

ใบความรู้ที่ ๔ เรื่อง “แบรนด์และบรรจุภัณฑ์สร้างอาชีพ”
หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๔ เรื่อง แบรนด์และบรรจุภัณฑ์สร้างอาชีพ
รายวิชา การงานอาชีพ ๕ รหัสวิชา ง ๒๓๑๐๑ ภาคเรียนที่ ๑ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓



การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสินค้า

หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย การออกแบบที่สำคัญ 2 ส่วนคือ

- ๑) การออกแบบโครงสร้าง - เน้นคุณสมบัติของวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ การกำหนดลักษณะรูปร่าง รูปทรง ขนาด ปริมาตร
 - ง่ายต่อการเข้าใจประเภทสินค้า รูปแบบกลมกลืนสอดคล้องกับสินค้า
 - สะดวกต่อการจับ ถือ ขนาดพอดี และสามารถรับน้ำหนักสินค้าได้
 - สะดวกต่อการเปิดใช้สินค้าและการเก็บรักษาเพื่อใช้ต่อ
 - สามารถถนอมสินค้าได้ วัสดุมีความเหมาะสม ป้องกันสินค้าตลอดอายุการวางขาย



- ๒) การออกแบบกราฟิก –เน้นการสื่อความหมายด้วยภาพวาดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมการขาย โดยจะต้องมีรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่บ่งบอกถึงตัวตนของสินค้า บอกวิธีการใช้งานหรือบริโศกและอื่นๆ เช่น ส่วนประกอบ ความรู้ เทคนิค วิธีการใช้ กรรมวิธี จุดขาย โดยการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ต้องคำนึงถึง



- ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย
 - ข้อมูลด้านการตลาด ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่าย ฤดูกาล บาร์โค้ด ตราสัญลักษณ์ต่าง ๆ
 - รูปแบบการกระจายสินค้า (ปลีก/ส่ง) พฤติกรรมผู้บริโภค
 - ปริมาณและมูลค่าของสินค้าในตลาด (ส่วนแบ่งทางการตลาด)
 - ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ประวัติความเป็นมา วิธีการอุปโภค/บริโภค
 - คำอธิบาย จุดเด่น ประโยชน์ ขนาดปริมาณบรรจุ ความถี่/ปริมาณการใช้ที่ใช้ต่อครั้ง ราคาและต้นทุน ข้อควรระวัง
- งานพิมพ์บรรจุภัณฑ์ มี 2 รูปแบบ
 - กล่องเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง เป็นบรรจุภัณฑ์พื้นฐานที่มุ่งเน้นการใช้งาน เน้นเรื่องราคา ในการตัดสินใจซื้อ
 - กล่องเป็นเครื่องมือทางการตลาด เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เป็นสื่อโฆษณา และประชาสัมพันธ์นอกเหนือจากการใช้งาน การวางแผนคิดจะสอดคล้องกันระหว่างสินค้าบรรจุภัณฑ์ชั้นใน และบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก ออกแบบสวยงามเน้นตราสินค้าและความเด่นเมื่อโชว์ตามร้านค้า

- สีที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์ ในการออกแบบ

- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สันนิษฐานว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่ง เพราะสีเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อประสาทสัมผัส เป็นเครื่องดูดความสนใจทำให้เกิดความรู้สึกอยากจับต้องอยากสัมผัส โดดเด่น

การเลือกใช้สี ต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและกลุ่มลูกค้าด้วย ซึ่งมีความรู้สึกนึกคิด รสนิยม วัฒนธรรมและความเชื่อเรื่องสีที่ต่างกัน การใช้สีสัญลักษณ์ตามจิตวิทยา

สี	ความรู้สึก	ความหมาย	ความเชื่อ
ขาว	สะอาด ว่างเปล่า เย็นชา	เพชร ความสะอาด ความบริสุทธิ์ ความดี การยอมแพ้	งานศพ ความสมบูรณ์ ผู้ที่ชอบสีนี้มักเป็นคน เย็นชา
แดง	ตื่นเต้น เร้าอารมณ์ มีพลัง ร้อนแรง ระวัง	กล้าหาญ การเติบโต ความตั้งใจ อันตราย ความรัก ดวงอาทิตย์	ความปรารถนา งานมงคล (เงิน)
ส้ม	สดใส	เกียรติยศ มีพลัง	-
เหลือง	เบิกบาน สว่าง แจ่มใส	การเริ่มต้น ความฉลาด การแจ้งเตือน ความใหม่	ความเป็นเหตุเป็นผล อุดมการณ์
เขียว	สงบ เยือกเย็น สดชื่น มีชีวิตชีวา ปลอดภัย	ความหวัง ความอุดม สมบูรณ์ ความปลอดภัย	ชีสสาร ร่มรื่น
ฟ้า	กระชุ่มกระชวย สดใส ตื่นตัว ธรรมชาติ สดชื่น ชุ่มชื้น	อิสระเสรี อดทน ลดความตึงเครียด	สันติภาพ
ม่วง	กอดดัน ลึกลับ ภาคภูมิใจ สูงส่ง	มีพลัง มีจินตนาการ	สีของแม่ม่าย สีของ เพศที่สาม
น้ำตาล	สุขุม หนักแน่น ธรรมชาติ แข็งแรง	ความมั่งคั่ง โบราณ เก่าแก่ ความอบอุ่น	อนุรักษนิยม
เทา	เศร้า เหงา	ความเรียบร้อย ความสงบ	คนแก่ การมีเหตุมีผล ความสมดุลย์
ดำ	ลึกลับ มีพลัง	ความมืด ความว่างเปล่า ความโศกเศร้า ความเป็นทางการ	งานศพ ความตาย ไสยศาสตร์ ความไม่เป็นมงคล

ข้อควรคำนึงในการเลือกใช้สีบนบรรจุภัณฑ์

- สีที่ใช้ควรเป็นสีที่จางๆ สามารถทำให้นึกถึงยี่ห้อหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้ทันที ใช้สีจางได้ง่ายดีกว่าใช้สีแปลก ๆ ไม่คุ้นตา
- สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ควรเป็นสีที่เหมาะสมกับผู้บริโภคในทุก ๆ สถานการณ์ที่ผู้บริโภคนำมาใช้งาน

- การเลือกใช้สีควรเลือกตามลักษณะของลูกค้า เพศ สังคม เศรษฐกิจ สภาพภูมิประเทศ ที่ตั้งลักษณะตลาด
- แสงที่ใช้ในร้านค้า ซุปเปอร์มาร์เก็ต ก็ต้องนำมาพิจารณาด้วย เพราะแสงไฟที่แตกต่างกันก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกต่อสีได้
- สีของผลิตภัณฑ์และสีของบรรจุภัณฑ์ควรเข้ากันได้ดี มิฉะนั้นจะเกิดความขัดแย้งเกิดขึ้น เมื่อเปิดสินค้าออกจากบรรจุภัณฑ์
- สีที่เลือกใช้จะต้องดูดีเมื่อพิมพ์ขาว-ดำ หรือออกทีวีขาว-ดำ หรือลงนิตยสารอื่นๆ ด้วย

เทคนิคการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

ในปัจจุบันที่การตลาดมีการแข่งขันสูง มีสินค้ามากมายทั้งประเภทเดียวกันและต่างประเภทกัน ดังนั้นในการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์จึงต้องคำนึงถึงสิ่งสำคัญ ๒ ประการคือ

๑) วิธีการดำเนินชีวิตผู้บริโภคสมัยใหม่

- ประชากรผู้บริโภคมียุคสูงเพิ่มขึ้น
- การแต่งงานช้าลง ขนาดของครอบครัวเล็กลง
- การอพยพเข้ามาอยู่อาศัยและทำงานในเขตเมืองมากขึ้น
- เวลาในการปรุงอาหารเองจำกัด
- คำนึงถึงเรื่องสุขภาพมากขึ้น

๒) ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

- ๑) กำหนดกลุ่มเป้าหมาย
- ๒) กำหนดชื่อตราสินค้า (Brand)
- ๓) กำหนดวัสดุหลักที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์
- ๔) ออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์
- ๕) ออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์

นอกจากนี้ยังสามารถใช้การนำประสบการณ์ของผู้ใช้ (User Experience: UX) มาช่วยในการสร้างสินค้า ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ไปจนถึงกระบวนการทางการตลาด เพื่อสร้างอาชีพอีกด้วย โดยในการใช้การนำประสบการณ์ของผู้ใช้ (User Experience: UX) ผู้ออกแบบต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการออกแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ดึงเอาผู้ใช้ (กลุ่มเป้าหมาย) เข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มออกแบบสินค้า หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การออกแบบสินค้าโดยคำนึงถึงผู้ใช้เป็นหลักนำความต้องการของผู้ใช้ และความต้องการของธุรกิจมารวมกันและสร้างสินค้าที่สามารถตอบโจทย์ได้ทั้ง 2 ฝ่าย เริ่มจากคำถาม 4 ข้อที่ต้องตอบให้ได้ชัดเจน ได้แก่ ๑) ใครใช้ ? ๒) ใช้ทำอะไร ? ๓) ใช้อย่างไร ? ๔) ใช้ในสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ใด ?

ตัวอย่างการออกแบบสินค้า ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ และแผนการตลาดที่ใช้การนำประสบการณ์ของผู้ใช้ (User Experience: UX) มาใช้ในการออกแบบ

