วิชาระบบบรรจุภัณฑ์สำหรับโลจิสติกส์

สัปดาห์ที่ 4

หลักการของระบบบรรจุภัณฑ์

เทคนิคของระบบบรรจุภัณฑ์

หลักการของระบบบรรจุภัณฑ์

หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ทางด้านการตลาด

บรรจุภัณฑ์มีบทบาท ที่สำคัญยิ่งต่อผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ในเวลาเดียวกันมีโอกาสลดต้นทุนสินค้าอันจะนำไปสู่ยอดกำไรสูงซึ่งเป็นเป้าหมาย ของทุกองค์กรในระบบการค้าเสรี

หลักการของระบบบรรจุภัณฑ์

หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

คำนิยาม การตลาด คือกระบวนการทางด้านบริหารที่รับผิดชอบต่อกลุ่มเป้าหมายโดยการค้นหาความต้อง การ และสนองความต้องการนั้นเพื่อบรรลุถึงกำไรตามที่ต้องการ ตามคำนิยาม การตลาดประกอบด้วย องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ กลุ่มเป้าหมาย การสนองความต้องการ และกำไร การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เฉพาะนั้นจำเป็นต้องหาข้อมูลจากตลาด พร้อมทั้งค้นหาความต้องการ ของกลุ่มเป้าหมายในรูปของการบริโภค สินค้าหรือบริการ ส่วนการตอบสนองความต้องการนั้น ต้องใช้กลไกทางด้านส่วนผสมทางการตลาด เพื่อชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ซื้อให้เลือกซื้อสินค้าเราแทนที่จะซื้อ ของคู่แข่งเพื่อบรรลุถึงกำไรที่ได้กำหนดไว้

หลักการของระบบบรรจุภัณฑ์

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ เป็นการออกแบบงานพิมพ์แบบ 3 มิติ ที่เป็นพาณิชย์ศิลป์ ดังนั้น บุคลากรที่รับผิดชอบการพัฒนา บรรจุภัณฑ์ ทางกราฟฟิก นอกจากเป็นนักออกแบบแล้วยังต้องเป็นคนช่างสังเกต มีความรู้ทางด้านธุรกิจ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบนั้น เป็นสื่อและเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจการจำหน่าย ในการออกแบบข้อมูลที่ผู้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ควรรู้มีดังนี้

หลักการของระบบบรรจุภัณฑ์

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

(1) ด้านการตลาด เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เป็นองค์ประกอบ ส่วนหนึ่งของการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ จึงต้องคำนึงถึง หลักการและเทคนิคทางด้านการตลาด อันประกอบด้วย การตั้งเป้าหมาย การจัดกลยุทธ์ การวางแผนการตลาด การส่งเสริมการจำหน่าย เป็นต้น

หลักการของระบบบรรจุภัณฑ์

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

แนวทางในการออกแบบทั่วไป คือ การเปรียบเทียบ กับสินค้าคู่แข่ง การเปรียบเทียบนี้ไม่ใช่ การเปรียบเทียบ เพื่อลอกเลียนแบบ แต่เป็นการเปรียบเทียบเพื่อหาจุดเด่น ของสินค้าเพื่อขาย (Unique Selling Point) การใช้คำว่า “ใหม่” “สด” หรือ “ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ” ล้วนเป็นคำบรรยายที่จะเน้น ถึงจุดขายของสินค้า คำบรรยายดังกล่าวจำต้องเป็นสิ่งที่ผลิตได้และปฏิบัติได้จริง ยกตัวอย่าง เช่น การออกแบบมีคำว่า “ใหม่” ผู้ผลิตต้องมั่นใจว่าในตลาดหาสินค้าที่ทดแทนหรือคล้ายคลึงกันได้ยาก

หลักการของระบบบรรจุภัณฑ์

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

(2) ตัวสินค้าที่จะใช้บรรจุ การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะประสบความสำเร็จ ได้ต่อเมื่อผู้ออกแบบและ ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบถึงคุณลักษณะ ของตัวสินค้าอย่างถ่องแท้ คุณสมบัติ เด่นของสินค้าที่จะสนอง ความต้องการ ของลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องสร้างขึ้นมา เพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อ/กลุ่มเป้าหมาย

หลักการของระบบบรรจุภัณฑ์

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

(3) กลุ่มเป้าหมาย หรือกลุ่มผู้ซื้อ ซึ่งอาจเป็นผู้บริโภคสินค้าเอง หรือไม่ได้เป็นผู้บริโภค อาจแยกตาม สถานะทางสังคม การออกแบบที่ดี จะต้องทราบความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ปริมาณที่บริโภค ความสะดวก ในการนำอาหารออกจากบรรจุภัณฑ์ มาบริโภค เป็นต้น สถานะของผู้บริโภคที่ควรคำนึงถึงมีดังนี้

หลักการของระบบบรรจุภัณฑ์

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เพศ	อาชีพ
ระดับการศึกษา	สถานะครอบครัว
เชื้อชาติ	ขนาดครอบครัว
ศาสนา	สถานะทางสังคมเศรษฐกิจ
ย่านที่พักอาศัย	สิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน

หลักการของระบบบรรจุภัณฑ์

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ทำขึ้นโดยไม่ได้ทำการศึกษาวิจัย อาจจะต้องใช้วิธีการสังเกต แล้วประเมิน จากสิ่งที่สังเกต นำข้อมูลที่วิเคราะห์ หรือรวบรวมได้ส่งต่อให้นักออกแบบ เพื่อทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการและการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย

หลักการของระบบบรรจุภัณฑ์

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

สิ่งที่พึงให้ความสำคัญ กับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ผู้ซื้อไม่ได้เป็นผู้บริโภค เช่น สินค้าของฝาก การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ยิ่งมีความสำคัญที่จะต้องสร้างภาพพจน์ที่ดี เพิ่มคุณค่าแก่สินค้าให้เหมาะสม กับเป็น สินค้าฝากจากแดนไกล โดยบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องสร้างมโนภาพ (Imaginary) ที่ดีต่อตัวสินค้า พร้อมทั้งมี การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่คำนึงถึงความสะดวกในการนำกลับ และพิจารณาถึงระยะเดินทางพอสมควร ก่อนจะถึงมือผู้บริโภคด้วย ยกตัวอย่างเช่น ไอศกรีมที่บรรจุขายในปริมาณและขนาดบริโภค ของครอบครัว ควรจะพิจารณาใส่น้ำแข็งแห้งเพื่อรักษาคุณภาพสินค้าในระหว่างทาง เป็นต้น

หลักการของระบบบรรจุภัณฑ์

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

(4) กฎข้อบังคับ ในกรณีของบรรจุภัณฑ์อาหาร องค์กรของรัฐที่เข้ามามีบทบาทควบคุมดูแล คือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ อย. ดังภาพที่ 4 สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารที่บรรจุในภาชนะบรรจุภัณฑ์ปิดสนิท จำต้องขออนุญาตจาก อย. พร้อมหมายเลขกำกับ

ปรากฏการณ์ใหม่ สำหรับสินค้าที่จัดจำหน่ายผ่านทางซุปเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ คือ การพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ หรือฉลากด้วยสัญลักษณ์รหัสแท่งที่เรียกว่า “บาร์โค้ด (Bar Code) ดังภาพที่ 5 ” ซึ่งเป็นรหัส ประจำตัวสินค้า เพื่อความสะดวกในการคิดเงิน และตัดสต๊อกของผู้ขายปลีก

หลักการของระบบบรรจุภัณฑ์

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

(5) ช่องทางการจำหน่าย กุญแจสำคัญของผลิตภัณฑ์อาหาร คือ อายุการเก็บรักษาของสินค้า โดยปกติอาหารสด เช่น ก๋วยเตี๋ยวสด กระยาสารท เป็นต้น มีอายุการเก็บที่สั้น เนื่องจากสูญเสีย สภาวะคุณสมบัติ ของอาหาร ด้วยวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีของบรรจุภัณฑ์ เช่น ถ้ามีการประยุกต์ใช้ วิธีการปรับสภาวะ บรรยากาศภายในบรรจุภัณฑ์ สำหรับก๋วยเตี๋ยวสด พร้อมกับการเลือกใช้ วัสดุบรรจุภัณฑ์ ที่ถูกต้องเพื่อช่วยยืดอายุการเก็บสินค้า และส่งขายได้ทั่วราชอาณาจักร

หลักการของระบบบรรจุภัณฑ์

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

(6) สภาวะการแข่งขัน การเก็บข้อมูลของคู่แข่งขันเป็นสิ่งจำเป็น อย่างยิ่งที่จะทำให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมา เด่นกว่าคู่แข่งขันภายใต้สภาวะช่องทางการจำหน่ายหรือจุดขายที่เป็นจริง เช่น การวางขาย ณ แหล่งท่องเที่ยวซึ่งไม่มีชั้นหิ้ง วางอย่างเรียบร้อยเช่นเดียวกับในซุปเปอร์มาร์เก็ต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ย่อมต้องคำนึงถึง ความสามารถในการวางเรียงซ้อนได้อย่างมั่นคง เนื่องจากไม่มีชั้นหิ้งรองรับ เป็นต้น

หลักการของระบบบรรจุภัณฑ์

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

(7) สิ่งแวดล้อม ในประเทศไทย ยังไม่มีองค์กรใด ออกกฎข้อบังคับ ต่อการควบคุมดูแลปัญหาของบรรจุภัณฑ์ ที่มีผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อม แต่กระแสการรณรงค์ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสภาพสิ่งแวดล้อม ได้รับความสนใจจากชุมชนเมืองมากยิ่งขึ้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุ ที่นำกลับมาผลิตใหม่สามารถลดปริมาณขยะและกำจัดได้ง่าย จึงเป็นจุดขายเพื่อเป็นการส่งเสริมการจำหน่ายได้อย่างดี

เทคนิคของระบบบรรจุภัณฑ์

เทคนิคการใช้บรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องมือด้านการตลาด

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มีบทบาทช่วยส่งเสริมกิจกรรมหรือใช้เป็นเครื่องมือด้านการตลาด ทำให้สินค้าน่าสนใจและแปลกแตกต่างจากคู่แข่ง ทำให้ผู้บริโภคจดจำและเข้าถึงสินค้าได้ง่าย ซึ่งเทคนิคในการออกแบบและใช้บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือด้านการตลาด ทำได้ ดังนี้

เทคนิคของระบบบรรจุภัณฑ์

เทคนิคการใช้บรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องมือด้านการตลาด

1. การใช้โฆษณา

บรรจุภัณฑ์ที่ดีนอกจากคุณภาพของวัสดุที่นำมาผลิต การออกแบบต้องโดดเด่น จำง่าย เช่น หลังจากกลุ่มผู้บริโภคได้ฟังหรือเห็นโฆษณาแล้ว เมื่อเห็นบรรจุภัณฑ์ทั้งประเภทกล่องกระดาษ แก้วกาแฟกระดาษ กล่องอาหารกระดาษที่มีลวดลายหรือกราฟิกที่สะดุดตา ก็จะจำได้หรือรู้ได้ทันทีว่าเป็นแบรนด์สินค้าใด

เทคนิคของระบบบรรจุภัณฑ์

เทคนิคการใช้บรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องมือด้านการตลาด

2. การเจาะตลาดใหม่

การออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายหรือเจาะตลาดใหม่ เช่น การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับจุดขายใหม่ การออกแบบกล่องกระดาษลูกฟูกหรือบรรจุภัณฑ์ที่มีปริมาณสินค้าต่อหน่วยขนส่งรูปแบบใหม่ๆเพื่อลดค่าใช้จ่าย

เทคนิคของระบบบรรจุภัณฑ์

เทคนิคการใช้บรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องมือด้านการตลาด

3. การส่งเสริมการขายในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อเน้นให้กลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นผู้บริโภครู้ว่ามีการเพิ่มปริมาณสินค้า ลดราคาสินค้า หรือมีรายการแจกแถมสินค้า โดยรูปแบบบรรจุภัณฑ์และรายละเอียดย่อมมีส่วนกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น เช่น ซื้อซอสปรุงรสสองขวดแถมซอสปรุงรสสูตรใหม่เพิ่มอีก 1 ขวด โดยสินค้าบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์เดียวกัน การส่งเสริมการขายในลักษณะนี้แม้ลูกค้าไม่มีความต้องหรือไม่มีจุดประสงค์ที่จะซื้อ แต่บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบและหีบห่อให้รู้ได้อย่างชัดเจนว่าเป็นสินค้ามีโปรโมชั่นก็ทำให้ลูกค้าเกิดความต้องการได้เนื่องจากเห็นถึงความคุ้มค่าในการเลือกซื้อ

เทคนิคของระบบบรรจุภัณฑ์

เทคนิคการใช้บรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องมือด้านการตลาด

4. การเปลี่ยนขนาดหรือรูปทรงของบรรจุภัณฑ์

โดยปกติผลิตภัณฑ์หรือสินค้าแต่ละชนิดจะมีวัฏจักรชีวิตของตัวสินค้า เพื่อหวังผลด้านการตลาดจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนหรือออกแบบบรรจุภัณฑ์ ออกแบบกล่องกระดาษกล่องกระดาษลูกฟูก หรือบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม บางอย่าง เพื่อยืดอายุของวัฏจักร ตัวอย่างเช่น การออกแบบแก้วกาแฟกระดาษหรือแก้วเครื่องดื่ม ชนิดอื่นๆให้มีขนาดเหมาะสมกับราคาที่ปรับเปลี่ยนแปลงตามกลุ่มลูกค้าผู้บริโภค เช่น ลดปริมาณ ลดราคา ทำให้จ่ายน้อยลง เป็นต้น

เทคนิคของระบบบรรจุภัณฑ์

เทคนิคการใช้บรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องมือด้านการตลาด

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มีบทบาทช่วยส่งเสริมกิจกรรมหรือใช้เป็นเครื่องมือด้านการตลาด ทำให้สินค้าน่าสนใจและแปลกแตกต่างจากคู่แข่ง ทำให้ผู้บริโภคจดจำและเข้าถึงสินค้าได้ง่าย ซึ่งเทคนิคในการออกแบบและใช้บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือด้านการตลาด ทำได้ ดังนี้

1. การใช้โฆษณา

บรรจุภัณฑ์ที่ดีนอกจากคุณภาพของวัสดุที่นำมาผลิต การออกแบบต้องโดดเด่น จำง่าย เช่น หลังจากกลุ่มผู้บริโภคได้ฟังหรือเห็นโฆษณาแล้ว เมื่อเห็นบรรจุภัณฑ์ทั้งประเภทกล่องกระดาษ แก้วกาแฟกระดาษ กล่องอาหารกระดาษ ที่มีลวดลายหรือกราฟิกที่สะดุดตา ก็จะจำได้หรือรู้ได้ทันทีว่าเป็นแบรนด์สินค้าอะไร

แบบฝึกหัด

1. จงบอกคำนิยาม “การตลาด”
2. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีอะไรบ้าง
3. เทคนิคการใช้บรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องมือด้านการตลาด ประกอบด้วยอะไรบ้าง