

การออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น จะต้องให้ภาพที่สื่อความหมายตามที่ต้องการให้ผู้บริโภครับรู้ เสมือนกับการแต่งตัวให้สินค้า แต่ต้องแต่งตัวอย่างมีหลักการ เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมายที่จะบริโภค ซึ่งเมื่อสินค้าวางจำหน่ายในตลาดแล้ว ทำให้ผู้ดู ผู้บริโภค มีความรู้สึก ตอบสนอง นิยม และตัดสินใจเลือกสินค้านั้นในที่สุด สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ภาพเหล่านั้น จะต้องไม่สื่อความหมายในแง่ของการหลอกลวง หรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ผู้บริโภค

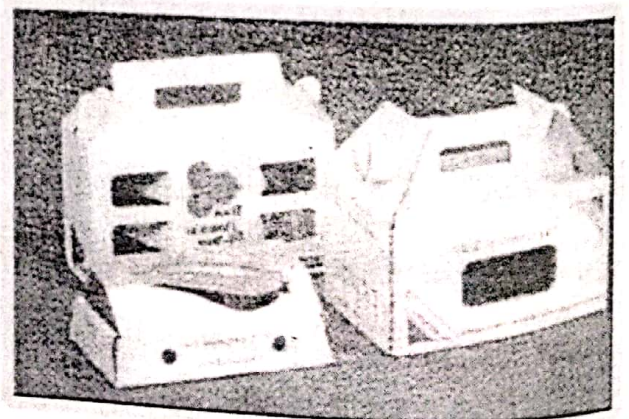
Packaging design is a highly personal, emotional result of listening to, understanding, and interpreting a marketing strategist's brief and client need (Michael Peters, Graphic Packaging 1989)

คือ การเรียนรู้ ทำความเข้าใจ และประมวลความต้องการทางด้านการตลาด และความ ต้องการของผู้บริโภค เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับใช้ในการบรรจุสินค้า เพื่อการจัดจำหน่าย ทั้งด้านประโยชน์ใช้สอย และภาพลักษณ์ เพื่อสนองความต้องการด้วยต้นทุนที่เหมาะสม

- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ แบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ
 - ⇒ การออกแบบโครงสร้าง (Structural Design)
 - ⇒ การออกแบบกราฟิก (Graphic Design)

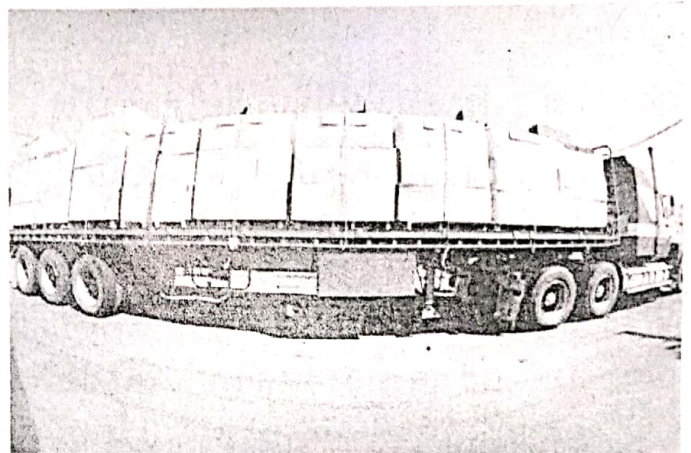
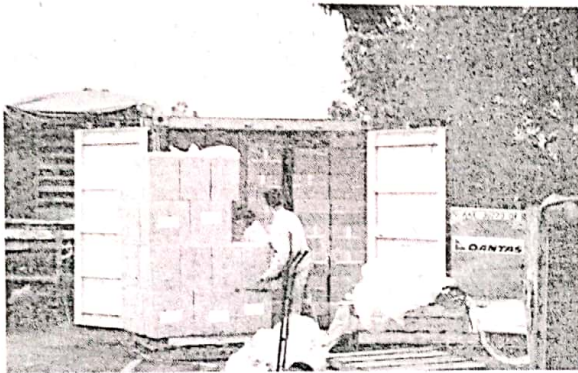
1. การออกแบบโครงสร้าง ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจสำคัญในการบรรจุหีบห่อ โดยเน้นถึงหน้าที่ ในการคุ้มครอง รักษาคุณภาพของสินค้า การให้ความสะดวกในการลำเลียงขนส่ง เก็บรักษา และ ประหยัด เช่น การเลือกใช้วัสดุ คุณภาพของวัสดุ ขนาดและรูปแบบของการบรรจุ วิธีการประกอบ หรือขึ้นรูป ความแข็งแรงต่างๆ เป็นต้น

2. การออกแบบกราฟิก เป็นสิ่งช่วยเพิ่ม มูลค่าของสินค้า โดยเน้นถึงการสื่อความหมาย การตกแต่งให้สวยงาม ดึงดูดผู้พบเห็นให้เกิดความ ต้องการซื้อสินค้านั้น เช่น การออกแบบรูปทรงให้มี ความสะดวกในการใช้สอย มีรูปภาพ ตัวหนังสือที่ สวยงาม ฉลากที่เด่นชัด เป็นต้น





การออกแบบโครงสร้าง ต้องคำนึงถึงขนาด รูปแบบการบรรจุ เพื่อการขายปลีกหรือขายส่ง การลำเลียงขนส่งโดยรถยนต์หรือเครื่องบิน



การออกแบบกราฟิก ต้องคำนึงถึงความเด่นเมื่อวางจำหน่าย และการดึงดูดใจผู้ซื้อ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการในด้านประโยชน์ใช้สอย การคุ้มครองสินค้า การขนส่ง การเก็บรักษา และการจัดจำหน่าย
2. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร สร้างแรงจูงใจในการเลือกซื้อ สร้างความจดจำ และภาพลักษณ์ที่ดี

หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ (Roles of Packaging)

- ⇒ Contain and Protect : บรรจุและคุ้มครอง
 - ⇒ Communicate and Promote : สื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์
- 5 C's
- ⇒ Convenience : เสริมสร้างความสะดวกสบาย
 - ⇒ Consumer Appeal : สร้างแรงจูงใจในการซื้อ
 - ⇒ Conservation : ประหยัด คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

ข้อพิจารณาในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ตลาดเป็นกุญแจสำคัญ การบรรจุหีบห่อจะเป็นกลวิธีหนึ่งที่ทำให้สามารถขายผลิตภัณฑ์ได้ดีขึ้น ก่อนจะตัดสินใจผลิตภาชนะบรรจุว่าจะออกแบบอย่างไร จะใช้วัสดุอะไร ผลิตอย่างไร ฯลฯ ควรตั้งคำถามดังนี้

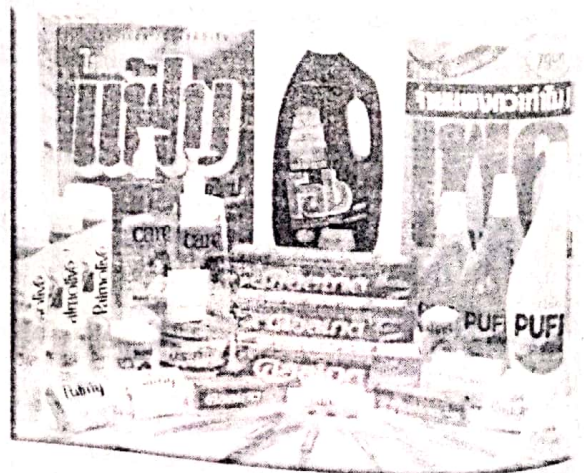
1. ผู้ซื้อเป็นใคร วัย เพศ ฐานะทางเศรษฐกิจ และรสนิยมเป็นอย่างไร
2. สถานการณ์ตลาด เปรียบเทียบกับคู่แข่ง ออกแบบให้ดึงดูดความสนใจขึ้นมากกว่าคู่แข่ง
3. ภาชนะบรรจุที่ใช้อยู่เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้สินค้าเสียหายหรือไม่ และปริมาณการสูญเสียมากน้อยเพียงไร
4. มีทางปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือไม่อย่างไร
5. ต้นทุนของภาชนะบรรจุ คิดเป็นมูลค่าที่เปอร์เซ็นต์ของต้นทุนทั้งหมด

บรรจุภัณฑ์ที่ดี (Good Packaging)

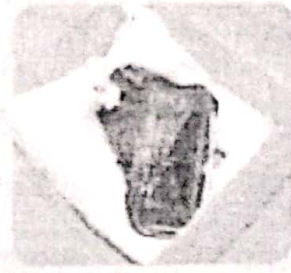
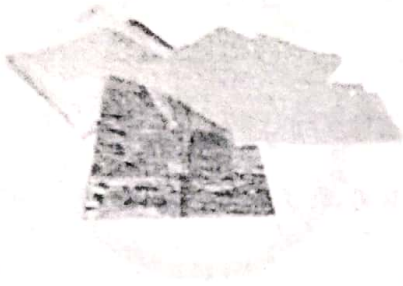
- ⇒ คุ้มครอง และป้องกันผลิตภัณฑ์ภายใน จากปัจจัยภายนอกต่าง ๆ
- ⇒ สามารถนำเสนอตราสินค้า และข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน
- ⇒ เป็นตัวแทนในการสื่อถึงภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรและผลิตภัณฑ์
- ⇒ เพิ่มประโยชน์ใช้สอยใหม่ ๆ
- ⇒ สร้างแรงจูงใจให้เกิดการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ
- ⇒ สามารถผลิตได้สะดวกและประหยัด ง่ายต่อการนำมาใช้ใหม่หรือกำจัด
- ⇒ รักษาสภาวะแวดล้อม

ชนิดของบรรจุภัณฑ์ (Classification of Packaging)

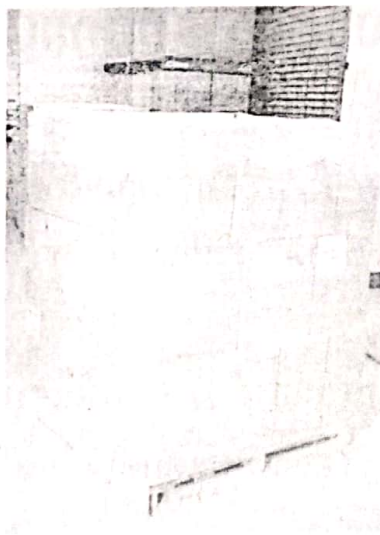
1. Individual Packaging or Primary Packaging : บรรจุภัณฑ์ชั้นในที่สัมผัสโดยตรงกับผลิตภัณฑ์ เป็นบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย จะได้รับการทักท้วงที่บริษัทสินค้า เช่น หลอดยาสีฟัน กระปุกครีม เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้มักจะถูกบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองอีกชั้นหนึ่ง



2. **Inner Packaging or Secondary Packaging** : บรรจุภัณฑ์ที่รวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรก
เข้าไว้เป็นหน่วย เพื่อความสะดวกในการป้องกันและขนส่งผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้มักจะใช้ใน
การ Display ณ จุดขาย จึงจำเป็นต้องออกแบบให้มีความสวยงาม ดึงดูดใจ เช่น กล่องบรรจุกาแฟ
ผงชนิด 50 ซอง, กล่องบรรจุเครื่องดื่มกระป๋องแกน 6 แพ็ค หรือกล่องบรรจุหลอดยาสีฟัน เป็นต้น



3. **Outer Packaging or Tertiary Packaging** : บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด ซึ่งมีหน้าที่หลัก
เพื่อใช้ในการป้องกันผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่งจากแหล่งผลิตไปสู่แหล่งจำหน่าย การออกแบบ
มักเน้นถึงประโยชน์ใช้สอยมากกว่าความสวยงาม เช่น กล่องกระดาษขนาดใหญ่ ลังไม้ หรือ Pallet
 เป็นต้น



4. **Special Purpose Packaging** : บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบเพื่อการใช้งานพิเศษใน
ลักษณะต่างๆ ทั้งในแง่ประโยชน์ใช้สอยหรือโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ชุดของขวัญ, ชุด Promotional
Package เป็นต้น

รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ (Forms of Packaging)

1. **บรรจุภัณฑ์ประเภทแข็ง (Rigid Packaging)** คือ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่มีความแข็งแรง ทนทาน เช่น แก้ว เซรามิก พลาสติก ชนิด Thermosetting, กระป๋องโลหะ เป็นต้น เหมาะกับการใช้งานที่ต้องทนต่อความดัน หรืออุณหภูมิ สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี

ข้อดี ปกป้องผลิตภัณฑ์ได้ดี เสริมสร้างภาพลักษณ์

ข้อด้อย น้ำหนักมาก กินเนื้อที่ในการจัดเก็บ ราคาสูง

2. **บรรจุภัณฑ์ประเภทกึ่งแข็ง (Semi-Rigid Packaging)** คือ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่มีความยืดหยุ่นตัว เช่น พลาสติก มีคุณสมบัติสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ปานกลาง เช่น ถ้วยพลาสติก หลอดพลาสติก เป็นต้น

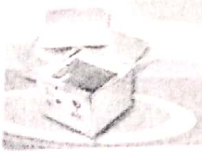
ข้อดี น้ำหนักเบา ง่ายต่อการจัดเก็บ

ข้อด้อย ป้องกันผลิตภัณฑ์ได้ในระดับปานกลาง

3. **บรรจุภัณฑ์ประเภทอ่อนตัว (Flexible Packaging)** คือ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่มีลักษณะเป็นแผ่นบางไม่สามารถรักษารูปทรงได้ แต่สามารถขึ้นรูปเป็นรูปต่างๆ ได้มากแบบ เช่น กล่อง ซอง และถุง เป็นต้น

ข้อดี น้ำหนักเบา ง่ายต่อการจัดเก็บ ราคาถูก เลือกวิธีการพิมพ์ได้หลายประเภท

ข้อด้อย ป้องกันผลิตภัณฑ์ได้ในระดับต่ำ



องค์ประกอบของการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ คือ การควบคุมองค์ประกอบทางการออกแบบ 4 ประการให้เกิดความสัมพันธ์กันอย่างลงตัว เพื่อสร้างรูปแบบที่มีความแตกต่าง และมีเอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์นั้นๆ องค์ประกอบทั้ง 4 คือ

1. **ตัวอักษร (Typography)** เป็นองค์ประกอบพื้นฐานในการออกแบบ ซึ่งนอกจากจะใช้สื่อความแล้ว ยังใช้สื่อถึงบุคลิกของบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันตาม Concept ที่กำหนดขึ้น เช่น modern, classic, dynamic, fashion ฯลฯ

สิ่งที่ควรระวังในการออกแบบด้วยตัวอักษร คือ

⇒ ระวังอย่าให้มีข้อมูลมากเกินไปที่จะอ่านได้ จากการมองแบบผ่านๆ (Glance)

⇒ หลีกเลี่ยงการใช้ตัวอักษรที่มีความหนา หรือขนาดเท่ากัน

⇒ หลีกเลี่ยงการใส่ข้อมูลมากเกินไปบนด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์

2. สี (Color) เป็นองค์ประกอบหลักของการออกแบบในการเสริมสร้างความโดดเด่น และเพิ่มความน่าสนใจให้แก่บรรจุภัณฑ์ นอกจากนั้น สีบนบรรจุภัณฑ์ยังสามารถ

- ⇒ ใช้สื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน เช่น สีเขียว แสดงถึงผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ สีฟ้าแสดงถึงผลิตภัณฑ์จากนม เป็นต้น
- ⇒ ใช้สื่อถึงความแตกต่างของสายผลิตภัณฑ์ เช่น สีน้ำตาลแทนรสช็อกโกแลต เป็นต้น

3. ภาพประกอบ (Key Visual) เป็นองค์ประกอบเสริม (Option) สำหรับการออกแบบ โดยมักใช้เพื่อดึงดูดความสนใจ เพื่อให้เกิด Impulse Purchase เช่น ภาพอาคาร หรือผัก ผลไม้ สदनารับประทาน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- ⇒ ภาพประกอบที่เป็นภาพเหมือนจริง
 - ⇒ ภาพประกอบที่เป็นภาพวาด (Illustration)
- โดยภาพเหมือนจริงมักจะให้อารมณ์และความรู้สึกมากกว่า

4. ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Total Pack Data) เป็นองค์ประกอบที่จำเป็นบนบรรจุภัณฑ์ (Functional elements) ซึ่งใช้ในการนำเสนอข้อมูลของผลิตภัณฑ์ เช่น ส่วนประกอบต่างๆ รายละเอียดของผู้ผลิต ฯลฯ ข้อมูลเหล่านี้มักจะนำเสนอในส่วนที่เป็นด้านข้าง หรือด้านหลัง (Secondary Panel) ของบรรจุภัณฑ์

รายละเอียดที่จำเป็นบนบรรจุภัณฑ์ (Important information on packing)

- ชื่อ และตราสินค้า (Brand) ทั้ง Corporate, Sub brand
- รายละเอียดของสินค้า (Product Description) เช่น น้่านมถั่วเหลือง, กาแฟสำเร็จรูป
- สายผลิตภัณฑ์ (Product Variants) เช่น น้่านมถั่วเหลืองสูตรไร้น้ำตาล
- ปริมาณ หรือปริมาตร (Net Content)
- ส่วนประกอบ (Ingredients) เรียงลำดับจากมากไปน้อย
- คุณค่าทางโภชนาการ (Nutrition Fact) ถ้ามี
- ชื่อผู้ผลิต, นำเข้า, จัดจำหน่าย (Manufacturer / Importer / Distributor)
- วันที่ผลิต, วันหมดอายุ (Manufacture Date / Expiry Date)
- วิธีใช้ (Instruction) ถ้ามี
- คำเตือน (Warning) ถ้ามี

- เลขทะเบียน อย., ฮาลาล (FDA. No., Halal No.) ถ้ามี โดยอยู่บนพื้นขาว ขนาดตัวอักษรไม่ต่ำกว่า 2 มิลลิเมตร
- สัญลักษณ์รหัสแท่ง (Bar code) ถ้ามี
- สัญลักษณ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Environmental Caring Symbol) เช่น ทิ้งขยะให้ถูกที่, Recycle
- ข้อมูลผู้บริโภค (Consumer Panel) เช่น รายละเอียดติดต่อเกี่ยวกับข้อมูลสินค้า

