

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่น
จังหวัดเชียงใหม่สำหรับบรรจุภัณฑ์สัมพันธุ์สายน้ำฝิ่ง

ผู้เขียน นางสาวปุกเกษม ชูตระกูล

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ศ. ดร. นิธิยา รัตนานนท์ ประธานกรรมการ
อ. วีระพันธ์ จันทร์หอม กรรมการ

บทคัดย่อ

การออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่สำหรับบรรจุภัณฑ์สัมพันธุ์สายน้ำฝิ่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่เนื่องจากรูปแบบลวดลายกราฟิกและรูปภาพแบบเดิมมีความคล้ายคลึงกัน จึงไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ซื้อ ได้ดีเท่าที่ควร รวมทั้งไม่สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ได้ จึงได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นในด้านเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ จากเอกสาร การสัมภาษณ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม เพื่อมาพัฒนาเป็นต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสัมพันธุ์สายน้ำฝิ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่าเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ เอกลักษณ์ทางธรรมชาติและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยเอกลักษณ์ทางธรรมชาติ คือ ทรัพยากรธรรมชาติ สัตว์ป่า และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้แก่ คอยสุเทพ คอยอินทนนท์ คอยอ่างขาง น้ำพุร้อนดอกเอื้อง และช้าง เป็นต้น ส่วนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของเชียงใหม่ ได้แก่ เรือนกาแล คนเมืองขันโตก ตุ้ง และโคม รวมถึงลวดลายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของงานศิลปกรรม หัตถกรรม หรือภาพจิตรกรรมฝาผนังตามวัดวาอาราม นอกจากนี้ยังมีสถานที่สำคัญซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของชาวเชียงใหม่ ได้แก่ อนุสาวรีย์สามกษัตริย์ อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย ประตูเมือง และแจ่งเมือง เป็นต้น

บรรจุภัณฑ์แบบที่ 1 ได้เลือกเอกลักษณ์ซึ่งเป็นสถานที่เคารพสักการบูชาที่สำคัญและเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป คือ พระธาตุดอยสุเทพ อนุสาวรีย์สามกษัตริย์ หม้อดอกปทุมฉลุ ลายเครือเถาว์ ลายประจายาม และช้าง มาใช้ออกแบบลงบนกล่องไคคัท ซึ่งมีขนาดบรรจุ 3 กิโลกรัม โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป ซึ่งต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดูเป็นทางการ และสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ที่เด่นชัด

บรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 ได้เลือกเอกลักษณ์ที่เป็นรูปแบบศิลปวัฒนธรรม โดยมีการใช้ภาพผู้หญิงคนเมืองเกล้ามวยผม มือ เรือนกาแล ดอกเอื้อง ลายดอกพุดตาน และหม้อดอกปทุมฉลุ มาใช้ออกแบบลงบนกล่องไคคัท ซึ่งมีขนาดบรรจุ 3 กิโลกรัม โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป ซึ่งต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สื่อถึงศิลปวัฒนธรรมของเชียงใหม่ และมีการเจาะบรรจุภัณฑ์ให้เห็นผลส้มที่อยู่ภายในกล่องได้อย่างชัดเจน

บรรจุภัณฑ์แบบที่ 3 ได้เลือกภาพผลส้มที่ดัดแปลงเป็นตัวการ์ตูน ภาพผลส้มจริง และภาพกราฟิกลายดอกส้ม ซึ่งแสดงออกถึงความสนุกสนานและมิตรภาพ มาใช้ในการออกแบบลงบนกล่องฝากรอบขนาดมาตรฐาน 4 กิโลกรัม บรรจุผลส้มได้ 30 ผล โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ซึ่งต้องการรูปแบบที่สื่อในด้านอารมณ์ แสดงออกถึงความสดใส ร่าเริง สนุกสนาน เป็นมิตร และความเป็นธรรมชาติ ไม่ได้เน้นในเรื่องภาพลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรมหรือรูปแบบที่เป็นทางการมากเกินไป

โดยต้นแบบบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 แบบ พิมพ์ด้วยระบบการพิมพ์ออฟเซต 4 สี บนกระดาษขาวแข็ง แล้วนำไปปะลอนลูกฟูก CM125/KA150 ลอน B เพื่อทำให้กล่องมีความสวยงามและสะดวก โดยแบบที่ 1 มีราคาประมาณ 20 บาท/กล่อง แบบที่ 2 มีราคาประมาณ 22 บาท/กล่อง และแบบที่ 3 มีราคาประมาณ 35 บาท/ชุด (กล่องใน กล่องนอก ใส่สีส้ม-ขาว) การออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์สีมพันธุ์สายน้ำผึ้งทั้ง 3 แบบ ที่นำเอาเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่มาใช้นั้น สามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น มีสีสันสวยงาม มีคุณค่า ดึงดูดความสนใจเมื่อวางจำหน่าย เหมาะสมที่จะซื้อไปเป็นของฝาก และยังช่วยในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าที่เป็นของฝากจากจังหวัดเชียงใหม่ให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น

Independent Study Title	Graphic Design in Chiang Mai Local Identity for a Package of Tangerine Fruit cv. Sai Nam Phueng	
Author	Miss Ploogkasem Chootragoon	
Degree	Master of Arts (Media Arts and Design)	
Independent Study Advisory Committee	Prof. Dr. Nithiya Rattanapanone Chairperson	
	Lect. Weeraphan Chanhom	Member

ABSTRACT

The objective of graphic design in Chiang Mai local identity for a package of tangerine fruit cv. Sai Nam Phueng is to make the package show the identity of Chiang Mai. The original graphic design and models are resemble. They are not as interesting as they can for the customers and the identity of Chiang Mai is not shown. According to the studied identical data of Chiang Mai from the documents, interviewing, original format packages, the Chiang Mai local identity can be distributed in two groups : natural identity and the cultural identity. The natural identity composes of natural resource, wild animals and tourist attraction. They are Doi Suthep, Doi Inthanon, Doi Angklang, hot springs, wild orchids and elephants for example. The cultural identity is in difference such as Kalae House, Khonmuang, Khantoke, Tung and Khome. And it includes the individual identity of the art work, handicraft, mural painting at different temples, several important places such as The Three Kings monument, Kruba Sriwichai monument, the city gates, the four ramparts etc. These identical datas are very important for the graphic design, they are used for developing the three packages of tangerine fruit cv. Sai Nam Phueng.

The first model : Doi Suthep Pagoda, The Three Kings monument, Puranakata vase, Lai Kreataew, Lai Prajumyam and elephants are used for the identity on the package which can

contain 3 kilograms of tangerine fruit. This package is suitable and interested for the higher age of 30 years old customers. The package shows the local identity of Chiang Mai clearly.

The second model : The art culture is used to show the local identity in the shape of the original lady with wild orchids on her hair, a hand with long nails, Kalea, Lai Dok Puttan and Puranakata vase on the die-cut package. This package is for 3 kilograms of tangerine fruit. It is suitable and interested for the higher age of 30 years old customers. This package helps the customer see the fruits by the hole made.

The third model : The real tangerine fruit on the background, the tangerine fruit in a form of cartoon and the flower seeds of tangerine fruit shown joyfulness and friendship are designed on the cover of the package. It can contain 4 kilograms of the tangerine fruit. This offers for the 25 or higher age customers. The model shows state of nature, joyfulness and friendship, not formal.

All of the 3 models are printed in a form of 4 colors offset on the cardboard glued on corrugated paper. This makes the packages look good and beautiful. The price of the first, the second and the third models are about 20, 22 and 35 baht respectively for one package. The local identity of Chiang Mai used for the 3 models can stress the identity of goods and packages both in color and worth buying. They are attractive and fine gifts from Chiang Mai.