

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์สินค้าสะดวกซื้อ : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ ผงซักฟอก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์แนวคิดและรูปแบบการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกำหนดแนวทางการพัฒนา บรรจุภัณฑ์ตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์ผงซักฟอก โดยมีระเบียบวิธีการศึกษาในเชิงคุณภาพจากการ ค้นหาข้อมูลจากเอกสาร และบุคคลที่เกี่ยวข้องในบริษัทผู้ผลิต/จำหน่าย ผงซักฟอกบริษัท ผงซักฟอกเปา และผงซักฟอก แอทแทค นอกจากนี้ยังได้ศึกษาจากบริษัทตัวแทนโฆษณาเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาประเด็นที่สำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ผงซักฟอกและวิธีการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยจะนำเสนอผลการวิจัยที่ได้ออกมาเป็นข้อสรุปในแต่ละวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์โดยแยกออกมาเป็นแต่ละองค์ประกอบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การนำเสนอข้อมูลจะเป็นการนำเสนอในลักษณะการพรรณนาเชิงวิเคราะห์และใช้แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกรอบในการศึกษา

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์ผงซักฟอก โดยเริ่มศึกษาตั้งแต่ผลิตภัณฑ์นั้นได้เริ่มแนะนำออกสู่ตลาดเป็นครั้งแรก(LAUNCH)ในประเทศไทยจนกระทั่งครบช่วงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

แนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ก. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงแนะนำ มีแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. แนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ในส่วนของแนวคิดด้านผลิตภัณฑ์ จากช่วงแนะนำไปสู่ช่วงแนะนำวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์เดียวกันโดยปกติแล้วจะไม่มีมีการปรับเปลี่ยนแนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์ แต่อาจจะมีการปรับเปลี่ยนในส่วนของรูปแบบบรรจุภัณฑ์

- การพัฒนาฯ ในส่วนของแนวคิดด้านผลิตภัณฑ์จากช่วงถดถอยวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ครั้งก่อนมาสู่ช่วงแนะนำออกสู่ตลาดอีกครั้งจะต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์ไปจากเดิมอย่างเห็นได้ชัด

- การพัฒนา ในช่วงนี้จะเป็นการใช้กลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าสะดวกซื้อ ในส่วนของ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์โดยออกผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ (Modified Product) เข้ามาในตลาดเสมอ

2. องค์ประกอบการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2.1 ตราสินค้า

- ตราสินค้าที่ใช้จะเป็นตราสัญลักษณ์ประเภท “โลโก้” และ “คอมบิเนชัน” โดยไม่มีการใช้ตราสัญลักษณ์ประเภท “ซิมเบิล” มาเป็นตราสินค้า

- ตราสัญลักษณ์จะใช้ตัวอักษรภาษาไทยมาออกแบบเป็นตราสินค้าเสมอ โดยเฉพาะบริเวณด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์

- การพัฒนา ในส่วนของตราสินค้าจากช่วงแนะนำไปสู่ช่วงแนะนำวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์เดียวกัน ตราสินค้าจะมีการปรับเปลี่ยนเฉพาะองค์ประกอบรองของตราสินค้า โดยจะไม่มีการปรับเปลี่ยนในส่วนขององค์ประกอบหลักของตราสินค้า การปรับเปลี่ยนในช่วงนี้ยังคงไว้ในส่วนของประเภทและรูปแบบของตราสัญลักษณ์ยังคงเหมือนเดิม

- การพัฒนา ในส่วนของตราสินค้าจากวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ครั้งก่อนมาสู่ช่วงแนะนำออกสู่ตลาดอีกครั้งตราสินค้าจะมีการปรับเปลี่ยนไปจากเดิมอย่างเห็นได้ชัด โดยจะมีการปรับเปลี่ยนทั้งในส่วนขององค์ประกอบหลักและองค์ประกอบรอง ซึ่งการปรับเปลี่ยนในครั้งนี้จะเป็นการเปลี่ยนประเภทหรือรูปแบบของตราสัญลักษณ์ที่นำมาใช้

- สีที่ใช้ในตราสินค้าจะใช้สีอยู่ประมาณ 2-3 สีเท่านั้น โดยจะใช้สีที่เป็นสีแท้ และดูโดดเด่นเมื่อวางอยู่บนสีพื้นของกล่อง มีการใช้เส้นรอบนอกของตัวอักษรเสมอ

- ขนาดของตราสินค้าเมื่อเทียบกับขนาดของด้านหน้ากล่อง

1. ในส่วนของความกว้างของตราสินค้าจะมีความกว้างเกือบจะเท่ากับความกว้างของกล่อง หรือมีสัดส่วนเกือบจะเป็น 1/1 เมื่อเทียบกับความกว้างของกล่อง

2. ในส่วนของความสูงของตราสินค้าจะมีความสูงอยู่ระหว่าง 1/3 , 1/2.5 และ 1/1.5 โดยประมาณเมื่อเทียบกับความสูงของกล่อง

- ตำแหน่งในการวางตราสินค้าจะวางอยู่บริเวณเกือบจะกึ่งกลางกล่อง โดยอาจจะเอียงมาทางด้านบนของกล่องเล็กน้อย

2.2 สี

- ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดครั้งแรกนั้น นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้มีปัจจัยในการเลือกใช้สี ดังนี้

1. ความโดดเด่นเมื่อวางอยู่บนชั้นวางสินค้า

2. การสร้างความแตกต่างกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งในตลาด

3. บุคลิกของสินค้า

- สีที่ใช้จะเป็นสีที่สดสีเดียว ลักษณะพื้นเรียบไม่มีลวดลายหรือสีอื่นเข้ามาใช้ร่วมด้วย

- การพัฒนา ในส่วนของสีจากช่วงแนะนำไปสู่ช่วงแนะนำวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์เดียวกันหรือจากวงจรชีวิตครั้งก่อนไปสู่ช่วงแนะนำออกสู่ตลาดอีกครั้ง จะไม่มีการปรับเปลี่ยนสีและรูปแบบการใช้สี

2.3 ภาพถ่าย

- โดยส่วนใหญ่แล้วจะไม่มีการนำภาพถ่ายมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ผงซักฟอก

2.4 องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบ(เส้น และรูปร่างรูปทรง)

- องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกและมีการนำมาใช้เป็นองค์ประกอบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เสมอ

- องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบที่นำมาใช้จะเป็นภาพที่มีองค์ประกอบแบบง่าย ๆ ไม่จำเป็นต้องมีเรื่องราวใด ๆ องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบโดยมากจะนำมาใช้เพื่อสะท้อนถึงแนวคิดด้านผลิตภัณฑ์หรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์โดยใช้ร่วมกับคำสโลแกนและแถบตัวอักษร

- สีที่ใช้ในองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบจะใช้สีไม่เกิน 3 สี โดยจะใช้สีที่สดใสและส่วนใหญ่จะเป็นสีที่ติดกับสีของกล่อง

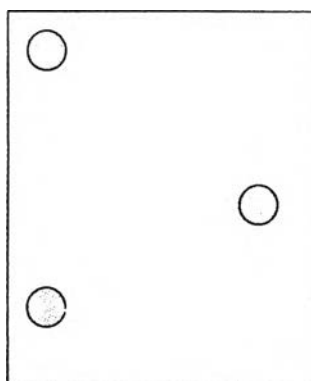
- ในการพัฒนา จากช่วงแนะนำไปสู่ช่วงแนะนำวงจรชีวิตเดียวกันจะต้องมีการปรับเปลี่ยนลักษณะขององค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบเสมอ แต่ในขณะเดียวกันก็จะต้องคำนึงถึงความต่อเนื่องของการออกแบบด้วย ส่วนที่ไม่ค่อยมีการปรับเปลี่ยน คือ ตำแหน่งในการวางองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบ

- ในการพัฒนา จากวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ครั้งก่อนมาสู่ช่วงแนะนำออกสู่ตลาดอีกครั้ง องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบจะมีการปรับเปลี่ยนไปอย่างมากทั้งในส่วนของตัวองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบเอง สีที่ใช้ แต่จะยังคงรักษาตำแหน่งในการวางองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบไว้ในตำแหน่งเดิม ๆ

- ตำแหน่งที่ใช้ในวางองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบอยู่เสมอคือ

1. บริเวณด้านซ้ายบนของกล่อง
2. บริเวณด้านขวากลางของกล่อง(ใต้ตราสินค้า)

3. บริเวณด้านซ้ายล่างของกล่อง ดังรูป

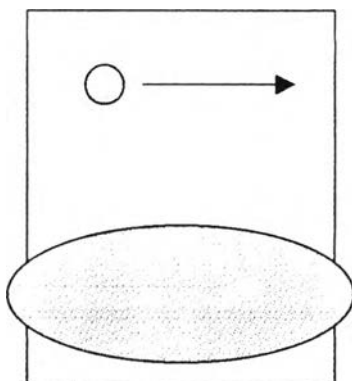


ภาพที่ 48 แสดงตำแหน่งในการวางองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบในช่วงแนะนำ

2.5 สโลแกน

- ในการออกแบบและพัฒนาฯ ผลิตภัณฑ์ผงซักฟอกจะต้องมีการนำคำสโลแกนมาใช้เสมอ
- สโลแกนต้องเป็นภาษาไทยเสมอ
- สโลแกนจะใช้ข้อความที่เป็นประโยคสั้น ๆ ได้ใจความและจดจำง่าย โดยเนื้อหาจะเกี่ยวกับแนวคิดผลิตภัณฑ์ ประโยชน์และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งหมด
- ตัวอักษรที่ใช้เป็นคำสโลแกนจะต้องเด่นชัดอ่านง่าย สีของตัวอักษรที่ใช้จะใช้สีเพียงสีเดียว
- ในการพัฒนาฯ ในส่วนของสโลแกนจะไม่ค่อยมีการปรับเปลี่ยนทั้งในส่วนของคำที่ใช้เป็นสโลแกน สีที่ใช้ ลักษณะตัวอักษร และตำแหน่งในการวางมากนัก
- ตำแหน่งที่มักใช้วางคำสโลแกน คือ
 1. ส่วนใหญ่จะมีการวางสโลแกนไว้บริเวณด้านล่างของกล่องได้ตราสินค้าลงมา

2. มีบางครั้งที่วางสไลด์แกนไว้บริเวณด้านบนของกล่องเหนือตราสินค้า



ภาพที่ 49 แสดงตำแหน่งในการวางสไลด์แกนในช่วงแนะนำ

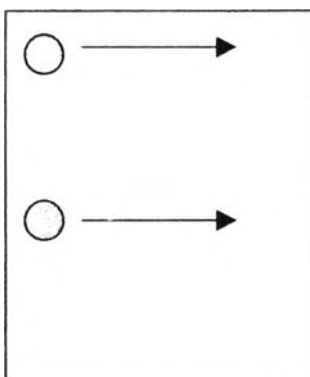
2.6 แถบตัวอักษร

- ในการออกแบบและพัฒนาฯ ผลิตภัณฑ์ผงซักฟอกจะต้องมีการนำคำที่ใช้เป็น แถบตัวอักษรมาใช้เสมอ
- ข้อความที่ใช้เป็นแถบตัวอักษรควรจะใช้ภาษาไทยเป็นหลัก แต่ถ้ามีการนำภาษาอังกฤษมาใช้จะต้องเป็นคำสั้นๆหรือตัวย่อเสมอ
- ข้อความที่ใช้เป็นแถบตัวอักษรควรจะต้องเป็นประโยคที่กระชับได้ใจ

ความ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับคุณสมบัติ และคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่นำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ส่วนของ ลักษณะตัวอักษร สีของตัวอักษร และขนาดของตัวอักษร จะใช้ต้องอ่านง่ายและชัดเจน แต่จะต้องโดดเด่นน้อยกว่าคำสไลด์แกน
- การพัฒนา ทุกครั้งควรจะต้องมีการปรับเปลี่ยนอย่างชัดเจนทั้งในส่วนของคำที่ใช้เป็น แถบตัวอักษร ลักษณะตัวอักษร สีของตัวอักษร และขนาดของตัวอักษรอยู่เสมอ แต่ในส่วนของตำแหน่งในการวางแถบตัวอักษรจะไม่ค่อยมีการปรับเปลี่ยนไปจากเดิม

- ตำแหน่งที่มักใช้วางแถบตัวอักษรคือ
 1. บริเวณด้านซ้ายบนของกล่อง
 2. บริเวณด้านซ้ายกลางของกล่อง (ใต้ตราสินค้า) ดังรูป



ภาพที่ 50 แสดงตำแหน่งในการวางแถบตัวอักษรในช่วงแนะนำ

2.7 ข้อความ

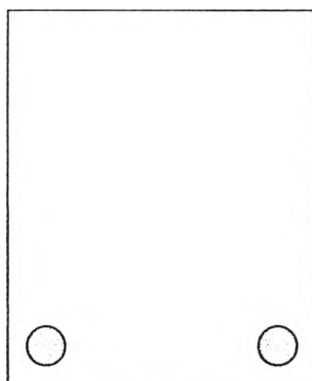
- การพัฒนา ๔ ผลิตภัณฑ์ผงซักฟอกจะต้องมีการนำคำที่เป็น ข้อความ มาใช้เสมอ โดยเฉพาะในส่วนที่กฎหมายกำหนดให้ต้องแจ้งรายละเอียดกับผู้บริโภคทราบอย่างชัดเจน

- โดยส่วนมากแล้วบริเวณด้านหน้าของกล่องจะมีการแจ้งในส่วนของ
 1. คำว่า “ผงซักฟอก”
 2. น้ำหนักสุทธิ เป็นกรัมหรือกิโลกรัม
- อาจจะมีข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนของคุณสมบัติและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

ภัณฑ์

- สีของตัวอักษรที่ใช้จะไม่เกิน 2 สี
- ส่วนของลักษณะตัวอักษรแบบมีหัวและขนาดของตัวอักษร จะใช้ต้อง อ่านง่ายและชัดเจน แต่จะต้องโดดเด่นน้อยกว่าแถบตัวอักษร
- ตำแหน่งในการวางข้อความมักวางอยู่ด้านล่างสุดของกล่องมุมใดมุม

หนึ่ง



ภาพที่ 51 แสดงตำแหน่งในการวางข้อความในช่วงแนะนำ

- การพัฒนาฯ ในส่วนของข้อความจะไม่มี การปรับเปลี่ยนทั้งในส่วนของ คำที่ใช้ สี ขนาดและตำแหน่งในการวาง

ข. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงเจริญเติบโตมีแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใน ส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. แนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์

- แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์ในช่วงเจริญเติบโต จะไม่ค่อยมีการปรับเปลี่ยนแนว คิดด้านผลิตภัณฑ์ไปจากเดิม หรือหากมีการปรับเปลี่ยนก็จะเป็นการปรับเปลี่ยนในส่วนจกราย ละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ โดยยังคงรักษาแนวความคิดหลักเอาไว้

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในช่วงเจริญเติบโต จะเป็นการพัฒนาโดยใช้กลยุทธ์ การตลาดสำหรับ สินค้าสะดวกซื้อในส่วนของกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ออกผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ เข้ามาในตลาด โดยการเพิ่มคุณสมบัติและคุณประโยชน์ให้ดีขึ้นและสูงขึ้นกว่าเดิม

2. องค์ประกอบการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2.1 ตราสินค้า

- การพัฒนาฯ ในส่วนของตราสินค้าช่วงเจริญเติบโต จะต้องมีการปรับ เปลี่ยนอยู่เสมอ

- โดยในส่วนขององค์ประกอบหลักจะไม่มี การปรับเปลี่ยน แต่จะเป็นการ ปรับเปลี่ยนในส่วนขององค์ประกอบรอง

- ตำแหน่งของตราสินค้ายังคงอยู่ตำแหน่งเดิม

2.2 สี

- การพัฒนาฯ ในส่วนของสีบรรจุภัณฑ์ในช่วงเจริญเติบโต จะใช้สีเหมือนกับในช่วงแนะนำ

2.3 ภาพถ่าย

- โดยส่วนใหญ่แล้วจะไม่มีให้นำภาพถ่ายมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ผงซักฟอก

2.4 องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบ

- จะมีการนำองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบมาใช้ในการออกแบบเสมอ และเมื่อมีการพัฒนาฯ องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบจะต้องมีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ

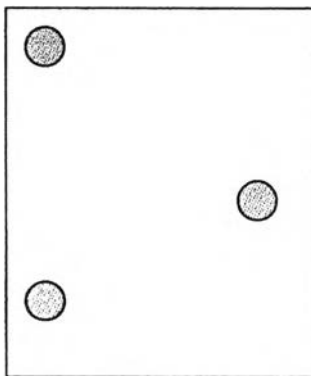
- การพัฒนาฯ ในส่วนขององค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบจะเป็นการปรับเปลี่ยนไปเดิม แต่ยังคงรักษาความสอดคล้องของการออกแบบให้มีความต่อเนื่องกันอยู่ด้วย

- องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบที่นำมาใช้จะเป็นภาพที่มีองค์ประกอบแบบง่าย ๆ ไม่จำเป็นต้องมีเรื่องราวใดๆ องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบโดยมากจะนำมาใช้เพื่อสะท้อนถึงแนวคิดด้านผลิตภัณฑ์หรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์โดยใช้ร่วมกับคำสโลแกนและ แถบตัวอักษร

- สีที่ใช้ในองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบจะใช้สีไม่เกิน 3 สีโดยจะใช้สีที่สดใสและส่วนใหญ่จะเป็นสีที่ตัดกับสีของกล่อง

- ตำแหน่งที่ใช้ในการวางองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบอยู่เสมอ คือ

1. บริเวณด้านซ้ายบนของกล่อง
2. บริเวณด้านขวากลางของกล่อง(ใต้ตราสินค้า)
3. บริเวณด้านซ้ายล่างของกล่อง ดังรูป



ภาพที่ 52 แสดงตำแหน่งในการวางองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบในช่วงเจริญเติบโต

2.5 สโลแกน

- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผงซักฟอก จะต้องมีการนำคำสโลแกนมาใช้เสมอ

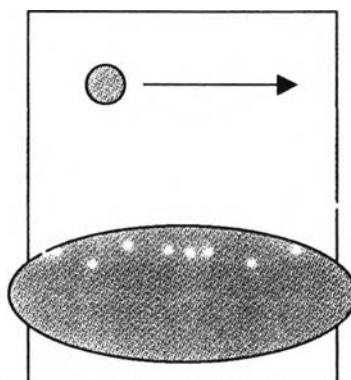
- การพัฒนา ช่วงเจริญเติบโตในส่วนของสโลแกนจะมีการปรับเปลี่ยนในส่วนของรายละเอียดเล็กน้อยๆ เช่น ขนาดตัวอักษร เป็นต้น โดยจะไม่มีมีการปรับเปลี่ยนคำที่ใช้เป็นสโลแกน

- สโลแกนจะใช้ข้อความที่เป็นประโยคสั้น ๆ ได้ใจความและจดจำง่าย โดยเนื้อหาจะเกี่ยวกับแนวคิดผลิตภัณฑ์ ประโยชน์และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งหมด ตัวอักษรที่ใช้เป็นคำ สโลแกนจะต้องเด่นชัดอ่านง่าย สีที่ใช้จะใช้สีเพียงสีเดียว

- ตำแหน่งที่มักใช้วางคำสโลแกน คือ

1. พบอยู่เสมอว่ามีการวางสโลแกนไว้บริเวณด้านล่างของกล่องได้ตราสินค้าลงมา

2. พบบ้างว่ามีการวางสโลแกนไว้บริเวณด้านบนของกล่องเหนือตราสินค้า



ภาพที่ 53 แสดงตำแหน่งในการวางสโลแกนในช่วงเจริญเติบโต

2.6 แถบตัวอักษร

- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผงซักฟอก จะต้องมีการนำข้อความที่เป็น แถบตัวอักษรมาใช้เสมอ

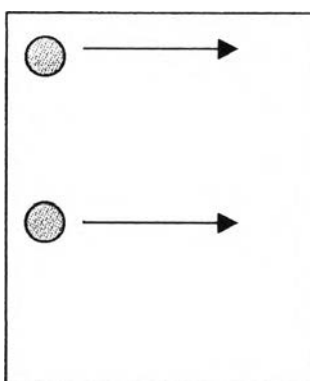
- ข้อความที่ใช้เป็นแถบตัวอักษร ควรจะต้องเป็นประโยคที่กระชับได้ใจความ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับ คุณสมบัติ และคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่นำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ในส่วนของ ลักษณะตัวอักษร สีของตัวอักษร และขนาดของตัวอักษร จะใช้ต้องอ่านง่ายและชัดเจน แต่จะต้องโดดเด่นน้อยกว่าคำสโลแกน

- ในการพัฒนาฯ ทุกครั้งควรจะต้องมีการปรับเปลี่ยนอย่างชัดเจนทั้งใน ส่วนของคำที่ใช้เป็น แถบตัวอักษรลักษณะของตัวอักษร สีของตัวอักษร และขนาดของตัวอักษร อยู่เสมอ แต่ในส่วนของตำแหน่งในการวางแถบตัวอักษรจะไม่ค่อยมีการปรับเปลี่ยนไปจากเดิม

- ตำแหน่งที่มักใช้วาง แถบตัวอักษรคือ

1. บริเวณด้านซ้ายบนของกล่อง
2. บริเวณด้านซ้ายกลางของกล่อง (ใต้ตราสินค้า) ดังรูป



ภาพที่ 54 แสดงตำแหน่งในการวาง แถบตัวอักษรในช่วงเจริญเติบโต

2.7 ข้อความ

- การพัฒนา ฯ ผลิตภัณฑ์ผงซักฟอกจะต้องมีการนำคำที่เป็นข้อความ มาใช้เสมอ โดยเฉพาะในส่วนที่กฎหมายกำหนดให้ต้องแจ้งรายละเอียดให้ผู้บริโภคทราบอย่างชัดเจน

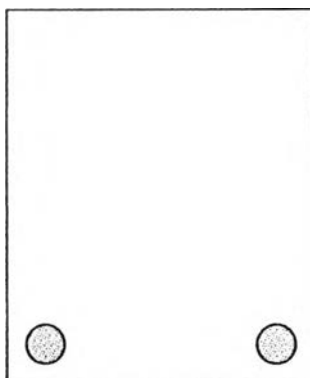
- โดยส่วนมากแล้วบริเวณด้านหน้าของกล่องจะมีการแจ้งในส่วนของ

1. คำว่า “ผงซักฟอก”
2. น้ำหนักสุทธิ เป็นกรัมหรือกิโลกรัม

- อาจจะมีข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนของคุณสมบัติและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์บาง

- ส่วนของ ลักษณะตัวอักษร แบบมีหัวและขนาดของตัวอักษร จะใช้ต้องอ่านง่ายและชัดเจน แต่จะต้องโดดเด่นน้อยกว่า แถบตัวอักษรสีของตัวอักษรจะใช้สีไม่เกิน 2 สี

- ตำแหน่งในการวางข้อความมักวางอยู่ด้านล่างสุดของกล่องมุมใดมุมหนึ่ง



ภาพที่ 55 แสดงตำแหน่งในการวางข้อความในช่วงเจริญเติบโต

- การพัฒนาในส่วนของข้อความจะไม่มี การปรับเปลี่ยนทั้งในส่วนของคำที่ใช้ สี ขนาดและตำแหน่งในการวาง

ค. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงอิมิตัว มีแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในส่วนต่างๆ ดังนี้

1. แนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์

- แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์จะไม่มี การปรับเปลี่ยนไปจากเดิม
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในช่วงอิมิตัวผงซักฟอกจะเป็นการพัฒนาโดยใช้กลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าสะดวกซื้อ ในส่วนของกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ออกผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่เข้ามาในตลาด โดยการเพิ่มคุณสมบัติและคุณประโยชน์ให้ดีขึ้นและสูงขึ้นกว่าเดิม

2. องค์ประกอบการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2.1 ตราสินค้า

- ลักษณะของตราสินค้าจะมีการพัฒนาอยู่เสมอ โดยจะปรับเปลี่ยนในส่วนของ องค์ประกอบรอบเท่านั้น ส่วนขององค์ประกอบหลักจะไม่มี การปรับเปลี่ยน
- ตำแหน่งของตราสินค้ายังคงอยู่ตำแหน่งเดิม

2.2 สี

- การพัฒนาฯ ในส่วนของสีบรรจุภัณฑ์ในช่วงอิมิตัว จะใช้สีเหมือนกับในช่วงแนะนำ

2.3 ภาพถ่าย

- โดยส่วนใหญ่แล้วจะไม่มีให้นำภาพถ่ายมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผงซักฟอก

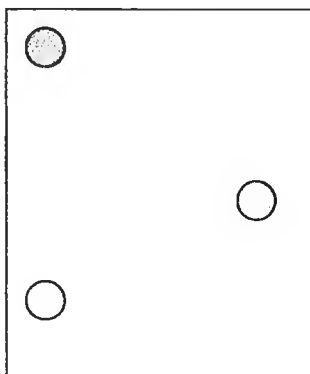
2.4 องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบ

- จะมีการใช้องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบในการออกแบบเสมอ และเมื่อมีการพัฒนา ฯ องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบจะต้องมีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ การปรับเปลี่ยนในส่วนขององค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบจะเป็นการปรับเปลี่ยนไปอย่างเห็นได้ชัด ทั้งในส่วนของการใช้สี ลักษณะของภาพหรือภาพที่ใช้ แต่ยังคงรักษาความสอดคล้องของการออกแบบให้มีความต่อเนื่องกันอยู่ด้วย

- องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบที่นำมาใช้จะเป็นภาพที่มีองค์ประกอบแบบง่าย ๆ ไม่จำเป็นต้องมีเรื่องราวใด ๆ องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบโดยมากจะนำมาใช้เพื่อสะท้อนถึงแนวคิดด้านผลิตภัณฑ์หรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์โดยใช้ร่วมกับคำสโลแกนและแถบตัวอักษร

- สีที่ใช้ในองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบจะใช้สีไม่เกิน 3 สีโดยจะใช้สีที่สดใสและส่วนใหญ่จะเป็นสีที่ตัดกับสีของกล่อง

- ตำแหน่งที่ใช้ในการวางองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบอยู่เสมอ คือ
 1. บริเวณด้านซ้ายบนของกล่อง
 2. บริเวณด้านขวากลางของกล่อง(ใต้ตราสินค้า)
 3. บริเวณด้านซ้ายล่างของกล่อง ดังรูป



ภาพที่ 56 แสดงตำแหน่งในการวางองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบในช่วงอิมิตัว

2.5 สโลแกน

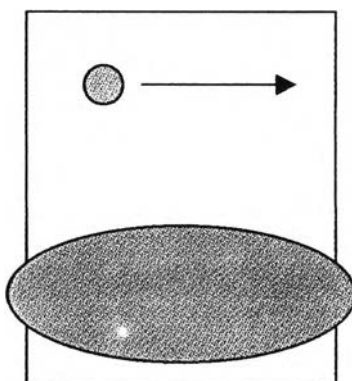
- การพัฒนาฯ ผงซักฟอกควรจะต้องมีการนำคำสโลแกนมาใช้เสมอ

- การพัฒนาฯ ช่วงฉิมตัวจะไม่มีมีการเปลี่ยนแปลงในส่วนของคำที่ใช้เป็นสโลแกน ลักษณะตัวอักษร และสีที่ใช้ ถ้าจะมีการเปลี่ยนแปลงจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในส่วนจของรายละเอียด

- ตำแหน่งที่มักใช้วางคำสโลแกน คือ

1. พบอยู่เสมอว่ามีการวางสโลแกนไว้บริเวณด้านล่างของกล่องได้ตราสินค้าลงมา

2. พบบ้างว่ามีการวางสโลแกนไว้บริเวณด้านบนของกล่องเหนือตราสินค้า



ภาพที่ 57 แสดงตำแหน่งในการวางสโลแกนในช่วงฉิมตัว

2.6 แถบตัวอักษร

- ในการพัฒนาฯ ผงซักฟอกจะต้องมีการนำข้อความที่เป็น แถบตัวอักษรมาใช้เสมอ

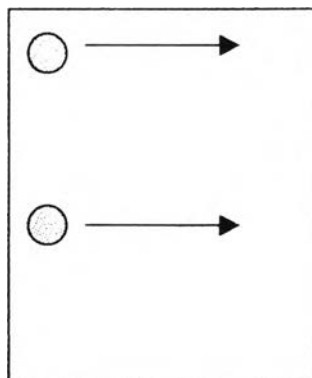
- แถบตัวอักษรจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงในส่วนของคำที่นำมาใช้ ลักษณะของตัวอักษร สีของตัวอักษร และขนาดของตัวอักษรอยู่เสมอ โดยจะเป็นการปรับเปลี่ยนไปจากเดิมอย่างเห็นได้ชัด แต่ยังคงรักษาความต่อเนื่องของการออกแบบเอาไว้

- แถบตัวอักษรที่นำมาใช้ควรจะต้องเป็นประโยคที่กระชับได้ใจความ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับคุณสมบัติคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่นำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ส่วนของ ลักษณะตัวอักษร สีของตัวอักษร และขนาดของตัวอักษร จะใช้ต้องอ่านง่ายและชัดเจน แต่จะต้องโดดเด่นน้อยกว่าคำสโลแกน

- ตำแหน่งที่มักใช้วาง แถบตัวอักษรคือ

1. บริเวณด้านซ้ายบนของกล่อง
2. บริเวณด้านซ้ายกลางของกล่อง (ใต้ตราสินค้า) ดังรูป



ภาพที่ 58 แสดงตำแหน่งในการวางแถบตัวอักษรในช่วงอิมิตัว

2.7 ข้อความ

- การพัฒนา 4 ผลิตภัณฑ์ผงซักฟอกจะต้องมีการนำคำที่เป็น ข้อความมาใช้เสมอ โดยเฉพาะในส่วนที่กฎหมายกำหนดให้ต้องแจ้งรายละเอียดให้ผู้บริโภคทราบอย่างชัดเจน

- โดยส่วนมากแล้วบริเวณด้านหน้าของกล่องจะมีการแจ้งในส่วนของ

1. คำว่า “ผงซักฟอก”
2. น้ำหนักสุทธิ เป็นกรัมหรือกิโลกรัม

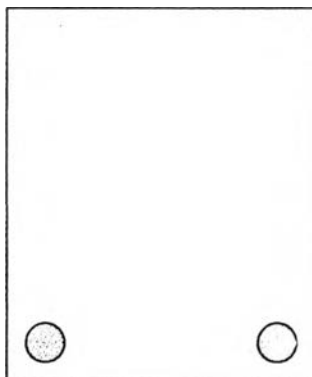
- อาจจะมีข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนของคุณสมบัติและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์บาง

- สีของตัวอักษรที่ใช้จะไม่เกิน 2 สี

- ในส่วนของ ลักษณะตัวอักษร และขนาดของตัวอักษร จะใช้ต้องอ่านง่ายและชัดเจน แต่จะต้องโดดเด่นน้อยกว่าแถบตัวอักษร

- ตำแหน่งในการวางข้อความมักวางอยู่ด้านล่างสุดของกล่องมุมใดมุม

หนึ่ง



ภาพที่ 59 แสดงตำแหน่งในการวางข้อความในช่วงอิมตัว

ข. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงถดถอยมีแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. แนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์

- แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์จะไม่มีการปรับเปลี่ยนไปจากเดิมในช่วงถดถอยการพัฒนาฯ จะเน้นใช้กลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าสะดวกซื้อในส่วนของกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ โดยออกผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่เข้ามาในตลาดแต่ในบางกรณีอาจจะมีการพัฒนาในส่วนของบริษัทเท่านั้น

2. องค์ประกอบการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2.1 ตราสินค้า

- ในช่วงนี้ลักษณะของตราสินค้าจะมีการพัฒนาไปจากเดิม แต่จะเป็นการปรับเปลี่ยนไม่มากนัก โดยมีการเปลี่ยนแปลงในส่วนของตราสินค้าในองค์ประกอบรอง และคงรักษาองค์ประกอบหลักเอาไว้

- ตำแหน่งของตราสินค้ายังคงอยู่ตำแหน่งเดิม

2.2 สี

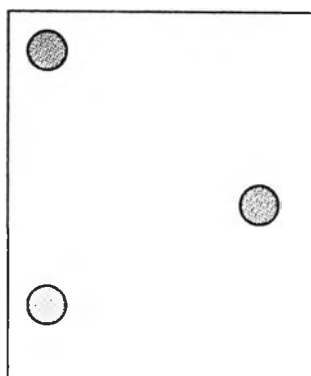
- การพัฒนาฯ ในส่วนของสีบรรจุภัณฑ์ในช่วงถดถอยจะใช้สีเหมือนกับในช่วงแนะนำ

2.3 ภาพถ่าย

- โดยส่วนใหญ่แล้วจะไม่มีการนำภาพถ่ายมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผงซักฟอก

2.4 องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบ

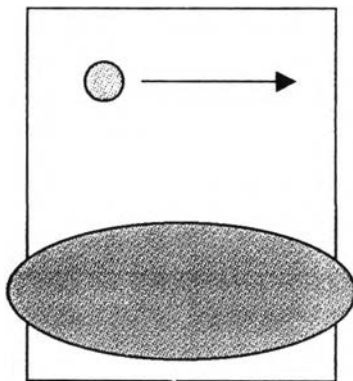
- จะมีการใช้องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบในการออกแบบเสมอ และเมื่อมีการพัฒนา องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบจะต้องมีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ
- การปรับเปลี่ยนในส่วนขององค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบจะเป็นการปรับเปลี่ยนไปอย่างเห็นได้ชัดทั้งในส่วนของ การใช้สี ลักษณะของภาพหรือภาพที่ใช้ โดยยังคงรักษาความสอดคล้องของการออกแบบให้มีความต่อเนื่องกันอยู่ด้วย
- องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบที่นำมาใช้จะเป็นภาพที่มีองค์ประกอบแบบง่าย ๆ ไม่จำเป็นต้องมีเรื่องราวใด ๆ องค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบโดยมากจะนำมาใช้เพื่อสะท้อนถึงแนวคิดด้านผลิตภัณฑ์หรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์โดยใช้ร่วมกับคำสโลแกนและ แถบตัวอักษร
- สีที่ใช้ในองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบจะใช้สีจะไม่เกิน 3 สีโดยจะใช้สีที่สดใสและส่วนใหญ่จะเป็นสีที่ติดกับสีของกล่อง
- ตำแหน่งที่ใช้ในการวางองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบอยู่เสมอ คือ
 1. บริเวณด้านซ้ายบนของกล่อง
 2. บริเวณด้านขวากลางของกล่อง(ใต้ตราสินค้า)
 3. บริเวณด้านซ้ายล่างของกล่อง ดังรูป



ภาพที่ 60 แสดงตำแหน่งในการวางองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบในช่วงถดถอย

2.5 สโลแกน

- การพัฒนา ๔ ผงซักฟอกควรจะต้องมีการนำคำสโลแกนมาใช้เสมอ
- การพัฒนา ๔ ช่วงทดลองจะไม่มีปรับเปลี่ยนทั้งในส่วนของคำที่ใช้เป็นสโลแกน ลักษณะตัวอักษรและสีที่ใช้
- ตำแหน่งที่มักใช้วางคำสโลแกน คือ
 1. พบอยู่เสมอว่ามีการวางสโลแกนไว้บริเวณด้านล่างของกล่องได้ตราสินค้าลงมา
 2. พบบ้างว่ามีการวางสโลแกนไว้บริเวณด้านบนของกล่องเหนือตราสินค้า

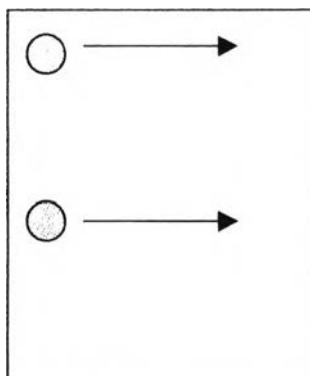


ภาพที่ 61 แสดงตำแหน่งในการวางสโลแกนในช่วงทดลอง

2.6 แถบตัวอักษร

- ในการพัฒนา ๔ ผงซักฟอกจะต้องมีการนำข้อความที่เป็น แถบตัวอักษรมาใช้เสมอ
- แถบตัวอักษรจะต้องมีการปรับเปลี่ยนในส่วนของคำที่นำมาใช้ ลักษณะของตัวอักษร สีของตัวอักษร และขนาดของตัวอักษรอยู่เสมอ โดยจะเป็นการปรับเปลี่ยนไปอย่างเห็นได้ชัด แต่ยังคงรักษาความต่อเนื่องของการออกแบบเอาไว้
- แถบตัวอักษรที่นำมาใช้ควรจะต้องเป็นประโยคที่กระชับได้ใจความ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับคุณสมบัติคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่นำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ในส่วนของ ลักษณะตัวอักษร สีของตัวอักษร และขนาดของตัวอักษร จะใช้ต้องอ่านง่ายและชัดเจน แต่จะต้องโดดเด่นน้อยกว่าคำสโลแกน

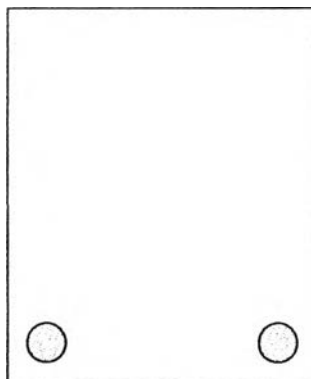
- ตำแหน่งที่มักใช้วาง แถบตัวอักษรคือ
 1. บริเวณด้านซ้ายบนของกล่อง
 2. บริเวณด้านซ้ายกลางของกล่อง (ใต้ตราสินค้า) ดังรูป



ภาพที่ 62 แสดงตำแหน่งในการวางแถบตัวอักษรในช่วงถดถอย

2.7 ข้อความ

- การพัฒนา ๔ ผลิตภัณฑ์ผงซักฟอกจะต้องมีการนำคำที่เป็น ข้อความมาใช้เสมอ โดยเฉพาะในส่วนที่กฎหมายกำหนดให้ต้องแจ้งรายละเอียดให้ผู้บริโภคทราบอย่างชัดเจน
- โดยส่วนมากแล้วบริเวณด้านหน้าของกล่องจะมีการแจ้งในส่วนของ
 1. คำว่า “ผงซักฟอก”
 2. น้ำหนักสุทธิ เป็นกรัมหรือกิโลกรัม
- อาจจะมีข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนของคุณสมบัติและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์บาง
- สีของตัวอักษรที่ใช้จะไม่เกิน 2 สี
- ส่วนของ ลักษณะตัวอักษร และขนาดของตัวอักษร จะใช้ต้องอ่านง่ายและชัดเจน แต่จะต้องโดดเด่นน้อยกว่าแถบตัวอักษร
- ตำแหน่งในการวางข้อความมักวางอยู่ด้านล่างสุดของกล่องมุมใดมุมหนึ่ง



ภาพที่ 63 แสดงตำแหน่งในการวางข้อความในช่วงถดถอย

ปัญหา , อุปสรรคและข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์สำหรับสินค้าสะดวกซื้อ (กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผงซักฟอก) ในครั้งนี้ เป็นการค้นหาแนวคิด รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ซึ่งปัญหาที่พบในการทำวิจัยคือ การค้นหาเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นไปได้ยากมาก เนื่องจากบริษัทผู้ผลิต /จำหน่ายที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าที่จะศึกษาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จะไม่ได้เก็บบรรจุภัณฑ์ของจริงเอาไว้เลย แม้กระทั่งภาพถ่ายบรรจุภัณฑ์ของจริงก็ไม่มีที่บริษัทที่มีการเก็บเอาไว้จึงทำให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นไปได้ยากลำบากมาก

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการเก็บข้อมูลเอกสาร ตัวอย่างจริงหรือภาพถ่ายของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่นำมาศึกษา และข้อมูลจากการสัมภาษณ์หรือขอเอกสารข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ รวมถึงข้อมูลทางการตลาด ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นไปได้ลำบาก เนื่องจากผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่จะเป็นระดับผู้บริหารซึ่งมีเวลาน้อย และในบางครั้งข้อมูลบางอย่างที่ต้องการจะได้ก็เป็นข้อมูลที่เป็นความลับของบริษัท

3. การศึกษาเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์สำหรับสินค้าสะดวกซื้อ (กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผงซักฟอก) ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ของสินค้าเฉพาะประเภทสินค้า และเลือกตราสินค้าที่เป็นผู้นำในตลาดมา 3 อันดับเท่านั้น ถ้าจะให้มีความแม่นยำและครอบคลุมมากกว่านี้ควรจะมีการศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสินค้าประเภทอื่นด้วย หรือถ้าจะศึกษาและพัฒนางานวิจัยนี้ต่อก็ควรจะศึกษาการ

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ฯ ผลิตภัณฑ์ผงซักฟอกทุกตราสินค้าที่มีอยู่ในตลาด และนำมาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาตามโครงการพิเศษฉบับนี้ก็จะทำให้ได้ข้อสรุปใหม่หรือเป็นการยืนยันถึงผลของการศึกษาในครั้งนี้