การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และป้ายโฆษณา

เจาะลึกโครงสร้าง สีสัน และประสบการณ์ผู้ใช้ (UX)

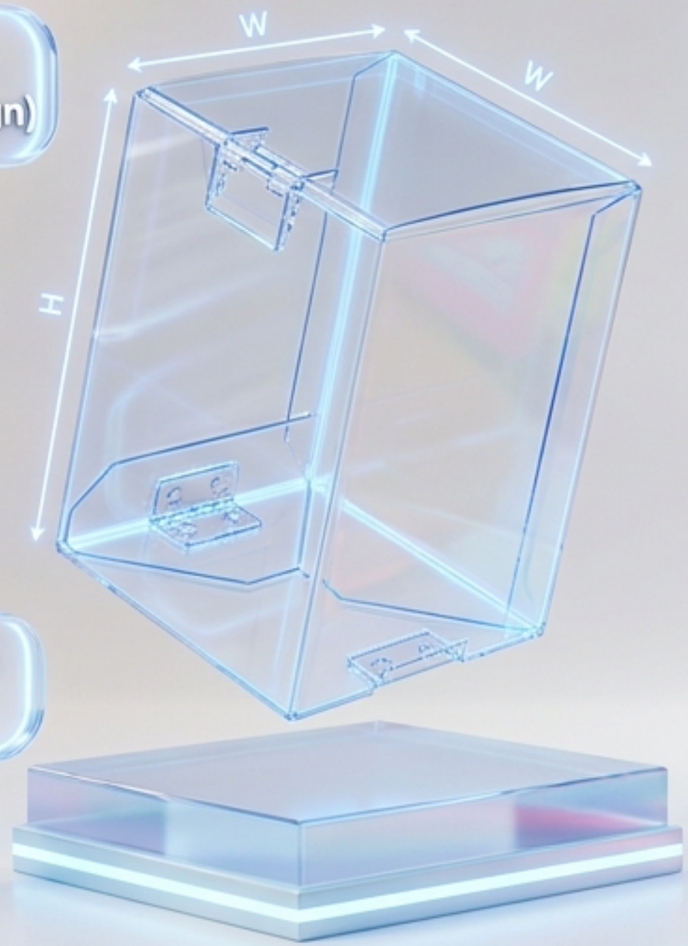
ผู้สอน: นางสาวไปรยา สลาตัน | วิทยาลัยการอาชีพสระบุรี

NotebookLM

2 เสาหลักของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

โครงสร้าง (Structural Design)

- เน้นคุณสมบัติวัสดุและรูปทรง
- รองรับน้ำหนักและปกป้องสินค้า
- อำนวยความสะดวกในการใช้งาน



กราฟิก (Graphic Design)

- สื่อความหมายและสร้างเอกลักษณ์
- ส่งเสริมการขายด้วยภาพและสัญลักษณ์
- ให้ข้อมูลทางการตลาดและวิธีการใช้

NotebookLM

โครงสร้างที่ดีต้องตอบโจทย์อะไรบ้าง?

1

ถนอมสินค้า & ใช้งานต่อเนื่อง

วัสดุเหมาะสม ป้องกันสินค้า
เปิดใช้และเก็บรักษาง่าย

2

สะดวกจับถือ

ขนาดพอดีมือ
รับน้ำหนักได้มั่นคง

3

เข้าใจง่าย & สอดคล้อง

รูปแบบกลมกลืนกับ
ตัวสินค้าภายใน

NotebookLM

พื้นที่กราฟิก: มากกว่าความสวยงาม คือการสื่อสาร

Identity
(สร้างเอกลักษณ์)
บ่งบอกตัวตนของสินค้า
และส่งเสริมการขาย

Marketing Data
(ข้อมูลด้านการตลาด)
โลโก้, บาร์โค้ด,
สถานที่จัดจำหน่าย, ฤดูกาล

Product Data
(ข้อมูลผลิตภัณฑ์)
วิธีใช้งาน, ส่วนประกอบ,
คำเตือน, ต้นทุน/ราคา

NotebookLM

กลยุทธ์ของกล่องบรรจุภัณฑ์

กล่องเพื่อการขนส่ง
(Transport Box)

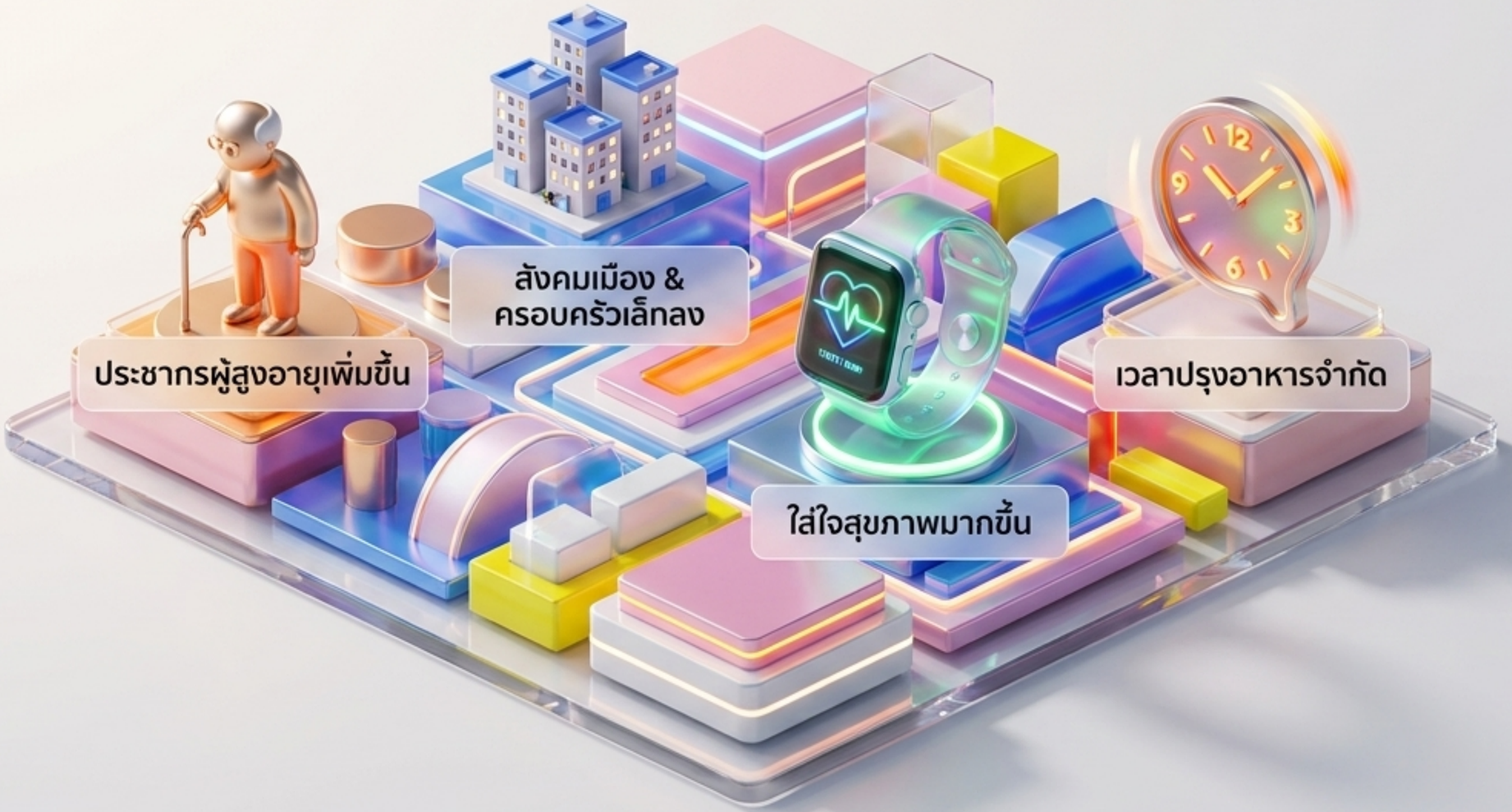
เป้าหมาย: เน้นการใช้งานพื้นฐาน (Utility)
การตัดสินใจ: เน้นเรื่องราคาและต้นทุนเป็นหลัก

กล่องเป็นเครื่องมือทางการตลาด
(Marketing Box)

เป้าหมาย: สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์
การตัดสินใจ: ออกแบบสวยงาม เน้นตราสินค้าให้โดดเด่น
ความสอดคล้อง: เชื่อมโยงบรรจุภัณฑ์ชั้นในและชั้นนอก

NotebookLM

ออกแบบเพื่อวิถีชีวิตยุคใหม่



NotebookLM

จิตวิทยาของสี: โทนร้อนและสีขาว

แดง (Red)

ตื่นเต้น, เร้าอารมณ์, มีพลัง

ส้ม (Orange)

สดใส, เกียรติยศ, มีพลัง

เหลือง (Yellow)

เบิกบาน, สว่างแจ่มใส, ฉลาด

ขาว (White)

สะอาด, ว่างเปล่า, บริสุทธิ์

NotebookLM

จิตวิทยาของสี: โทนเย็นและสีเข้ม

เขียว (Green)
สงบ, สดชื่น, ปลอดภัย

ฟ้า (Blue)
กระชุ่มกระชวย, ตื่นตัว, อิสระ

ม่วง (Purple)
ภาคภูมิใจ, ลึกลับ, จินตนาการ

น้ำตาล (Brown)
สุขุม, หนักแน่น, มั่งคั่ง

เทา (Gray)
เรียบร้อย, สงบ, สมดุล

ดำ (Black)
ลึกลับ, มีพลัง, ความมีด

NotebookLM

6 กฎทองในการเลือกใช้สีบนบรรจุภัณฑ์

NotebookLM

5 ขั้นตอนสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์

5. ออกแบบกราฟิก

4. ออกแบบรูปทรง

3. กำหนดวัสดุหลัก

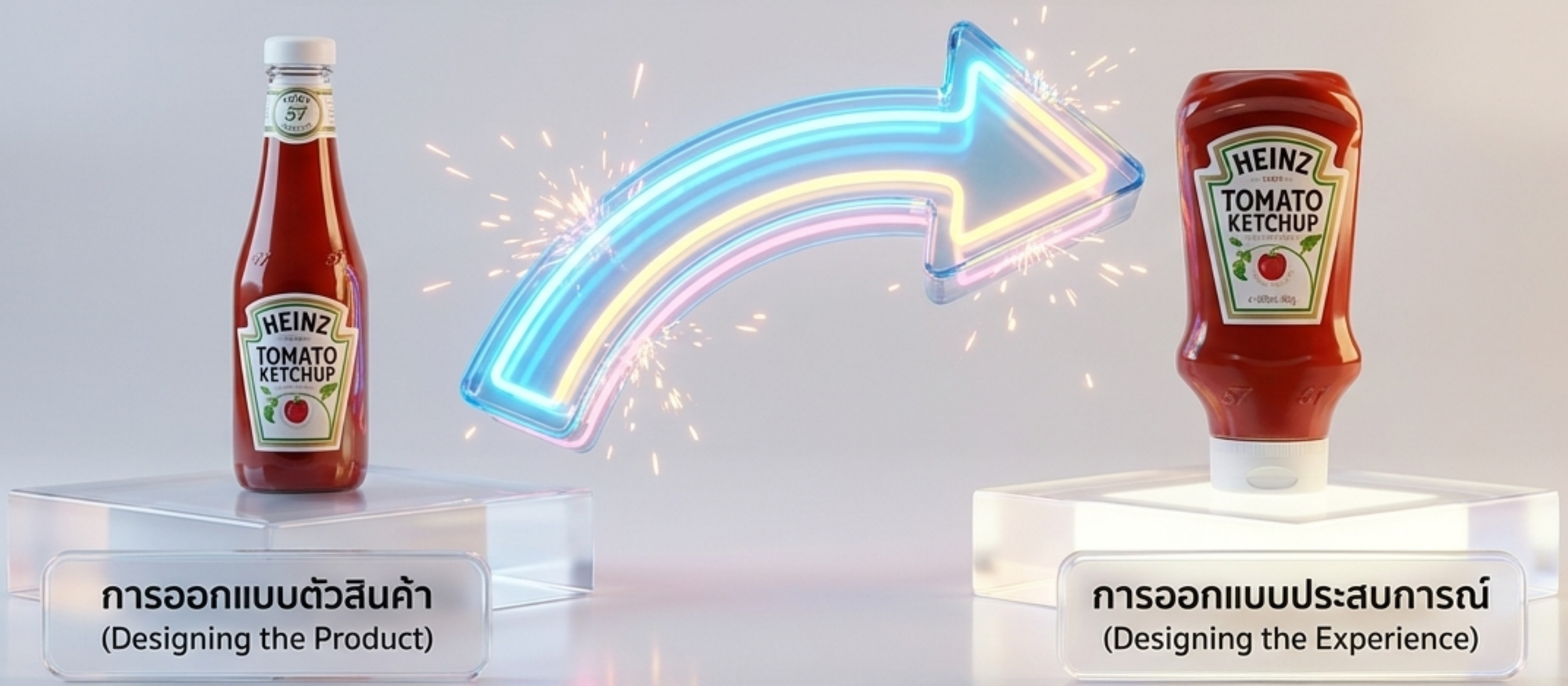
2. กำหนดชื่อตราสินค้า

1. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย

NotebookLM

ก้าวข้ามความสวยงาม สู่ประสบการณ์ผู้ใช้ (UX)

นำประสบการณ์ของผู้ใช้มาผสานกับความต้องการทางธุรกิจ



การออกแบบตัวสินค้า
(Designing the Product)

การออกแบบประสบการณ์
(Designing the Experience)

NotebookLM

4 เสาหลักของการออกแบบ UX

ใครใช้? (Who?)
กลุ่มเป้าหมายหลักคือใคร

ใช้ทำอะไร? (What?)
จุดประสงค์ที่แท้จริงของสินค้า

ใช้อย่างไร? (How?)
พฤติกรรมและขั้นตอนการใช้งาน

ใช้ในสภาพแวดล้อมใด? (Where?)
สถานการณ์รอบข้างขณะใช้งาน

NotebookLM

นวัตกรรม UX ในโลกแห่งความเป็นจริง

ตัดขั้นตอน
ความยุ่งยาก

ป้องกันอันตราย
จากน้ำร้อนลวก

พกพาง่าย ถือมือเดียว
ได้อย่างสมดุล

ลดการใช้วัสดุ
ในการผลิต

NotebookLM

สมการการออกแบบที่สมบูรณ์แบบ

= ผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ (Successful Product)

NotebookLM

“การออกแบบที่ดีคือ การแก้ปัญหาที่สวยงาม”

Q&A / ขอบคุณที่ติดตาม

ผู้สอน: นางสาวไปรยา สลาตัน
วิทยาลัยการอาชีพสระบุรี

NotebookLM