

ถอดรหัสการจัดวางองค์ประกอบกรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ชาลิปตัน

DECODE THE COMPOSITION OF THE LIPTON TEA PACKAGING CASE STUDY

บุญญคมสัน เรืองธูวาร์¹, ศรุต ลูกบัว², ธัญญะรัตน์ อภิพัฒนรุจิกรณ³,
ณัฐพิสิษฐ์ พลับขจร⁴

Boonyakhomsan Rueangtathawohn¹, Sarut lokboar², Thanyarat Apipatrugikom³, Nutpisit Pubkaion⁴

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 โดยนับเป็นที่แน่นอนว่าหลักการเหล่านั้นต้องเกิดมาจากกระบวนการของศาสตร์และศิลป์ หลักทฤษฎีการจัดองค์ประกอบศิลป์ หลักการทฤษฎีสี แต่วิธีการจัดตกแต่งองค์ประกอบบนผนังบรรจุภัณฑ์เหล่านั้น ถูกกำหนดขึ้นมาจากแนวความคิดแบบใด

บทความนี้จึงเป็นบทความที่นำเสนอวิธีการวิเคราะห์ “ถอดรหัสการจัดองค์ประกอบกรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ชาลิปตัน” ผลงานการออกแบบกราฟฟิกที่เป็นบรรจุภัณฑ์ในกลุ่มประเภทบรรจุภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย

ภายในประเทศมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ใช้สำหรับเพื่อการศึกษาเรียนรู้และนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ด้วยวิธีการสร้างแนวทางในการถอดรหัส การจัดองค์ประกอบบนผนังบรรจุภัณฑ์ที่นักออกแบบทั้งหลายนิยมออกแบบ ให้สามารถเห็นถึงวิธีการจัดวางรูปแบบขององค์ประกอบ ตำแหน่งการจัดวางรูปแบบกราฟฟิก ให้เป็นแนวทางที่จะนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบในเชิงพาณิชย์ หรือเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์การจัดองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ให้เห็นถึงปรากฏการณ์ต่างๆ ด้วยวิธีการหาความจริงที่เกิดจากปรากฏการณ์ในการสร้างสรรค์เหล่านั้น ให้การออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นสวยงามโดนใจผู้บริโภค ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่นักออกแบบได้สร้างสรรค์ผลงานจนเกิดความชำนาญและสามารถนำไป

ประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ในอนาคตต่อไป

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

การวิเคราะห์ข้อมูลในการออกแบบ เพื่อจะได้ข้อเท็จจริงที่เกิดจากกระบวนการวิเคราะห์ นักออกแบบพึงควรเข้าใจอย่างยิ่งว่าการออกแบบที่ดีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีแนวคิดและหลักการในการออกแบบที่ดี โดยเฉพาะนักออกแบบที่ยังขาดประสบการณ์ พึงจะต้องเร่งศึกษาเรียนรู้แนวคิดในผลงานการออกแบบจากนักออกแบบที่มีประสบการณ์ เพื่อให้เห็นถึงวิธีการออกแบบที่ดี ซึ่งจำเป็น

จะต้องเข้าใจในกระบวนการวิเคราะห์ ในหลักการจัดองค์ประกอบว่าผลงานการออกแบบที่ดีเหล่านี้ใช้เทคนิคและวิธีการใด ให้เกิดความเข้าใจจึงขอกล่าวถึงหลักการที่สำคัญให้เข้าใจซึ่งจำเป็นเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่จะนำไปสู่แนวคิดในการวิเคราะห์ หลักการดังกล่าวมี ดังนี้

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2547). ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์ว่า การวิเคราะห์หมายถึง การจำแนก แยกแยะองค์ประกอบของสิ่งใดสิ่งหนึ่งออกเป็นส่วนๆ เพื่อค้นหาว่ามาจากอะไรเชื่อมโยงสัมพันธ์กันอย่างไร เพื่อค้นหาสาเหตุแท้จริงของสิ่งที่เกิดขึ้น

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

ทวีศักดิ์ นพเกษตร. (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 ชัยสนธิ และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2537) อธิบายการออกแบบบรรจุ ภัณฑ์ ต้องอาศัยความชำนาญ ประสบการณ์และความคิดสร้างสรรค์ เป็นกิจกรรมที่ต้องมีการวางแผนการออกแบบซึ่งเป็นสิ่งที่เกี่ยวพันกันอย่างใกล้ชิด ยังเป็นทั้งศิลปะ และวิทยาศาสตร์ ซึ่งถูกมองในหลายแง่มุม

ดังนั้นการจัดองค์ประกอบบนบรรจุ ภัณฑ์ จึงเป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน องค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์อาจรวมถึงส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ หลักการ ข้อความสำคัญ เครื่องหมาย ภาพถ่าย หรือแม้กระทั่งคำแนะนำการใช้งาน การจัดองค์ประกอบอย่างมีประสิทธิภาพนั้นสามารถช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ และสร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภคได้ดีขึ้น การออกแบบองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ควรจะต้องใส่ใจในเรื่องการวิเคราะห์เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบ ผลที่เกิดจากการศึกษาผลงานการออกแบบที่ดีก็จะส่งผลให้นักออกแบบได้เห็น

ถึงแนวความคิดและปรากฏการณ์ต่างๆ เช่น วิธีการจัดวางองค์ประกอบ การใช้สี ความงดงาม ง่ายต่อการเข้าใจ และสอดคล้องกับตลาดกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ด้วย นักออกแบบจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในการออกแบบที่ดี เพื่อให้ผลงานการออกแบบนั้นโดยใจกลุ่มผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคได้ จะทำให้ผลงานการออกแบบได้รับความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับในสังคม

1. วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ

ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2553) อธิบายองค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบที่สามารถสร้างหรือเลือกใช้นั้น สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1. องค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบ
2. องค์ประกอบที่เป็นตัวอักษร
3. องค์ประกอบที่เป็นภาพและองค์ประกอบอื่นๆ

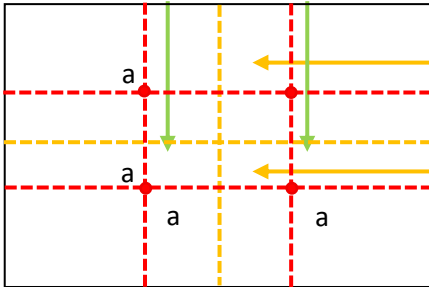
การออกแบบที่สวยงามมีความเหมาะสม สามารถช่วยเพิ่มความได้มาตรฐานและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ สร้างประสบการณ์และสร้างความประทับใจที่ดีต่อแบรนด์สินค้าและผลิตภัณฑ์ การทดสอบองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์จึงเป็นแนวคิดเชิงวิธีการ เพื่อให้แน่ใจว่าแนวคิดในการออกแบบที่ถูกสร้างสรรค์สามารถเข้าใจได้ง่ายและมีประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูล การทดสอบองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ เป็นกระบวนการที่ใช้เพื่อประเมินความเข้าใจและประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลของบรรจุภัณฑ์กับผู้ใช้หรือ

กลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของการทดสอบคือเพื่อให้แน่ใจว่าองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ (เช่น สติกเกอร์, ป้ายโฆษณา, ข้อความ) มีความชัดเจนและเข้าใจได้ง่ายโดยไม่มีความสับสนในข้อความหรือการสื่อสาร

การวิเคราะห์องค์ประกอบ ด้วยหลักการสัดส่วนทอง (Golden Ratio)

เอ. ซาลาห์ซูร์ (A. Salahshoor), ฟาเยห์ โมจาร์รัต (Fayegh Mojarad). (2012) กล่าวถึงการประยุกต์อัตราส่วนทองคำในบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ และผลกระทบต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์เป็นหนึ่งในเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค เนื่องจากการสั่งซื้อส่วนใหญ่โดยเฉพาะในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าสาขาจะดำเนินการแบบสุ่ม และไม่มีวางแผนบรรจุภัณฑ์ไว้ล่วงหน้าจึงมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ ปัจจัยที่แตกต่างกัน เช่น สี รูปร่าง และโครงสร้าง ล้วนเกี่ยวข้องกับความน่าดึงดูดใจของบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งคือการใช้อัตราส่วนทองคำ บรรจุภัณฑ์ที่มีอัตราส่วนทองคำมีความน่าดึงดูดมากกว่าบรรจุภัณฑ์อื่นๆ นอกจากนี้เพศและอายุไม่มีผลกระทบท่อการเลือกแพ็คเกจที่มีอัตราส่วนทองคำ

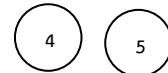
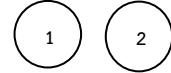
ณัฐพันธุ์ ศุภกา. (2553) "จุดตัดเก้าช่อง" เป็นหนึ่งในกฎของการสร้าง composition เกิดจากการแบ่งพื้นที่ออกเป็นสามส่วนเท่าๆ กัน ทั้งด้านตั้งและด้านขนาน เรียกว่า Rule of Thirds



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

ลากเส้นจากด้านหนึ่งไปยังอีกด้านหนึ่ง และจากบนลงล่าง ก็จะได้เส้นตัดกันเกิดช่องออกมาเก้าช่อง และจะเกิดจุดตัดของเส้นทั้งหมดสี่จุดด้วยกัน เพื่อจะแบ่งพื้นที่ในเฟรมใช้สำหรับจัดวางจุดสนใจ หรือองค์ประกอบสำคัญในบริเวณที่ใกล้เคียงกับจุดตัดนั้นๆ (โดยไม่จำเป็นที่จะต้องตรงจุดพอดี) และเนื่องจากบรรจุภัณฑ์จะมีสีสันที่หลากหลาย การกำหนดค่าการวิเคราะห์จึงต้องถูกปรับให้มองเห็นอย่างชัดเจนเพื่อใช้ในการอธิบาย

2. ตัวอย่างการวิเคราะห์



ภาพที่ 2 แสดงตัวอย่างการวิเคราะห์รูปแบบ 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 ใช้สำหรับแบ่งพื้นที่การจัดวาง

องค์ประกอบ ใช้วิเคราะห์การจัด
วางรูปแบบ รูปทรง พื้นที่ว่าง
ขององค์ประกอบบนพื้นที่ผนัง
บรรจุภัณฑ์

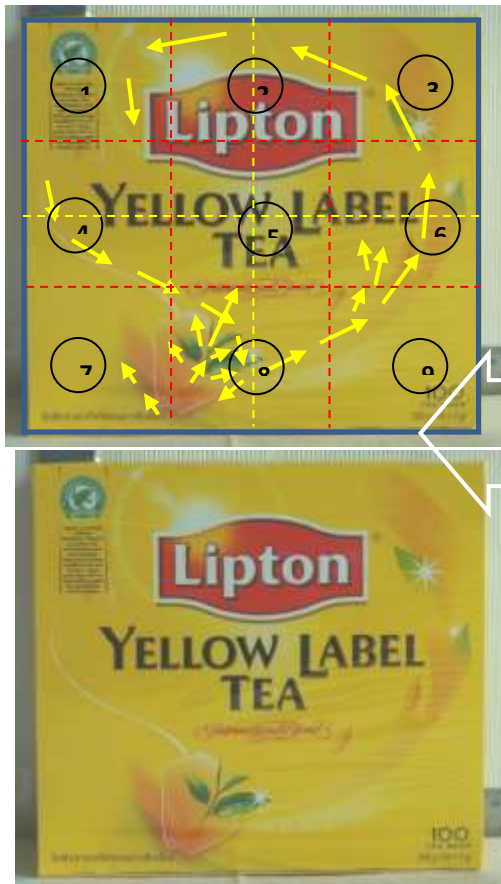
- b) เส้นสีฟ้าหรือขาว เป็นเส้นที่สร้างขึ้น
ขึ้น เพื่อใช้สำหรับวิเคราะห์พื้นที่
ว่าง ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้
เกี่ยวกับพื้นที่ ที่มีผลต่อความรู้สึก
ในการมองเห็นตำแหน่งการจัดวาง
องค์ประกอบของรูปทรงบรรจุ
ภัณฑ์ในแนวตั้ง
- c) เส้นสีเหลือง เป็นเส้นที่สร้างขึ้น
เพื่อใช้สำหรับวิเคราะห์เส้น พื้นที่
ว่าง จังหวะการเลื่อนไหลของ
ตำแหน่งการจัดวางองค์ประกอบ
ในภาพ ของกราฟฟิกบนบรรจุ
ภัณฑ์แนวนอน
- d) เส้นสีแดง เป็นเส้นที่สร้างขึ้น เพื่อ
ใช้สำหรับกำหนดเส้นของการนำ
สายตาไปสู่จุดสนใจ
- e) ตัวเลข เป็นการกำหนดเพื่อใช้
สำหรับวิเคราะห์พื้นที่สัดส่วน ใน
แต่ละพื้นที่ของบรรจุภัณฑ์
เกี่ยวกับค่าน้ำหนักของการจัดวาง
องค์ประกอบในลักษณะพื้นที่ย่อย

3. ดำเนินการวิเคราะห์



ภาพที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะการจัด
องค์ประกอบภาพด้านหน้ากล่องชาลิปตัน

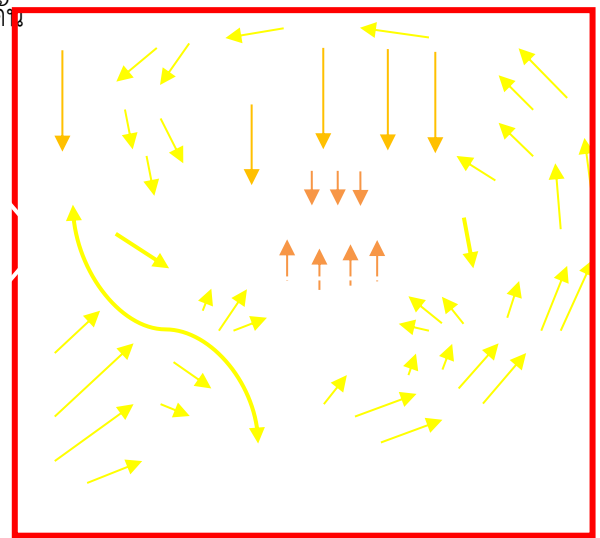
จะเห็นแนวทางการจัดวาง
องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชาลิป
ตัน จากเส้นตาราง 9 ช่อง และเส้นแบ่งครึ่ง
แนวตั้งและแนวนอน จะเห็นการนำสายตาจาก
การมองที่ถูกจัดวางคล้ายกับน้ำวน โดยเริ่ม
จากดวงตราแสดงมาตรฐานสินค้า ตามลูกศร
นำมาสู่ใบชา และลูกศรจะไหลนำสายตาไปหา
ฉลากสินค้า และแบรนด์ลิปตัน การจัดวางจะ
เน้นน้ำหนัก การจัดวางองค์ประกอบบริเวณ
พื้นที่ตอนกลางของบรรจุภัณฑ์ ถูกถ่ายทอดค่า
น้ำหนักสีนำสายตาตามาสู่แบรนด์สินค้า จะเห็นได้
ว่าลักษณะการจัดวางรูปแบบกราฟฟิกของแบ
รด์สินค้าบนผนังบรรจุภัณฑ์ ถูกจัดวางใน
ลักษณะตรงกลาง พื้นที่ว่างในตาราง 9 ช่อง
จะสามารถรับรู้ถึงการถ่ายทอดความรู้สึกของค่า
น้ำหนักสี จะพบเห็นการถ่วงความรู้สึกที่เกิด
จากการจัดวางค่อนมาทางด้านซ้าย ที่มีผลต่อ
พื้นที่ว่างในขณะเดียวกัน



ภาพที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ภาพช่องว่าง องค์ประกอบภาพด้านหน้ากล่องชาลิปตัน

ในลักษณะของสีที่ถูกระบายเปรียบเหมือนการไหลของน้ำ ที่น้ำก่อกแบบกำหนดให้สีเป็นผู้นำสายตาเข้าสู่รายละเอียดบนผนังบรรจุภัณฑ์ชาลิปตัน จะสังเกตเห็นการจัดวางพื้นที่ว่างมีอิทธิพลต่อกราฟฟิก การนำสายตาของลูกศรบนผนังบรรจุภัณฑ์ ทำให้เกิดมุมมองให้เห็น พฤติกรรมการจัดวาง

องค์ประกอบกับพื้นที่ว่างมีอิทธิพลต่อกัน พื้นที่ว่างถูกออกแบบให้บังคับการมองของสายตานำไปสู่ภาพประกอบและตัวอักษร การออกแบบถูกกำหนดให้เห็นการเลื่อนไหลของสี ที่แสดงการรับรู้ถึงจังหวะของพื้นที่ว่างระหว่างสี กับการเลื่อนไหลของสี ตามลูกศร ที่ถูกนำสายตาเข้าสู่จุดสนใจบริเวณพื้นที่กึ่งกลางที่เป็นชื่อสินค้า บนผนังกล่องบรรจุภัณฑ์ของชาลิปตัน



ภาพที่ 5 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพ ด้านข้างกล่องบรรจุภัณฑ์ชาลิปตัน

การออกแบบกล่องถูกจัดวางกราฟฟิกในลักษณะแนวนอน ลักษณะการจัดวางองค์ประกอบด้านข้างของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชาลิปตัน มีลักษณะแตกต่างจากการจัดวางด้านหน้ากล่องคือ จัดวางองค์ประกอบในลักษณะซ้ายขวาไม่เท่ากัน แต่มีความคล้ายกันคือนำความรู้สึกเลื่อนไหลคล้ายน้ำมาเป็นแนวทางในการจัดวางกราฟฟิกในสีลาของสี ให้ค่าน้ำหนักนำไปสู่จุดสนใจ (แบรนด์สินค้าสีแดง) การเน้นค่าน้ำหนักบริเวณพื้นที่ขวามือมากกว่าบริเวณซ้ายมือ โดยให้ความสำคัญการ

จัดวางถ่วงค่าน้ำหนักของความรู้สึกระหว่างกัน
และกัน



ภาพที่ 6 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพ
ช่องว่างด้านข้างกล่องบรรจุภัณฑ์ชาลิปตัน

การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพ
ช่องว่างด้านข้างกล่องบรรจุภัณฑ์ชาลิปตัน
ประกอบด้วย แบรนต์ด้านข้าง พื้นที่ว่าง
จังหวะ สีและการจัดวางกราฟฟิก สามารถ
สังเกตเห็นการนำสายตาเข้าสู่รายละเอียดบน
บรรจุภัณฑ์ของชาลิปตัน มีลักษณะการเคลื่อนไหว
ไหลของกราฟิกจะหมุนวนเข้าสู่จุดสนใจสู่พื้นที่
กึ่งกลางบนกล่องบรรจุภัณฑ์คล้ายกับสายน้ำ
วน ในลักษณะเช่นเดียวกับกล่องด้านหน้า การ

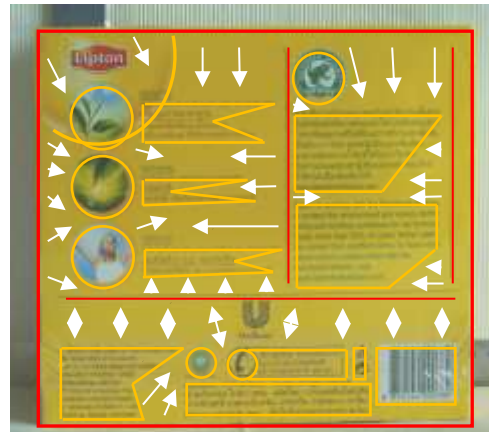
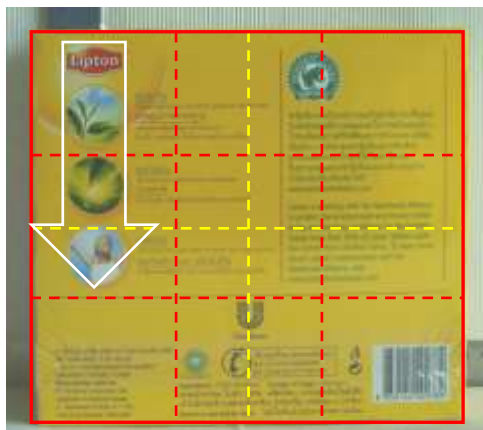
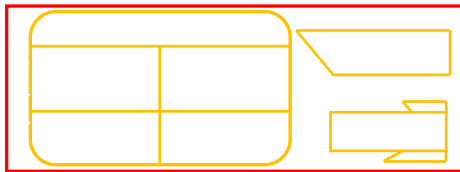
จัดองค์ประกอบให้ความรู้สึกถ่วงน้ำหนักมาที่
ด้านขวา



ภาพที่ 7 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพ
ด้านข้างกล่องชาลิปตัน

การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพ
ด้านข้างกล่องชาลิปตัน เกี่ยวกับการจัดวาง
รูปแบบสิ่งบ่งชี้ แนวทางการออกแบบ
ประกอบด้วย การจัดวางองค์ประกอบของ
ฉลากข้อความบ่งชี้ และวิธีการประกอบอาหาร
ด้านข้างของกล่องบรรจุภัณฑ์ชาลิปตันจะมีการจัด
วางองค์ประกอบแบบ ซ้าย-ขวา ไม่เท่ากัน
บริเวณพื้นที่ซ้ายมือจะใช้พื้นที่ในการจัดวาง
มากกว่าพื้นที่บริเวณด้านขวามือ การจัดกลุ่ม
ตัวอักษรมีการจัดในลักษณะเป็นกลุ่มเป็น
หมวดหมู่มีความเป็นระเบียบ อย่างเป็นจังหวะ
ถ้าสังเกตบริเวณข้อความ “น้ำหนักบริสุทธิ์”
จะเห็นการจัดวางองค์ประกอบตัวอักษรคล้ายกับ

หัวข้อที่เข้าไปในทิศทางวิธีการประกอบอาหาร พื้นที่สีแดงบนซ้าย และสีแดงล่างขวา จัดวางให้เกิดการลงสายตาคล้ายกับการถ่วงน้ำหนักให้เกิดความสมดุล นอกจากนี้ก็ให้ความสำคัญของขนาดตัวอักษรที่มีขนาดแตกต่างกันถึง 5 ขนาด ขนาดใหญ่สุดคือ น้ำหนักบริสุทธิ์ และเล็กที่สุดคือ วันหมดอายุการใช้ ซึ่งอาจหมายถึงรายละเอียดที่ถูกกำหนดในการจัดลำดับให้ความสำคัญของข้อความต่างๆ เช่นกัน



ภาพที่ 8 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพด้านใต้กล่องชาลิปตัน

การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพด้านใต้กล่องชาลิปตัน แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านใต้กล่อง การจัดวางองค์ประกอบด้านล่างของบรรจุภัณฑ์ จะเป็นแบบ ซ้าย-ขวา ไม่เท่ากัน เป็นการจัดวางในลักษณะกระจายตัวไปทั่วบริเวณผนังบรรจุภัณฑ์ และการนำเส้นมาตีแบ่งเขตพื้นที่ให้ตัวอักษรของแต่ละพื้นที่ซึ่งมองดูได้ง่ายและแสดงถึงความเป็นหมวดหมู่ บริเวณพื้นที่บริเวณขวามือจะมีการจัดวางตัวอักษรแลกราฟฟิกมากกว่าพื้นที่บริเวณด้านซ้ายมือ ทางซ้ายมือจะใช้วิธีการลงตาด้วยการนำภาพประกอบมาจัดในวงกลม จัดวางเรียงเป็นแถวลงมาตามลำดับความสำคัญ จะเห็นการนำสายตาจากรูปทรงกลมของกราฟฟิก ให้เกิดพฤติกรรมการมองเข้าสู่รายละเอียดของตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ มีลักษณะการเคลื่อนไหวและถูกควบคุมโดยใช้พื้นที่ว่าง (space) และควบคุมพื้นที่ด้วยขนาดของตัวอักษรในการแบ่งสัดส่วนของข้อมูลที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์ พร้อมด้วยเส้นแบ่ง

รายละเอียด เพื่อให้การจัดวางดูเป็นระเบียบ
เรียบร้อยดูสวยงาม

สรุป

ในการวิเคราะห์ผลงานการออกแบบ
บรรจุภัณฑ์นั้น จำเป็นจะต้องนำหลักทฤษฎี
องค์ประกอบศิลป์มาใช้ประกอบกับการ
วิเคราะห์เชิงคุณภาพ บรรจุภัณฑ์ที่นำมา
วิเคราะห์จะต้องเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้
ง่ายต่อการศึกษา กระบวนการวิเคราะห์นั้น
ออกแบบจำเป็นจะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับ
รูปแบบการจัดวาง แนวคิดที่นักออกแบบได้
สร้างสรรค์จนเป็นที่ยอมรับ การบวนการศึกษา
วิเคราะห์ใช้เทคนิควิธีการหาส่วนหลักการ
หาสัดส่วนทอง ด้วยวิธีการขีดเส้นแบ่งภาพ
ตาราง 9 ช่อง ประกอบด้วยเส้นแบ่งครึ่ง
แนวตั้งและแนวนอน สัญลักษณ์ลูกศร กำหนด
สีเส้น สำหรับการแสดงรายละเอียดของภาพ
จะทำให้เห็นถึงองค์ประกอบต่างๆ ที่เกิดขึ้นบน
ผนังบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ง่ายต่อการสังเกต เห็น
ความรู้สึที่เกิดจากการจัดวางที่มีผลต่อพื้นที่
ว่างในขณะเดียวกัน ทำให้เกิดมุมมองเห็น
พฤติกรรมการจัดวางองค์ประกอบกับพื้นที่ว่าง
มีอิทธิพลต่อกัน

การจัดวางรูปแบบองค์ประกอบบน
ผนังบรรจุภัณฑ์ชาลิปตันเป็นกรณีศึกษา ทำให้
เห็นความเหมือนและความแตกต่างในการจัด
วางรูปแบบองค์ประกอบคือ ความคล้ายกัน
ในการจัดรูปแบบฉลากและแบรนด์ด้านบนฝา
กล่อง กับฉลากและแบรนด์ด้านข้างกล่อง จะมี
การจัดวางในลักษณะดึงดูดจุดสนใจในลักษณะ
คล้ายน้ำวน ใช้หลักการจัดภาพในลักษณะซ้าย

ขวาไม่เท่ากัน จะให้ค่าน้ำหนักในการจัดพื้นที่
มาทางด้านขวามากกว่าด้านซ้าย นำภาพ
สัญลักษณ์มาใช้สื่อแทนความหมายภาพถ่าย สี
เหลืองของกล่องบรรจุภัณฑ์ตัดกับแบรนด์ลิป
ตันสีแดง เป็นจุดเด่นที่ดึงดูดสายตา

การจัดวางรูปแบบองค์ประกอบ
ด้านข้างกล่องและด้านใต้กล่อง จะมีความ
คล้ายกันในลักษณะการจัด เนื่องจากผนังบรรจุ
ภัณฑ์ทั้งสองด้านจะใช้ตัวอักษรมาจัดวาง
องค์ประกอบในการจัดวางจะใช้เส้นแบ่งกลุ่ม
หรือหมวดหมู่ข้อความให้อ่านง่าย สร้างความ
เป็นระเบียบเรียบร้อยไม่รกสายตา นำสื่อ
สัญลักษณ์ด้วยภาพเป็นสื่อช่วยในการอธิบาย
สิ่งบ่งชี้ให้กับผลิตภัณฑ์ เกิดความสวยงามให้
ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการใช้ผลิตภัณฑ์
สินค้า สร้างความจดจำและโดดเด่นอย่างมีเอ
กลักษณ์ สร้างความสำเร็จให้กับการแข่งขันกับ
คู่แข่งในการจัดจำหน่าย

เอกสารอ้างอิง

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

สุวิมล ว่องวานิช. (2553). *การวิจัยปฏิบัติการ
ในชั้นเรียน*. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ
: โรงพิมพ์แห่ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2547). *การคิดเชิง
วิเคราะห์*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ :
ซีเคซีเอ็มเดีย.

ทวีศักดิ์น พเกษตร. (2548). *วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ*

เล่ม 1 คู่มือปฏิบัติการวิจัยประยุกต์

เพื่อพัฒนาคน

องค์กรชุมชน สังคม. นครราชสีมา :

ชมรมพยาบาลชุมชนแห่งประเทศไทย.

ไทย.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และก่อเกียรติ วิริยะกิจ

พัฒนา. (2537). *การบรรจุภัณฑ์*. กรุงเทพฯ :

วังอักษร.

สุรพงษ์ ประเสริฐศักดิ์. (2522). *องค์ประกอบ*

บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลให้สามารถเพิ่ม

มูลค่าสินค้า. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชา

การออกแบบนิเทศศิลป์ ภาควิชาการ

ออกแบบนิเทศศิลป์ 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-](https://www.semanticscholar.org/paper/Applying-Golden-Ratio-in-Product-Packaging-and-Its-Salahshoor-Mojarrad/c165da18263b580ae561090171c166c8fa054a6a#citing-papers)

[in-Product-Packaging-and-Its-](https://www.semanticscholar.org/paper/Applying-Golden-Ratio-in-Product-Packaging-and-Its-Salahshoor-Mojarrad/c165da18263b580ae561090171c166c8fa054a6a#citing-papers)

[Salahshoor-](https://www.semanticscholar.org/paper/Applying-Golden-Ratio-in-Product-Packaging-and-Its-Salahshoor-Mojarrad/c165da18263b580ae561090171c166c8fa054a6a#citing-papers)

[Mojarrad/c165da18263b580ae5](https://www.semanticscholar.org/paper/Applying-Golden-Ratio-in-Product-Packaging-and-Its-Salahshoor-Mojarrad/c165da18263b580ae561090171c166c8fa054a6a#citing-papers)

[61090171c166c8fa054a6a#citing](https://www.semanticscholar.org/paper/Applying-Golden-Ratio-in-Product-Packaging-and-Its-Salahshoor-Mojarrad/c165da18263b580ae561090171c166c8fa054a6a#citing-papers)

[-papers.](https://www.semanticscholar.org/paper/Applying-Golden-Ratio-in-Product-Packaging-and-Its-Salahshoor-Mojarrad/c165da18263b580ae561090171c166c8fa054a6a#citing-papers)