

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ให้กับสื่อผ้าตรา HARDWEAR  
PROMOTIONAL PIECES AND PACKAGING DESIGN FOR HARDWEAR



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
ภาควิชาเนเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ปีการศึกษา 2541

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน... 34478  
วัน, เดือน, ปี... 1 พ.ย. 2542

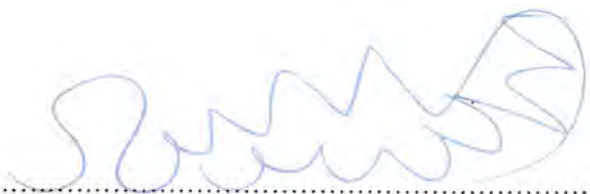
เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินของหอสมุดกลางฯ การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์ให้กับเสื้อผ้าตรา "HARDWEAR"  
promotional pieces and packaging design for "HARDWEAR"

โดย

นายภัทรเมธ รัมมณีย์





.....  
อาจารย์ที่ปรึกษา - อาจารย์วิทยา หาญวาริวงศศิลป์



.....  
หัวหน้าภาควิชาศิลปะ - ผศ.จิระพงษ์ ภูมิจิตร

วันที่ ๒๒ มี.ค. ๖๒

วันที่ ๓๑ มี.ค. ๖๒

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อโครงการ	โครงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ให้กับเสื้อผ้าตรา HARDWEAR
ชื่อ	นายภัทรเมธ รัชมณีนีย์
สาขา	ออกแบบสิ่งพิมพ์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อ.วิทยา หาญวารวิวงศ์ศิลป์

#### บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นโครงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ให้กับเสื้อผ้าตรา Hardwear ซึ่งเป็นยี่ห้อที่สร้างขึ้นใหม่ สิ่งที่เป็นโครงสร้างหลักของแบรนด์ คือ การนำเอาลักษณะการออกแบบที่ดูมองว่าอยู่ในระดับล่างมาผ่านกระบวนการทางกราฟฟิคดีไซน์ เพื่อเปลี่ยนสถานะงานออกแบบ แบบนี้ให้อยู่ในบริบทของแฟชั่นเสื้อผ้า ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนสิ่งที่ถูกมองว่าเขยให้ทันสมัย และจะเป็นการพิสูจน์ว่าสามารถเปลี่ยนลักษณะการออกแบบที่อยู่ในสถานะหนึ่งไปสู่อีกสถานะหนึ่งได้

การสร้างแบรนด์ขึ้นมารองรับสิ่งที่เป็ แรงบันดาลใจ (inspiration) ในการสร้างงานนั้นยังไม่เพียงพอ เพราะความเป็นแบรนด์มิได้มีแต่เพียงรูปลักษณะ หากยังต้องมีสิ่งอื่นเข้ามาสนับสนุน และสิ่งที่ถูกสร้างเพิ่มขึ้นคือ ทศนคติ (attitude) ซึ่งจะใช้เป็นแนวทาง ทิศทาง ลักษณะเฉพาะ ของแบรนด์ เพื่อสร้างจุดเด่นในความเป็นแบรนด์นั้นๆ ซึ่งจะสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายหลัก หรือกลุ่มผู้บริโภคอื่นๆ ที่คาดว่าจะมีแนวโน้มในการใช้สินค้าแบรนด์นี้ เมื่อแบรนด์มีทิศทางที่ชัดเจนก็จะทำให้การออกแบบมีแนวทางที่แน่นอนมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองกับสิ่งที่เป็ inspiration และ attitude ที่ตั้งไว้

## กิตติกรรมประกาศ

1. หม่อมม้า แรงบันดาลใจในการศึกษา
2. อ.วิทยา หาญวารินทร์ศิลป์ ที่ปรึกษา และคำแนะนำที่ดีๆมากมายตลอดมา
3. อ.กิตติ อมรพิพัฒน์กุล และครูโบว์ สำหรับข้อแนะนำ
5. ปราโมทย์ แซ่ตั้ง ผู้อุทิศเครื่องพิมพ์
6. คุณย้ง คุณกอล์ฟ และไอศ สละเวลา และร่างกายมาเป็นแบบให้
7. คุณแม่ของนอร์ท ดูแล ทั้งอาหารการกิน ที่หลับนอน
8. เอกกมล ชันตยานนท์ ช่วยหานายแบบให้
9. ทุกคนที่มีส่วนร่วมในงานของข้าพเจ้า



## คำนำ

สิ่งที่ข้าพเจ้าพบเห็น และผูกพันอยู่ในชีวิตประจำวัน คือ ลักษณะของการออกแบบที่ถูกมองว่าอยู่ในระดับล่างทั้งหลายที่ข้าพเจ้าหยิบยกมาใช้สร้างงาน เนื่องจากข้าพเจ้าเอง ก็ได้ผ่านการเรียนรู้ทางศิลปะมาในระดับหนึ่ง จึงมีความคิดว่าลักษณะการออกแบบเหล่านี้มีลักษณะเฉพาะที่มีความน่าสนใจในตัวของมันเอง ซึ่งน่าจะนำมาใช้สร้างงานในรูปแบบอื่นๆ ซึ่งต่างจากที่มันเป็นอยู่ได้ โดยตัวข้าพเจ้าเองมีความสนใจทางด้านแฟชั่นเสื้อผ้าอยู่พอสมควร และในเสื้อผ้าบางแบรนด์ สินค้าบางชนิดก็มีลักษณะอย่างที่ว่าข้าพเจ้าคิดอยู่ จึงคิดว่า เราเองก็มีวัตถุดิบที่น่าสนใจอยู่แล้ว ทำไมเราไม่เอาวัตถุดิบที่เรามีอยู่มาใช้ซึ่งน่าจะเป็นไปได้จึงได้เอาลักษณะของแฟชั่นเสื้อผ้ามาเป็นตัวตอบสนองของความคิดที่มีอยู่

ข้าพเจ้าหวังว่าสิ่งที่ข้าพเจ้าคิด และทำนี้ น่าจะเป็นประโยชน์ และมีความน่าสนใจต่อบุคคลอื่นบ้าง หรือ ผู้ที่มีความสนใจทางด้านศิลปะ หรือการออกแบบอื่นๆ ต่อไป

## สารบัญภาพประกอบ

ลักษณะของ ELEMENT ที่นำมาใช้	6
ลักษณะของสินค้าที่มีแนวทางคล้ายคลึงกับโครงการ	8
ภาพประกอบแบบร่างครั้งที่ 1	10
ภาพประกอบแบบร่างครั้งที่ 2	13
ภาพประกอบแบบร่างครั้งที่ 3	17
ELEMENTS จากอาชีพที่เลือกมาใช้	19
ภาพประกอบแบบร่างครั้งที่ 4	23
ภาพประกอบแบบร่างครั้งที่ 5	27
ผลงานชิ้นสุดท้าย	32



# สารบัญ

บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
คำนำ	ค
สารบัญภาพประกอบ	ง

บทที่ 1	โครงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์ให้กับเสื้อผ้ายี่ห้อ Hardwear	
	- วัตถุประสงค์	1
	- ขอบเขตของโครงการ	1
บทที่ 2	เกี่ยวกับแรงบันดาลใจในการทำโครงการนี้	
	- ทำไมจึงคิดทำโครงการนี้	2
	- บริบทที่จะนำมาใช้ในการสร้างงาน	3
	- ในด้านของข้อมูล	4
	- ลักษณะพิเศษของ element ที่นำมาใช้	5
	- ลักษณะของสินค้าที่มีแนวทางคล้ายคลึงกับโครงการ	8
บทที่ 3	ลำดับขั้นตอนในการสร้างสรรค์ผลงาน	
	- แบบร่างครั้งที่ 1 ทดลอง และสร้างภาพจากแนวทางที่มีอยู่	9
	- ปัญหาที่พบ	11
	- แบบร่างครั้งที่ 2 การนำ element ที่มีอยู่มาใช้	12
	- ปัญหาที่พบ	14
	- แบบร่างครั้งที่ 3 ขอบเขตที่กำหนดขึ้นเพิ่มเติม	15
	- ปัญหาที่พบ	21
	- แบบร่างครั้งที่ 4 สร้าง attitude ให้กับแบรนด์	22
	- ปัญหาที่พบ	25
	- แบบร่างครั้งที่ 5 หาคความลงตัว	26
	- ปัญหาที่พบ	28
	- ผลงานขั้นสุดท้าย	29
	- บทสรุป	37

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วัตถุประสงค์

1. เปลี่ยนดีไซน์จากสถานะภาพที่เป็นอยู่ไปสู่อีกสถานะภาพหนึ่งด้วยวิธีการทางกราฟฟิคดีไซน์
2. นำลักษณะของการออกแบบที่อยู่ในระดับชาวบ้านมาสร้างคุณค่าใหม่ ด้วยวิธีการทางกราฟฟิคดีไซน์

## ขอบเขตของโครงการ

1. magazine ad
2. brochure booklet
3. ฝูง
4. บรรจุภัณฑ์เฉพาะชั้น



ทำไมจึงคิดโครงการนี้ (โครงการออกแบบแพชชันโดยมีแรงบันดาลใจ (inspiration) มาจากงานออกแบบของชาวบ้าน)

ในตอนแรกเลยนั้นตัวข้าพเจ้าเองมีความสนใจในงานย้อนอดีต (vernacular) ซึ่ง จะพบได้บ่อยจากงานออกแบบต่างๆ ซึ่งในสายตายข้าพเจ้า (ในช่วงแรก) ความน่าสนใจ ของมันอยู่ที่ ความแปลก และโดดเด่นขึ้นจากงานออกแบบชิ้นอื่นๆ แล้วข้าพเจ้ารู้สึก ว่า งานแบบนี้ น่าสนใจมากในความรู้สึกข้าพเจ้า แต่ในช่วงที่ข้าพเจ้าดูงานแบบนี้แล้วรู้สึกแบบ นี้ ข้าพเจ้าก็ยังไม่ได้นึกว่าจะนำลักษณะของงานแบบนี้มาสร้างงานที่เป็นชิ้นเป็นอันได้ อย่างไร รู้สึกเพียงแค่ว่าการผสมอะไรแบบนี้มันน่าสนใจ รู้สึกว่าอยากทำบ้างแต่ไม่รู้ว่า จะทำอะไร

สิ่งที่ทำให้ข้าพเจ้าคิดว่าจะทำโครงการนี้ คือ ได้ไปเห็นงานศิลปนิพนธ์งานหนึ่ง ซึ่งเป็นงานของ นักศึกษาศาสนาเทศศิลป์ ม.กรุงเทพฯ เป็นโครงการออกแบบหนังสือเกี่ยวกับ งานวัด งานนั้นมีความน่าสนใจในแง่เรื่องที่จะทำ แต่ไม่น่าสนใจในแง่ที่ว่าทำขึ้นมาแล้ว เรื่องเป็นเพียงแค่ส่วนในการสร้างชิ้นงานเท่านั้น ไม่ได้นำความน่าสนใจอื่นๆ ที่เกี่ยวกับ งานวัด ซึ่งมีอีกหลายแง่มุมมาใช้ ซึ่งเหล่านี้เป็นมุมมองของข้าพเจ้า ซึ่งสิ่งที่ข้าพเจ้ามองเห็น คือ วัสดุต่างๆ ที่เกี่ยวกับงานวัด เช่น สีสะท้อนแสง การดาบสีต่างๆ ซึ่งข้าพเจ้ารู้จัก เป็นอย่างดี เนื่องจากผูกพันอยู่ โดยตัวข้าพเจ้าเองอยู่ต่างจังหวัด และเป็นจังหวัดที่มีวัด ค่อนข้างเยอะ คือ จังหวัดสมุทรสาคร และบ้านข้าพเจ้าก็ขายอุปกรณ์เหล่านี้อยู่ด้วย ข้าพเจ้าจึง ได้พบ ได้เห็น ได้สัมผัส และรู้ว่าวัสดุชนิดใดจะไปใช้ทำอะไร

เมื่อมองวัสดุอุปกรณ์เหล่านี้จากมุมมองของการดีไซน์ในปัจจุบันจะเห็นความน่า สนใจของวัสดุอุปกรณ์เหล่านี้ หากนำมาใช้ในบริบทใหม่ จะทำให้วัสดุ, อุปกรณ์เหล่านี้เกิด คุณค่าใหม่ และเปลี่ยนจากที่มันเคยเป็น

## บริบทใดที่จะนำมาใช้ในการสร้างงาน

ในที่นี้เลือกแพชชั่นเสื้อผ้า ทำไมจึงเลือกแพชชั่นเสื้อผ้า เพราะเสื้อผ้าแต่ละแบรนด์จะมีแง่มุมต่างๆ ที่เอื้ออำนวยให้การนำลักษณะของงานออกแบบแบบนี้มาใช้ได้ เช่น ลักษณะการออกแบบแบบนี้นำมาใช้สร้างกราฟฟิกให้กับแบรนด์ วัสดุนำมาใช้สร้างบรรจุภัณฑ์

ในเสื้อผ้าบางแบรนด์ก็มีการนำลักษณะงานเหล่านี้มาปรับใช้เหมือนกันแต่อาจไม่ใช่เป็นแนวทางหลักของแบรนด์นั้นๆ เพียงอย่างเดียว อาจนำมาใช้กับเสื้อผ้าบางชุด หรือในแคมเปญโฆษณาบางชุด เช่น replay, levis หรือในสินค้าชนิดอื่นๆ ก็มีให้เห็นอยู่ จึงพบว่า เป็นโครงการที่มีแนวทางที่ทำได้จากตัวอย่างที่พบเห็นมา แต่ของเราเป็นของไทย เราจะมีวิธีการอย่างไรในการจัดการกับสิ่งเหล่านี้

## ในด้านของข้อมูล

ในช่วงแรกข้อมูลที่มีอยู่จะอยู่ในขอบข่ายลักษณะงานออกแบบที่เกี่ยวกับวัด และภาพฟิคจากสิ่งที่เกี่ยวข้องในชีวิต หรือในสภาพการณ์สามัญทั่วไป เช่น ลายข้างรถ บ.ข.ส. ภาพเขียนข้างรถ 10 ล้อ ที่นำภาพฟิคแบบนี้มาใช้ร่วมด้วยนั้นเพราะเห็นว่าเป็นงานออกแบบที่สัมพันธ์อยู่กับชาวบ้านด้วยเช่นกัน



## ลักษณะพิเศษขององค์ประกอบ (Element) ที่เลือกมาใช้

กราฟฟิค ภาพ สี รวมทั้งแนวคิดเหล่านี้ มีลักษณะเฉพาะตัวซึ่งจะอยู่ในเค้าโครงเดิมๆ ต่อๆ กันมา และลักษณะการใช้งานของมันก็อยู่ในฐานะ sign อย่างหนึ่ง เช่น แถบลายข้างรถ บ.ข.ส. แต่ละสีจะบอกว่าคุณที่มีสีนั้นสีนี้จะไปไหน คือ ลักษณะเฉพาะตัวเหล่านี้จะบอกถึงหรือบอกแทนข้อมูล ที่ลักษณะของการออกแบบแบบนี้จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ใช้บริการ

การออกแบบแบบนี้ถูกออกแบบ และถูกใช้ต่อๆ กันมาโดยกลุ่มคนแต่ละกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องหรือผูกพันอยู่ในอาชีพเหล่านี้ หรือแม้แต่ผู้ออกแบบ ก็เป็นคนในท้องถิ่นที่ไม่มีความรู้ในด้านการออกแบบสมัยใหม่ที่เป็นกระแสหลักมากนัก (คนที่มีความรู้ทางด้านนี้จริงๆ ย่อมไปทำงานด้านอื่น ซึ่งมีผลตอบแทน หรืออยู่ในสถานะที่ดีกว่า) รูปแบบที่ออกมาจึงมีลักษณะทั้งในด้านของสีสรร วิธีการจัดวาง หรืออะไรต่างๆ จะมีรูปแบบเฉพาะ ทั้งนี้เนื่องจากการเป็นการทำต่อๆ กันมาเหมือนเป็นความจำเป็นอย่างหนึ่งที่จะต้องมี ไม่ได้มีแนวทางการสร้างสรรค์อื่นๆ ที่ทำให้ความคิดขยายผลออกไป



ภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพประกอบที่ 3



ภาพประกอบที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะของสินค้าที่มีแนวทางคล้ายคลึงกับโครงการ



ภาพประกอบที่ 5



ภาพประกอบที่ 6



ภาพประกอบที่ 7



ภาพประกอบที่ 8



ภาพประกอบที่ 9



ภาพประกอบที่ 10



ภาพประกอบที่ 11

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบร่างครั้งที่ 1

ชื่อแบรนด์ ใช้ชื่อ "สามารถ" สำหรับประกอบในแบบร่างเพื่อสร้างภาพ ในแบบร่าง ครั้งแรกๆ นี้ทำโดยการจำลองวิธี ,แนวคิด ,รูปแบบของ ป้ายสติ๊กเกอร์โฆษณางานวัดที่ติด ตามรถ บ.ข.ส. หรือพาหนะโดยสารอื่นๆ ในท้องถิ่น งานที่ออกมายังไม่มิติศทางใดแน่ชัด การนำกราฟฟิคต่างๆ มาใช้จึงยังขาดน้ำหนักของความคิด ทิศทางที่แน่นอนในการใช้ Element ต่างๆ

สิ่งที่พยายามทำในแบบร่างครั้งนี้

1. การดึงเอาสีมาใช้ คือ สีที่ใช้ในป้ายงานวัดจะเป็นสีดิบๆ และมีความตัดกันของ สี (Contrast) ที่รุนแรง เนื่องจากการเลือกใช้คู่สีอีกทั้งยังเป็นสีสะท้อนแสงอีกด้วย
2. การเลือก Type ที่พยายามจะให้ใกล้เคียงกับป้ายงานวัด แต่จะใช้ Type จาก คอมพิวเตอร์ เพื่อให้มีความรู้สึกของปัจจุบันอยู่
3. องค์ประกอบ การจัดวางต่างๆ พยายามให้อยู่ในแบบแผน ,รูปลักษณะที่มีความ เชื่อมโยงกับป้ายงานวัด

ภาพประกอบแบบร่างครั้งที่ 1



ภาพประกอบที่ 12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ปัญหาที่พบจากแบบร่างครั้งแรก

1. ขาดทิศทาง และไอดีเดียวในการจัดการกับข้อมูล
2. Elements ต่างๆ มีน้อยไปทำให้ฐานในการคิดอยู่ในวงแคบ เนื่องจากถูกจำกัดอยู่กับ Elements ที่มีอยู่
4. มีลักษณะของความทันสมัยอยู่น้อย

## สิ่งที่ปรับปรุงจากแบบร่างครั้งแรกเพื่อจะนำไปพัฒนางานในลำดับต่อไป

การสร้างขอบเขตให้กับแบรนด์ คือ

1. กำหนดการนำ Elements ที่มีอยู่ว่าจะมาใช้อย่างไร
2. กำหนดสไตล์ และแนวทางของเสื้อผ้า
3. กำหนด คาแรคเตอร์ ท่าทางของแบบ

## สิ่งที่ปรับปรุงจากแบบร่างครั้งที่ 1 พัฒนามาสู่แบบร่างครั้งที่ 2 คือ

1. การเลือกเสื้อผ้าที่มีลักษณะบางอย่างเกี่ยวข้องกับอาชีพที่จะนำมาใช้เป็น Element เช่น เสื้อผ้าคล้ายกระเป๋ารถ บ.ข.ส. แต่เปลี่ยนสีหรือเปลี่ยนเนื้อผ้า เสื้อที่มีลายเพนท์ คล้ายรูปเพนท์ข้างรถ 10 ล้อ ดูคล้ายเสื้อฮาวายโดยให้เสื้อกระเป๋ารถ บ.ข.ส. เป็นเสื้อที่อยู่ในลักษณะที่เป็นทางการ ส่วนเสื้อลายเพนท์ข้างรถ 10 ล้อ เป็นเสื้อที่ใส่ไปพักผ่อนตากอากาศ ท่องเที่ยว
2. การกำหนดแบบคราฟท์ให้กับ AD ของเสื้อผ้างดที่ยกตัวอย่างมาในข้อแรก เช่น ชุดกระเป๋ารถ บ.ข.ส. ใช้แบบคราฟท์ของสถานที่ที่มีความสำคัญ เช่น ศาลากลางจังหวัด วัด เพื่อให้เห็นถึงความเป็นทางการ และความเป็นต่างจังหวัด เสื้อลายเพนท์ข้างรถ 10 ล้อใช้แบบคราฟท์ จาก Landscape ของท้องทุ่งในต่างจังหวัด เพื่อให้เห็นถึงความเป็นธรรมชาติ การพักผ่อน การท่องเที่ยว
3. การกำหนดโทนสีของภาพให้ดูเก่า

ภาพประกอบแบบร่างครั้งที่ 2



ภาพประกอบที่ 13



ภาพประกอบที่ 14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ปัญหาที่พบจากการร่างครั้งที่ 2

1. ยังอยู่ในขอบเขต Element เดิมที่มีอยู่
2. ความคิดยังตรงเกินไปในการใช้แบบคราวน์กับแบบเสื้อที่ Set ขึ้น
3. พอดูรวมๆ ในงานที่ลองทำจนเกือบสมบูรณ์ออกมาแล้ว งานดูโบราณ เศษ และยังไม่ทันสมัย
4. ยังไม่มีโครงสร้างที่จะมากำกับ ทิศทางแนวทางของ Brand



### แบบร่างครั้งที่ 3 สิ่งที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อให้เป็นลักษณะเด่นของแบรนด์ คือ

1. กำหนด คาแรคเตอร์ ท่าทีของแบรนด์ให้มีความเป็นจิกโก่ หัวๆ ห่ามๆ กล้าๆ ในบริบทของสังคมไทย หรือมีคาแรคเตอร์ที่หัวๆ ห่ามๆ
2. กำหนดอาชีพที่จะใช้เป็นแนวทางของเสื้อผ้าโดยอาชีพที่เลือกมาจะมีลักษณะเฉพาะคือ ลักษณะของคนประกอบอาชีพเหล่านี้ จะมีความอดทนมีชีวิตแบบแกร่งๆ อยู่ในระดับชนชั้นกลางระดับล่าง ทำงานหนัก ซึ่งสอดคล้องไปกับแนวทางของแบรนด์ที่กำหนดไว้
3. จากอาชีพที่กำหนดขึ้น ลักษณะการแต่งกายของแต่ละอาชีพที่กำหนดขึ้น จะมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันไป โดยกำหนดให้วิธีการแต่งกายเป็นไปตามลักษณะของแต่ละอาชีพ แต่เสื้อผ้าที่ใช้จะเป็นเสื้อผ้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน
4. กำหนดให้ Type เป็นตัวอักษรประดิษฐ์ที่มีลักษณะคล้ายป้ายร้านเสื้อผ้าบูติกสมัยก่อน แต่มาปรับให้อยู่ในโทนของป้ายงานวัด
5. กำหนดชื่อขึ้นใหม่ ใช้ชื่อว่า “แซงสมัย” เพื่อให้ฟังคล้ายร้านเสื้อผ้าสมัยก่อน
6. กำหนดสีที่จะเป็นโครงหลักขึ้น โดยเลือกสี เหลือง ฟ้ำ ชมพู ซึ่งเป็นสีที่มีความตัดกันของสี (Contrast) และเป็นสีของวัสดุ (Material) เองเช่นกระดาษสี

จากโครง และแนวทางต่างๆ ที่กำหนดขึ้น นำมาสร้างชิ้นงานเพื่อตอบสนองความเป็นแบรนด์ได้ ดังนี้

#### Magazine AD แบ่งเป็น 2 แบบ

1. แบบที่จะโชว์แบบเสื้อผ้า และการใช้กราฟิกในส่วนต่างๆ
2. แบบที่จะนำเสนอแนวทางของแบรนด์ ซึ่งจะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย จากภาพประกอบแบบร่างของ AD นี้จะให้เห็นถึงความไม่เหมือนคนอื่น และความไม่เหมือนนั้นจะอยู่ในคาแรคเตอร์ของความ ห่าม หัว

#### Brochure Booklet

- นำเสนอในส่วนของเสื้อผ้าชุดต่างๆ อย่างชัดเจนพร้อมกับรายละเอียดของเสื้อผ้าแต่ละชุด และบอกว่าแต่ละชุดมี แรงบันดาลใจ (Inspiration) มาจากอาชีพใด

#### Package

- นำวัสดุที่อยู่ในแผ่นป้ายที่กำหนดไว้มาใช้ เช่น กระดาษแข็ง, กระดาษย่น, กระดาษตะกั่ว แต่นำวัสดุเหล่านี้มาปรับให้อยู่ในลักษณะของบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบัน



ภาพประกอบแบบร่างครั้งที่ 3

**แข่งสมัย**  
**แข่งสมัย**

**แข่งสมัย**  
**แข่งสมัย**

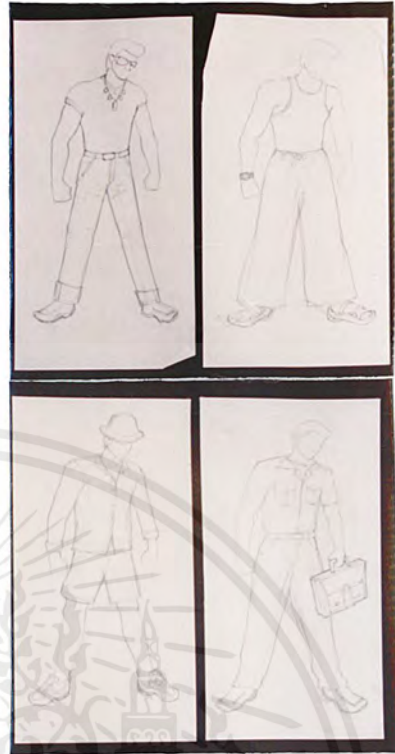
ภาพประกอบที่ 15

อกรรจแมน	<b>แข่งสมัย</b>
อกรรจโศสท	
ตรันตรามโศสท	<b>แข่งสมัย</b>
เขมโศสท	
ขรัมเขมโศสท	<b>แข่งสมัย</b>
มะยังพันธุแวร	
แมนเอน	<b>แข่งสมัย</b>
ศูมีฟอร่ม	
เอนเอนแมน	<b>แข่งสมัย</b>
แมนสะแวร	

ภาพประกอบที่ 16



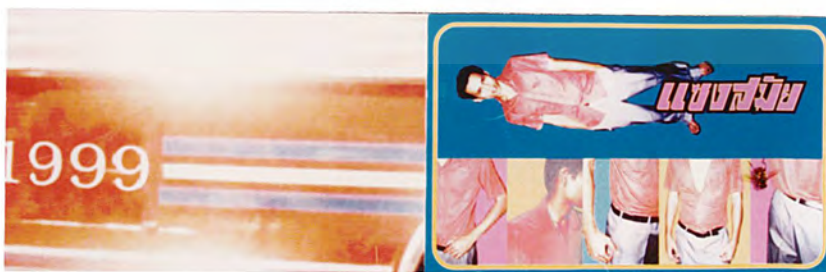
ภาพประกอบที่ 17



ภาพประกอบที่ 18



ภาพประกอบที่ 19



ภาพประกอบที่ 20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ELEMENTS จากอาชีพที่เลือกมาใช้

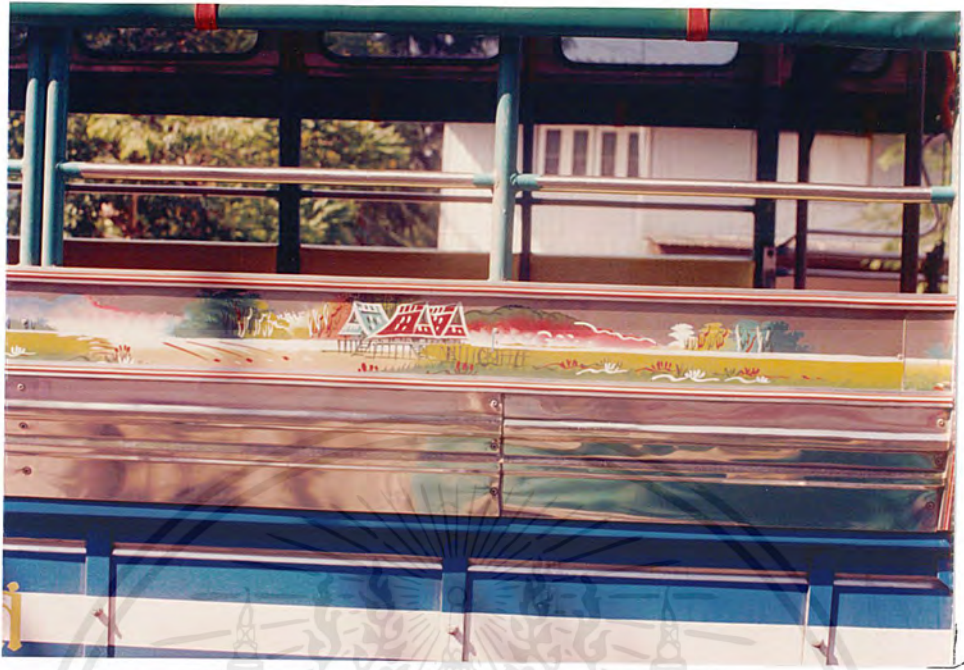


ภาพประกอบที่ 21



ภาพประกอบที่ 22

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพประกอบที่ 23



ภาพประกอบที่ 24

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ปัญหาที่พบในแบบร่างครั้งที่ 3

1. Elements ต่างๆ ที่หยิบมาใช้ ถูกใช้อย่างตรงๆ และมากเกินไป จึงทำให้งานดูไม่ทันสมัย
2. ชื่อดูจงใจให้เป็นเกินไป วิธีการในการคิดชื่อยังติดอยู่กับวิธีเดิม
3. แบบที่คัดเลือกมาทำให้งานเซย เพราะ คาแรคเตอร์ รูปร่าง หน้าตา ของแบบ มีลักษณะที่ตรงเกินไปกับความคิดที่กำหนดไว้
4. สิ่งต่างๆ เหล่านี้อาจทำให้จุดขายไขว่เขวไปจากกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้
5. ในส่วนของกราฟฟิคมีการปรับปรุง หรือปรับเปลี่ยนน้อยเกินไป ทำให้กราฟฟิคที่นำมาใช้ยังมีลักษณะของตัวเองมันเองมากเกินไป ซึ่งจะทำให้ดูเซย
6. ในส่วนของ AD ที่นำเสนอไอเดีย และแนวทางของแบรนด์ ยังมีความดิบอยู่มาก และเป็นการเปรียบเทียบอย่างจงใจเกินไป

### ข้อสรุป

- การนำ Element ต่างๆ เหล่านี้มาใช้ให้ดูทันสมัย อีกทั้งยังดูรู้ว่าเป็น Element ที่หยิบยกมาต้องผสมความเป็นสมัยปัจจุบันลงไป ในอัตราส่วนหรือเหตุผลที่เหมาะสม

## แบบร่างครั้งที่ 4

ในแบบร่างครั้งนี้ด้านแนวทางหรือ Attitude ของแบรนด์มีความแน่นอนมากขึ้นในสิ่งที่จะนำเสนอไปสู่กลุ่มเป้าหมาย

1. ในด้าน Attitude ของแบรนด์จะอยู่ที่ ความกล้าทำให้สิ่งที่ตัวเองคิดก็คือ ความมั่นใจ ความห้าม ซึ่งมาจากคาแรคเตอร์ ของกลุ่มอาชีพหรือลักษณะของเสื้อผ้า
2. ในส่วนของกราฟฟิคต่างๆ นำมาจาก Element ที่เลือกมาใช้เพื่อตอบสนองตัว Attitude ของ แบรนด์ และยังใช้เป็น ART DIRECTION อีกนัยหนึ่งด้วย
3. ปรับปรุงหรือเพิ่มวิธีการใช้กราฟฟิคจาก Elements ที่มีอยู่เพื่อความแตกต่างไปจากเดิม
4. ชื่อของแบรนด์ปรับเปลี่ยนไปอีกหลายชื่อให้ตรงกับ Attitude ซึ่งมีตัวเลือกอยู่หลายชื่อ อาทิเช่น HEV, STRENGTH, BANGKOK, HARDWEAR, LIVE, URBAN, RETROSPECTIVE, BKK, PEOPLE

## ในส่วนของชิ้นงานที่ก่อรูปขึ้น

1. ใน Brochure, Booklet ส่วนเนื้อใน จะเป็นหน้าคู่แบบเดิม แต่มีการใช้ Texture อื่นๆ เข้ามาประกอบในหน้าที่บอกอาชีพที่เป็น Inspiration ของเสื้อผ้า
2. ในส่วนที่เป็นหน้าปก Brochure, Booklet นำภาพลายเส้นกระต่ายจากปฏิทินจีนมาใช้ สื่อถึง คอลเลคชั่นใหม่ของแบรนด์ในปี 2542 ซึ่งเป็นปีเถาะ โดยเล่นกับ Attitude ของแบรนด์ โดยให้ตัวกระต่ายใส่แว่นตาดำ
3. ส่วน AD ที่จะบอกถึงเสื้อผ้า และอาชีพที่เป็น Inspiration มีการปรับเปลี่ยน Graphic จาก Element ของอาชีพนั้นๆ ให้อยู่ในลักษณะของ แพทเทิร์น และนำ Detail ของ Element นั้นๆ มาสร้างจังหวะ ระยะ และองค์ประกอบให้กับ AD
4. ส่วน AD ที่บอก Attitude ด้วยไอเดีย ตัวกลุ่มเป้าหมายนั้นยังมีสไตล์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย คือนำเอาสไตล์ของลายเส้น และคาแรคเตอร์ของตัวการ์ตูนใน-

สมัยก่อนมาเป็นตัวนำเสนอไอเดีย

ภาพประกอบแบบร่างครั้งที่ 4



ภาพประกอบที่ 25



ภาพประกอบที่ 26



ภาพประกอบที่ 27



ภาพประกอบที่ 28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพประกอบที่ 29



## ปัญหาที่พบ

1. การนำกราฟฟิคมาใช้ยังไม่สัมฤทธิ์ผลตามที่ตั้งเป้าไว้
2. วิธีการใช้กราฟฟิคยังไม่เหมาะสม ทำให้งานมีรูปร่างที่ไม่ดึงดูดหรือไม่น่าจะได้  
รับการตอบสนองจากกลุ่มเป้าหมาย หรือไม่อยู่ในลักษณะของแฟชั่นเสื้อผ้า  
เท่าใดนัก



## แบบร่างครั้งที่ 5

เป็นการปรับปรุงสิ่งที่ยังไม่ลงตัวจากแบบร่างครั้งที่ 4 เพื่อก่อรูปของ Art Direction ที่ต้องการ และกำหนดชื่อที่จะเป็นชื่อแบรนด์

1. สิ่งที่มีการปรับ คือ การ"ตัด"ภาพกราฟฟิคออกมาบางส่วน (Cropping) จากที่ต่างๆให้อยู่ในองค์ประกอบ ซึ่งสอดคล้องไปกับแบบซึ่งอยู่ในส่วนหน้าของภาพ (Foreground)
2. ในส่วนของ AD ที่นำเสนอ Attitude สิ่งที่ปรับปรุง คือ การให้แบบมีลักษณะของการโพสต์ท่าในแนวทางของแฟชั่น ส่วนเรื่อง Art Direction ยังคงอยู่ในโทนเดิมจากแบบร่างครั้งที่ 4
3. การเลือก Type ให้เหมาะสมกับ Attitude ของแบรนด์ รวมถึง ขนาด สี และการจัดวาง

## ภาพประกอบแบบร่างครั้งที่ 5



ภาพประกอบที่ 30



ภาพประกอบที่ 31

ภาพประกอบที่ 32

## ปัญหาที่พบ

1. ไม่ได้กำหนดแนวทางที่ชัดเจนในการโพสต์ท่าของแบบ จึงทำให้อารมณ์ของ AD ไม่เป็นไปตาม Attitude ที่ตั้งไว้
2. การ ตัดส่วน Graphic จากภาพหน้าต่างๆ ยังไม่มีไอเดียเพียงพอในการใช้ Element และยังไม่สร้างความน่าสนใจพอ
3. ในส่วนของ AD ที่นำเสนอไอเดีย ทำทางการโพสต์ท่า และลักษณะของตัวแบบ ยังไม่ดีพอ และอาจทำให้เบี่ยงเบนไปในประเด็นอื่นได้



## จากแบบร่างครั้งที่ 5 สู่ผลงานขั้นสุดท้าย

1. ปรับปรุงในส่วนของ Action ท่าทางของแบบให้มี Mood และท่าที่ที่มั่นใจ ห้าวหาญ
2. มีการปรับเปลี่ยนวิธีการใช้กราฟฟิค Element ต่างๆ โดยมีไอเดียรองรับอยู่
3. กำหนดแบบตัวอักษร (Type) และแบรอนด์เนม
4. กำหนดโครงสร้างหลักที่จะใช้กับ Type ซึ่งจะใช้กับบรรจุภัณฑ์ด้วย
5. เพิ่มรายละเอียดเพื่อข้อมูลบางอย่างให้กับ Brochure, Booklet
6. ภาพรวมจะดูทันสมัยยิ่งขึ้น แต่ยังคงเห็นลักษณะของ Element ที่หยิบยกมา

## ผลงานขั้นสุดท้ายประกอบไปด้วย

AD แบ่งเป็น 2 แบบ

1. แบบที่บอกสถานะของเสื้อผ้า Hardwear ใน AD แบบนี้ สิ่งที่ต้องการนำเสนอคือ  
อาชีพที่เป็น Inspiration ของเสื้อผ้าแต่ละชุด ซึ่งจะแบ่งได้ 4 ชุด จาก 4 อาชีพคือ  
คือ  
บ.ช.ส. สิบล้อ, สามล้อถีบ, ชาวเล ซึ่งลักษณะการใช้กราฟฟิคจาก Element ของแต่ละอาชีพมีจุดประสงค์หลักคือ สร้าง Visual องค์ประกอบ จังหวะ และระยะให้กับ AD แต่ยังคงมีความสอดคล้องในการใช้กราฟฟิคที่แฝงอยู่ เช่น ใน AD บ.ช.ส. สไตลิ่งเส้นที่เป็นแถบลายข้างรถนำมาใช้สร้าง Movement ให้กับ AD ซึ่งสอดคล้องไปกับลักษณะอาชีพที่อยู่กับการขับเคลื่อน ความเร็ว หรือใน AD ชาวเล สไตลิ่ง การนำลายเขียนสีบางจุดมาตัดทอน ซึ่งจะเห็นได้ดังที่เป็นวงกลมดูคล้ายคลื่น ซึ่งสอดคล้องไปกับลักษณะอาชีพที่เกี่ยวข้องกับน้ำ
- กราฟฟิคจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือส่วนที่ใช้จากภาพจริงกับส่วนที่ดึงมาจากกราฟฟิค บางส่วนของพาหนะมาปรับปรุงใหม่ให้มีลักษณะที่ถูกตัดทอนแล้ว เพื่อให้ดูทันสมัย และนำมาใช้สนับสนุนความคิดบางอย่างใน AD ด้วย

- Copy บอกว่า"เรื่องของคนที่จะใส่" คำจะแสดงทัศนคติ (Attitude) ออกมาด้วย ถ้อยคำ ภาษาที่ใช้ วิธีพูด โดยนำลักษณะของการพูดซ้ำมาใช้เพื่อให้สอดคล้องกับคำ และ เนื้อหาของคำ
  - สีที่ใช้ใน Type และ Copy จะใช้สีที่อยู่ในโทนขาว เทา ดำ เพื่อคุมสีของ Element เหล่านี้ ที่มีลักษณะของสีที่ Contrast มาก และโทนสี ขาว เทา ดำ ยังสอดคล้องกับ Attitude ของแบรนด์ด้วย คือ แสดงถึงความหนักแน่น ความห้าม
2. AD แบบที่แสดง Attitude ของแบรนด์
- สิ่งที่เปลี่ยนไป คือ ท่าทีของแบบ สไตล์ของ Art Direction
  - ไอเดียหลักยังอยู่ในแบบเดิมแต่ท่าทีของแบบเปลี่ยน
  - สิ่งที่ต้องการนำเสนอ คือ ความห้าม กล้า มั่นใจ โดยบอกผ่าน อាកาร การกระทำของคนในกริยาอาการที่หากทำแล้วจะดูน่าเกลียด คือ คนอื่นเขาไม่ทำกัน แต่ถ้าทำก็ทำได้ ไม่ผิดอะไร ซึ่งประเด็นนี้จะสอดคล้องกับ Attitude ของแบรนด์

## โบรชัวร์บุคเลท

### จุดประสงค์

1. เพื่อให้เห็นลักษณะของเสื้อผ้าแต่ละชุดโดยละเอียด
  2. เพื่อให้เห็นภาพรวมของแบรนด์
- ใน Brochure, Booklet นี้สิ่งที่มีการปรับเปลี่ยน คือ จะมีความสัมพันธ์กับ AD ในแบบแรกมากขึ้น เพื่อความเป็นชุดเดียวกัน แต่ส่วนที่ต่าง คือ ส่วนที่แสดงรายละเอียดของเสื้อผ้าซึ่งจะดูมีความต่อเนื่องมากขึ้น และส่วนที่เป็นรายละเอียดของเสื้อผ้าแต่ละชุด ซึ่งจะบอกลักษณะของเสื้อผ้าให้ชัดเจนอีกที

- การนำ Element อื่นมาใช้ร่วม คือ ลายเส้นกระต่ายจากปฏิทินจีน ซึ่งสอดคล้องกับเสื้อผ้าคอลเล็คชั่นในปีใหม่ ซึ่งหยิบยกมาจากการทำปกในแบบร่างครั้งที่ 4

## บรรจุภัณฑ์

นำโครงสร้างที่ใช้กับ Type ในชื่อแบรนด์ หรือส่วนของ Copy และรายละเอียดอื่นๆ มาเป็นโทนสีของบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

วัสดุที่นำมาใช้ในบรรจุภัณฑ์จะเป็นผ้าพลาสติกปูพื้นขายของ หรือใช้เป็นผ้าใบของร้านค้า ซึ่งผ้าแบบนี้จะมีลักษณะเฉพาะ ซึ่งถูกใช้งานในบริบทหนึ่ง เมื่อนำวัสดุเหล่านี้มาใช้ในอีกบริบทหนึ่งก็เป็นการเปลี่ยนคุณค่าของวัสดุนั้น ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการทำงาน



ผลงานชิ้นสุดท้าย



ภาพประกอบที่ 33



ภาพประกอบที่ 34



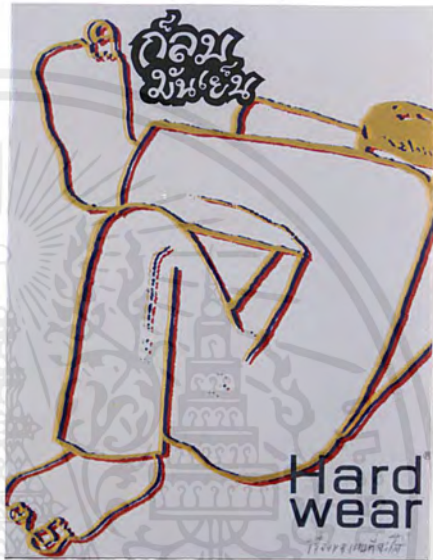
ภาพประกอบที่ 35



ภาพประกอบที่ 36



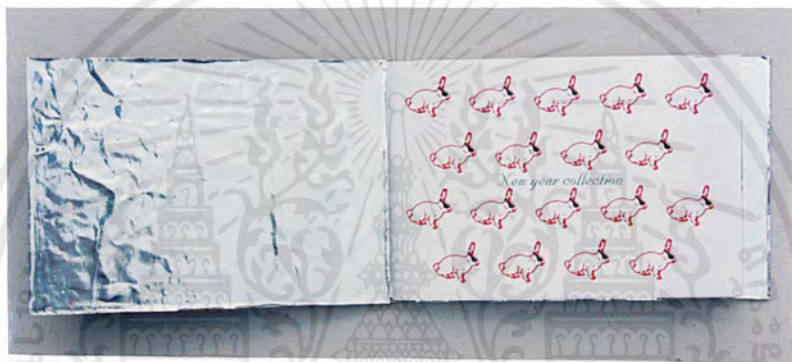
ภาพประกอบที่ 37



ภาพประกอบที่ 38



ภาพประกอบที่ 39



ภาพประกอบที่ 40



ภาพประกอบที่ 41

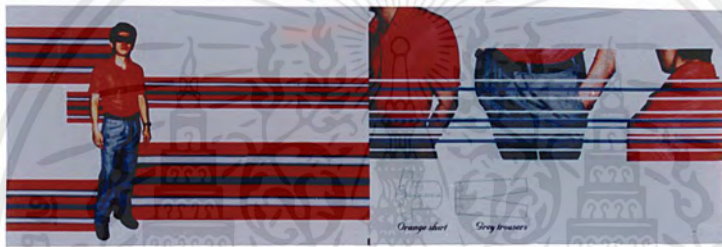


ภาพประกอบที่ 42

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพประกอบที่ 43



ภาพประกอบที่ 44



ภาพประกอบที่ 45



ภาพประกอบที่ 46



ภาพประกอบที่ 47

## ข้อสรุป

จากงานที่เสร็จสมบูรณ์ จะเห็นได้ว่า ลักษณะการออกแบบของชาวบ้านสามารถเปลี่ยนให้เป็นอีกแบบหนึ่ง ซึ่งพัฒนามาจากสถานะที่เคยเป็นอยู่ได้ ด้วยกระบวนการออกแบบที่มีการพัฒนาอย่างเป็นลำดับขั้น ซึ่งจะเห็นจุดบกพร่อง และปัญหาต่างๆ อันจะนำไปสู่การปรับปรุง แก้ไขต่างๆ เพื่อบรรลุสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

การสร้างสรรคงานออกแบบด้วยการนำลักษณะการออกแบบเหล่านี้มาใช้ ยังมีอีกหลายวิธีที่จะแตกแขนงไปได้อีกมากมาย ซึ่งจะทำให้เราเห็นว่า ลักษณะงานออกแบบเหล่านี้มีคุณค่าอยู่ในตัวของมันเอง และคาดว่าเราจะได้เห็นงานออกแบบซึ่งมีแนวทางแบบนี้ต่อไปอีกมากมาย

## ข้อเสนอแนะ

1. ควรให้เวลากำกับงานมากกว่านี้ เพื่อเพิ่มแนวทางการบรรลุเป้าหมายให้กว้างขึ้น
2. ควรหา ELEMENT และวัตถุดิบในการคิดให้มากกว่านี้ เพื่อความหลากหลายในการสร้างสรรค์งาน
3. ในส่วนของนายแบบ ควรให้การโพสต์ท่ามีความน่าสนใจมากกว่านี้
4. ควรพิถีพิถันในด้านการผลิตให้มากกว่านี้ เพื่อชิ้นงานที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

Richard Benson	THE FACE	The conde nast publication June 1997
Richard Benson	THE FACE	The conde nast publication August1997
Richard Benson	ARENA	The conde nast publication June 1997
Richard Benson	ARENA	The conde nast publication July/August 1997
Booth – Clibborn	High flyers	Toppan printing company 1996
Neville Brody	The graphjic language of Neville Brody	Bycs Graphic (P I E) L t d.1994
Various Graphic Designer	The Graphic Beat :London/Tokyo, Volume 2	P-I-E books 1994
นางสาวจารุกานต์ โสมประภัสร์	โครงการศึกษาภาพ ถ่ายเพื่อใช้ประกอบ ในการออกแบบกล่อง ชุดรวมเพลงวงดนตรี สุนทราภรณ์	วิทยานิพนธ์ ปี พ.ศ.2538-2539