

## ความสำคัญและการสื่อความหมาย ในงานกราฟิกบรรจุภัณฑ์

\* ไกรวุฒิ วงษ์ชัย

ย้อนอดีตเมื่อหลายสิบปีที่ผ่านมาถุงพลาสติกยังไม่มียุติภาพในชีวิตประจำวันของเราเท่าทุกวันนี้ การค้าขายในตลาดสดของสังคมพื้นบ้าน ภาชนะหรือสิ่งที่มาห่อหุ้มของที่ค้าขายก็ล้วนมาจากธรรมชาติแทบทั้งสิ้น เช่น ขนมหหรือกับข้าวก็ห่อด้วยใบตองกล้วย (ใบตองมีความเรียบมัน ขนมหหรืออาหารที่ห่อจะไม่ติดกับใบตอง) ข้าวเหนียวก็ห่อด้วยใบตองตึง (ใบตองตึงมีลักษณะคล้ายใบสัก) ทำให้เก็บความอุ่น นุ่ม ของข้าวเหนียวได้ดีเปิดรับประทานก็อร่อย การค้าขายก็มีกลยุทธ์อยู่บ้าง เช่น ลวดลายการพับห่อที่ไม่เหมือนกัน การมีสิ่งมาเติมแต่ง เช่น ใบไม้ ดอกไม้สวยๆ มาติดวัสดุที่ห่อหุ้มอาหารอีกที ดูแล้วเป็นศิลปะน่ารักดี ทำให้ผู้ซื้อสามารถแยกได้ว่าเป็นแม่ค้าคนไหน ที่เห็นได้ชัดอีกตัวอย่างหนึ่งของภาชนะบรรจุภัณฑ์ในอดีตคือกล่องใส่ข้าวเหนียวทางภาคเหนือ การผลิตโดยการสานเป็นลวดลายจากไม้ไผ่ บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์จากภูมิปัญญาของท้องถิ่น

หีบ ห่อ กล่อง ถุง ในอดีตคำพวกนี้เป็นคำที่เรียกกันง่าย ๆ และเข้าใจได้ง่าย คำว่า “บรรจุภัณฑ์” อาจไม่คุ้นเคยมากนัก แต่ในปัจจุบันคำว่า “บรรจุภัณฑ์” (Packaging) ก็เป็นคำที่เข้าใจกันโดยทั่วไปและใช้กันอย่างแพร่หลาย หรืออาจเรียกว่าเป็นภาษาทางการใช้เรียกแทนคำที่กล่าวมาข้างต้นได้ งานบรรจุภัณฑ์นั้นมีความสำคัญในสินค้าทุกอย่าง ไม่ว่าจะป็นสินค้าเกษตรกรรม สินค้าอุตสาหกรรม ล้วนแต่ต้องมีบรรจุภัณฑ์มาห่อหุ้มทั้งสิ้น งานบรรจุภัณฑ์จึงมีความจำเป็นต่อผู้ผลิตสินค้าตั้งแต่ระดับเล็ก ปานกลาง จนถึงขนาดใหญ่ ผู้ที่ศึกษาและให้ความสำคัญเรื่องบรรจุภัณฑ์อย่างแท้จริงย่อมส่งผลต่อสินค้าของตนเอง

\* อาจารย์.  
ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร  
คณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.



เปรียบเทียบตัวอย่างเครื่องหมายลักษณะ  
แบบ 2 มิติ (2 Dimensio)  
กับแบบ 3 มิติ (3 Dimension)

**ลักษณะงานบรรจุภัณฑ์ มีอยู่สองส่วน คือ**

**1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์**

ได้แก่โครงสร้างด้านวัสดุในการผลิตบรรจุภัณฑ์ โดยอาศัยหลักการร่วมกันทั้งทางด้าน การออกแบบ การใช้หลักการทางวิทยาศาสตร์ เช่น ฟิสิกส์ เคมี คณิตศาสตร์ เป็นต้น เข้ามาเกี่ยวข้องในการออกแบบและผลิต

**2. กราฟิกรบรรจุภัณฑ์**

เป็นสิ่งที่ปรากฏบนตัวโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ประกอบกันเป็นงานกราฟิกบรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องมือในการสื่อความหมายไปยังผู้บริโภคให้เกิดการรับรู้และเข้าใจ ได้แก่ ตัวหนังสือหรือข้อความ (Text) ภาพกราฟิก ได้แก่ ตราสินค้า (Brandname, Logo) เครื่องหมายการค้า (Trademark) สัญลักษณ์ (Sign, Symbol) รวมไปถึงภาพกราฟิกอื่น เช่น รูปภาพประกอบ เส้น จุด สี ฯลฯ โดยลักษณะทั้งสองส่วนนี้มีจุดประสงค์ต่างกันและเหมือนกันคือ โดยการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์จะเป็นในเรื่องการปกป้อง ห่อหุ้ม สิ่งของภายในมิให้เกิดความเสียหายจากสิ่งที่เป็นอันตรายภายนอก และเพื่อประโยชน์ เช่น ในการขนส่ง การจัดแสดง การวางสินค้า การจัดเก็บ ฯลฯ ส่วนกราฟิกบรรจุภัณฑ์จะเน้นเรื่องการสื่อสารกับประชาชนหรือผู้บริโภค ในการสร้างความเข้าใจในสินค้า สื่อถึงภาพลักษณ์ของสินค้าและผู้ผลิต ยังรวมถึงการสร้างจุดความจดจำในสินค้า ส่วนจุดประสงค์ที่เหมือนกัน (ควรจะเหมือนกัน) คือ ทั้งโครงสร้างของตัวบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ย่อมจะต้องเป็นหนึ่งเดียวกัน (Unity) ด้านการออกแบบและเลือกใช้วัสดุทำโครงสร้างต้องเหมาะสมกับการใช้งาน ด้านกราฟิกควรมีการออกแบบที่เหมาะสมสอดคล้องกับตัวบรรจุภัณฑ์ กราฟิกจะเป็นการสื่อความหมายไปยังประชาชน ส่วนตัวบรรจุภัณฑ์ก็จะมีหน้าที่ดูแลสินค้าภายใน ทั้งสองส่วนก็สามารถที่จะกำหนดการออกแบบไปในทิศทางเดียวกันได้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีไม่ควรที่แยกความสัมพันธ์ระหว่างกัน

ในเนื้อหานี้จะขอกล่าวถึงความสำคัญและหลักการสื่อความหมายงานกราฟิกบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนใหญ่ เพราะกราฟิกบรรจุภัณฑ์เป็นงานแขนงหนึ่ง ที่มีทั้ง ศาสตร์ (Science) และศิลป์ (Art) เป็นองค์ประกอบในการทำงานร่วมกัน งานกราฟิกมีความสำคัญที่จะเป็นตัวแทนในการสื่อสารกับประชาชนสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ ปัจจุบันเราจะพบว่าการแข่งขันด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์มีสูงมาก แต่ละผู้ผลิตจะพยายามหาเทคนิค แนวคิดและวิธีการต่างๆ มากมาย มาสนับสนุนในการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ของตนเองก็เพื่อสื่อสารกับประชาชนให้เกิดแรงจูงใจในการเลือกสินค้าของตนให้มากที่สุด งานกราฟิกบรรจุภัณฑ์จึงไม่เพียงเป็นส่วนประกอบที่เพิ่มเติมบรรจุภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังคงมีบทบาทเป็นพระเอกของงานบรรจุภัณฑ์เลยทีเดียวทีเดียวนี้จึงมักเห็นการออกแบบกราฟิก ในรูปแบบทันสมัย แปลกใหม่ เช่นการใช้สีฉูดฉาดตา การใช้ภาพที่ดึงดูดผู้บริโภค วิธีการแบบนี้อาจส่งผลทำให้สินค้าที่นั่นประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับได้

### กราฟิกบรรจุภัณฑ์กับความสำคัญในการสื่อความหมาย

กราฟิกบรรจุภัณฑ์เป็นหน้าต่างบานแรกที่เปิดต้อนรับผู้บริโภคเข้าสู่สัมผัส เปรียบเสมือนหน้าต่างบุคลิกภาพของบรรจุภัณฑ์ กราฟิกที่สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้ดี ย่อมทำให้ผู้บริโภคยอมรับและตัดสินใจเลือกสรรได้ กราฟิกบรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญในการสื่อความหมาย แยกประเด็นได้ดังนี้

#### 1. สร้างความจดจำในตราสินค้า

กราฟิกที่ดีย่อมสร้างความจดจำในตราสินค้าได้มาก เมื่อสินค้าเป็นที่จดจำแล้วย่อมส่งผลดีในหลายด้าน เช่น การเลือกสรรครั้งต่อไป การบอกต่อ การแนะนำยกตัวอย่างการสื่อสารภาพกราฟิก นอกจากการเลือกใช้ สี สีสัญลักษณ์ หรือตราสินค้าที่ดีแล้ว การนำเสนอภาพในลักษณะแบบ 2 มิติ (2 Dimension) กับแบบ 3 มิติ (3 Dimension) อาจเป็นไปได้ที่การนำเสนอภาพแบบ 3 มิติ อาจสร้างความสนใจ กระตุ้นความรู้สึกการรับรู้ได้มากกว่าแบบ 2 มิติ (แต่ก็ไม่เสมอไปทั้งนี้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายอย่าง) เทคนิคการสร้างความคิดจำในตราสินค้าจึงเป็นกลยุทธ์ที่จำเป็นและนำมาใช้ในการออกแบบมาก

#### 2. ช่วยสร้างความเข้าใจในสินค้ามากขึ้น

งานกราฟิกยังมีความสำคัญเป็นสื่อกลางในการสร้างความเข้าใจในสินค้า ผู้บริโภคสามารถรับรู้ทั้งจากทางข้อความและภาพกราฟิกที่ปรากฏ การนำองค์ประกอบของตัวอักษรและภาพกราฟิกมาใช้ในการออกแบบยังช่วยสร้างความเข้าใจในสินค้าที่ดี

#### 3. เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต

มีคำกล่าวที่ว่า เหตุใดสินค้าบางอย่างได้รับการไว้วางใจจากประชาชนค่อนข้างมาก ทั้งที่ไม่เคยเห็นหน้าตาผู้ผลิต ไม่เคยเห็นสถานผลิต ไม่เคยเห็นวิธีการผลิต ทั้งนี้อาจเป็นเพราะได้รับความไว้วางใจในตราสินค้าและกราฟิกที่ปรากฏ ประชาชนสามารถเห็นภาพลักษณ์ที่ดีจากบรรจุภัณฑ์นั่นเอง ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเป็นผลไม้บรรจุกระป๋องชื่อ ก. มีการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ดีมาก มีความทันสมัย สวยงาม และน่าสนใจ แต่ผลไม้บรรจุกระป๋องชื่อ ข. มีการออกแบบที่ไม่ค่อยดี ไม่สวย และไม่น่าสนใจ ผลไม้บรรจุกระป๋องชื่อ ก. ได้จึงได้รับความนิยมมากกว่า ความรู้สึกในรสชาติที่รับประทานก็อร่อยกว่า แต่ที่จริงแล้วภายในบรรจุภัณฑ์และผลผลิตมาจากที่เดียวกันมีรสชาติเหมือนกัน กลับสร้างความรู้สึกที่แตกต่างกันได้ อย่างไม่น่าเชื่อ บรรจุภัณฑ์ที่มีความประณีตในกระบวนการออกแบบสามารถสร้างคุณค่าไม่เพียงแต่ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในเท่านั้นยังมองถึงภาพลักษณ์ที่ดีของผู้ผลิตได้ ยกกระดับความมีคุณค่าให้สูงขึ้น

### 4. เกิดการพัฒนางานบรรจุภัณฑ์

การพัฒนางานด้านการออกแบบสร้างสรรคบรรจุภัณฑ์ จะเป็นอีกด้านหนึ่งที่วัดคุณค่าของท้องถิ่นจนถึงความเป็นชาติ ประเทศที่เจริญแล้วอย่างประเทศญี่ปุ่นมีอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ที่ก้าวไปไกลมากทั้งด้านการออกแบบและการผลิต บรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่สำคัญไม่ละเลยที่จะใส่ใจในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพราะมีการกำหนดมาตรฐานบรรจุภัณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อมสูงมาก ในเมืองไทยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก็ควรจะมีทิศทางที่แน่นอนเช่นกัน การพัฒนาควรคำนึงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นการใส่ใจในการอนุรักษ์ธรรมชาติแล้วสิ่งแวดล้อมการสรรหาวัตถุดิบในการนำมาทำบรรจุภัณฑ์ ให้เป็นวัตถุดิบชนิดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environment friendly packaging) ซึ่งสอดคล้องกับนาชาติเป็นอยู่ เช่น การลดบรรจุภัณฑ์โลหะหรือพลาสติกเปลี่ยนเป็นกระดาษแทน สามารถนำวัสดุธรรมชาติมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ได้ดี ด้านการออกแบบกราฟิกและการสื่อความหมายควรเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (โดยเฉพาะเอกลักษณ์แต่ละท้องถิ่นหรือของประเทศชาติ) แต่อย่าลืมความทันสมัยเป็นสากลที่ไม่โบราณจนเกินไป

### หลักการสื่อความหมายของกราฟิกบรรจุภัณฑ์

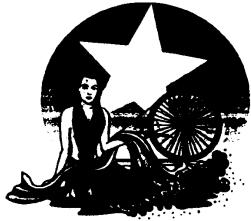
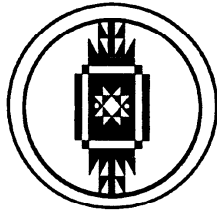
หลักการสื่อความหมายมีลักษณะเปรียบกับองค์ประกอบที่สำคัญของงานกราฟิกบรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องมือในการสื่อสารโดยตรง แยกหัวข้อดังนี้

#### 1. สร้างตรา (Brandname) เป็นของตนเอง

การสร้างตราหรือตราสินค้ามีความสำคัญมาก แต่ถ้าถูกละเลยไม่ให้ความสำคัญในการสร้างตรา ก็ย่อมส่งผลต่อผลิตภัณฑ์โดยตรง ในกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการแข่งขันสูง ผู้ที่สามารถนำตราสินค้าของตนมาจดทะเบียนผู้นำและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางย่อมได้เปรียบสูง การใช้ตราสินค้าที่ได้รับการกลั่นกรองทางความคิดออกมาในรูปแบบงานดีไซน์ที่ทันสมัย การสื่อสารกับประชาชนย่อมมีโอกาสสร้างความจดจำได้มาก และสามารถพัฒนาเป็นความซื่อสัตย์ต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ได้ การสร้างตราสินค้าอาจสร้างเป็นรูปแบบดังนี้

1.1 โลโก้ (Logo) คือภาพที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ในการสื่อความหมายอาจเป็นรูปภาพหรือภาพกราฟิกโดยไม่ต้องอาศัยการอ่านข้อความที่เป็นตัวอักษร

1.2 โลโก้ไทป์ (Logotype) คือชื่อที่เป็นตัวอักษรหรือนามที่ใช้เป็นสัญลักษณ์หรือบางครั้งอาจนำ Logo และ Logotype มาประกอบกันเป็นสัญลักษณ์ โดยรวมเรียกให้เข้าใจง่ายว่าเป็น Logo ก็ได้ ตราสัญลักษณ์จะมาแทนที่การใช้ภาษาหรือข้อความในการสื่อโดยตรงซึ่งยุ่งยากมากและจดจำได้ยากกว่า



ภาพตัวอย่างโลโก้ (Logo)

## 2. ความถูกต้องในการใช้สัญลักษณ์อื่นประกอบงานกราฟิก

นอกจากโลโก้ที่ต้องปรากฏในบรรจุภัณฑ์แล้ว บรรจุภัณฑ์บางอย่างอาจต้องมีสัญลักษณ์อื่นมาประกอบด้วย เช่น บรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับอาหารและยา บรรจุภัณฑ์อุปโภคบริโภค บรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยหรือแม่แต่บรรจุภัณฑ์ที่ต้องการรักษาสีแวดล้อม เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ที่กล่าวมามักพบสัญลักษณ์ต่างๆ ตัวอย่างเช่น เครื่องหมาย ออย. (อาหารและยา) เครื่องหมายฮาลาล (คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย) เครื่องหมายวีซีดีเคล็ด เครื่องหมาย มอก. เครื่องหมายหมายแสดงความปลอดภัย และเครื่องหมายมาตรฐานรับรองของหน่วยต่างๆ ตัวอย่างนี้เป็นเพียงบางส่วน แต่จะนำมาใช้กับบรรจุภัณฑ์ประเภทไหนก็จะแยกกันออกไป ที่สำคัญการนำมาใช้ควรศึกษาระเบียบข้อบังคับทางกฎหมายให้ถูกต้องเป็นการดีที่สุด

## 3. ข้อความและภาพต้องเหมาะสม

ข้อความหมายถึงรายละเอียดที่อธิบายเกี่ยวกับสินค้า เช่น ปริมาณหรือปริมาณ วิธีการใช้งาน ชื่อผู้ผลิต ผู้จำหน่าย วันผลิตและวันหมดอายุ เพื่อให้ผู้ใช้ได้รับรู้เข้าใจ สินค้าบางอย่างมีการอธิบายมากหรือน้อยไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับข้อกำหนดเนื้อหาข้อความ สินค้าบางชนิดไม่ต้องมีข้อความมากผู้ใช้ก็เกิดความเข้าใจได้ อาจเป็นเพราะได้รู้จักในตราของสินค้าและคุ้นเคยมานาน แต่บรรจุภัณฑ์บางประเภทต้องมีข้อความหรือสิ่งที่อธิบายไว้ชัดเจนเป็นไปตามระเบียบของกฎหมายที่กำหนดไว้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็ต้องศึกษาข้อบังคับให้ถูกต้องด้วย

สินค้าบางประเภทต้องอาศัยการอธิบายแสดงรายละเอียดต่อผู้ใช้เพื่อให้เกิดความเข้าใจมากขึ้นผู้ใช้สามารถเข้าใจและใช้อย่างถูกต้อง การสื่อความหมายในทางกราฟิกที่ชัดเจนทำให้สามแบบ แบบแรกคือการอธิบายด้วยข้อความตัวอักษรเพื่อสามารถอ่านเข้าใจได้ แบบที่สองคือการใช้ภาพกราฟิกในการอธิบาย สุดท้ายคือการใช้ทั้งตัวอักษรและภาพกราฟิกร่วมกัน ก็สามารถเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสม



ภาพตัวอย่างโลโก้ที่นำภาพและตัวอักษรมาประกอบกัน

**การใช้สีที่ดีในการสื่อความหมาย**  
การใช้สีในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นับว่าเป็นส่วนที่  
สำคัญมากเช่นกัน สี มีอิทธิพลในการสื่อสารกับผู้บริโภคทั้งทาง  
ตรงและทางอ้อม การกำหนดสีที่นำมาใช้กับบรรจุภัณฑ์ของ  
ตนเองควรวិเคราะห์ความเหมาะสมให้ดี ถ้ากล่าวถึงสีทางตรง  
ก็อาจเป็นสีของตราสินค้า ถ้าจะมองเห็นได้ชัดเจนยกตัวอย่างสี  
ที่เป็นสีประจำของสินค้า “โคคาโคล่า” หรือ “โค้ก” ก็คือสีแดง  
ส่วนของ “เป๊ปซี่” ก็จะใช้สีน้ำเงินเป็นหลัก ส่วนการใช้สีในทาง  
อ้อม (ซึ่งอาจจะไม่ใช่สีของเครื่องหมายการค้าโดยตรง) มักใช้  
เป็นสีประกอบงานบรรจุภัณฑ์ อาจแสดงออกเป็นลวดลาย  
กราฟิกประกอบการออกแบบก็ได้ ตัวอย่างเช่นสินค้าเกี่ยวกับ  
การเกษตรนิยมใช้สีเขียวในการสื่อเพราะสีเขียวเป็นสีของต้นไม้

เป็นสีบ่งบอกถึงความเป็นธรรมชาติได้ดีที่สุด สินค้าเกี่ยวกับน้ำ  
ดื่มส่วนใหญ่จะใช้สีฟ้าแทนความใสบริสุทธิ์ของน้ำ สินค้าเกี่ยว  
กับขนมเด็กจะใช้สีสดใสสะดุดตา เช่น สีแดง ส้ม เหลือง สินค้า  
สิ่งทอจะใช้สีที่อบอุ่นเป็นผู้ใหญ่ เช่น สีน้ำตาล น้ำเงิน เป็นต้น  
การเลือกใช้สีควรคำนึงถึงความเป็นเอกลักษณ์เหมาะสม และ  
สะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าให้เป็นที่ยอมรับได้ง่าย

บรรจุภัณฑ์สมัยใหม่จำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์พัฒนา  
ปรับปรุงในทุกด้าน ให้ก้าวทันสินค้า ทนการแข่งขัน ต้องสามารถ  
สื่อถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย แต่ที่สำคัญเป็น  
ที่สุดคือยาลืมความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ของท้องถิ่น และ  
ของประเทศ เพื่อบรรจุภัณฑ์ของไทยสามารถตอบสนองความ  
ต้องการของสังคมนำไปสู่ความเป็นสากลได้อย่างภาคภูมิใจ

# สนสวยการเกษตร

ภาพตัวอย่างโลโก้ที่เป็นตัวอักษร (Logotype)