



Packaging ออกแบบดี มีแต่เพิ่มกำไร

กลยุทธ์การออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นกลยุทธ์เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกรูปแบบของบรรจุภัณฑ์และประเภทของวัสดุที่ใช้ เพื่อนำไปใช้กับสินค้าที่พัฒนาใหม่ หรือมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสินค้าใหม่ โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะทำให้สะท้อนภาพลักษณ์ของตราสินค้า และเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้

การบรรจุภัณฑ์ เป็นกระบวนการหนึ่งของการตลาด เนื่องจากในปัจจุบันมีธุรกิจที่มีลักษณะสินค้าใกล้เคียงกันเป็นจำนวนมาก มาตรฐานและคุณภาพก็ใกล้เคียงกัน การตลาดที่สำคัญจึงต้องหันมาให้ความสำคัญกับการบรรจุภัณฑ์มากขึ้น โดยประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์นั้นก็มากมาย ไม่ว่าจะเป็น ช่วยในการเก็บรักษาสินค้าให้ยาวนานขึ้น, ส่งเสริมการขาย, กระตุ้นการตลาด, ส่งเสริมการโฆษณา บทบาทของบรรจุภัณฑ์จึงเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

สิ่งที่ต้องพิจารณาเมื่อจะทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จะต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆต่อไปนี้คือ ผู้บริโภค, ตัวสินค้า, เป้าหมายทางการตลาด, การขนส่งและการจัดเก็บ, กฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงปัจจัยในด้านอื่นๆ

ผู้บริโภค ตัวแปรสำคัญในด้านยอดขาย สิ่งที่ต้องทำคือทำการวิจัยตลาด เพื่อสำรวจตรวจสอบถึงความต้องการในสินค้าทั้งชนิดและปริมาณ โอกาสที่ผู้บริโภคมีการซื้อสินค้า ข้อมูลต่างๆเหล่านี้จะนำไปสู่แนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการหรือเทศกาล เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และยังทำให้สินค้ามีความแตกต่างจากของคู่แข่งอีกด้วย

สินค้า...เมื่อรู้แนวทางของผู้บริโภคแล้วจึงกลับมาดูที่สินค้าว่ามีลักษณะอย่างไร รูปร่างหรือรูปทรงอย่างไร มีส่วนผสมอะไรบ้าง จำเป็นต้องระบุข้อมูลทางโภชนาการหรือไม่ กระบวนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ ข้อแนะนำเกี่ยวกับการบริโภค ข้อควรระวังต่างๆ ซึ่งข้อมูลทุกส่วนนั้นจะต้องนำมาประกอบการตัดสินใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งสิ้น

เป้าหมายทางการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคนั้น ต้องมีการวิเคราะห์สินค้าที่มีอยู่กับคู่แข่ง เพื่อให้การออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นไม่ไปซ้ำซ้อนกับคู่แข่ง ลูกค้าจะได้ไม่เกิดความสับสนในการเลือกซื้อ

สินค้า เมื่อบรรจุภัณฑ์มีความแตกต่าง การไปถึงเป้าหมายทาง การตลาดจึงเป็นไปได้ง่ายกว่า รวมไปถึงแหล่งที่จะมีการนำ สินค้าไปวางจำหน่าย ลักษณะพื้นที่ในการวางสินค้า จะใช้เป็น ตัวกำหนดรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อไป

การขนส่งและการจัดเก็บ ลักษณะของการขนส่งจะใช้ เป็นตัวกำหนดรูปร่างของบรรจุภัณฑ์และวัสดุที่จะนำมาใช้ในการ ผลิตบรรจุภัณฑ์อีกด้วย เพราะวัสดุที่แข็งแรงทนทานจะสูงกว่า หากการขนส่งไม่ได้กระทบกระเทือนกับสินค้ามากนักก็สามารถ ใช้วัสดุแบบที่คงรูปหรือแบบยืดหยุ่นแทนซึ่งราคาจะต่ำกว่า

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องอยู่ภายใต้ข้อบังคับของสำนักงานอาหารและยา(อย.) จึง ควรศึกษาเกี่ยวกับลวดลายที่ใช้ ข้อมูลจำเป็นที่ต้องระบุลงบน บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จาก พรบ. มาตรฐานอุตสาหกรรม พ.ศ.2511, พรบ.อาหาร พ.ศ.2522 และ พรบ.มาตรฐานฉลาก พ.ศ.2466

ปัจจัยอื่นๆ ความยืดหยุ่นในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีความสำคัญมากเพราะผู้บริโภคมีพฤติกรรมและรสนิยมที่ เปลี่ยนแปลงไปตลอด นอกจากนั้นก็ยังรวมถึงความ เคลื่อนไหวของคู่แข่งทางการค้าด้วย ซึ่งหากปัจจัยเหล่านี้ เปลี่ยนแปลงไป บรรจุภัณฑ์ที่มีก็ควรจะได้มีการออกแบบและ ปรับปรุงให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่อไป

ประเภทของบรรจุภัณฑ์จะมีการแบ่งตามหลักเกณฑ์ ต่างๆได้ดังนี้ ถ้าแบ่งตามหน้าที่ก็จะแยกได้ 5 ประเภท คือ การ ป้องกันตัวสินค้า, การรักษาคุณภาพ, ความสะดวกในการใช้ งาน, ความประหยัดในการขนส่งและการตอบสนองต่อความ ต้องการของผู้บริโภค โดยที่โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มี 3 ส่วนคือ

บรรจุภัณฑ์เฉพาะ (Individual Package) เป็นส่วน โครงสร้างที่อยู่ติดกับสินค้า อยู่ชั้นแรกของบรรจุภัณฑ์ วัตถุประสงค์คือ เพื่ออำนวยความสะดวกทั้งในเรื่องการจับและ การป้องกันความเสียหายให้กับตัวสินค้าภายใน

บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ ในชั้นถัดมา มีหน้าที่รวมเอาบรรจุภัณฑ์ในชั้นแรกไว้เป็นชุดๆ วัตถุประสงค์คือ ป้องกันสินค้าจากความชื้น ความร้อน แสง

การกระเทือน เป็นต้น ตัวอย่างเช่น กล่องบรรจุเครื่องดื่มชนิด 12 ขวด เป็นต้น

บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Outer Package) เป็นบรรจุ ภัณฑ์ชั้นนอกสุดที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่และใช้ในการขนส่ง ส่วนมากผู้บริโภคมักไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ชั้นนี้กันมากนักเพราะ ใช้ในการเคลื่อนย้ายสินค้าเสียส่วนใหญ่ เช่น หีบ ลัง กล่อง ขนาดใหญ่ เป็นต้น

“เมื่อผู้บริโภคได้เห็นแล้ว
จะต้องเข้าใจและทราบได้
ทันทีว่าสินค้านั้น
คือสินค้าประเภทใด
สำหรับใช้งานอะไร”

ประเภทของวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์จะแบ่ง ตามลักษณะทางกายภาพของวัสดุเป็น 3 ชนิด คือ

แบบคงรูป (Rigid Packaging) เช่น แก้ว กระป๋อง โลหะ พลาสติกแข็ง ข้อดีก็คือ มีความคงทนแข็งแรง ลำเลียง ด้วยระบบอัตโนมัติได้สะดวก

แบบกึ่งคงรูป (Semi-Rigid Packaging) เช่นขวด พลาสติกแบบอ่อน โฟม ถ้วยไอศกรีม ข้อดีคือมีราคาที่ถูก กว่าบรรจุภัณฑ์แบบคงรูป มีรูปร่างที่คงรูปอยู่ได้หากไม่ได้รับ การกระทบกระเทือนมากเกินไป

แบบยืดหยุ่น (Flexible Packaging) เช่น ซอง ถุง กระดาษ ข้อดีคือ ราคาถูกมาก แต่ไม่สามารถรับแรงกระแทกได้ มากต้องนำไปบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงเพื่อป้องกันการ กระทบกระเทือนอีกครั้งหนึ่ง

หลักในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์เป็นหลัก โดยจะมีการออกแบบในส่วนของโครงสร้างและลวดลายภายนอก ซึ่งต้องใช้องค์ประกอบต่างๆ มาพิจารณาร่วมด้วยคือ ความเหมาะสมของชนิดวัสดุ ที่สามารถป้องกันสินค้าได้ไม่บอบสลายง่าย, รูปแบบที่มีความสัมพันธ์กับตัวสินค้า, ขนาดที่พอเหมาะ, ลวดลายต่างๆ, คำโฆษณา และสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้า โดยรวมแล้วจึงจำเป็นต้องใช้ความรู้ทางด้านองค์ประกอบศิลป์เป็นอย่างมาก เพื่อให้ทุกอย่างบนบรรจุภัณฑ์ออกมาอย่างกลมกลืนสวยงาม บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้

ขั้นตอนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

กำหนดกลุ่มเป้าหมาย เป้าหมายที่ว่าคือกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการในสินค้า เป็นลูกค้ากลุ่มใดบ้าง วัยรุ่น, วัยทำงาน, เด็ก หรือผู้สูงอายุ เพราะลวดลายภายนอกจะมีความสามารถในการดึงดูดลูกค้าในแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน และแน่นอนว่าลูกค้าในแต่ละกลุ่มนั้นมีอายุที่ต่างกัน ความต้องการในสินค้าก็ไม่เหมือนกัน มีรสนิยมที่แตกต่างกัน บรรจุภัณฑ์จึงต้องปรับเปลี่ยนให้เข้ากับกลุ่มลูกค้าอื่นๆ สิ่งที่จะแตกต่างกันอย่างชัดเจนก็คือ สีและลวดลายของบรรจุภัณฑ์

ตราสินค้า (Brand) ตราสินค้าควรมีการออกแบบไว้ก่อนที่จะทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพราะตราสินค้าเป็นเอกลักษณ์หรือตัวแทนของสินค้านั้น จึงต้องมีความโดดเด่น น่าสนใจ จดจำง่าย และที่สำคัญคือต้องแตกต่างจากคู่แข่ง เมื่อออกแบบตราสินค้าแล้วก็กำหนดว่าจะนำไปวางบนส่วนใดของบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคสังเกตเห็นและจดจำตราสินค้าได้ง่ายและรวดเร็ว

วัสดุที่ใช้ การกำหนดชนิดของวัสดุต้องคำนึงถึงการใช้งานเป็นหลัก ตามมาด้วยความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ความปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม วัสดุที่คงรูปจะมีราคาสูงที่สุดแต่หากจำเป็นต้องเลือกใช้ก็หลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น สินค้านั้นต้องถูกวางกับซ้อนกันหลายๆ ชั้น จากการขนส่งหรือการจัดเก็บ ซึ่งอาจทำให้ตัวสินค้าภายในเสียหายได้ แต่ข้อดีอีกอย่างหนึ่งของบรรจุภัณฑ์แบบคงรูปก็คือ จะสามารถนำกลับมาใช้งานได้บ่อยและนานกว่าแบบอื่นๆ จึงต้องพิจารณาให้ถึงจุดคุ้มทุนว่าหากเรา

ต้องมีการขนส่งสินค้าบ่อยๆ วัสดุแบบนี้ก็คุ้มค่ากว่าเพราะป้องกันสินค้าภายในได้ดีที่สุดอยู่แล้ว

รูปทรง ควรมีการออกแบบให้มีรูปร่างสวยงาม โดดเด่น เห็นแล้วสะดุดตา บ่อยครั้งที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าเพราะเห็นรูปทรงที่แปลกตาของบรรจุภัณฑ์ ทั้งๆ ที่ไม่มีความจำเป็นต้องใช้สินค้านั้นเลยด้วยซ้ำ นอกจากนั้นรูปทรงที่แปลกตานี้ยังจะสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับตัวสินค้าได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย

สีและลวดลาย การใช้โทนสีต้องเลือกใช้ให้เหมาะกับกลุ่มผู้บริโภค ถ้าเป็นเด็กก็เน้นที่ลวดลายการ์ตูนสีสันฉูดฉาด ถ้าเป็นกลุ่มวัยรุ่นก็เป็นลายกราฟฟิคเก๋ๆ หรือรูปดาราศาสตร์ที่กำลังเป็นที่ชื่นชอบ สีต้องสดใสดึงดูดใจ ถ้าเป็นวัยทำงาน ก็ต้องเป็นลายกราฟฟิคที่ดูเรียบง่ายไม่รกตา สีก็เน้นแนวปานกลางก็คือ ไม่สดเกินไป ไม่มืดเกินไป ข้อที่ควรคำนึงถึงก็คือตราสินค้าต้องมีความโดดเด่นที่สุด เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคจดจำได้อย่างรวดเร็ว ข้อมูลอื่นๆ ที่ควรใส่ลงไปในบรรจุภัณฑ์ก่อนจากนั้นจึงค่อยนำลวดลายหรือกราฟฟิคมาใช้เป็นฉากหลังเพื่อขับให้ตราสินค้าและข้อมูลอื่นๆ โดดเด่นขึ้นมา

ภาพรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็คือเมื่อผู้บริโภคได้เห็นแล้วจะต้องเข้าใจและทราบได้ทันทีว่าสินค้านั้นคือสินค้าประเภทใด (Easy to Identify) ไม่มีความจำเป็นใดๆ ที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความซับซ้อน ซึ่งจะทำให้ลูกค้าหมดความสนใจที่จะหยิบจับสินค้าขึ้นมาดู เทคนิคที่ใช้กันส่วนมากก็นำภาพของสินค้ามาไว้บนบรรจุภัณฑ์เลยเข้าใจง่ายไม่ต้องเสียเวลาคิดคำพูดหรือคำโฆษณา ประเด็นต่อไปคือบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะต้องจับถือง่าย (Easy to Hold) ความถนัดในการหยิบจับสินค้าจะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าจะมีความสะดวกในการเคลื่อนย้าย นำตัดสินใจซื้อ มากกว่าแบบที่จับถือได้ยาก บรรจุภัณฑ์ที่ดียังคงต้องเปิดใช้งานได้ง่าย (Easy to Open) ลูกค้าต้องการใช้สินค้าไม่ได้ต้องการสนุกกับการหาวิธีการแกะบรรจุภัณฑ์ดังนั้นจึงควรออกแบบให้เปิดใช้งานได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว คำอธิบายบนบรรจุภัณฑ์ต้องสั้นกระชับง่ายต่อการทำความเข้าใจ (Easy to Understand) ยิ่งเป็นสินค้าใหม่หากมีการแนะนำวิธีการใช้งานไม่ได้สะดวกรวดเร็ว ลูกค้าที่สนใจก็ตัดสินใจซื้อได้ง่าย หากสินค้าถูกบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์อีกทีก็ต้อง

ออกแบบให้หยิบออกได้ง่าย (Easy to Take out) นอกจากนั้น หากสินค้าสามารถใช้ได้เลยโดยไม่ต้องนำออกจากบรรจุภัณฑ์ก็ต้องออกแบบให้ใช้งานได้ง่าย (Easy to Use) หลังการใช้งาน

แล้วบรรจุภัณฑ์นั้นก็ต้องเก็บได้สะดวกหรือกำจัดได้ง่าย (Easy to Store or Dispose) และที่สำคัญก็คือบรรจุภัณฑ์ที่ใช้นั้นจะต้องมีความปลอดภัย (Injury Prevention)