้องดันฝาขึ้นหลังจากที่ใช้แชมพูจนใกล้หมด เพื่อให้สามารถใช้แชมพูได้อย่างคุ้มค่าที่สุด จะต้องคว่ำขวดลงเพื่อให้แชมพูที่อยู่กันขวดไหลลงมารวมกันที่บริเวณฝาขวด แต่เมื่อคว่ำขวดลง ขวดจะไม่สามารถตั้งอยู่ได้ ต้องใช้วิธีการพิงขวดไว้กับผนัง และเมื่อถึงเวลาที่ต้องเร่งรีบจะไม่สามารถใช้แชมพูได้ทันที เนื่องจากต้องใช้เวลาเพื่อให้แชมพูไหลลงมารวมกันที่บริเวณฝาขวด บรรจุภัณฑ์ไม่กระชับมือในการหยิบใช้ รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่มีรูปแบบทรงตรงไม่สวยงาม ส่วนใหญ่สีของ

ตัวอักษรที่เป็นข้อมูลสำคัญด้านหน้าบรรจุภัณฑ์มีความใกล้เคียงกับพื้นหลังทำให้อ่านยาก ข้อความด้านหน้าผลิตภัณฑ์มีแต่ภาษาอังกฤษ และด้านหน้าบรรจุภัณฑ์ไม่มีภาพประกอบที่สื่อถึงสูตรต่าง ๆ หรือส่วนประกอบหลักทำให้อ่านยากต่อการเข้าใจ

1.3 ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู ที่ตรงกับความต้องการของพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายวัน คือ บรรจุภัณฑ์ควรเป็นแบบซอง เพื่อให้สะดวกต่อการรีดแชมพู ในขณะที่แชมพูด้านในใกล้หมด เพื่อให้สามารถใช้แชมพูได้อย่างคุ้มค่าที่สุด หรือแบบขวดที่สามารถตั้งได้โดยไม่ต้องพิงกับผนังเมื่อต้องคว่ำบรรจุภัณฑ์ลง บรรจุภัณฑ์ควรมีรูปทรงที่กระชับมือในการหยิบใช้ รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ควรมีความโค้งหรือเว้า เพื่อให้เกิดความสวยงาม และให้ความรู้สึกถึงความงดงามของผู้หญิง ควรใช้สีของตัวอักษรที่เป็นข้อมูลสำคัญด้านหน้าบรรจุภัณฑ์ให้มีความต่างกับพื้นหลังเพื่อให้อ่านง่ายขึ้น มีการใช้ภาษาไทยกับข้อความด้านหน้าที่เป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์ และด้านหน้าบรรจุภัณฑ์ควรมีภาพประกอบเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจถึงสูตรต่าง ๆ หรือส่วนประกอบหลัก

1.4 แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู คือ บรรจุภัณฑ์ควรใช้สีแบบที่ให้ความรู้สึกนุ่มนวล อ่อนหวาน ละมุนละไม ละเอียดย่อนอ่อนคลาย ไร้เดียงสาและความรัก (romantic) เพราะเป็นโทนสีที่ให้ความรู้สึกถึงความน่ารัก สดใส อ่อนวัยดูเป็นเด็ก สบาย และผ่อนคลาย และควรใช้ภาพเหมือนจริงจากการวาดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพราะเป็นภาพที่มีความโดดเด่น มีความสมจริงที่สวยกว่าภาพถ่าย และยังช่วยให้จดจำผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น

แบบของตัวอักษรภาษาอังกฤษควรเป็นแบบมีฐานและแบบลายมือ ส่วนตัวอักษรภาษาไทย คือ แบบหัวตัด ขนาดของตัวอักษรภาษาอังกฤษบนพื้นสีขาวควรมีขนาดเล็กที่สุด 8 พ้อยท์ (pt) ตัวอักษรภาษาอังกฤษสีขาวบนพื้นสีเข้ม ควรมีขนาดเล็กที่สุด 8 พ้อยท์ ตัวอักษรภาษาไทยบนพื้นสีขาว ควรมีขนาดเล็กที่สุด 8 พ้อยท์ และตัวอักษรภาษาไทยสีขาวบนพื้นสีเข้ม ควรมีขนาดเล็กที่สุด 8 พ้อยท์ จึงจะสามารถอ่านได้

ความต่างของสีตัวอักษรกับสีพื้นหลังควรต่างกัน
อย่างน้อยร้อยละ 70.00 เพื่อให้สามารถอ่านได้ โดย
ตัวอักษรสีขาวบนพื้นหลังสีดำและตัวอักษรสีขาว
บนพื้นหลังสีเข้มเป็นรูปแบบที่อ่านได้ง่ายและชัดเจนที่สุด
รองลงมา คือ ตัวอักษรสีดำบนพื้นหลังสีขาวและตัวอักษร
สีเข้มบนพื้นหลังสีขาว รองลงมาอีก คือ ตัวอักษรสีเข้มบน

พื้นหลังสีอ่อน ส่วนสีตัวอักษรกับสีพื้นที่ยังอ่านได้ง่ายและ
ชัดเจนน้อยที่สุด คือ ตัวอักษรสีอ่อนบนพื้นหลังสีดำและ
ตัวอักษรสีอ่อนบนพื้นหลังสีเข้ม องค์ประกอบบน
บรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ได้แก่
ชื่อผลิตภัณฑ์ ชื่อสูตรหรือสารสกัด ตราสินค้า และ
ประโยชน์คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ





ภาพที่ 3 แบบบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แชมพูสำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายวันที่มา: โดยผู้วิจัย

1.5 ผลการประเมินบรรจุภัณฑ์ สำหรับนำไปใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู ที่เหมาะสมต่อพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบ

รายวัน ให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น โดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่าแบบ B มีค่าเฉลี่ย 4.89 รองลงมาคือ แบบ C มีค่าเฉลี่ย 4.88 และแบบ A มีค่าเฉลี่ย 4.83 และซึ่งทั้ง 3 แบบอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเห็นด้วยมากที่สุด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพูสำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายวัน

หัวข้อประเมิน	เกณฑ์การประเมิน	ระดับความคิดเห็น (คะแนน)					
		แบบ A		แบบ B		แบบ C	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	1.1 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมและง่ายต่อการจดจำ	4.52	0.66	4.54	0.63	4.93	0.31
	1.2 รูปทรงของบรรจุภัณฑ์หยิบจับง่ายสะดวกต่อการใช้	4.56	0.74	5.00	0.00	5.00	0.00
2. ด้านลักษณะฝาบรรจุภัณฑ์	2.1 ขนาดของฝาบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.57	0.86	5.00	0.00	4.72	0.66
	2.2 รูปทรงของฝาบรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการใช้	4.52	0.66	4.57	0.86	4.93	0.31

ตารางที่ 1 ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพูสำหรับพนักงานหญิง ในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายวัน (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	เกณฑ์การประเมิน	ระดับความคิดเห็น (คะแนน)					
		แบบ A		แบบ B		แบบ C	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
3. ด้านสีสันทอง ฉลาก และ บรรจุภัณฑ์	3.1 สีของฉลากและบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม	4.58	0.37	5.00	0.00	5.00	0.00
	3.2 สีของฉลากและบรรจุภัณฑ์ มีความสวยงาม ดึงดูดใจ น่าใช้	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
4. ด้านภาพประกอบ	4.1 ภาพประกอบสื่อถึงสูตรของแชมพู	4.56	0.52	4.87	0.39	4.85	0.35
	4.2 ภาพประกอบมีขนาดเหมาะสม เห็นชัด รับรู้	4.84	0.37	4.93	0.30	4.89	0.39
5. ด้านตัวอักษร	5.1 แบบของตัวอักษร มีความทันสมัย เหมาะสม	4.95	0.32	4.95	0.32	4.83	0.35
	5.2 ขนาดตัวอักษรของชื่อตรา ชื่อผลิตภัณฑ์ ชื่อสูตร และ รายละเอียดต่าง ๆ อ่านง่าย ชัดเจน	4.52	0.66	4.53	0.63	4.53	0.63
	5.3 สีของตัวอักษรมีความชัดเจน อ่านง่าย	4.56	0.50	4.51	0.63	4.50	0.63
6. ด้านองค์ประกอบ	6.1 การจัดวางข้อความ และ ภาพประกอบ มีความเหมาะสม	4.95	0.32	4.95	0.32	4.95	0.32
	6.2 การออกแบบโดยรวมมีความสวยงาม ดึงดูดใจ	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
ความพึงพอใจโดยรวม		4.83	0.35	4.89	0.39	4.88	0.39

1.6 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู โดยพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายวัน ทั้ง 3 แบบ พบว่า แบบบรรจุภัณฑ์ แบบ B เหมาะสมกับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มี

รายได้แบบรายวันมากที่สุด ซึ่งมีค่าความเฉลี่ยของความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.60 รองลงมา คือ แบบ C มีค่าความเฉลี่ย 4.51 และแบบ A มีค่าความเฉลี่ย 4.05 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายวัน ต่อแบบบรรจุภัณฑ์

หัวข้อประเมิน	เกณฑ์การประเมิน	ระดับความพึงพอใจ (คะแนน)					
		แบบ A		แบบ B		แบบ C	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. ด้านความสะดวกสบายในการใช้งาน	1.1 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.17	0.14	4.20	0.76	4.17	0.78
	1.2 รูปทรงของบรรจุภัณฑ์หยิบจับง่ายสะดวกต่อการใช้	4.07	0.73	4.62	0.29	4.40	0.72
	1.3 ขนาดของฝาบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.39	0.71	4.40	0.73	4.67	0.31
	1.4 รูปทรงของฝาบรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการใช้	4.36	0.70	4.36	0.71	4.74	0.26
2. ด้านการสื่อสาร	2.1 ภาพประกอบมีความเหมาะสมเห็นชัด และเข้าใจง่าย	3.47	0.53	4.60	0.32	4.60	0.33
	2.2 แบบของตัวอักษรมีความทันสมัยเหมาะสม	4.00	0.79	4.00	0.79	4.10	0.77
	2.3 ตัวอักษรมีขนาดที่ชัดเจน และง่ายต่อการอ่าน	4.35	0.70	4.39	0.72	4.37	0.72
	2.4 สีของตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย	4.29	0.61	4.35	0.56	4.32	0.57
3. ด้านความสวยงาม	3.1 สีของฉลากและบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม และง่ายต่อการจดจำ	4.33	0.66	4.65	0.30	4.53	0.45
	3.2 การออกแบบโดยรวมมีความสวยงามดึงดูดใจ น่าใช้	4.01	0.83	4.72	0.26	4.60	0.33
ความพึงพอใจโดยรวม		4.05	0.70	4.60	0.30	4.51	0.48

2. แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู สำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายเดือน

2.1 ประเภทแชมพูที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ แชมพูเพื่อความสวยงาม

2.2 ปัญหาหรืออุปสรรคในการใช้บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู ที่มีจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าทั่วไป คือ ส่วนใหญ่ภายใน

ห้องน้ำมีพื้นที่จำกัด ทำให้ไม่สามารถวางผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในห้องน้ำบนชั้นวางได้มากเท่าที่ควร ซึ่งเมื่อบรรจุภัณฑ์มีขนาดใหญ่ จึงเป็นการเพิ่มพื้นที่ใช้สอยบรรจุภัณฑ์แบบที่ต้องดันฝาขึ้น ค่อนข้างใช้งานยากหลายครั้งที่ดันฝาขึ้นเพื่อเปิดแล้วกดปิดกลับลงมาแล้วฝาก็ปิดไม่สนิท เนื่องจากเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมประเภทแชมพูโดยการคว่ำเพื่อเทและวางตั้งกลับ จะมีแชมพูบางส่วนไปค้างอยู่บริเวณรูที่แชมพูออก นานวันยิ่ง

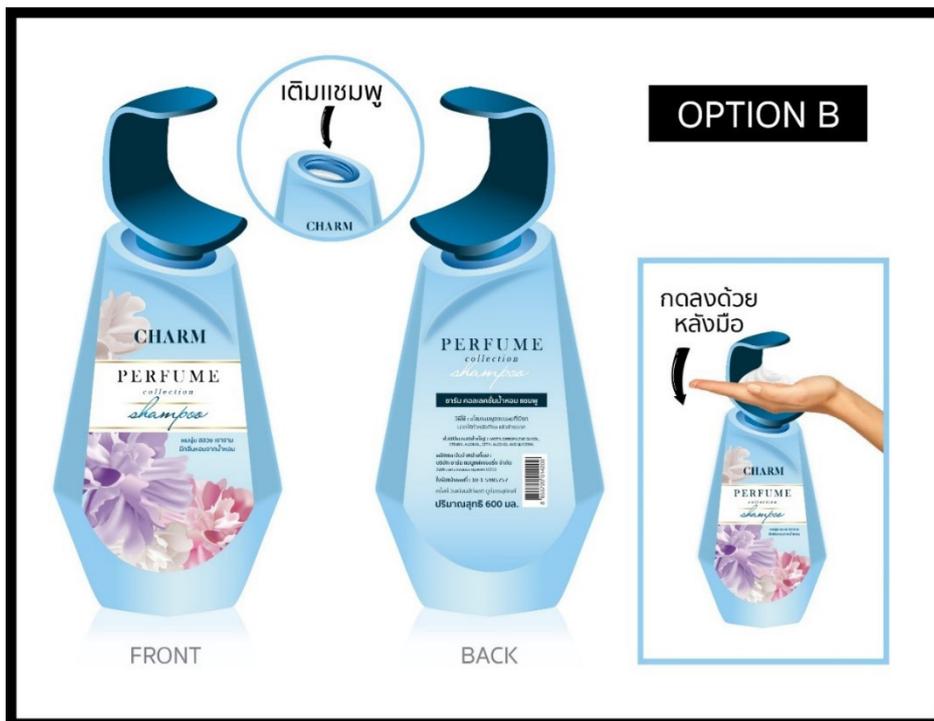
ทำให้ชมพูบริเวณนั้นแข็งตัว ทำให้คันฝ่าไม่ให้ปิดสนิท บรรจุภัณฑ์แบบหัวปั๊มเป็นที่นิยมเลือกซื้อมากที่สุด เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดบรรจุเท่ากัน เพราะสะดวกต่อการใช้ และสามารถจำกัดปริมาณในการใช้ต่อครั้งได้ แต่ก็ยังมีข้อเสีย คือ ขณะที่ใช้จำเป็นต้องใช้ทั้งสองมือในการกดปั๊ม ซึ่งหลายครั้งที่ผู้ใช้ส่วนใหญ่มักถือฝักบัวไปพร้อมกับการสระผม จึงไม่สามารถใช้ทั้งสองมือในการกดปั๊มได้ เมื่อชมพูใกล้หมด บริเวณก้นขวดแบบหัวปั๊มจะมีการถ่วงน้ำหนักที่น้อยลง ทำให้ขวดเบาไม่มีน้ำหนัก เมื่อกดปั๊มชมพูทำให้ขวดทรงตัวไม่อยู่ สีของตัวอักษรที่เป็นข้อมูลสำคัญด้านหน้าบรรจุภัณฑ์มีความใกล้เคียงกับพื้นหลังทำให้อ่านยาก ข้อความด้านหน้าผลิตภัณฑ์มีแต่ภาษาอังกฤษ และด้านหน้าบรรจุภัณฑ์ไม่มีภาพประกอบที่สื่อถึงสูตรต่าง ๆ หรือส่วนประกอบหลัก ทำให้อ่านยากต่อการเข้าใจ

2.3 ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทชมพู ที่ตรงกับความต้องการของพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายเดือน คือ ขนาดหรือรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ต้องช่วยลดพื้นที่ใช้สอยในห้องน้ำได้ บรรจุภัณฑ์ควรมีฝาเปิดหรือหัวปั๊มให้สามารถใช้งานได้สะดวกมากขึ้น รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ควรมีรูปแบบที่เหมาะสมและทรงตัวอยู่ได้ เมื่อมีการกดหัวปั๊ม ด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ควรมีรีวที่โค้ง เพื่อให้รู้สึกถึงความอ่อนโยน และความพลิวไหวของเส้นผม ควรใช้สีของตัวอักษรที่เป็นข้อมูลสำคัญด้านหน้าบรรจุภัณฑ์ให้มีความต่างกับพื้นหลังเพื่อให้อ่านง่ายขึ้น ควรใช้ภาษาไทยกับข้อความด้านหน้าที่เป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์ และด้านหน้าบรรจุภัณฑ์ควรมีภาพประกอบ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจถึงสูตรต่าง ๆ หรือส่วนประกอบหลัก

2.4 แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทชมพู สำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายเดือน คือ ลักษณะสีของบรรจุภัณฑ์ควรเป็นแบบให้ความรู้สึกนุ่มนวล อ่อนหวาน ละมุนละไม ละเอียดย่อน ผ่อนคลาย ไร้เดียงสาและความรัก (romantic) และแบบที่ให้ความรู้สึกถึงการผจญภัย การเดินทาง การสำรวจความเป็นผู้นำและความกล้าชิตธรรมชาติ (explorer) เพราะเป็นโทนสีที่ให้ความรู้สึกถึงความเป็นผู้หญิงเก่ง มีชีวิตชีวา ทันสมัย และโดดเด่น ควรใช้ภาพเหมือนจริงจากการวาดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

นอกจากนั้น ควรใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบมีฐานและแบบลายมือ ส่วนตัวอักษรภาษาไทย คือ แบบหัวตัด ตัวอักษรภาษาอังกฤษบนพื้นสีขาวควรมีขนาดเล็กที่สุด 8 พ้อยท์ ตัวอักษรภาษาอังกฤษสีขาวบนพื้นสีเข้ม ควรมีขนาดเล็กที่สุด 8 พ้อยท์ ตัวอักษรภาษาไทยบนพื้นสีขาวควรมีขนาดเล็กที่สุด 8 พ้อยท์ และตัวอักษรภาษาไทยสีขาวบนพื้นสีเข้ม ควรมีขนาดเล็กที่สุด 8 พ้อยท์ จึงจะยังสามารถอ่านได้

ความต่างของสีตัวอักษรกับสีพื้นหลังที่เหมาะสมควรต่างกันอย่างน้อยร้อยละ 70.00 เพื่อให้สามารถอ่านได้โดยตัวอักษรสีขาวบนพื้นหลังสีดำและตัวอักษรสีขาวบนพื้นหลังสีเข้มที่อ่านได้ง่ายและชัดเจนที่สุด รองลงมาคือ ตัวอักษรสีดำบนพื้นหลังสีขาวและตัวอักษรสีเข้มบนพื้นหลังสีขาว รองลงมาอีก คือ ตัวอักษรสีเข้มบนพื้นหลังสีอ่อน ส่วนสีตัวอักษรกับสีพื้นที่ยังอ่านได้ง่ายและชัดเจนน้อยที่สุด คือ ตัวอักษรสีอ่อนบนพื้นหลังสีดำและตัวอักษรสีอ่อนบนพื้นหลังสีเข้ม องค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ชื่อผลิตภัณฑ์ ชื่อสูตรหรือสารสกัด ประโยชน์คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และตราสินค้า ตามลำดับ





ภาพที่ 4 แบบบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แชมพูสำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายเดือน
ที่มา: โดยผู้วิจัย

2.5 ผลการประเมินบรรจุภัณฑ์ สำหรับนำไปใช้ เป็นแนวทางการปรับปรุงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพูที่เหมาะสมต่อ พนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบ

รายเดือนให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น โดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า แบบ B มีค่าเฉลี่ย 4.86 รองลงมาคือแบบ C มีค่าเฉลี่ย 4.91 และแบบ A มีค่าเฉลี่ย 4.70 ซึ่งทั้ง 3 แบบอยู่ใน เกณฑ์ที่มีความเห็นด้วยมากที่สุด ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพูสำหรับพนักงานหญิง ในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายเดือน

หัวข้อประเมิน	เกณฑ์การประเมิน	ระดับความคิดเห็น (คะแนน)					
		แบบ A		แบบ B		แบบ C	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	1.1 ขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม และง่ายต่อการจดจำ	4.50	0.63	4.50	0.63	4.72	0.66
	1.2 รูปทรงของบรรจุภัณฑ์หยิบจับง่าย สะดวกต่อการใช้	4.89	0.39	4.95	0.32	5.00	0.00
2. ด้านลักษณะฝาบรรจุภัณฑ์	2.1 ขนาดของฝาบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	5.00	0.00	4.50	0.63	5.00	0.00
	2.2 รูปทรงของฝาบรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการใช้	4.88	0.39	4.52	0.63	5.00	0.00

ตารางที่ 3 ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพูสำหรับพนักงานหญิง ในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายเดือน (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	เกณฑ์การประเมิน	ระดับความคิดเห็น (คะแนน)					
		แบบ A		แบบ B		แบบ C	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
3. ด้านสีสันทองฉลากและบรรจุภัณฑ์	3.1 สีของฉลากและบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.93	0.32	4.85	0.39	4.97	0.20
	3.2 สีของฉลากและบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ดึงดูดใจ น่าใช้	4.90	0.30	4.87	0.41	4.85	0.35
4. ด้านภาพประกอบ	4.1 ภาพประกอบสื่อถึงสูตรของแชมพู	5.00	0.00	4.71	0.66	4.88	0.36
	4.2 ภาพประกอบมีขนาดเหมาะสม เห็นชัด รับรู้	5.00	0.00	4.71	0.66	4.95	0.25
5. ด้านตัวอักษร	5.1 แบบของตัวอักษรมีความทันสมัยเหมาะสม	4.83	0.35	4.89	0.39	4.85	0.32
	5.2 ขนาดตัวอักษรของชื่อตรา ชื่อผลิตภัณฑ์ ชื่อสูตร และรายละเอียดต่างๆ อ่านง่าย ชัดเจน	4.72	0.66	4.84	0.35	4.93	0.25
	5.3 สีของตัวอักษรมีความชัดเจน อ่านง่าย	4.56	0.50	4.85	0.35	4.95	0.25
6. ด้านองค์ประกอบ	6.1 การจัดวางข้อความ และภาพประกอบ มีความเหมาะสม	4.56	0.50	4.92	0.32	4.95	0.25
	6.2 การออกแบบโดยรวมมีความสวยงาม ดึงดูดใจ	0.56	0.50	4.90	0.32	5.00	0.00
ความพึงพอใจโดยรวม		4.70	0.64	4.86	0.36	4.91	0.23

2.6 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู โดยพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายเดือน ทั้ง 3 แบบ พบว่า แบบบรรจุภัณฑ์ แบบ B เหมาะสมกับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มี

รายได้แบบรายเดือนมากที่สุด ซึ่งมีค่าความเฉลี่ยของความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.68 รองลงมาคือแบบ A มีค่าความเฉลี่ย 4.56 และแบบ C มีค่าความเฉลี่ย 4.15 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรายได้แบบรายเดือนต่อแบบบรรจุภัณฑ์

หัวข้อประเมิน	เกณฑ์การประเมิน	ระดับความพึงพอใจ (คะแนน)					
		แบบ A		แบบ B		แบบ C	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. ด้านความสะดวกสบายในการใช้งาน	1.1 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.18	0.75	4.27	0.75	4.69	0.22
	1.2 รูปทรงของบรรจุภัณฑ์หยิบจับง่ายสะดวกต่อการใช้	4.15	0.77	4.67	0.22	4.59	0.38
	1.3 ขนาดของฝาบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.36	0.71	4.76	0.27	4.40	0.44
	1.4 รูปทรงของฝาบรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการใช้	4.31	0.39	4.68	0.64	4.32	0.72
2. ด้านการสื่อสาร	2.1 ภาพประกอบมีความเหมาะสมเห็นชัด และเข้าใจง่าย	4.78	0.27	4.63	0.32	4.63	0.32
	2.2 แบบของตัวอักษรมีความทันสมัยเหมาะสม	4.30	0.79	4.31	0.79	4.37	0.78
	2.3 ตัวอักษรมีขนาดที่ชัดเจน และง่ายต่อการอ่าน	4.31	0.79	4.34	0.70	4.63	0.32
	2.4 สีของตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย	4.29	0.30	4.31	0.79	4.69	0.22
3. ด้านความสวยงาม	3.1 สีของฉลากและบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม และง่ายต่อการจดจำ	4.77	0.27	4.55	0.36	3.45	0.53
	3.2 การออกแบบโดยรวมมีความสวยงามดึงดูดใจ น่าใช้	4.67	0.39	4.77	0.27	3.38	0.56
ความพึงพอใจโดยรวม		4.56	0.67	4.68	0.53	4.15	0.72

อภิปรายผล

การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และฝามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรม โดยเฉพาะรูปทรงบรรจุภัณฑ์และลักษณะฝาเปิดปิดบรรจุภัณฑ์ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Srihirun (2017) ที่ศึกษาเรื่อง การออกแบบอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม

สมุนไพรรไทย บ้านนาขุม จังหวัดพิษณุโลก ผลวิจัยพบว่า การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใหม่ ร่วมกับการออกแบบหัวปั๊มใหม่ให้มีความสะดวกต่อการใช้งานมากขึ้นส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้ใช้มากขึ้น นอกจากนั้น การเลือกใช้สี และลักษณะของภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ต่างกันจะให้ความรู้สึกต่อผลิตภัณฑ์ต่างกัน และสามารถสื่อความหมายให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้

ผลวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mahongkum, Saributr, and Khiaomang (2016) ที่ได้ศึกษาเรื่องการศึกษและพัฒนาภาพลักษณ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่ยา ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลวิจัยพบว่า การใช้รูปแบบตัวอักษรในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ช่วยก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคต้องการรูปแบบตัวอักษรที่อ่านง่าย ชัดเจน เพื่อสร้างความรู้สึกปลอดภัย และทราบถึงข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ นอกจากนี้ สามารถสรุปได้ว่า การใช้โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ลักษณะฝา การใช้สี ภาพประกอบ ตัวอักษรที่มุ่งเน้นเรื่องแบบของตัวอักษร ขนาดของตัวอักษร ความต่างของสีตัวอักษรกับสีพื้นหลังเพื่อความชัดเจนในการอ่าน (legibility) และองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรม สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพิ่มความเชื่อมั่นในเรื่องของคุณภาพผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ประเภทแชมพู และตอบสนองความต้องการของพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ที่ต้องการศึกษาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ลักษณะ ฝา การใช้สี ภาพประกอบ แบบของตัวอักษร ขนาดของตัวอักษร และความต่างของสีตัวอักษรกับสีพื้นหลัง สำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรม สามารถนำองค์ความรู้ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาไปประยุกต์ใช้กับองค์ประกอบทางการออกแบบอื่น ๆ ได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและความสวยงาม
2. ผู้ที่ต้องการศึกษาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ลักษณะ ฝา การใช้สี ภาพประกอบ แบบของตัวอักษร ขนาดของตัวอักษร และความต่างของสีตัวอักษรกับสีพื้นหลัง สำหรับพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรม สามารถนำองค์ความรู้ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาไปประยุกต์ใช้กับสื่ออื่น ๆ ได้

เช่น ฉลาก สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ หรืองานโฆษณา เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ให้กับแบรนด์และผลิตภัณฑ์ต่อพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรมได้

3. ควรมีการศึกษากลุ่มเป้าหมายกลุ่มอื่น เช่น พนักงานชายในโรงงานอุตสาหกรรม หรือพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมที่ไม่ได้มีสัญชาติไทยแต่เข้ามารับจ้างทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมไทยเพื่อรับทราบปัญหาที่ต่างกันออกไป

4. ควรมีการศึกษาข้อมูลด้านจิตวิทยา และทฤษฎีด้านการรับรู้เพิ่มเติม หรือทฤษฎีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่ม เพื่อนำข้อมูลมาใช้วิเคราะห์ และเป็นแนวทางในการศึกษาต่อไป

5. ควรมีการศึกษาการตลาดด้านการสร้างบุคลิกภาพเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับบุคลิกของพนักงานหญิงในโรงงานอุตสาหกรรม

บรรณานุกรม

- Amway. (2015). *Khōmūn nā rū kieokap sēn phom læ nang sīsā* [Interesting facts about hair and scalp]. Retrieved April 12, 2019, from www.amwayshopping.com/mcs/satinique/hair-fact.html
- Hiranyachawalit, S. (2018). *Kān 'ōkbæp krafik læ kānphalit khōtsanā* [Graphic design and advertising production]. Pathum Thani: Bangkok University.
- Kasikorn Research Center. (2018). *Phonlaka rasamruāt khōng talāt phalittaphan dūlæ sēn phom khōng Thai* [Survey results of hair care products marketing]. Bangkok: Kasikorn Research Center.
- Leader Time. (2017). *Talāt sēn phom hæ khæ* [Hair care marketing]. Retrieved April 19, 2011, from <http://leadertimenews.com/th/direct/detail.php?id=216&page=2>

- Mahongkum, T., Saributr, U., & Khaiomang, K. (2016). Kānsuksā læ phatthana phāplak læ rūpbæp bančhuphan thī mī phon tō kātatsinčhai lūāk sū khōng phūbōṛiphōk: Kōṛanī suksā phalittaphan chumchon praphēt samunphrai thī mai chai yā nai khōngkān nung tambon nung phalittaphan ‘amphoe mūang changwat Nakhōn Rāčhasimā [Study and develop product identity and packaging which influence consumer’s purchasing decision: A case study of community products of the one Tambon one product project in Amphoe Meung Nakhonrahasima province]. *Art and Architecture Journal Naresuan University*, 3(1), 49-62.
- Menium, R. (2019). Næonōm phalittaphan dūlæ sēn phom sōngphansipkaō [Hair care trends 2019]. Retrieved April 26, 2019, from https://issuu.com/thaipackaging/docs/pack_133
- Positioning. (2018). Chæmphū tæksēk mēn sinkhā rap rōṇ phænthīn VS sansin khæng yæng talāt sāo man rak phom [New shampoo segment pantene vs sunsilk. A market competition aimed at confident women and love to care for their hair]. Retrieved June 12, 2018, from <https://positioningmag.com/1166387>
- Thongrungruang, S. (2012). ‘Okbæprōṇčhuphan [Packaging design]. Bangkok: Boss Printing.
- Srihirun, J. (2017). Kān ‘ōkbæp ‘attalak bon bančhuphan samrap klum wisāhakit chumchon: Kōṛanī suksā phalittaphan dūlæ sēn phom samunphrai Thai bānna khum changwat phitsanulōk [Design of identity on the packages for the community enterprise: Case study of Thai Herbal hair Nourishment products of Ban Nakhum, Phitsanulok province]. *Art and Architecture Journal Naresuan University*, 8(1), 155-168.
- Supattrakul, C., Sripanaratanakul, N., Pimsutiyan, T., Khemkad, B., Sankhunakorn, P., Sawatkitthamrong, M., Unaprom, W., & Siangchuang, S. (2010). *Chantha nā māketting sūt lap čhap talāt sāo rōngngān sōngphansip ‘et* [Chantana marketing... marketing tips for female factory workers 2011]. Bangkok: College of Management Mahidol University.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper and Row Publication.