

บทที่ 5

การสื่อความหมายบนบรรจุภัณฑ์ของขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งแผ่นทอดกรอบตราเทสโต

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อความหมายของการออกแบบบนบรรจุภัณฑ์ของขนมขบเคี้ยวที่คัดสรร ” เพื่อศึกษาการสื่อความหมายของการออกแบบบนบรรจุภัณฑ์ของขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอดกรอบที่คัดสรร โดยใช้แนวคิดการสื่อสารการตลาด แนวคิดเชิงสัญลักษณ์และการสร้างความหมาย และแนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในการวิเคราะห์การสื่อความหมายของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งในบทนี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์ของขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งแผ่นทอดกรอบเทสโต และคัดเลือกรสชาติขนมขบเคี้ยวมาวิเคราะห์โดยคัดเลือกจากรสชาติที่เป็นที่นิยมและมีบรรจุภัณฑ์ที่มีการสื่อความหมายตรงกับพื้นฐานกรอบทฤษฎีที่นำมาศึกษา ได้แก่

1. รสมันฝรั่งแท้
2. รสบาร์บีคิวแมกซ์

1. บรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งแผ่นทอดกรอบตราเทสโต รสมันฝรั่งแท้

บรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งแผ่นทอดกรอบตราเทสโต รสมันฝรั่งแท้ มีการแสดงฉลากโภชนาการตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 194 พ.ศ. 2543 เรื่องฉลากอาหารได้กำหนดให้อาหารทุกชนิดที่ผู้ผลิตไม่ได้เป็นผู้ขายอาหารนั้นให้กับผู้บริโภคโดยตรงต้องแสดงฉลากบนภาชนะบรรจุโดยข้อมูลที่แสดง ได้แก่ ข้อมูลความปลอดภัย ประกอบด้วย วันที่ผลิต/หมดอายุ วิธีการเก็บรักษา วิธีปรุง และคำเตือนต่างๆ , ข้อมูลความคุ้มค่า ประกอบด้วย ชื่อ/ประเภทของอาหาร ส่วนประกอบซึ่งเรียงลำดับตามปริมาณที่ใช้จากมากไปน้อย และปริมาณอาหาร (น้ำหนักหรือปริมาตร) ในภาชนะบรรจุ , ข้อมูลเพื่อการโฆษณา ได้แก่ รูปภาพและข้อความกล่าวอ้างต่าง ๆ และข้อมูลเพื่อแสดงความเชื่อมั่น ได้แก่ ยี่ห้ออาหาร ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ผู้จำหน่ายหรือผู้นำเข้า เครื่องหมาย อย. และตราสัญลักษณ์ต่าง ๆ ซึ่งองค์ประกอบต่าง ๆ นั้นมีการออกแบบให้เกิดการดึงดูดต่อผู้บริโภคและสื่อความหมายให้เกิดการจูงใจ ความสนใจกับบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการสื่อความหมายของบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งแผ่นทอดกรอบตราเทสโต รสมันฝรั่งแท้ ดังที่ปรากฏในภาพที่ 22 ได้ดังนี้



ภาพที่22 ขนมอบยเลียวตราเทสโต รสมันฝรั่งแท้

1. รูปทรงบรรจุภัณฑ์ (Form)

รูปทรงของบรรจุภัณฑ์เป็นรูปทรงเรขาคณิต (Geometric Form) เป็นรูปแบบของสี่เหลี่ยมดั่งที่จะปรากฏตัวอย่างในภาพที่23 ซึ่งเป็นรูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้นด้วยเครื่องมือ มีรูปแบบที่แน่นอน มาตรฐาน สามารถวัดหรือคำนวณได้ง่าย มีกฎเกณฑ์ จากแนวคิดทฤษฎีรูปทรงสี่เหลี่ยมสื่อถึงความสงบไม่เคลื่อนไหว (มาโนช กงกะนันท์. 2538: 82) ช่วยสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ซึ่งเมื่อผู้บริโภคเห็นรูปทรงก็สามารถรับรู้ได้ทันทีว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไรและตราสินค้าอะไรเพราะขนมอบยเลียวมันฝรั่งทอดทอดกรอบส่วนใหญ่จะบรรจุในซองฟรอยส์ทรงสี่เหลี่ยมทำให้เมื่อผู้บริโภคเห็นบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเช่นนี้ สามารถสื่อความหมายให้ผู้บริโภคจะเข้าใจทันทีว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นเพื่อบรรจุขนมอบยเลียวก่อนเสมอเนื่องจากประสบการณ์เดิมที่คุ้นเคยเป็นเครื่องตัดสิน



ภาพที่23 รูปทรงขนมอบยเลียวตราเทสโต

2. วัสดุบรรจุภัณฑ์ (Material)

วัสดุที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีการบรรจุมันฝรั่งทอดกรอบอยู่ในซองขนมที่ทำจากวัสดุฟรอยส์ ดังที่จะปรากฏตัวอย่างในภาพที่24 ซึ่งเป็นวัสดุที่ถูกนำมาใช้ในการหีบห่อและการผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์มาก เพราะมีน้ำหนักเบา มีความเหนียวและทนทานต่อสารเคมีได้ดี สามารถปิดผนึกด้วย

ความร้อนได้ สะดวกในการขนส่งเก็บรักษา รวมทั้งสะดวกในการบริโภคซึ่งความสะดวกเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าในปริมาณที่เพิ่มขึ้นได้ วัสดุพรอยส์สามารถสื่อความหมายให้รู้ถึงประเภทสินค้าว่าเป็นขนมขบเคี้ยวจึงช่วยให้สามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี จากการสัมภาษณ์อาจารย์กิตติชัย ศรีฟ้า กล่าวว่า “บรรจุภัณฑ์ของเลย์ใช้วัสดุพรอยส์แบบดั้งเดิม ภาพประกอบและสีต้นบนบรรจุภัณฑ์จึงมีความคมชัดสวยงามน้อยกว่าบรรจุภัณฑ์ของต่างประเทศ เพราะจากความใส่ใจของผู้ประกอบการที่ต่างกันที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับแพ็คเกจจิ้งมากนัก” (กิตติชัย ศรีฟ้า , สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)



ภาพที่ 24 วัสดุบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวตราเทสโต

3. พื้นผิวบรรจุภัณฑ์ (Texture)

พื้นผิวที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีลักษณะพื้นผิวที่เรียบ มัน เงา ดังที่จะปรากฏตัวอย่างในภาพที่ 25 เพื่อความสวยงาม ดึงดูดใจและดูโดดเด่น สามารถสังเกตเห็นได้ด้วยตาและจากประสบการณ์ที่เคยสัมผัส โดยพื้นผิวที่ใช้นี้เป็นประเภทพื้นผิวที่สัมผัสได้ด้วยมือหรือกายสัมผัส ซึ่งเป็นพื้นผิวที่เป็นอยู่จริงของผิวบรรจุภัณฑ์ พื้นผิวเรียบจะสื่อถึงความเบา สบาย (เลอสม สถาปิตานนท์ , 2537: 70) ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคกล่าวว่าความมันเงาของบรรจุภัณฑ์ ทำให้บรรจุภัณฑ์ดูใหม่ เป็นจุดเด่นน่ารับประทานมากยิ่งขึ้น(อำพร พูนประสิทธิ์, กิติชัย ผดุงนันทน์, ศาสวัต อุจจุกรี, เทวา เกษสระ, สัมภาษณ์, 3 กรกฎาคม 2557)



ภาพที่ 25 พื้นผิวบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวตราเทสโต

4. ภาพประกอบ (Photographs)

ภาพประกอบที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ดังที่จะปรากฏตัวอย่างในภาพที่26 ถูกจัดวางให้มีขนาดใหญ่กว่าองค์ประกอบอื่นๆและอยู่บริเวณใจกลางของบรรจุภัณฑ์ซึ่งสามารถสื่อความหมายต่างๆในปริมาณมากให้เข้าใจอย่างรวดเร็ว จะเห็นได้ว่าภาพประกอบนี้ใช้สัญลักษณ์ประเภท สัญลักษณ์ (Icon) เป็นภาพมันฝรั่งแผ่นบางทอดกรอบ ช่วยดึงดูดความสนใจและสื่อให้รับรู้ถึงรสชาติขมขบเคี้ยว โดยมันฝรั่งจะเป็นส่วนประกอบหลักของขนมขบเคี้ยวจึงมีการใช้ภาพของมันฝรั่งแผ่นทอดกรอบและมันฝรั่งที่ยังเป็นผลสดให้สื่อถึงรสชาติที่เป็นมันฝรั่งแท้ให้มากที่สุด ด้านข้างเป็นภาพกระสอบใส่ผลมันฝรั่งสด จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคกล่าวว่าภาพมันฝรั่งนั้นสื่อความหมายถึงคุณภาพ ความสดความแท้ของมันฝรั่งที่นำมาผลิตเหมือนเก็บมาใหม่ๆจากต้น (รินลัดดา แซ่ตั้ง , ประนัสน์ วิสาลี, ยอดยิ่ง ลักษมีการค้า, สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2557)



ภาพที่26 ภาพประกอบขนมขบเคี้ยวตราเทสโต

5. สี (Color)

สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์คือสีเหลือง ดังที่จะปรากฏตัวอย่างในภาพที่27 ช่วยดึงดูดความสนใจ ทำให้จำสินค้าได้ง่ายขึ้น บ่งบอกถึงสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในและช่วยแยกประเภทตามรสชาติ สื่อความหมายแก่ผลิตภัณฑ์ในแง่บุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ สีเหลืองของบรรจุภัณฑ์เป็นสาร(Message) เพื่อที่จะส่งไปยังผู้รับให้สามารถสื่อความหมายและสร้างภาพลักษณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สีเหลืองสามารถถอดรหัส(decoding) จากประสบการณ์ที่ผ่านมา การรับรู้ ทักษะคิด ความเข้าใจจากผู้รับสาร ซึ่งสีของเนื้อมันฝรั่งสดและมันฝรั่งทอดกรอบนั้นมีสีเหลือง สีเหลืองจึงสื่อให้เห็นถึงรสชาติที่มาจกมันฝรั่งแท้ซึ่งมีการปรุงรสชาติให้น้อยที่สุดเพื่อให้ได้รสมันฝรั่งแท้มากที่สุด ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภค กล่าวว่าสีเหลืองเป็นตัวบ่งชี้ (Index) ไปถึงรสชาติจืด เป็นประสบการณ์ที่เคยรับประทานเมื่อเห็นขนมขบเคี้ยวที่มีสีเหลืองก็จะสามารถรับรู้ได้ทันทีว่าเป็นรสชาติจืด(ยุทธการณธ์ เรืองไทย, ศาสวัต อุจจภูรี, นิลาวัลย์ เอี่ยมเชื้อสวัสดิ์, สุวิดา กองเกื้อ, สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2557) ตามหลักจิตวิทยาของสีเหลืองจะสื่อถึง ความสดชื่น สนุกสนาน

เป็นอิสระ สบายใจ เป็นธรรมชาติ โดดเด่นสะดุดตาและดึงดูด(ชัยรัตน์ อัสวางกูร, 2548 หน้า 170-171) โดยเป็นสีโทนสีร้อน แสดงความจริงใจ มีเสน่ห์ น่าตื่นตื้น ไร่ใจ ของบรรจุภัณฑ์ สีโทนร้อน จะเรียกร้องความสนใจได้ดีในชั้นวางสินค้า



ภาพที่27 สีบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวตราเทศ โด

6. ตัวอักษร (Typograpy)

ตัวอักษรที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ของมันฝรั่งทอดกรอบเทศ โดดังที่จะปรากฏตัวอย่างในภาพที่28 เพื่อสื่อความหมายเป็นข้อความที่อาศัยการอ่านออกมาเป็นภาษาที่สื่อความหมายตรงตามข้อความที่เขียนไว้ ได้แก่ ตัวอักษรคำว่า “เทศ โด” เป็นสัญลักษณ์ (Symbol) ซึ่งเป็นชื่อตราสินค้าใช้ตัวอักษรแบบประดิษฐ์ (Display Type) เป็นตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ มีลักษณะเด่น มีขนาดความหนาของเส้นอักษรหนากว่าแบบอื่นๆ ใช้การออกแบบตกแต่งตัวอักษรให้สวยงามเพื่อสื่อความหมายให้ดึงดูดสายตา มีเส้นทึบและมีขนาดใหญ่ ให้ความรู้สึกถึงความเข้มข้นและน่าเชื่อถือ (พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์, 2544 : 52-56) ,คำว่า “รสมันฝรั่งแท้” เป็นสาร(Message) ที่เป็นภาษาในการกำกับความหมายของภาพประกอบที่ทำให้สื่อความหมายได้ดียิ่งขึ้น เป็นตัวบ่งชี้ (Index) รสชาติที่เป็นธรรมชาติแท้ๆของมันฝรั่ง ซึ่งจากคำว่า แท้ เป็นคำยืนยันการนำมันฝรั่งแท้ๆเป็นวัตถุดิบส่วนประกอบที่ใช้ผลิตส่วนประกอบที่ใช้ผลิต ใช้ตัวอักษรแบบสมัยใหม่ (Modern Type) เป็นตัวอักษรที่ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อสื่อให้ดูเรียบง่าย (พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์, 2544 : 52-56) เป็นตัวอักษรประเภทกลุ่มคำขวัญ (Slogan) ใช้บรรยายสรรพคุณของสินค้าแบบสั้นๆเข้าใจง่าย มีความสำคัญรองมาจากตัวอักษรโดด เพื่อวัตถุประสงค์ในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจสินค้ามากขึ้น กลุ่มคำขวัญมักมีการออกแบบให้สอดคล้องกับตราสินค้าแต่จะกำหนดขนาดของคำโฆษณาให้เล็กกว่า จัดวางตำแหน่งที่โดดเด่นน้อยกว่าตราสินค้า ,และตัวอักษรด้านหลังบรรจุภัณฑ์คำว่า “มันฝรั่งแท้ คัดสรรคุณภาพ ทอดจนเหลืองกรอบ ปังรสฉบับเทศ โด มันฝรั่งแท้ กลมกล่อม อร่อยชิลๆ ได้ลงตัวแบบนี้แหละ ชัวร์เลย” จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคกล่าวว่าสื่อถึงความใส่ใจในคุณภาพ วัตถุดิบ และการปรุงรสชาติ(พีรพล เสงระพฤษกุล, ยอดยิ่ง ลักษมีการคำ, ทิพย์วรินทร์ แสนเกล้า, รินลัดดา แซ่ตั้ง, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2557) ใช้กลุ่มคำบรรยายสรรพคุณ (Words or Phrases) เป็นการให้

ข่าวสารข้อมูลโดยมีตัวอักษรขนาดเล็กที่บรรยายถึงรายละเอียดสรรพคุณต่างๆของสินค้า มีการใช้รูปภาพสื่อสารแทนคำบรรยายรายละเอียดต่างๆให้กะทัดรัด ตรงเป้าหมายและอ่านเข้าใจง่าย ฟังขวาเป็นฉลากโภชนาการซึ่งเป็นเครื่องมือของผู้ประกอบการในการสื่อสารข้อมูลแก่ผู้บริโภคและเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ ใช้แสดงข้อมูลคุณค่าทางอาหารของผลิตภัณฑ์ บนฉลากในรูปของชนิด และปริมาณของสารอาหารรวมไปถึงการใช้ข้อความ กล่าวอ้างทางโภชนาการทำให้สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในภาชนะบรรจุได้



ภาพที่28 ตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวตราเทสโต

2. บรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งแผ่นทอดกรอบตราเทสโต รสบาร์บีคิวแมกซ์

บรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งแผ่นทอดกรอบตราเทสโต รสบาร์บีคิวแมกซ์ มีการแสดงฉลากโภชนาการตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 194 พ.ศ. 2543 เรื่องฉลากอาหารได้กำหนดให้อาหารทุกชนิดที่ผู้ผลิตไม่ได้เป็นผู้ขายอาหารนั้นให้กับผู้บริโภคโดยตรงต้องแสดงฉลากบนภาชนะบรรจุ โดยข้อมูลที่แสดง ได้แก่ ข้อมูลความปลอดภัย ประกอบด้วย วันที่ผลิต/หมดอายุ วิธีการเก็บรักษา วิธีปรุง และคำเตือนต่างๆ , ข้อมูลความคุ้มค่า ประกอบด้วย ชื่อ/ประเภทของอาหาร ส่วนประกอบซึ่งเรียงลำดับตามปริมาณที่ใช้จากมากไปน้อย และปริมาณอาหาร (น้ำหนักหรือปริมาตร) ในภาชนะบรรจุ , ข้อมูลเพื่อการโฆษณา ได้แก่ รูปภาพและข้อความกล่าวอ้างต่างๆ และข้อมูลเพื่อแสดงความเชื่อมั่น ได้แก่ ยี่ห้ออาหาร ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ผู้จำหน่ายหรือผู้นำเข้า เครื่องหมาย ออ. และตราสัญลักษณ์ต่าง ๆ ซึ่งองค์ประกอบต่างๆนั้นมีการออกแบบให้เกิดการดึงดูดต่อผู้บริโภคและสื่อความหมายให้เกิดการจูงใจ ความสนใจกับบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการสื่อความหมายของบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งแผ่นทอดกรอบตราเทสโต รสบาร์บีคิวแมกซ์ ดังที่ปรากฏในภาพที่29 ได้ดังนี้



ภาพที่29 บรรจุภัณฑ์มันฝรั่งแผ่นทอดกรอบเทสโต รสบาร์บีคิวแมกซ์

1. รูปทรงบรรจุภัณฑ์ (Form)

รูปทรงของบรรจุภัณฑ์เป็นรูปทรงเรขาคณิต (Geometric Form) เป็นรูปแบบของสี่เหลี่ยมคางหมูที่ปรากฏตัวอย่างในภาพที่30 ซึ่งเป็นรูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้นด้วยเครื่องมือ มีรูปแบบที่แน่นอน มาตรฐาน สามารถวัดหรือคำนวณได้ง่าย มีกฎเกณฑ์ จากแนวคิดทฤษฎีรูปทรงสี่เหลี่ยมสื่อถึงความสงบไม่เคลื่อนไหว (มาโนช กงกะนันท์. 2538: 82) ช่วยสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ซึ่งเมื่อผู้บริโภคเห็นรูปทรงก็สามารถรับรู้ได้ทันทีว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไรและตราสินค้าอะไรเพราะขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งทอดกรอบส่วนใหญ่จะบรรจุในซองฟรอยด์ทรงสี่เหลี่ยมทำให้เมื่อผู้บริโภคเห็นบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเช่นนี้ สามารถสื่อความหมายให้ผู้บริโภคจะเข้าใจทันทีว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นเพื่อบรรจุขนมขบเคี้ยวก่อนเสมอเนื่องจากประสบการณ์เดิมที่คุ้นเคยเป็นเครื่องตัดสิน



ภาพที่30 รูปทรงขนมขบเคี้ยวตราเทสโต

2. วัสดุบรรจุภัณฑ์ (Material)

วัสดุที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีการบรรจุมันฝรั่งทอดกรอบอยู่ในซองขนมที่ทำจากวัสดุพรอยส์ ดังที่จะปรากฏตัวอย่างในภาพที่31 ซึ่งเป็นวัสดุที่ถูกนำมาใช้ในการหีบห่อและการผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์มาก เพราะมีน้ำหนักเบา มีความเหนียวและทนทานต่อสารเคมีได้ดี สามารถปิดผนึกด้วยความร้อนได้ สะดวกในการขนส่งเก็บรักษา รวมทั้งสะดวกในการบริโภคซึ่งความสะดวกเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดการซื้อขายในปริมาณที่เพิ่มขึ้นได้ วัสดุพรอยส์สามารถสื่อความหมายให้รู้ถึงประเภทสินค้าว่าเป็นขนมขบเคี้ยวจึงช่วยให้สามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี จากการสัมภาษณ์อาจารย์กิตติชัย ศรีฟ้า กล่าวว่า “บรรจุภัณฑ์ของเลย์ใช้วัสดุพรอยส์แบบดั้งเดิมภาพประกอบและสีสັນบนบรรจุภัณฑ์จึงมีความคมชัดสวยงามน้อยกว่าบรรจุภัณฑ์ของต่างประเทศ เพราะจากความใส่ใจของผู้ประกอบการที่ต่างกันที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับแพ็คเกจจิ้งมากนัก” (กิตติชัย ศรีฟ้า , สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)



ภาพที่31 วัสดุบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวตราเทสโต

3. พื้นผิวบรรจุภัณฑ์ (Texture)

พื้นผิวที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีลักษณะพื้นผิวที่เรียบ มัน เงา ดังที่จะปรากฏตัวอย่างในภาพที่32 เพื่อความสวยงาม ดึงดูดใจและดูโดดเด่น สามารถสังเกตเห็นได้ด้วยตาและจากประสบการณ์ที่เคยสัมผัส โดยพื้นผิวที่ใช้นี้เป็นประเภทพื้นผิวที่สัมผัสได้ด้วยมือหรือกายสัมผัส ซึ่งเป็นพื้นผิวที่เป็นอยู่จริงของผิวบรรจุภัณฑ์ พื้นผิวเรียบจะสื่อถึงความเบา สบาย (เลอสม สถาปิตานนท์ , 2537: 70) ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคกล่าวว่าความมันเงาของบรรจุภัณฑ์ ทำให้บรรจุภัณฑ์ดูใหม่ เป็นจุดเด่นนำรับประทานมากยิ่งขึ้น(อำพร พูนประสิทธิ์, กิติชัย ผดุงนันทน์, ศาสวัต อุจจบุรี, เทวา เกษสระ, สัมภาษณ์, 3 กรกฎาคม 2557)



ภาพที่32 พื้นผิวบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวตราเตสโต

4. ภาพประกอบ (Photographs)

ภาพประกอบใช้บนบรรจุภัณฑ์ดังที่จะปรากฏตัวอย่างในภาพที่33 ถูกจัดวางให้มีขนาดใหญ่กว่าองค์ประกอบอื่นๆและอยู่บริเวณใจกลางของบรรจุภัณฑ์ซึ่งสามารถสื่อความหมายต่างๆในปริมาณมากให้เข้าใจอย่างรวดเร็ว จะเห็นได้ว่าภาพประกอบนี้ใช้สัญลักษณ์ประเภท สัญลักษณ์ (Icon) เป็นมันฝรั่งผ่านเป็นแผ่นบางทอดกรอบนำรับประทาน ด้านข้างจะเป็นสัญลักษณ์ (Icon) ภาพบาร์บีคิวอย่างอยู่บนเตาถ่าน เป็นตัวบ่งชี้ (Index) ไปถึงรสชาติของซอสมาร์บีคิว โดยพริกเป็นพืชชนิดหนึ่งที่สามารถใช้ประโยชน์ทั้งบริโภคสดและแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายชนิด พริกชนิดต่างๆมีถิ่นกำเนิดมาจากทวีปอเมริกา ซึ่งในปัจจุบันนี้ได้มีการปลูกกันในหลายประเทศทั่วโลก พริกเป็นตัวสร้างสีสันให้กับอาหารได้ดีที่สุด มีรสเผ็ดร้อนอันเป็นเอกลักษณ์ พริกในบาร์บีคิวเป็นตัวแทนของความเผ็ด ภาพบาร์บีคิวอย่างอยู่บนเตาถ่านช่วยสื่อความหมายทำให้ผู้บริโภคตีความถึงรสชาติของขนมขบเคี้ยวได้ทันทีจากภาพและประสบการณ์ที่เคยรับประทานจากการสัมผัส ผู้บริโภคกล่าวว่าภาพบาร์บีคิวอย่างอยู่บนเตาถ่านช่วยดึงดูดความสนใจและสื่อให้รับรู้ถึงรสชาติขนมขบเคี้ยวได้มากที่สุด(รินลัดดา แซ่ตั้ง, ประนัสม์ วิสาดี, ยอดยิ่ง ลักษมีการคำ, สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2557)



ภาพที่33 ภาพประกอบขนมขบเคี้ยวตราเตสโต

5. สี (Color)

สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์คือสีส้ม ดังที่จะปรากฏตัวอย่างในภาพที่34 ช่วยดึงดูดความสนใจ ทำให้จำสินค้าได้ง่ายขึ้น บ่งบอกถึงสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในและช่วยแยกประเภทตามรสชาติ สื่อความหมายแก่ผลิตภัณฑ์ในแง่บุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ สีส้มของบรรจุภัณฑ์เป็นสาร(Message) เพื่อที่จะส่งไปยังผู้รับให้สามารถสื่อความหมายและสร้างภาพลักษณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สีส้มสามารถถอดรหัส(decoding) จากประสบการณ์ที่ผ่านมา การรับรู้ทัศนคติ ความเข้าใจจากผู้รับสาร ซึ่งสีส้มของบรรจุภัณฑ์ มีสีที่เหมือนสีของซอสบาร์บีคิวและพริก ในบาร์บีคิว จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคนั้นสีส้มของบรรจุภัณฑ์เป็นตัวบ่งชี้ (Index) ไปถึงรสชาติเผ็ด เป็นประสบการณ์ที่เคยรับประทานเมื่อเห็นขนมขบเคี้ยวที่มีสีส้มก็จะสามารถรับรู้ได้ทันทีว่าเป็นรสชาติเผ็ด ซึ่งเป็นสีที่มาจากวัตถุดิบที่มีเผ็ดอย่างพริก(บัณฑิต ตรีวิบูลย์,กรวิทย์ ระดิงหิน, ยุทธการณัฏฐ์ เรืองไทย, ประณัสม์ วิสาดี, สัมภาษณ์, 20 มิถุนายน 2557) ตามหลักจิตวิทยาของสีส้ม ให้ความรู้สึกถึงความมีชีวิตชีวา ร้อนแรง เป็นผู้หญิง ไร้ใจ ตื่นเต้น หรุหร่า โดดเด่น สะดุดตา (ชัยรัตน์ อัสวางกูร, 2548 หน้า 170-171) สีส้มนั้นเป็นวรรณะสีร้อน ให้อิทธิพลต่อความรู้สึก ตื่นเต้น ไร้ใจ กระฉับกระเฉง เมื่อพบเห็น



ภาพที่34 สีบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวตราเทสโต

6. ตัวอักษร (Typography)

ตัวอักษรที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ของมันฝรั่งทอดกรอบเทสโตดังที่จะปรากฏตัวอย่างในภาพที่35 เพื่อสื่อความหมายเป็นข้อความที่อาศัยการอ่านออกมาเป็นภาษาที่สื่อความหมายตรงตามข้อความที่เขียนไว้ ได้แก่ ตัวอักษรคำว่า “เทสโต” เป็นสัญลักษณ์ (Symbol)) ซึ่งเป็นชื่อตราสินค้า ใช้ตัวอักษรแบบประดิษฐ์ (Display Type) เป็นตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ มีลักษณะเด่น มีขนาดความหนาของเส้นอักษรหนากว่าแบบอื่นๆ ใช้การออกแบบตกแต่งตัวอักษรให้สวยงามเพื่อสื่อความหมายให้ดึงดูดสายตา มีเส้นทึบและมีขนาดใหญ่ ให้ความรู้สึกถึงความเข้มแข็งและน่าเชื่อถือ

(พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์, 2544 : 52-56) ,คำว่า “รสบาร์บีคิวแมกซ์” เป็นสาร(Message) ที่เป็นภาษาในการกำกับความหมายของภาพประกอบที่ทำให้สื่อความหมายได้ดียิ่งขึ้น เป็นตัวบ่งชี้ (Index) ถึงรสชาติที่เผ็ดร้อนขึ้นสูงจากคำว่าแมกซ์ และความเผ็ดจากพริกที่อยู่ในคำว่าบาร์บีคิว ใช้ตัวอักษรแบบสมัยใหม่ (Modern Type) เป็นตัวอักษรที่ประดิษฐ์ขึ้น เพื่อสื่อให้ดูเรียบง่าย (พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์ ,2544 : 52-56) เป็นตัวอักษรประเภทกลุ่มคำขวัญ (Slogan) ใช้บรรยายสรรพคุณของสินค้าแบบสั้นๆ เข้าใจง่าย มีความสำคัญรองมาจากตัวอักษรโดด เพื่อวัตถุประสงค์ในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจสินค้ามากขึ้น กลุ่มคำขวัญมักมีการออกแบบให้สอดคล้องกับตราสินค้าแต่จะกำหนดขนาดของคำโฆษณาให้เล็กกว่า จัดวางตำแหน่งที่โดดเด่นน้อยกว่าตราสินค้า , และตัวอักษรด้านหลังบรรจุภัณฑ์คำว่า “มันฝรั่งแท้ คัดสรรคุณภาพ ทอดจนเหลืองกรอบ ประรสลับรสชาติ มันฝรั่งแท้ กลมกล่อม อร่อยซิดๆ ได้ลงตัวแบบนี้แหละใช่เลย “จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคกล่าวว่าสื่อถึงความใส่ใจในคุณภาพ วัตถุดิบ และการปรุงรสชาติ(พีรพล เศรษฐฤกษ์กุล, ยอดยิ่ง ลักษมีการค้า, ทิพย์วรินทร์ แสนกล้า, รินลัดดา แซ่ตั้ง, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2557) ใช้กลุ่มคำบรรยายสรรพคุณ (Words or Phrases) เป็นการให้ข่าวสารข้อมูลโดยมีตัวอักษรขนาดเล็กที่บรรยายถึงรายละเอียดสรรพคุณต่างๆของสินค้า มีการใช้รูปภาพสื่อสารแทนคำบรรยายรายละเอียดต่างๆให้กะทัดรัด ตรงเป้าหมายและอ่านเข้าใจง่าย ฟังขวเป็นฉลากโภชนาการซึ่งเป็นเครื่องมือของผู้ประกอบการในการสื่อสารข้อมูลแก่ผู้บริโภคและเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ ใช้แสดงข้อมูลคุณค่าทางอาหารของผลิตภัณฑ์ บนฉลากในรูปของชนิด และปริมาณของสารอาหารรวมไปถึงการใช้ข้อความกล่าวอ้างทางโภชนาการทำให้สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในภาชนะบรรจุได้



ภาพที่35 ตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวตราเทสโต

จากการวิเคราะห์การสื่อความหมายการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งแผ่นทอด กรอบตราเตสโตทั้ง 2 รสชาติ สามารถนำมาสรุปเปรียบเทียบได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่าบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งแผ่นทอดกรอบตราเตสโต มีการออกแบบตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 194 พ.ศ. 2543 เรื่องฉลากอาหาร เป็นบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) การออกแบบจัดวางของบรรจุภัณฑ์แบบกระจายเป็นกรอบ ใช้วิธีการที่เรียกว่า Layout รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งแผ่นทอดกรอบตราเตสโตมีรูปทรงที่เหมือนกันทั้งหมดซึ่งจะเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมจากแนวคิดทฤษฎีรูปทรงสี่เหลี่ยมสื่อถึงความสงบ ไม่เคลื่อนไหว (มาโนช กงกชนันท์, 2538: 82) ช่วยสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ซึ่งขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งทอดกรอบส่วนใหญ่จะบรรจุในซองทรงสี่เหลี่ยมทำให้เมื่อผู้บริโภคเห็นบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเช่นนี้สามารถสื่อความหมายให้ผู้บริโภคจะเข้าใจทันทีว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นเพื่อบรรจุขนมขบเคี้ยวก่อนเสมอเนื่องจากประสบการณ์เดิมที่คุ้นเคยเป็นเครื่องตัดสินใจ โดยบรรจุในวัสดุที่ทำจากฟรอยล์เหมือนกันทั้งหมด ซึ่ง ฟรอยล์นั้นมีน้ำหนักเบา มีความเหนียวและทนทานจากสารเคมีได้ดี สามารถปิดผนึกได้ง่ายด้วยความร้อน ป้องกันผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในให้คงอยู่ในสภาพดี อำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้าย วัสดุฟรอยล์นั้นสื่อความหมายให้รู้ถึงประเภทสินค้าว่าเป็นขนมขบเคี้ยว, พื้นผิวที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีลักษณะพื้นผิวที่เรียบ มัน เงา เพื่อความสวยงาม ดึงดูดใจและดูโดดเด่น โดยพื้นผิวที่ใช้นี้เป็นประเภทพื้นผิวที่สัมผัสได้ด้วยมือหรือกายสัมผัส พื้นผิวเรียบจะสื่อถึงความเบา สบาย (เลอสม สถาปัตยานนท์, 2537: 70) ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคกล่าวว่าความมันเงาของบรรจุภัณฑ์ ทำให้บรรจุภัณฑ์ดูใหม่ เป็นจุดเด่นน่ารับประทานมากยิ่งขึ้น (อำพร พูนประสิทธิ์, กิติชัย ผดุงนายนนท์, ศาสวัต อัจจุฑริ, เทวา เกษสระ, **สัมภาษณ์**, 3 กรกฎาคม 2557), ภาพประกอบที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์จะมีการออกแบบเหมือนกันทั้งหมดซึ่งจะถูกจัดวางให้มีขนาดใหญ่กว่าองค์ประกอบอื่นๆและอยู่บริเวณใจกลางของบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อความหมายต่างๆในปริมาณมากให้เข้าใจอย่างรวดเร็ว ใช้สัญลักษณ์ประเภท สัญลักษณ์ (Icon) ที่เป็นภาพมันฝรั่งและวัตถุดิบปรุงรส เพื่อให้สื่อถึงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมขบเคี้ยว และยังสามารถ เป็นตัวบ่งชี้ (Index) ไปถึงรสชาติของขนมขบเคี้ยวด้วย สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดบ่งบอกถึงสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในหรือช่วยแยกประเภทตามรสชาติ เป็นสาร(Message) เพื่อที่จะส่งไปยังผู้บริโภคให้สามารถสื่อความหมายและสร้างภาพลักษณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งในการสื่อความหมายสีของบรรจุภัณฑ์เป็นตัวบ่งชี้ (Index) ไปถึงรสชาติของขนมขบเคี้ยว โดยสีที่มาจากส่วนประกอบของขนมขบเคี้ยวซึ่งได้จากวัตถุดิบที่ใช้ปรุงรสเป็นหลัก, ตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดสื่อความหมายตรงตามข้อความที่เขียนไว้ ใช้ตัวอักษรโคด (Letter) ตัวอักษรขนาดใหญ่ที่วางอยู่โดดๆเป็นคำเดียวในการแสดงชื่อตรา

สินค้าใช้ตัวอักษรแบบประดิษฐ์ (Display Type) หรือตัวอักษรตัวพิมพ์ขนาดใหญ่ มีลักษณะเด่น มีขนาดความหนาของเส้นอักษรหนากว่าแบบอื่นๆ เพื่อสื่อความหมายให้ดึงดูดสายตา ตัวอักษร “เทสโต” ใช้บ่งบอกถึงตราสินค้าของขนมขบเคี้ยว ใช้เส้นทึบและมีขนาดใหญ่ ตามแนวคิดทฤษฎีของตัวอักษร ให้ความรู้สึกถึงความเข้มแข็งและน่าเชื่อถือ (พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์, 2544 : 52-56), ใช้กลุ่มคำขวัญ (Slogan) บรรยายสรรพคุณของสินค้าแบบสั้นๆ เข้าใจง่าย เป็นสาร (Message) ที่เป็นภาษาในการกำกับความหมายของภาพประกอบที่ทำให้สื่อความหมายได้ดียิ่งขึ้น เป็นตัวบ่งชี้ (Index) ถึงรสชาติและวัตถุดิบส่วนประกอบที่ใช้ผลิต ใช้ตัวอักษรแบบสมัยใหม่ (Modern Type) เป็นตัวอักษรที่ประดิษฐ์ขึ้น เพื่อสื่อให้ผู้เรียบง่ายขึ้น (พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์, 2544 : 52-56) และใช้กลุ่มคำบรรยายสรรพคุณ (Words or Phrases) เป็นตัวอักษรขนาดเล็กที่บรรยายถึงรายละเอียดสรรพคุณต่างๆ ของสินค้า มีการใช้รูปภาพสื่อแทนคำบรรยายรายละเอียดต่างๆ ให้กะทัดรัด ตรงเป้าหมายและอ่านเข้าใจง่าย ฝั่งขวาเป็นฉลากโภชนาการซึ่งเป็นเครื่องมือของผู้ประกอบการในการสื่อสารข้อมูลแก่ผู้บริโภคและเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ ใช้แสดงข้อมูลคุณค่าทางอาหารของผลิตภัณฑ์ บนฉลากในรูปของชนิด และปริมาณของสารอาหารรวมไปถึงการใช้ข้อความกล่าวอ้างทางโภชนาการทำให้สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายในภาชนะบรรจุได้