ถอดรหัสการจัดวางองค์ประกอบกรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ชาลิปตั้น
DECODE THE COMPOSITION OF THE LIPTON TEA PACKAGING CASE STUDY

บุญญคมสัน เรืองฤฐาวร[1], ศรุต ลูกบัว[2], ธัญญะรัตน์ อภิพัฒน์รุจิกรณ์[3], ณัฐพิสิษฐ์ พลับขจร[4]

Boonyakhomsan Rueangtathawohn[1], Sarut lokboar[2], Thanyarat Apipatrugikorn[3], Nutpisit Pubkaion[4]

สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยชินวัตร

Department of Product Design, Faculty of Liberal Arts, Shinawatra University

Boonyakhomsan.r@siu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 1 กุมภาพันธ์ 2567
วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 25 กุมภาพันธ์ 2567
วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 15 มีนาคม 2567

บทคัดย่อ

หลายคนเคยมองบรรจุภัณฑ์ และเกิดความสงสัยหรือข้อคำถามในบรรจุภัณฑ์ที่จัดแสดงโชว์ในสถานที่ต่างๆ ว่าเหตุใดบรรจุภัณฑ์เหล่านั้นต่างก็ถูกสร้างสรรค์ออกแบบได้สวยงาม ถูกต้องตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผลงานเหล่านั้นใช้วิธีการใดในการสร้างสรรค์ โดยนัยเป็นที่แน่นอนว่าหลักการเหล่านั้นต้องเกิดมาจากกระบวนการของศาสตร์และศิลป์ หลักทฤษฎีการจัดองค์ประกอบศิลป์ หลักการทฤษฎีสี แต่วิธีการจัดตกแต่งองค์ประกอบบนผนังบรรจุภัณฑ์เหล่านั้น ถูกกำหนดขึ้นมาจากแนวความคิดแบบใด

บทความนี้จึงเป็นบทความที่นำเสนอวิธีการวิเคราะห์ “ถอดรหัสการจัดองค์ประกอบกรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ชาลิปตัน” ผลงานการออกแบบกราฟฟิกที่เป็นบรรจุภัณฑ์ในกลุ่มประเภทบรรจุภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายในประเทศมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ใช้สำหรับเพื่อการศึกษาเรียนรู้และนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ด้วยวิธีการสร้างแนวทางในการถอดรหัส การจัดองค์ประกอบบนผนังบรรจุภัณฑ์ที่นักออกแบบทั้งหลายนิยมออกแบบ ให้สามารถเห็นถึงวิธีการจัดวางรูปแบบขององค์ประกอบ ตำแหน่งการจัดวางรูปแบบกราฟฟิก ให้เป็นแนวทางที่จะนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบในเชิงพาณิชย์ หรือเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์การจัดองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ให้เห็นถึงปรากฏการณ์ต่างๆ ด้วยวิธีการหาความจริงที่เกิดจากปรากฏการณ์ในการสร้างสรรค์เหล่านั้น ให้การออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นสวยงามโดนใจผู้บริโภค ที่เกิดขึ้นจากประสบการที่นักออกแบบได้สร้างสรรค์ผลงาน

จนเกิดความชำนาญและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ในอนาคตต่อไป

คำสำคัญ : บรรจุภัณฑ์, ออกแบบ, กราฟฟิก, กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์, เทคนิคการออกแบบ

Abstract:

Many people have looked at packaging and had doubts or questions about the packaging that is displayed in various places. Why those packaging they were all beautifully designed and created, correct and meets the needs of the target group those works. What methods are used for creativity, the implication is certain that those principles must come from the process of science and art, Principles of art composition theory, Principles of color theory. But how to decorate the elements on those packaging walls established from what kind of concept.

This article therefore presents the analysis method " Decode the composition of the Lipton tea packaging case study" graphic design work for packaging in the packaging category distributed within the country used as a guideline for analysis, used for studying and learning and using it to benefit by creating guidelines to decipher the composition on packaging wall that many designers. Popularly used in design to be able to see how to arrange the format of the elements, graphic layout placement let it be a guideline to be used to benefit in creative design, packaging design work and commercial design or to use as a guideline for analysis. Arrangement of elements on the package to show various phenomena by means of finding the truth that arises from those phenomena in creation, make the packaging design beautiful satisfying consumers arising, from design experience that designers have created works until becoming skilled, and can be applied to benefit packaging design in the future.

Keyword: Packaging, Design, Graphics, Graphics on Packaging, Design techniques

บทนำ

การวิเคราะห์ข้อมูลในการออกแบบเพื่อจะให้ได้ข้อเท็จจริงที่เกิดจากกระบวนการวิเคราะห์ นักออกแบบพึงควรเข้าใจอย่างยิ่ง ว่าการออกแบบที่ดีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีแนวคิดและหลักการในการออกแบบที่ดี โดยเฉพาะนักออกแบบที่ยังขาดประสบการณ์พึงจะต้องเร่งศึกษาเรียนรู้แนวคิกในผลงานการออกแบบจากนักออกแบบที่มีประสบการณ์

เพื่อให้เห็นถึงวิธีการออกแบบที่ดี ซึ่งจำเป็นจะต้องเข้าใจในกระบวนการวิเคราะห์ ในหลักการจัดองค์ประกอบว่าผลงานการออกแบบที่ดีเหล่านั้ใช้เทคนิคและวิธีการใด ให้เกิดความเข้าใจจึงขอกล่าวถึงหลักการที่สำคัญให้เข้าใจซึ่งจำเป็นเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่จะนำไปสู่แนวคิดในการวิเคราะห์ หลักการดังกล่าวมี ดังนี้

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2547). ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์ว่า การวิเคราะห์หมายถึง การจำแนก แยกแยะองค์ประกอบของสิ่งใดสิ่งหนึ่งออกเป็นส่วนๆ เพื่อค้นหาว่ามา จากอะไรเชื่อมโยงสัมพันธ์กันอย่างไร เพื่อค้นหาสาเหตุแท้จริงของสิ่งที่เกิดขึ้น

สุวิมล ว่องวานิช (2553: 84) กล่าวถึงการวิเคราะห์เชิงคุณภาพนั้น สามารถกระทำได้หลายวิธี ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานราก (grounded data analysis) เริ่มด้วย การพิจารณาข้อมูลที่เก็บมาได้ และกำหนดหรือขีดเส้นประเด็นสำคัญ ตั้งชื่อประเด็นแล้วกำหนดเป็นคำสำคัญ การหารูปแบบความสัมพันธ์ของคำสำคัญหรือประเด็นต่าง ๆ จากนั้นจึงนำเสนอผลการวิเคราะห์

ทวีศักดิ์ นพเกสร. (2548) กล่าวไว้อย่างย่อว่า ข้อมูลเชิงคุณภาพ (qualitative data) หมายถึง รายละเอียดหรือข้อเท็จจริงที่มีลักษณะเป็นความคิดเห็น ความ เชื่อ เจตคติ คุณค่า โลกทัศน์ ความรู้ พฤติกรรม วิถีชีวิต ปฏิสัมพันธ์ โครงสร้างทางสังคม กระบวนการภายในกลุ่มหรือองค์กร การรับรู้ อารมณ์ความรู้สึก เป็นข้อมูลที่มีลักษณะเป็นข้อความหรือเป็นการพรรณนา (descriptive) เชิงวิเคราะห์

สุรพงษ์ ประเสริฐศักดิ์. (2522) กล่าวถึงองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์สามารถส่งผลให้สินค้าดูดี มีราคาสูง จะต้องประกอบด้วย เลขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ คือ ตัวพิมพ์หรืออักษร สี การจัดองค์ประกอบภาพประกอบ และลวดลายเชิงกราฟฟิก ความเรียบร้อยของการผลิตบรรจุภัณฑ์ เทคนิคพิเศษ วัสดุ รูปทรง ส่วนประกอบ เพื่อช่วยส่งเสริมสินค้าและเพิ่มมูลค่า

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2537) อธิบายการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องอาศัยความชำนาญประสบการณ์และความคิดสร้างสรรค์ เป็นกิจกรรมที่ต้องมีการวางแผนการออกแบบซึ่งเป็นสิ่งที่เกี่ยวพันกันอย่างใกล้ชิด ยังเป็นทั้งศิลปะ และวิทยาศาสตร์ ซึ่งถูกมองในหลายแง่มุม

ดั้งนั้นการจัดองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ จึงเป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน องค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์อาจรวมถึงส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบ หลักการข้อความสำคัญ เครื่องหมาย ภาพถ่าย หรือแม้กระทั่งคำแนะนำการใช้งาน การจัดองค์ประกอบอย่างมีประสิทธิภาพนั้นสามารถช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ และสร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภคได้ดีขึ้น การออกแบบองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ควรจะต้องใส่ใจในเรื่องการวิเคราะห์เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการ

ออกแบบ ผลที่เกิดจากการศึกษาผลงานการออกแบบที่ดีก็จะส่งผลให้นักออกแบบได้เห็นถึงแนวความคิดและปรากฏการณ์ต่างๆ เช่น วิธีการจัดวางองค์ปนะกอบ การใช้สี ความงดงาม ง่ายต่อการเข้าใจ และสอดคล้องกับตลาดกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ด้วย นักออกแบบจำเป็นจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในการออกแบบที่ดี เพื่อให้ผลงานการออกแบบนั้นโดยใจกลุ่มผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคได้ จะทำให้ผลงานการออกแบบได้รับความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับในสังคม

1. วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ

ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2553) อธิบายองค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบที่สามารถสร้างหรือเลือกใช้นั้น สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1. องค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบ
2. องค์ประกอบที่เป็นตัวอักษร
3. องค์ประกอบที่เป็นภาพและองค์ประกอบอื่นๆ

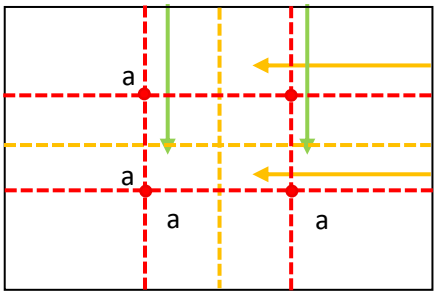
การออกแบบที่สวยงามมีความเหมาะสม สามารถช่วยเพิ่มความได้มาตรฐานและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ สร้างประสบการณ์และสร้างความประทับใจที่ดีต่อแบรนด์สินค้าและผลิตภัณฑ์ การทดสอบองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์จึงเป็นแนวคิดเชิงวิธีการ เพื่อให้แน่ใจว่าแนวคิดในการออกแบบที่ถูกสร้างสรรค์สามารถเข้าใจได้ง่ายและมีประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูล การทดสอบองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ เป็นกระบวนการที่ใช้เพื่อประเมินความเข้าใจและประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลของบรรจุภัณฑ์กับผู้ใช้หรือกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของการทดสอบคือเพื่อให้แน่ใจว่าองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ (เช่น สติกเกอร์, ป้ายโฆษณา, ข้อความ) มีความชัดเจนและเข้าใจได้ง่ายโดยไม่มีความสับสนในข้อความหรือการสื่อสาร

การวิเคราะห์องค์ประกอบ ด้วยหลักการสัดส่วนทอง (Golden Ratio)

เอ. ซาลาห์ชูร์ (A. Salahshoor) ,ฟายเยห์ โมจาร์ราด (Fayegh Mojarrad). (2012) กล่าวถึงการประยุกต์อัตราส่วนทองคำในบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ และผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์เป็นหนึ่งในเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค เนื่องจากการสั่งซื้อส่วนใหญ่โดยเฉพาะในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าสาขาจะดำเนินการแบบสุ่ม และไม่มีการวางแผนบรรจุภัณฑ์ไว้ล่วงหน้าจึงมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ ปัจจัยที่แตกต่างกัน เช่น สี รูปร่าง และโครงสร้าง ล้วนเกี่ยวข้องกับความน่าดึงดูดใจของบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งคือการใช้อัตราส่วนทองคำ บรรจุภัณฑ์ที่มีอัตราส่วนทองคำมีความน่าดึงดูดมากกว่าบรรจุภัณฑ์อื่นๆ นอกจากนี้เพศและอายุไม่มีผลกระทบต่อการเลือกแพ็คเกจที่มีอัตราส่วนทองคำ

ณัฐพันธุ์ ศุภกา. (2553) "จุดตัดเก้าช่อง" เป็นหนึ่งในกฎของการสร้าง composition เกิดจากการแบ่งพื้นที่ออกเป็น

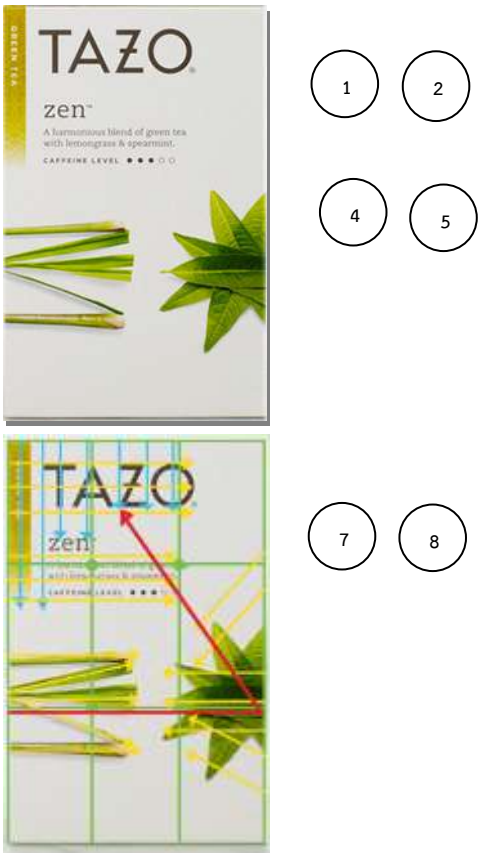
สามส่วนเท่าๆ กัน ทั้งด้านดิ่งและด้านขนาน เรียกว่า Rule of Thirds



ภาพที่ 1 แสดงการลากเส้นจุดตัดเก้าช่อง ที่เป็นจุด a และเส้นลูกศรแนวตั้ง กับแนวนอน แสดงการเลื่อนไหลของภาพกราฟฟิก เพื่อใช้ในการหาตำแหน่งการจัดวางองค์ประกอบของรูปแบบ และรูปทรงของบรรจุภัณฑ์
ที่มา บุญญคมสัน เรืองฤฐาวร

ลากเส้นจากด้านหนึ่งไปยังอีกด้านหนึ่ง และจากบนลงล่าง ก็จะได้เส้นตัดกันเกิดช่องออกมาเก้าช่อง และจะเกิดจุดตัดของเส้นทั้งหมดสี่จุดด้วยกัน เพื่อจะแบ่งพื้นที่ในเฟรมใช้สำหรับจัดวางจุดสนใจ หรือองค์ประกอบสำคัญในบริเวณที่ใกล้เคียงกับจุดตัดนั้นๆ (โดยไม่จำเป็นที่จะต้องตรงจุดพอดี) และเนื่องจากบรรจุภัณฑ์จะมีสีสันที่หลากหลาย การกำหนดค่าการวิเคราะห์จึงต้องถูกปรับให้มองเห็นอย่างชัดเจนเพื่อใช้สำหรับการอธิบาย

2. ตัวอย่างการวิเคราะห์



ภาพที่ 2 แสดงตัวอย่างการวิเคราะห์รูปของแบบ รูปร่าง รูปทรง การจัดองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ชา และชาชงสมุนไพร Tazo Assorted Tea Sampler 20ct Calm Chamomile, Passion, Zen Green Tea
ที่มา
https://www.walmart.com/ip/TAZO-Zen-Green-Tea-120-Ct/317663631

a) เส้นสีเขียวหรือแดง เป็นเส้นจุดตัด 9 ช่อง ถูกสร้างขึ้นเพื่อแสดงจุดตัด

ใช้สำหรับแบ่งพื้นที่การจัดวางองค์ประกอบ ใช้วิเคราะห์การจัดวางรูปแบบ รูปทรง พื้นที่ว่างขององค์ประกอบบนพื้นที่ผนังบรรจุภัณฑ์

b) เส้นสีฟ้าหรือขาว เป็นเส้นที่สร้างขึ้น เพื่อใช้สำหรับวิเคราะห์พื้นที่ว่าง ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับพื้นที่ ที่มีผลต่อความรู้สึกในการมองเห็นตำแหน่งการจัดวางองค์ประกอบของรูปทรงบรรจุภัณฑ์ในแนวตั้ง

c) เส้นสีเหลือง เป็นเส้นที่สร้างขึ้นเพื่อใช้สำหรับวิเคราะห์เส้น พื้นที่ว่าง จังหวะการเลื่อนไหลของตำแหน่งการจัดวางองค์ประกอบในภาพ ของกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์แนวนอน

d) เส้นสีแดง เป็นเส้นที่สร้างขึ้น เพื่อใช้สำหรับกำหนดเส้นของการนำสายตาไปสู่จุดสนใจ

e) ตัวเลข เป็นการกำหนดเพื่อใช้สำหรับวิเคราะห์พื้นที่สัดส่วน ในแต่ละพื้นที่ของบรรจุภัณฑ์ เกี่ยวกับค่าน้ำหนักของการจัดวางองค์ประกอบในลักษณะพื้นที่ย่อย

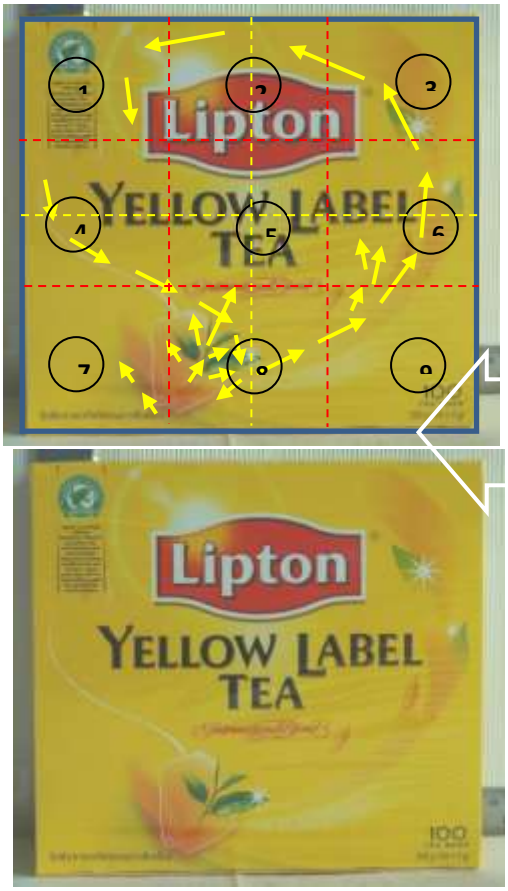
3. ดำเนินการวิเคราะห์



ภาพที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะการจัดองค์ประกอบภาพด้านหน้ากล่องชาลิปตัน

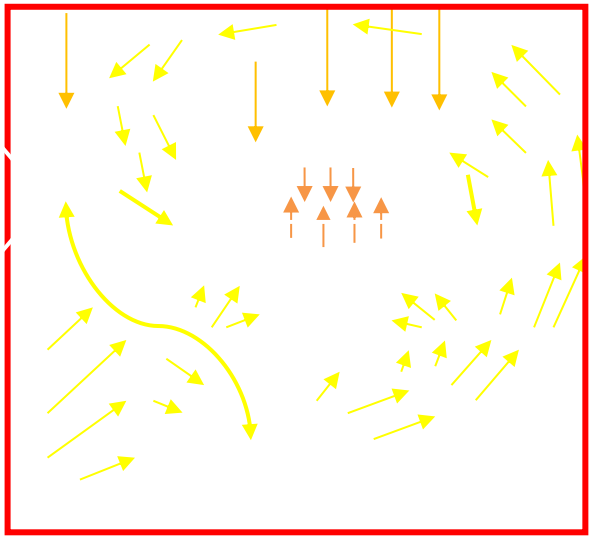
จะเห็นแนวทางการจัดวางองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชาลิปตัน จากเส้นตาราง 9 ช่อง และเส้นแบ่งครึ่งแนวตั้งและแนวนอน จะเห็นการนำสายตาจากการมองที่ถูกจัดวางคล้ายกับน้ำวน โดยเริ่มจากดวงตราแสดงมาตรฐานสินค้า ตามลูกศรนำมาสู่ใบชา และลูกศรจะไหลนำสายตาไปหาฉลากสินค้า และแบรนด์ลิปตัน การจัดวางจะเน้นน้ำหนัก การจัดวางองค์ประกอบบริเวณพื้นที่ตอนกลางของบรรจุภัณฑ์ ถูกถ่ายเทค่าน้ำหนักสีนำสาตามาสู่แบรนด์สินค้า จะเห็นได้ว่าลักษณะการจัดวางรูปแบบกราฟฟิกของแบรนด์สินค้าบนผนังบรรจุภัณฑ์ ถูกจัดวางในลักษณะตรงกลาง พื้นที่ว่างในตาราง 9 ช่อง จะสามารถรับรู้ถึงการถ่ายเทความรู้สึกของค่าน้ำหนักสี จะพบเห็นการถ่วงความรู้สึกที่เกิด

จากการจัดวางค่อนมาทางด้านซ้าย ที่มีผลต่อพื้นที่ว่างในขณะเดียวกัน



ภาพที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ภาพช่องว่างองค์ประกอบภาพด้านหน้ากล่องชาลิปตัน

ในลักษณะของสีที่ถูกระบายเปรียบเหมือนการไหลของน้ำ ที่นักออกแบบกำหนดให้สีเป็นผู้นำสายตาเข้าสู่รายละเอียดบนผนังบรรจุภัณฑ์ชาลิปตัน จะสังเกตุเห็นการจัดวางพื้นที่ว่างมีอิทธิพลต่อกราฟฟิก การนำสายตาของลูกศรบนผนังบรรจุภัณฑ์ ทำให้เกิดมุมมองให้เห็นพฤติกรรมการจัดวางองค์ประกอบกับพื้นที่ว่างมีอิทธิพลต่อกัน พื้นที่ว่างถูกออกแบบให้บังคับการมองของสายตานำไปสู่ภาพประกอบและตัวอักษร การออกแบบถูกกำหนดให้เห็นการเลื่อนไหลของสีที่แสดงการรับรู้ถึงจังหวะของพื้นที่ว่างระหว่างสี กับการเลื่อนไหลของสี ตามลูกศร ที่ถูกนำสายตาเข้าสู่จุดสนใจบริเวณพื้นที่กึ่งกลางที่เป็นชื่อสินค้า บนผนังกล่องบรรจุภัณฑ์ของชาลิปตัน



ภาพที่ 5 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพด้านข้างกล่องบรรจุภัณฑ์ชาลิปตัน

การออกแบบกล่องถูกจัดวางกราฟฟิกในลักษณะแนวนอน ลักษณะการจัดวางองค์ประกอบด้านข้างของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชาลิปตัน มีลักษณะแตกต่างจากการจัดวางด้านหน้ากล่องคือ จัดวางองค์ประกอบในลักษณะซ้ายขวาไม่เท่ากัน แต่มีความคล้ายกันคือนำความรู้สึกเลื่อนไหลคล้ายน้ำมาเป็นแนวทางในการจัดวางกราฟฟิกในลีลาของสี ให้ค่าน้ำหนักนำไปสู่จุดสนใจ (แบรนด์สินค้าสีแดง) การเน้นค่าน้ำหนักบริเวณพื้นที่ขวามือมากกว่าบริเวณซ้ายมือ โดยให้ความสำคัญการ

จัดวางถ่วงค่าน้ำหนักของความรู้สึกระหว่างกันและกัน



ภาพที่ 6 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพช่องว่างด้านข้างกล่องบรรจุภัณฑ์ชาลิปตัน

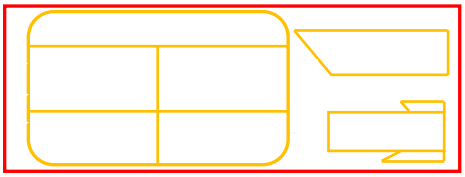
การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพช่องว่างด้านข้างกล่องบรรจุภัณฑ์ชาลิปตัน ประกอบด้วย แบรนด์ด้านข้าง พื้นที่ว่างจังหวะ ลีลาการจัดวางกราฟฟิก สามารถสังเกตเห็นการนำสายตาเข้าสู่รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ของชาลิปตัน มีลักษณะการเคลื่อนไหลของกราฟิกจะหมุนวนเข้าสู่จุดสนใจสู่พื้นที่กึ่งกลางบนกล่องบรรจุภัณฑ์คล้ายกับสายน้ำวน ในลักษณะเช่นเดียวกับกล่องด้านหน้า การจัดองค์ประกอบให้ความรู้สึกถ่วงน้ำหนักมาที่ด้านขวา



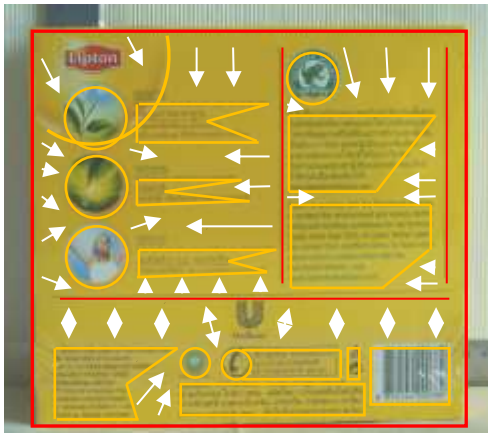
ภาพที่ 7 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพด้านข้างกล่องชาลิปตัน

การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพด้านข้างกล่องชาลิปตัน เกี่ยวกับการจัดวางรูปแบบสิ่งบ่งชี้ แนวทางการออกแบบประกอบด้วย การจัดวางองค์ประกอบของฉลากข้อความบ่งชี้ และวิธีการประกอบอาหาร ด้านข้างของกล่องบรรจุภัณฑ์ชาจะมีการจัดวางองค์ประกอบแบบ ซ้าย-ขวา ไม่เท่ากัน บริเวณพื้นที่ซ้ายมือจะใช้พื้นที่ในการจัดวางมากกว่าพื้นที่บริเวณด้านขวามือ การจัดกลุ่มตัวอักษรมีการจัดในลักษณะเป็นกลุ่มเป็นหมวดหมู่มีความเป็นระเบียบ อย่างเป็นจังหวะ ถ้าสังเกตบริเวณข้อความ “น้ำหนักบริสุทธิ์” จะเห็นจัดวางองค์ประกอบตัวอักษรคล้ายกับ

หัวลูกศรชี้ไปในทิศทางวิธีการประกอบอาหาร พื้นที่สีแดงบนซ้าย และสีแดงล่างขวา จัดวางให้เกิดการลวงสายตาคล้ายกับการถ่วงน้ำหนักให้เกิดความสมดุลย์ นอกจากนี้ก็ให้ความสำคัญของขนาดตัวอักษรที่มีขนาดแตกต่างกันถึง 5 ขนาด ขนาดใหญ่สุดคือ น้ำหนักบริสุทธิ และเล็กที่สุดคือ วันหมดอายุการใช้ ซึ่งอาจหมายถึงรายละเอียดที่ถูกกำหนดในการจัดลำดับให้ความสำคัญของข้อความต่างๆ เช่นกัน







ภาพที่ 8 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพด้านใต้กล่องชาลิปตัน

การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพด้านใต้กล่องชาลิปตัน แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านใต้กล่อง การจัดวางองค์ประกอบด้านล่างของบรรจุภัณฑ์ จะเป็นแบบ ซ้าย-ขวาไม่เท่ากัน เป็นการจัดวางในลักษณะกระจายตัวไปทั่วบริเวณผนังบรรจุภัณฑ์ และการนำเส้นมาตีแบ่งเขตพื้นที่ให้ตัวอักษรของแต่ละพื้นที่ซึ่งมองดูได้ง่ายและแสดงถึงความเป็นหมวดหมู่ บริเวณพื้นที่บริเวณขวามือจะมีการจัดวางตัวอักษรและพกราฟฟิกมากกว่าพื้นที่บริเวณด้านซ้ายมือ ทางซ้ายมือจะใช้วิธีการลวงตาด้วยการนำภาพประกอบมาจัดในวงกลม จัดวางเรียงเป็นแถวลงมาตามลำดับความสำคัญ จะเห็นการนำสายตาจากรูปทรงกลมของกราฟฟิก ให้เกิดพฤติกรรมการมองเข้าสู่รายละเอียดของตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ มีลักษณะการเคลื่อนไหลและถูกควบคุมโดยใช้พื้นที่ว่าง (space) และควบคุมพื้นที่ด้วยขนาดของตัวอักษรในการแบ่งสัดส่วนของข้อมูลที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์ พร้อมด้วยเส้นแบ่ง

รายละเอียด เพื่อให้การจัดวางดูเป็นระเบียบเรียบร้อยดูสวยงาม

สรุป

ในการวิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น จำเป็นจะต้องนำหลักทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์มาใช้ประกอบกับการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ บรรจุภัณฑ์ที่นำมาวิเคราะห์จะต้องเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้ง่ายต่อการศึกษา กระบวนการวิเคราะห์นักออกแบบจำเป็นจะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการจัดวาง แนวคิดที่นักออกแบบได้สร้างสรรค์จนเป็นที่ยอมรับ การบวนการศึกษาวิเคราะห์ใช้เทคนิควิธีการหาสักส่วนหลักการหาสัดส่วนทอง ด้วยวิธีการขีดเส้นแบ่งภาพตาราง 9 ช่อง ประกอบด้วยเส้นแบ่งครึ่งแนวตั้งและแนวนอน สัญลักษณ์ลูกศร กำหนดสีสัน สำหรับการแสดงรายละเอียดของภาพจะทำให้เห็นถึงองค์ประกอบต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนผนังบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ง่ายต่อการสังเกต เห็นความรู้สึกที่เกิดจากการจัดวางที่มีผลต่อพื้นที่ว่างในขณะเดียวกัน ทำให้เกิดมุมมองเห็นพฤติกรรมการจัดวางองค์ประกอบกับพื้นที่ว่างมีอิทธิพลต่อกัน

การจัดวางรูปแบบองค์ประกอบบนผนังบรรจุภัณฑ์ชาลิปตันเป็นกรณีศึกษา ทำให้เห็นความเหมือนและความแตกต่างในการจัดวางรูปแบบองค์ประกอบคือ ความคล้ายกันในการจัดรูปแบบฉลากและแบรนด์ด้านบนฝากล่อง กับฉลากและแบรนด์ด้านข้างกล่อง จะมีการจัดวางในลักษณะดึงดูดจุดสนใจในลักษณะคล้ายน้ำวน ใช้หลักการจัดภาพในลักษณะซ้ายขวาไม่เท่ากัน จะให้ค่าน้ำหนักในการจัดพื้นที่มาทางด้านขวามากกว่าด้านซ้าย นำภาพสัญลักษณ์มาใช้สื่อแทนความหมายภาพถ่าย สีเหลืองของกล่องบรรจุภัณฑ์ตัดกับแบรนด์ลิปตันสีแดง เป็นจุดเด่นที่ดึงดูดสายตา

การจัดวางรูปแบบองค์ประกอบด้านข้างกล่องและด้านใต้กล่อง จะมีความคล้ายกันในลักษณะการจัด เนื่องจากผนังบรรจุภัณฑ์ทั้งสองด้านจะใช้ตัวอักษรมาจัดวางองค์ประกอบในการจัดวางจะใช้เส้นแบ่งกลุ่มหรือหมวดหมู่ข้อความให้อ่านง่าย สร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อยไม่รกสายตา นำสื่อสัญลักษณ์ด้วยภาพเป็นสื่อช่วยในการอธิบายสิ่งบ่งชี้ให้กับผลิตภัณฑ์ เกิดความสวยงามให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้า สร้างความจดจำและโดดเด่นอย่างมีเอลักษณ์ สร้างความสำเร็จให้กับการแข่งขันกับคู่แข่งในการจัดจำหน่าย

เอกสารอ้างอิง

ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2553). *@Design : หลักการออกแบบศิลปะ.* กรุงเทพฯ : ไว้ลาย.

สุวิมล ว่องวานิช. (2553). *การวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียน*. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2547). *การคิดเชิงวิเคราะห์*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ซัคเซสมีเดีย.

ทวีศักดิ์น พเกษร. (2548). *วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เล่ม 1 คู่มือปฏิบัติการวิจัยประยุกต์เพื่อพัฒนาคน องค์กรชุมชน สังคม*. นครราชสีมา : ชมรมพยาบาลชุมชนแห่งประเทศไทย.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2537). *การบรรจุภัณฑ์*. กรุงเทพฯ : วังอักษร.

สุรพงษ์ ประเสริฐศักดิ์. (2522). *องค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลให้สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้า*. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

A. Salahshoor and Fayegh Mojarrad. (2012). *Applying Golden Ratio in Product Packaging and Its Effect on Consumer's Buying Behaviour*. Washington United States : Semantic Scholar Allen Institute. https://www.semanticscholar.org/paper/Applying-Golden-Ratio-in-Product-Packaging-and-Its-Salahshoor-Mojarrad/c165da18263b580ae561090171c166c8fa054a6a#citing-papers.