

การออกแบบกราฟิกสำหรับแบรนด์สินค้าแฟชั่นสะท้อนความ Kitsch จาก
วัฒนธรรมไทย แบรนด์ Bangkok Baby
BRAND IDENTITY DESIGN FOR BANGKOK BABY INSPIRED BY THAI
KITSCH ART



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศิลป์ ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบกราฟฟิกสำหรับ
แบรนด์สินค้าแฟชั่นสะท้อนความ Kitsch ของวัฒนธรรมไทย
แบรนด์ Bangkok Baby
BRAND IDENTITY DESIGN FOR BANGKOK BABY
INSPIRED BY THAI KITSCH ART



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ พีรพงศ์ พงษ์ประภาพันธ์ วันที่ ๑๑ มี.ค. ๒๕๖๓
(อาจารย์พีรพงศ์ พงษ์ประภาพันธ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การออกแบบกราฟฟิกสำหรับแบรนด์สินค้าแฟชั่นสะท้อน
ความ Kitsch ของวัฒนธรรมไทย แแบรนด์ Bangkok Baby
BRAND IDENTITY DESIGN FOR BANGKOK BABY
INSPIRED BY THAI KITSCH ART

ชื่อ นางสาวสาริตา บุญแจ่มรัตน์
สาขาวิชา นิเทศศิลป์
ภาควิชา นิเทศศิลป์
คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2562
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์พีรพงศ์ พงษ์ประภาพันธ์

บทคัดย่อ

เมื่อเรานึกถึงสิ่งรอบตัวเราไม่ว่าจะเป็นของใช้ต่าง ๆ ทุกอย่างล้วนมีเรื่องราวของมัน สิ่งของบางอย่างยังอยู่ในรูปแบบเดิม หรือรูปแบบเก่าที่ไม่ได้ถูกพัฒนาขึ้นใหม่ ในวันเวลาที่ผ่านไปเรื่อย ๆ นานแล้วนานเล่า แต่ทว่าสิ่งของเหล่านั้นกลับกลายเป็นว่ามีเรื่องราวที่น่าสนใจในความเก่าของมันมี เรื่องราวในอดีตถูกซ่อนไว้ เรารับรู้ได้จากภาพลักษณ์ของมัน ลวดลาย วัสดุ การใช้สี เป็นผัสสะทำให้ผู้รับสารได้รู้สึกกับสิ่งนั้น ๆ เสน่ห์ของสิ่งเหล่านั้นคือภาพลักษณ์ ลักษณะของมันที่ไม่ได้ถูกพัฒนา ปรับปรุงแก้ไข เลยทำให้มีรูปแบบที่ไม่เหมือนใคร

โครงการศิลปนิพนธ์นี้เราจึงอยากนำเสนอผลงานที่เกิดจากการ ค้นคว้า สืบค้น วิเคราะห์ ข้อมูล และจนถึงการออกแบบจากเรื่องราวที่ผู้ทำอยากนำเสนอในมุมของสินค้าแฟชั่น สะท้อนความเป็นไทยในรูปแบบใหม่ที่ไม่ใช่ลายไทย แต่เป็นการเล่าเรื่องราวภาพประกอบในรูปแบบสมัยใหม่ ผ่านการออกแบบลายผ้าสู่สินค้า ภายใต้แบรนด์ Bangkok Baby (แบงคอก เบบี้) ที่มีคอนเซ็ปของแบรนด์ที่ว่า “ทำของเก่าให้กลับมามีชีวิตอีกครั้ง” และยังมีคาเรคเตอร์แบรนด์ที่ยังมีความน่ารัก สดใส เหมาะสำหรับสตรีทุกท่านที่มีความชื่นชอบสไตล์วินเทจ ทุกคอลเลคชั่นจะผสมผสานกลิ่นไอความวินเทจมาประยุกต์ ดัดแปลง ปรับปรุงให้น่าสนใจ แตกต่างจากสิ่งเดิม ๆ ให้สอดคล้องกับแบรนด์ สร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ให้เป็นที่น่าจดจำ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณครูหนึ่ง อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปินพันธ์ชิ้นนี้ ที่คอยให้คำปรึกษาตลอดการทำงานตั้งแต่เริ่มโปรเจกจนสิ้นสุดโปรเจกในการแนะนำการออกแบบ ส่งเสริมการออกแบบในแนวทางที่ดีขึ้น

ขอขอบคุณครูแดง ครูพีโบว์ ครูโอ๊ ครูพีมิก ครูนิต ครูอั้น ครูกร ที่คอยแนะนำสนับสนุนชิ้นงาน เสนอแนะแนวทางในทุก ๆ การพรีเซนต์ ตั้งแต่เริ่มโปรเจกจนจบโปรเจก ทำให้ชิ้นงานออกแบบมาสมบูรณ์ที่สุด ถึงแม้ปีการศึกษานี้จะติดปัญหามีอุปสรรคไม่ได้ส่งงานเหมือนปกติแบบปีก่อน ๆ แต่อาจารย์ทุก ๆ ท่านช่วยกันหาแนวทางที่ดีที่สุดสำหรับช่องทางการแนะนำ การพรีเซนต์ ตลอดวันสุดท้ายในการส่งโปรเจก

ขอขอบคุณครอบครัวที่คอยสนับสนุนทุนในการทำโปรเจก คอยรับฟังปัญหา และเข้าใจกับอุปสรรคในการทำงาน และการดูแลตลอดมา

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ โปรแกรม ปราง ดาว เกด หมู ฝ้าย ถึง บุริน น้องไม้โท ทุกคนที่คอยอยู่กันตลอดในเวลาการทำงานช่วยเหลือการทำงานกัน มีแนะนำแนวทาง วิจัยในอีกมุมของแต่ละคน ให้ชิ้นงานตกผลึกออกมาสมบูรณ์ลงตัวที่สุด

ศิลปินพันธ์นี้จะไม่สำเร็จเลยหากถ้าไม่มีการสนับสนุน น้ำใจ การช่วยเหลือจากบุคคลข้างต้นที่กล่าวมาข้างต้น หรือท่านใดที่ไม่ได้กล่าว ขอขอบคุณตลอดการศึกษาทั้ง 4 ปีที่ให้ประสบการณ์มากมาย ทั้งประสบการณ์ที่ดี และไม่ต้อยอย่างน้อยก็ได้เป็นสิ่งที่เราเรียนรู้ นำไปพัฒนาตนเองในอนาคตในการทำงาน ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สาริตา บุญแจ่มรัตน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพ.....	จ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	1
1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย.....	2
2 การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย.....	3
2.1 การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย และการออกแบบคอลเลคชั่น.....	3
2.2 แนวคิดการออกแบบแพทเทิร์น.....	5
2.3 การออกแบบลวดลายสำหรับเครื่องแต่งกาย.....	6
3 Kitsch Art ในวัฒนธรรมไทย.....	14
3.1 Kitsch Art คืออะไร.....	14
3.2 วิถีชีวิตคนไทยกับไสยศาสตร์.....	23
3.3 วิถีชีวิตคนไทยกับอาหารไทย.....	24
3.4 วิถีชีวิตคนไทยกับของใช้ในชีวิตประจำวัน.....	26
4 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น.....	27
4.1 แบรินด์เครื่องแต่งกาย.....	27
4.2 กลุ่มเป้าหมาย.....	27
4.3 แนวคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ.....	27
4.4 สรุปขอบเขตงาน.....	29

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่	หน้า
5 การออกแบบ.....	30
5.1 แนวทางการออกแบบ.....	30
5.2 แบบร่างของสัญลักษณ์ และกราฟิกประกอบ.....	33
6 ผลงานสำเร็จ.....	44
6.1 อัตลักษณ์ของแบรนด์.....	44
6.1.1 สัญลักษณ์ของแบรนด์	44
6.1.2 นามบัตร	45
6.1.3 จดหมาย	46
6.1.4 ซองจดหมาย	47
6.1.5 เทปอเนกประสงค์	47
6.1.6 ถุงใส่สินค้า	48
6.1.7 ป้ายยี่ห้อสินค้า	48
6.1.8 บรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าคลุมไหล่	49
6.1.9 Brand manual book	50
6.2 ผลิตภัณฑ์	50
6.2.1 ชุด	50
6.2.2 ผ้าคลุมไหล่	51
6.3 สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์	53
6.3.1 เว็บไซต์แบรนด์	53
6.3.2 สำหรับแอป Social media	55
7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	56
7.1 บทสรุป.....	56
7.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา.....	56
7.3 ข้อเสนอแนะ.....	56
7.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	56
บรรณานุกรม.....	58
ประวัติผู้วิจัย.....	59

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
2.1 ภาพจำลองการออกแบบเครื่องแต่งกาย	3
2.2 ชุดคอลเลคชั่นเครื่องแต่งกาย	4
2.3 การออกแบบเครื่องแต่งกาย	4
2.4 การออกแบบแพทเทิร์น	5
2.5 การใช้ Design Variation เพื่อการออกแบบเครื่องแต่งกาย	6
2.6 การใช้องค์ประกอบศิลปะออกแบบลวดลายเครื่องแต่งกาย	8
2.7 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับคนรูปร่างอวบ	9
2.8 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับคนรูปร่างอวบ	10
2.9 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับคนรูปร่างอวบ	10
2.10 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับคนรูปร่างอวบ	11
2.11 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับคนรูปร่างอวบ	11
2.12 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับคนรูปร่างผอม	12
2.13 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับคนรูปร่างผอม	12
2.14 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับคนรูปร่างผอม	13
2.15 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับคนรูปร่างผอม	13
3.1 การแต่งกายสไตล์ Atom Age	14
3.2 เฟอร์นิเจอร์สไตล์ Atom Age	15
3.3 สถาปัตยกรรมสไตล์ Atom Age	15
3.4 André Courrèges	16
3.5 คอลเลคชั่น Space Age ออกแบบโดย André Courrèges	16
3.6 Mary Quan	17
3.7 Mary Quan และ Mini drees ของเธอ	17
3.8 ตัวอย่างภาพรองเท้า Go go boot	17
3.9 Absolute Siam Store	18
3.10 Absolute Siam Store	18
3.11 ร้านอาหารกิน-เฮ	19
3.12 ตัวอย่างภาพโปรโมทเมนูร้านอาหารกิน-เฮ	20
3.13 ตัวอย่างภาพโปรโมทบนสื่อออนไลน์	20
3.14 การเดินแฟชั่นโชว์คอลเลคชั่น “BANGKOK POSE”	21
3.15 คอลเลคชั่น “BANGKOK POSE”	21
3.16 ศรัณย์ เย็นปัญญา เจ้าของ 56th Studio	21
3.17 ภาพผลงานของ 56th Studio	22

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่		หน้า
3.18	ภาพผลงานของ 56th Studio	22
3.19	การกราบไหว้พระพรหมตามความเชื่อ	23
3.20	การขอหวยตามความเชื่อ	23
3.21	อาหารไทย (ข้าวแช่)	24
3.22	ข้าวสวย	24
3.23	การห่ออาหารด้วยใบตอง	25
3.24	ปืนโตโบราณลวดลายดอกไม้	26
3.25	ถาดชามสังกะสีพื้นลายดอกไม้	26
4.1	โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยเรื่อง ผู้ใหญ่ลีกับนางมา	28
4.2	โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยเรื่อง โชคดีที่รัก	28
5.1	ภาพแนวคิดที่ 1	30
5.2	ภาพแนวคิดที่ 2	31
5.3	ภาพแนวคิดที่ 3	31
5.4	ภาพฉากหลังโลก	32
5.5	โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยโบราณ ตัวอย่างการเขียนอักษรประกอบชื่อภาพยนตร์	33
5.6	ภาพโปรโมทภาพยนตร์เรื่องแหยมยโสธร	33
5.7	แบบร่าง Logo	34
5.8	แบบร่าง Logo	35
5.9	Final Primary Logo	35
5.10	Final Secondary Logo	35
5.11	ภาพแบบร่าง Pattern ครั้งที่ 1	36
5.12	ภาพแบบร่างของโครงเสื้อ ครั้งที่ 1	36
5.13	ตัวอย่างเสื้อผ้า Gracon Style จากแบรนด์ CO	37
5.14	แบบร่าง Pattern ครั้งที่ 2	38
5.15	แบบร่าง Pattern ครั้งที่ 3	39
5.16	Retouch ลายผ้าลวดรูปถ่ายจริง	40
5.17	แบบร่างสำหรับผ้าคลุมไหล่ครั้งที่ 1	41
5.18	ลายสำหรับผ้าคลุมไหล่ชิ้นงานจริง	43
6.1	Primary Logo	44
6.2	Secondary Logo	44
6.3	Logo on Grid system	45
6.4	นามบัตรด้านหน้า	45

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่	หน้า
6.5 นามบัตรด้านหลัง	46
6.6 หัวจดหมาย	46
6.7 ซองจดหมาย	47
6.8 เทปอเนกประสงค์	47
6.9 ถุงบรรจุสินค้า	48
6.10 ป้ายยี่ห้อแบรนด์	48
6.11 กล่องบรรจุภัณฑ์	49
6.12 กล่องบรรจุภัณฑ์	49
6.13 Brand manual book	50
6.14 ลายกราฟิก Retouch ลงภาพถ่ายจริง	50
6.15 ลายกราฟิก Retouch ลงภาพถ่ายจริง	51
6.16 ลายกราฟิก Retouch ลงภาพถ่ายจริง	51
6.17 ลายกราฟิก Retouch ลงภาพถ่ายจริง	52
6.18 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ เวอร์ชัน Desktop.....	53
6.19 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ เวอร์ชัน Mobile	54
6.20 Profile สำหรับสื่อ Social Media	55
6.21 Cover สำหรับสื่อ Social Media	55

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ทุกสิ่งล้วนมีความเป็นมา มีเรื่องราวของตัวเองเสมอไม่ว่าจะเป็นสิ่งของใด ๆ ก็ตาม โปสเตอร์นี้จึงเล็งเห็นความน่าสนใจจากสิ่งของที่ยังคงใช้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ลวดลาย สี รูปทรง ที่ยังคงไม่ได้ถูกการเปลี่ยนแปลงรูปร่าง ลักษณะ ทำให้เกิดเสน่ห์ ความสวยงามเฉพาะตัวของมัน ทว่าไม่แค่นั้น เรื่องของรูปร่างลักษณะเท่านั้น แต่หากเป็นเรื่องราวที่สามารถเล่าผ่านภาพได้ด้วยเช่นกัน เช่น พฤติกรรมบางอย่างที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันกลายเป็นวัฒนธรรม วิถีชีวิต สอดแทรกในบริบทการดำรงชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน

ลวดลายที่อยู่คู่กับสังคมไทย จากสิ่งของรอบ ๆ ตัวตั้งแต่สมัยก่อนจนถึงปัจจุบันที่ไม่มีความน่าสนใจ สิ่งเหล่านี้เคยถูกเป็นที่นิยมในสังคมสมัยก่อน และในปัจจุบันก็ยังมีปรากฏให้เห็นในปัจจุบันอยู่ เช่นลายเสื่อน้ำมันปูโต๊ะลายดอกตามร้านอาหารตามสั่ง กระเป๋าสานสีรุ้งจากสำเพ็ง ผ้าถุง ผ้าขาวม้า เสื้อเชิ้ตสงกรานต์ลายดอกสีสด โดยที่สิ่งของบางอย่างที่มีลวดลาย เราไม่ทันสังเกตความน่าสนใจของมันจะถูกมองข้ามไป กลับกลายเป็นความ Kitsch แต่อันที่จริงแล้วลายแพทเทิร์นเหล่านี้มีความน่าสนใจในมีเอกลักษณ์ ในแง่ของสีสัน ซึ่งลวดลายที่จะนำมาปรับเข้าด้วยกันให้ดูทันสมัย น่าสนใจมากยิ่งขึ้น และสะท้อนวัฒนธรรมไทยที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรา

วันเวลาผ่านไปสิ่งของบางอย่างกลับถูกลืมไม่ได้ถูกพูดถึง หรือไม่ได้ถูกใช้งาน ถูกเปลี่ยนรูปแบบผิดแปลกไปจากเดิม บางสิ่งก็มีการพัฒนาให้มีการใช้งานที่อำนวยความสะดวกตามวิถีชีวิตยุคสมัยให้เหมาะสมกับบริบทในปัจจุบัน การพัฒนาปรับปรุงสิ่งเหล่านั้นเป็นเรื่องดี แต่ทว่าหากเราดึงเอกลักษณ์ของสิ่งเก่าที่น่าสนใจ ถูกผ่านกระบวนการออกแบบแล้ว แต่ก็ยังคงให้มีเสน่ห์ความเก่าของมันโดยไม่ทิ้งหายไป ทำให้ควบคู่กันไปอย่างลงตัวจึงเป็นเรื่องที่ดีคงบางสิ่งของมันไว้

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. ศึกษาประวัติศาสตร์ศิลปะของไทย ในยุคของที่ความ Kitsch เคยนิยม ในเชิงของงานออกแบบ หรือ ทางด้านกราฟิกดีไซน์
2. ศึกษาการออกแบบเครื่องนุ่งห่ม หรือ แฟชั่นในยุค 60s
3. ออกแบบภาพประกอบแพทเทิร์นสำหรับชุด และภาพประกอบสำหรับผ้าคลุมไหล่ที่ถูกออกแบบจากวัฒนธรรม Kitsch

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1. สัญลักษณ์แบรนด์
2. ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย

2.1 Pattern สำหรับชุดเดรส จำนวน 3 ชุด

2.2 ภาพประกอบ สำหรับผ้าคลุมไหล่ จำนวน 3 ผืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สื่อสิ่งพิมพ์

- 3.1 นามบัตร
- 3.2 ซองจดหมาย
- 3.3 จดหมาย
- 3.4 เทปอเนกประสงค์พิมพ์ลาย
- 3.5 ถุงสำหรับใส่สินค้า
- 3.6 ป้ายห้อยสินค้า
- 3.7 กล่องบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าคลุมไหล่
- 3.8 Brand Manual Book

4. สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

- 4.1 เว็บไซต์สำหรับการแสดงผลบนเดสก์ท็อป
- 4.2 เว็บไซต์สำหรับการแสดงผลบนมือถือ
- 4.3 ภาพ Profile สำหรับ Facebook
- 4.4 ภาพ Cover สำหรับ Facebook

1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูล

- 1.1 รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ Kitsch Art ในวัฒนธรรมไทย
- 1.2 รวบรวมแบรนด์เครื่องแต่งกายสำหรับสตรีวัยรุ่น
- 1.3 ศึกษาสไตล์การออกแบบชุดแฟชั่นในยุค 60s
- 1.4 ศึกษาสไตล์ลายผ้าในแฟชั่นยุค 60s

2. การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปข้อมูลเบื้องต้น

- 2.1 การสร้างเอกลักษณ์ และภาพลักษณ์ของแบรนด์
- 2.2 Concept ของแบรนด์
- 2.3 วิเคราะห์จากข้อมูล แบ่งหมวดหมู่ของสิ่งที่นำมาสร้างเป็นภาพประกอบ
- 2.4 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย
- 2.5 สรุปขอบเขตงาน

3. ออกแบบ และพัฒนาแบบร่าง

- 3.1 การสร้างและพัฒนาลวดลายกราฟิกของผ้า
- 3.2 การสร้างและพัฒนาอัตลักษณ์ของแบรนด์
- 3.3 ทดลองปริ้น Mockup ขนาดจริงของผ้าคลุมไหล่ และ Package

4. ผลิตงานจริง

5. นำเสนอผลงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

2.1 การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย



ภาพที่ 2.1 ภาพจำลองการออกแบบเครื่องแต่งกาย

ที่มา : <https://www.backstage.com/magazine/article/how-to-get-started-in-costume-design-70464/>

การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย หรือออกแบบแฟชั่น ถือเป็นศิลปะการถ่ายทอดชีวิตความเป็นอยู่ของคนลงบนเสื้อผ้า โดยใช้เวลา สถานที่ วัฒนธรรมและประเพณีเป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์

ในหนึ่งปีคอลเลคชั่นของเสื้อผ้าจะแบ่งออกเป็น 3 ฤดูกาลคือ คอลเลคชั่นฤดูหนาว คอลเลคชั่นฤดูร้อนและคอลเลคชั่นฤดูใบไม้ผลิ

ความหมายของการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ตรงกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Fashion Design หรือ Costume Design ในวงการการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ได้มีการนำคำศัพท์เหล่านี้มาใช้เรียกทับศัพท์อยู่เสมอ ซึ่งความหมายคำศัพท์ที่นิยมนำมาใช้ ได้แก่ คำว่า Fashion , Costume , Design ดังนี้

1. Fashion หมายถึง การวางรูป ทำแบบ รูปแบบของเสื้อผ้าหรือสิ่งอื่นๆที่ประชาชนส่วนใหญ่นิยมในห้วงเวลาหนึ่ง

2. Costume หมายถึง เครื่องแต่งกายซึ่งได้รับการออกแบบขึ้นมา โดยมีจุดมุ่งหมายเป็นการเฉพาะหรือเป็นพิเศษสำหรับสถานที่หรือใช้ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

3. Design หมายถึง การออกแบบ แบบแผน ลวดลายเค้าโครง ซึ่งแสดงให้เห็นวิธีการ หรือแนวทางในการทำบางสิ่งบางอย่าง แนวทางการทำบางสิ่งบางอย่าง เส้นและรูปร่าง ซึ่งเป็นที่มาของแบบหรือการตกแต่ง โดยมีจุดมุ่งหมายพิเศษเป็นการเฉพาะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1 การออกแบบคอลเลคชั่น

คอลเลคชั่นเป็นการทำงานที่นำออกแบบแฟชั่นเอาผลงานออกแบบหลาย ๆ ชิ้นมาประกอบกัน เพื่อให้เกิดเทรนด์ใหญ่ในตลาดทั้งแฟชั่นชั้นสูงและตลาดใหญ่ นักออกแบบแฟชั่นเวลาออกแบบต้องเอาหลายสิ่งหลายอย่างเข้ามาคิดด้วย ไม่ว่าจะเป็นมุมมองของลูกค้า รูปแบบเก่า ๆ ในตลาด รูปแบบของคู่แข่ง และเทรนด์ที่มีในท้องตลาดในขณะนั้น รวมไปถึงสีสันของคอลเลคชั่นนั้น ๆ



ภาพที่ 2.2 ชุดคอลเลคชั่นเครื่องแต่งกาย

ที่มา : <https://eluxemagazine.com/fashion/zero-waste-designers/>

2.1.2 การออกแบบชุดและสเก็ทซ์

นักออกแบบแฟชั่นสามารถทำงานได้หลายแบบไม่ว่าจะลงบนกระดาษ หรือทาบบนหุ่น เพื่อให้เกิดทรงของชุด หลังจากที่เสร็จก็จะเอาคนออกแบบลวดลายเข้ามาช่วย แล้วทำลวดลายตามที่นักออกแบบแฟชั่นต้องการ การออกแบบลวดลายถือเป็นงานที่มีความเครียดสูง เพราะต้องใช้ความละเอียดอ่อนในการทำงาน ความสวยของชุดขึ้นอยู่กับการทำลวดลายให้เข้ากัน ในที่สุดตัวอย่างก็จะใช้ลงสวมบนตัวนางแบบจริง

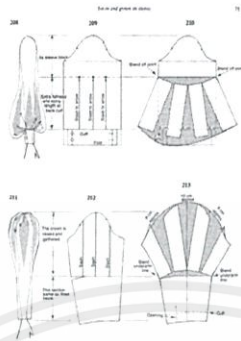


ภาพที่ 2.3 การออกแบบเครื่องแต่งกาย

ที่มา : <https://www.behance.net/gallery/29049837/Vis-u-al-poems-graduate-collection-sketchbook>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 การออกแบบแพทเทิร์นสำหรับเครื่องแต่งกาย



ภาพที่ 2.4 การออกแบบแพทเทิร์น

ที่มา : <https://i.pinimg.com/564x/de/11/cf/de11cf0c199c5ea55345e191ae8b71a9.jpg>

2.2.1 แพทเทิร์นเสื้อผ้าสำเร็จรูป

การทำแพทเทิร์นแบบนี้เป็นการตัดเย็บตามขนาดมาตรฐานตามที่เราต้องการ ไม่ว่าจะอ้างอิงจากไซส์ของฝั่งตะวันตก ยุโรปหรือญี่ปุ่น เป็นต้น การตัดเย็บตามแพทเทิร์นแบบนี้เหมาะสำหรับแบรนด์ที่ต้องการผลิตเสื้อผ้าจำนวนมากและต้องการขนาดที่เป็นมาตรฐานใกล้เคียงกัน

วิธีการสร้างแพทเทิร์นสามารถสร้างได้ 2 วิธี

แบบกระดาษที่มีขนาดจากการวัดตัวหรือขนาดมาตรฐาน โดยเกิดจากการขีดเส้นตามโครงสร้างของรูปร่างมนุษย์ออกมาเป็นชิ้นส่วนต่างๆ และมีรูปร่างหรือลักษณะตามโครงสร้างของเสื้อผ้าที่นักออกแบบเป็นผู้กำหนดการทาบแบบตัดเสื้อผ้าสามารถทำได้จาก

- 1.การทำแบบตัดด้วยมือ
- 2.การทำแบบตัดด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

สิ่งสำคัญของเสื้อผ้ามาจากแบบตัดที่ทำหน้าที่ห่อหุ้มร่างกาย ความสวยงามของรูปทรงหลวมหรือพอดีตัว เมื่อขั้นตอนการผลิตเสื้อผ้าเสร็จแล้ว เสื้อผ้าจะมีคุณค่าได้เมื่อจากการสวมใส่ ภาพลักษณ์ความงามที่ปรากฏ สุนทรียภาพที่ได้รับจากผู้ใส่ถึงผู้พบเห็น

2.2.2 Design Variation

องค์ประกอบในการออกแบบรูปทรงของเสื้อผ้ามีวิธีการคำนึงถึงได้ ดังนี้ Fit & Ease คือการคำนึงถึงความพอดีกับความหลวมของเสื้อผ้าเสื้อผ้าตามการออกแบบ

Fit คือ ความพอดีตัว เส้นกรอบ/โครงเสื้อพอดีตามไปกับรูปร่างรูปทรงของผู้สวมใส่ (contour)

Ease คือ การเผื่อหลวม หรือผ่อนช่องว่างในแพทเทิร์นเสื้อผ้าที่ผู้ออกแบบตั้งใจเผื่อหลวมไว้ ซึ่งทำให้เกิดรูปทรงที่เป็น 3 มิติขึ้นมา การปรับใช้ ease จะทำให้เกิดรูปทรงเส้นกรอบนอก (silhouettes) ที่แตกต่างกันออกไป มี 2 ประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. Functional / Wearing ease การเผื่อหลวมเพื่อสำหรับการเคลื่อนไหวส่วนต่างของร่างกาย (movement) และความสบายตัวในการสวมใส่ (livability) การทำแพทเทิร์นจะต้องเผื่อ wearing ease ไว้ด้วยเพื่อให้สวมใส่แล้วขยับตัวได้เหมาะสม แต่ผู้ทำแพทเทิร์นจะต้องประเมินความยืดหยุ่นของผ้าชนิดต่างๆเพื่อเข้าไป ด้วย อาทิ ผ้าถัก และผ้าที่มียางยืด (stretch fabric, lycra, etc) อาจจะไม่ต้องเผื่อ wearing ease ในแพทเทิร์นได้

2. Design Ease เป็นการเผื่อพื้นที่เผื่อให้เกิดรูปทรงที่เพิ่มขึ้นมา ให้เต็มพื้นที่เกิดเป็นรูปทรงสามมิติหรือรูปแบบโครงสร้างที่เฉพาะแบบขึ้นมาตามดีไซน์ของผู้ออกแบบ

รูปแบบการดีไซน์ให้เสื้อผ้างาง พอง ฟูหรือลู่ติดตัว สามารถออกแบบได้โดยการใช้เทคนิคการสร้างแบบตัดแบบสามมิติช่วยได้หรือใช้โครงสร้างเสริมเพื่อให้เกิดรูปทรงตามต้องการแล้ว ผู้ออกแบบยังต้องคำนึงถึงเนื้อผ้าและโครงสร้างผ้าที่จะใช้เพื่อให้เกิดรูปทรงตามต้องการด้วย ความหนา (thickness) น้ำหนัก (weight) และ ผิวสัมผัส (texture/construction) ของผ้ามีผลต่อรูปทรงของเสื้อผ้า



ภาพที่ 2.5 การใช้ Design Variation เพื่อการออกแบบเครื่องแต่งกาย

ที่มา : <https://margaretph-sew.tumblr.com/post/10259797724/modeling-of-sleeves>

2.3 การออกแบบลวดลายสำหรับเครื่องแต่งกาย

เสื้อผ้าเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องนุ่งห่ม หรือเครื่องแต่งกาย เสื้อผ้ามีไว้ปกปิดร่างกาย และป้องกันภัยจากสิ่งแวดล้อมภายนอก และเสื้อผ้ายังช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพให้มีภาพลักษณ์ที่ดี

หากต้องการมีภาพลักษณ์ที่ดี ผู้นั้นจะต้องเลือกแต่งกายดี มีรสนิยม รสนิยมของการแต่งกายขึ้นอยู่กับศิลปะ ศิลปะในการแต่งกายจึงเป็นสิ่งสำคัญ ในการแต่งกายโดยทั่วไปจะคำนึงถึงขนาด รูปร่าง เพศ วัย และบุคลิกของการสวมใส่ และศิลปะจะเป็นส่วนเสริมเพิ่มเติมหรือประดับตกแต่งให้เกิดรสนิยม ศิลปะจึงมีความสัมพันธ์กับเสื้อผ้าและการแต่งกาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบศิลปะที่นำมาเกี่ยวข้องกับเสื้อผ้าและการแต่งกาย ได้แก่

1. ขนาดและสัดส่วน (Size and Proportion) ขนาดและสัดส่วนมีความสัมพันธ์กัน ขนาดเกี่ยวข้องกับสัดส่วน หากร่างกายมีขนาดใหญ่ สัดส่วนจะขยายใหญ่ ดังนั้นในการแต่งกาย หรือการออกแบบเสื้อผ้าที่แก้ไขข้อบกพร่องของสัดส่วนของร่างกาย เช่น คนหน้าอกใหญ่ ควรสวมเสื้อที่มีปกหรือเสื้อคอวี เพื่อช่วยให้ทรงอกเล็กลง หรือผู้ที่อ้วนควรเลือกเสื้อผ้าชุดหลวมที่ไม่เน้นบริเวณเอว หรือคับตึง เพราะจะเน้นให้เห็นขนาดที่ชัดเจน

2. ความกลมกลืน (Harmony) ความกลมกลืนในการแต่งกาย ได้แก่ ความกลมกลืนของสีเสื้อผ้า และการตกแต่ง การใช้สีตกแต่ง ควรมีความกลมกลืนกับบุคลิก อายุ เพศ และวัย ผู้สูงอายุควรใช้เสื้อผ้าที่มีสีเข้ม ไม่ฉูดฉาด เพราะจะทำให้ดูอ่อนโยน

3. การตัดกัน (Contrast) การตัดกันในการแต่งกาย ทำได้หลายวิธี ทั้งในด้านการตัดกันด้วยขนาด ลวดลาย แบบ หรือสี การตัดกันเพื่อสร้างจุดเด่น ดังนั้นในการตัดกัน จึงควรคำนึงถึงผู้สวมใส่ว่ามีบุคลิกภาพที่เหมาะสมอย่างไร ในการตัดกันควรพิจารณาถึงปริมาณของการตัดกัน ซึ่งไม่เกิน 80 เปอร์เซ็นต์ของผลงาน เช่น การใช้สีตัดกันของเสื้อผ้า ควรตัดกันไม่เกิน 80 เปอร์เซ็นต์

4. เอกภาพ (Unity) เอกภาพของการแต่งกายคล้ายกับความกลมกลืน ซึ่งเน้นในด้านความสัมพันธ์และความสอดคล้อง ในการแต่งกายควรให้มีความสอดคล้องในด้านแบบ สี หรือการตกแต่งให้ผสมกลมกลืนเป็นกลุ่มเดียวกัน หรือในลักษณะเดียวกันเพื่อดูเรียบร้อยสวยงาม เอกภาพในการแต่งกาย ได้แก่การแต่งกายในชุดทำงานที่มีสีเดียวกัน ตกแต่งในแบบเรียบง่าย แต่ดูคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน

5. การซ้ำ (Repetition) หากในการจัดอาหาร การวางแต่งกวารอบขอบจานคือการซ้ำ ในการแต่งกายการเรียงกระดุมของเสื้อผ้านี้คือการซ้ำเช่นกัน การซ้ำทำในลักษณะของการตกแต่ง เช่น การติดลูกไม้รอบคอเสื้อ หรือชายกระโปรง หรือการตกแต่งด้วยลวดลายของผ้า และสีของการตกแต่ง เหตุที่ต้องทำซ้ำก็เพื่อดึงดูดความสนใจ หรือเบี่ยงเบนความสนใจของส่วนบกพร่องต่าง ๆ ของร่างกายนั่นเอง

6. จังหวะ (Rhythm) ในการแต่งกาย จังหวะเปรียบเสมือนช่วงระยะของการนำสายตาที่เชื่อมโยงหรือต่อเนื่องกัน หรือการประสานต่อเนื่องกันของสายตาวงมีจังหวะของส่วนประกอบเครื่องแต่งกาย เช่น ปกเสื้อ เข็มขัด กระโปรงหรือรองเท้า การออกแบบเสื้อผ้าอย่างมีจังหวะก็เพื่อสานองค์ประกอบย่อยเข้าเป็นองค์ประกอบใหญ่ เพื่อสร้างจุดเด่นที่ชัดเจน การเชื่อมโยงสายตาวงมีจังหวะสามารถทำได้โดยการซ้ำของวัสดุที่คล้ายกัน หรือต่างกัน โดยทำเป็นจังหวะที่เหมือนกันหรือต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการสร้างจุดสนใจนั้น ๆ

7. การเน้น (Emphasis) เมื่อจังหวะสร้างจุดเด่น จุดเด่นนั้นจะทำให้เกิดการเน้น ในการเน้นของการแต่งกายเป็นการอำพรางข้อบกพร่อง โดยเบี่ยงเบนความสนใจไปยังส่วนอื่น หรือในขณะเดียวกัน การเน้นอาจเรียกร่องหรือสร้างจุดสนใจให้กับการออกแบบนั้น ๆ ในการเน้นอาจเน้นด้วยเครื่องประดับ ลวดลาย หรือสีสันทึบของลวดลายผ้า

8. ความสมดุล (Balance) ความสมดุลในการแต่งกายทำได้หลายวิธี ในการสร้างความสมดุลของการแต่งกายจะจัดแบ่งเป็นด้านบน และด้านล่าง เช่น เสื้อและกระโปรง หรือเสื้อกับกางเกง การทำให้สมดุล อาจใช้ลวดลายหรือน้ำหนักของสีเสื้อผ้าช่วยในการแบ่งน้ำหนักได้ เช่น ใส่กระโปรงสีดำ และใส่เสื้อสีขาวสลับดำ เป็นต้น

9. สี (Color) สีเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับงานศิลปะ เพราะสีต่าง ๆ จะทำให้เกิดความสวยงาม น่าสนใจ และแสดงถึงอารมณ์ ความรู้สึก ในการแต่งกายสีจะช่วยเสริมบุคลิกของผู้สวมใส่ และยังเป็นแรงบันดาลใจในการแสดงออกถึงความรู้สึก และความน่าสนใจ ดังนั้นในบริษัทใหญ่ ๆ หลายบริษัท จึงได้จ้างนักออกแบบเสื้อผ้า ออกแบบเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย โดยเลือกแบบและสีเพื่อสร้างความสนใจต่อลูกค้าเช่น พนักงานธนาคาร พนักงานต้อนรับ หรือพนักงานขายสินค้า จะมีสีสันทึบที่แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ของงาน ในการใช้สีของเสื้อผ้าควรใช้ในลักษณะของค่าน้ำหนัก (Value) คือ มีการใช้สีอ่อน-แก่ เพื่อเกิดความแตกต่างของค่าน้ำหนักสี เช่น สีเขียวอ่อนหรือสีเขียวเข้ม หรือการใช้สีประสานกลมกลืน (Harmony) ที่ดูแล้วนุ่มนวล เช่น สีโทนเดียวกัน และหากต้องการความสดชื่นการใช้สีสดหรือสีตัดกันในปริมาณที่ต่างกันอย่างพอเหมาะก็อาจทำให้สดชื่นได้



ภาพที่ 2.6 การใช้องค์ประกอบศิลปะออกแบบลวดลายเครื่องแต่งกาย

ที่มา : <https://www.vogue.com/fashion-shows/resort-2019/issey-miyake/slideshow/collection>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้า

นอกจากนี้หลักการทางศิลปะต่าง ๆ ยังช่วยแก้ไขปัญหา และอำพรางข้อบกพร่องต่าง ๆ ของร่างกายได้อีก ดังตัวอย่างที่จะกล่าวต่อไปนี้

1. รูปร่างผอมสูง ถึงแม้จะมีรูปร่างดี แต่หากใส่เสื้อผ้านี้อาจมากเกินไป เช่นใส่เสื้อแขนกุด หรือผ้ายืดบางรัดรูปจะเน้นให้เห็นสรีระที่ผอมบางชัดเจน ควรใส่เสื้อผ้าผ่าที่หนา ๆ หรือจีบพองฟู เพราะจะเสริมให้ตื้นหนาขึ้น และมีบุคลิกที่ดีขึ้น

2. รูปร่างอ้วนเตี้ย หากคอสั้นทำให้คอดูยาวขึ้น ควรใส่เสื้อคอวี หรือคอเชิร์ทจะช่วยให้ใบหน้าดูยาวขึ้น ไม่ควรใส่เสื้อปิดคอจะทำให้คอสั้นลง ลวดลายของเสื้อผ้าควรเป็นดอกเล็กๆ และลายตั้ง ห้ามใส่ฟองน้ำเสริมไหล่เพราะจะดูหนาขึ้น ไม่ควรใส่ชุดติดกันเพราะจะเน้นขนาด และตัดกันอย่างชัดเจน นอกจากนี้ควรสวมกระโปรง และเสื้อแยกชิ้น และมีสีเข้ม ไม่ควรใช้ผ้าหนาเพราะจะเพิ่มความอ้วนขึ้นอีก

3. สะโพกใหญ่ ไม่ควรสวมเสื้อเอวลอย เพราะจะเน้นสะโพกชัดเจน ควรสวมกระโปรงที่ตัดเย็บจากผ้านุ่ม ๆ พริ้วทั้งตัว สีเข้มเพื่ออำพราง ไม่ควรสวมกระโปรงหรือกางเกงที่รัดรูป เพราะจะเน้นความใหญ่ของสะโพก และควรสวมกระโปรงคลุมเข้าเพื่อกระชับสะโพกมากขึ้น

4. หน้าอกใหญ่ สวมเสื้อที่มีปกหรือคอวี เพราะจะทำให้ทรงอกดูเล็กลง ใส่เสื้อสีเข้มตัดเย็บด้วยผ้าที่บางเบา หลีกเลี้ยงเสื้อที่มีลวดลาย หรือมีกระเป๋ที่หน้าอก เพราะจะทำให้เกิดจุดเด่น และเพิ่มความหนาให้หน้าอกได้

5. ไหล่แคบ ควรสวมเสื้อผ่าที่มีฟองน้ำ และเลือกผ้าพริ้วบาง ไม่มีใครที่จะมีรูปร่างสวยหรือสมบูรณ์ไปทุกอย่าง หากแต่ได้นำหลักการทางศิลปะมาประยุกต์ใช้ ก็จะสามารถทำให้ความบกพร่องนั้นลดลง และมีบุคลิกภาพที่ดีขึ้นได้

ในปัจจุบัน ไม่ว่าสถานการณ์ของโลกจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตาม แต่หลักการทางศิลปะต่าง ๆ ที่กล่าวมายังคงนำมาประยุกต์ใช้ได้เป็นอย่างดี ถึงแม้ว่าในอนาคตเทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นก็ตาม



ภาพที่ 2.7 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับคนรูปร่างอวบ

ที่มา : <https://www.eloquii.com/windowpane-flare-leg-trouser/11785741000016.html>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างการแนะนำการแต่งกายแก้ไขข้อบกพร่องของรูปร่าง



ภาพที่ 2.8 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับคนรูปร่างอวบ

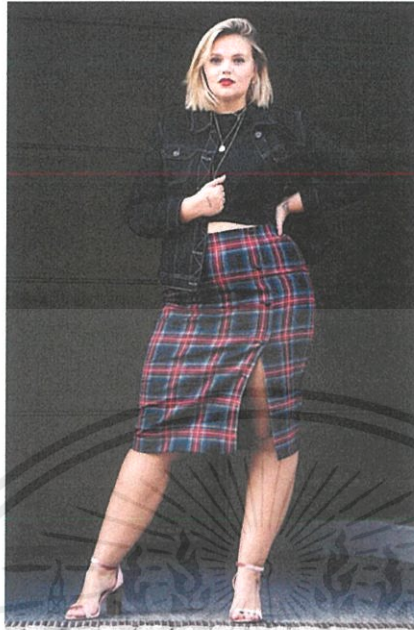
ที่มา : <https://www.fashionismo.com.br/2019/05/15-looks-incriveis-com-saia-plissada/>



ภาพที่ 2.9 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับคนรูปร่างอวบ

ที่มา : https://www.instyle.com/fashion/street-style/plus-size-street-style-gallery?utm_source=pinterest.com&utm_medium=social&utm_campaign=instyle

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.10 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับคนรูปร่างอวบ
ที่มา : <https://www.okchicas.com/moda/looks-perfectos-para-chicas-curvy/>



ภาพที่ 2.11 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับคนรูปร่างอวบ
ที่มา : https://www.instyle.com/fashion/street-style/plus-size-street-style-gallery?utm_source=pinterest.com&utm_medium=social&utm_campaign=instyle

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.12 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับหรับคนรูปร่างผอม
ที่มา : <https://www.whowhatwear.co.uk/best-white-shirts-for-women>



ภาพที่ 2.13 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับหรับคนรูปร่างผอม
ที่มา : <https://marketplace.zibbet.com/meetbeauty/beautiful-long-prom-dress-black-prom-dress>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.14 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับหรับคนรูปร่างผอม

ที่มา : <https://followthecolours.com.br/style/designer-servia-cria-colecao-geometrica-de-roupas-coloridas-inspiradas-no-cubismo/>



ภาพที่ 2.15 การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้าสำหรับหรับคนรูปร่างผอม

ที่มา : <https://www.thecut.com/runway/>

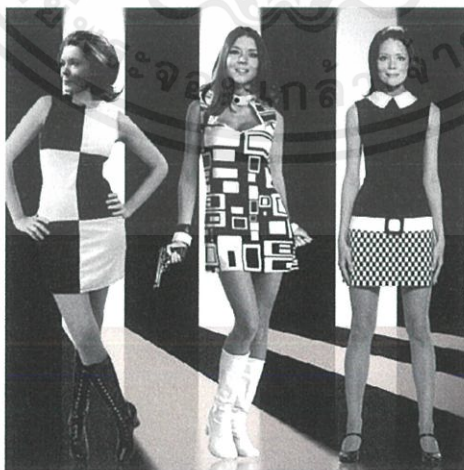
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

Kitsch Art ในวัฒนธรรมไทย

3.1 Kitsch Art คืออะไร

Kitsch หมายถึง ผู้ออกแบบนั้นมีความตั้งใจที่จะผลิตงานที่ดี แต่ไม่ประสบความสำเร็จในเชิงของการออกแบบ ความแตกต่างของสองคำนี้อยู่ที่ว่า Kitsch เป็นการออกแบบที่เกินงาม เช่นการที่ตั้งใจออกแบบทำให้ดูน่ารักแล้วออกมาน่ารักเกินไป ตั้งใจจะทำให้ขริมน แต่งานออกมาเป็นการตั้งใจให้ขริมมากเกินไป หรือการออกแบบอย่างไรก็ตามที่ไม่อยู่บนความพอดี (Over Design) สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เข้าข่ายของ Kitsch ทั้งสิ้น ตัวอย่างที่จะช่วยให้เข้าใจ และเกิดความจดจำก็เห็นจะเป็น ตัวการ์ตูนอย่าง Hello Kitty ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่จะทำให้ดูน่ารักมากๆ จนบางครั้งไม่ได้คำนึงถึงการออกแบบ กล่าวคือ นักออกแบบบางคนอาจจะตั้งใจหยิบเอาความรู้สึก แบบ Kitsch มาสร้างงานออกแบบที่ดีได้เช่นกัน อาจจะกล่าวได้ว่ายุคเฟื่องฟูของงานลักษณะที่เรียกว่า Kitsch คือยุคที่เรียกว่า Atomic Age นั่นก็คือยุคหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ซึ่งเป็นยุคที่คนเริ่มให้ความสำคัญกับความสำเร็จในการพัฒนาวิทยาศาสตร์ การออกแบบในยุคนี้จึงเน้นการใส่จินตนาการเกี่ยวกับวิวัฒนาการทางวิทยาศาสตร์ ส่งผลทำให้เกิดลักษณะงานออกแบบที่เกินจริง จะเห็นได้ชัดเจนจาก ของเล่นสังกะสี หรือข้าวของเครื่องใช้ รวมไปถึงเครื่องประดับ ทำออกมาในยุคนี้มักจะมีลักษณะดังที่กล่าวมา แต่ในขณะเดียวกันงานออกแบบในลักษณะของ Kitsch หลายๆชิ้นในยุค Atomic Age ก็กลายมาเป็นแรงบันดาลใจให้กับการพัฒนาเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน ในเรื่องของแนวความคิดหรือรูปร่างหน้าตา เช่นเรื่องของหุ่นยนต์ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ



ภาพที่ 3.1 การแต่งกายสไตล์ Atom Age
ที่มา : <https://www.thecut.com/runway/>

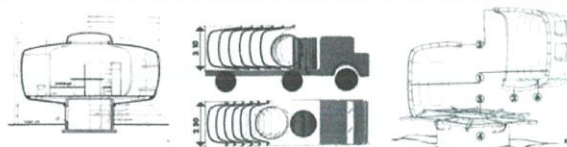
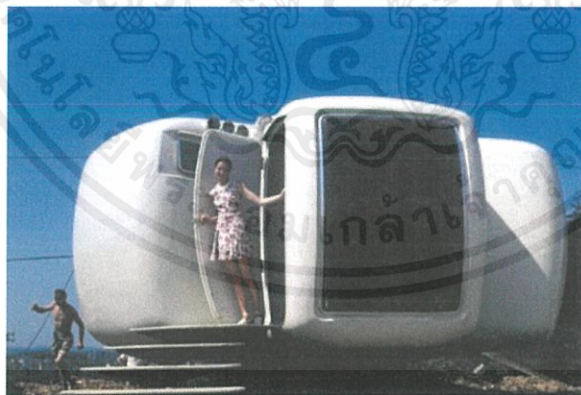
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยุค Atom Age ไม่ได้มีอิทธิพลกับแค่การออกแบบแพชชั่นเท่านั้น แต่ส่งผลกับการออกแบบทุกแขนง เช่น สถาปัตยกรรม ออกแบบผลิตภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์ของตกแต่งบ้าน ในช่วงปลายคริสต์ศักราช 1950 จนถึง 1960 ช่วงปลาย การออกแบบสไตล์ Atom Age ยังคงเป็นที่นิยม ด้วยแนวคิดการออกแบบที่มีอิทธิพลจากการพัฒนาเทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ รูปร่างของการออกแบบจึงมีรูปทรงที่ดูล้ำสมัย ใช้รูปทรงของเรขาคณิต ละเอียดส่วนใหญ่เป็นองค์ประกอบ



ภาพที่ 3.2 เฟอร์นิเจอร์สไตล์ Atom Age

ที่มา : <https://www.etsy.com/se-en/listing/595730504/rare-swedish-atomic-age-nisse-strinning?shop-up-date=18194787>



ภาพที่ 3.3 สถาปัตยกรรมสไตล์ Atom Age

ที่มา : <https://mikasavela.tumblr.com/post/10233789187/plastic-living>

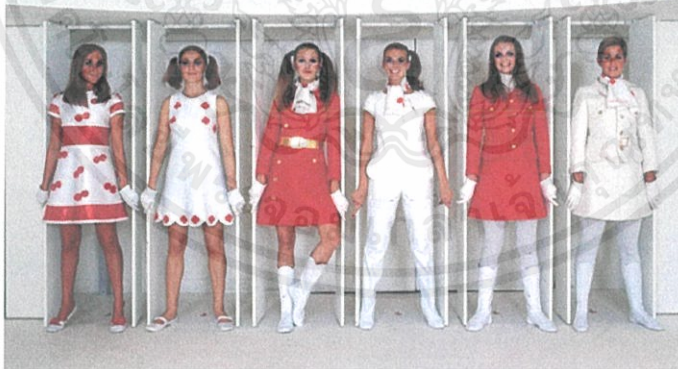
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แฟชั่นดีไซน์เนอร์ที่มีอิทธิพลในยุค Atom Age ก็คือ André Courrèges เป็นแฟชั่นดีไซน์เนอร์ชาวปารีส เป็นที่รู้จักในช่วงคริสต์ศักราช 1960 เป็นนักออกแบบที่ใช้คอนเซ็ปของการผสมผสานศิลปะความ Modernism และ Futurism เข้าไว้ด้วยกัน ประยุกต์ความโมเดิร์นสมัยใหม่จากเทคโนโลยี และการนำเนื้อผ้าใหม่ ๆ มาใช้กับแบรนด์ หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งคือสไตล์ Space Age



ภาพที่ 3.4 André Courrèges

ที่มา : https://en.wikipedia.org/wiki/André_Courrèges#/media/File:André_Courrèges.jpg



ภาพที่ 3.5 คอลเลคชั่น Space Age ออกแบบโดย André Courrèges

ที่มา : <https://www.christinejeannee.fr/andre-courreges-la-mort-dun-visionnaire>

André Courrèges ได้ร่วมงานกับดีไซน์เนอร์อีกท่านคือ Mary Quant ทั้งสองได้เป็นผู้นำเทรนด์การสวมใส่ Miniskirt หรือ Mini Dress กับรองเท้าบูททรง Go-go boot (รองเท้าบูทความยาวไม่เกินหัวเข่า) ทำให้เป็นเอกลักษณ์สำหรับแฟชั่นในยุค 60s

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.6 Mary Quan

ที่มา : <https://www.christinejeanney.fr/andre-courreges-la-mort-dun-visionnaire>



ภาพที่ 3.7 Mary Quan และ Mini drees ของเธอ

ที่มา : <https://www.dw.com/en/how-mini-skirts-changed-the-world/g-48147628>

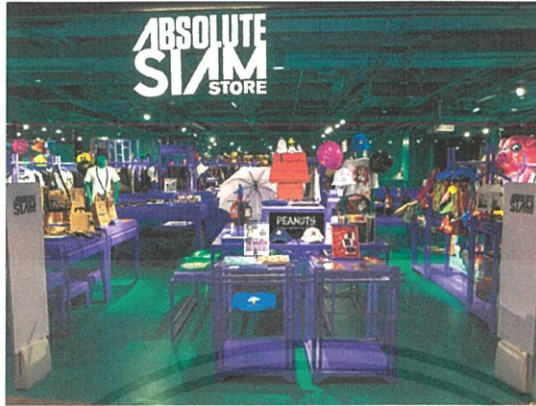


ภาพที่ 3.8 ตัวอย่างภาพรองเท้า Go go boot

ที่มา : <https://groovyhistory.com/go-go-boots-history-1960s>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างการนำ Kitsch Art มาประยุกต์ในศิลปะแขนงต่าง ๆ ในปัจจุบัน



ภาพที่ 3.9 Absolute Siam Store

ที่มา : <https://www.siamcenter.co.th/trendupdate/A-Salute-to-Absolute-Siam-Style/308>

Absolute Siam

Absolute Siam Store คือ การเป็นมัลติแบรนด์ส์โตรัสสัญชาติไทยที่แตกต่าง ด้วยการเป็น ศูนย์กลางของการคอลลาบอเรชั่น, มี Storytelling ที่ทุกสิ่งมีเรื่องราวน่าสนใจ, นำเสนอสินค้าและบริการแบบเพอร์ซันนอลไลซ์, เป็นผู้นำในการนำเสนอสไตล์ (Style Legendary) และป๊อปคัลเจอร์ (Pop Culture) เป็นร้านที่ตอบโจทย์ทั้งลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติได้พร้อมๆ กัน จึงเป็นจุดแข็ง ประการหนึ่งในการทำตลาด โดยคาดว่าจะได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้าในช่วงเทศกาลปีใหม่ ซึ่งเป็นช่วงไฮซีซั่นที่มีการจับจ่ายมากที่สุดช่วงหนึ่งของปี และมีโมเมนตัมส่งต่อถึงช่วงเทศกาลตรุษจีน ในปี 2562 ซึ่งเป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมาก ต่อเนื่องไปถึงเทศกาลวาเลนไทน์ที่เหล่านักช้อปจะมาเลือกซื้อของขวัญดีไซน์พิเศษ ๆ ที่มีให้เลือกมากมายอีกด้วย

ด้วย Siam Center เป็นห้างอยู่ใจกลางเมืองที่มีทั้งลูกค้าคนไทย และชาวต่างชาติ การผสมผสานคอนเซ็ป Kitsch Art ในวัฒนธรรมไทยในรูปแบบใหม่ ๆ ทำให้ดึงดูด และน่าสนใจ การเลือกสินค้าก็มีส่วนด้วยอีกเช่นกัน



ภาพที่ 3.10 Absolute Siam Store

ที่มา : <https://www.siamcenter.co.th/trendupdate/A-Salute-to-Absolute-Siam-Style/308>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

GREYHOUND



ภาพที่ 3.11 ร้านอาหารกิน-เฮ

ที่มา : <https://www.centralworld.co.th/kin-hey/>

GREYHOUND สามารถสร้าง KINHEY ได้อย่างน่าสนใจ ด้วยการสร้างสตอรี่เรื่องราวของแบรนด์ ทำให้เกิดคอนเซ็ปออกมาได้อย่างชัดเจน ทำให้การดึง หรือการสร้าง Art Direction การดีไซน์ในส่วนต่างๆ ของอัตลักษณ์แบรนด์ได้ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เช่น ภาชนะใส่อาหาร ถ้วย จาน ชาม แก้วน้ำ หรือแม้แต่กระทั่งกระดาษรองจาน ที่ทุกอย่างจะให้อารมณ์วินเทจ แต่ยังคงมีกลิ่นไอความป๊อปด้วยสีสัน ให้อารมณ์สดใสสนุกสนาน ตามคอนเซ็ปร้านที่กลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มเพื่อน การสังสรรค์ ปาร์ตี้ ทำให้เรารู้สึกถึงสตรีทฟู้ดของประเทศไทยจริง ๆ และแบรนด์สามารถทำให้น่าสนใจด้วยการใช้ภาพถ่าย ทำให้น่าดึงดูดและจดจำได้ง่าย ภาพลักษณ์ของแบรนด์ก็สำคัญ การสร้างจุดขาย การดึงจุดสายตาดูจากภาพลักษณ์ KINHEY มีข้อดีในส่วนตรงนั้น การสร้างภาพโปรโมทที่ดูสไตล์ลิ่งที่ดูน่าดึงดูด ดูน่ารักประทับใจ ทำให้อาหารข้างทางธรรมดา ๆ โดยทั่วไปราคาไม่แพงมาก ขายประชาชนตั้งแต่ระดับล่างจนถึงระดับกลาง สามารถทำให้ขึ้นห้างระดับกลางเมืองได้ และเพิ่มมูลค่าได้อีกหลายเท่าตัวเลยทีเดียว นี่เป็นข้อดีของการมองสิ่งรอบตัวที่ธรรมดา สามารถสร้างมูลค่าเพื่อขายคนในอีกระดับได้ ลูกค้าสามารถยอมจ่ายเพื่อที่จะได้รับประสบการณ์ใหม่ของการรับประทานอาหาร



ภาพที่ 3.12 ตัวอย่างภาพโปรโมทเมนูร้านกิน-เฮ

ที่มา : <https://www.facebook.com/KINHEYBKK/photos/a.468378576912563/699047673845651/?type=3&theater>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในด้านอาหารของทางร้านอาหารไทยสตรีทฟู้ด เหมือนรวบรวมอาหารไทยที่เป็นสตรีทฟู้ดไว้ในร้านแล้ว ปรับปรุง เพิ่มลูกเล่นให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น สามารถสร้างจุดขายได้อีกหนึ่งทาง ในการที่ลูกค้าสามารถมีกิจกรรมร่วมกันได้



ภาพที่ 3.13 ตัวอย่างภาพโปรโมทบนสื่อออนไลน์

ที่มา : <https://www.facebook.com/KINHEYBKK/photos/a.468378576912563/592633657820387/?type=3&theater>

Ads สะท้อนภาพลักษณ์ของทางร้านได้อย่างชัดเจน จากภาพประกอบกราฟิกจากลายของชาวมุสลิมโบราณ ลักษณะของฟอนต์ที่เป็นแบบสมัยก่อน หรือแม้แต่กระทั่งคอนเทนต์โฆษณาที่ล้อเลียนวัฒนธรรมการเล่นหอยของคนไทย “กินแล้วรวย”, “เทแล้วเฮ” ล้อเลียนการซื้อลอตเตอรี่ของคนไทยที่มีติดหน้าแผง “ซื้อร้านนี้แล้วรวย” หรือ “งวดนี้รวย”

ในแบรนด์ GREYHOUND เองนั้นในส่วนของแฟชั่นเองก็มีคอลเลคชั่นที่ดึงความ Kitsch Art ล้อเลียนกับเรื่องราวการใช้ชีวิตของผู้คนในสังคมปัจจุบัน ภายใต้คอลเลคชั่น “BANGKOK POSE” Autumn/Winter 2019



ภาพที่ 3.14 การเดินแฟชั่นโชว์คอลเลคชั่น “BANGKOK POSE”

ที่มา : <http://thaicatwalk.com/archives/79261>

“BANGKOK POSE” คือคอลเลคชั่นที่เชื่อว่า Streets of Bangkok นั้นเต็มไปด้วยตัวละครสุดพิเศษที่แสนจะธรรมดา ที่น่าสนใจและมีเอกลักษณ์ โดยเนื้อหาของ Collection แบ่งออกเป็น เรื่องของ Street Culture อย่าง Graffiti Bombing ที่เขียนทับกันไปมา นำมาแปลเป็นเทคนิคคือการซ้อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กันของผ้าโปร่งและ Double Layers บวกกับส่วนผสมของ Backpacker ที่เห็นได้จาก styling ของเหล่า Tourists จากต่างแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในกรุงเทพฯ



ภาพที่ 3.15 คอลเลกชัน “BANGKOK POSE”

ที่มา : <https://cheezelooker.com/web/article/CHZ190900003>

ต่อไปคือเรื่องของ THAlpography โดยนำเอาตัวหนังสือภาษาไทยมาใช้ผสมกับการ Distortion ให้ความรูปร่างผิดแปลกไปจากปกติ ซึ่งเป็นหนึ่งในรูปแบบของการ Deconstruction ที่ทางแบรนด์ใช้อยู่เป็นประจำเพื่อเข้ามาผสมกับเสื้อผ้าแบบ Twisted Tailoring ซึ่งเป็น Signature ของ Greyhound Original และส่วนที่เป็นสีสันทันทีสุดของ Collection คือลายผ้าพลาสติก Blue Sheet สารพัดประโยชน์ที่เราเห็นได้ตามตรอกซอกถนนทั่วไป ถูกดัดแปลงมาเป็นลายพิมพ์เพื่อบอกเล่าเอกลักษณ์ของกรุงเทพฯ ผสมกับการหยิบ Legacy items ที่ใส่กันตั้งแต่อาจจนมาถึงรุ่นเหลนอย่างกางเกงเล หรือเสื้อคอจีนเอามาแมชกับเสื้อ basic โครม modern ตัวอื่นๆได้สบาย และสุดท้ายคือ Beautiful Chaos ที่ไม่พูดถึงคงไม่ใช่กรุงเทพฯ ที่สมบูรณ์

แบรนด์ GREYHOUND ผสมผสานเรื่องราวภายใต้คอนเซป “BANGKOK POSE” ไว้ได้อย่างลงตัวที่สุด และคงเอกลักษณ์ความเท่ไว้ตามคอนเซปของแบรนด์

56th Studio



ภาพที่ 3.16 ศรัณย์ เย็นปัญญา เจ้าของ 56th Studio

ที่มา : <https://readthecloud.co/saran-yen-panya/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศรัณย์ เย็นปัญญา นักออกแบบที่เล่าเรื่องผ่านข้าวของเครื่องใช้และเฟอร์นิเจอร์เรื่องเล่าของเขามีชีวิตอยู่ในทุกอย่าง ผสมผสาน Kitsch Art จากวัฒนธรรมไทยได้อย่างน่าสนใจ



ภาพที่ 3.17 ภาพผลงานของ 56th Studio
ที่มา : <https://readthecloud.co/saran-yen-panya/>



ภาพที่ 3.18 ภาพผลงานของ 56th Studio
ที่มา : <https://www.wurkon.com/blog/9-saran-yen-panya>

นิทรรศการ Pop Artisan ที่นำเก้าอี้โรงเตี๊ยมและฝีมือการทอเสื่อกก การสานกระจูดลายสวย ไม่เหมือนใคร โดยฝีมือชาวบ้านในชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย มาเป็นแรงบันดาลใจในการทดลองหาวิธีการทำงานและนำเสนอสินค้าที่ผลิตจากช่างในชุมชน เหมือนเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ของเก่าที่กำลังจะถูกลืมให้กลายเป็น Installation Art ร่วมสมัย ที่ทุกคนจะได้เข้ามารับรู้และมีส่วนร่วมกับกระบวนการผลิตหลาย ๆ ขั้นตอน รวมทั้งสามารถมีซ์แอนด์แมตซ์ ผสมชิ้นส่วนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเปลี่ยนเสื่อ OTOP จากทั่วประเทศ ปักลายกราฟฟิกเท่ ๆ บนโครงเก้าอี้กลมหลากหลายสี สัน ประกอบกันเป็นเก้าอี้เท่ ๆ ที่มีเพียงตัวเดียวในโลก ให้นักช้อปได้ซื้อกลับไปเชยชมความงามของวัสดุไทยที่ชอบ พร้อมใช้งานจริงกันต่อบ้านอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 วิธีชีวิตคนไทยกับไสยศาสตร์

ความเชื่อในสังคมไทยเป็นเรื่องคู่กันจนไม่สามารถแยกออกได้แต่ในเรื่องของไสยศาสตร์เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่มีคนพูดถึงกันมากและดูเหมือนว่าทั้ง 3 เรื่องนี้จะกลายเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกันจนในบางครั้งเราก็มองว่าเรื่องความเชื่อและไสยศาสตร์เป็นสิ่งเดียวกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องเรือนลับหรือเรื่องลี้ลับซึ่งแน่นอนว่าสิ่งนี้ย่อมมีผลต่อสภาพของสังคมไทยและความเป็นอยู่ของใครหลายคนคำว่าไสยศาสตร์ในที่นี้มีความหมายต่างๆมากมายตามที่ผู้รู้ได้ให้ความหมายเอาไว้ดังนี้

ไสยศาสตร์ คือ การเชื่อถือ โดยรู้สึกถึงความเกรงขามหรือความกลัวโดยเข้าใจว่าสิ่งนั้นอยู่เหนือธรรมชาติอันไม่สามารถสร้างด้วยเหตุผลตามหลักวิทยาศาสตร์ได้และเมื่อมีความรู้สึกแบบนี้คนเราก็จะแสดงความเชื่อถือความรู้สึกออกมาในรูปแบบของการประกอบพิธีกรรมด้วยเวทมนต์คาถาเพื่ออำนวยประโยชน์แก่ผู้ที่เชื่อถือในเรื่องนั้นในทางที่ดีเช่นเพื่อให้เกิดความเป็นสิริมงคลและป้องกันเหตุร้าย



ภาพที่ 3.19 การกราบไหว้พระพรหมตามความเชื่อ
ที่มา : <http://jakapun.namjai.cc/e169337.html>

แต่ถ้าหากพูดถึงไสยศาสตร์กับความเชื่อของคนไทยแทบจะแยกออกจากกันไม่ได้ เพราะนับว่าเป็นวิถีชีวิตหนึ่งของคนไทยไปแล้ว เช่น การกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ในการขอสิ่งต่าง ๆ การค้าขาย โชคลาภ เนื้อคู่ หรือขอบุตรก็ได้ ถือว่าเป็นเรื่องปกติของสังคมไทยไปแล้วโดยปริยาย



ภาพที่ 3.20 การขอหวยตามความเชื่อ

ที่มา : <https://today.line.me/th/pc/article/ขอหวยยุค+4+0+ชาวสระแก้ว+ไม่ใช้แป้งลูบกันแล้ว+หันส่องเลขเด็ดจากมือถือ-0wW-0jI>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 วิถีชีวิตคนไทยกับอาหารไทย

อาหารไทยถือว่าเป็นอาหารที่ไม่ว่าคนไทยเอง หรือชาวต่างชาติต่างชื่นชอบในรสชาติ ที่หลากหลาย และจัดจ้านถึงเครื่อง โคร ๆ ก็ต่างพูดว่าอาหารไทยอร่อยได้ลิ้มลองแค่ครั้งเดียวคงไม่พอ แต่ถ้าหากพูดถึงว่ารสชาติใดคือรสชาติไทยแท้ ก็คงจะไม่มีใครตอบได้แน่ ๆ เพราะอาหารไทยมาจากหลากหลายที่ ต่างท้องถิ่น การต่อยอดภูมิปัญญาการผสมผสานวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น



ภาพที่ 3.21 อาหารไทย (ข้าวแช่)

ที่มา : <https://www.naewna.com/lady/407676>

จุดเด่นของอาหารไทยก็คือ ทานกับข้าวเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็ข้าวเจ้าหรือข้าวเหนียวก็ตาม ซึ่งเราจะนิยมบริโภคข้าวในทุกมื้ออาหาร โดยมี “กับข้าว” กินคู่กับข้าวเสมอ ซึ่งกับข้าวจะแบ่งออกเป็น 6 ประเภท แกง, ยำและพล่า, น้ำพริกหรือเครื่องจิ้ม, ผัด, เครื่องเคียงและของแถมค่ะ จัดเป็นเอกลักษณ์ในการกินของคนไทยที่มีมาแต่สมัยโบราณและสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน อาหารไทยถือว่ามีวิธีการทำที่พิถีพิถันในทุก ๆ ขั้นตอนไม่ว่าจะต้ม ผัด แกง หรือทอด ตลอดจนการแกะสลักอาหารเพื่อความสวยงาม การอบควันเทียนของขนม โดยเป็นวัฒนธรรมมาตั้งแต่สมัยโบราณ ทั้งอาหารคาว อาหารหวาน



ภาพที่ 3.22 ข้าวสวย

ที่มา : <https://bestreview.asia/best-jasmine-rice-in-thailand/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และจุดเด่นอีกหนึ่งอย่างของอาหารไทยก็คือภาชนะที่ห่อ ไม่ว่าจะจะเป็นอาหารคาว หรืออาหารหวานต่างก็ใช้วัสดุจากธรรมชาติห่อบรรจุอาหาร เช่น ใบตอง ใบจาก กระบอกลำไย และยังมีเทคนิคในการ ห่อ มัด รัด ร้อย จนทำให้กลายเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทยขึ้น



ภาพที่ 3.23 การห่ออาหารด้วยใบตอง

ที่มา : <https://www.healthmedelivery.com/อาหารและขนมห่อใบตองเตล/>

การใช้วัสดุธรรมชาติมาบรรจุห่ออาหารยังสามารถเพิ่มกลิ่นหอมให้อาหารได้อีกด้วย เช่น การห่อใบตองกับห่อหมก กลิ่นของใบตองก็คงยังซึมเข้าไปในอาหารทำให้มีกลิ่นหอมของใบตองอ่อน ๆ อีกด้วย ถือว่าเป็นภูมิปัญญาของชาวบ้าน สืบต่อวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 วิธีชีวิตคนไทยกับของใช้ในชีวิตประจำวัน

ของใช้รอบตัวเรารู้ว่ามีหลากหลายชนิดเพื่ออำนวยความสะดวก หลากหลายรูปแบบแตกต่างกันไป แต่ของบางสิ่งไม่ถูกพัฒนาดัดแปลงใหม่จึงมีรูปแบบเดิมกลายเป็นความเก่าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของใช้บางอย่างไม่ได้ถูกปรับเปลี่ยนรูปแบบ ในปัจจุบันจึงมีให้เห็นอยู่มากมายตั้งแต่ร้านอาหารริมทาง ตลาดสด จนถึงของใช้ภายในบ้าน



ภาพที่ 3.24 ปิ่นโตโบราณลวดลายดอกไม้

ที่มา : <http://www.thaiscooter.com/forums/showthread.php?t=565637&page=53#.Xtz4gS9h2gQ>

อย่างเช่นตามร้านอาหารริมทางเราจะพบเห็นเสื่อน้ำมันลายดอกไม้ไว้สำหรับปูโต๊ะจนจินตนาหรือถาดสังกะสีลายดอกไม้นำมาใส่ส้มตำพร้อมเครื่องเคียงมากมาย จนเป็นเมนูใหม่ขึ้นมาเรียกว่า “ตำถาด” ที่เกิดเป็นกระแสอยู่ช่วงหนึ่ง

และในช่วงหนึ่งที่มีกระแสของการนิยมของโบราณ สะสมของเก่า หรือที่เรียกว่า “วินเทจ” จนกระแสที่นิยมของเก่านี้เกิดเป็นธุรกิจมากมาย เช่นสถานที่ท่องเที่ยวสไตล์วินเทจ ที่จะต้องตกแต่งด้วยของเก่ามากมาย ที่ปัจจุบันไม่สามารถหาชมได้ง่ายมากนัก หรือร้านอาหารที่นำคอนเซ็ปเหล่านี้มาตกแต่งร้านเพื่อสร้างเรื่องราว และภาพลักษณ์ร้านให้ดึงดูดน่าสนใจ



ภาพที่ 3.25 ถาดขามสังกะสีพื้นลายดอกไม้

ที่มา : <https://paikondieow.com/๔-แยก-หัวตะเซ้-คาเฟ่-แอนด/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

4.1 แบรินด์เครื่องแต่งกาย

แบรินด์เครื่องแต่งกาย Bangkok Baby ต้องการสะท้อน Kitsch Art จากวัฒนธรรมไทยออกมาเป็นแบรินด์เครื่องแต่งกายที่ดึงเอกลักษณ์ความน่าสนใจ ดัดแปลง ประยุกต์สร้างสรรค์สิ่งใหม่จากรื่องราวเก่า ให้กลับมามีชีวิตอีกครั้งเสนอในมุมมองใหม่ พร้อมผสมผสานคาเรคเตอร์ที่น่ารักสดใส

แนวทางการออกแบบมุ่งเน้นพัฒนาเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ได้ไอเดียมาจากวัฒนธรรมไทย มาปรับปรุงดัดแปลงให้เข้ากับยุคสมัย โดยเสื้อผ้ายังคงเป็นเสื้อผ้าที่ใส่ได้ในทุกวัน (Ready to wear) แต่สร้างลวดลาย สตอรี่ให้กับลายบนเสื้อผ้า ที่มีสไตล์น่ารัก สดใส

4.2 กลุ่มเป้าหมาย

ตั้งเป้าหมายให้เป็นสตรีวัยทำงานที่อายุ 23 - 35 ปี โดยที่มีความสนใจในการแต่งตัว ชื่นชอบแฟชั่น ชอบสวมใส่เสื้อผ้าที่สีสันหลากหลาย และฐานเงินเดือน 15,000 บาทขึ้นไป

4.3 แนวคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ

เทรน Kitsch Art กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน แต่จากการศึกษาแล้วแบรินด์แฟชั่นที่น่าคอนเซป Kitsch Art มาสร้างสรรค์นั้นยังขาดเสื้อผ้าสตรี จึงเล็งเห็นว่าเป็นการดีถ้าหากได้นำวัฒนธรรมไทยออกมาในรูปแบบ Kitsch Art มาสร้างสรรค์เป็นแบรินด์เสื้อผ้าสตรี

ชื่อแบรินด์ Bangkok Baby ได้แรงบันดาลใจมาจากชื่อกรุงเทพฯ ภาษาอังกฤษ ที่อ่านว่า แบง-คอก แต่ในสมัยโบราณ “แบง-คอก” จะถูกอ่านว่า “บาง-กอก” จากการออกเสียงของชาวต่างชาติที่เรียกกรุงเทพฯ ในสมัยก่อนว่า บาง-กอก ในยุคที่ประเทศไทยยังถูกเรียกว่าสยาม และคำว่า baby ในภาษาอังกฤษเป็นคำสแลงที่ใช้เรียกคนรัก หรือแปลว่าที่รักนั่นเอง

ไอเดียของการออกแบบโลโก้มาจากการเขียนตัวอักษรจากใบปิดภาพยนตร์ไทยโบราณ ที่ยังคงความ Kitsch Art ไว้ ผู้จัดทำจึงนำมาดัดแปลง ปรับปรุง สร้างสรรค์ใหม่ออกแบบเป็นโลโก้แบรินด์ เพื่อสื่ออารมณ์ และให้ลูกค้าได้รับถึงคาเรคเตอร์แบรินด์



ภาพที่ 4.1 โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยเรื่อง ผู้ใหญ่ลีกับนางมา
ที่มา : <http://hair-magazine.com/mobile/primarylink/342>



ภาพที่ 4.2 โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยเรื่อง โซคดีที่รัก
ที่มา : <http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2008/07/A6819412/A6819412.html>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 สรุปขอบเขตงาน

1. อัตลักษณ์ของแบรนด์

- 1.1 สัญลักษณ์ของแบรนด์
- 1.2 นามบัตร
- 1.3 จดหมาย
- 1.4 ซองจดหมาย
- 1.5 เทปอเนกประสงค์
- 1.6 ถุงใส่สินค้า
- 1.7 ป้ายยี่ห้อสินค้า
- 1.8 กล่องบรรจุภัณฑ์
- 1.9 Brand manual book

2. ผลิตภัณฑ์

- 2.1 ชุด จำนวน 3 ลายผ้า
- 2.2 ผ้าคลุมไหล่ จำนวน 3 ลายผ้า

3. สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

- 3.1 เว็บไซต์แบรนด์
- 3.2 Facebook

บทที่ 5

การออกแบบ

5.1 แนวทางการออกแบบ

จากข้อมูลที่ค้นคว้า ถูกรวบรวมรวมทั้งการสังเกตพฤติกรรมของคนไทยจึงได้พบว่า สิ่งของที่จะนำมาออกแบบสามารถแยกหมวดหมู่ใหญ่ ๆ ทั้งหมด 3 หมวด

1. หมวดวิถีชีวิตคนไทยกับไสยศาสตร์
2. หมวดวิถีชีวิตคนไทยกับอาหารไทย
3. หมวดวิถีชีวิตคนไทยกับของใช้ในชีวิตประจำวัน

แนวทางที่ 1



ภาพที่ 5.1 ภาพแนวคิดที่ 1

สร้างสรรค์งานผ่านรูปร่าง Geometric สะท้อนงานในรูปแบบกราฟิกรูปเลขาคณิตแสดง ความร่วมสมัย และเรียบง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางที่ 2



ภาพที่ 5.2 ภาพแนวคิดที่ 2

สร้างสรรค์งานผ่านรูปร่างที่ Free from เป็นลายเส้นน่ารัก สนุกสนานสามารถตรงกับ Target ที่ตั้งเป้าหมายไว้

แนวทางที่ 3



ภาพที่ 5.3 ภาพแนวคิดที่ 3

สร้างสรรค์งานผ่านรูปร่าง Geometric แต่แทรกกลิ่นไอความ Pop art มีความสนุกสนาน และยังให้ความรู้สึก Vintage และการเลือกใช้ชุดคูสีที่สดใสอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเลือกใช้ชุดสี

การเลือกใช้ชุดสีวิเคราะห์จากสีของสิ่งของจากหมวดต่าง ๆ พบว่าสีของแต่ละหมวดนั้นมีสีค่อนข้างที่จะสดใส และหลากหลายโทนสี ถ้าหากเป็นสีโทนเย็นก็ยังคงเป็นสีโทนเย็นที่สว่าง สีโทนร้อนก็ยังคงเป็นสีโทนร้อนที่เกือบจะเป็นสีสะท้อนแสง และยังได้ไอเดียมาจากสีของฉากหลังของลูกที่มีสีสันสดใส และเน้นสีสะท้อนแสง



ภาพที่ 5.4 ภาพฉากหลังลูก

ที่มา : <http://www.nextsteptv.com/khongdee/ฉากลูก-ส่วนประกอบที่ลง>



สีที่เลือกใช้เป็นชุดสีที่ใช้เป็นหลักในอัตลักษณ์ของแบรนด์ลดความสว่างของสีลงเพื่อความสบายตาของผู้มองต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ และอยากให้ผู้รู้สึกถึงความเก่าตามคอนเซ็ปของแบรนด์ เลือกใช้สีไทยโทนทั้งสามสีได้แก่ “ผุ่นแดง” (สีชมพู) “รงทอง” (สีเหลือง) และ “เขี้ยวทอง” (สีเขียว)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 แบบร่างสัญลักษณ์และกราฟิกประกอบ

ไอเดียเริ่มจากตัวอักษรเขียนจากใบปิดภาพยนตร์ไทยโบราณ ที่จะมีเอกลักษณ์เฉพาะมีความตัวัดได้สัดส่วนอย่างสวยงาม โดยจากการสังเกตส่วนใหญ่แล้วการเขียนตัวอักษรประกอบใบปิดหนัง ภาพยนตร์จะมีปลายหางที่ตัวัดเสมอ ๆ แต่ในเฉพาะภาพยนตร์บางเรื่อง ออกแบบแล้วแต่เนื้อเรื่องของภาพยนตร์ เช่น ถ้าหากเป็นภาพยนตร์บู๊ การออกแบบของตัวอักษรจะมีลักษณะที่แข็งแรง หรือ ดุดัน แต่ถ้าหากเป็นภาพยนตร์รัก หรือ ชีวิต จะมีลักษณะของตัวอักษรที่อ่อนช้อย อาจจะมีการปรับสละบางตัวเป็นรูปหัวใจ ทว่าแล้วการออกแบบนั้นก็ยังคงคำนึงถึงเนื้อเรื่องของภาพยนตร์

จากที่กล่าวมาข้างต้นการออกแบบสัญลักษณ์ของแบรนด์ Bangkok baby นั้นเลือกเลียนแบบลักษณะของการตัวัด หรือเล่นกับมุมมอง Perspective ของตัวอักษร เพิ่มความหนาของ Stroke ให้ดูสนุกยิ่งขึ้น



ภาพที่ 5.5 โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยโบราณ ตัวอย่างการเขียนอักษรประกอบชื่อภาพยนตร์
ที่มา : <http://entertain.teenee.com/thaistar/138481.html>



ภาพที่ 5.6 ภาพโปรโมทภาพยนตร์เรื่องแหยมโสธร
ที่มา : <http://entertain.teenee.com/thaistar/138481.html>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.7 แบบร่าง Logo

ทดลองดัดแปลงตัวอักษรเป็น Display font จากตัวอักษรภาษาอังกฤษนั้น ๆ ให้เป็นชุดเดียวกันที่สามารถอ่านได้ทั้งภาษาอังกฤษ และภาษาไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.8 แบบร่าง Logo

จากการปรับปรุงแบบร่างตามคำแนะนำจึงได้เลือก Primary Logo และ Secondary

ดังนี้



ภาพที่ 5.9 Final Primary Logo



ภาพที่ 5.10 Final Secondary Logo

Primary Logo ใช้เป็นส่วนใหญ่ของทุกสื่อเป็นหลัก เพื่อการจดจำได้ง่ายของชื่อแบรนด์ แต่ถ้หากในบางสื่อมีพื้นที่จำกัดสามารถใช้ Secondary Logo

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างลายของเครื่องแต่งกาย (สำหรับชุด)

แบบร่างครั้งที่ 1



ภาพที่ 5.11 ภาพแบบร่าง Pattern ครั้งที่ 1

แบบร่างของ Elements สำหรับลายผ้าครั้งที่ 1 ทดลองนำเรื่องราวการใช้ชีวิตประจำวัน เน้นการเสียดสีของสังคม แต่ภาพยังไม่สามารถสื่อชัดเจนมากพอจึงปรับเรื่องราวการเล่าเรื่องให้ชัดเจนมากขึ้นในแบบร่างครั้งที่ 2



ภาพที่ 5.12 ภาพแบบร่างของโครงเสื้อ ครั้งที่ 1

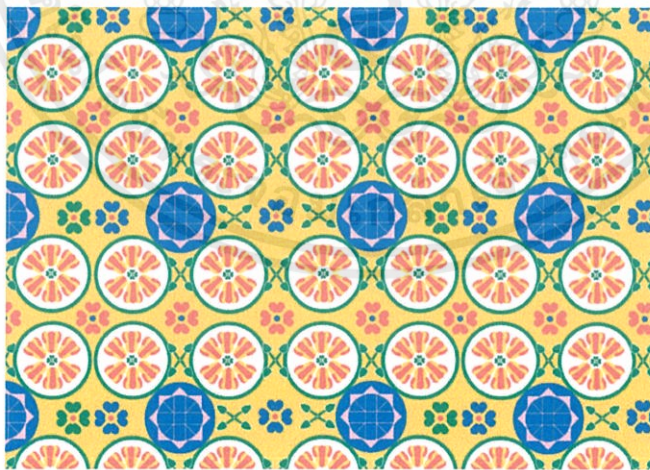
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างของโครงเสื้อโดยแนวคิดจากจุดประสงค์ที่จะต้องการโชว์ลวดลายของ Elements ได้มากที่สุด และโครงชุดของสไตล์ Garcon ที่จะเน้น Cutting ที่เรียบง่าย และกำลังเป็นที่นิยมสามารถเป็นชุดที่ Ready to wear ตามคอนเซ็ปของแบรนด์

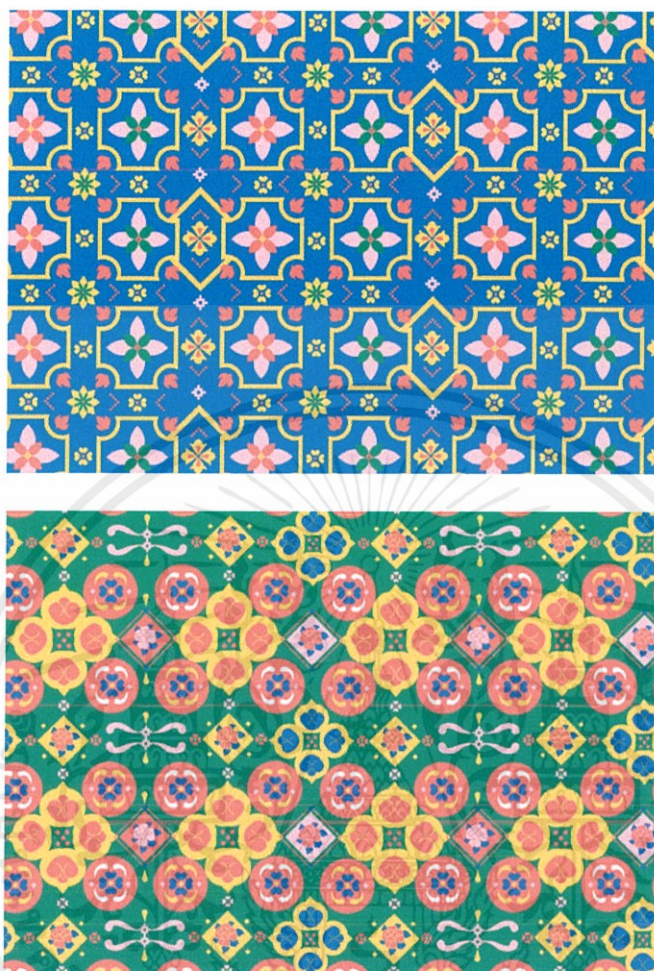


ภาพที่ 5.13 ตัวอย่างเสื้อผ้า Gracon Style จากแบรนด์ CO

แบบร่างครั้งที่ 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.14 แบบร่าง Pattern ครั้งที่ 2

แบบร่างของ Elements สำหรับลายผ้าครั้งที่ 2 Scope เรื่องราวให้แคบลง เล่าถึงเรื่องราวของลาวดลายดอกไม้ที่แทรกอยู่ในสิ่งของต่าง ๆ ในแต่ละหมวด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 3



ภาพที่ 5.15 แบบร่าง Pattern ครั้งที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างของ Elements สำหรับลายผ้าครั้งที่ 3 นำสิ่งของในแต่ละหมวดมาจัดเป็นภาพประกอบ เลือกสิ่งของที่สื่อได้ชัดมากที่สุดมาปรับปรุง และเลือกการใช้สีที่สดใส

ในส่วนของ Cutting ชุดปรับเป็นการอ้างอิงรูปแบบจากเดรสยุค 60s ให้เข้ากับเรื่องราวของลายผ้าที่นำเสนอภายใต้คอลเลคชันนี้



ภาพที่ 5.16 Retouch ลายผ้าลงรูปถ่ายจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างลายของเครื่องแต่งกาย (สำหรับผ้าคลุมไหล่)
 แบบร่างของลายสำหรับผ้าคลุมไหล่ครั้งที่ 1



ภาพที่ 5.17 แบบร่างสำหรับผ้าคลุมไหล่ครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างลายของเครื่องแต่งกาย (สำหรับผ้าคลุมไหล่)

ลายสำหรับผ้าคลุมไหล่ชิ้นงานจริง วาดภาพประกอบเพิ่มเติมและจัดเรียงลายใหม่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.18 ลายสำหรับผ้าคลุมไหล่ชิ้นงานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

ผลงานสำเร็จ

6.1 อัตลักษณ์ของแบรนด์

6.1.1 สัญลักษณ์ของแบรนด์



ภาพที่ 6.2 Secondary Logo

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.3 Logo on Grid system

6.1.2 นามบัตร



ภาพที่ 6.4 นามบัตรด้านหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.5 นามบัตรด้านหลัง

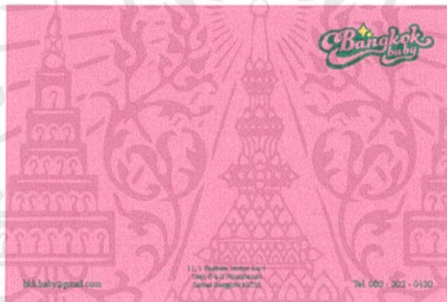
6.1.3 จดหมาย



ภาพที่ 6.6 หัวจดหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1.4 ซองจดหมาย



ภาพที่ 6.7 ซองจดหมาย

6.1.5 เทปเนกประสงค์



ภาพที่ 6.8 เทปเนกประสงค์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1.6 ถุงใส่สินค้า



ภาพที่ 6.9 ถุงบรรจุสินค้า

6.1.7 ป้ายยี่ห้อสินค้า



ภาพที่ 6.10 ป้ายยี่ห้อแบรนด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1.8 กล่องบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 6.11 กล่องบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 6.12 กล่องบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1.9 Brand manal book



ภาพที่ 6.13 Brand manal book

6.2 ผลิตภัณฑ์

6.2.1 ชุด



ภาพที่ 6.14 ลายกราฟิก Retouch ลงภาพถ่ายจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.2.2 ผ้าคลุมโหล่



ภาพที่ 6.15 ลายกราฟิก Retouch ลงภาพถ่ายจริง



ภาพที่ 6.16 ลายกราฟิก Retouch ลงภาพถ่ายจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

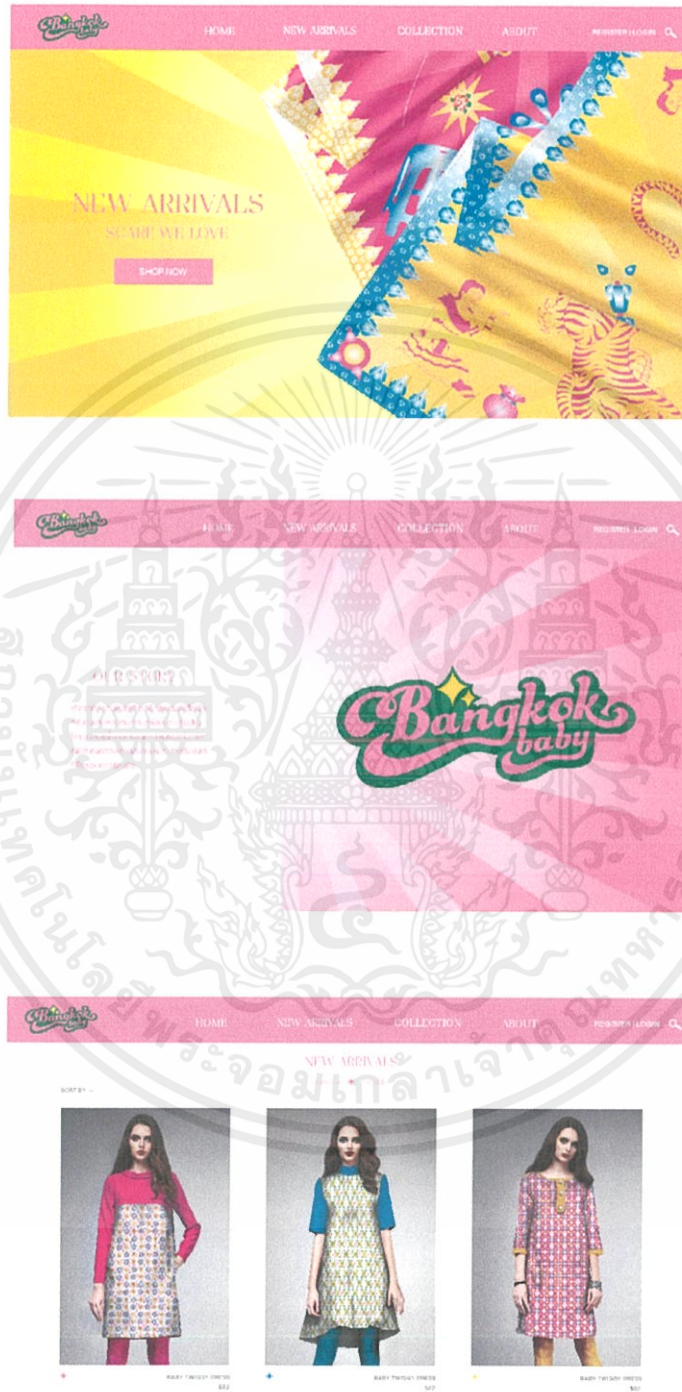


ภาพที่ 6.17 ลายกราฟิก Retouch ลงภาพถ่ายจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.3 สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

6.3.1 เว็บไซต์แบรนด์



ภาพที่ 6.18 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ เวอร์ชัน Desktop

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.3 สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์
6.3.1 เว็บไซต์แบรนด์



ภาพที่ 6.19 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ เวอร์ชัน Mobile

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.3 สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

6.3.2 สำหรับแอป Social media



ภาพที่ 6.20 Profile สำหรับสื่อ Social Media



ภาพที่ 6.2 Cover สำหรับสื่อ Social Media

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

7.1 บทสรุป

การออกแบบกราฟฟิกสำหรับแบรนด์ Bangkok baby สามารถลู่วงไปได้ด้วยดี ผ่านการแนะนำ ดิจิทัลจากรวมการทำให้ผลงานออกมาสสมบูรณ์ที่สุด ถึงแม้สื่อของงานจะต้องปรับเปลี่ยนในรูปแบบอื่น จากที่ตั้งเป้าหมายไว้ครั้งแรกไว้มาก

7.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา

1. ปัญหาจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ทำให้ตัวชิ้นงานถูกปรับเปลี่ยนการนำเสนอไป จากที่คาดหวังไว้ค่อนข้างมาก
2. ปัญหาจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ทำให้เวลาการทำงานไม่สามารถกำหนดได้อย่าง แน่นนอนในช่วงหนึ่ง ทำให้ตารางเวลาการดำเนินงานเปลี่ยนแปลง
3. ปัญหาจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ทำให้สิ่งที่ถูกวางแผนไว้ดำเนินงานต่อไปไม่ได้ เช่นการติดต่อกับร้าน หรือ Supplier ต่าง ๆ
4. การค้นหาของข้อมูลยังมีแหล่งที่น้อยมาก ๆ ส่วนใหญ่จะเกิดจากการสัมภาษณ์
5. การเปลี่ยนแปลงสเก็ทบ่อยครั้งทำให้การดำเนินงานขั้นตอนต่อไปช้าลง

7.3 ข้อเสนอแนะ

1. ควรวางแผนของการค้นหาข้อมูลให้กระชับมากขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อการทำงานขั้นตอนต่อไป
2. ควรวางแผนการสเก็ทงานให้มากขึ้น และครอบคลุมหลากหลายไอเดียเพื่อการทำงานที่ง่าย
3. การทดลองพิมพ์ผ้าถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญ เราจะไม่สามารถทราบขนาดที่แสดงบนหน้าจอกับขนาดที่พิมพ์ออกมาแล้วเป็นที่พอใจหรือไม่
4. การทดลองพิมพ์งานจริงไม่ว่าจะเป็น นามบัตร กล่อง หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เราควรพิมพ์เช็ค งานก่อนทุกครั้งเพื่อความแม่นยำของผลงาน
5. ประเด็นที่ต้องศึกษา ควรศึกษาให้ละเอียดมากขึ้นกว่านี้

7.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้พบปัญหาที่เจอในการทำงาน และรู้จักตัวเองมากขึ้น และสามารถตัดสินใจแก้ปัญหาได้ อย่างรวดเร็วโดยที่ไม่ลังเล
2. จากปัญหาที่เกิด และในระหว่างการทำงานทำให้เราวางแผน ตารางเวลาให้ละเอียดรอบคอบ ยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. รู้จักตัวเองมากขึ้นในการทำงาน ข้อดี ปัญหาต่าง ๆ เมื่อสถานการณ์ในอนาคตหากต้องเจอปัญหาในการทำงาน
4. การทดลองสิ่งที่ไม่เคยทำแต่ได้มาลองทำในโปรเจกต์นี้ถือว่าเป็นประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้นำไปใช้ในอนาคตการทำงาน
5. เรียนรู้จุดบกพร่องต่าง ๆ ของงานเป็นประสบการณ์ให้แก่ตัวเรา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

ถอดรหัสอาหารไทย. [ออนไลน์]. 2562

เข้าถึงได้จาก : <https://thestandard.co/iconsiam-embrace-the-power-of-thainess/>

สังคมไทยความเชื่อและไสยศาสตร์. [ออนไลน์]. 2562.

เข้าถึงได้จาก : <https://rosspowersfoundation.org/สังคมไทยความเชื่อและไส/>

Pop Artisan. [ออนไลน์]. 2562.

เข้าถึงได้จาก : <https://www.bkkmenu.com/go/happening/pop-artisan.html>

ศรันย์ เย็นปัญญา นักเล่าเรื่องแห่งโลกร่วมสมัย. [ออนไลน์]. 2559.

เข้าถึงได้จาก : <https://www.wurkon.com/blog/9-saran-yen-panya>

องค์ประกอบของการออกแบบ Design Variation. [ออนไลน์]. 2561.

เข้าถึงได้จาก : <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.195.1.0.html>

BANGKOK POSE. [ออนไลน์]. 2562.

เข้าถึงได้จาก : <https://www.sanook.com/women/147425/>

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล
ที่อยู่

สาริศา บุญแจ่มรัตน์
11/1 แยก 8-4-3 แขวงคลองถนน เขตสายไหม
กรุงเทพมหานครฯ รหัสไปรษณีย์ 10220

การติดต่อ

E-mail: bonus.srs@gmail.com
โทรศัพท์: 080-302-5420

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2554

ประถมศึกษา โรงเรียนฤทธิยะวรรณาลัย

พ.ศ. 2560

มัธยมศึกษา โรงเรียนฤทธิยะวรรณาลัย

พ.ศ. 2563

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้