

ชื่อ - สกุล ..... ชั้น..... เลขที่.....

ใบความรู้ที่ ๑ เรื่อง ศาสตร์และศิลป์ในการออกแบบ  
หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า  
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๑ เรื่อง ศาสตร์และศิลป์ในการออกแบบ  
รายวิชาพื้นฐาน รหัสวิชา ง๒๓๑๐๐ ภาคเรียนที่ ๑ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

ศาสตร์และศิลป์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าสู่โลกแห่งอาชีพ



ยี่ห้อ หรือแบรนด์ (Brand) คือ ตราสินค้า อัตลักษณ์  
ของสินค้าหรือบริการที่เราอยากสื่อสาร

การสร้างแบรนด์ (Branding) คือ การสร้าง รวมไปถึง  
การออกแบบภาพลักษณ์สินค้าหรือบริการต่างๆ เพื่อ  
สื่อสารกับผู้บริโภค



ทำไมต้องสร้างแบรนด์?

โลกปัจจุบัน มีสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย ตั้งแต่ในระดับครัวเรือนไปจนถึงระดับอุตสาหกรรม เกิดการแข่งขันกันในตลาดสูง จึงทำให้ผู้คิดหรือผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้น ๆ ต้องสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าที่มีความดึงดูดและน่าสนใจให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ หรือเลือกใช้บริการ

การสร้างแบรนด์หรือยี่ห้อสินค้านั้น จึงเริ่มจากการออกแบบ องค์ประกอบต่างๆ ของแบรนด์ เช่น ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สินค้า การขนส่ง ราคา เป็นต้น เพื่อให้เกิดอัตลักษณ์ของสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้น ๆ

ยกตัวอย่าง : ผลิตภัณฑ์นมโรงเรียน

ตราสินค้า



ภาพโฆษณา



(สืบค้นข้อมูลเพิ่มจากเว็บไซต์ <http://schoolmilkthai.com/> )

รายละเอียดของสินค้า : ผลิตภัณฑ์นมโรงเรียน เป็นนโยบายที่รัฐบาลไทยจัดตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2535 เพื่อแก้ปัญหาการขาดสารอาหารในเด็กและสนับสนุนอุตสาหกรรมโคนมไทยและผู้เลี้ยงโคนมไทยในประเทศไทย โดยมีสารอาหารครบ ๕ หมู่ ปัจจุบันเด็กตั้งแต่ชั้นอนุบาลจนถึงป.6 ทุกคนจะได้ดื่มนมโรงเรียนตลอดปี นโยบายนี้ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน(Circular Economy) ไม่ว่าจะเป็น การสนับสนุนอุตสาหกรรมโคนมไทย ผู้เลี้ยงโคนมไทยให้เกิดคุณภาพมายังโรงเรียนแก่เด็กไทยเกิดเป็นวงจรเศรษฐกิจหมุนเวียนในประเทศ

จากตัวอย่าง ดังกล่าว จะเห็นได้ว่า แม้ผลิตภัณฑ์นมโรงเรียนก็ยังมีการสร้างตราสินค้า การโฆษณา เว็บไซต์เข้าถึงข้อมูล เรื่องราวของสินค้า ให้ผู้บริโภคเห็น เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่า นมโรงเรียนที่บริโภคนั้นมีความตั้งใจในการผลิต มีเรื่องราวความเป็นมาที่เกี่ยวกับการผลิตนมโรงเรียนที่เมื่อได้ทราบแล้ว จะสามารถวิเคราะห์ห่วงจรที่มาที่ไปของสินค้าจากแหล่งผลิตสู่ผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีการออกแบบตราสินค้า และกล่องบรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงกล่องที่ใช้ในการขนส่งให้มีลักษณะที่เหมาะสมกับวัยของผู้บริโภคซึ่งก็คือนักเรียนระดับชั้นอนุบาลถึงระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖



บรรจุภัณฑ์นมโรงเรียนรูปแบบต่างๆ : ปรับให้เหมาะสมกับสินค้าและการขนส่ง

ดังนั้น การสร้างยี่ห้อสินค้าหรือแบรนด์ คือ ส่วนที่ช่วยให้เกิดภาพจำที่ดีของผู้บริโภค เกิดอัตลักษณ์ของสินค้า รวมไปถึงคำจำกัดความลองสินค้าตามสิ่งที่คุณผลิต ต้องการสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้น ๆ



นอกจากนี้ยี่ห้อหรือตราสินค้า ยังสามารถช่วยเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับสินค้าได้ จากสินค้าที่มีหน้าตาธรรมดา เมื่อผ่านการออกแบบอย่างเป็นระบบก็จะทำให้สินค้าดูดี มีคุณค่า และขายในราคาที่จะเพิ่มมูลค่าได้ เหมาะแก่การซื้อไปบริโภคเองรวมไปจนถึงการเป็นของฝาก

ยกตัวอย่างเช่น : สินค้าที่ใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้ในการบรรจุสินค้าเป็นบรรจุภัณฑ์









จากภาพตัวอย่าง จะเห็นได้ว่า วัสดุจากธรรมชาติ หากนำมาออกแบบ วิธีการห่อ การจัดวาง และออกแบบตราสินค้า ให้เข้ากับสินค้านั้นๆ ก็จะทำให้สินค้าดูน่าซื้อและ เพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้สินค้าได้

## องค์ประกอบของการสร้างแบรนด์

- 1. การตั้งเป้าหมาย :** เป็นการตั้งเป้าหมายว่าเราอยากทำสินค้าหรือบริการอะไร เพื่อใคร เพราะเหตุใด เช่น อยากทำสินค้าทองม้วน เพื่อส่งออกต่างประเทศให้ชาวต่างชาติได้บริโภคทองม้วนจากสูตรดั้งเดิมและน้ำตาลมะพร้าวที่มีคุณภาพของชุมชน เพราะในชุมชนที่อยู่อาศัยแทบทุกครัวเรือนมีอาชีพทำทองม้วน และมีวัตถุดิบหลักของชุมชนคือ มะพร้าวและน้ำตาลมะพร้าว
- 2. การตั้งสถานะของสินค้า :** เป็นการตั้งสถานะและจุดยืนของแบรนด์ในตลาด ตามกลุ่มเป้าหมาย(Target) ที่กำหนด เช่น ขนมหอมม้วนเพื่อส่งออกต่างประเทศในราคาที่เข้าถึงได้ง่าย มีวางขายอยู่ทั่วไปตามร้านสะดวกซื้อ
- 3. ลักษณะของแบรนด์ :** เป็นการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า เช่น ความน่ารัก ความหรูหรา การเข้าถึงได้ง่าย ความสนุกสนาน ฯลฯ โดยสื่อสารออกมาเป็นภาพ Visual และการบริการ ยกตัวอย่าง เช่น ทองม้วน(COCONUT CRISPY ROLLS)ที่ผลิตจากเมืองไทย แต่ส่งไปขายที่ประเทศอเมริกาภายใต้ชื่อแบรนด์ “เทรดเดอร์โจ(Trader Joe’s)” มีลักษณะของแบรนด์ที่ทำให้รู้สึกว่ามีกลิ่นอายกับธรรมชาติ ได้สินค้าที่ผลิตจากธรรมชาติจริง



**4. การบอกเล่าเรื่องราวของแบรนด์ :** เป็นการสร้างเรื่องเล่าหรือเรื่องราวของแบรนด์ผ่านชื่อ สโลแกน หรือแนวคิดของแบรนด์ เช่น ทองม้วน(COCONUT CRISPY ROLLS) ที่ผลิตจากเมืองไทยแต่ส่งไปขายที่ประเทศอเมริกาภายใต้ชื่อแบรนด์ “เทรดเดอร์โจ (Trader Joe’s)” มีเรื่องราวของแบรนด์ “เทรดเดอร์โจ(Trader Joe’s)” ว่า แบรนด์เทรดเดอร์โจ เป็นเครือข่ายร้านขายของชำที่กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศอเมริกา ที่มุ่งมั่นที่จะมอบคุณค่าให้กับลูกค้าภายใต้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีที่สุดในราคาถูกที่สุด โดยจะรวบรวมสินค้าคุณภาพดีที่ดีที่สุดมาจากทั่วทุกมุมโลก



**5. อัตลักษณ์ของแบรนด์ :** อัตลักษณ์ที่บ่งบอกเมื่อคนมองเห็นแบรนด์ โดยเป็นสิ่งที่คนอื่นสามารถบอกได้ เมื่อคิดถึงสินค้าหรือบริการของเรา เช่น เมื่อพูดถึงมันฝรั่งทอดกรอบที่เป็นที่นิยมของคนส่วนใหญ่และมีรสชาติที่หลากหลายและใหม่อยู่เสมอ หาซื้อได้ง่าย ก็มักจะนึกถึง เลย์ และเทสโตะ มาเป็นอันดับต้นๆ เป็นต้น

**6. การวางแผนการตลาด :** เป็นการวางแผนการสื่อสาร การนำเสนอสินค้าและบริการ ทั้งช่องทางติดต่อสื่อสาร และการขาย เช่น การโฆษณาผ่าน Facebook Instagram Tiktok หรือการขายในรูปแบบออนไลน์ เป็นการเพิ่มช่องทางระบายสินค้า และกระจายสินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายผ่านสื่อสังคมออนไลน์



## ศาสตร์และศิลป์ในการออกแบบ

จากองค์ประกอบของการสร้างแบรนด์ทั้ง 6 อย่าง ได้แก่ 1. การตั้งเป้าหมาย  
2. การตั้งสถานะของสินค้า 3. ลักษณะของแบรนด์ 4. การบอกเล่าเรื่องราวของแบรนด์  
5. อัตลักษณ์ของแบรนด์ 6. การวางแผนการตลาด

การสร้างแบรนด์ให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องใช้ทั้งความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ  
ได้แก่ ความรู้ด้านธุรกิจ การคำนวณ การวางแผน ความรู้ทางเทคโนโลยี นอกจากนี้ยังใช้  
ศิลป์ ได้แก่ ศิลปะทางการใช้ภาษาและการสื่อสาร มาช่วยในการออกแบบ ให้สินค้าและ  
แบรนด์เกิดความน่าสนใจ เหมาะสมกับผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย

ดังนั้น การใช้ความรู้ทั้งศาสตร์ และศิลป์มาช่วยในการออกแบบและสร้างสินค้า  
ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ จนเกิดแบรนด์หรือยี่ห้อสินค้า จึงเป็นสิ่งที่ช่วยทำให้สินค้าได้  
มาตรฐาน เพิ่มคุณค่า และมูลค่าให้กับสินค้านั้น ๆ ได้ นอกจากนี้ยังสร้างความน่าเชื่อถือ  
ให้แก่ผู้บริโภค ในปัจจุบันเกิดสินค้า ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ขึ้นมากมายสิ่งสำคัญที่ผู้ผลิต  
ต้องคำนึงถึงก็คือความสุจริตและการไม่เอาเปรียบผู้บริโภค รวมไปถึงแบรนด์ที่ดีต้อง  
คำนึงถึงการส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุดจากสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบรรจุ  
ภัณฑ์ที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นมาเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว เช่น การลดใช้พลาสติก หรือ  
การทำให้เกิดวงจรขยะหมุนเวียนผ่านหลักการ 3 หลักการ ได้แก่ ผลิต – ใช้ – วนกลับ  
เป็นต้น



ตัวอย่าง : บริษัท SCG  
จัดทำโครงการนำขยะที่เกิด  
จากถุงนมโรงเรียน มารี  
ไซเคิลเป็นเก้าอี้ที่ทำจากถุง  
นมพลาสติก