

การออกแบบชุดหนังสือและซีดีเพื่อการสะสมของนักร้องลูกทุ่ง พุ่มพวง ดวงจันทร์
CD BOX SET DESIGN FOR POOMPUANG DUANGJUN



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2551

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบชุดหนังสือและซีดีเพื่อการสะสมของนักร้องลูกทุ่ง พุ่มพวง ดวงจันทร์

CD BOX SET DESIGN FOR POOMPUANG DUANGJUN



นางสาวนภาพัฒน์ บุญพวง

Miss NAPANG BOONPUANG

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์..... ทอศิริ พันธุเสวี วันที่ 31 มีนาคม 2558
(อ.ทอศิริ พันธุเสวี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์

การออกแบบชุดหนังสือและซีดีเพื่อการสะสมของนักร้องลูกทุ่ง
พุ่มพวง ดวงจันทร์

CD BOX SET DESIGN FOR POOMPUANG DUANGJUN

ชื่อ นางสาวนภาพศ์ บุญพวง
สาขาวิชา นิเทศศิลป์
ภาควิชา นิเทศศิลป์
คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2551
อาจารย์ที่ปรึกษา อ.ทรงศิริ พันธุเสวี

บทคัดย่อ

ศิลปนิพนธ์ชุดนี้เป็นการออกแบบชุดซีดีเพื่อการสะสมสำหรับผู้ที่เป็นแฟนเพลงราชินีลูกทุ่งพุ่มพวง ดวงจันทร์ และผู้ที่ชื่นชอบเพลงลูกทุ่ง โดยจัดทำเป็นกล่องชุดรวมเพลง ภายในกล่องบรรจุ กล่องบรรจุซีดีเพลงและหนังสือเนื้อเพลง จำนวน 2 ชุด และกล่องบรรจุดีวีดีบันทึกการแสดงสด จำนวน 1 ชุด ผลิตออกมาในจำนวนจำกัด ซึ่งในปัจจุบันการออกแบบและการผลิตผลงานรูปแบบที่มีจำนวนจำกัดหรือเพื่อการสะสม เป็นผลงานที่ตลาดการผลิตผลงานเพลงกำลังจับตามอง ในการสร้างผลงานครั้งนี้ ผู้จัดทำมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาและพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ในวงการเพลงลูกทุ่ง ให้มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ และสวยงามกว่าเดิม และยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับเพลงเก่าอีกด้วย ทั้งนี้เมื่อได้ลงมือปฏิบัติงานอย่างจริงจัง ผู้จัดทำได้พบปัญหาต่าง ๆ ในการทำงาน เช่น ข้อมูลที่ต้องการค้นคว้าเป็นข้อมูลที่ค่อนข้างเก่า ข้อมูลที่หาได้จึงมักเป็นข้อมูลที่ซ้ำ ๆ กัน จะค้นคว้าให้กว้างขวางและลึกซึ้งได้ยาก และกระบวนการในการผลิตผลงานจริงที่ค่อนข้างซับซ้อน ทำให้ต้องหาทางแก้ไขปัญหาให้การทำงานสำเร็จลุล่วงไปได้ โดยสรุปแล้วผลที่ได้รับถือเป็นการเพิ่มพูนทักษะความรู้ ความเข้าใจ ในการปฏิบัติงานในสาขาวิชาชีพมากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

- ขอขอบคุณ คุณพ่อคุณแม่ที่คอยสนับสนุนทางการเงินและคอยให้กำลังใจตลอดการทำงาน
- ขอขอบคุณ อาจารย์นิเทศศิลป์ทุกท่านที่คอยให้คำปรึกษาระหว่างขั้นตอนการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจารย์เต๋ว อาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยช่วยเหลือด้านข้อมูล และครูแดงที่ให้คำปรึกษาด้านการออกแบบ
- ขอขอบคุณ เพื่อน ๆ ทุกคนที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจ
- ขอขอบคุณ หลานชายคุณพุ่มพวงที่ให้ข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับคุณพุ่มพวง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพประกอบ.....	จ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาโครงการ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์โครงการ.....	2
1.3 ขอบเขตผลงาน.....	2
1.4 แนวทางบรรลุเป้าหมาย.....	3
2. ข้อมูล.....	4
2.1 ประวัติฟุ่มพวง ดวงจันทร์.....	4
2.2 ผลงานของฟุ่มพวง ดวงจันทร์.....	5
2.3 จุดเด่นของฟุ่มพวง ดวงจันทร์.....	7
2.4 รายชื่อเพลง.....	7
2.5 ความโดดเด่นในเพลงของฟุ่มพวง.....	8
2.6 ตัวอย่างปกเทปและซีดี ฟุ่มพวง ดวงจันทร์.....	8
2.7 ตัวอย่างปกเทปและซีดีของศิลปินลูกทุ่งคนอื่นๆ.....	10
2.8 บทสัมภาษณ์ครูลพ บุรีรัตน์ “รำพึง ถึงฟุ่มพวง”.....	11
3. ทฤษฎีการออกแบบ.....	14
3.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	14
3.1.1 บทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์.....	14
3.1.2 วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	15
3.1.3 ประเภทของบรรจุภัณฑ์.....	16
3.1.4 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์.....	17
3.1.5 การออกแบบกราฟฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์.....	19
3.1.6 หน้าที่ของกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์.....	21
3.1.7 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	21

3.1.8 เทคนิคการออกแบบในลักษณะต่างๆ..... 25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์เพื่อการศึกษานี้ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 การใช้สี	28
3.2.1 หลักการพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี.....	28
3.2.2 ระบบสี.....	28
3.2.3 ความรู้สึกเกี่ยวกับสีในเชิงจิตวิทยา.....	29
3.2.4 สีกับการออกแบบ	30
3.3 คนตรีกับการออกแบบและประชาสัมพันธ์.....	32
3.3.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเพลง.....	32
3.3.2 กลยุทธ์การออกแบบสินค้าเพลง.....	32
4. การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น.....	34
4.1 วิเคราะห์เนื้อหาข้อมูล.....	34
4.1.1 วิเคราะห์ศิลป์.....	34
4.1.2 วิเคราะห์หน้าปกแบบเดิม.....	34
4.1.3 วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน (SWOT Analysis).....	35
4.2 สรุปแนวทางในการออกแบบ.....	36
5. การสร้างสรรค์ผลงาน.....	38
5.1 สีที่เลือกใช้.....	38
5.2 การออกแบบสัญลักษณ์.....	39
5.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	42
5.3.1 บรรจุภัณฑ์รวม.....	42
5.3.2 บรรจุภัณฑ์ซีดี.....	44
5.4 การออกแบบภาพประกอบ.....	45
6. ผลงานจริง.....	53
7. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	63
บรรณานุกรม.....	66
ประวัติผู้เขียน.....	67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1 ภาพตัวอย่างปกเทปแบบดั้งเดิมของค่ายอโซน่า.....	8
2 ภาพตัวอย่างปกซีดีของค่ายอโซน่า.....	9
3 ภาพตัวอย่างปกซีดีของค่ายอโซน่า พ.ศ.2550.....	9
4 ภาพตัวอย่างปกซีดีของท็อปไลน์ไคมอน.....	10
5 ภาพตัวอย่างปกซีดีของศิลปินลูกทุ่งอื่น ๆ	10
6 ภาพตัวอย่างปกซีดีรวมเพลงของค่ายอโซน่า.....	34
7 ภาพตัวอย่างปกซีดีและปกเทปรวมเพลงของค่ายท็อปไลน์ไคมอน.....	35
8 ภาพแสดงสีหลักที่เลือกใช้ในผลงาน.....	38
9 ภาพแสดงสีที่ใช้ในชุดที่ 1 เพลงเร็ว.....	38
10 ภาพแสดงสีที่ใช้ในชุดที่ 2 เพลงช้า.....	39
11 ภาพแสดงสีที่ใช้ในชุดที่ 3 บันทึกการแสดงสด.....	39
12 ภาพแบบร่างสัญลักษณ์บางส่วน.....	40
13 ภาพสัญลักษณ์ที่เลือกใช้นับรรจุกณ์ท์รวม.....	40
14 ภาพสัญลักษณ์ที่ใช้บนกล่องซีดี เพลงเร็ว.....	41
15 ภาพสัญลักษณ์ที่ใช้บนกล่องซีดี เพลงช้า.....	41
16 ภาพสัญลักษณ์ที่ใช้บนกล่องดีวีดีบันทึกการแสดงสด.....	42
17 ภาพแบบร่างบรรจุกณ์ท์รวม ครั้งที่ 1.....	43
18 ภาพแบบร่างบรรจุกณ์ท์รวม ครั้งที่ 2.....	43
19 ภาพแบบร่างบรรจุกณ์ท์ซีดีชุดเพลงเร็ว.....	44
20 ภาพแบบร่างบรรจุกณ์ท์ซีดีชุดเพลงช้า.....	44
21 ภาพแบบร่างบรรจุกณ์ท์ดีวีดีบันทึกการแสดงสด.....	45
22 ภาพแบบร่างภาพประกอบเพลงกระแเซ่เข้ามาลี.....	46
23 ภาพแบบร่างภาพประกอบเพลงเงินนะมีใหม่.....	46
24 ภาพแบบร่างภาพประกอบเพลงนัดพบที่หน้าอำเภอ.....	47
25 ภาพแบบร่างภาพประกอบเพลงผู้ชายในฝัน.....	47
26 ภาพแบบร่างภาพประกอบเพลงคนดั่งลมหลังควาย.....	48
27 ภาพแบบร่างภาพประกอบเพลงหนูไม่รู้.....	48
28 ภาพแบบร่างประกอบเพลงสยามเมืองยิ้ม.....	49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

29	ภาพประกอบเพลงตะวันลับฟ้า.....	49
30	ภาพประกอบเพลงดาวเรืองดาวโรย.....	50
31	ภาพลายแพทเทิร์นที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ซีดีเพลงเร็ว.....	50
32	ภาพลายแพทเทิร์นที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ซีดีเพลงช้า.....	51
33	ภาพลายแพทเทิร์นที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์วีดีทัศน์ที่การแสดงสด.....	51
34	ภาพแสดงแบบอักษรที่เลือกใช้ ก.....	52
35	ภาพแสดงแบบอักษรที่เลือกใช้ ข.....	52
36	ภาพบรรจุภัณฑ์รวม.....	53
37	ภาพแบบคลี่บรรจุภัณฑ์รวม.....	53
38	ภาพแบบคลี่บรรจุภัณฑ์ซีดีชุดที่ 1 เพลงฮิต แผ่นทอง.....	54
39	ภาพบรรจุภัณฑ์ซีดีชุดที่ 1 เพลงฮิต แผ่นทอง.....	54
40	ภาพแบบคลี่บรรจุภัณฑ์ซีดีชุดที่ 2 เพลงหวาน แผ่นทอง.....	55
41	ภาพบรรจุภัณฑ์ซีดีชุดที่ 2 เพลงหวาน แผ่นทอง.....	55
42	ภาพแบบคลี่บรรจุภัณฑ์วีดีทัศน์ชุดที่ 3 คอนเสิร์ต โคนใจ.....	56
43	ภาพบรรจุภัณฑ์วีดีทัศน์ชุดที่ 3 คอนเสิร์ต โคนใจ.....	56
44	ภาพหน้าคู่เพลงแฟนพุ่มพวง.....	57
45	ภาพหน้าคู่เพลงกระแจะเข้ามาลี.....	57
46	ภาพหน้าคู่เพลงนัดพบที่หน้าอำเภอ.....	58
47	ภาพหน้าคู่เพลงห่างหน่อยถอยนิด.....	58
48	ภาพหน้าคู่เพลงผู้ชายในฝัน.....	59
49	ภาพหน้าคู่เพลงคนดังลืมหลังควาย.....	59
50	ภาพหน้าคู่เพลงส้มตำ.....	59
51	ภาพหน้าคู่เพลงเงินนะมีไหมและเพลงตักแตนผูกโบว์.....	60
52	ภาพหน้าคู่เพลงหนูไม่รู้.....	60
54	ภาพหน้าคู่เพลงตะวันลับฟ้า.....	61
55	ภาพหน้าคู่เพลงบทเรียนราคาแพง.....	61
56	ภาพหน้าคู่เพลงนักร้องบ้านนอก.....	61
57	ภาพหน้าคู่เพลงทุ่งนางคอย.....	62
58	ภาพหน้าคู่เพลงอายุแสงนีออนและเพลงสาวนาสั่งแฟน.....	62
59	ภาพหน้าคู่เพลงแก้วรอพี่.....	62
61	ภาพหน้าคู่เพลงอนิจจาทิ้งเจอร์.....	63

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

60	ภาพหน้าคู่เพลงสยามเมืองยิ้ม.....	63
62	ภาพหน้าคู่เพลงดาวเรืองดาวโรย.....	64
63	ภาพผลงานทั้งหมด.....	64



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

หัวข้อศิลปะนิพนธ์ การออกแบบชุดหนังสือและซีดีเพื่อการสะสมของนักร้องลูกทุ่ง
 พุ่มพวง ดวงจันทร์

CD BOX SET DESIGN FOR POOMPUANG DUANGJUN

1.1 ความเป็นมาโครงการ

พุ่มพวง ดวงจันทร์ (4 สิงหาคม พ.ศ. 2504 - 13 มิถุนายน พ.ศ. 2535) นักร้องลูกทุ่งเจ้าของฉายา ราชนิเพลงลูกทุ่ง ผู้เป็นแม่แบบให้กับนักร้องรุ่นหลัง ถึงแม้เวลาจะล่วงเลยมากเกือบ 20 ปี แต่ก็ยังไม่ใครมาแทนที่ราชนิเพลงลูกทุ่งผู้นี้ได้ เธอมีผลงานเพลงมากมายที่ฝากไว้ก่อนจะเสียชีวิตด้วยโรคร้าย ซึ่งหลาย ๆ เพลงถือว่าเป็นเพลงที่โด่งดังในขณะนั้น และยังคงมีการนำเพลงของเธอมาอัดเสียงขายใหม่กันอยู่เรื่อย ๆ ไม่ว่าจะทำดนตรีใหม่ หรือให้นักร้องรุ่นใหม่มาถ่ายทอดบทเพลงแทนเธอ ซึ่งด้วยเนื้อหาเพลง และดนตรีที่มีจังหวะสนุกสนาน หรือเพลงซึ้งก็มีเนื้อหาและท่วงทำนองที่ไพเราะ จึงทำให้เพลงของพุ่มพวง ยังเป็นเพลงที่ได้รับความนิยมอยู่เรื่อยมาจนปัจจุบัน

โครงการนี้เป็นการออกแบบชุดหนังสือและซีดีเพื่อการสะสมของนักร้องลูกทุ่ง พุ่มพวง ดวงจันทร์ โดยจัดทำเป็นกล่องชุดรวมเพลงเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับเพลงเก่า และให้ผู้ที่มีความชื่นชอบในตัว พุ่มพวงและผลงานของเธอได้มีไว้เก็บสะสม เพื่อระลึกถึงนักร้องผู้จากไป โดยจัดทำเป็นชุด Limited Edition ซึ่งในปัจจุบันการออกแบบและผลิตผลงานรูปแบบที่มีจำนวนจำกัดหรือเพื่อการสะสม กำลังเป็นผลงานที่ตลาดการผลิตผลงานเพลงกำลังจับตามอง และเป็น การส่งเสริมวงการเพลงลูกทุ่งด้านการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ และสวยงามกว่าเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 ศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับซีดีเพลง ให้มีความแปลกใหม่ และน่าสนใจยิ่งขึ้น

1.2.2 ศึกษาและพัฒนากราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ซีดีเพลงลูกทุ่ง ให้มีความสวยงาม และทันสมัยมากขึ้น

1.2.3 ศึกษาการออกแบบกราฟฟิค บรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ให้แสดงเนื้อหาสาระที่ต้องสื่อสารได้อย่างเหมาะสม

1.3 ขอบเขตผลงาน

1.3.1 บรรจุภัณฑ์สำหรับใส่หนังสือและซีดี

1.3.2 บรรจุภัณฑ์ซีดีเพลง 2 ชุด

1.3.3 บรรจุภัณฑ์วีดีทัศน์ที่กการแสดงสด 1 ชุด

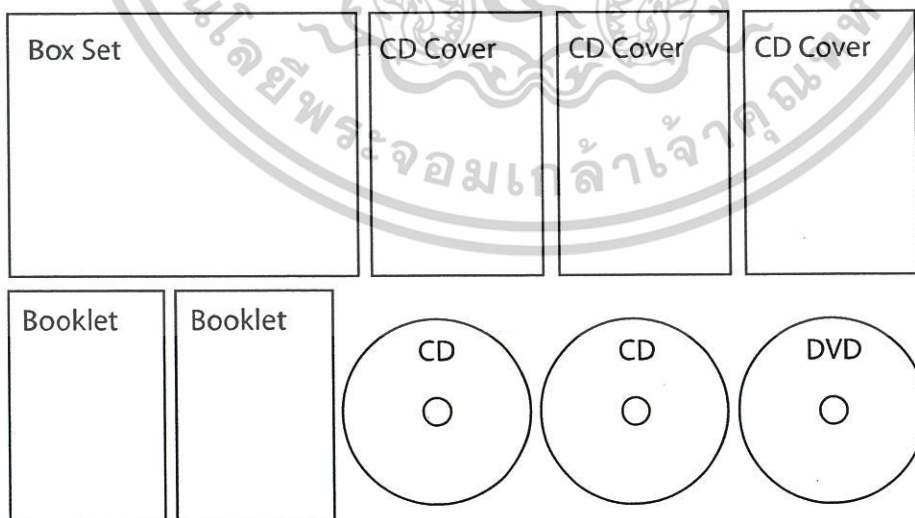
1.3.4 ซีดีเพลง 2 แผ่น

1.3.5 วีดีทัศน์ที่กการแสดงสด 1 แผ่น

1.3.6 หนังสือเนื้อเพลง 2 เล่ม

- เพลงเร็ว 1 เล่ม

- เพลงช้า 1 เล่ม



ภาพร่างแสดงขอบเขตของงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 แนวทางบรรณูป้าหมาย

1.4.1 รวบรวมข้อมูล

- ประวัติและรูปภาพของศิลปิน
- ผลงานของศิลปิน (เพลงที่จะนำมารวมไว้ในอัลบั้มนี้)
- พฤติกรรมผู้บริโภค
- ตัวอย่างงานด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ซีดีเพลง

1.4.2 วิเคราะห์ข้อมูล

- วิเคราะห์และดึงจุดเด่นของศิลปิน
- สไตส์งานที่จะนำมาประยุกต์ใช้

1.4.3 สรุปข้อมูลเบื้องต้นเพื่อใช้ในการออกแบบ

1.4.4 ทดลองออกแบบร่าง

1.4.5 ปรับปรุงแก้ไขแบบร่างและพัฒนางานให้ได้แบบที่สมบูรณ์

1.4.6 ผลิตผลงานจริง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ข้อมูล

2.1 ประวัติพุ่มพวง ดวงจันทร์

พุ่มพวง ดวงจันทร์ หรือชื่อจริง ราพีง จิตรหาญ ชื่อเล่น ผิ่ง นักร้องเพลงลูกทุ่ง เจ้าของฉายา ราชนีลูกทุ่ง ได้ชื่อว่ามีน้ำเสียงออกด้อน หวาน จำเนื้อร้องได้แม่นยำที่ไม่รู้หนังสือ และเป็นแม่แบบให้กับนักร้องรุ่นหลัง เกิดวันที่ 4 สิงหาคม พ.ศ. 2504 ที่ อ.หันคา จ.ชัยนาท และได้มาเติบโตที่อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นบุตรคนที่ 5 จาก 12 คน ของนายสำราญ และนางเล็ก จิตรหาญ ครอบครัวมีอาชีพรับจ้างตัดไร้อ้อย

ราพีงชื่นชอบการร้องเพลงตั้งแต่เด็ก เคยเดินสายประกวดร้องเพลง ใช้ชื่อว่า มาลัย ณ ไร้อ้อย ร่วมกับพี่ชาย ได้มาอยู่กับวงดนตรี ดวง อนุชา ตั้งแต่อายุประมาณ 10 ขวบ เมื่ออายุได้ 15 ปี บิดาได้ฝากให้เป็นลูกบุญธรรมของ ไหวจน์ เพชรสุพรรณ ติดตามไปกับวงดนตรี ได้เข้ามาอยู่กับวง ไหวจน์แล้ว เธอยังมิได้เป็นนักร้องในทันทีทันใด เพียงแต่เป็นแค่เด็กในวงที่ยังไม่มีบทบาทอะไร ไหวจน์ ลองดูใจความอดทนอยู่นานพอควร ต่อมา ไหวจน์ คิดจะสร้างนักร้องใหม่ไว้ประดับวง จึงเขียนเพลง “แก้วเจ้า” ให้นักร้องหนุ่มที่มึนเมาว่า คมเพชร แก้วเมืองกาญจน์ อัดแผ่นในเมื่อมีเพลงผู้ชายก็น่าจะมีเพลงผู้หญิงร้องตอบได้จึงเขียนเพลง “แก้วรอพี่” ขึ้นมาอีกเพลง และนักร้องที่เหมาะสมที่สุดคือบุตรบุญธรรม น้ำผึ้ง ณ ไร้อ้อย นั่นเอง และตั้งชื่อให้ใหม่ว่า น้ำผึ้ง เมืองสุพรรณ เพลงแก้วรอพี่ดังกระฉ่อนทางคลื่นสถานีวิทยุทั่วประเทศ ทำให้ชื่อ น้ำผึ้ง เมืองสุพรรณ เป็นที่รู้จักมากขึ้น เมื่อ พ.ศ.2519

ต่อมาย้ายออกจากวง ไหวจน์ มาพร้อมกับธีระพล แสนสุข เพื่อไปร่วมงานกับนักร้องที่กำลังโด่งดังในสมัยนั้น คือ ศรีเพชร ศรีสุพรรณ แต่อยู่ได้ไม่นานก็พากัน ไปอยู่กับวงของขวัญชัย เพชรร้อยเอ็ด อีกระยะหนึ่ง

ต่อมาได้ร่วมทำงานเพลงกับ อาจารย์มนต์ เมืองเหนือ ซึ่งถือได้ว่าเป็นนักปั้นมือทอง และได้รับการเปลี่ยนชื่อใหม่ เป็น “พุ่มพวง ดวงจันทร์” และร่วมด้วยธีระพล แสนสุข (สามีคนแรก) ตั้งวงดนตรีเป็นของตัวเอง แต่ไม่ประสบความสำเร็จ หลังจากยุบวงไป ได้มาสังกัดบริษัทเสกสรร เทป - แผ่นเสียง ผลงานของพุ่มพวง เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น หลังจากได้รับการสนับสนุนจาก ประจวบ จำปาทอง และ ปรีชา อัสวฤกษ์นันท์ ให้ตั้งวงร่วมกับเสรี รุ่งสว่าง โดยใช้ชื่อว่า เสรี -

พุ่มพวง เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฟุ่มพวงมีชื่อเสียงสูงสุดในช่วงปี พ.ศ. 2525-2530 หลังจากย้ายมาสังกัดค่ายเพลงโอโซน ด้วยการแต่งเพลงของครูลพ บุรีรัตน์ ที่พลิกแนวให้หันมาร้องเพลงที่มีจังหวะสนุก ๆ และได้รับการตอบรับจากคนฟังเป็นอย่างมาก เพลงที่มีชื่อเสียง ได้แก่ สาวนาสั่งแฟน ซึ่งถือเป็นเพลงจุดประกาย ก่อนจะตามมาด้วยเพลง นัดพบหน้าอำเภอ บทเรียนราคาแพง คนดั่งลมหลังควาย นักร้องบ้านนอก กระเซะเข้ามาลี อื้อฮือหล่อจ้ง หม้ายขันหมาก ดาวเรืองดาวโรย และอื่น ๆ อีกมากมาย และยังสามารถเป็นผู้ขับร้องเพลงสัปดาห์ เพลงพระราชนิพนธ์ในสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

ช่วงชีวิตรุ่งโรจน์ ฟุ่มพวงได้มีโอกาสเข้าสู่วงการภาพยนตร์ หนึ่งเรื่องแรกที่ได้แสดงคือ สงครามเพลงรัก ช่วงนี้เกิดปัญหาความรัก จึงได้หันหลังแยกทางกับธีระพล แสนสุข พอดีกับช่วงที่แสดงเรื่อง มนต์รักนักเพลง ได้พบกับ ไกรสร แสงอนันต์ (ไกรสร ลีละเมจินทร์) จากการร่วมงาน ก็เกิดความสนิทสนม ทั้งสองได้แต่งงาน มีบุตร 1 คน ชื่อเพชร (สรภพ ลีละเมจินทร์)

ฟุ่มพวงหายหน้าไปจากวงการเนื่องจากป่วยด้วยโรคเอสแอลอี หรือโรคแพ้ภูมิตัวเอง ก่อนจะเสียชีวิตเมื่อวันที่ 13 มิถุนายน พ.ศ. 2535 สิริอายุได้ 31 ปี สวดอภิธรรมศพที่วัดมกุฏกษัตริยาราม พิธีพระราชทานเพลิงศพของฟุ่มพวง ดวงจันทร์ จัดที่วัดทับกระดาน อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2535 โดยสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จฯ เป็นองค์ประธานในพิธี

นอกจากนี้ยังมีการสร้างหุ่นฟุ่มพวง ตั้งอยู่ในศาลาริมสระน้ำ วัดทับกระดาน อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งชาวบ้านมีการจัดงานรำลึก ถึงฟุ่มพวงทุกปี ช่วง 13-15 มิถุนายน ซึ่งเป็นช่วงวันครบรอบการเสียชีวิตของเธอ

ฟุ่มพวง ดวงจันทร์ เป็นผู้ที่มากด้วยความสามารถ เป็นนักสู้ชีวิต เป็นผู้ที่ไม่ยอมแพ้แก่ดวงชะตา และเป็นผู้ที่มีความอดทนสูง นับว่าเป็นผู้ที่น่าได้รับการยกย่องอย่างยิ่ง

2.2 ผลงานของฟุ่มพวง ดวงจันทร์

ปี พ.ศ.2528 นักร้องสาวผู้เป็นขวัญใจแฟนเพลงทั่วประเทศได้กลับมาทำงานเพลงที่เธอรักและที่หลาย ๆ คนต่างเรียกร้องอีกครั้งหลังหายไปนานปีกว่า พร้อมทั้งการกลับมาใหม่เธอได้นำเอาความเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มความสนุกสนานมีชีวิตชีวาให้กับคนฟัง ในเพลงกระเซะเข้ามาลี, ห่างหน่อยอดยนิค, อื้อฮือหล่อจ้ง ผลงานโดยรวมต้องยกความดีความชอบให้กับ "ครูลพ บุรีรัตน์" ครูเพลงคู่บุญที่ทำให้อัลบั้มดังกล่าวขายดีเป็นเทน้ำเทท่าเลยทีเดียว

ในเวลาต่อมา "ฟุ่มพวง" ได้ออกผลงานต่อเนื่องทันทีกับอัลบั้ม "ตักแตนผูกโบว์" แต่ความนิยมกลับไม่ดังเปรี้ยงปร้างอย่างที่หลายคนคาดหวังนัก แต่นั่นไม่ได้ทำให้นักร้องสาวผู้ผ่านร้อนผ่านหนาวมามากมายครั้งคราวหรือกังวลแต่อย่างใด เพราะผลงานเพลงชุด "หนูไม่รู้" ในปี

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พ.ศ.2531 ผลงานของครูลพ บุรีรัตน์ ภายใต้สังกัดที่อปโลไนโดมอน ก็ทำให้ชื่อของ "พุ่มพวง" กลับมาฮิตกระหน่ำกันอีกหนพร้อมกับการการ์นต์อัลบั้มขายดีดังเดิม

บทเพลงต่าง ๆ ของ "ราชินีลูกทุ่ง" นาม "พุ่มพวง ดวงจันทร์" ถูกนำมาเปิด เอมาร้องตามกันจนฮิตติดปากกันทั่วบ้านทั่วเมือง เป็นร้อย ๆ เพลงแต่มิมีน้อยคนนักที่จะรับรู้ถึงเกียรติประวัติในฐานะผู้สร้างสรรค์ผลงาน เพลงให้กับคอเพลงลูกทุ่งนั้น มีรางวัลอะไรบ้าง

สำหรับผลงานเกียรติประวัติที่ได้บันทึกในหน้าประวัติศาสตร์นอกเหนือการได้ รับคัดเลือกให้ร้องเพลงพระราชนิพนธ์ของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในเพลง "สั้มคำ" ในงานกึ่งศตวรรษเพลงลูกทุ่งไทย เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2534 โดยเป็นการร้องถวายการสดหน้าพระที่นั่งแล้ว ลูกทุ่งสาวชื่อดังยังได้รับเกียรติประวัติต่าง ๆ อีกหลายครั้ง อาทิ ในปี พ.ศ.2521 เธอได้รับรางวัลเสาศาสดาทองคำพระราชทานจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งจัดโดย สถานีวิทยุเสียงสามยอด (ส.ส.ย.) ในเพลง "อกสาวเหนือสะอื้น" ที่แต่งโดยคู่ชีวิตคนแรก "ธีระพล แสนสุข" ในปี พ.ศ. 2532 เธอได้รับรางวัลพระราชทานขับร้องดีเด่นจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เนื่องในงานกึ่งศตวรรษเพลงลูกทุ่งไทย ในเพลง "สาวนาสั่งแฟน" แต่งโดย ครูลพ บุรีรัตน์ (วิเชียร คำเจริญ) ทั้งนี้ "พุ่มพวง" ถึงกับปลาบปลื้มดีใจ และเป็นเกียรติอย่างมาก เมื่อปี พ.ศ.2533 คณะกรรมการทำเพลงเทิดพระเกียรติสมเด็จพระย่า ครบ 90 พรรษา คัดเลือกให้ขับร้องเพลง "น้ำพระทัยสมเด็จพระย่า" แต่งโดย ครูลพ บุรีรัตน์ ก่อนที่ปี พ.ศ.2534 จะได้รับรางวัลพระราชทานขับร้องดีเด่นจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี อีกครั้ง ในงานกึ่งศตวรรษเพลงลูกทุ่งไทย ภาค 2 ในเพลง "สยามเมืองยิ้ม" แต่งโดย ครูลพ บุรีรัตน์ จนกระทั่งปี พ.ศ.2537 รางวัลสุดท้ายที่ "ราชินีลูกทุ่ง" ได้รับ (ถึงแม้จะจากลาแฟนเพลงไปแล้ว) คือ รางวัลพระราชทานเกียรติบัตรจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในงานกึ่งศตวรรษเพลงลูกทุ่ง สืบสานคุณค่าวัฒนธรรมไทย ในเพลง "นักร้องบ้านนอก" แต่งโดย ครูเพลงคนแรก "ไวพจน์ เพชรสุพรรณ"

อย่างไรก็ดี เหล่าบรรดาคนในวงการเพลงลูกทุ่งต่างเชื่อมั่นกันเหลือเกินว่า หาก พุ่มพวงไม่คว่นจากลาไปแบบไม่มีใครคาดคิดเสียก่อน "รางวัลศิลปินแห่งชาติ" ต้องตกเป็นของเธออย่างแน่นอน

2.3 จุดเด่นของพุ่มพวง ดวงจันทร์

- 2.3.1 ได้รับฉายาว่าเป็น “ราชินีลูกทุ่ง”
- 2.3.2 มีบุคลิกสนุกสนาน เป็นกันเอง
- 2.3.2 มีลักษณะเด่นและความสามารถพิเศษ สามารถจำเนื้อร้องได้แม่นยำ แม้ว่าจะอ่านหนังสือไม่ออกก็ตาม อาศัยการฟังเพียงไม่กี่รอบ ก็สามารถร้องตามได้อย่างถูกต้อง
- 2.3.4 โดดเด่นในเรื่องการแต่งกาย เมื่อเปรียบเทียบกับนักร้องลูกทุ่งหญิงในยุคนั้น
- 2.3.5 ผลงานเพลงของพุ่มพวงได้รับความนิยมสูงมาก จนได้รับการยอมรับ และเป็นนิยมเปิดในดิสโกเธค ซึ่งนักร้องลูกทุ่งอื่น ๆ ในยุคนั้นไม่ได้รับการยอมรับเท่านี้

2.4 รายชื่อเพลง

รายชื่อเพลงเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น

ส้มตำ	จะให้รอ พ.ศ. ไหน	หัวใจวายวัด
ขอให้โสดทีเถอะ	อนิจจาทิ้งเจอร์	หนูไม่เอา
สาวนาสั่งแฟน	นัดพบหน้าอำเภอ	ตะวันลับฟ้า
ตัดแต่นผูกโบว์	หม้ายชั้นหมาก	สุดแค้นแสนรัก
หนูไม่รู้	ดาวเรืองดาวโรย	หนาวสองหน้า
อ้อฮ้อหล่อจัง	กระเซเซเข้ามาซิ	หัวใจว่าแห้ว
คิดแล้วกลัว	เงินนะมีไหม	เปิดประตูใจ
คนดังลืมหลังควาย	นอนฟังเครื่องไฟ	จะ...ทั้งปี
แก้วรอพี่	ทุ่งนางคอย	เหมือนยายคู่ตา
โลกของผึ้ง	บทเรียนราคาแพง	สาวเอ.เอ็ม
ฉันทเปล่านาเขามาเอง	ขอให้รวย	ชุดคืนแข่ง
ห่างหน่อยถอยนิด	นักร้องบ้านนอก	วิมานระทม
สยามเมืองยิ้ม	เสียสาวเมื่ออยู่ ม.ศ.	ไม่ลืมสัญญา
อายุแสงนีออน	ผู้ชายในฝัน	หนูล้อเล่น
หัวใจทศวรรษ	แฟนพุ่มพวง	ยมบาลช่วยที
นางกลางเมือง	พี่ไปคูหนูไปด้วย	หัวใจกระดาก
ชั่วเจ็ดทีดีเจ็ดหน	จูบแล้วลา	พ่อจอมดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 ความโดดเด่นในเพลงของพุ่มพวง

เนื้อร้อง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สื่อความหมายได้ชัดเจน สนุกสนาน โดยเฉพาะเพลงที่ได้รับคามนิยมหลาย ๆ เพลง มีลักษณะการนำเสนอในรูปแบบคำที่สื่อความหมายสองแง่สองง่าม (กำกวม - ทะลึ่ง) แต่ไม่หยาบคาย ไม่บอกความหมายออกมาตรง ๆ มีการใช้คำเปรียบเปรย ซึ่งคนฟังต้องนำไปคิดต่อเอาเอง

ดนตรี ผสมผสานเครื่องดนตรีไฟฟ้าเข้ามาเป็นตัวเสริม เป็นการสร้างสไตล์เพลงให้แก่พุ่มพวง ดวงจันทร์ ให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากนักร้องคนอื่น ๆ หรือเพลงลูกทุ่งที่เคยมีมา

2.6 ตัวอย่างปกเทปและซีดี พุ่มพวง ดวงจันทร์

ตัวอย่างปกเทปแบบดั้งเดิม ค่ายอโซน่า
ออกในช่วงที่พุ่มพวงยังมีชีวิตอยู่



ภาพที่ 1 ภาพตัวอย่างปกเทปแบบดั้งเดิมของค่ายอโซน่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

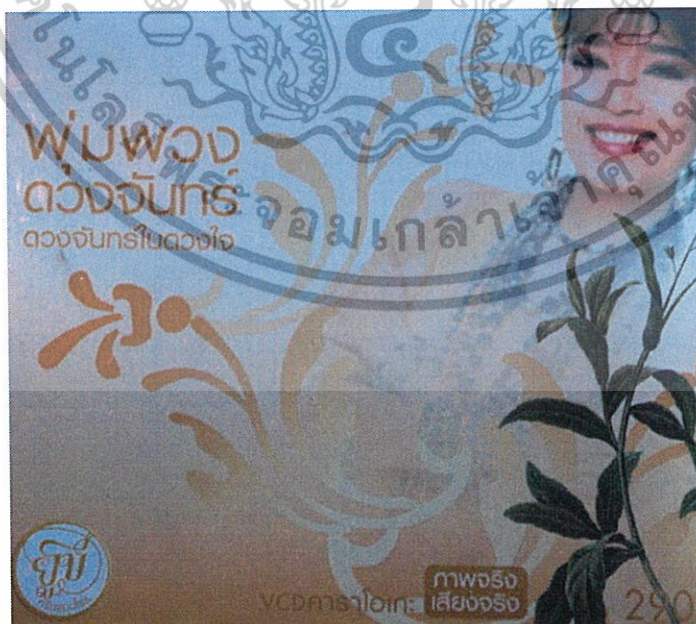
ตัวอย่างปกซีดี ค่ายอโซน่า

เป็นชุดรวมเพลง จัดทำหลังจากที่พุ่มพวงเสียชีวิตแล้ว



ภาพที่ 2 ภาพตัวอย่างปกซีดีของค่ายอโซน่า

อัลบั้มพิเศษจัดทำเพื่อระลึกถึงพุ่มพวง เมื่อวันครบรอบเสียชีวิต พ.ศ.2550 โดยอโซน่า



ภาพที่ 3 ภาพตัวอย่างปกซีดีของค่ายอโซน่า พ.ศ.2550

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างปกซีดี ค่ายท็อปไลน์ไทมอน

เป็นชุดรวมเพลง จัดทำหลังจากที่พุ่มพวงเสียชีวิตแล้ว



ภาพที่ 4 ภาพตัวอย่างปกซีดีของท็อปไลน์ไทมอน

2.7 ตัวอย่างปกเทปและซีดีของศิลปินลูกทุ่งคนอื่น ๆ



ภาพที่ 5 ภาพตัวอย่างปกซีดีของศิลปินลูกทุ่งอื่น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8 บทสัมภาษณ์ครูลพ บุรีรัตน์ “รำพึง ถึงพุ่มพวง”

ครูเพลงคู่บารมีของ พุ่มพวง ดวงจันทร์ ครูลพ บุรีรัตน์ มีนามจริงว่า วิเชียร คำเจริญ เป็นชาวอำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี ครอบครัวมีฐานะยากจน มีใจรักเสียงเพลง เข้ามาในวงการดนตรีลูกทุ่งเป็นนักร้องแนวตลกอยู่กับคณะจุฬารัตน์ แล้วไปมีชื่อเสียงกับการแต่งเพลง ผลงานเพลงยุคแรกๆ ที่ได้รับความนิยมคือ เพลงบ้านใกล้เรือนเคียง (๒๕๐๘) ร้องโดยชาย เมืองสิงห์ เพลงคุณหมอคะ ร้องโดยเรณู เบญจวรรณ (๒๕๐๙) และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงการจากปี ๒๕๒๒ โดยแต่งเพลงจำใจดู ให้ขอรัก สลักใจ ขับร้องประกบกับห้องศรี วรรณุช ซึ่งร้องเพลงเคียงแก้มคอยต่อมาเป็นเพลงชุดเข้าเวรรอและมอเตอร์ไซค์ทำหล่นซึ่งศรเพชร ศรสุนทร เป็นผู้ขับร้อง เคยได้รับรางวัลแผ่นเสียงทองคำพระราชทาน จากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในเพลง รางวัลนักรบ ขับร้องโดย ขอรัก สลักใจ (๒๕๒๒), รางวัลพระราชทานเพลงดีเด่นจากงานกึ่งศตวรรษเพลงลูกทุ่งไทย ครั้งที่หนึ่ง พ.ศ. ๒๕๓๒ จำนวน ๒ รางวัลจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในเพลง สาวนาสั่งแฟน ร้องโดยพุ่มพวง ดวงจันทร์ และเพลงเข้าเวรรอ ร้องโดยศรเพชร ศรสุนทร, รางวัลพระราชทานเพลงดีเด่นจากงานกึ่งศตวรรษเพลงลูกทุ่งไทย ครั้งที่สอง พ.ศ. ๒๕๓๔ ในเพลงสยามเมืองยิ้ม ร้องโดยพุ่มพวง ดวงจันทร์, พ.ศ. ๒๕๓๗ ได้รับพระราชทานเกียรติบัตรจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เนื่องในงานกึ่งศตวรรษเพลงลูกทุ่งไทยสืบสานคุณค่าวัฒนธรรมไทย ๓ รางวัล ในเพลงพลบค่ำ พระราชนิพนธ์ในสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ขับร้องโดยขอรัก สลักใจ เพลงทรงมหาเสน่ห์ ขับร้องโดยดลวิทย์ ประวัตินวศ์ และเพลงแบ่งกันคนละครึ่ง ขับร้องโดย ขอรัก สลักใจ

ผมเริ่มต้นทำงานกับฝั่งตั้งแต่ พ.ศ.๒๕๒๖ เหตุเริ่มต้นมาจากบริษัทอโชนาให้ผมทำเพลงให้เขา ให้ขอรัก สลักใจ ออกอัลบั้ม "เด็กมันขั่ว" บังเอิญในนี้มีเพลงพิเศษอยู่เพลงหนึ่ง "วัดครึ่งหนึ่ง กรรมกรครึ่งหนึ่ง" มันก็ดัง บริษัทเขาก็เลยเรียกผมไปทำเพลงให้พุ่มพวงต่ออีก ก่อนหน้านั้นพุ่มพวงใช้ชื่อว่า น้ำผึ้ง เมืองสุพรรณ เมื่อก่อนก็เจอกันบ่อย ๆ แต่ก็ยังไม่ได้ร่วมงานกัน ครั้งหนึ่งผมถูกเชิญไปร้องเพลงแถว ๆ อ้อมน้อย เขาจะเลี้ยงปีใหม่ เขาก็เชิญพุ่มพวงไปด้วย ตอนนั้นยังไม่ได้ทำงานด้วยกันนะ เมื่อผมร้องเสร็จ ผมก็ลงไปดูข้างล่าง พนักงานก็เมากันได้ที่ ไอ้ฝั่งมันก็ขี้เมาขึ้นเท่าเชียวนะ แบบกึ๊ๆ แล้วก็แซวคนข้างล่าง เราก็เอ..ไอ้เด็กคนนี่มัน โทนี่หว่า... เราก็นึกถึงภาพตรงนั้น ก็เลยมาจับใส่เข้าไป มันก็พูดสำเนียงสุพรรณ แซวกัน จากนั้นมาก็รู้จัก แล้วก็ร่วมงานกันมาตลอด

ยุคก่อนที่ฝั่งเข้าไปในอโชนา ตอนนั้นมีคนทำเพลงให้ฝั่ง เพลงแฟนพุ่มพวง ชื่อเชิดศักดิ์ เปลี่ยนศรี ทำมาสเตอร์ไปให้อโชนา โดยเอาพุ่มพวงร้อง อโชนาก็จับพุ่มพวงเซ็นสัญญา ในขณะที่เดียวกันก็มีน้องชายสรวง สันติ ซึ่งกำลังจะสร้าง จันทรา ธีรวรรณ ก็เลยให้ผมทำ "โก๊ปกหวี ก๊วกเป้ง" เขาเห็นว่าจันทรามันน่ารักกว่าพุ่มพวง ก็จะดันจันทราขึ้นมาก่อน พอชุดสองของจันทรา

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีปัญหากับทางโอโซนา ทางผู้ใหญ่เขาก็เลยค้นพุ่มพวง แบบว่าคนมันจะดัง เขาก็เลยให้ผมไปแต่งเพลงให้ ชุดแรกที่ดังๆที่ผมแต่งให้ก็มี "ดาวเรือง ดาวโรย" คนรู้จักกันมาก ก็เลยทำให้เพลงแฟนพุ่มพวงกลับมาดังอีก ผมแต่งเพลงช้าแบบลูกกรุงไป ๕ เพลง ผมชอบแนวนี้ ผึ้งเขามีความสามารถร้องเพลงช้าได้ดี จากนั้นทางบริษัทเขาก็เรียกผมไปทำต่อในชุด "สาวนาสั่งแฟน" ผมแต่งไป ๑๐ เพลง เขาก็ไปแบ่งให้จันทราครึ่งหนึ่ง แต่ครึ่งที่มีเพลงสาวนาสั่งแฟนเป็นของผึ้ง

ลักษณะการทำงานกับพุ่มพวง ผมมองดูความสามารถเขา ช่วงเสียงเขาร้องได้กว้างมาก เรารู้นั้ตตัวสูง ตัวต่ำของเขา ถ้าต่ำมันบอดเราก็ไม่ใช่ตัวนั้น การเขียนเพลงให้ผึ้งนี่จะอิสระมาก เขียนสบายใจ ส่วนมากเขาจะตามใจผม ให้ผมเขียนเพลงยังงี้ก็ได้ ตามใจครู ผมจะดูแลทั้งหมด แต่งเสร็จแล้วก็จะร้องอัดเทปไปให้เขาฝึกร้อง พร้อมกับส่งเนื้อเพลงไปให้เขาด้วย ในการบันทึกเสียงจริงผมก็ต้องเข้าไปดูดูแล แต่ก็มีเหมือนกันที่เขาแอบอัดกันเอง ตอนนั้นก็ใช้ห้องอัดของโอโซนา ก็มีคำร้องผิดไปบ้างแต่ก็ทำอะไรไม่ได้ ส่วนเรื่องวิธีร้องนี้ผมแนะนำให้ทุกอย่าง เพลงนี้ต้องร้องยังงี้ เช่น เขาเป็นคนเสียงเพราะ มีพลังเสียงเหลือเฟือ เขาก็จะโชว์เสียงของเขาตลอด เพลงจังหวะซึกซึก เขาก็จะร้องให้หวาน มันไม่ซึกซึก อย่างเช่น อ้อหือ หล่อจิง กระแซะเข้ามาสิ พวกนี้เขาไปแอบอัดกัน ผมไปฟังแล้ว..เฮ้ย..ไม่ได้ ร้องอย่างนี้ไม่ได้ มันหวานไป ต้องบอกว่ารู้ไหม อารมณ์เพลงนี้เป็นยังงี้ มันสนุก ต้องร้องให้สนุก ไม่ต้องร้องเพราะ ผมว่าศิลปะตรงนี้ มันจริงมากก็ไม่ดี หลอกมากก็ไม่ดี ทำไปทำมาก็กลายเป็นว่าพุ่มพวงไปสร้างกระแสให้กับผู้ฟังหรือวงการเพลงลูกทุ่ง ที่จริงแล้ว คิดทำเพื่อความสะใจเท่านั้น ผมตั้งข้อสังเกต สงสัยว่าทำไมเพลงลูกทุ่งถึงมีอยู่แบบเดียว เราก็อยากทำที่มันแปลกออกไป ที่ทำแปลกก็มีชุด ดาวเรืองดาวโรย สาวนาสั่งแฟน อ้อหือหล่อจิง ห่างหน้อยถอยนิด ที่ทำกับโอโซนา อัลบั้มหนึ่งดังตั้ง ๔-๕ เพลง ต่อมาก็มีเสียงวิพากษ์วิจารณ์ในวงการเพื่อนฝูงบอกว่า ลพมันคิดยังงี้ ทำไมถึงทำเพลงแบบนี้ แม้แต่ตัวพุ่มพวงเอง แม้แต่ตัวประธานบริษัท แต่ว่าเราก็ทำตามเงื่อนไข คือเขาก็ก้อผม ผมก็เลยเอาอย่างนี้เข้าไป คนตรีก็มีส่วนช่วยผมครึ่งหนึ่ง คือผมอยากทำเพลงอย่างนี้ ผมก็ร้องตัวอย่างไป โดยที่ไม่ได้บอกทางอะไรเกี่ยวกับคนตรีเลย ไม่ได้คิดอะไรเลย แต่คุณเอนก รุ่งเรืองเขาไปสร้างของเขาเอง ใช้คนตรีรูปแบบใหม่เลย มีเสียงไฟฟ้า ฟังแล้วสะกดหูทันทีเลย ก็เป็นความคิดของเขา ก็เป็นการฉีกแนวลูกทุ่งในสมัยนั้น แต่พูดก็พูด คนมันจะดัง เริ่มต้นชุดแรกก็สาวนาสั่งแฟน เอนกเป็นคนหัวดี แล้วก็อ่านทางออก พอเขาฟังเนื้อร้องฟังทำนองที่ผมร้องไปเขาก็รีบเรียงออกมา ซึ่งก็นับว่าเขาก็เป็นคนที่ช่วยสร้างสไตล์เพลงคนตรีให้พุ่มพวงอย่างมาก ผมแต่งเพลงให้พุ่มพวงทั้งหมดประมาณ ๑๕๐ เพลง ชุดดาวเรืองดาวโรย สาวนาสั่งแฟน อ้อหือหล่อจิง ห่างหน้อยถอยนิด ตึกแดนผูกโบว์ จ.หลายใจ ชุดนี้ไม่ดังเพราะกำลังท้อง ทีเด็ดพุ่มพวง หนูไม่รู้ หนูไม่เอา ขอให้รวยเป็นชุดสุดท้ายที่จริงการแต่งเพลงให้พุ่มพวง เราแต่งแค่ห้าสิบเปอร์เซ็นต์ มันช่วยได้อีกห้าสิบเปอร์เซ็นต์ มันเก่งอย่างชุดหนูไม่รู้ มันบอกว่า ครูหนูโตแล้วนะ จะให้เรียกตัวเองว่าหนูหรือ ร้องฉันไม่รู้ได้รีเปล่า

ผมก็บอกเขียนมาอย่างนี้ก็ต้องร้องอย่างนี้ แล้วชื่อชุดหนูไม่รู้นี้ ก็มีที่มาน่าคลอกอยู่เหมือนกัน คือว่า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่จะทำชุดนี้ ฝั่งมันไม่ได้เจออาจารย์ไพจิตร ซึ่งเคยสนับสนุนมันหลังจากออกจากรอโซนา ก็เลยคิดจะทำเอง มันก็โทรมาหาผมว่า ครู ๆ ช่วยเขียนเพลงให้หนูหน่อย ผมก็ถามว่า เอ็งจะเอาอย่างไรล่ะ อยากรู้เพลงแบบไหน มันก็บอก "หนูไม่รู้ แล้วแต่ครูสิ หนูไม่รู้" ผมก็นึก เออ คำนี้มันอยู่ที่ปลายปากเรานี่เอง คนเขาพูดกันทุกวันนะ คำง่าย ๆ แต่ไม่ยักมีใครเขียน แล้วเหยียดเมโลดี้มันส่งคำด้วย ฟังออกเป็นแจกๆ เพลงก็เลยคิด หนูไม่รู้... มันได้ตรงนั้น บางเพลงที่เขียนให้มันก็ไม่รู้หรือกว่า ตอนหลังจะโดนใจแฟนเพลง อย่าเพลง "โลกของฝั่ง" ผมเขียนว่าพุ่มพวงมันเป็นผู้หญิงตัวเล็ก ๆ คนหนึ่ง ต้องลำบากหากินเลี้ยงลูก อยากรู้แฟนเพลงเห็นใจอะไรทำนองนั้น ทีนี้มันมาประจวบเหมาะกับเวลาที่มันออกจากรอโซนา คนฟังที่ติดตามมาตลอดก็เลยซึ่งขึ้นมา สงสารมันกันใหญ่ ทำนองเพลงมันเป็นจิงๆแบบในหนังที่วิกรมเหนือคม แต่ผมเขียนเนื้อเข้าไปให้เป็นความรู้สึกไทยที่แรกตอนที่มันอยู่ก็ไม่ค่อยดังเท่าไร แต่พอตายปีป ที่วัดเขาเปิด ทีนี้โอ้โฮยิ่งดังใหญ่

งานเพลงจากชุดแรกจนถึงชุดหลังๆ รู้สึกว่าพุ่มพวงเขามีความเปลี่ยนแปลงมาตลอด สไตลล์การร้องก็เปลี่ยน เปลี่ยนจากชุดแรกไปตลอด เช่นในเพลง อื้อหือหลอจิ่ง ตรงนี้ให้ร้องสำเนียงฝรั่งหน่อย ทำนองก็ไม่ค่อยเหมือนลูกทุ่ง อยากรู้ได้ยังไงเขาก็ทำได้ ร้องได้หมด ผมเลยภูมิใจใจ มันมีอิสระ คิดยังไงมันทำได้หมด คือ พุ่มพวงเป็นคนพัฒนาตัวเองไว โดยที่ไม่ใช่ผมไปพัฒนาเขานะ เขามีไฟที่จะทำงานตรงนี้ตลอด หนังสือพิมพ์เคยเขียนว่าเขาอยู่เรื่อยๆ หนังสือก็อ่านไม่ออก แต่ชอบฟังเพลงสากล ชอบดูมาดอนนา เราก็ไม่รู้ มันเอามาดอนนามาดู มันก็อปปีไว้หมดเลย ทำทาง อะไรทุกอย่าง เราก็ไม่ทันมัน มันเก่งขนาดนั้น หัวไว ลักษณะนี้นะ อารมณ์นี้นะ ร้องอย่างนี้ เบ๊ๆ หมด เพลงแรกที่ทำให้เขาร้องเป็นเพลงหนึ่งชื่อคุณนาย ป.๔ อัคที่จาตุรงค์ ผมก็เอาเนื้อร้องไป เอาเทปไปม้วนหนึ่ง ไปต่อเพลงที่นั่นเลย พอให้ไป มันบอกว่าเดี๋ยวชั่วโมงนึงมานะ มันก็หายไป ชั่วโมงนึงมัน กลับมามันก็ร้องได้ ก็เป็นครั้งแรกที่ทำงานกัน ฝั่งทำงานเร็วมาก อย่างเทปที่อัดแต่ละครั้งชุดละ ๑๐ เพลง เริ่มร้องบ่ายสาม โมงครึ่ง สองทุ่มก็เสร็จแล้ว

(บทสัมภาษณ์จาก วารสารเพลงดนตรี ปีที่ 8 ฉบับที่ 6 เดือนเมษายน 2545)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ทฤษฎีการออกแบบ

3.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรต้องมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ต่อไปนี้

3.1.1 บทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

ในสมัยก่อนนั้น การใช้บรรจุภัณฑ์ก็เพื่อเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพ (Protection) ในระยะเวลาหนึ่งหรือจนกว่าจะนำไปใช้ แต่เมื่อมีการแข่งขันทางการค้ามากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เริ่มเน้นเรื่องความสวยงาม สะดุดตา ตลอดจนความสะดวกในการนำไปใช้บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันมีหน้าที่

3.1.1.1 ทำหน้าที่รองรับ (Contain) บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่รองรับสินค้าให้รวมกันอยู่เป็นกลุ่มน้อยหรือตามรูปร่างของภาชนะนั้น ๆ

3.1.1.2 ป้องกัน (Protect) บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่ป้องกันคุ้มครองสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในไม่ให้ยุบ สลาย เสียรูป หรือเสียหายอันเกิดจากสภาพสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วยสภาพดินฟ้าอากาศ ระยะเวลาในการเก็บรักษา สภาพการขนส่ง กล่าวคือให้คงสภาพลักษณะของสินค้าให้เหมือนเมื่อผลิตออกจากโรงงานให้มากที่สุด

3.1.1.3 ทำหน้าที่รักษา (Preserve) คุณภาพสินค้าให้คงเดิมตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย

3.1.1.4 บ่งชี้ (Identify) หรือแจ้งข้อมูล (Inform) รายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าเกี่ยวกับชนิด คุณภาพและแหล่งที่มาหรือจุดหมายปลายทาง โดยหีบห่อต้องแสดงข้อมูลอย่างชัดเจนให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้าที่อยู่ภายใน คืออะไร ผลิตจากที่ไหน มีปริมาณเท่าใด ส่วนประกอบ ระยะเวลาที่ผลิต ระยะเวลาที่หมดอายุ การระบุชื่อความสำคัญ ๆ ตามกฎหมาย โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารและยา ชื่อการค้า (Trade Name) เครื่องหมายการค้า (Trade Mark)

3.1.1.5 ดึงดูดความสนใจ (Consumer Appeal) และช่วยชักจูงในการซื้อสินค้า เนื่องจากสินค้าชนิดใหม่มีเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา การแข่งขันทางด้านตลาดก็เพิ่มมากขึ้นทุกวัน ผู้ซื้อสินค้านั้นย่อมไม่อาจติดตามการเคลื่อนไหวทางด้านตลาดได้ทัน หีบห่อจึงต้องทำหน้าที่แนะนำผลิตภัณฑ์ที่ถูกบรรจุอยู่กับผู้ซื้อด้วย ต้องดึงความสนใจของผู้ซื้อที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สนใจในการใช้ และหลังจากใช้แล้วเกิดความพอใจที่จะซื้อใช้อีก หีบห่อจะทำหน้าที่ขายและโฆษณาสินค้าควบคู่กันไปในตัวด้วย เสมือนหนึ่งเป็นพนักงานขายเงียบ (Silent Salesman) ดังนั้น การที่บรรจุภัณฑ์จะสามารถดึงดูดความสนใจ และชักจูงใจให้เกิดการซื้อได้จึงเป็นผลจากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น ขนาด รูปร่าง สี รูปทรง วัสดุ ข้อความรายละเอียด ตัวอักษร ฯลฯ

3.1.1.6 ช่วยเพิ่มผลกำไร หีบห่อจะทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ไม่ได้ ถ้าหากหีบห่อไม่สามารถช่วยเพิ่มผลกำไรให้กับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ หีบห่อสามารถช่วยส่งเสริมยุทธวิธีการตลาด โดยการเปิดตลาดใหม่หรือการเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าแต่ละชนิด เนื่องจากในตลาดมีสินค้าและคู่แข่งเพิ่มขึ้นตลอดเวลา หากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าใดได้รับการออกแบบเป็นอย่างดี จะสามารถดึงดูด ดึงดูดใจผู้บริโภคและก่อให้เกิดการซื้อในที่สุด รวมทั้งการลดต้นทุนการผลิต

3.1.1.7 สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ผลิตภัณฑ์ สร้างความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

3.1.1.8 การส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อยึดพื้นที่แสดงจุดเด่น โฆษณาตัวเองได้อย่างสะดุดตา สามารถระบุแจ้งเงื่อนไข แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการเสนอผลประโยชน์เพิ่มเติมเพื่อจูงใจผู้บริโภค เมื่อต้องการจัดรายการเพื่อเสริมพลังการแข่งขัน ก็สามารถเปลี่ยนแปลงและจัดทำได้สะดวก ควบคุมได้และประหยัด

3.1.1.9 การแสดงตัว (Presentation) คือ การสื่อความหมาย บุคลิก ภาพพจน์ การออกแบบและสีสรรแห่งคุณภาพ ความคุ้มค่าต่อผู้บริโภค / ผู้ใช้ / ผู้ซื้อ ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชัดเจน สร้างความมั่นใจ เห็นแล้วอดซื้อไม่ได้

3.1.1.10 การจัดจำหน่ายและการกระจาย (Distribution) เหมาะสมต่อพฤติกรรม การซื้อขายเอื้อ อำนวยความสะดวกขาย ส่งต่อ การตั้งโชว์ การกระจาย การส่งเสริมจูงใจในตัว ทนต่อการขนย้าย ขนส่ง และการคลังสินค้า ด้วยต้นทุนสมเหตุสมผล ไม่เกิดรอยขีดข่วน / ชำรุด ตั้งแต่จุดผลิตและบรรจุจนถึงมือผู้ซื้อ / ผู้ใช้ / ผู้บริโภค ทนทานต่อการเก็บไว้นานได้

3.1.2 วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

วัตถุประสงค์ของการออกแบบ ส่วนใหญ่มี 2 ประการกว้าง ๆ คือ

3.1.2.1 เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถเอื้ออำนวยคุณสมบัติ ประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี มีความปลอดภัยจากการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ความประหยัด ความมีประสิทธิภาพในการผลิต การบรรจุ การขนส่ง การเก็บรักษา การวางจำหน่ายและการอุปโภค ซึ่งทั้งนี้การออกแบบต้องอาศัยความรู้และประสบการณ์ด้านวิศวกรรมศาสตร์และวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยเป็นหลัก

3.1.2.2 เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร และสร้างผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยใช้ความรู้ทางแขนงศิลปะเข้ามาสร้างคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติต่างๆ ดังนี้
 สวมไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ความมีเอกลักษณ์พิเศษของผลิตภัณฑ์
- ความมีลักษณะที่สามารถสร้างความทรงจำหรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์
- ความมีลักษณะพิเศษ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อุปโภค ตลอดจนทำให้เข้าใจถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

3.1.3 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

ประเภทของบรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งได้หลายวิธีตามหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

3.1.3.1 แบ่งตามวิธีการบรรจุและวิธีการขนถ่าย สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท

1. บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ชิ้นแรก เป็นสิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์เอาไว้เฉพาะหน่วย โดยมีวัตถุประสงค์ขั้นแรกคือ เพิ่มคุณค่าในเชิงพาณิชย์ (To Increase Commercial Value) เช่น การกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะหรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับถือ และอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรงอีกด้วย
2. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาเป็นชั้นที่สอง มีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชิ้นแรกเข้าไว้ด้วยกันเป็นชุด ในการจำหน่ายรวมถึงตั้งแต่ 2 – 24 ชิ้นขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์ขั้นแรก คือ การป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์จากน้ำ ความชื้น ความร้อน แสง แรงกระแทกกระเทือน และอำนวยความสะดวกแก่การขายปลีกย่อย เป็นต้น ตัวอย่างของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ กล่องกระดาษแข็งที่บรรจุเครื่องดื่มจำนวน 1 โหล , สบู่ 1 โหล เป็นต้น
3. บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Out Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่ง โดยปกติแล้วผู้ซื้อจะไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้มากนัก เนื่องจากทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ในระหว่างขนส่งเท่านั้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ หีบ ไม้ ลัง กล่องกระดาษขนาดใหญ่ที่บรรจุสินค้าไว้ภายใน ภายนอกจะบอกเพียงข้อมูลที่จำเป็นต่อการขนส่งเท่านั้น เช่น รหัสสินค้า (Code) เลขที่ (Number) ตราสินค้า สถานที่ส่ง เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.3.2 แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการใช้

บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก (Consumer Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปใช้ไป อาจมีชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้ ซึ่งอาจเป็น Primary Package หรือ Secondary Package ก็ได้ บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้รองรับหรือห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นสุดท้าย ทำหน้าที่รวบรวมเอาบรรจุภัณฑ์ขายปลีกเข้าด้วยกัน ให้เป็นหน่วยใหญ่ เพื่อความปลอดภัยและความสะดวกในการเก็บรักษา และการขนส่ง เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้บรรจุยาสีฟัน กล่องละ 3 โหล

3.1.3.3 แบ่งตามความคงรูป

1. บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงแข็งตัว (Rigid Forms) ได้แก่ เครื่องแก้ว (Glass Ware) เซรามิกส์ (Ceramic) พลาสติกจำพวก Thermosetting ขวดพลาสติก ส่วนมากเป็นพลาสติกฉีด เครื่องปั้นดินเผา ไม้ และโลหะ มีคุณสมบัติแข็งแรงทนทานเอื้ออำนวยต่อการใช้งาน และป้องกันผลิตภัณฑ์จากสภาพแวดล้อมภายนอกได้ดี
2. บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงกึ่งแข็งตัว (Semirigid Forms) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกอ่อน กระดาษแข็งและอลูมิเนียมบาง คุณสมบัติทั้งด้านราคา น้ำหนัก และการป้องกันผลิตภัณฑ์จะอยู่ในระดับปานกลาง
3. บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงยืดหยุ่น (Flexible Forms) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุอ่อนตัว มีลักษณะเป็นแผ่นบาง ได้รับความนิยมนสูงมากเนื่องจากมีราคาถูก (หากใช้ในปริมาณมากและระยะเวลาสั้น) น้ำหนักน้อย มีรูปแบบและโครงสร้างมากมาย

3.1.3.4 แบ่งตามวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้

การจัดแบ่งและเรียกชื่อบรรจุภัณฑ์ในทรรศนะของผู้ออกแบบ ผู้ผลิต หรือนักการตลาด จะแตกต่างกันออกไป บรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทที่ตั้งอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์หลักใหญ่ (Objective Of Package) ที่คล้ายกันคือ เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ (To Protect Products) เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (To Distribute Products) เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (To Promote Products)

3.1.4 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

การออกแบบลักษณะโครงสร้าง หมายถึง การกำหนดรูปลักษณะ โครงสร้างวัสดุที่ใช้ตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ ตลอดจนการขนส่งเก็บรักษาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ นับตั้งแต่จุดผลิตจนถึงมือผู้บริโภค

ในกระบวนการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยต้องอาศัยความรู้และข้อมูลจากหลายด้านการอาศัยความช่วยเหลือจากผู้ชำนาญการบรรจุ (PACKAGING SPECIALISTS) หลาย ๆ ฝ่ายมาร่วมปรึกษาและพิจารณาตัดสินใจ ซึ่งอิงทฤษฎีของ ปุ่น คงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ (2542:71-83) โดยที่ผู้วิจัยจะกระทำหน้าที่เป็นผู้สร้างภาพพจน์ (THE IMAGERY MAKER) จากข้อมูลต่างๆ ให้ปรากฏเป็นรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์จริง ลำดับขั้นตอนของการดำเนินงาน นับตั้งแต่ตอนเริ่มต้น จนกระทั่งสิ้นสุดจนได้ผลงานออกมามีดังต่อไปนี้ เช่น

3.1.4.1 กำหนดนโยบายหรือวางแผนยุทธศาสตร์ (POLICY PERMULATION OR ATRATEGIC PLANNING) เช่น ตั้งวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการผลิต เงินทุนงบประมาณ การจัดการ และการกำหนดสถานะ (SITUATION) ของบรรจุภัณฑ์ ในส่วนนี้ทางบริษัทแต่ชีวิตจะเป็นผู้กำหนด

3.1.4.2 การศึกษาและการวิจัยเบื้องต้น (PRELIMINARY RESEARCH) ได้แก่ การศึกษาข้อมูลหลักการทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และวิศวกรรมทางการผลิต ตลอดจนการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นและเกี่ยวข้องสอดคล้องกันกับการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

3.1.4.3 การศึกษาถึงความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ (FEASIBILITY STUDY) เมื่อได้ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ แล้วก็เริ่มศึกษาความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ด้วยการสเก็ต (SKETCH DESING) ภาพ แสดงถึงรูปร่างลักษณะ และส่วนประกอบของโครงสร้าง 2-3 มิติ หรืออาจใช้วิธีการอื่น ๆ ขึ้นรูปเป็นลักษณะ 3 มิติ ก็สามารถกระทำได้ ในขั้นตอนนี้จึงเป็นการเสนอแนวความคิดสร้างสรรค์ขั้นต้นหลาย ๆ แบบ (PRELIMINARY IDFAS) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในเทคนิควิธีการบรรจุ และการคำนวณเบื้องต้น ตลอดจนเงินทุนงบประมาณดำเนินการ และเพื่อการพิจารณาคัดเลือกแบบร่างไว้เพื่อพัฒนาให้สมบูรณ์ในขั้นตอนต่อไป

3.1.4.4 การพัฒนาและแก้ไขแบบ (DESIGN REFINEMENT) ในขั้นตอนนี้ผู้ออกแบบจะต้องขยายรายละเอียดปลีกย่อยต่าง ๆ (DETAILED DESIGN) ของแบบร่างให้ทราบอย่างละเอียดโดยเตรียมเอกสารหรือข้อมูลประกอบ มีการกำหนดเทคนิคและวิธีการผลิต การบรรจุ วัสดุ การประมาณราคา ตลอดจนการทดสอบทดลองบรรจุ เพื่อหารูปร่าง รูปทรงหรือส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการด้วยการสร้างรูปจำลองง่าย ๆ (MOCK UP) ขึ้นมา ดังนั้นผู้ออกแบบจึงต้องจัดเตรียมสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อย่างละเอียดรอบคอบเพื่อ

การนำเสนอ (PRESENTATION) ต่อลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจเพื่อพิจารณา

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้ความคิดเห็นสนับสนุนยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงแก้ไขเพิ่มเติมในรายละเอียดที่ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น การทำแบบจำลองโครงสร้างเพื่อศึกษาถึงวิธีการบรรจุ และหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ก่อนการ สร้างแบบเหมือนจริง

3.1.4.5 การพัฒนาต้นแบบจริง (PROTOTYPE DEVELOPMENT) เมื่อแบบ โครงสร้างได้รับการแก้ไขและพัฒนาผ่านการยอมรับแล้ว ลำดับต่อมาต้องทำหน้าที่เขียนแบบ (MECHANICAL DRAWING) เพื่อกำหนดขนาด รูปร่าง และสัดส่วนจริงด้วยการเขียน ภาพประกอบแสดงรายละเอียดของรูปแบบแปลน (PLAN) รูปด้านต่าง ๆ (ELEVATIONS) ทศนิยมภาพ (PERSPECTIVE) หรือภาพแสดงการประกอบ (ASSEMBLY) ของส่วนประกอบ ต่าง ๆ มีการกำหนดมาตราส่วน (SCALE) บอกชนิดและประเภทวัสดุที่ใช้มีข้อความ คำสั่งที่ สื่อสารความเข้าใจกันได้ในช่วงการผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ของจริง แต่การที่จะได้มาซึ่งราย ละเอียดเพื่อนำไปผลิตจริงดังกล่าวนี้ ผู้ออกแบบจะต้องสร้างต้นแบบจำลองที่สมบูรณ์ (PROTOTYPE) ขึ้นมาก่อนเพื่อวิเคราะห์ (ANALYSIS) โครงสร้างและจำแนกแยกแยะส่วน ประกอบต่าง ๆ ออกมาศึกษา ดังนั้น PROTOTYPE ที่จัดทำขึ้นมาในขั้นนี้จึงควรสร้างด้วยวัสดุที่ สามารถให้ลักษณะ และรายละเอียดใกล้เคียงกับบรรจุภัณฑ์ของจริงให้มากที่สุดเท่าที่จะกระทำ ได้ เช่นอาจจะทำด้วยปูนพลาสเตอร์ ดินเหนียว กระดาษ ฯลฯ และในขั้นนี้ การทดลองออกแบบ กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ควรได้รับการพิจารณาร่วมกันอย่างใกล้ชิดกับลักษณะของโครงสร้าง เพื่อสามารถนำผลงานในขั้นนี้มาคัดเลือกพิจารณาความมีประสิทธิภาพของรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ ที่สมบูรณ์

3.1.4.6 การผลิตจริง (production) สำหรับขั้นตอนนี้ส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่ รับผิดชอบของฝ่ายผลิตในโรงงานที่จะต้องดำเนินการตามแบบแปลนที่นักออกแบบให้ไว้ ซึ่งทาง ฝ่ายผลิตจะต้องจัดเตรียมแบบแม่พิมพ์ของบรรจุภัณฑ์ให้เป็นไปตามกำหนด และจะต้องสร้าง บรรจุภัณฑ์จริงออกมาจำนวนหนึ่งเพื่อเป็นตัวอย่าง (PRE- PRODUCTION PROTOTYPES) สำหรับการทดสอบทดลองและวิเคราะห์เป็นครั้งสุดท้าย หากพบว่ามีข้อบกพร่องควรรับดำเนินการ แก้ไขให้เป็นที่เรียบร้อยแล้วจึงดำเนินการผลิตเพื่อนำไปบรรจุและจำหน่ายในลำดับต่อไป

3.1.5 การออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางด้านการตลาด ณ จุด ขยายที่สามารถจับต้องได้ ทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ เปรียบได้กับตัวโครงร่างกายของมนุษย์ สีที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนผิวหนัง คำ บรรยายบนบรรจุภัณฑ์เปรียบได้กับปากที่กล่าวแจ้งแฉ่งสรรพคุณ การออกแบบอาจจะเขียน เป็นสมการอย่างง่าย ๆ ได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบ = คำบรรยาย + สัญลักษณ์ + ภาพพจน์

เนื่องจากการออกแบบภาพพจน์เป็นศิลปะอย่างหนึ่งซึ่งอาจแสดงออกได้ด้วย จุด เส้น สี รูปร่าง และรูปถ่าย ผสมผสานกันออกมาเป็นพาณิชย์ศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ด้วยหลักการง่าย ๆ 4 ประการ คือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

S = Simple เข้าใจง่าย สบายตา

A = Aesthetic มีความสวยงาม ชวนมอง

F = Function ใช้งานง่าย สะดวก

E = Economic ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

ตามที่ได้อธิบายแล้วว่าบรรจุภัณฑ์มีบทบาทในส่วนผสมการตลาดในการทำหน้าที่เสริมกิจกรรมการตลาดในแต่ละขั้นตอนของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ รายละเอียดปลีกย่อยในการช่วยเสริมกิจกรรมต่าง ๆ มีดังต่อไปนี้

3.1.5.1 การใช้โฆษณา บรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องออกแบบให้จำได้ง่าย ณ จุดขาย หลังจากกลุ่มเป้าหมายได้เห็นหรือฟังโฆษณามาแล้ว ในกลยุทธ์นี้บรรจุภัณฑ์มักจะต้องเด่นกว่าคู่แข่งหรือมีกราฟฟิกที่สะดุดตา โดยไม่ต้องให้กลุ่มเป้าหมายมองหา ณ จุดขาย

3.1.5.2 การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เปลี่ยนแปลงไปอาจจำเป็นต้องมีการออกแบบปริมาณสินค้าต่อ หน่วยขนส่งใหม่เพื่อลดค่าใช้จ่าย หรือมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับจุดขายใหม่ การเพิ่มทั้ง ณ จุดขายที่เรียกว่า POP (Point of Purchase) อาจมีส่วนช่วยส่งเสริมการขายเมื่อเปิดช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่

3.1.5.3 เจาะตลาดใหม่ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ในการเจาะตลาดใหม่หรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ ในบางกรณีอาจจำเป็นต้องเปลี่ยนตราสินค้าใหม่อีกด้วย

3.1.5.4 ผลิตภัณฑ์ใหม่ ถ้าผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเก่า เช่น เปลี่ยนจากการขายกล้วยตากแบบเก่า เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่มาเป็นกล้วยตากชุบน้ำผึ้ง อาจใช้บรรจุภัณฑ์เก่าแต่เปลี่ยนสีใหม่เพื่อแสดงความสัมพันธ์กับสินค้าเดิม หรืออาจใช้เทคนิคของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ยูนิฟอร์มดังจะกล่าวต่อไปในบทนี้ แต่ในกรณีที่เป็นสินค้าใหม่ถอดด้ามจำเป็นต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่หมด แต่อาจคงตราสินค้าและรูปแบบเดิมไว้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มที่ เคยเป็นลูกค้าประจำของสินค้าเดิม

3.1.5.5 การส่งเสริมการขาย จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อเน้นให้ผู้บริโภคทราบว่ามีการเพิ่มปริมาณสินค้า การลดราคาสินค้า หรือการแถมสินค้ารายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ย่อมมีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความอยากซื้อมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.5.6 การใช้ตราสินค้า เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีเพื่อสร้างความทรงจำที่ดีต่อสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่มีตราสินค้าใหม่ควรจะได้รับ การออกแบบใหม่ด้วยการเน้นตราสินค้า รายละเอียดในเรื่องนี้จะได้กล่าวต่อไปในหัวข้อตราสินค้า

3.1.5.7 เปลี่ยนขนาดหรือรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ โดยปกติสินค้าแต่ละชนิดมีวัฏจักรชีวิตของตัวเอง (Product Life Cycle) เมื่อถึงวัฏจักรชีวิตช่วงหนึ่ง ๆ จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนโฉมของบรรจุภัณฑ์เพื่อยืดอายุของวัฏจักร ในบางกรณี การเปลี่ยนขนาดอาจเกิดจากนวัตกรรมใหม่ทางด้านบรรจุภัณฑ์ เช่น การเลือกใช้วัสดุใหม่จึงมีการเปลี่ยนรูปทรงหรือขนาดไม่ว่าจะเป็นสาเหตุใดก็ตามมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อรักษาหรือขยายส่วนแบ่งการตลาด

3.1.6 หน้าที่ของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

3.1.6.1 สร้างทัศนคติที่ดีงามต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต

3.1.6.2 ชี้แจงและบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์

3.1.6.3 แสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการ

3.1.6.4 แสดงสรรพคุณและวิธีใช้ของผลิตภัณฑ์

3.1.7 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.1.7.1 การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด

บรรจุภัณฑ์มีบทบาท ที่สำคัญยิ่งต่อผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ในเวลาเดียวกันมีโอกาสลดต้นทุนสินค้า อันจะนำไปสู่ยอดกำไรสูงซึ่งเป็นเป้าหมายของทุกองค์กรในระบบการค้าเสรี

ค่านิยมการตลาด คือ กระบวนการทางด้านบริหารที่รับผิดชอบต่อกลุ่มเป้าหมายโดยการค้นหาความต้องการ และสนองความต้องการนั้น เพื่อบรรลุถึงกำไรตามที่ต้องการตามค่านิยมการตลาดประกอบด้วย องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ กลุ่มเป้าหมาย การสนองความต้องการ และกำไร การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะนั้น จำเป็นต้องหาข้อมูล จากตลาดพร้อมทั้งค้นหาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในรูปของการบริโภคสินค้าหรือบริการ ส่วนการตอบสนองความต้องการนั้น ต้องใช้กลไกทางด้านส่วนผสมทางการตลาด เพื่อชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ซื้อให้เลือกซื้อสินค้าเราแทนที่จะซื้อของกลุ่มคู่แข่งเพื่อบรรลุถึงกำไรที่ได้กำหนดไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาวะการจำหน่ายในสมัยใหม่

ในระบบจำหน่ายสมัยใหม่ เช่น ในซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งมีสินค้าวางขายอยู่เป็นนับพันประเภท แต่ละประเภทจะมีสินค้าที่เป็นคู่แข่งกันวางขายกันเป็นสิบเพื่อการเปรียบเทียบ เลือกซื้อภายใต้สภาวะการขายเช่นนี้ ผู้ซื้อจะใช้เวลาประมาณเศษ 2 ใน 3 ของเวลาที่อยู่ในร้านเดินจากสินค้าประเภทหนึ่ง ไปยังสินค้าอีกประเภทหนึ่ง ยกตัวอย่าง เช่น ถ้าผู้ซื้อโดยเฉลี่ย ใช้เวลา 10 – 15 นาที ในการเลือกซื้อสินค้า และสมมติว่าโดยเฉลี่ยผู้ซื้อแต่ละคนจะซื้อสินค้าประมาณ 12 ชิ้น นั่นก็หมายความว่า เวลาที่ใช้ในการตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้านั้นมีเวลาเพียง 1 นาที ในสภาพความเป็นจริงเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า จะแปรเปลี่ยนไปแล้วแต่ประเภทของสินค้า สินค้าบางชนิด เช่น ไข่ หมู ไก่ อาจใช้เวลาเลือกนาน กล่าวคือใช้เวลาประมาณ 20 – 50 วินาที ในขณะที่สินค้าบางชนิด เช่น ข้าว น้ำอัดลม เป็นต้น จะใช้เวลาน้อยเพียงแค่ 10 วินาที จากปรากฏการณ์นี้ย่อมเป็นที่ประจักษ์ว่า ในยุคนี้ผู้ซื้อใช้เวลาอย่างมาก ณ จุดขายในขณะที่มี สินค้าให้เลือกมากมาย ด้วยเหตุนี้ บรรรจักษ์ณ์ในยุคนี้จึงจำเป็นต้องออกแบบ ให้ได้รับความสนใจอย่างเร่งรีบ โดยมีเวลาผ่านตาบนหิ้งในช่วงเวลา 10 – 50 วินาทีที่จะสร้างความมั่นใจให้แก่ ลูกค้านี้เพื่อตัดสินใจซื้อและวางลงในรถเข็น บทบาทของบรรรจักษ์ณ์ดังกล่าวนี้ เป็นบทบาททางด้านการตลาดในปัจจุบัน ที่ได้รับความนิยมนำขึ้นเรื่อย

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรรจักษ์ณ์

บรรรจักษ์ณ์เป็นการออกแบบงานพิมพ์แบบ 3 มิติ ที่เป็นพาณิชย์ศิลป์ ดังนั้นบุคลากรที่รับผิดชอบการพัฒนา บรรรจักษ์ณ์ทางกราฟฟิก นอกจากเป็นนักออกแบบแล้วยังต้องเป็นคนช่างสังเกต มีความรู้ทางด้านธุรกิจ เนื่องจากบรรรจักษ์ณ์ที่ออกแบบนั้น เป็นสื่อและเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจการจำหน่าย ในการออกแบบข้อมูลของผู้พัฒนาบรรรจักษ์ณ์ควรรู้ คือ ด้านการตลาด เนื่องจากบรรรจักษ์ณ์เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของการตลาด การออกแบบบรรรจักษ์ณ์จึงต้องคำนึงถึงหลักการและเทคนิคทางด้านการตลาด อันประกอบด้วย การตั้งเป้าหมาย การจัดกลยุทธ์ การวางแผนการตลาด การส่งเสริมการขาย เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องทราบวิธีการจัดเรียง และบรรยากาศของการจำหน่าย ณ จุดขาย การคำนึงถึง สถานที่ที่วางขายสินค้าเป็นปัจจัยแรกในการออกแบบ เช่น การวางขายในตลาดสด หรือวางขายในห้าง เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.7.2 ขั้นตอนการออกแบบ

สิ่งที่ผู้ซื้อเสียความรู้สึกมากที่สุด คือ บรรรจภัณฑ์ไม่สามารถทำงานได้ตรงตามความต้องการ หรือไม่สามารถทำงาน ได้ตามที่บรรยายบนบรรรจภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น มีการโฆษณาบนบรรรจภัณฑ์ ว่าเป็นซองออกแบบใหม่ฉีกเปิดได้ง่าย แต่พอเปิดซองแล้วสินค้าเคลื่อนกระจายไปทั่วพื้น เป็นต้น เหตุการณ์เช่นนี้ผู้บริโภคจะไม่ตำหนิบรรรจภัณฑ์ แต่จะไม่ยอมรับสินค้ายี่ห้อ นั้น ๆ เพราะถือว่าถูกหลอก ไม่ว่าจะบรรรจภัณฑ์ที่วันนี้จะออกแบบมาสวยงามน่าประทับใจเพียงใด ในฐานะเจ้าของสินค้าจำต้อง ยอมรับว่าออกแบบบรรรจภัณฑ์มาไม่ดี จากตัวอย่างที่ยกมานี้เป็นที่ ประจักษ์ว่าจุดมุ่งหมาย ในการออกแบบไม่รอบคอบ โดยไม่ใส่ใจในสิ่งเล็กน้อยดังกล่าวนี้ จะมีผลกระทบต่อยอดขายของสินค้า เนื่องจากประสบการณ์อันเลวร้ายที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรรจภัณฑ์จำต้องมีการวางแผนงาน และกำหนดจุดมุ่งหมายรองรับ ซึ่งมีหลายประการไว้ อย่างชัดเจน ขั้นตอนการออกแบบอย่างสังเขปแสดงดังนี้

- เริ่มต้นด้วยการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์อาหารที่จำหน่ายและตั้งชื่อตราสินค้าว่า Mrs Paul's พร้อมรูปแบบตัวอักษร ที่สอดคล้องกับจุดยืนของสินค้า

- เมื่อใส่รายละเอียดลงไปบนบรรรจภัณฑ์ ด้วยการเน้นจุดขายว่าใช้ส่วนผสมอาหารจากธรรมชาติ พบว่าตราสินค้านั้นเด็กเกินไปจึงขยายตราสินค้าให้ใหญ่ขึ้น ลองเปลี่ยนพื้นข้างหลังเป็นพื้นสีเขียวและสีแดงเพื่อเปรียบเทียบความเด่น สะดุดตาของบรรรจภัณฑ์ที่ออกแบบ มีการทดลองเอาบรรรจภัณฑ์ที่ออกแบบลองวางขึ้นหิ้ง ณ จุดขาย เปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น และสำรวจความเห็นของกลุ่มเป้าหมาย บรรรจภัณฑ์สุดท้ายที่ทดสอบแล้วว่ากลุ่มเป้าหมายยอมรับมากที่สุด และสนองความต้องการของผู้ซื้อ

ขั้นตอนการออกแบบกราฟิกของบรรรจภัณฑ์จะคล้ายคลึงกับขั้นตอนการพัฒนาบรรรจ ภัณฑ์ แต่อาจจะมีส่วนปลีกย่อยที่ควรคำนึงถึงดังต่อไปนี้

3.1.7.2.1 การตั้งจุดมุ่งหมาย ในการตั้งจุดมุ่งหมาย ในการออกแบบกราฟิกของบรรรจภัณฑ์ มีสิ่งจำเป็นที่ต้องรู้หรือศึกษาข้อมูล คือ ตำแหน่ง (Positioning) ของบรรรจภัณฑ์ของ คู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด ในกรณีที่มีบรรรจภัณฑ์มีอยู่ในตลาดแล้ว การทราบถึงตำแหน่ง ย่อมทำให้ตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบได้ง่าย นอกจากตำแหน่งของสินค้า สิ่งที่ต้อง ค้นหาออกมา คือ จุดขายหรือ UPS (Unique Selling Point) ของสินค้า ที่จะโฆษณาบนบรรรจภัณฑ์ ทั้งสองสิ่งนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการตั้งจุดมุ่งหมายของการออกแบบกราฟิกบนบรรรจภัณฑ์

3.1.7.2.2 การวางแผน ปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลขั้นตอนเพื่อเตรียมร่างจูงมุงหมาย และขอบเขตการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อนที่จะปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อาจวางแผนได้ 2 วิธี คือ

1. ปรับปรุงพัฒนาให้ฉีกแนวแตกต่างจากคู่แข่ง

2. ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งชั้น โดยตรงได้ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่า หรือด้วยค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่า การตั้งเป้าหมายและวางแผนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวย่อมต้องศึกษา สถานภาพบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง พร้อมกับล่วงรู้ถึงนโยบายของบริษัทตัวเองและกลยุทธ์การตลาดที่จะแข่งกับคู่แข่งชั้น

การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถใช้การวิเคราะห์แบบ 5W + 2H ดัง

WHY - ทำไม เหตุการณ์หรือปัจจัยอะไรทำให้ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำไมต้องพัฒนากราฟฟิคของบรรจุภัณฑ์ ทำไมไม่แก้ไขปรับปรุงพัฒนาอย่างอื่น ๆ แทน

WHO - ใคร ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ บุคคล หรือแผนกที่เกี่ยวข้อง

WHERE - ที่ไหน สถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ไหน ขอบเขตพื้นที่ที่จะวางขายสินค้าบรรจุภัณฑ์ ที่ออกแบบครอบคลุมพื้นที่มากน้อยแค่ไหน

WHAT - อะไร จุดมุ่งหมายการพัฒนาบรรจุภัณฑ์คืออะไร ข้อจำกัดในการออกแบบมีอะไรบ้าง จุดขายของสินค้าคืออะไร การใช้งานของบรรจุภัณฑ์คืออะไร

WHEN - เมื่อไร ควรจะเริ่มงานการพัฒนาเมื่อไร เมื่อไรจะพัฒนาเสร็จ วางตลาดเมื่อไร

HOW - อย่างไร จะใช้เทคโนโลยีแบบใด อย่างไร จะจัดหาเทคโนโลยีใหม่ใช้ วัตถุประสงค์ของบรรจุภัณฑ์ ที่ออกแบบ

HOW MUCH - ค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีงบประมาณเท่าไร คำตอบที่ได้รับจากคำถาม 5W + H นี้จะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้

การวางแผนเริ่มต้นด้วยจุดประสงค์ของการพัฒนา พร้อมด้วยข้อจำกัดต่าง ๆ รายละเอียดการวางแผนต้องประกอบด้วยองค์ประกอบต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 : การวางแผน

1.1 กำหนดเวลา

1.2 ผลงานที่จะได้รับในแต่ละขั้นทำงาน

1.3 รายละเอียดของตราสินค้า (Branding)

1.4 ผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนที่ 2 : การรวบรวมข้อมูล อันได้แก่

- 2.1 ข้อมูลการตลาด
- 2.2 สถานะ การแข่งขัน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด (SWOT)
- 2.3 ข้อมูลจากลูกค้า
- 2.4 ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย / พฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.5 เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์ ระบบบรรจุภัณฑ์และเครื่องจักร

ขั้นตอนที่ 3 : การออกแบบร่าง

- 3.1 พัฒนาความคิดริเริ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 3.2 ร่างต้นแบบ ประมาณ 3 – 5 แบบ
- 3.3 ทำต้นแบบ ประมาณ 2 – 3 แบบ

ขั้นตอนที่ 4 : การประชุมวิเคราะห์ปรับต้นแบบ

- 4.1 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค
- 4.2 วิเคราะห์การสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- 4.3 เลือกต้นแบบที่ยอมรับได้

ขั้นตอนที่ 5 : การทำแบบเหมือนร่าง

- 5.1 เลือกวัสดุที่จะทำแบบ
- 5.2 ออกแบบกราฟิกเหมือนจริง พร้อมตราสินค้าและสัญลักษณ์ทางการค้า
- 5.3 ขึ้นแบบ

ขั้นตอนที่ 6 : การบริหารการออกแบบ

เริ่มจากการติดต่อโรงงานผู้ผลิตวัสดุบรรจุภัณฑ์ จนถึงการควบคุมงานผลิตให้ได้ตามแบบที่ต้องการ พร้อมทั้งจัดเตรียมรายละเอียดการสั่งซื้อ (Specification) เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสามารถผลิตได้ตามต้องการ ขั้นตอนสุดท้ายเป็นการติดตามผลของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบไปแล้วว่าสามารถสนองตามจุดมุ่งหมายของการออกแบบและบรรลุถึงวัตถุประสงค์ขององค์กรหรือไม่

3.1.8 เทคนิคการออกแบบ

รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์นั้น สามารถจับต้องได้ ซึ่งโดยปกติแล้วมักจะเป็นรูปทรงเลขาคณิต เช่น สี่เหลี่ยมและทรงกลมรูปทรงที่แตกต่างกัน ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการออกแบบรูปทรงต่าง ๆ กันของวัสดุหลัก 4 ประเภท อันได้แก่ กระดาษ โลหะ แก้ว และ พลาสติก ที่เห็นได้ชัดคือ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่อผู้ดูแลเห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระป๋องโลหะที่แต่เดิมมักเป็นรูปทรงกระบอก เทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถออกแบบเป็นรูปทรงอื่นที่เรียกว่า Contour Packaging รูปลักษณะใหม่นี้ ย่อมก่อให้เกิดความสะดุดตา และสร้างความสนใจให้แก่กลุ่มเป้าหมาย นอกจากรูปลักษณะของตัวบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกตามที่ได้บรรยายอย่างละเอียดมาแล้ว ย่อมมีบทบาทอย่างมากในการสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีแก่กลุ่มเป้าหมาย

3.1.8.1 การออกแบบเป็นชุด (Package Uniform) การออกแบบเป็นชุดเป็นเทคนิคที่มีความนิยมมากใช้กันมาก จากกราฟิกง่าย ๆ ที่เป็น จุด เส้น และภาพ มาจัดเป็นรูปบนบรรจุภัณฑ์ สร้างอารมณ์ร่วมจากการสัมผัสด้วยสายตา หลักเกณฑ์ในการออกแบบ คือ ให้ง่าย สะอาดตา แต่ต้องทันสมัยและเหมาะสมแก่การใช้งาน ความง่ายสะอาดตา มีผลต่อการดึงดูดความสนใจ ความทันสมัยช่วยสร้างความแปลกใหม่ ส่วนความรู้สึกว่าเหมาะสมแก่การใช้งานเสริมความรู้สึกว่าคุ้มค่าเงิน และความมั่นใจในตัวสินค้า

จากการออกแบบเป็นชุดของสินค้า มีผลต่อการทำให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำที่ดีถ้าออกแบบได้ตรงกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นชุดเปรียบเสมือนชุดแบบฟอร์มของเสื้อผ้าคนที่ใส่ เช่น มีชุดสูท ชุดพระราชทาน ชุดม่อฮ่อม เป็นต้น การออกแบบเสื้อผ้าที่เป็นชุดนี้เมื่อใครเห็น ก็ทราบว่าจะชุดอะไร แม้ว่าจะใช้เสื้อผ้าและสีสันทันที่แตกต่างกัน การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นชุดนี้ก็มีความคล้ายคลึงกัน

การออกแบบเสื้อผ้าเป็นชุดยังมีชื่อเรียก แต่ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไม่มีชื่อเรียกจึงต้องยึดเอกลักษณ์บางอย่างบน บรรจุภัณฑ์เป็นตัวเชื่อมโยงให้รู้ว่าเป็นชุดเดียวกัน อาจใช้สัญลักษณ์ทางการค้าใช้สไตส์การออกแบบ ใช้การจัดเรียงวางรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ในระดับเดียวกัน นอกจากนั้นรูปแบบของตัวอักษรจะต้องเป็นสไตส์เดียวกัน

3.1.8.2 การเรียงต่อเป็นภาพ ณ จุดขาย เทคนิคการออกแบบวิธีนี้ยึดหลักในการสร้างภาพ ณ จุดขายให้เป็นภาพใหญ่ คือเป็นภาพที่ปะติดปะต่อหรืออาจเป็นภาพกราฟิกขนาดใหญ่ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูดความสนใจของ ผู้บริโภคในระยะทางไกล ตามรายละเอียดเรื่องสรีระในการอ่านและประสาทสัมผัสของผู้ซื้อ ณ จุดขาย เนื่องจากโอกาสที่ตัวบรรจุภัณฑ์และรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์จะสามารถมองเห็น ในระยะเกิน 10 เมตรขึ้นไปนั้นเป็นไปได้ยาก ด้วยเหตุนี้จึงต้องใช้พื้นที่บนห้างที่วางสินค้านั้นจัดเป็นภาพใหญ่เพื่อดึงดูดความสนใจ

สิ่งพึงระวังในภาพที่ต่อขึ้นจากการเรียงบรรจุภัณฑ์นั้น จะต้องเป็นภาพที่สร้างความประทับใจหรือกระตุ้นให้เกิดความอยากได้ของกลุ่มเป้าหมาย ที่อาจเคยเห็นภาพดังกล่าวจากสื่ออื่น ๆ เช่น บนตัวบรรจุภัณฑ์ที่เคยบริโภคหรือสื่อโฆษณาต่าง ๆ เป็นต้น การต่อเป็นภาพของบรรจุภัณฑ์นี้ยังต้องระมัดระวังขั้นตอนการแปรรูปบรรจุภัณฑ์ เช่น การพับเส้น และการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์จะต้องแน่นอนมีคุณภาพดี เพื่อว่าภาพที่ต่อขึ้นมาจะเป็นภาพที่สมบูรณ์ตามต้องการ

3.1.8.3 การออกแบบแสดงศิลปะท้องถิ่น เทคนิคการออกแบบวิธีนี้ มีจุดมุ่งหมายอันดับแรก คือ การส่งเสริมสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่น เพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยวให้ซื้อกลับไปเป็นของฝาก ถ้าสินค้าดังกล่าวได้รับความนิยมในวงกว้างก็สามารถนำออกขายในตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้น หรืออาจส่งขายไปยังต่างประเทศได้ ถ้าสามารถควบคุมคุณภาพการผลิต และมีวัตถุดิบมากพอ พร้อมทั้งกระบวนการผลิตแบบอัตโนมัติที่สามารถวางแผนงานการผลิตได้

รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สื่อความหมายเพื่อเป็นของฝากนี้ มักจะใช้สิ่งที่รู้จักกันดีในท้องถิ่นนั้น เช่น รูปพระเจ้าชาละวันของจังหวัดพิจิตร รถม้าของจังหวัดลำปาง ภูมิประเทศในท้องถิ่น เป็นต้น ในบางกรณีอาจนำวัสดุที่ผลิตได้ในท้องถิ่นมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ เพื่อความแปลกใหม่ นอกเหนือจากรายละเอียดของกราฟฟิกการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อซื้อไปเป็นของฝากจำเป็นต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำกลับของผู้ซื้อ และความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ในการนำไปมอบเป็นของขวัญ มีการออกแบบหูหิ้ว เพื่อความสะดวกในการนำกลับ

3.1.8.4 การออกแบบของขวัญ เทคนิคในการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบของขวัญค่อนข้างจะแตกต่างจากเทคนิคต่างๆ ที่ได้กล่าวมา สาเหตุเนื่องจากผู้ซื้อสินค้าที่เป็นของขวัญไม่มีโอกาสบริโภค และหลายครั้งที่การตัดสินใจซื้อเกิดขึ้น ณ จุดขาย ด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของขวัญที่ดีจึงมีบทบาทสำคัญมากต่อความสำเร็จของการขายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเทศกาลต่างๆ

เทคนิคต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้วนี้ เป็นเทคนิคที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย นอกเหนือจากเทคนิคการออกแบบกราฟิกแล้ว ในฐานะนักออกแบบกราฟิกยังจำเป็นต้องรู้ ถึงข้อมูลทางด้านเทคโนโลยีทั้งในด้านการบรรจุ และการพิมพ์ ดังต่อไปนี้

- ข้อมูลของเครื่องจักรที่จะใช้ในการบรรจุ เช่น การขึ้นรูป การบรรจุ การปิด การขนย้าย พร้อมวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้

- ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ หรือการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีโครงสร้างซับซ้อนมาก ๆ ผลการทดสอบความเข้ากันได้ ของผลิตภัณฑ์อาหาร และวัสดุบรรจุภัณฑ์ควรแจ้งไปยังนักออกแบบกราฟิกด้วย

- นักออกแบบกราฟิกควรจะต้องทราบถึงข้อจำกัดของโครงสร้างที่พัฒนา โดยฝ่ายเทคโนโลยี เช่น ช่องปากที่เปิดของบรรจุภัณฑ์ ความเหนียวชั้น ของผลิตภัณฑ์ อายุขัยของผลิตภัณฑ์อาหาร การเก็บ การขนส่ง เป็นต้น

- รายละเอียดเกี่ยวกับการพิมพ์ ระบบการพิมพ์ ที่จะใช้กับวัสดุบรรจุภัณฑ์ ที่จะเลือกใช้ จำนวนสีที่จะพิมพ์ได้ วิธีการเคลือบ ข้อจำกัดใด ๆ ที่เกี่ยวกับการพิมพ์เหล่านี้ เป็นรายละเอียดที่จำเป็นมาก สำหรับการออกแบบกราฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ในกรณีที่มีสินค้าเดียวกันบรรจุในบรรจุภัณฑ์ต่างประเภทกัน เช่น อาหารเหลวบรรจุในขวดและซอง นักออกแบบกราฟฟิกมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบถึงข้อกำหนดของบรรจุภัณฑ์แต่ละระบบ

- ในการออกแบบกราฟฟิก สำหรับวัสดุบรรจุภัณฑ์ต่างประเภทกัน จะใช้เทคนิคการออกแบบที่แตกต่างกัน คุณค่าสำคัญของการออกแบบให้สัมฤทธิ์ผล คือ การสื่อสารระหว่างแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ นักออกแบบกราฟฟิกสามารถใช้ความคิดริเริ่มต่าง ๆ สร้างสรรค์งานทางศิลปะให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการออกแบบ

3.2 การใช้สี

3.2.1 หลักการพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี

การใช้สีในการออกแบบ กราฟิก มีวัตถุประสงค์จะทำให้วัตถุนั้นดูสวยงาม และเพิ่มความสมบูรณ์ ให้กับเนื้อหามากขึ้น คนแต่ละวัยมีความสนใจในกลุ่มสีที่แตกต่างกัน การใช้สีทางจิตวิทยา ดังนี้

- ใช้สีสดสำหรับกระตุ้น ให้เห็นเด่นชัด เพื่อการมองในระยะเวลานั้นๆ เหมาะอย่างยิ่งสำหรับการทำสื่อ เพื่อประชาสัมพันธ์
- ใช้สีเพื่อต้องการให้เด่นชัด มุ่งเสริมเนื้อหาสาระมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น
- การออกแบบงานกราฟิกต่างๆ ควรคำนึงถึง ความเหมาะสม
- ใช้สีให้เหมาะกับวัยผู้บริโภค
- การใช้สีมากเกินไป ไม่เป็นผลดี กับงานออกแบบอย่างแท้จริง เพราะสีหลายสีอาจลดความเด่นชัด ของเนื้อหาลงมา
- การใช้สีเข้มจัด คู่กับสีอ่อนมากๆ จะทำให้ดูชัดเจน มีชีวิตชีวา น่าสนใจ
- การใช้สีพื้นในงานออกแบบสิ่งพิมพ์ ที่มีพื้นที่ว่างมากๆ ไม่เกิดผลในการเร้าใจเท่าที่ควร ควรหลีกเลี่ยง
- การใช้สีกับตัวอักษร ต้องอ่านง่ายและเห็นตัวอักษรเด่นชัด ไม่ใช้เวลาในการเพ่งมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในส่วนของเนื้อหาสาระ

3.2.2 ระบบสี

RGB ระบบสี RGB เป็นระบบสีของแสง ซึ่งเกิดจากการหักเหของแสงผ่านแท่งแก้วปริซึม จะเกิดแถบสีที่เรียกว่า สเปกตรัม (SPECTRUM) ซึ่งแยกสีตามที่สายตามองเห็นได้ 7 สี คือ แดง แสด เหลือง เขียว น้ำเงิน คราม ม่วง ซึ่งเป็นพลังงานอยู่ในรูปของรังสี ที่มีช่วงคลื่นที่สายตาสามารถมองเห็นได้ แสงสีม่วงมีความถี่คลื่นสูงที่สุด คลื่นแสงที่มีความถี่สูงกว่าแสงสีม่วงเรียกว่า อุลตราไวโอเล็ต (ULTRA VIOLET) และคลื่นแสงสีแดง มีความถี่คลื่นต่ำที่สุด คลื่นแสงที่

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่ำกว่าแสงสีแดงเรียกว่า อินฟราเรด (INFRARED) คลื่นแสงที่มีความถี่สูงกว่าสีม่วง และต่ำกว่าสีแดงนั้น สายตาของมนุษย์ไม่สามารถรับได้ และเมื่อศึกษาดูแล้วแสงสีทั้งหมดเกิดจาก แสงสี 3 สี คือ สีแดง (RED) สีน้ำเงิน (BLUE) และสีเขียว (GREEN) ทั้งสามสีถือเป็นแม่สีของแสง เมื่อนำมาฉายรวมกันจะทำให้เกิดสีใหม่ อีก 3 สี คือ สีแดงมาเจนน้ำ สีฟ้าไซแอน และสีเหลือง และถ้าฉายแสงสีทั้งหมดรวมกันจะได้แสงสีขาว จากคุณสมบัติของแสงนี้เรา ได้นำมาใช้ประโยชน์ทั่วไป ในการฉายภาพยนตร์ การบันทึกภาพวิดีโอ ภาพโทรทัศน์ การสร้างภาพเพื่อการนำเสนอทางจอคอมพิวเตอร์ และการจัดแสงสีในการแสดง เป็นต้น

CMYK ระบบสี CMYK เป็นระบบสีชนิดที่เป็นวัตถุ คือสีแดง เหลือง น้ำเงิน แต่ไม่ใช่สีน้ำเงิน ที่เป็นแม่สีวัตถุธาตุ แม่สีในระบบ CMYK เกิดจากการผสมกันของแม่สีของแสง หรือระบบสี RGB คือ

แสงสีน้ำเงิน + แสงสีเขียว = สีฟ้า (CYAN)

แสงสีน้ำเงิน + แสงสีแดง = สีแดง (MAGENTA)

แสงสีแดง + แสงสีเขียว = สีเหลือง (YELLOW)

สีฟ้า (CYAN) สีแดง (MAGENTA) สีเหลือง (YELLOW) นี้ นำมาใช้ในระบบการพิมพ์ และ มีการเพิ่มเติม สีดำเข้าไป เพื่อให้มีน้ำหนักเข้มขึ้นอีก เมื่อรวมสีดำ (BLACK = K) เข้าไป จึงมีสี่สี โดยทั่วไปจึงเรียกระบบการพิมพ์นี้ว่าระบบการพิมพ์สี่สี (CMYK) ระบบการพิมพ์สี่สี (CMYK) เป็นการพิมพ์ภาพในระบบที่ทันสมัยที่สุด และได้ภาพใกล้เคียงกับภาพถ่ายมากที่สุด โดยทำการพิมพ์ทีละสี จากสีเหลือง สีแดง สีน้ำเงิน และสีดำ ลงใช้แว่นขยายส่องดูผลงานพิมพ์ชนิดนี้ จะพบว่า จะเกิดจากจุดสีเล็ก ๆ สีที่อยู่เต็มไปหมดการที่เรามองเห็นภาพมีสีต่าง ๆ นอกเหนือจากสี่สีนี้ เกิดจากการผสมของเม็ดสีเหล่านี้ใน ปริมาณต่าง ๆ คิดเป็น % ของปริมาณเม็ดสี ซึ่งกำหนดเป็น 10-20-30-40-50-60-70-80-90 จนถึง 100 %

3.2.3 ความรู้สึกเกี่ยวกับสีในเชิงจิตวิทยา

สีแดง - ให้ความรู้สึกร้อน รุนแรง กระตุ้น ทำท่าย เคลื่อนไหว ตื่นเต้น ไร้ใจ มีพลัง ความอุดมสมบูรณ์ ความมั่งคั่ง ความรัก ความสำคัญ อันตราย

สีส้ม - ให้ความรู้สึก ร้อน ความอบอุ่น ความสดใส มีชีวิตชีวา วัยรุ่น ความคึกคะนอง การปลดปล่อย ความเปรี้ยว การระวัง

สีเหลือง - ให้ความรู้สึกแจ่มใส ความสดใส ความร่าเริง ความเบิกบานสดชื่น ชีวิตใหม่ ความสด ใหม่ ความสนุกสนาน การแผ่กระจาย อำนาจบารมี

สีเขียว - ให้ความรู้สึก สงบ เงียบ ร่มรื่น ร่มเย็น การพักผ่อน การผ่อนคลาย ธรรมชาติ ความปลอดภัย ปกติ ความสุข ความสุขุม เยือกเย็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีน้ำเงิน - ให้ความรู้สึกสงบ สุขุม สุภาพ หนักแน่น เกร็งขั้วริ่ม เอาการเอางาน
ละเอียด รอบคอบ สง่างาม มีศักดิ์ศรี สูงศักดิ์ เป็นระเบียบถ่อมตน

สีม่วง - ให้ความรู้สึก มีเสน่ห์ น่าติดตาม เร็นลับ ซ่อนเร้น มีอำนาจ มีพลัง
แฝงอยู่ ความรัก ความเศร้า ความผิดหวัง ความสงบ ความสูงศักดิ์

สีฟ้า - ให้ความรู้สึก ปลอดโปร่งโล่ง กว้าง เบา โปร่งใส สะอาด ปลอดภัย
ความสว่าง ลมหายใจ ความเป็นอิสระเสรีภาพ การช่วยเหลือ แบ่งปัน

สีขาว - ให้ความรู้สึก บริสุทธิ์ สะอาด สดใส เบบาง อ่อนโยน เปิดเผย การ
เกิด ความรัก ความหวัง ความจริง ความเมตตา ความศรัทธา ความดีงาม

สีดำ - ให้ความรู้สึก มีด สกปรก ลึกลับ ความสิ้นหวัง จุดจบ ความตาย
ความชั่ว ความลับ ทารุณ โหดร้าย ความเศร้า หนักแน่น เข้มแข็ง อดทน มีพลัง

สีชมพู - ให้ความรู้สึก อบอุ่น อ่อนโยน นุ่มนวล อ่อนหวาน ความรัก เอาใจ
ใส่ วัยรุ่น นุ่มสาว ความน่ารัก ความสดใส

สีเทา - ให้ความรู้สึก เศร้า อาลัย ท้อแท้ ความลึกลับ ความหดหู่ ความชรา
ความสงบ ความเงียบ สุภาพ สุขุม ถ่อมตน

สีทอง - ให้ความรู้สึก ความหรูหรา โอ้อ่า มีราคา สูงค่า สิ่งสำคัญ ความ
เจริญรุ่งเรือง ความสุข ความมั่งคั่ง ความร่ำรวย การแผ่กระจาย

3.2.4 สีกับการออกแบบ

ผู้สร้างสรรค์งานออกแบบจะเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สีโดยตรง มัณฑนากรจะคิด
ค้นสีขึ้นมาเพื่อใช้ในงานตกแต่ง คนออกแบบจากเวทีการเสด็จจะคิดค้นสีเกี่ยวกับแสง จิตรกรก็
จะคิดค้นสีขึ้นมาระบายให้เหมาะสมกับความคิด และจินตนาการของตน แล้วตัวเราจะคิดค้นสี
ขึ้นมาเพื่อความงาม ความสุข สำหรับเรามีได้หรือ สีที่ใช้สำหรับการออกแบบนั้น ถ้าเราจะใช้ให้
เกิดความสวยงามตรงตามความต้องการของเรา มีหลักในการใช้กว้าง ๆ อยู่ 2 ประการ คือ การใช้
สีกลมกลืนกัน และ การใช้สีตัดกัน

3.3.3.1 การใช้สีกลมกลืนกัน การใช้สีให้กลมกลืนกันเป็นการใช้สีหรือน้ำหนัก
ของสีให้ใกล้เคียงกัน หรือคล้ายคลึงกัน เช่น การใช้สีแบบเอกรงค์ เป็นการใช้สีเดียวที่มีน้ำหนัก
อ่อนแก่หลายลำดับ การใช้สีข้างเคียง เป็นการใช้สีที่เคียงกัน 2 – 3 สี ในวงสี เช่น สีแดง สีส้มแดง
และสีม่วงแดง การใช้สีใกล้เคียง เป็นการใช้สีที่อยู่เรียงกัน ในวงสีไม่เกิน 5 สี ตลอดจนการใช้สี
วรรณะร้อนและวรรณะเย็น (warm tone colors and cool tone colors) ดังได้กล่าวมาแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.4.2 การใช้สีตัดกัน สีตัดกันคือสีที่อยู่ตรงข้ามกันในวงจรัส การใช้สีให้ตัดกันมีความจำเป็นมากในงานออกแบบ เพราะช่วยให้เกิดความน่าสนใจในทันทีที่พบเห็น สีตัดกันอย่างแท้จริงมีอยู่ด้วยกัน 6 คู่สี คือ

1. สีเหลือง ตรงข้ามกับ สีม่วง
2. สีส้ม ตรงข้ามกับ สีน้ำเงิน
3. สีแดง ตรงข้ามกับ สีเขียว
4. สีเหลืองส้ม ตรงข้ามกับ สีม่วงน้ำเงิน
5. สีส้มแดง ตรงข้ามกับ น้ำเงินเขียว
6. สีม่วงแดง ตรงข้ามกับ สีเหลืองเขียว

การใช้สีตัดกัน ควรคำนึงถึงความเป็นเอกภาพด้วย วิธีการใช้มีหลายวิธี เช่น ใช้สีให้มีปริมาณต่างกัน เช่น ใช้สีแดง 20 % สีเขียว 80% หรือใช้เนื้อสีผสมในกันและกัน หรือใช้สีหนึ่งสีใดผสมกับสีคู่ที่ตัดกัน ด้วยปริมาณเล็กน้อย รวมทั้งการเอาสีที่ตัดกันมาทำให้เป็นลวดลายเล็ก ๆ สลับกัน ในผลงานชิ้นหนึ่ง อาจจะใช้สีให้กลมกลืนกันหรือตัดกันเพียงอย่างเดียวอย่างใดอย่างหนึ่ง หรืออาจจะใช้พร้อมกันทั้ง 2 อย่าง ทั้งนี้แล้วแต่ความต้องการ และความคิดสร้างสรรค์ของเรา ไม่มีหลักการ หรือรูปแบบที่ตายตัว ในงานออกแบบ หรือการจัดภาพ หากเรารู้จักใช้สีให้มีสภาพโดยรวมเป็นวรรณะร้อน หรือวรรณะเย็น เราจะ สามารถควบคุม และสร้างสรรค์ภาพให้เกิดความประสานกลมกลืน งดงามได้ง่ายขึ้น เพราะสีมีอิทธิพลต่อ มวล ปริมาตร และช่องว่าง สีมีคุณสมบัติที่ทำให้เกิดความกลมกลืน หรือขัดแย้งได้ สีสามารถขับเน้นให้เกิดจุดเด่น และการรวมกันให้เกิดเป็นหน่วยเดียวกันได้ เราในฐานะผู้ใช้สีต้องนำหลักการต่าง ๆ ของสีไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้อง กับเป้าหมายในงานของเรา เพราะสีมีผลต่อการออกแบบ คือ

1. สร้างความรู้สึก สีให้ความรู้สึกต่อผู้พบเห็นแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และภูมิหลัง ของแต่ละคน สีบางสีสามารถรักษาบำบัดโรคจิตบางชนิดได้ การใช้สีภายใน หรือภายนอกอาคาร จะมีผลต่อการ สัมผัส และสร้างบรรยากาศได้
2. สร้างความน่าสนใจ สีมีอิทธิพลต่องานศิลปะการออกแบบ จะช่วยสร้างความประทับใจ และความน่าสนใจเป็นอันดับแรกที่พบเห็น
3. สีบอกสัญลักษณ์ของวัตถุ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ หรือภูมิหลัง เช่น สีแดง สัญลักษณ์ของไฟ หรืออันตราย สีเขียวสัญลักษณ์แทนพืช หรือความปลอดภัย เป็นต้น
4. สีช่วยให้เกิดการรับรู้และจดจำ งานศิลปะการออกแบบต้องการให้ผู้พบเห็นเกิดการจดจำ ในรูปแบบ และผลงาน หรือเกิดความประทับใจ การใช้สีจะต้องสะดุดตา และมีเอกภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 คนตรีกับการออกแบบและประชาสัมพันธ์

ในปัจจุบันคนตรีจัดเป็นธุรกิจอย่างหนึ่ง การที่จะทำให้ผลงานเพลงในแต่ละชุดประสบความสำเร็จและเป็นที่รู้จักของประชาชน จำเป็นต้องพึ่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นเครื่องมือทางการตลาดอันสำคัญ ตัวอย่างเช่น ในช่วงแรกต้องมีการจัดแสดงข่าวต่อสื่อมวลชน การให้สัมภาษณ์ การออกอากาศเพลงทางวิทยุ แพร่ภาพมิวสิกวิดีโอ และติดโปสเตอร์ตามจุดจำหน่าย ไปจนถึงการลงโฆษณาทางนิตยสาร หนังสือพิมพ์ เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ ซึ่งจะมีผลกับยอดขายจำหน่ายโดยตรง เป็นต้น ในด้านการออกแบบก็เช่นกัน ในปัจจุบัน องค์กร บริษัทค่ายเพลงได้ให้ความสำคัญกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าเพลงมากขึ้น เนื่องจากการแข่งขันสูงขึ้น และปฏิเสธไม่ได้ว่าภาพลักษณ์ของสินค้าเพลงและบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคด้วย

3.3.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเพลง

ศิลปะการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านดนตรี มีหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นแผ่นเสียง เทปคาสเซต และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง แผ่นคอมแพคดิสก์ หรือที่เรียกกันทั่วไปว่าแผ่นซีดี ยังคงถือว่าเป็นสินค้าเพลงที่มีผู้ซื้อมากที่สุด หากเปรียบเทียบกับสินค้าดังกล่าว แม้ในปัจจุบันจะมีปัญหาด้านการเผยแพร่ผลงานเถื่อน พวกแผ่น MP3 ก็ตาม แต่แผ่นซีดีเพลงยังคงเป็นสื่อที่มีผู้บริโภคอยู่เช่นกัน แม้จะลดปริมาณลง ด้วยคุณภาพเสียงที่ชัดเจน มีความคงทน และเก็บรักษาได้ยาวนาน เป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดผู้ซื้อ เพียงแต่การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเพลงในปัจจุบันและอนาคตมีแนวโน้มไปในทิศทางอื่นมากขึ้น เช่น การออกแบบเป็นชุด สินค้าเพื่อการสะสม หรือสินค้าที่ผลิตออกมาจำหน่ายในจำนวนจำกัด ซึ่งจะต้องทำให้เกิดเอกลักษณ์และความสวยงามมากยิ่งขึ้น เป็นผลงานมาจากลักษณะตลาดและการซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปด้วยนั่นเอง

3.3.2 กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเพลง

โดยทั่วไปของบรรจุภัณฑ์สินค้าเพลงจะประกอบไปด้วย แผ่นซีดี หน้าปก Booklet ตัวกล่องหรือซอง ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์และผลงานเพลงเป็นอันดับแรก เนื่องจากการสร้าง First Impression ในการจำหน่ายผลงาน โดยเฉพาะหากผู้บริโภคไม่เคยรู้จักหรือฟังมาก่อน ก็อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เกิดความสนใจและหันมาลองฟัง ดังนั้นในการออกแบบจึงมีกลยุทธ์การออกแบบทั่วไป 4 ประการ ดังนี้

3.3.2.1 ใช้นิเวศของผลงานเป็นหลัก แล้วนำมาวางแนวคิด (Concept) และเปลี่ยนเป็นภาพหรือกราฟฟิกอย่างเหมาะสม
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2.2 ใช้ตัวศิลป์เป็นหลัก แล้วนำมาวางแนวคิด (Concept) และเปลี่ยนเป็นภาพหรือกราฟิกอย่างเหมาะสม

3.3.2.3 ออกแบบภาพและกราฟิกให้มีความน่าสนใจ สวยงาม และสะดุดตา

3.3.2.4 ออกแบบโดยคำนึงถึงการจัดจำหน่ายและการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย

กลยุทธ์การออกแบบดังกล่าว จำเป็นต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับการวางกลยุทธ์ทางการตลาดและ Marketing Brief เช่น ตัวศิลป์ ชื่ออัลบั้ม วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย ตำแหน่งของศิลป์ ภาพลักษณ์ของศิลป์ แนวเพลง ลักษณะเฉพาะของผลงาน เป็นต้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

4.1 วิเคราะห์เนื้อหาข้อมูล

4.1.1 วิเคราะห์ศิลปิน

โดยปกติถ้าพูดถึงพุ่มพวง ดวงจันทร์ จะนึกถึงภาพของหญิงสาวที่มีหน้าตาสะสวย บุคลิกสนุกสนาน ช่างพูดช่างจา และงานเพลงที่มีจังหวะดนตรีสนุกสนาน มีเสียงร้องที่ไพเราะ และเบื้องหลังความสำเร็จของเธอนั้น เธอเป็นนักสู้ชีวิต เป็นผู้ที่ไม่ยอมแพ้แก่โชคชะตา มีความอดทนสูง จากเด็กสาวบ้านนอกที่ถือกำเนิดมาในครอบครัวที่ยากจน ด้วยโอกาสอย่างมาก อ่านหนังสือก็ไม่ออก เธอจะมีความเป็นไปได้ยากที่จะเดินตามความฝันที่อยากจะเป็นนักร้อง แต่ด้วยพรสวรรค์และความพยายามที่จะเดินตามความฝันอย่างไม่ย่อท้อ ในที่สุดเธอก็สามารถประสบความสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่

สรุปก็คือมีภาพลักษณะเด่นๆ 2 ภาพลักษณะ คือ ภาพลักษณะที่เป็นนักร้องผู้ประสบความสำเร็จที่ยืนอยู่หน้าเวที และภาพลักษณะของสาวบ้านนอกผู้สู้ชีวิต

4.1.2 วิเคราะห์หน้าปกแบบเดิม

ปกชุดรวมเพลงที่ทางอโซน่าจัดทำ หลังจากพุ่มพวงเสียชีวิตแล้ว



ภาพที่ 6 ภาพตัวอย่างปกซีดีรวมเพลงของค่ายอโซน่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มักใช้ภาพถ่าย ริทซ์ลงบนแบคกราวสีพื้น
- คู่แข็ง ๆ ไม่ค่อยมีชีวิตชีวา
- มักใช้สีสด หรือสีที่ตัดกัน

ปกชุดรวมเพลงที่ทางท็อปไลน์ไคมอนจัดทำ หลังจากพุ่มพวงเสียชีวิตแล้ว



ภาพที่ 7 ภาพตัวอย่างปกซีดีและปกเทปรวมเพลงของค่ายท็อปไลน์ไคมอน

- มีการริทซ์ภาพมากกว่าโฆษณา หลายปกที่ใช้ภาพห้องท่งมาเป็นแบคกราว ตอกย้ำความเป็นลูกท่ง ซึ่งให้ความรู้สึกที่เซซและล้ำสมัย

โดยทั้ง 2 บริษัท มักใช้ภาพเดิมซ้ำ ๆ เปลี่ยนสีเสื้อผ้า ตัวอักษร และตัวเลข หรือใช้การจัดเลย์เอาต์แบบเดิม แต่อาจเปลี่ยนรูปภาพและสีเพียงเล็กน้อย ในการออกแบบหน้าปก เพื่อแสดงว่าเป็นเซตเดียวกัน การจัดวางรูป ตัวอักษร และข้อความ ยังขาดความสวยงาม

4.1.3 วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน (SWOT Analysis)

S – Strengths (จุดแข็ง)

มีดีไซน์ที่สวยงาม มีความแปลกใหม่ ทั้งกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ ควรค่าแก่การซื้อหาและเก็บสะสม

W – Weaknesses (จุดอ่อน)

- มีราคาค่อนข้างสูง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ
- ราคาของวัสดุบรรจุภัณฑ์
- ราคาของกรรมวิธีในการผลิตบรรจุภัณฑ์
- ราคาของการขนส่ง
- ราคาของการใช้แรงงานที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

O – Opportunities (โอกาส)	ขายในช่วงวันครบรอบเสียชีวิตของพุ่มพวง เป็นช่วงที่ผู้คนรำลึกถึงนักร้องผู้จากไป จึงอาจทำให้มียอดขายดี
T – Threats (อุปสรรค)	ในช่วงที่เศรษฐกิจกำลังซบเซา ทำให้ผู้คนใช้จ่ายอย่างประหยัด ช้อ หาเฉพาะข้าวของเครื่องใช้ที่จำเป็น

4.2 สรุปแนวทางในการออกแบบ

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่าในการออกแบบครั้งนี้ ได้พิจารณาจากโจทย์และวัตถุประสงค์ที่ตั้งเอาไว้เป็นหลักตั้งแต่แรก คือการทำชุดซีดีเพื่อการสะสมของนักร้องลูกทุ่ง พุ่มพวง ดวงจันทร์ เมื่อรวบรวมข้อมูลที่ได้และสรุปออกมาแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการหาข้อมูลทฤษฎีในการออกแบบที่เกี่ยวข้องและสรุปแนวทางในการออกแบบให้สอดคล้องกับข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ โดยสามารถร่างเป็น Marketing Brief คร่าว ๆ เพื่อนำไปพัฒนา ได้ดังนี้

Marketing Brief

- สินค้า** - ชุดซีดีเพลง รวบรวมผลงานเพลงของราชินีลูกทุ่ง พุ่มพวง ดวงจันทร์
- วัตถุประสงค์ของสินค้า** - เพื่อการสะสมโดยเฉพาะ
- กลุ่มเป้าหมาย** - กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ แฟนเพลงของพุ่มพวง ดวงจันทร์ ติดตามและสะสมผลงานทุกรูปแบบของพุ่มพวง ดวงจันทร์ ได้แก่ ผู้ฟังระดับกลางและระดับล่าง (ใกล้ระดับกลาง)
- กลุ่มเป้าหมายรอง คือ ผู้ฟังเพลงของพุ่มพวง ดวงจันทร์ อาจเป็นผู้ฟังระดับกลางถึงระดับสูง หรืออาจรวมถึงระดับชั้นนำ (High Society)
- โทนของสินค้า** - แสดงความเป็นตัวตนของพุ่มพวง ดวงจันทร์ ให้มากที่สุด โดยต้องการนำเสนอบุคลิกที่มีความเป็นกันเอง และลักษณะนิสัย ที่เป็นคนจี๋เล่น โดยยังคงความเป็นราชินีลูกทุ่งของศิลปินไว้ได้
- ความต่างจากสินค้าอื่น** - เน้นการออกแบบที่แปลกใหม่สำหรับวงการเพลงลูกทุ่ง
- ผลิตในจำนวนจำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อได้ภาพรวมคร่าว ๆ มาแล้ว จึงนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบต่อไป โดยเมื่อภาพรวมออกมาแล้วต้องทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และสามารถส่งผลถึงการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (หากเกิดการจำหน่ายผลงานรวบรวมอัลบั้มนี้จริงๆ)

STYLE

ใช้สไตล์ลูกทุ่งแบบเดิมผสมผสานกับความเป็นพุ่มพวง ดวงจันทร์ เพื่อแสดงเอกลักษณ์ของพุ่มพวงให้ได้มากที่สุด โดยจะนำสไตล์ลูกทุ่งมาประยุกต์ใช้ให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

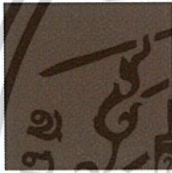
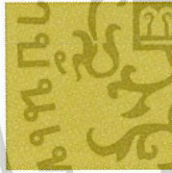
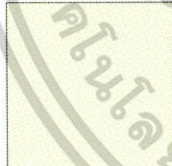


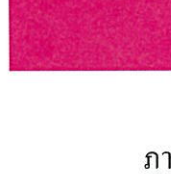
บทที่ 5

การสร้างสรรค์ผลงาน

5.1 สีที่เลือกใช้

สีที่เลือกใช้ในงานรวมทั้งหมด จะมีทั้งหมด 6 สี โดยแบ่งเป็นสีหลักที่ใช้ในงานทั้งหมด และสีที่ใช้แยกในแต่ละชุด


5.1.1 สีหลัก มี 3 สี เพื่อให้ผลงานทั้งหมดดูเป็นชุดเดียวกัน ได้แก่

	Mocha C 43% M 52% Y 80% K 38%
	สีน้ำตาล ให้ความหมายถึงความสงบ ความเรียบ ความเป็นผู้ใหญ่ ความเก่าแก่โบราณ
	C 14% M 23% Y 72% K 0%
	สีน้ำตาลทอง เป็นตัวแทนของความมีคุณค่า ความหรูหรา มีราคา
	C 1% M 1% Y 14% K 0%
	สีเหลืองครีม เป็นสีที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย สบายตา

ภาพที่ 8 ภาพแสดงสีหลักที่เลือกใช้ในงาน

5.1.2 สีที่ใช้แยกแต่ละชุด

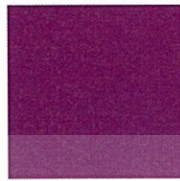
5.1.2.1 ชุดที่ 1 เพลงเร็ว

	Magenta C 0% M 100% Y 0% K 0%
	สีชมพูให้ความรู้สึกถึงความรัก ความเอาใจใส่ วัยรุ่น หนุ่มสาว ความน่ารัก ความสดใส

ภาพที่ 9 ภาพแสดงสีที่ใช้ในชุดที่ 1 เพลงเร็ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2.2 ชุดที่ 2 เพลงช้า



Amethyst
C 50% M 100% Y 0% K 0%

สีม่วงให้ความรู้สึกมีเสน่ห์ น่าติดตาม เร้นลับ ซ่อนเร้น มีพลังความรัก ความเศร้า ความผิดหวังแฝงอยู่

ภาพที่ 10 ภาพแสดงสีที่ใช้ในชุดที่ 2 เพลงช้า

5.1.2.3 ชุดที่ 3 บันทึกการแสดงสด



Squash
C 0% M 50% Y 100% K 0%

สีส้มให้ความรู้สึกอบอุ่น ความอบอุ่น ความสดใส มีชีวิตชีวา
วัยรุ่น ความคึกคะนอง การปลดปล่อย

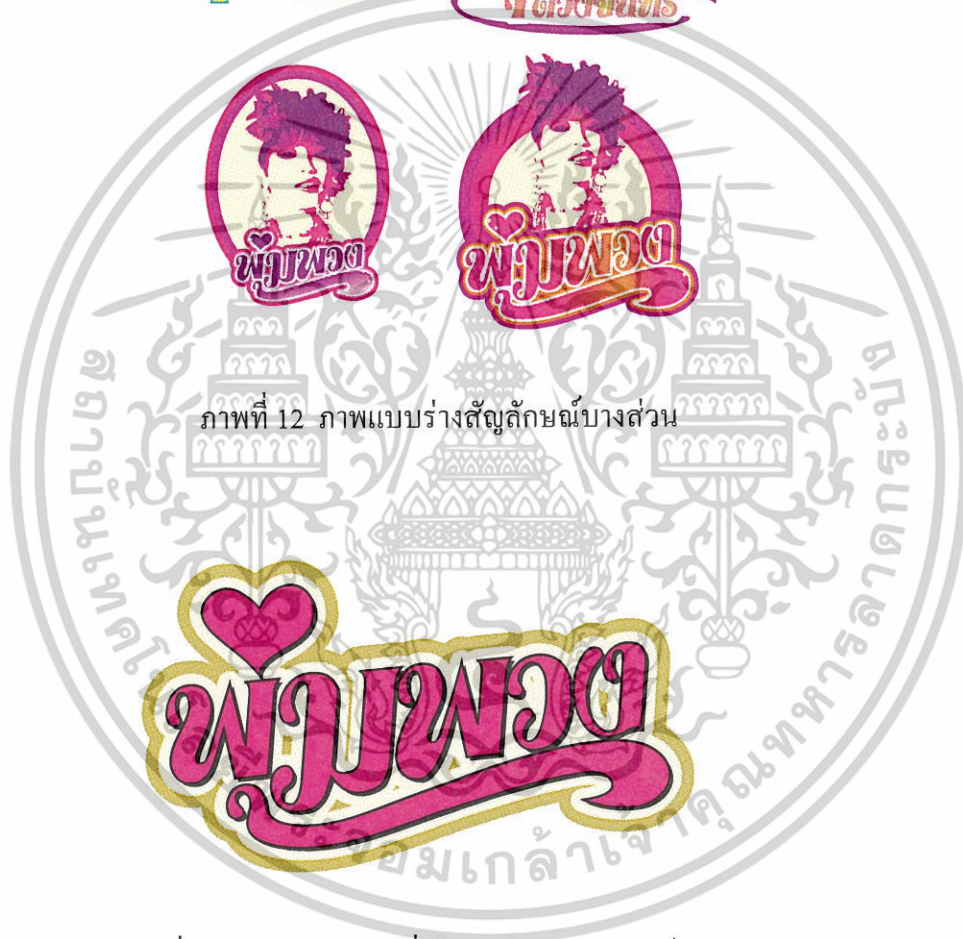
ภาพที่ 11 ภาพแสดงสีที่ใช้ในชุดที่ 3 บันทึกการแสดงสด

5.2 การออกแบบสัญลักษณ์

สำหรับการออกแบบสัญลักษณ์ในผลงานชิ้นนี้ ผู้จัดทำต้องการให้ออกมาดูเรียบและทันสมัยกว่าสัญลักษณ์แบบเดิมในวงการเพลงลูกทุ่ง แต่ยังคงความเป็นลูกทุ่งไว้ได้ดี โดยได้ศึกษาจากสัญลักษณ์ทั้งเก่าและใหม่ จึงได้ทำการร่าง (Sketch) ไว้หลากหลายรูปแบบ เพื่อเลือกแบบที่ลงตัวและเหมาะสมที่สุด มาพัฒนาเป็นสัญลักษณ์ที่ใช้ได้จริง



ภาพที่ 12 ภาพแบบร่างสัญลักษณ์บางส่วน



ภาพที่ 13 ภาพสัญลักษณ์ที่เลือกใช้นับรรจุภัณฑ์รวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อนำสัญลักษณ์ไปใช้จริงบนกล่องซีดีที่บรรจุอยู่ภายในนั้น จะนำไปใช้ประกอบกับ ภาพพุ่มพวง ดวงจันทร์ ที่ตัดทอนรายละเอียดแล้ว และสีที่ใช้จะเปลี่ยนไปตามชุดของเพลง ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 14 ภาพสัญลักษณ์ที่ใช้บนกล่องซีดี เพลงเร็ว

ภาพที่ 15 ภาพสัญลักษณ์ที่ใช้บนกล่องซีดี เพลงช้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

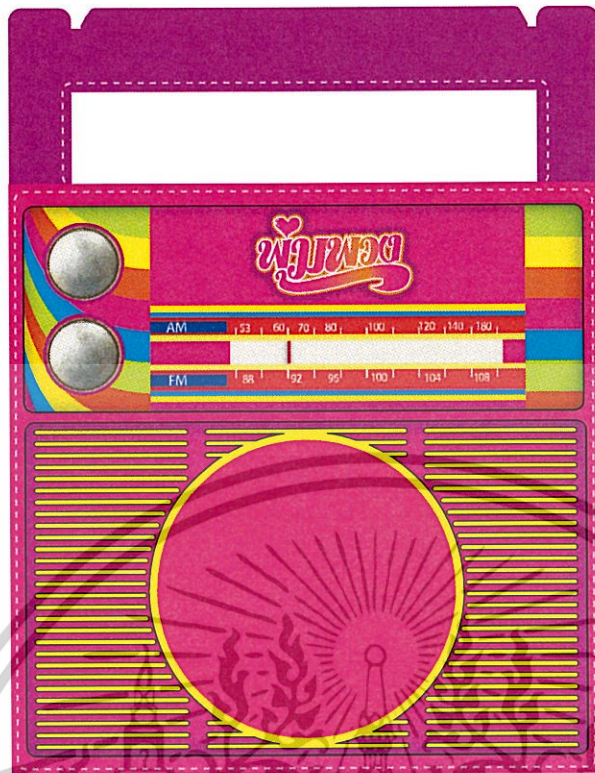


ภาพที่ 16 ภาพสัญลักษณ์ที่ใช้บนกล่องวีดีทัศน์ที่การแสดงสด

5.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

5.1.1 บรรจุภัณฑ์รวม

ตามประวัติของพุ่มพวง ดวงจันทร์ ที่ผู้จัดทำได้ค้นคว้ามา ทำให้ทราบว่าตอนที่พุ่มพวง ยังเป็นเด็ก ทางบ้านมีฐานะยากจน เธอเป็นเด็กที่ชอบฟังเพลง ร้องเพลง แต่ก็ต้องอาศัยฟังจากวิทยุทรานซิสเตอร์ของคนอื่น แต่จากการฟังเพียงไม่กี่ครั้ง เธอก็สามารถร้องเพลงตามได้อย่างถูกต้องและไพเราะ ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการร้องเพลงของพุ่มพวง ผู้จัดทำจึงได้แรงบันดาลใจจากวิทยุทรานซิสเตอร์ นำมาทำเป็นลายกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์รวมของผลงานชิ้นนี้ และลวดลายที่ยังสื่อถึงของด้านในกล่อง ได้ว่าเป็นผลงานเกี่ยวกับเพลง



ภาพที่ 17 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์รวม ครั้งที่ 1



ภาพที่ 18 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์รวม ครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2 บรรณทัศน์ที่ดี

ในการออกแบบต้องออกแบบให้สอดคล้องกับบรรณทัศน์รวม



ภาพที่ 19 ภาพแบบร่างบรรณทัศน์ที่ดีชุดเพลงเร็ว



ภาพที่ 20 ภาพแบบร่างบรรณทัศน์ที่ดีชุดเพลงช้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 21 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์ทีวีดีบี้นที่การแสดงสด

5.2 การออกแบบภาพประกอบ

การออกแบบภาพประกอบในผลงานชิ้นนี้ เน้นหนักไปทางภาพประกอบในหนังสือ เนื้อเพลง ดังนั้นจึงมีปัจจัยที่ควรพิจารณา ดังนี้

- ภาพประกอบต้องควบคุมให้อยู่ในแนวคิดที่กำหนดไว้ได้
- ภาพประกอบต้องมีความสอดคล้องและแสดงอารมณ์เนื้อหาของเพลง
- ภาพประกอบต้องมีความสร้างสรรค์และสวยงาม

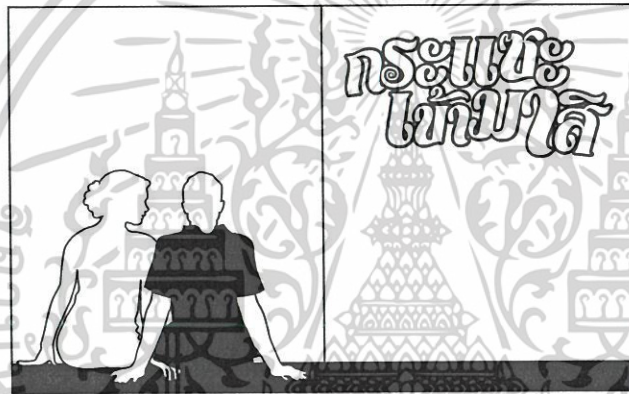
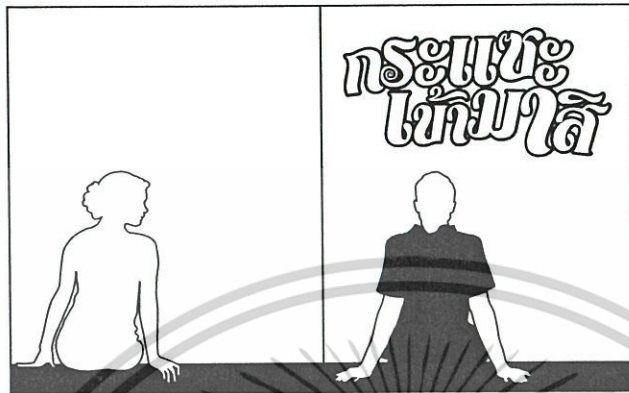
โดยเนื้อหาของเพลงเร็วส่วนใหญ่ มักแสดงความทะเล้นของหญิงสาว มีลักษณะการนำเสนอในรูปคำที่สื่อความหมายถึงความสัมพันธ์ฉันท์คู่สาวแบบสองแ่งสองงาม (กำกวม-ทะเล้ง) แต่ไม่หยาบคาย ส่วนเพลงช้ามีเนื้อหาสะท้อนสังคมที่ค่อนข้างแรง บอกเล่าเรื่องราวอย่างชัดเจน ส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวของสาวบ้านนาที่โดนหลอกหลวง หรือมักใหญ่ใฝ่สูงหวังจะเด่นดังในสังคมเมือง ทำให้ต้องประสบเคราะห์กรรม เนื้อเพลงมักใช้คำในลักษณะเชิงเปรียบเทียบ เปรียบเปรย

จากการที่สรุปข้อมูล ผู้จัดทำต้องการนำเสนอภาพประกอบออกมาในลักษณะเปรียบเทียบ เสียคลี่เล็กน้อย มีเทคนิคเล่นกับการเปิดหน้ากระดาษ เพื่อสร้างอารมณ์ให้เข้ากับเนื้อหาของเพลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.1 ภาพประกอบเนื้อเพลง

5.2.1.1 แบบร่างภาพประกอบชุดที่ 1 เพลงเร็ว

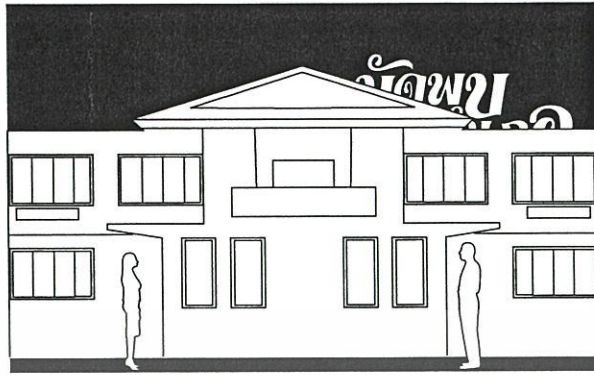


ภาพที่ 22 ภาพแบบร่างภาพประกอบเพลงกระแซะเข้ามาตี



ภาพที่ 23 ภาพแบบร่างภาพประกอบเพลงเงินน่มีไหม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 24 ภาพแบบร่างภาพประกอบเพลงน้ดพบที่หน้าอำเภอ

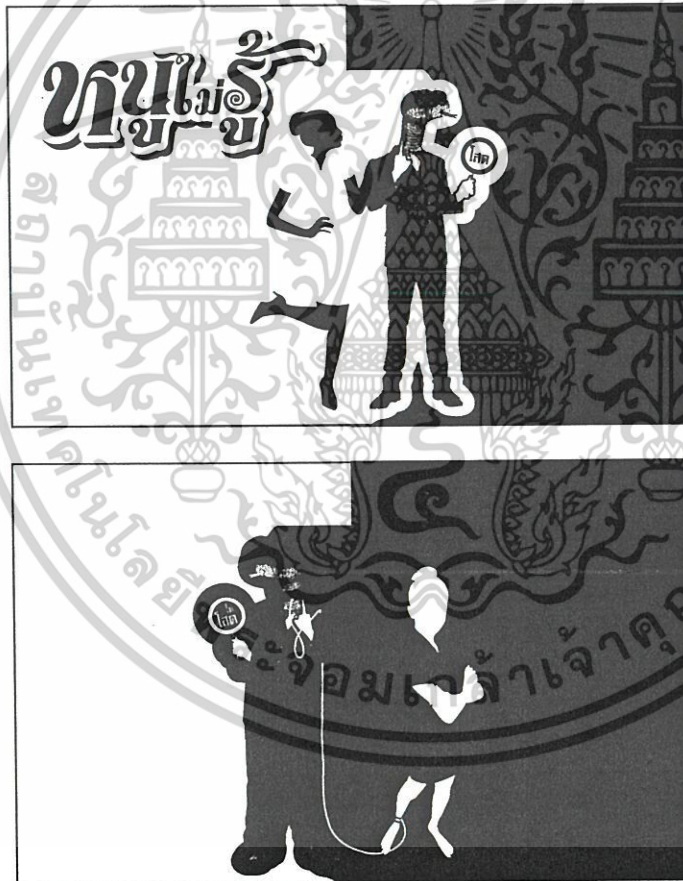


ภาพที่ 25 ภาพแบบร่างภาพประกอบเพลงผู้ชายในฝัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



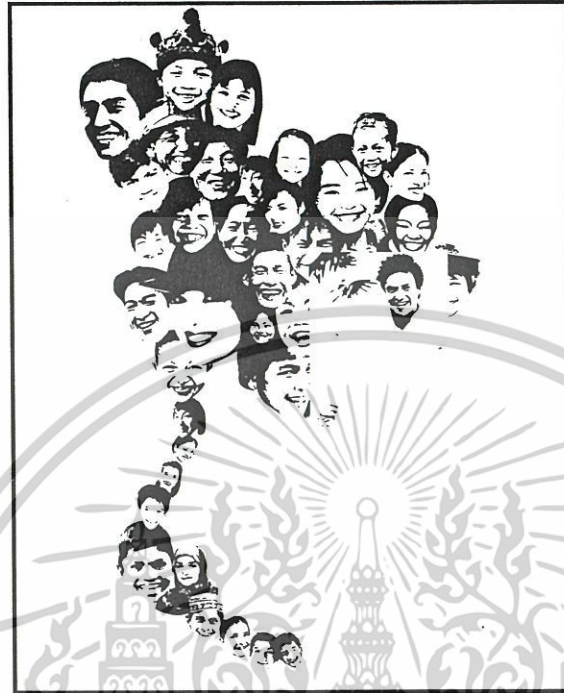
ภาพที่ 26 ภาพแบบร่างภาพประกอบเพลงคนดังลืมหลังคควาย



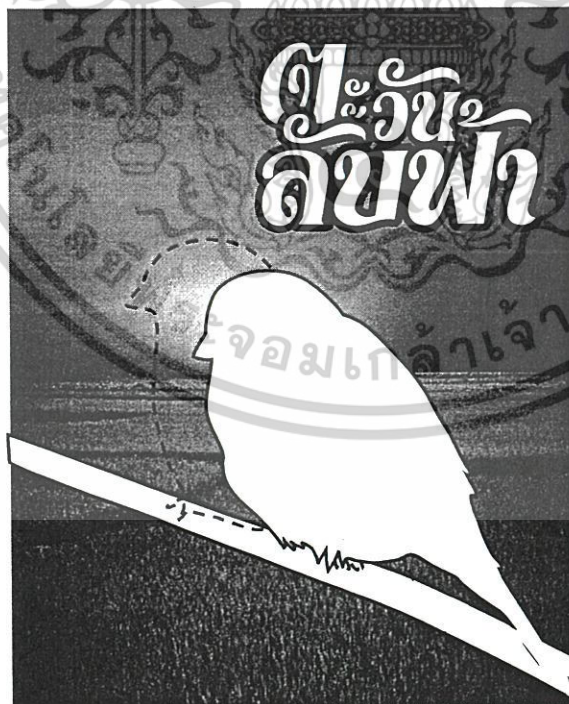
ภาพที่ 27 ภาพแบบร่างภาพประกอบเพลงหนูไม่รู้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.1.2 แบบร่างภาพประกอบชุดที่ 2 เพลงช้า



ภาพที่ 28 ภาพแบบร่างประกอบเพลงสยามเมืองยิ้ม



ภาพที่ 29 ภาพประกอบเพลงตะวันลับฟ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 30 ภาพประกอบเพลงดาวเรืองดาวโรย

5.2.2 Pattern

ในการออกแบบลายแพทเทิร์นได้รับแรงบันดาลใจมาจากลายบนป้ายประชาสัมพันธ์วงดนตรีลูกทุ่ง ซึ่งสื่อถึงประกายแสงไฟจากเวทีคอนเสิร์ต หรืออีกนัยแสดงถึงประกายความเจิดจรัสความเป็นราชินีลูกทุ่งพุ่มพวง ดวงจันทร์

มีทั้งหมด 3 ชุด ดังนี้

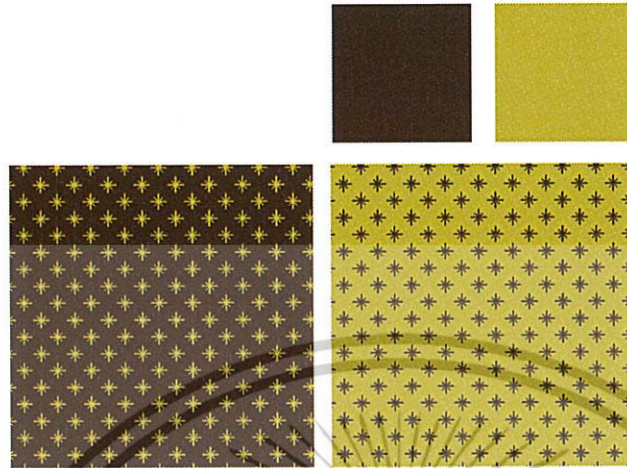
5.2.2.1 ชุดที่ 1



ภาพที่ 31 ภาพลายแพทเทิร์นที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ซีดีเพลงเร็ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.2.2 ชุดที่ 2



ภาพที่ 32 ภาพลายแพทเทิร์นที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ชุดสีเพลิงซ้ำ

5.2.2.3 ชุดที่ 3



ภาพที่ 33 ภาพลายแพทเทิร์นที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สีวัดิบันที่กการแสดงสด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 ตัวอักษร

แบบอักษรที่เลือกใช้ในผลงานนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.3.2 ชื่อเพลง และสัญลักษณ์ต่างๆ

ใช้แบบอักษร PSL BUTTERFLY

ก ข ค ต บ ง จ ฉ ช ซ ฌ ญ ฎ ฏ ฐ
 ท ฒ ณ ต ต ฒ ษ น บ ป ผ ฝ พ ฟ
 ภ ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห ฬ อ ฮ
 ะ ั ็ ็ ุ ู ใ ใ
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

ภาพที่ 34 ภาพแสดงแบบอักษรที่เลือกใช้ ก

5.3.2 ข้อความและเนื้อเพลง

ใช้แบบอักษร KS PUTTARAKSA

ก ข ค ต บ ง จ ฉ ช ซ ฌ ญ ฎ ฏ ฐ
 ท ฒ ณ ต ต ฒ ษ น บ ป ผ ฝ พ ฟ
 ภ ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห ฬ อ ฮ
 ะ ั ็ ็ ุ ู ใ ใ
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

ภาพที่ 35 ภาพแสดงแบบอักษรที่เลือกใช้ ข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

ผลงานจริง

บรรจุภัณฑ์รวม



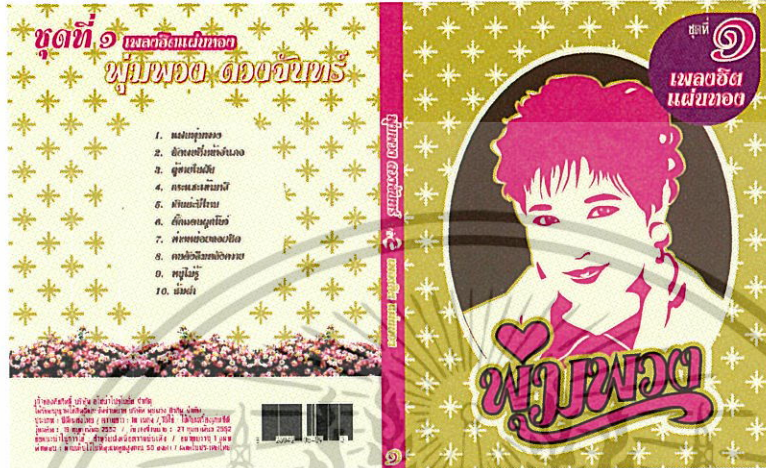
ภาพที่ 36 ภาพบรรจุภัณฑ์รวม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ภาพที่ 37 ภาพแบบกล่องบรรจุภัณฑ์รวม ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ซีดีและดีวีดี

ชุดที่ 1 เพลงฮิต แผ่นทอง



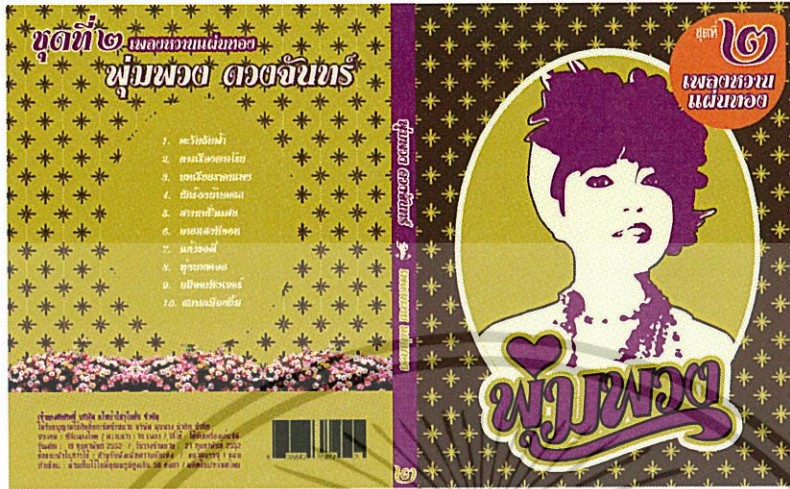
ภาพที่ 38 ภาพแบบปกดีบรรจุกัณฑ์ซีดีชุดที่ 1 เพลงฮิต แผ่นทอง



ภาพที่ 39 ภาพบรรจุภัณฑ์ซีดีชุดที่ 1 เพลงฮิต แผ่นทอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดที่ 2 เพลงหวาน แผ่นทอง



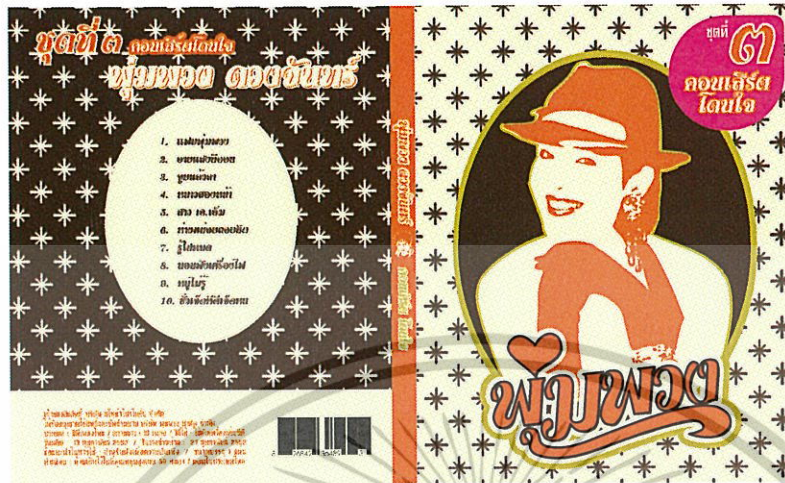
ภาพที่ 40 ภาพแบบคลี่บรรจุภัณฑ์ซีดีชุดที่ 2 เพลงหวาน แผ่นทอง



ภาพที่ 41 ภาพบรรจุภัณฑ์ซีดีชุดที่ 2 เพลงหวาน แผ่นทอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดที่ 3 คอนเสิร์ต โคนใจ



ภาพที่ 42 ภาพแบบศิลปะบรรจุภัณฑ์วีดีทัศน์ชุดที่ 3 คอนเสิร์ต โคนใจ

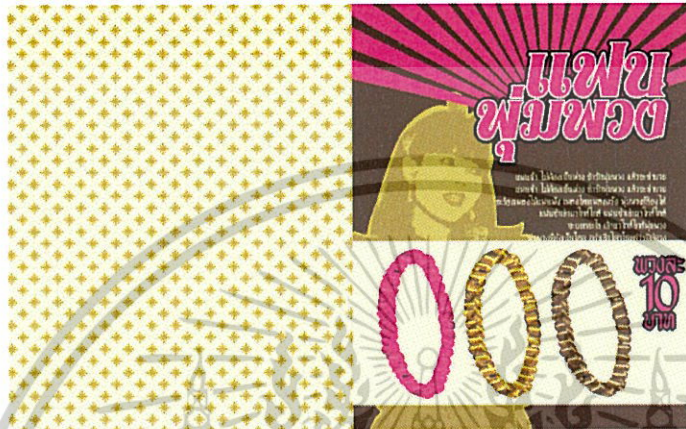


ภาพที่ 43 ภาพบรรจุภัณฑ์วีดีทัศน์ชุดที่ 3 คอนเสิร์ต โคนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพประกอบเนื้อเพลง

ชุดที่ 1 เพลงฮิตแผ่นทอง

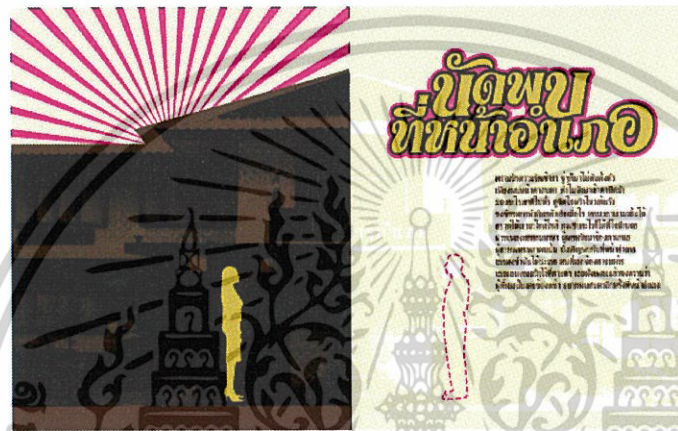
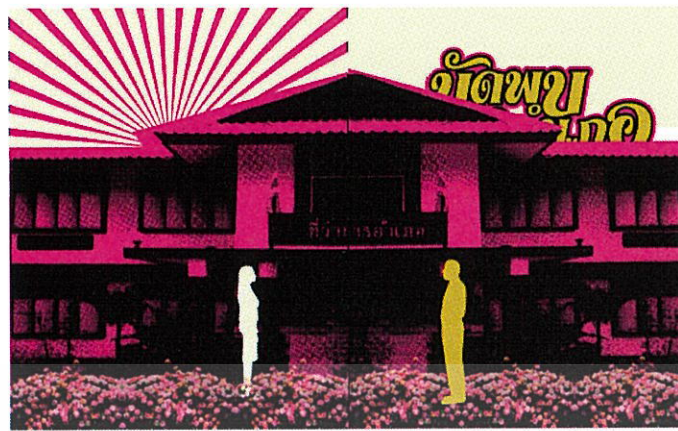


ภาพที่ 44 ภาพหน้าคู่เพลงแฟนพุ่มพวง



ภาพที่ 45 ภาพหน้าคู่เพลงกระแจะเข้ามาตี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

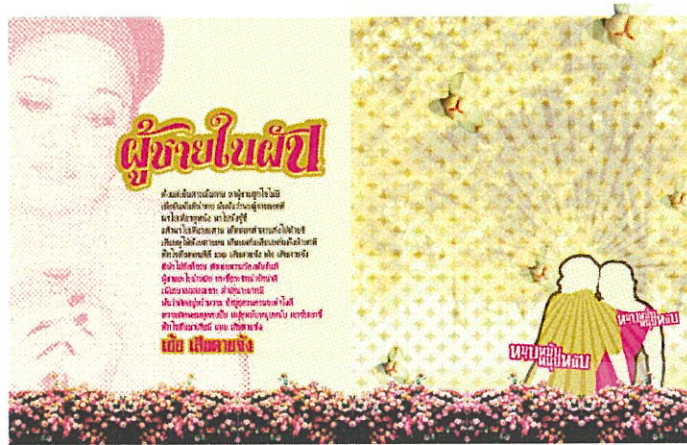


ภาพที่ 46 ภาพหน้าคู่เพลงนัดพบที่หน้าอำเภอ

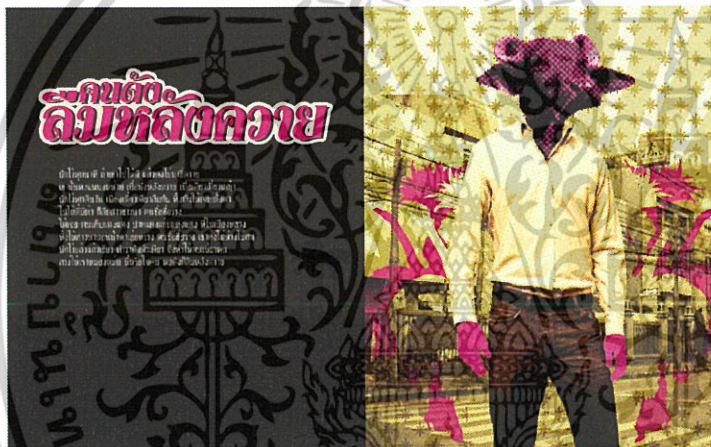


ภาพที่ 47 ภาพหน้าคู่เพลงทำนองหยอกล้อขนิบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 48 ภาพหน้าคู่เพลงผู้ชายในฝัน



ภาพที่ 49 ภาพหน้าคู่เพลงคนดังลืมหลังควาย



ภาพที่ 50 ภาพหน้าคู่เพลงส้มตำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 51 ภาพหน้าคู่เพลงเงินนะมีใหม่และเพลงตักแตงไซ



ภาพที่ 52 ภาพหน้าคู่เพลงทนายไม่รู้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดที่ 2 เพลงหวาน แผ่นทอง



ภาพที่ 54 ภาพหน้าคู่เพลงตะวันลับฟ้า



ภาพที่ 55 ภาพหน้าคู่เพลงบทเรียนราคาแพง



ภาพที่ 56 ภาพหน้าคู่เพลงนักร้องบ้านนอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 57 ภาพหน้าคู่เพลงทุ่งนางคอย

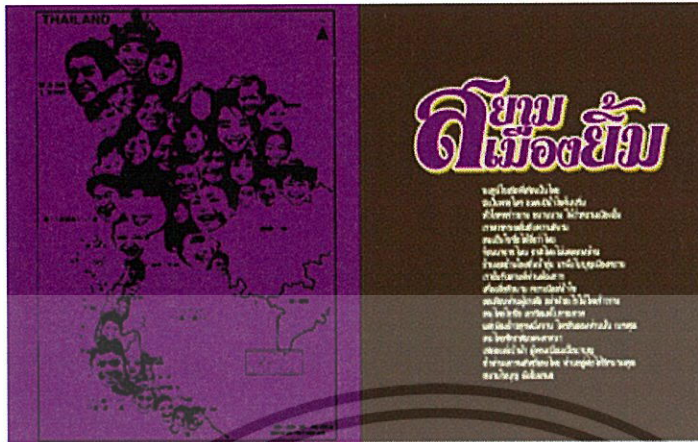


ภาพที่ 58 ภาพหน้าคู่เพลงอายแสงนืออนและเพลงสาวนางสังเพน



ภาพที่ 59 ภาพหน้าคู่เพลงแก้วร้อพี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

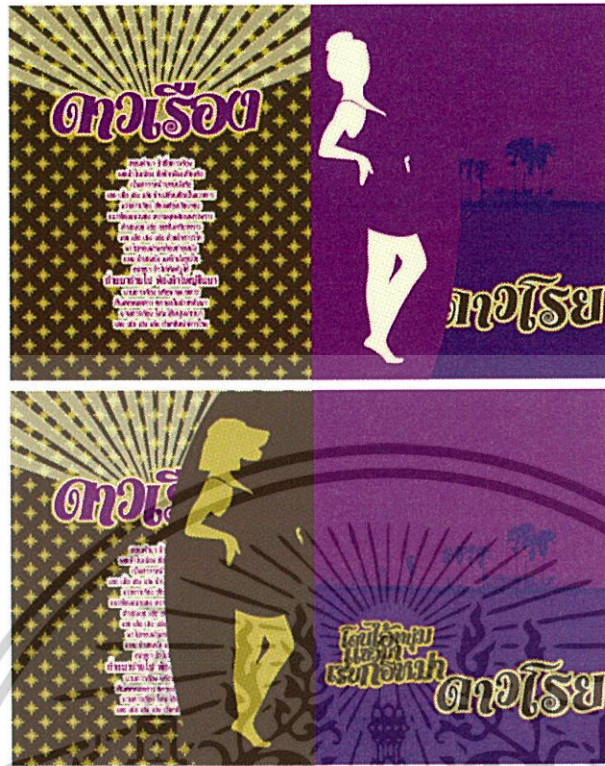


ภาพที่ 60 ภาพหน้าคู่เพลงสยามเมืองยิ้ม



ภาพที่ 61 ภาพหน้าคู่เพลงอนิจจาทิงเจอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 62 ภาพหน้าคู่เพลงดาวเรืองดาวโรย

ผลงานทั้งหมด



ภาพที่ 63 ภาพผลงานทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ปัญหาและอุปสรรค

จากการปฏิบัติงานจริงที่ผ่านมาสามารถสรุปปัญหาและอุปสรรคระหว่างการทำงาน ดังนี้

- ปัญหาด้านการค้นคว้าข้อมูล

ปัญหาที่ยากที่สุดในขั้นตอนการหาข้อมูล คือ การหารูปภาพของพุ่มพวง ถึงแม้จะหาได้ตามเว็บไซต์ แต่คุณภาพของภาพค่อนข้างต่ำ บางครั้งทำให้ภาพที่อยากใช้กลับนำมาใช้ไม่ได้ จึงต้องพยายามหาจากสื่ออื่น ๆ เช่น ตามหนังสือ และหาแหล่งที่มาขายภาพถ่ายของพุ่มพวง

- ปัญหาด้านการออกแบบ

ในช่วงแรกของการออกแบบ ผู้จัดทำมีความสับสนมาก หารูปแบบที่ลงตัวอย่าง ไม่ได้ ทำให้เสียเวลาในช่วงแรกไปมาก

- ปัญหาในขั้นตอนการพิมพ์

เป็นปัญหาใหญ่ข้อหนึ่ง เนื่องจากการตั้งค่าระบบหน้าจอ และการตั้งค่าสีเครื่องพิมพ์ของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่บ้านและที่ร้านพิมพ์ไม่ตรงกัน ทำให้พิมพ์ออกมาและสีเพี้ยน ไม่ได้สีอย่างที่ต้องการ และยังมีปัญหาของเครื่องพิมพ์ เช่น สีบางสีพิมพ์ไม่ออก หรือบางที่หัวหมึกตัน ซึ่งเป็นปัญหาที่เราไม่สามารถควบคุมได้ ก็ทำให้เสียเงินและเวลาไปมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำศิลปนิพนธ์จากประสบการณ์ของผู้จัดทำ มีดังนี้

- ควรเลือกหัวข้อที่ตนเองสนใจและมีแรงจูงใจในการทำอย่างแท้จริง เพราะเป็นสิ่งที่เราต้องใช้เวลาอยู่กับมันตลอดระยะเวลาในการทำงาน หากไม่ชอบหรือไม่อยากทำจริง ๆ จะทำให้รู้สึกเบื่อ จี้เกียจ และไม่อยากทำตามมา

- ควรศึกษาหาข้อมูลให้มากที่สุด

- ควรวางแผนขั้นตอนในการทำงานอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การหาข้อมูล การเสนอแบบร่าง การทำผลงานจริง และควรทำตามแผนอย่างเคร่งครัดที่สุด

- เมื่อเกิดความลังเลในการออกแบบ ควรปรึกษาอาจารย์เพื่อรับคำแนะนำ และตัดสินใจเลือกทำตามที่ดีว่าดีที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่วางไว้สำหรับอาจารย์ผู้สอนเพื่อตรวจสอบปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักศึกษาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

<http://www.youtube.com>

<http://www.thai poem.com>

<http://www.maemaiplengthai.com>

http://www.prc.ac.th/web_pd/package02.html

<http://www.pantown.com>

<http://www.se-ed.com>

<http://www.music.mahidol.ac.th>

<http://www.thaifmradio.com>

<http://www.nathoncity.com/paper/1438>

<http://www.yimwhan.com/board/show.php?user=plarr0&topic=14&Cate=5>

<http://www.pantip.com>

<http://www.baanmaha.com>

<http://www.mew6.com>

<http://www.yimwhan.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นภางค์ บุญพวง
 ที่อยู่ 488/61 ม.14 ต.ศิลา อ.เมือง
 จ.ขอนแก่น 40000
 E-mail : witch_water@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2547 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา
 จากโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น(ศึกษาศาสตร์)
 พ.ศ. 2548 เข้าศึกษาระดับอุดมศึกษาที่ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 ภาควิชาเทคโนโลยี สาขาวิชาเทคโนโลยี
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้