

การออกแบบแบรนด์ดีติ้งและลวดลายของบีชแวร์
(ที่มาจากเอกลักษณ์ทะเลไทย)

BRANDING AND PATTERN DESIGN FOR BEACHWEAR INSPIRED BY THAI SEA



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิตศศิลป์ ภาควิชานิตศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2561

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุมัติศิลปนิพนธ์

การออกแบบแบรนด์ดิ้งและออกแบบลวดลายของบีชแวร์
(ที่มาจากเอกลักษณ์ทะเลไทยที่มาจากเอกลักษณ์ทะเลไทย)

BRANDING AND PATTERN DESIGN FOR BEACHWEAR INSPIRED BY THAI SEA



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์..... วันที่ 3 มิ.ย. 62
(อาจารย์พิรพงศ์ พงษ์ประภาพันธ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การออกแบบแบรนด์ดีติ้งและออกแบบลวดลายของบีชแวร์
 (ที่มาจากเอกลักษณ์ทะเลไทย)

BRANDING AND PATTERN DESIGN FOR BEACHWEAR INSPIRED BY SEA THAI

ชื่อ นางสาวนันท์นภัส พิบูลวิฑารักษ์
 รหัส 58020312
 สาขาวิชา นิเทศศิลป์
 ภาควิชา นิเทศศิลป์
 คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
 ปีการศึกษา 2561
 อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์พีรพงศ์ พงษ์ประภาพันธ์

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นการศึกษา วิเคราะห์ และตีความข้อมูลสิ่งมีชีวิต ในระบบนิเวศ และทัศนียภาพทางทะเลทั้งบนชายฝั่งและใต้ทะเล เพื่อใช้ในการออกแบบแบรนด์ดีติ้งและลายผ้าที่มาจากเอกลักษณ์ทะเลไทยโดยเลือกศึกษาบริเวณหมู่เกาะสิมิลันที่พูดชื่อไปใครๆก็รู้จักความสวยงามระดับที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเรียกว่า และยังแนะนำกันอย่างแพร่หลายในอินเทอร์เน็ตว่าเป็นทะเลที่ต้องไปให้ได้สักครั้งในชีวิต เสน่ห์ของทะเลไทยดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติได้อย่างมหาศาลต่อปี โดยเอกลักษณ์ของทะเลสิมิลันคือปะการังใต้ทะเลและน้ำทะเลสีน้ำเงินเข้มกับฟ้าอ่อน

ได้มีการศึกษา เทคนิคสีบาติกเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบตามขอบเขตงานที่ตั้งเอาไว้ ได้แก่ สัญลักษณ์ของแบรนด์(นามบัตร กระดาษเขียนจดหมาย ของจดหมาย)และชุดบีชแวร์(ชุดว่ายน้ำ 3 ตัว ผ้าคลุม ผ้าพันคอ และรองเท้าว)โดยการออกแบบได้สื่อสารภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของทะเลไทยที่มีความพิเศษของศิลปะแสนเมคความผ่อนคลาย และมนต์เสน่ห์ของบรรยากาศทะเล อีกทั้งได้ออกแบบส่วนต่างๆให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตามที่ได้ตั้งภาพลักษณ์ของแบรนด์เอาไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ขอบคุณครูทุกท่านที่ให้คำแนะนำดีๆ และเตือนสติช่วงที่ไม่มีสติ โดยเฉพาะครูหนึ่ง ที่ปรึกษาโครงการ ที่คอยให้คำแนะนำที่ชัดเจนและตรงประเด็นเสมอ และครูแดง ครูเจ๋ง พี่เจียบ ที่ช่วยปลอบตอนที่อกหัก

ขอบคุณเพื่อนที่คอยเหยียบซ้ำและไม่อยู่ข้างๆ ในช่วงที่อ่อนแอที่สุด ทำให้รู้ว่าเราต้องลุกขึ้นมาเอง

ขอบคุณคุณพ่อคุณแม่ที่เลี้ยงดูมาตั้งแต่เด็ก ให้เรียนในสาขาที่อยากเรียน โดยเฉพาะคุณแม่ ที่ดึงเราขึ้นมาจากโหมเมนต์ที่แย่ในชีวิตได้เสมอ

ขอบคุณเพื่อนๆ ทั้งในคณะและนอกคณะที่ช่วยทำงานและให้เยี่ยมอุปกรณ์มากมาย อีกทั้งเพื่อนที่ช่วยจัดซัมวันพีซีเอ็นต์ที่สี่สัด้วย

ขอบคุณพินเทอร์เรสและทีนเดอร์ที่ให้แรงบันดาลใจการทำงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพ.....	จ
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	1
1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย	2
2 เอกลักษณ์ของทะเลไทย.....	3
2.1 จุดเด่นหมู่เกาะสิมิลัน	3
2.2 สิ่งมีชีวิตใต้ทะเลบริเวณหมู่เกาะสิมิลัน.....	3
2.2.1 ประเภทปะการัง.....	3
2.2.2 ประเภทปลาทะเล	4
2.2.3 ประเภทปลาที่ชอบอาศัยอยู่ในแหล่งปะการัง.....	4
2.2.4 ประเภทปลาที่ชอบอยู่เป็นฝูง.....	4
2.2.5 ประเภทอื่นๆ.....	4
2.3 จุดดำน้ำยอดนิยมบริเวณหมู่เกาะสิมิลัน.....	5
3 การออกแบบแบรนด์ดีดิง	6
3.1 ความหมายของแบรนด์ดีดิง	6
3.2 องค์ประกอบของอัตลักษณ์.....	6
3.3 การสร้างอัตลักษณ์.....	6
3.4 สัญลักษณ์.....	7
3.5 การออกแบบสัญลักษณ์และเครื่องหมาย	7
3.6 กรณีศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์ที่เคยมีมา.....	8
3.6.1 SEAFOLLY	8
3.6.2 MAAJI	8
3.6.3 MILEA.....	9
3.6.4 AQUA BENDITA	10
4 การออกแบบลวดลายของปีชแวย์	11
4.1 เอกลักษณ์บาติก.....	11
4.2 เอฟเฟคบาติก.....	12
4.2.1 สีเจือจางด้วยน้ำ.....	12
4.2.2 เปียกบนเปียก.....	12
4.2.3 แห้งบนแห้ง	13
4.2.4 แห้งด้วยไดร์.....	13
4.2.5 น้ำบนเปียก	13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.6. น้ำบนแห้ง	14
4.3 เทคนิคบาติก	14
4.3.1. เขียนเทียน.....	14
4.3.2. ลงขี้.....	14
4.3.3. กัดสี.....	15
4.3.4. โรยเกลือ.....	15
4.3.5. เขียนแตก.....	15
4.3.6. Block	16
4.4 ผ้าที่ใช้ทำบาติก	16
4.5 กรณีศึกษาการออกแบบลวดลายที่เคยมีมา.....	17
4.5.1. Block	17
4.5.2. Block+เขียนมือ.....	17
4.5.3. สีพื้นทึบปักน้หอย + เกลือ	18
5 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น.....	21
5.1 แบรินด์ปีชแบรินด์ที่มีเอกลักษณ์จากทะเลไทย PERLITA (Brand Story).....	21
5.2 อินไซด์ ลักษณะเด่น และแรงบันดาลใจในการออกแบบ	21
5.3 กลุ่มเป้าหมาย	21
5.4 แนวคิดในการออกแบบลวดลายของปีชแบรินด์.....	24
6 การออกแบบ	26
6.1 แนวทางการออกแบบแบรินด์ดั้ง	26
6.2 แบบร่างสัญลักษณ์และกราฟิกประกอบ.....	29
6.3 สรุปแบบร่างสัญลักษณ์และกราฟิกประกอบ	32
6.4 แนวทางการออกแบบลายผ้า.....	33
6.5 แบบร่างลายผ้า.....	35
6.6 สรุปแบบร่างลายผ้า	37
7 ผลงานสำเร็จ.....	42
7.1 สัญลักษณ์ของแบรินด์.....	42
7.2 Stationary and Packaging	43
7.3 Beachwear	45
7.4 Communication for Branding	54
8 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	58
8.1 บทสรุป	58
8.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา.....	58
8.3 ข้อเสนอแนะ	58
8.4 ประโยชน์ที่ได้รับ	58
บรรณานุกรม.....	59
ประวัติผู้วิจัย.....	60

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 สิ่งมีชีวิตใต้ทะเลบริเวณหมู่เกาะสิมิลัน ประเภทปะการัง.....	3
2.2 สิ่งมีชีวิตใต้ทะเลบริเวณหมู่เกาะสิมิลัน ประเภทปลาทะเล.....	4
2.3 สิ่งมีชีวิตใต้ทะเลบริเวณหมู่เกาะสิมิลัน ประเภทปลาที่ขอบอาศัยอยู่ในแหล่งปะการัง.....	4
2.4 สิ่งมีชีวิตใต้ทะเลบริเวณหมู่เกาะสิมิลัน ประเภทปลาที่ขอบอยู่เป็นฝูง.....	4
2.5 สิ่งมีชีวิตใต้ทะเลบริเวณหมู่เกาะสิมิลัน ประเภทอื่นๆ.....	4
3.1 Logo ของ Seafolly.....	8
3.2 Color Palette ของ Seafolly.....	8
3.3 Brand Imagery ของ Seafolly.....	8
3.4 Logo ของ Maaji.....	8
3.5 Color Palette ของ Maaji.....	9
3.6 Brand Imagery ของ Maaji.....	9
3.7 Logo ของ Milea.....	9
3.8 Color Palette ของ Milea.....	9
3.9 Brand Imagery ของ Milea.....	9
3.10 Logo ของ Aqua Bendita.....	10
3.11 Color Palette ของ Aqua Bendita.....	10
3.12 Brand Imagery ของ Aqua Bendita.....	10
4.1 การเขียนด้วยเทียนโดยใช้จันตึง.....	11
4.2 สีย้อมเย็นเพื่อระบายบนผ้าบาติก.....	12
4.3 สีเจือจางด้วยน้ำ.....	12
4.4 เปียกบนเปียก.....	12
4.5 แห้งบนแห้ง.....	13
4.6 แห้งด้วยไดร์.....	13
4.7 น้ำบนเปียก.....	13
4.8 น้ำบนแห้ง.....	14
4.9 เขียนเทียน.....	14
4.10 ลงขี้.....	14
4.11 กัดสี.....	15
4.12 โรยเกลือ.....	15
4.13 เทียนแตก.....	15
4.14 Block.....	16
4.15 ผ้าจากใยธรรมชาติ.....	16
4.16 บาติกเทคนิค Block.....	17
4.17 บาติกเทคนิค Block+เขียนมือ.....	17
4.18 บาติกเทคนิค สีพื้นทึบรูปกันหอย + เกลือ.....	18
4.19 ภาพระหว่างกระบวนการศึกษาเทคนิคบาติก การชิงผ้าบาติกบนกรอบไม้.....	18
4.20 ภาพระหว่างกระบวนการศึกษาเทคนิคบาติก การเขียนเทียนด้วยจันตึง.....	19
4.21 ภาพระหว่างกระบวนการศึกษาเทคนิคบาติก การลงสีบาติกในกรอบเขียนที่ร่างไว้แล้ว.....	19
4.22 ภาพระหว่างกระบวนการศึกษาเทคนิคบาติก การทดลองใช้เกลือบนสีบาติกที่เปียกอยู่.....	20
5.1 แบบสอบถามของผู้ออกแบบปีชแวย์.....	21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่	หน้า
5.2 ผลสำรวจของผู้ออกแบบปีชแวย์	22
5.3 Segment : Hopeless Romantic Woman	22
5.4 Target Persona	24
5.6 ประกาศที่สวงามของลิมิตัน	25
5.7 สีของน้ำทะเลของลิมิตัน	25
6.1 Moodtone ในแบบสอบถามทั้งหมด	26
6.2 Moodtone ในแบบสอบถามที่ถูกเลือกมากที่สุด	26
6.3 เส้น Contourทำเป็นรูปสัญลักษณ์	27
6.4 รูปสัญลักษณ์ทำเป็นรูปแบบ Stamp	27
6.5 Monogram อักษรนำของชื่อ Logo	27
6.6 Direction : Batik	28
6.7 Direction : Memories Stuffs	29
6.8 แบบร่าง Logo1	29
6.9 แบบร่าง Logo2	30
6.10 แบบร่าง Logo : เส้น Contour	30
6.11 แบบร่าง Logo : รูปแบบ Stamp	30
6.12 แบบร่าง Logo : Monogram อักษรนำของชื่อ Logo 1	31
6.13 แบบร่าง Logo : Monogram อักษรนำของชื่อ Logo 2	31
6.14 ภาพลักษณะของ Stationary และโทนสี แบบยังไม่ได้ลงบาติก	32
6.15 ภาพระบายสีบาติกบนผ้าใบก่อนแสงกลองคอมเพื่อรักษาเอฟเฟคบาติก	32
6.16 ภาพลักษณะของ Stationary และโทนสี แบบลงสีด้วยบาติก	32
6.17 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 1	33
6.18 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 2	33
6.19 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 3	34
6.20 คอนเซปปลายผ้า	35
6.21 แบบร่างภาพรวมของ Collection	35
6.22 แบบร่างคำว่าของ Element บนชุด	36
6.23 แบบร่างลงสี Digital ของ Element บนชุด	36
6.24 แบบร่างลงสี Digital ของ Element บนชุด ลงสีขึ้น Pattern กระดาษ	36
6.25 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง	37
6.26 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง	37
6.27 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง	38
6.28 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง	39
6.29 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง	40
6.30 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง	40
6.31 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง	41
7.1 Logo : Perlita	42
7.2 Alternative Logo : Perlita	42
7.3 นามบัตรด้านหน้า	43
7.4 นามบัตรด้านหลัง	43
7.5 Hangtag	44
7.6 ของจดหมาย	44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่	หน้า
7.7 Packaging	45
7.8 ภาพรวม Stationery and Packaging	45
7.9 Element ประกอบชุดด้วยเทคนิคบาติก.....	46
7.10 Pattern พร้อมลายผ้า ชุดว่ายน้ำ 1	46
7.11 ชุดว่ายน้ำ 1.....	46
7.12 Pattern พร้อมลายผ้า ชุดว่ายน้ำ 2	47
7.13 ชุดว่ายน้ำ 2.....	47
7.14 Pattern พร้อมลายผ้า ชุดว่ายน้ำ 3	48
7.15 ชุดว่ายน้ำ 3.....	48
7.16 Pattern พร้อมลายผ้า ผ้าคลุม 1	49
7.17 ชุดว่ายน้ำ 1 และ ผ้าคลุม 1.....	49
7.18 Pattern พร้อมลายผ้า ผ้าคลุม 2.....	50
7.19 ผ้าคลุม 2	52
7.20 Pattern พร้อมลายผ้า ผ้าพันคอ 1	52
7.21 ชุดว่ายน้ำ 1 และ ผ้าพันคอ 1	53
7.22 Pattern พร้อมลายผ้า ผ้าพันคอ 2	53
7.23 ชุดว่ายน้ำ 2 และ ผ้าพันคอ 2	53
7.24 Editorial Lookbook Layout.....	54
7.25 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 1.....	54
7.26 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 2.....	56
7.27 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 3.....	56
7.28 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 4.....	56
7.29 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 5.....	56
7.30 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 6.....	56
7.31 Editorial Lookbook.....	57
7.32 Video Lookbook	57

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ถ้าพูดถึงทะเลไทยที่สวยงามที่สุด ติดอันดับโลก คงหนีไม่พ้น "ทะเลไทย" ไม่ว่าจะเป็น เกาะสมุย เกาะพีพี เกาะช้าง เกาะหลีเป๊ะ หมู่เกาะสิมิลัน กระบี่ พังงา ภูเก็ต สมุย มีอีกมากมายที่พูดชื่อไปใครๆก็รู้จัก ความสวยงามระดับที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเรียกว่า "Paradise" และยังสามารถนํากันอย่างแพร่หลายในอินเทอร์เน็ตว่าเป็นทะเลที่ต้องไปให้ได้สักครั้งในชีวิตเสน่ห์ของทะเลไทย ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติได้อย่างมหาศาลต่อปี โดยเอกลักษณ์ของทะเลไทยคือ ความเป็นธรรมชาติแบบไม่ปรุงแต่ง น้ำทะเลสีเขียวใส มองเห็นตัวปลาแหวกว่ายเป็นกลุ่มเป็นก้อน ทรายชาวละเอยดนม ที่อยู่ภายใต้ฟ้าสีครามสดใส อีกทั้งยังมีบรรยากาศสบายๆ และความเป็นกันเองของชาวไทยที่ไม่เหมือนชาติใด

ความโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของทะเลไทยมีมากมายและแตกต่างกันหลายที่ ข้าพเจ้าจึงเลือกเอกลักษณ์ของทะเลไทยผ่านการดำน้ำที่สวยงามระดับโลก ได้แก่ หมู่เกาะสิมิลัน นํามาทำเป็นแบรนด์และสินค้าปีชัวร์เพื่อเผยแพร่สู่สากล

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. นำเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของทะเลไทยมาทำเป็นสินค้า Beachwear เพื่อเผยแพร่สู่สากล
2. เพื่อศึกษาระบบสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลบริเวณหมู่เกาะสิมิลัน
3. เพื่อศึกษาการสร้างสรรค์ลักษณะแบรนด์ Beachwear ที่มีเอกลักษณ์จากทะเลไทย
4. เพื่อศึกษาการออกแบบลวดลายบน Beachwear ที่มีเอกลักษณ์จากทะเลไทย
5. เพื่อศึกษาเทคนิคการพิมพ์ลายบนผ้าที่ใช้ทำ Beachwear

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1. CI ของแบรนด์ Beachwear ที่มีเอกลักษณ์จากทะเลไทย
2. Beachwear ที่มีเอกลักษณ์จากทะเลไทย (1 Collection)
 - ชุดว่ายน้ำ 3 ชุด
 - ผ้าคลุม 2 ชุด
 - ผ้าพันคอ 2 ผืน
3. Packaging ของ Beachwear ที่มีเอกลักษณ์จากทะเลไทย
 - 3.1 Box
 - 3.2 Hang tag
4. Communication for Branding
 - 4.1 Editorial Lookbook / Video Lookbook
 - 4.2 Posters
 - 4.3 Facebook / Instagram

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูล

1.1 เอกลักษณะทะเลไทย (หมู่เกาะสิมิลัน)

1.2 เทคนิคบาติก

1.3 กลุ่มเป้าหมาย

1.4 รวบรวมแบรนด์ปีชัวร์เทียบเคียง

2. วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

2.1 Concept ของแบรนด์

2.2 กลุ่มเป้าหมาย

2.3 เอกลักษณะและภาพลักษณ์ของแบรนด์

2.4 วางแนวทางการออกแบบ

3. ออกแบบ

4. พัฒนาแบบร่าง

5. นำเสนอผลงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

เอกลักษณ์ทะเลไทย

เสน่ห์ของทะเลไทย ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติได้อย่างมหาศาลต่อปี โดยเอกลักษณ์ของทะเลไทยคือ ความเป็นธรรมชาติแบบไม่ปรุงแต่ง น้ำทะเลสีเขียวใส มองเห็นตัวปลาแหวกว่ายเป็นกลุ่มเป็นก้อน ทรายชาวละเอยัดนม ที่อยู่ภายใต้ฟ้าสีครามสดใส นอกจากนี้ทัศนียภาพที่นาพิสมัยแล้ว ยังมีบรรยากาศสบายๆ และความเป็นกันเองของชาวไทยที่ไม่เหมือนชาติใดอีกด้วย ซึ่งทะเลแต่ละที่ก็จะมีเอกลักษณ์หรือจุดเด่นที่แตกต่างกัน เช่น ถ้าพูดถึงหมู่เกาะสิมิลันคือการดำน้ำ, ทะเลเกาะเสม็ดคือฟูลมูลปาร์ตี้ หรือ ฝรั่งเยอะ และทะเลภูเก็ตคือสวยครบเครื่องทั้งธรรมชาติและความเป็นกันเอง เป็นต้น ทะเลที่ข้าพเจ้าเลือกมาศึกษาคือ หมู่เกาะสิมิลัน

2.1 จุดเด่นหมู่เกาะสิมิลัน

หมู่เกาะสิมิลัน เป็นหมู่เกาะกลางทะเลอยู่ในบริเวณจังหวัดพังงา อีกทั้งยังเป็นแหล่งดำน้ำที่สวยงามที่สุดติดอันดับหนึ่งในสิบของโลก มีจุดดำน้ำตื่นและน้ำลึกที่น่าสนใจมากมาย เหมาะสำหรับนักดำน้ำทุกระดับประสบการณ์ตั้งแต่มือใหม่ขึ้นไปจนถึงระดับมืออาชีพ โดยเฉพาะหมู่เกาะสิมิลันแห่งเดียวที่มีจุดดำน้ำที่น่าสนใจมากกว่า 20 แห่งแล้ว นับเป็นสวรรค์ของนักดำน้ำและศูนย์รวมของสรรพชีวิตใต้โลกสีครามที่เต็มไปด้วยสีสันที่หาชมได้ยาก

หมู่เกาะสิมิลัน ตั้งอยู่ห่างจากทางเหนือของภูเก็ตประมาณ 100 กิโลเมตร เป็นหมู่เกาะเล็กๆ ในทะเลอันดามัน เต็มไปด้วยหินแกรนิตปกคลุมด้วยป่าเขตร้อน โอบล้อมไปด้วยหาดทรายขาวนวลละเอียดราวกับแป้งและน้ำทะเลใสเหมือนคริสตัล คำว่า สิมิลัน เป็นภาษาชวา หรือ มลายู แปลว่า แก้ว หรือ หมู่เกาะแก้ว ซึ่งมีทั้งหมด 9 เกาะ เรียงลำดับจากเหนือมาใต้ ได้แก่ เกาะหูง เกาะปายัง เกาะปาหยัน เกาะเมียง (มี 2 เกาะติดกัน) เกาะปายู เกาะหัวกระโหลก (เกาะบอน) เกาะสิมิลันและเกาะบาง ด้านชายฝั่งตะวันออก แนวปะการังบริเวณนี้ลึกลงไปประมาณ 30-40 เมตร เป็นลักษณะผาหิน นักท่องเที่ยวนิยมมาดำน้ำที่บริเวณนี้เพราะมีทั้งปะการังแข็ง ปะการังอ่อนและกัลปังหา สามารถดำน้ำลัดเลาะไปมาได้ ส่วนทางด้านตะวันตกจะเป็นจุดที่สร้างความตื่นเต้นและทำท่ายให้กับนักดำน้ำพอสมควร เนื่องจากเป็นจุดดำน้ำที่ลึก กระแสน้ำมักจะมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างรุนแรง จึงเหมาะกับนักดำน้ำที่มีประสบการณ์สูง ซึ่งบริเวณนี้มีกองหินใหญ่หลายก้อนเต็มไปด้วยปะการังอ่อน กัลปังหาและฝูงปลาสีส้มสวยงามมากมาย ชวนให้คุณมาสัมผัสกับเหล่าสัตว์ทะเลได้อย่างใกล้ชิดแบบสุดๆ

2.2 สิ่งมีชีวิตใต้ทะเลบริเวณหมู่เกาะสิมิลัน









2.2.1 ประเภทปะการัง

					
ปะการังใบไม้	ปะการังดอกเห็ด	ปะการังพุ่มแบบฟองน้ำ	ปะการังถ้วย	ปะการังคอก	กัลปังหาขนนก
					
ปะการังอ่อนสีชมพูใส	ปะการังอ่อน	ปะการังอ่อนดอกกะหล่ำ	ดอกไม้ทะเล	กองหินแฟนตาซี	

ภาพที่ 2.1 สิ่งมีชีวิตใต้ทะเลบริเวณหมู่เกาะสิมิลัน ประเภทปะการัง

2.2.2 ประเภทปลาทะเล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

					
ปลาบิน	ปลาผีเสื้อ พระจันทร์	ปลาเขานoire	ปลาไหลทะเล	ปลาหัวตัวตลก	ปลาสิงโต
					
ปลาตาหวาน	โลมา				

ภาพที่ 2.2 สิ่งมีชีวิตใต้ทะเลบริเวณหมู่เกาะสิมิลัน ประเภทปลาทะเล

2.2.3 ประเภทปลาที่ชอบอาศัยอยู่ในแหล่งปะการัง

					
ปลาการ์ตูน	ปลาผีเสื้อคอขาว	ปลานางฟ้า	ปลาอินเดียนแดง	ปลาสลิดหิน	

ภาพที่ 2.3 สิ่งมีชีวิตใต้ทะเลบริเวณหมู่เกาะสิมิลัน ประเภทปลาที่ชอบอาศัยอยู่ในแหล่งปะการัง

2.2.4 ประเภทปลาที่ชอบอยู่เป็นฝูง

					
ปลาอมไข่	ปลาแพะแถบ เหลือง	ปลาสร้อยนกเขา	ปลาสาก		

ภาพที่ 2.4 สิ่งมีชีวิตใต้ทะเลบริเวณหมู่เกาะสิมิลัน ประเภทปลาที่ชอบอยู่เป็นฝูง

2.2.5 ประเภทอื่นๆ

					
ดาวขนนก	มีน้ำ	ดาวทะเล	หอบมือเสือ	ทากทะเล	เต่าทะเล

ภาพที่ 2.5 สิ่งมีชีวิตใต้ทะเลบริเวณหมู่เกาะสิมิลัน ประเภทอื่นๆ

ที่มา : เว็บไซต์กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 จุดดำน้ำยอดนิยมบริเวณหมู่เกาะสิมิลัน

หินหัวช้าง ความงดงามใต้ท้องทะเลอันดามัน อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน เป็นแหล่งดำน้ำลึกที่มีชื่อเสียงของหมู่เกาะสิมิลัน ลักษณะเป็นกองหินใต้น้ำขนาดใหญ่โผล่พ้นน้ำเป็นรูปหัวช้าง หรือหัวกะโหลก ส่วนลึกลงไปใต้ผิวน้ำนั้นเต็มไปด้วยโพรงถ้ำและสิ่งมีชีวิตใต้น้ำมากมายหลากหลาย

คริสมาสต์พอยต์ เป็นกองหินใต้น้ำขนาดใหญ่ที่มีความสวยงามลึกลับซับซ้อนกันเป็นบริเวณกว้าง จะมีแนวปะการัง และกัลปังหาที่สมบูรณ์ และยังเป็นที่อยู่ของปลาหลากชนิด เช่น ปลาไหลริบบิ้น ฉลามครีบเงิน ปลาเก๋า ปลานู กุ้งตึกแตง

ดำน้ำตื่นที่สแนปเปอร์แอลเลย์ และกอริลเบย์ ด้านตะวันออกของชายฝั่ง นับว่าเป็นแหล่งดำน้ำยอดนิยมของเหล่าบรรดานักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกิจกรรมดำน้ำเป็นอย่างมาก เต็มไปด้วยแนวปะการังแข็งและปะการังอ่อนที่มีความอุดมสมบูรณ์และสวยงาม โดยเฉพาะตามพื้นทรายในเขตนอกแนวปะการังใต้น้ำลึก จะพบเห็นปลาไหลสวนและฉลามเสือดำบ่อยครั้ง

แฟนตาซีรีฟ (เกาะแปด) ความงดงามใต้ท้องทะเลอันดามัน ความงดงามใต้ท้องทะเลอันดามัน จุดดำน้ำลึกที่มีชื่อเสียงที่สุดของเกาะสิมิลัน มีลักษณะเป็นโขดหินรูปลักษณะต่างๆแปลกตาหลากหลาย ส่วนภูมิภาคนี้ใต้ทะเลเป็นที่เลี้ยงดูในด้านการสวยงาม และฝูงปลาจำนวนมากมาย โดยเฉพาะคลาวทริกเกอร์ หรือ ทริกเกอร์ตัวตลก จัดได้ว่าเป็นปลาทริกเกอร์ชนิดที่มีสีสันสวยงามชนิดหนึ่ง พบเห็นบ่อยครั้งภายใต้ความลึกประมาณ 15-20 เมตร นอกจากนี้ยังสามารถพบเห็นปลากะเบนขนาดใหญ่ที่อาจอาศัยอยู่ตามบริเวณพื้นทราย หรือหน้าดินใต้ทะเล

กองหินริเชิลิว กลุ่มหินแกรนิตขนาดใหญ่ ลักษณะกองหินใต้น้ำโผล่ขึ้นมาจากใต้น้ำทะเลในระดับความลึกราว 33 เมตร เป็นพื้นที่เสี่ยงสำหรับการก่อเกิดความอันตรายแต่พื้นผิวใต้ท้องเรืออย่างมาก กองหินริเชิลิวนับว่ามีชื่อเสียงและเป็นจุดดำน้ำสำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของเมืองไทยมาก เป็นที่อยู่อาศัยของปะการัง ดอกไม้ทะเล และสัตว์ทะเลมากมายน่าตื่นตาตื่นใจ และยังคงเป็นจุดดำน้ำที่พบฉลามวาฬบ่อยที่สุดแห่งหนึ่งของโลกอีกด้วย

อันดามันรีฟ เป็นบริเวณแนวปะการังที่กระจัดกระจายอยู่ตามพื้นทราย เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของปลาเล็กปลาน้อยจำนวนมาก โดยเฉพาะฝูงปลาราคูดำและสัตว์ใต้ท้องทะเลที่มีสีสัน ประเภทจำพวกนักล่าอย่างปลาไหลมอเรย์ และปลาสิงโตที่ชอบหลบซ่อนตามซอกหินของแนวปะการัง พื้นที่โซนนี้จัดว่าเหมาะสำหรับการถ่ายภาพใต้น้ำอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการถ่ายภาพใต้น้ำมาโคร

เกาะบอนและเกาะตาชัย จุดดำน้ำที่มีความปลอดภัย น้ำสวยใส เป็นจุดดำน้ำในระดับน้ำตื้นระยะต่ำกว่าประมาณ 30 เมตร มีปะการังอ่อนขนาดเล็ก เป็นแหล่งที่อยู่ของปลาที่ขุกชุมมากมาย และยังเป็นจุดที่พบปลากะเบนราหูได้บ่อยที่สุด อีกทั้งชายหาดของเกาะนี้ยังเป็นที่วางไข่ของเต่าทะเลหลายชนิด ซึ่งเป็นจุดนิยมแห่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจพอสมควร

บทที่ 3

การออกแบบแบรนด์ดิ้ง

การออกแบบแบรนด์ดิ้ง คือ การสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทและสินค้าออกไปสู่สายตาของผู้บริโภค เพื่อสื่อสารทัศนคติและแนวคิดของแบรนด์ให้ออกเป็นรูปธรรมมากที่สุด

3.1 ความหมายของแบรนด์ดิ้ง

แบรนด์ดิ้ง คือ วิธีการที่คุณทำเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทออกไปสู่สายตาของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเว็บไซต์ การออกแบบโฆษณา การเลือกสีเฉพาะตัวที่สื่อถึงตัวองค์กร โลโก้ หรือการใช้งานโซเชียลมีเดีย การทำแบรนด์ดิ้งจุดประสงค์หลักก็เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่ายขึ้นว่าบริษัทของคุณต้องการนำเสนออะไร และมีความแตกต่างจากบริษัทอื่นอย่างไร ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับวิธีการสื่อสารที่คุณนำเสนอออกไป เช่น บรรยากาศและสภาพแวดล้อมของร้านค้า การบริการของพนักงานภายในร้าน เครื่องแบบพนักงาน การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

3.2 องค์ประกอบของอัตลักษณ์

1. การใช้สัญลักษณ์ เพื่อแสดงภาพลักษณ์ของแบรนด์ ควรใช้อย่างเป็นระบบทั้งชื่อ สัญลักษณ์ สี รวมถึงการออกแบบอื่นๆ เพื่อแสดงให้เห็นคุณค่าและภาพลักษณ์ของแบรนด์
2. การสื่อสาร เป็นการเผยแพร่ข่าวสาร การรับรู้ของแบรนด์แก่ผู้บริโภคไม่อาจจะด้วยการโฆษณาหรือส่งเสริมการขาย เป็นต้น
3. พฤติกรรมขององค์กร เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่แสดงภาพลักษณ์แบรนด์ เพราะพฤติกรรมองค์กรมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรหรือแบรนด์แก่ผู้บริโภคด้วย เช่น การทำ Corporate Social Responsibility เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร เป็นต้น

การสร้างอัตลักษณ์องค์กรควรมีการกำหนดก่อนว่าอะไรคืออัตลักษณ์หลักที่จะเป็นแก่นแท้ของแบรนด์ สะท้อนตัวตนและลักษณะเฉพาะของแบรนด์นั้น แล้วมีอะไรที่เป็นอัตลักษณ์ส่วนขยายที่จะช่วยส่งเสริมความเป็นตัวตนของแบรนด์มากยิ่งขึ้น

3.3 การสร้างอัตลักษณ์

กระบวนการสร้างอัตลักษณ์สามารถทำได้ ดังนี้

1. ดำเนินการเก็บข้อมูล เพื่อให้เกิดความชัดเจนของภาพลักษณ์ที่ต้องการสื่อ อาจได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริง และใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ต่อไป
2. การกำหนดกลยุทธ์ที่ชัดเจน เป็นขั้นการสังเคราะห์ข้อมูล ให้ได้ความกระจ่างในความเป็นตัวตนที่แท้จริงของแบรนด์ แล้วจึงนำมากำหนดวางตำแหน่งให้แบรนด์แตกต่างจากคู่แข่ง หรือสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์เพื่อใช้สื่อสารกับผู้บริโภคต่อไป
3. การออกแบบอัตลักษณ์ ควรจะมีความชัดเจน หนักแน่น และเข้าใจง่าย และสอดคล้องกับภาพลักษณ์หลักของแบรนด์ เป็นขั้นตอนที่แสดงภาพลักษณ์ของแบรนด์ออกมาเป็นรูปธรรมได้
4. ประเมินผลการออกแบบแบรนด์ โดยวิธีที่ดีที่สุดคือการสอบถามกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง
5. การสร้างจุดสัมผัสสัมผัส เป็นขั้นตอนที่ตรวจสอบการออกแบบ ทดสอบว่าสิ่งที่ออกแบบนั้นใช้ได้กับทุกงานหรือไม่ และสอดคล้องเป็นรูปธรรมตามภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่ตั้งไว้หรือไม่ เพื่อจะได้ปรับแก้ให้การออกแบบตอบสนองต่อความต้องการของแบรนด์
6. การจัดการคุณค่าของแบรนด์ กำหนดสิ่งแวดล้อมให้กับแบรนด์ และติดตามประเมินผล เพื่อควบคุมให้งานออกแบบอัตลักษณ์ถูกใช้อย่างต่อเนื่อง และถูกต้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 สัญลักษณ์

“สัญลักษณ์ หมายถึง ลักษณะของสิ่งใดๆ ที่กำหนดนิยามกันขึ้นมาเองให้ใช้หมายความแทนอีกสิ่งหนึ่ง” จาก พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525

The Oxford English Dictionary (เดลเลน (Allen), 1990) ให้ความหมายของคำว่าสัญลักษณ์ไว้ 2 ความหมาย ดังนี้

1. สิ่งที่เป็นตัวแทนของสิ่งอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัตถุซึ่งเป็นตัวแทนของสิ่งที่ไม่ใช่วัตถุหรือสิ่งที่เป็นนามธรรม
2. ตัวอักษรที่เขียนขึ้นหรือเครื่องหมาย (Mark) ที่ใช้เป็นตัวแทนบางสิ่งบางอย่าง เช่น ตัวอักษร รูปร่าง หรือ

เครื่องหมายแทนวัตถุกระบวนการบางอย่าง เป็นต้น

วิรุณ ตั้งเจริญ (2526) กล่าวว่าสัญลักษณ์คือ สื่อความหมายที่แสดงนัยหรือเอนไขความคิด เพื่อเป็นการบอกให้ทราบถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งมีผลทางด้านความรู้สึกหรือทัศนคติ

ฉะนั้นอาจสรุปได้ว่าสัญลักษณ์ คือ สิ่งที่ใช้เป็นตัวแทนของสิ่งหนึ่งเพื่อให้เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม แม้สิ่งนั้นจะเป็นเพียงนามธรรม

ตราสัญลักษณ์ (Logo) ราชบัณฑิตยสถาน (2530) ให้ความหมายของคำว่า “ตราสัญลักษณ์ ไว้ว่า คำว่า Logo ตัดทอนมาจาก Logotype หมายถึง เครื่องหมาย ตรา สัญลักษณ์ ซึ่งสื่อความหมายเฉพาะถึงส่วนราชการ มูลนิธิสมาคม บริษัท ห้างร้าน ฯลฯ อาจจะเป็นตัวอักษรหรือรูปภาพ หรือทั้งสองอย่างประกอบกัน รูปภาพนั้นมักจะเป็นลักษณะเรขาคณิต (Graphic Art)”

เครื่องหมายการค้า (Trade Mark) หมายความว่า “เครื่องหมายที่เจ้าของเครื่องหมายรับรองใช้ หรือจะใช้เป็นที่หมาย หรือเกี่ยวข้องกับสินค้า หรือบริการของบุคคลอื่น เพื่อเป็นการรองรับเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ หรือลักษณะใดๆ ของสินค้านั้นหรือรองรับเกี่ยวกับสภาพ คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใดของบริการนั้น” (ทองเจือ เขียดทอง, 2548 ,65)

3.5 การออกแบบสัญลักษณ์และเครื่องหมาย

1. หลักในการออกแบบตราสัญลักษณ์

- 1.1 การใช้ตารางกริด
- 1.2 คำนึงถึงสัดส่วนที่จะนำไปใช้เป็นสำคัญ
- 1.3 มีเอกภาพ การจัดวางควรจัดวางให้มีความกลมกลืน มีการนำองค์ประกอบในการออกแบบมาใช้ อย่างเหมาะสม
- 1.4 มีความโดดเด่น สื่อความหมายชัดเจน
- 1.5 มีความร่วมสมัยเข้าถึงคนสมัยนั้นๆ ได้
- 1.6 มีความเรียบง่าย จะช่วยให้ เข้าใจได้ง่ายว่าสื่อความหมายถึงอะไร

2. แนวทางการออกแบบ

- 2.1 ออกแบบโดยใช้เส้น
- 2.2 ออกแบบโดยใช้รูปทรงเรขาคณิต
- 2.3 ออกแบบโดยใช้เงา
- 2.4 ออกแบบโดยใช้ Figure and Ground
- 2.5 ออกแบบโดยใช้เทคนิคการออกแบบ
 1. การตัดทอน
 2. การบังหรือการซ้อน
 3. ออกแบบให้เกิดการเคลื่อนไหว 4. มีความต่อเนื่องกัน 5. มองได้จากหลายด้าน 2.6 ออกแบบโดยวิธีบวกหรือเพิ่ม คือการแทรกภาพลงในตัวอักษรหรือแทรกตัวอักษรลงในภาพ 2.7 ออกแบบโดยใช้ตัวอักษร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6 กรณีศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์ที่เคยมีมา

แบรนด์ปีชแวลร์

3.6.1. SEAFOLLY

SEAFOLLY
australia

ภาพที่ 3.1 Logo ของ Seafolly

ที่มา : <https://www.seafolly.com/au>



ภาพที่ 3.2 Color Palette ของ Seafolly



ภาพที่ 3.3 Brand Imagery ของ Seafolly

ที่มา : <https://www.instagram.com/seafollyaustralia/>

3.6.2. MAAJI


Maaji

ภาพที่ 3.4 Logo ของ Maaji

ที่มา : <https://www.maaji.co/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.5 Color Palette ของ Maaji



ภาพที่ 3.6 Brand Imagery ของ Maaji

ที่มา : <https://www.instagram.com/maajiswimwear>

3.6.3. MILEA

miléa

ภาพที่ 3.7 Logo ของ Milea

ที่มา : <http://milearesort.com/>



ภาพที่ 3.8 Color Palette ของ Milea



ภาพที่ 3.9 Brand Imagery ของ Milea

ที่มา : <https://www.instagram.com/milearesort/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6.4. AQUA BENDITA

agua bendita

ภาพที่ 3.10 Logo ของ Aqua Bendita
ที่มา : <https://aguabendita.com/>



ภาพที่ 3.11 Color Palette ของ Aqua Bendita



ภาพที่ 3.12 Brand Imagery ของ Aqua Bendita
ที่มา : <https://www.instagram.com/aguabenditasw>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การออกแบบลวดลายของปีชแวร์

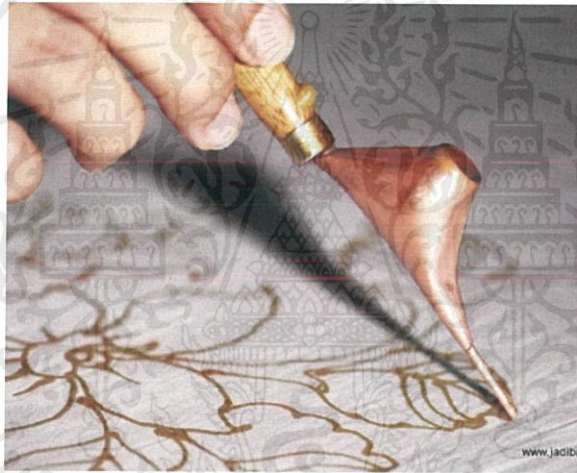
การออกแบบลวดลายของปีชแวร์ คือ การสร้างลวดลายจากเทคนิคต่างๆที่เหมาะสมกับบรรยากาศของทะเลหรือแรงบันดาลใจของนักออกแบบ ในที่นี้ข้าพเจ้าเลือกเทคนิคบาติก เนื่องจากเทคนิคบาติกเป็นการเขียนเทียนบนผืนผ้าซึ่งลวดลายที่ได้มีความอ่อนไหวและพลิ้วไหวจากเส้นเทียนที่ไม่สามารถควบคุมขนาดของเส้นได้และการซึมเข้าหากันของสีบาติกที่มีเอฟเฟคคล้ายสีน้ำที่มีกระดาษคือผืนผ้า

4.1 เอกลักษณะบาติก

เอกลักษณ์บาติกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การกันสีเขียนเทียน และ สีย้อมเย็น

ส่วนที่ 1 : การกันสีเขียนเทียน

การเขียนด้วยเทียน Wax- writing ดัง นั้นผ้าบาติกจึงเป็นลักษณะผ้าที่มีวิธีการผลิตโดยใช้เทียนปิดในส่วนที่ไม่ต้องการให้ติด ด้วยจันตัง (Canting หรือ Tjanting) เป็นเครื่องมือสำหรับใช้เขียนเทียนลงบนผ้า



ภาพที่ 4.1 การเขียนด้วยเทียนโดยใช้จันตัง

ที่มา : [https://www.gettyimages.com/photos/tjanting-](https://www.gettyimages.com/photos/tjanting-needle?sort=mostpopular&mediatype=photography&phrase=tjanting%20needle)

[needle?sort=mostpopular&mediatype=photography&phrase=tjanting%20needle](https://www.gettyimages.com/photos/tjanting-needle?sort=mostpopular&mediatype=photography&phrase=tjanting%20needle)

ส่วนที่ 2 : สีย้อมเย็น

การทำผ้าบาติกต้องใช้สีย้อมเย็น คือย้อมในน้ำสีที่มีอุณหภูมิ ประมาณ 30 องศาเซลเซียส และไม่ควรร้อยเกิน 40 องศาเซลเซียส ถ้าร้อนกว่านี้จะทำให้เทียนละลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2 สีย้อมเย็นเพื่อระบายบนผ้าบาติก
ที่มา : <http://www.startmaterial.com/Paintcolor/batikcolour.html>

4.2 เอฟเฟคบาติก

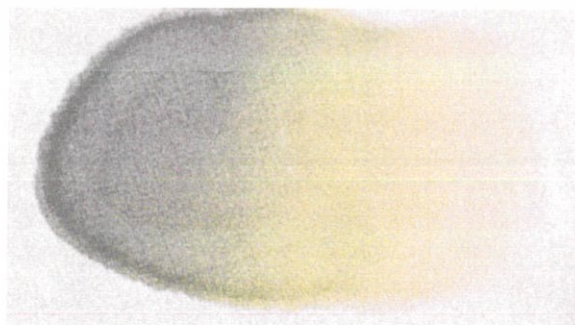
สีบนผ้า

4.2.1. สีเจือจางด้วยน้ำ



ภาพที่ 4.3 สีเจือจางด้วยน้ำ
ที่มา : www.pinterest.com

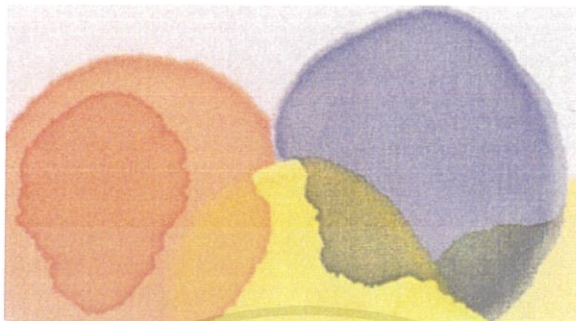
4.2.2. เปียกบนเปียก



ภาพที่ 4.4 เปียกบนเปียก
ที่มา : www.pinterest.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.3. แห้งบนแห้ง



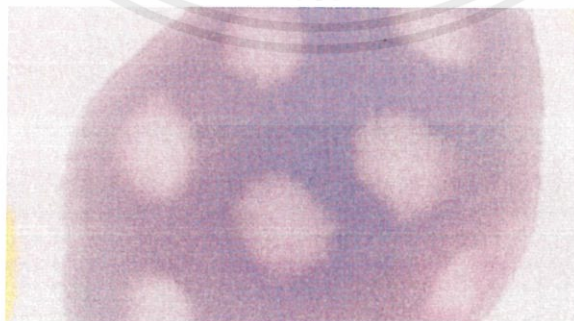
ภาพที่ 4.5 แห้งบนแห้ง
ที่มา : www.pinterest.com

4.2.4. แห้งด้วยไดร์



ภาพที่ 4.6 แห้งด้วยไดร์
ที่มา : www.pinterest.com

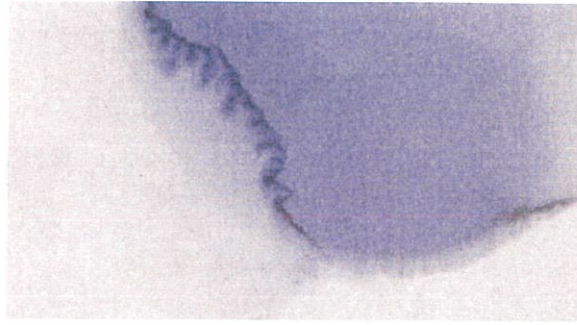
4.2.5. น้ำบนเปียก



ภาพที่ 4.7 น้ำบนเปียก
ที่มา : www.pinterest.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.6. น้ำบนแห้ง



ภาพที่ 4.8 น้ำบนแห้ง
ที่มา : www.pinterest.com

4.3 เทคนิควาดก

4.3.1. เขียนเทียน



ภาพที่ 4.9 เขียนเทียน
ที่มา : www.pinterest.com

4.3.2. ลงซ้ำ



ภาพที่ 4.10 ลงซ้ำ
ที่มา : www.pinterest.com

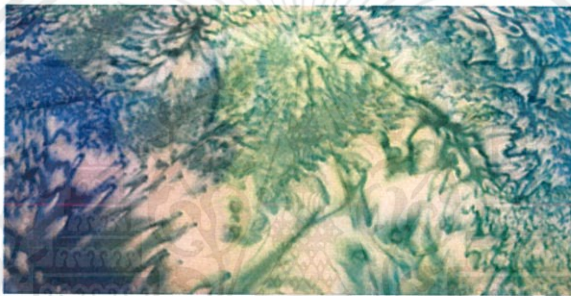
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.3. กัดสี



ภาพที่ 4.11 กัดสี
ที่มา : www.pinterest.com

4.3.4. ไรยเกล็ด



ภาพที่ 4.12 ไรยเกล็ด
ที่มา : www.pinterest.com

4.3.5. เทียนแตก



ภาพที่ 4.13 เทียนแตก
ที่มา : www.pinterest.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.6. Block



ภาพที่ 4.14 Block
ที่มา : www.pinterest.com

4.4. ผ้าที่ใช้ทำบาติก

ผ้าที่เหมาะสมที่จะทำผ้าบาติกนั้นจะทำจากใยธรรมชาติเพราะง่ายต่อการติดสี ผ้าที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นผ้าเนื้อบาง เช่น มัสลิน ไหมไทย ไหมจีน ไหมญี่ปุ่น ผ้าชีฟอง ผ้าฝ้าย ผ้าป่าน ผ้าเมมเบ็ด เลื่อยัดจากฝ้าย(cotton) ก่อนลงมือทำให้นำผ้ามาซักเสียก่อน ถ้าเป็นผ้าใหม่ให้ต้มด้วยน้ำสบู่ประมาณ 5-10 นาที แล้วซักให้สะอาด เลื่อยัดก็เช่นเดียวกัน ทั้งนี้เพราะว่าต้องการให้สารเคมีเคลือบนั้นหลุดออกจากเส้นใยผ้า ถ้าต้องการทราบว่าผ้าชนิดใดติดสีดีหรือไม่ ให้เอาเศษผ้ามาเผาด้วยไฟดู ถ้าลูกขนเหมือนเผากรดาษก็ใช้ได้ ถ้าเผาไฟดูแล้วไหม้ไฟแบบเผาพลาสติกผ้าชนิดนั้นใช้ไม่ได้



ภาพที่ 4.15 ผ้าจากใยธรรมชาติ

ที่มา : <https://www.indiamart.com/microtex-fashion-industries/linen-cotton-fabric.html>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5. กรณีศึกษาการออกแบบลวดลายที่เคยมีมา

4.5.1. Block



ภาพที่ 4.16 บาติกเทคนิค Block

ที่มา : <http://stylecourt.blogspot.com/2012/10/reminds-me-of.html>

4.5.2. Block+เขียนมือ



ภาพที่ 4.17 บาติกเทคนิค Block+เขียนมือ

ที่มา : <https://www.indiamart.com/microtex-fashion-industries/linen-cotton-fabric.html>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5.3. สีเพ้นท์รูปกันหอย + เกลือ



ภาพที่ 4.18 บาติกเทคนิค สีเพ้นท์รูปกันหอย + เกลือ

ที่มา : www.pinterest.com

ภาพที่ 4.19 ภาพระหว่างกระบวนการศึกษาเทคนิคบาติก การชิงผ้าบาติกบนกรอบไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

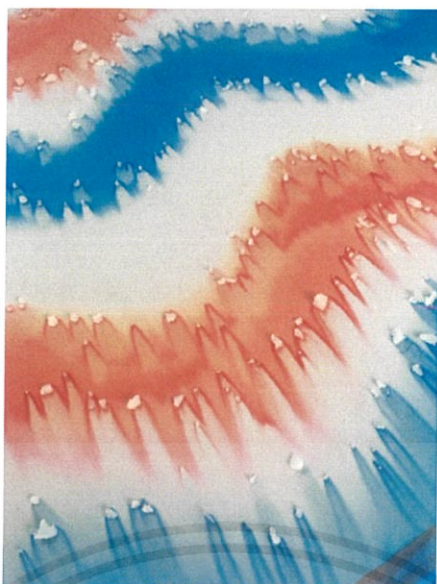


ภาพที่ 4.20 ภาพระหว่างกระบวนการศึกษาเทคนิคบาติก การเขียนเขียนดาวน์ชั้นตั้ง



ภาพที่ 4.21 ภาพระหว่างกระบวนการศึกษาเทคนิคบาติก การลงสีบาติกในกรอบเขียนที่ร่างไว้แล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.22 ภาพระหว่างกระบวนการศึกษาเทคนิคบดก การทดลองใช้เกลือบนสีบาติกที่เปียกอยู่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

5.1 แบรินด์บิชแวร์ที่มีเอกลักษณ์จากทะเลไทย PERLITA (Brand Story)

เรื่องราวของแบรินด์บิชแวร์ที่มีเอกลักษณ์จากทะเลไทย PERLITA เริ่มจากการนำเอกลักษณ์จากทะเลไทยที่ต่างจากทะเลชาติอื่นคือความซิลล์(สลายๆ) ของทั้งบรรยากาศและผู้คน ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาจากหน้าหลายประเทศให้มาเยี่ยมเยือนอยู่เสมอ ซึ่งแตกต่างอย่างชัดเจนกับทะเลชาติอื่น เช่น ทะเลออสเตรเลียที่สวยงามด้วยทัศนียภาพทางธรรมชาติและโดดเด่นด้วยกิจกรรมกลางแจ้งทุกแขนง, ทะเลฟิลิปปินส์ที่เต็มไปด้วยผืนป่าผืนน้ำและธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ที่สุดในโลก, ทะเลบราซิลเลื่องชื่อด้วยความฮอตของอากาศและผู้คน ฯลฯ

PERLITA จึงจับเรื่องราวของทะเลไทย โดยเอกลักษณ์เด่นทางธรรมชาติ สัตว์และพืชพรรณที่พบได้ในทะเลไทย แต่ละสถานที่ที่เป็นความทรงจำมาสร้างสรรคัลวดลายบนบิชแวร์สไตล์งานฝีมือ ที่จะทำให้ทุกคนจินตนาการไม่รู้ลืม

5.2 อินไซด์ ลักษณะเด่น และแรงบันดาลใจในการออกแบบ

ข้าพเจ้าเริ่มจากการตั้งคำถามว่า "ทำไมเราต้องไปเที่ยว โดยเฉพาะทำไมต้องไปทะเล?" ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดมาก มีคำตอบมากมาย แต่สุดท้ายทุกคนต่างต้องการออกไปเที่ยวเพื่อมีบางอย่างติดตัวกลับมา นั่นคือ 'ความทรงจำ'

PERLITA จึงหยิบเอาเรื่องของความทรงจำ ซึ่งเป็นอินไซด์มาสร้างเป็นลักษณะเด่น(Brand DNA) ที่ว่าด้วย 'ความทรงจำจากทะเล' ข้าพเจ้าเห็นว่ามีความหลายอย่างที่สามารถเป็นความทรงจำจากทะเลได้ไม่จำเป็น หอย ปะการัง ทราวย คลื่นลม แต่ไม่มีสิ่งไหนสะท้อนความเป็นผู้หญิงฉบับกลุ่มเป้าหมายได้ดีไปกว่า 'ไข่มุก' แบรินด์ PERLITA จึงใช้ไข่มุกเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ

5.3 กลุ่มเป้าหมาย

จากแบบสอบถาม (ของผู้ออกแบบบิชแวร์) มีการวางแผนการสำรวจคือ มีการวางกลุ่มเป้าหมายที่จำสัมภาษณ์ว่าเป็นกลุ่มหญิงวัยทำงานที่มีอายุ 20-40 ปี ที่อยู่บริเวณกรุงเทพมหานคร จากผู้เข้าร่วมทำแบบสอบถามทั้งหมด 72 คน เพื่อรวบรวมข้อคิดเห็นเกี่ยวกับความชอบ พฤติกรรม ในการซื้อบิชแวร์ และข้อเสนอแนะอื่นๆ

Research Methodology

หญิง, อายุ 20-40 ปี, กทม., 72 คน

แบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกซื้อชุดว่ายน้ำ (Beachwear) มี 10 ข้อสั้นๆ

คุณชอบสวมชุดแบบไหนบนชุดว่ายน้ำ / Beachwear

- เรียบ สั้น
- ทรงพีช Geometric
- สวมใส่สบาย
- สวมใส่แล้วรู้สึกเย็นสบาย
- อื่นๆ

กิจกรรมที่คุณใช้ชุดว่ายน้ำ / Beachwear

- Takeaway (ไปเที่ยว)
- ไปพักผ่อน (ไปทะเล/ชายหาด)
- ไปทำกิจกรรมอื่นๆ
- ออกกำลังกาย
- อื่นๆ

คุณซื้อชุดว่ายน้ำ / Beachwear ประเภทไหน

- ไปพักผ่อน/เที่ยว
- ออกกำลังกาย/ออกกำลังกาย
- อื่นๆ

คุณคิดถึงอะไรเมื่อคุณนึกถึง "Summer Memories"

- ทะเล
- น้ำแข็ง
- อ่างน้ำพุ/สระว่ายน้ำ

Mood theme แบบไหนที่ชื่นชอบ

- 1 Tropical Thailand
- 2 Blue Paradise
- 3 What's Hot
- 4 Sunshine of Your Smile

ปกติคุณซื้อชุดว่ายน้ำ / Beachwear ในราคา (ต่อ 1 ชิ้น)

- ต่ำกว่า 500 บาท
- 500 - 1000 บาท
- 1000 - 2000 บาท
- 2000 บาทขึ้นไป

ช่องทางในการซื้อชุดว่ายน้ำ / Beachwear

- Instagram

ภาพที่ 5.1 แบบสอบถามของผู้ออกแบบบิชแวร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Research Methodology

MAIN OUTCOMES

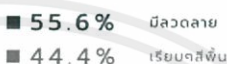
คุณเลือกซื้อชุดว่ายน้ำ /
Beachwear จากอะไร



คุณคิดถึงอะไรเมื่อพูดถึงคำว่า
"Summer Memories"



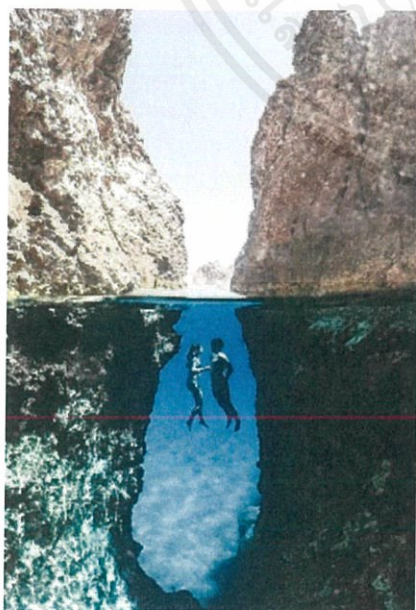
คุณชอบลวดลายแบบไหนบน
ชุดว่ายน้ำ / Beachwear



ภาพที่ 5.2 ผลสำรวจของผู้ออกแบบบีชแวร์

ได้ผลสำรวจออกมาโดยสรุปว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุเฉลี่ยที่ 26 ปี และมีรายได้ระหว่าง 20,000-50,000 บาท ซื้อชุดว่ายน้ำจากความเข้ากับสไตล์ความเป็นคุณและรูปร่างของคุณ ชอบบีชแวร์ที่มีลวดลาย ชอบ Moodtone : Blue Paradise และปกติกู้ซื้อบีชแวร์ในราคา 1,000-3,000 บาท ผ่านทางช่องทาง Instagram และหน้าร้าน จากการสรุปผลสำรวจดังกล่าวจึงได้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของแบรนด์ คือ

1. ผู้หญิง อาศัยอยู่ในเมือง ทำงานอายุ 20-40 ปี เงินเดือน 20,000-50,000 บาท
2. ชอบลวดลาย ชอบพักผ่อน ชอบงานฝีมือ ท่องเที่ยว และการมีความสัมพันธ์ที่ดี



HOPELESS ROMANTIC WOMAN

Target Audience

"Everything I've never done,
I want to do with you"

DEMOGRAPHIC

Age	20 - 40
Gender	Female
Address	Urban
Jobs	Working/ Middle class
Income	20,000 - 50,000 THB
Relationship	Individual, Couple, Family, Group

PSYCHOGRAPHIC

Attitude	Work-Life-Balance
Interests	Travel, Novel, Romance, Photography, Blogging
Characteristic	Traveling, Delicate, Romantic, Social
Life Goal	Great relationship
Fear	Being alone, Unwanted
Motivation	Connection, Belonging, Specialty

ภาพที่ 5.3 Segment : Hopeless Romantic Woman

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

TARGET PERSONA

เดียร์

"I love those random memories that make me stop and just smile"



BIO

เดียร์ ผู้หญิงยุคใหม่ ชอบเดินทางท่องเที่ยว เธอเชื่อว่าทุกสถานที่มีความทรงจำ เธอเที่ยวทุกวันหยุดพักผ่อน เธอใช้ชีวิตแบบ Work-Life-Balance ทำงานเก็บเงินเพื่อไปเที่ยวและมีความสุขกับชีวิต

GOALS

- อยากดูดีและรู้สึกพิเศษเวลาไปเที่ยว
- อยากสร้างความทรงจำและความสัมพันธ์ที่ดีกับคนพิเศษ
- อยากได้ประสบการณ์ระหว่างทางที่น่าประทับใจไม่แพ้จุดหมาย

MOTIVATIONS

Price

Function

Quality

Fashion

PERSONALITY

Extrovert Introvert

Sensing Intuition

Thinking Feeling

Judging Perceiving

FRUSTRATIONS

- รู้สึกไม่สำคัญ ไม่พิเศษ ดูไม่ดี
- ความสัมพันธ์พัง
- เวลาไปเที่ยวรู้สึกไม่บันเทิง ไม่กล้าทำให้ไม่สนุกและบรรยากาศเสีย

BUYING CHANNELS

Instagram

Facebook

Brand Website

Store

eCommerce site

AGE 27

OCCUPATION HR

INCOME 35K/M

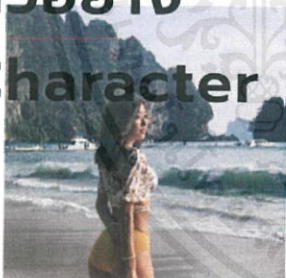
LOCATION Bangkok

ARCHETYPE Lover

idealistic	like to travel
artistic	warm

ภาพที่ 5.4 Target Persona

ตัวอย่าง Character



ยิปซี คีร์ติ

IDEALISTIC

- โพลสรุปธรรมชาติ ดอกไม้ ต้นไม้ ทะเล
- โพลข้อความแนว เกี่ยวกับทะเล ธรรมชาติ ความโรแมนติก และอารมณ์ปัจจุบัน
- #gypsyisnotagardener

แนนซี นัยน์ภัก

LIKE TO TRAVEL

- โพลสรุปท่องเที่ยวทะเล ดำน้ำ ธรรมชาติต่างๆ และกิจกรรมชายฝั่ง (มีรูปกิจกรรมร่วมกับแฟน)
- โพลข้อความเกี่ยวกับชีวิตส่วนตัวและกิจกรรมต่างๆ
- ภูมิใจกับความเป็นตัวเองและมีความสุข

นท พนายางกูร

ARTISTIC / INSPIRATIONAL

- โพลสรุปท่องเที่ยวธรรมชาติ ดอกไม้ ต้นไม้ ป่าทะเล ต่างประเทศ แคนดิด และงานศิลปะ
- โพลข้อความเกี่ยวกับชีวิตส่วนตัว สไตล์แต่งตัว ความสุข และความอิสระ
- ติดฟิลสติกสแกน

ภาพที่ 5.5 ตัวอย่าง Character

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

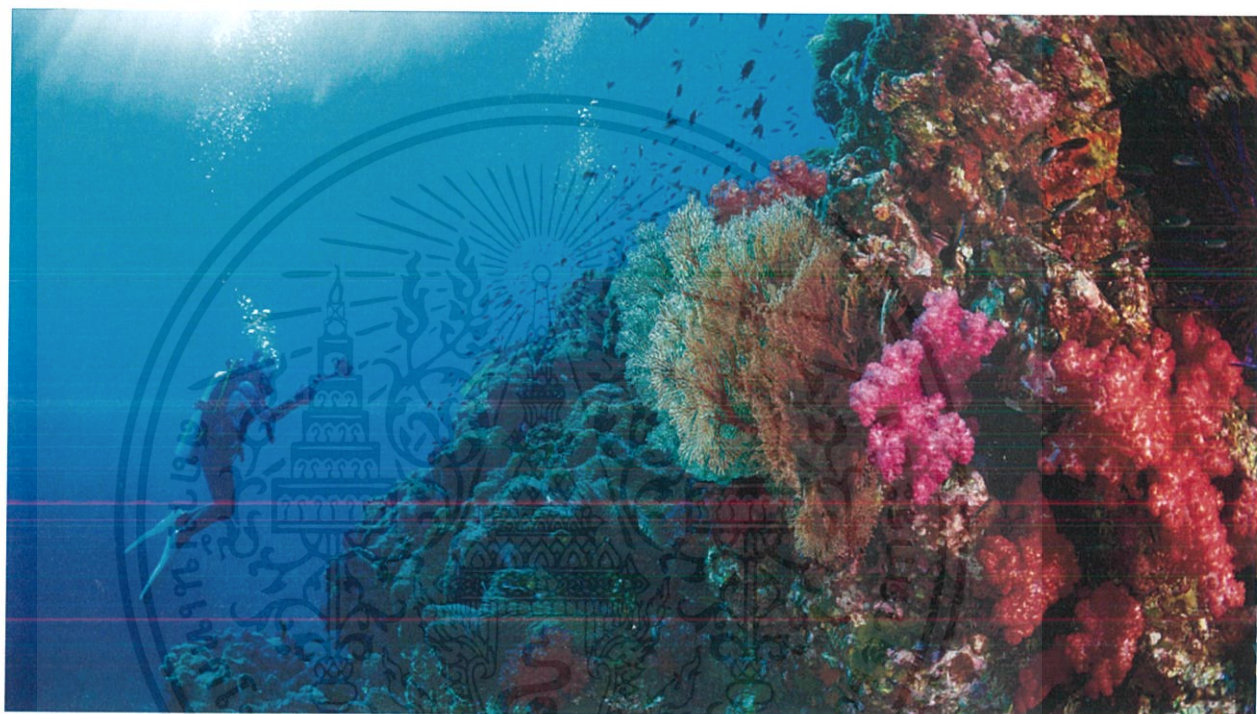
5.4 แนวคิดในการออกแบบลวดลายของบีชแวร์

ผู้ออกแบบบีชแวร์นำเอาเอกลักษณ์จากทะเลไทยที่ลึกลับ ที่โดดเด่นเรื่องความอุดมสมบูรณ์ของโลกใต้ทะเล และ สีของน้ำทะเล 2 สีคือ น้ำเงินเข้มและฟ้าอ่อนมาออกแบบเป็น Collection ที่มีชื่อว่า 'Enchanted Mermaid Garden'

โดยมี 2 ลายผ้าด้วยกัน

ลายผ้าผืนที่ 1 ว่าด้วยปะการังที่สวยงามของลึกลับ

และลายผ้าผืนที่ 2 ว่าด้วยสีของน้ำทะเล



ภาพที่ 5.6 ปะการังที่สวยงามของลึกลับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.7 สีของน้ำทะเลของติมิดัน

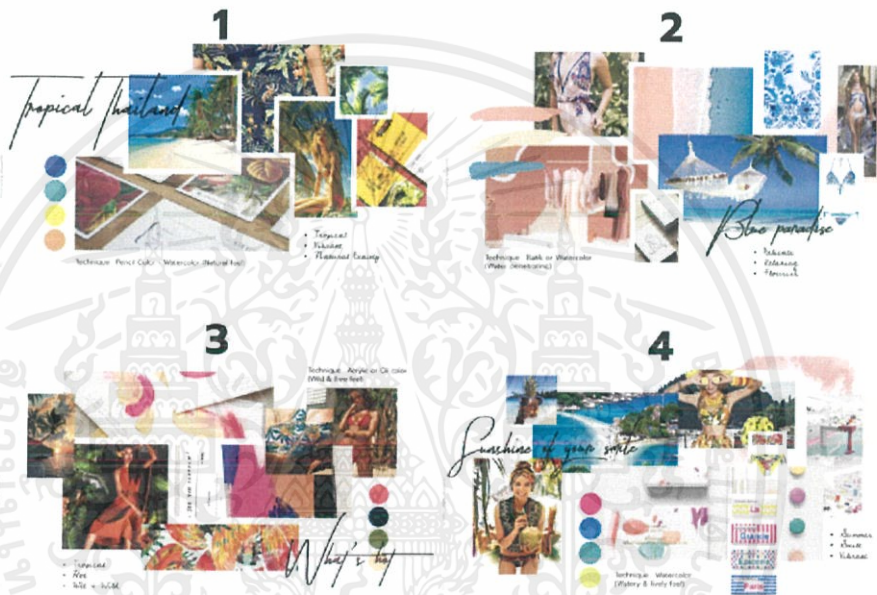
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

การออกแบบ

6.1 แนวทางการออกแบบแบรนด์ดิ้ง

จากแบบสอบถามของผู้ออกแบบปีชแควร์ ข้อมูลสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลจากกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และข้อเสนอแนะอื่นๆ ผลสำรวจสามารถใช้ในการวางแผนทางออกแบบแบรนด์ดิ้งได้คือ ผลการสอบถามเกี่ยวกับ Moodtone ว่ากลุ่มเป้าหมายชอบแนวไหนมากที่สุด พบว่า จาก 4 Moodtones กลุ่มเป้าหมายชอบ Moodtone : Blue Paradise ที่สื่อถึงความสบายๆ พักผ่อนแบบ พริ้วไหวชายทะเล



ภาพที่ 6.1 Moodtone ในแบบสอบถามทั้งหมด

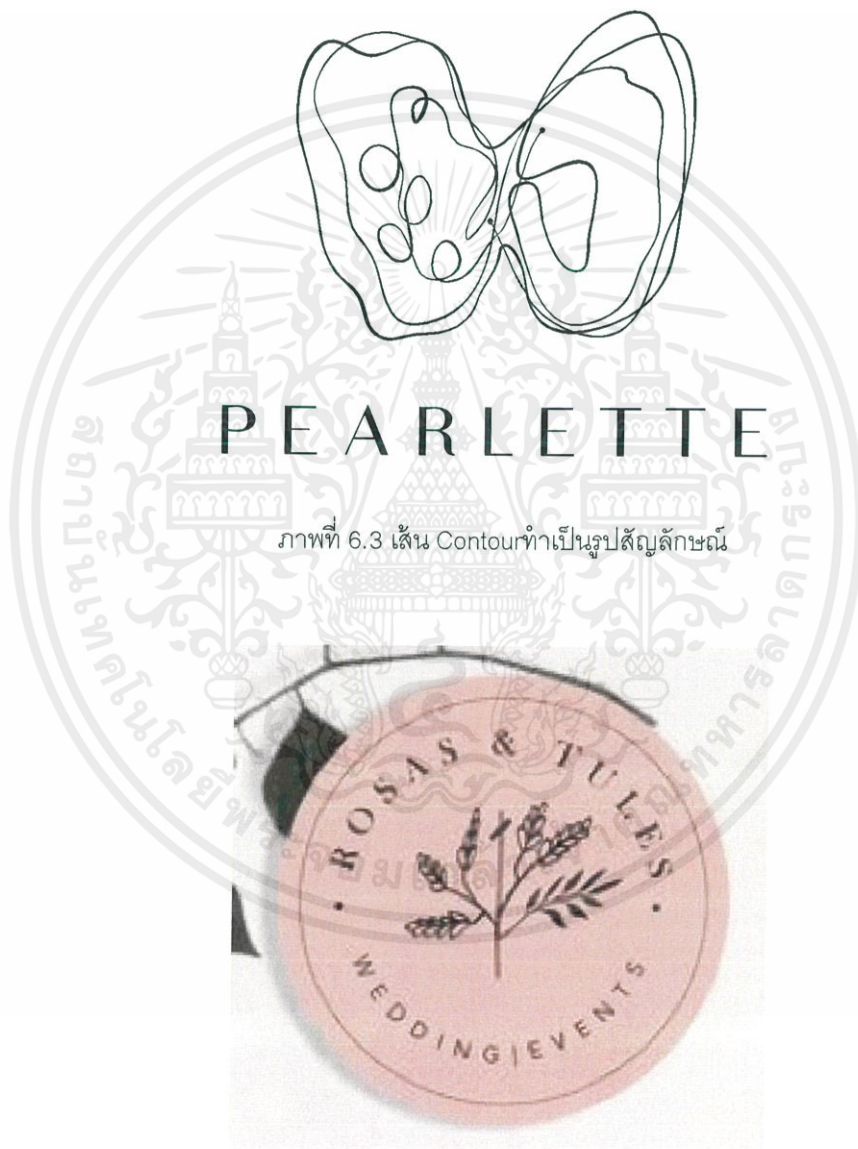


ภาพที่ 6.2 Moodtone ในแบบสอบถามที่ถูกเลือกมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหตุนี้จึงทำให้มีการวางแผนการออกแบบเป็นไปตามแนวทางที่กลุ่มเป้าหมายส่วนมากเลือก โดยแนวทางนี้ไม่มีจุดเด่นคือเส้นบาติกที่พริ้วไหวและเอฟเฟกต์บาติกที่เป็นการซึมเข้าหากันของน้ำเหมือนกับทะเลกับผืนทราย

1. แนวทางการออกแบบ LOGO 3 แนวทางได้แก่
 - 1.1 เส้น Contour ที่พริ้วไหวของบาติกทำเป็นรูปสัญลักษณ์
 - 1.2 รูปสัญลักษณ์ทำเป็นรูปแบบ Stamp เปรียบเสมือนความทรงจำ
 - 1.3 Monogram อักษรนำของชื่อ Logo

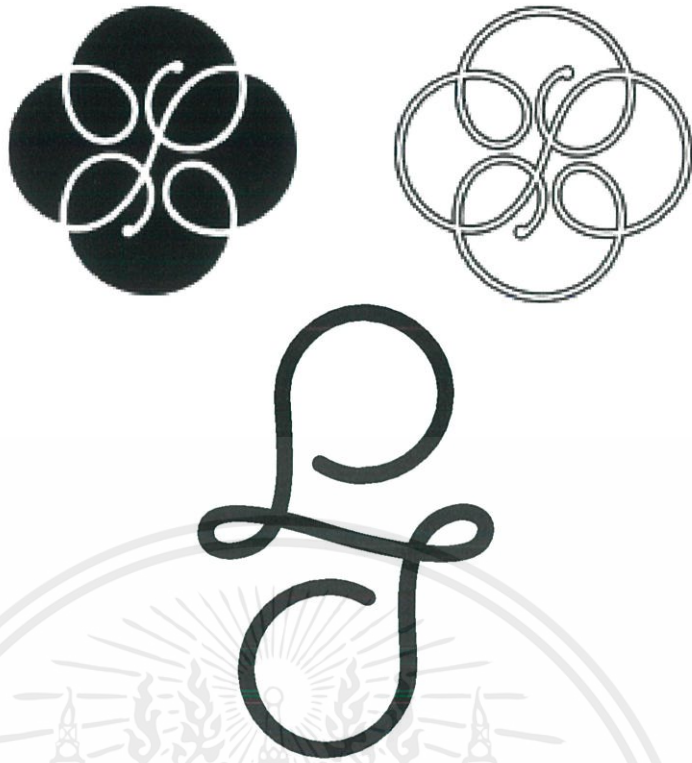


ภาพที่ 6.3 เส้น Contourทำเป็นรูปสัญลักษณ์



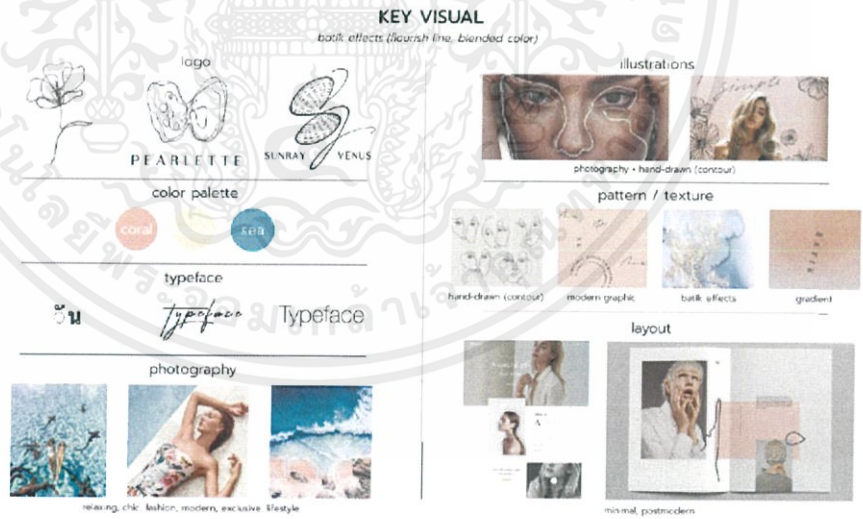
ภาพที่ 6.4 รูปสัญลักษณ์ทำเป็นรูปแบบ Stamp
ที่มา : <http://www.pinterest.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.5 Monogram อักษรนำของชื่อ Logo

- 2. แนวทางการออกแบบ Graphic Element 3 แนวทางได้แก่
 - 2.1 เส้น Contour ที่พลิ้วไหวของบาติก และ Effect การกลืนกันของสีบาติก



ภาพที่ 6.6 Direction : Batik

2.2 Memories Stuffs and Collage-like

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.7 Direction : Memories Stuffs

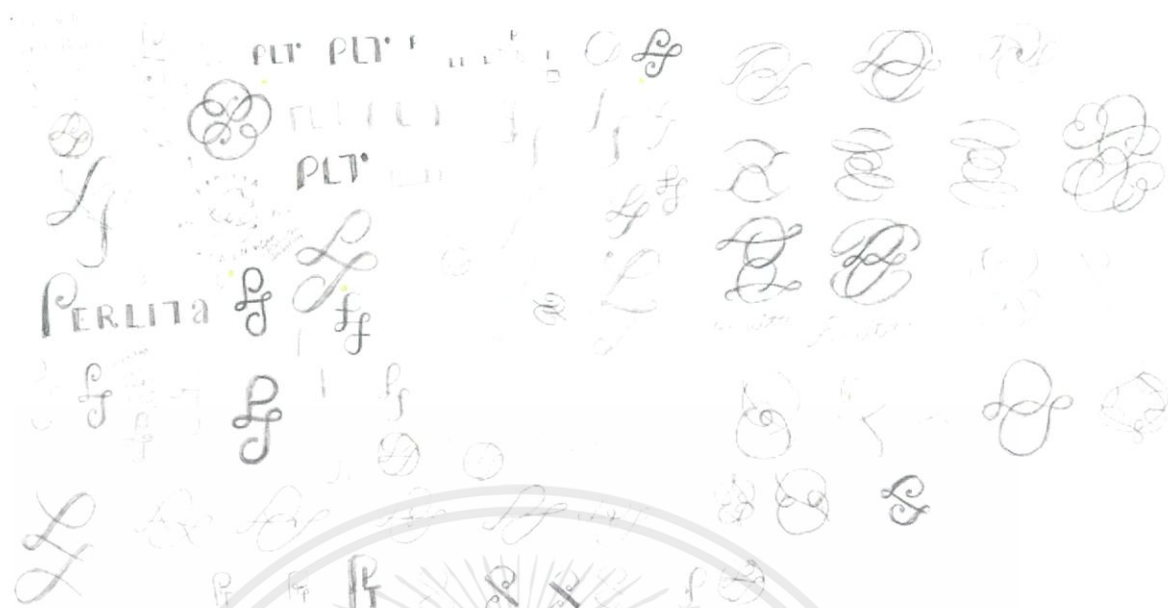
6.2 แบบร่างสัญลักษณ์และกราฟิกประกอบ

1. Logo ได้เริ่มออกแบบ ทำแบบร่างตามแนวทางที่วางไว้ ดังนี้



ภาพที่ 6.8 แบบร่าง Logo1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.9 แบบร่าง Logo2

1.1 เส้น Contour ที่พลิ้วไหวของบาติกทำเป็นรูปสัญลักษณ์



ภาพที่ 6.10 แบบร่าง Logo : เส้น Contour

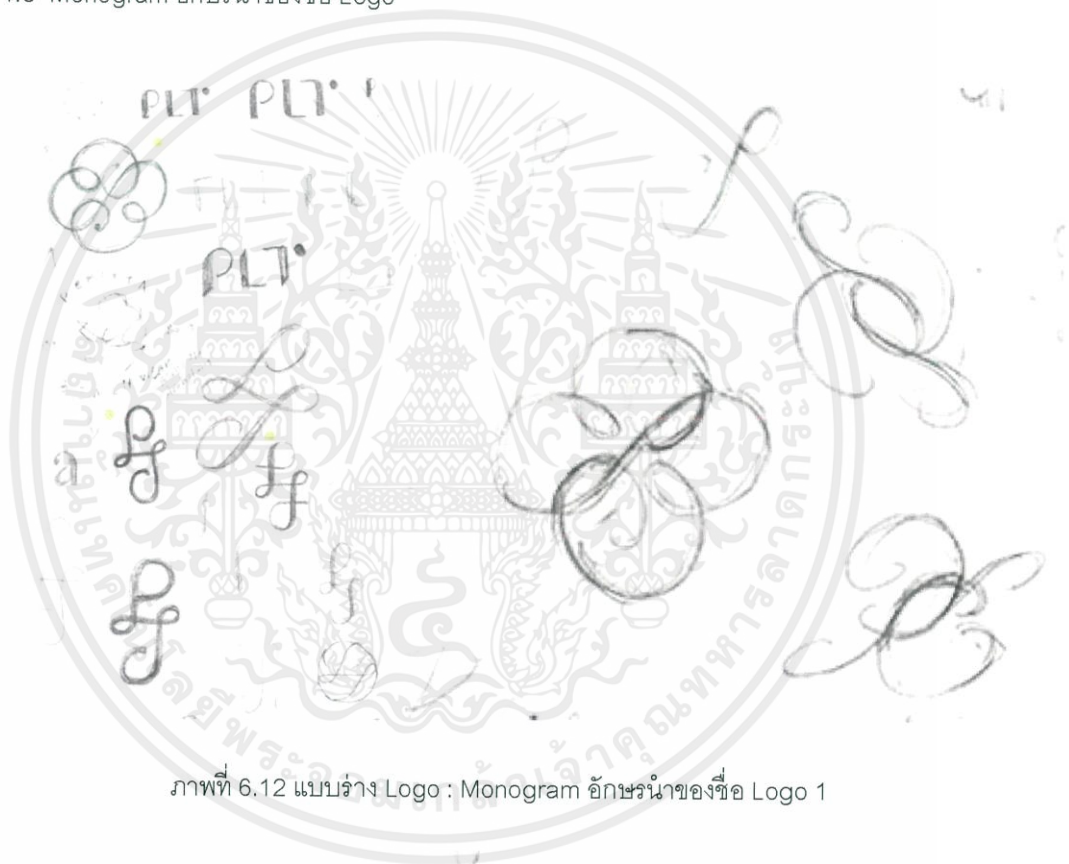
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 รูปสัญลักษณ์ทำเป็นรูปแบบ Stamp เปรียบเสมือนความทรงจำ

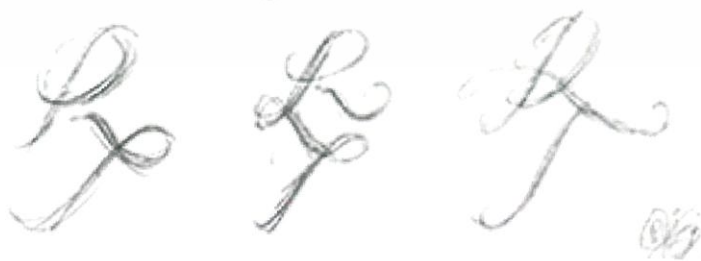


ภาพที่ 6.11 แบบร่าง Logo : รูปแบบ Stamp

1.3 Monogram อักษรนำของชื่อ Logo



ภาพที่ 6.12 แบบร่าง Logo : Monogram อักษรนำของชื่อ Logo 1



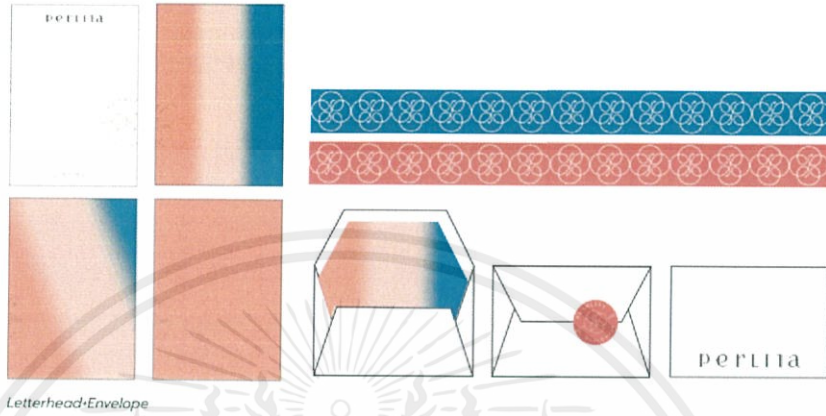
ภาพที่ 6.13 แบบร่าง Logo : Monogram อักษรนำของชื่อ Logo 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.3 สรุบบรรณร่างสถัญลัษณะและกราฟิกประกอบ

การนำเสนอบรรณร่างกราฟิกประกอบครังที่ 1 ใ้ Gradient ทำเป็นผืนน้ำ และใ้ Element จาก Logo ประกอบ

Design



Letterhead-Envelope

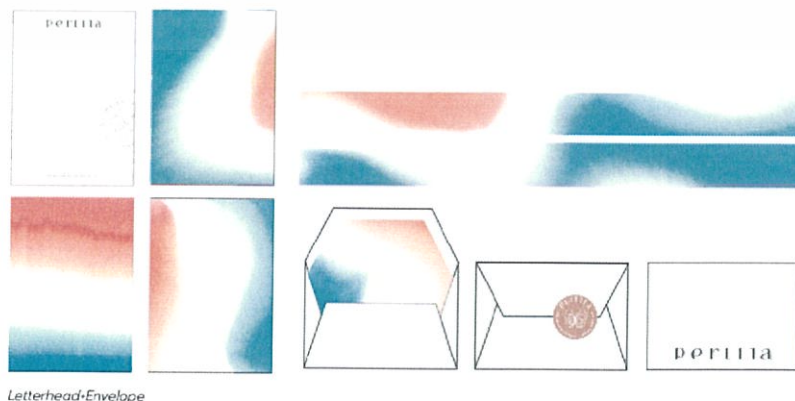
ภาพที่ 6.14 ภาพลัษณะของ Stationery และโทนสี แบบยังไม่ได้ลงบาติก

การนำเสนอบรรณร่างกราฟิกประกอบครังที่ 2 ลงบาติกจากแบบร่างครังที่ 1



ภาพที่ 6.15 ภาพระบายสีบาติกบนผ้าใบก่อนแสดกลงคอมเพื่ออักษาเอฟเฟคบาติก

Design



Letterhead-Envelope

ภาพที่ 6.16 ภาพลัษณะของ Stationery และโทนสี แบบลงสีด้วยบาติก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.4 แนวทางการออกแบบลายผ้า

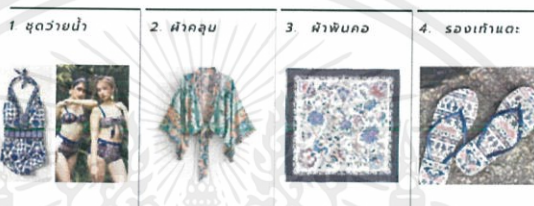
1. แนวทางการออกแบบ LOGO 3 แนวทางได้แก่

1.1 Digital Collage : Traditional Batik

/ Digital Collage : Traditional Batik



/ Digital Collage : Traditional Batik



ภาพที่ 6.17 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 1
ที่มา : <http://www.pinterest.com>

1.2 Digital Collage : Hand-drawn

/ Digital Collage : Hand-drawn



/ Digital Collage : Hand-drawn



ภาพที่ 6.18 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 2

ที่มา : <http://www.pinterest.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 Digital Collage : Paisley

3 Digital Collage : Paisley



3 Digital Collage : Paisley



ภาพที่ 6.19 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 3
ที่มา : <http://www.pinterest.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.5 แบบร่างลายผ้า

คอนเซปต์ลายผ้า

Enchanted Mermaid Garden

ปะการังและหมู่ปลาใต้ที่ลึกลับนั้น
สวยงามราวกับสวนสวรรค์ของหมู่เงือก
ใครได้เยี่ยมชมเหมือนถูกสะกดให้หลงใหล
ไปกับความหลากหลาย อ่อนช้อย
สวยงาม ของมวลหมู่สิ่งมีชีวิตใต้ผืนน้ำ
แห่งนี้ ลึกลับ

ปะการังที่ลึกลับ = สวนของนางเงือก

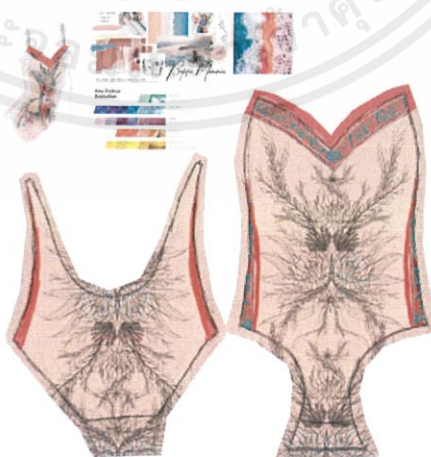


ภาพที่ 6.20 คอนเซปต์ลายผ้า

การนำเสนอแบบร่างลายผ้าครั้งที่ 1 ออกแบบโดยใช้เทคนิค Digital Paint



ภาพที่ 6.21 แบบร่างภาพรวมของ Collection



ภาพที่ 6.22 แบบร่างคร่าวๆของ Element บนชุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.23 แบบร่างลงสี Digital ของ Element บนชุด



ภาพที่ 6.24 แบบร่างลงสี Digital ของ Element บนชุด ลงขึ้น Pattern กระดาษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำเสนอแบบร่างลายผ้าครั้งที่ 2 ออกแบบโดยใช้เทคนิค Digital Paint

6.6 สรุบบนแบบร่างลายผ้า

ชุดว่ายน้ำ 1



ภาพที่ 6.25 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง

ชุดว่ายน้ำ 2



ภาพที่ 6.26 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดว่ายน้ำ 3



ภาพที่ 6.27 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง

ผ้าคลุม 1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.28 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง

ผ้าคลุม 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.29 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง

ผ้าพันคอ 1



ภาพที่ 6.30 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ้าพันคอ 2



ภาพที่ 6.31 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 7

ผลงานสำเร็จ

การออกแบบกราฟิกสำหรับแบรนด์ปีชแวย์ที่มีเอกลักษณ์จากทะเลไทยที่ได้รับแรงบันดาลใจจากหมู่เกาะสิมิลัน และเทคนิคบาติก สำเร็จและบรรลุเป้าหมายตามขอบเขตงาน ดังนี้

7.1 สัญลักษณ์ของแบรนด์



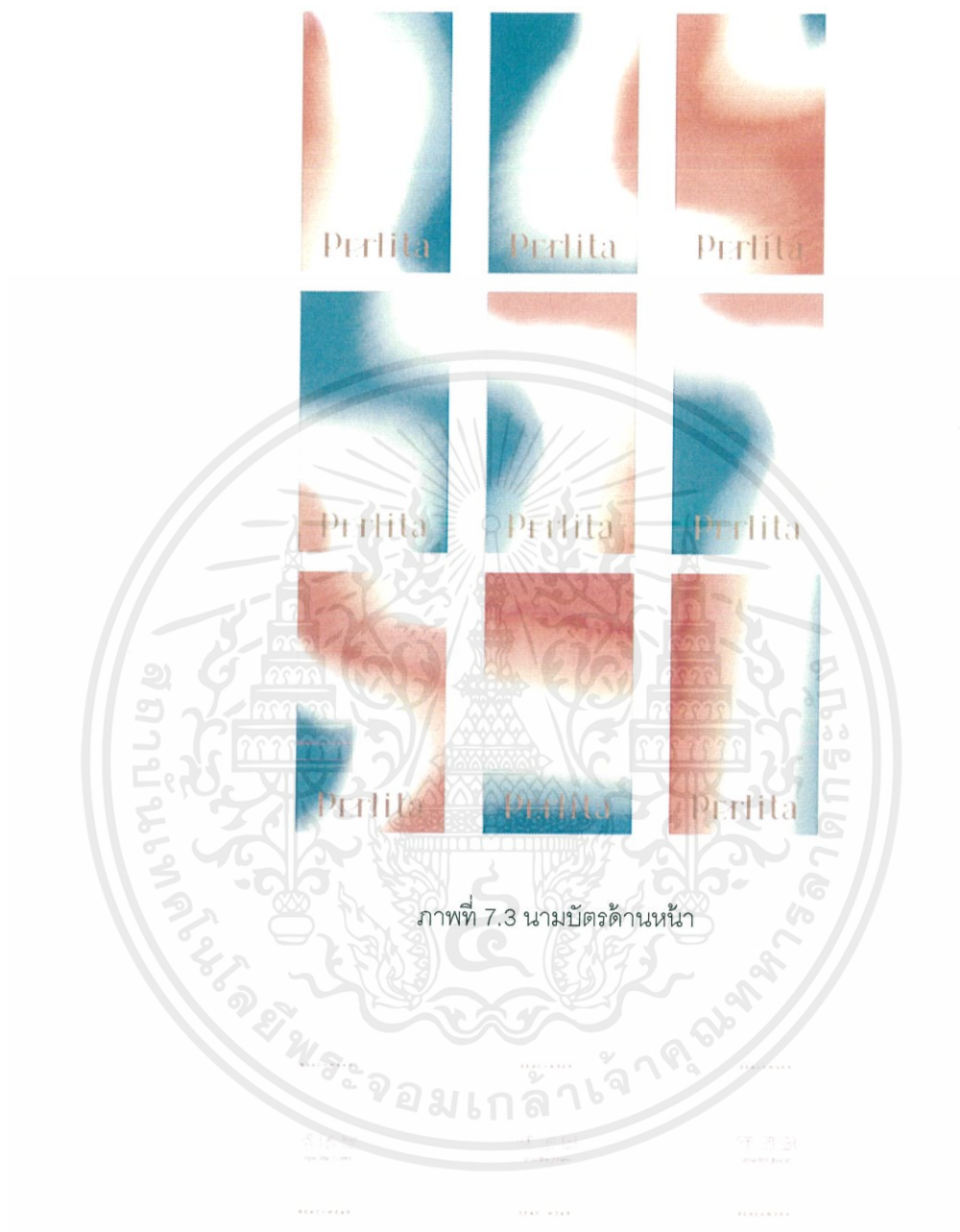
ภาพที่ 7.1 Logo : Perlita

ภาพที่ 7.2 Alternative Logo : Perlita

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.2 Stationery and Packaging

นามบัตร



ภาพที่ 7.3 นามบัตรด้านหน้า



ภาพที่ 7.4 นามบัตรด้านหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Hangtag



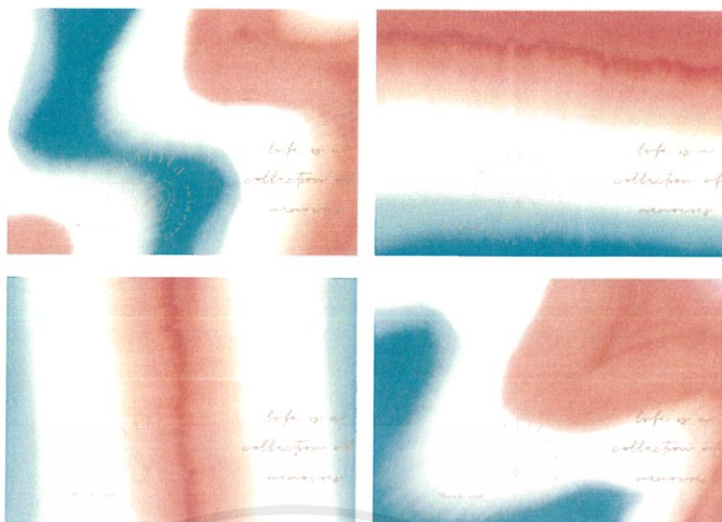
ภาพที่ 7.5 Hangtag

ของจดหมาย



ภาพที่ 7.6 ของจดหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7.7 Packaging



ภาพที่ 7.8 ภาพรวม Stationery and Packaging

7.3 Beachwear

Element ประกอบชุด



ภาพที่ 7.9 Element ประกอบชุดด้วยเทคนิคบาติก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดว่ายน้ำ 1



ภาพที่ 7.10 Pattern พร้อมลายผ้า ชุดว่ายน้ำ 1

ภาพที่ 7.11 ชุดว่ายน้ำ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดว่ายน้ำ 2



ภาพที่ 7.12 Pattern พร้อมลายผ้า ชุดว่ายน้ำ 2



ภาพที่ 7.13 ชุดว่ายน้ำ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดว่ายน้ำ 3



ภาพที่ 7.14 Pattern พร้อมลายผ้า ชุดว่ายน้ำ 3



ภาพที่ 7.15 ชุดว่ายน้ำ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ้าคลุม 1



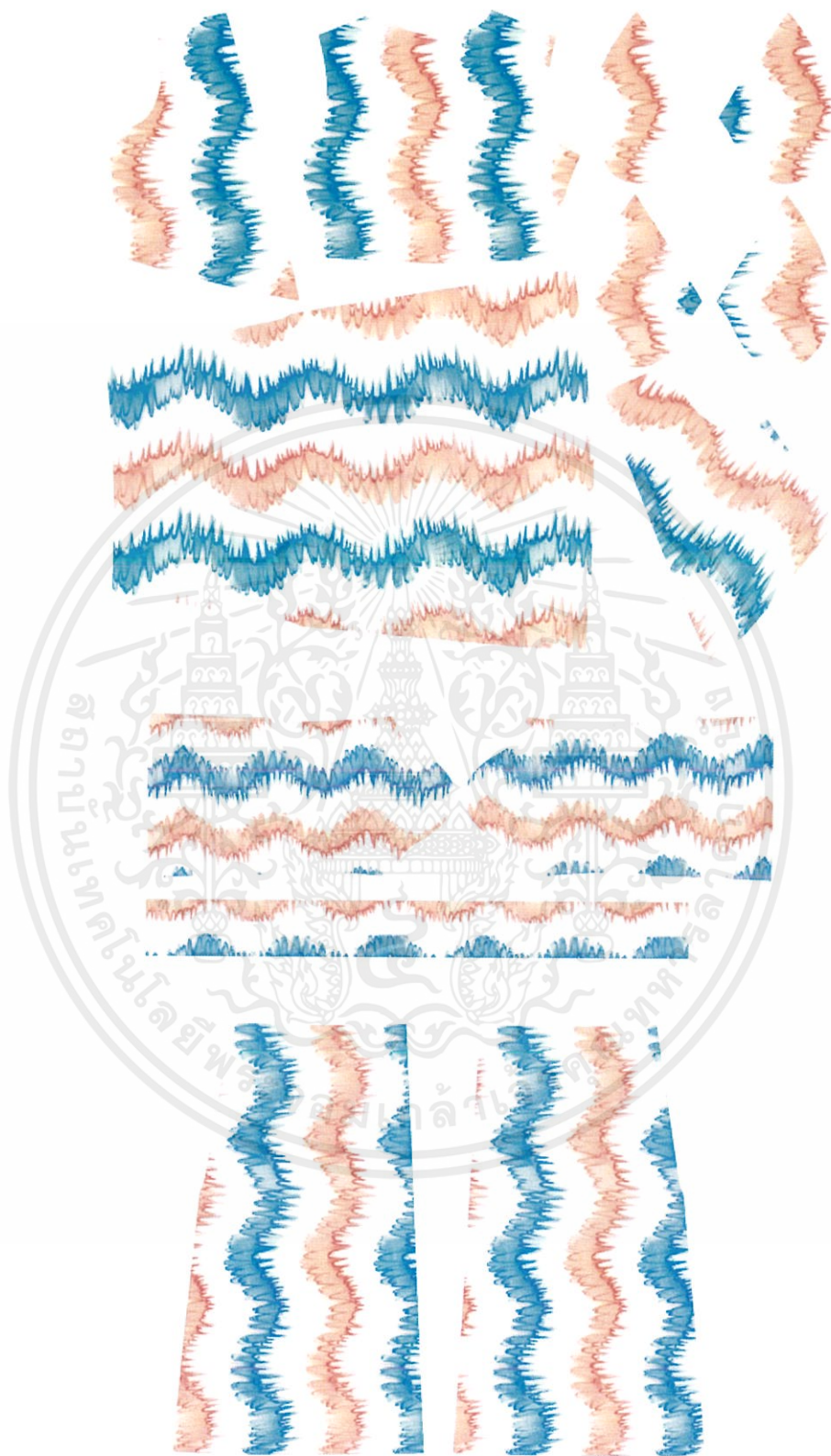
ภาพที่ 7.16 Pattern พร้อมลายผ้า ผ้าคลุม 1



ภาพที่ 7.17 ชุดว่ายน้ำ 1 และ ผ้าคลุม 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ้าคลุม 2



ภาพที่ 7.18 Pattern พร้อมลายผ้า ผ้าคลุม 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7.19 ผ้าคลุม 2

ผ้าพันคอ 1



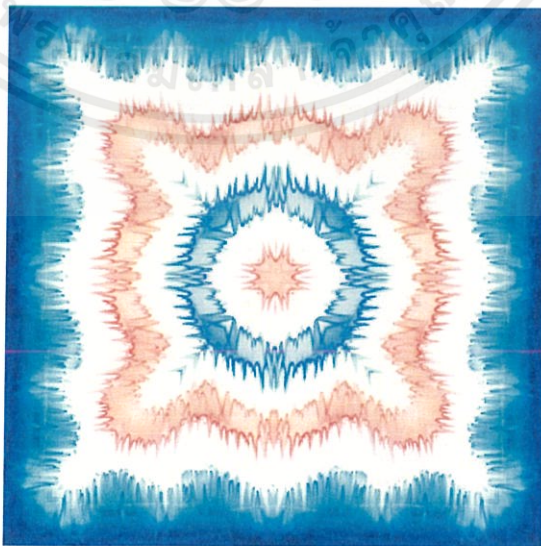
ภาพที่ 7.20 Pattern พร้อมลายผ้า ผ้าพันคอ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7.21 ชุดว่ายน้ำ 1 และ ผ้าพันคอ 1

ผ้าพันคอ 2



ภาพที่ 7.22 Pattern พร้อมลายผ้า ผ้าพันคอ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7.23 ชุดว่ายน้ำ 2 และ ผ้าพันคอ 2

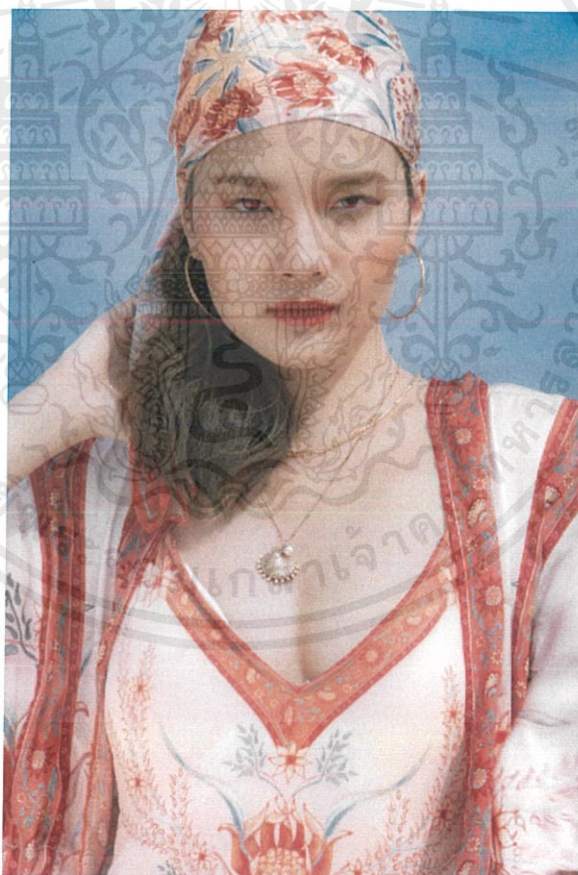
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.4 Communication for branding

Editorial Lookbook



ภาพที่ 7.24 Editorial Lookbook Layout



ภาพที่ 7.25 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7.26 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 2



ภาพที่ 7.27 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7.28 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 4



ภาพที่ 7.29 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 5



ภาพที่ 7.30 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7.31 Editorial Lookbook

Video Lookbook



ภาพที่ 7.32 Video Lookbook

ที่มา : https://drive.google.com/open?id=1EDV_XDkbwEFMx7kGZ4Ukenw9-FINvhzE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 8

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

8.1 บทสรุป

การออกแบบแบรนด์ดีดิงและลวดลายของบิชแวร์ที่มาจากเอกลักษณ์ทะเลไทย สำเร็จและบรรลุเป้าหมายตอบสนองการใช้งานที่ได้ตั้งเอาไว้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ภาพลักษณ์ หรือกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์ก็ตาม แม้ในบางส่วนของงานจะยังบกพร่อง ไม่ได้แก้ไขมากเท่าที่ควร แต่โดยรวมแล้วก็สามารถแสดงภาพลักษณ์ของแบรนด์บิชแวร์ที่มีความสบายของบรรยากาศทะเลไทย ที่ยังคงความสวยงาม น่ารัก น่าค้นหา แบบฉบับโบฮีเมียนยุคใหม่ได้อย่างลงตัว

8.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา

ในการออกแบบแบรนด์ดีดิงและลวดลายของบิชแวร์ที่มาจากเอกลักษณ์ทะเลไทย เกิดปัญหาและพบข้อจำกัดในการศึกษา ดังนี้

1. ในตอนเริ่มต้นงานยังมีความสับสนว่าอะไรคือเอกลักษณ์ทะเลไทย และควรเลือกที่ หรือที่ไหนดี รวมไปถึงจะดีดิงเอกลักษณ์ทะเลไทยออกมาเป็นรูปธรรมได้อย่างไร ที่ออกมาในรูปของอัตลักษณ์แบรนด์ จนกระทั่งทางผู้ออกแบบบิชแวร์ได้วิเคราะห์ทะเลแต่ละประเทศว่ามีความแตกต่างและจุดขายอย่างไรบ้างจึงพบว่าทะเลไทยมีจุดขายคือความสบายๆเป็นกันเองมาเพื่อผ่อนคลาย
2. ส่วนในเรื่องของลายผ้า ทางผู้ออกแบบบิชแวร์ก็ได้เลือกทะเลไทยที่มีจุดเด่นเป็นที่รู้จักกันดี คือ 'ลิมิตัน' ที่มีจุดเด่นในเรื่องของความอุดมสมบูรณ์ของโลก ได้นำและความสวยงามของน้ำทะเล จึงได้นำข้อมูลดังกล่าวเป็นแนวทางในการออกแบบลายผ้า ทำให้มีแนวทางชัดเจนมากขึ้นในเรื่องของข้อมูลการออกแบบในขณะเดียวกันก็เป็นข้อจำกัดที่จะต้องออกแบบโดยมีข้อมูลของพื้นที่
3. ขาดความรู้แท้จริงเกี่ยวกับการสร้างแพทเทิลเสื้อผ้าโดยเฉพาะชุดว่ายน้ำที่แตกต่างจากการตัดเย็บทั่วไป
4. ขาดความรู้แท้จริงเกี่ยวกับการเลือกผ้าทำให้สีตก
5. ไม่ใช่แบรนด์บิชแวร์ที่มีอยู่แล้ว จึงเหมือนเป็นการเริ่มต้นแบรนด์จากศูนย์ ตั้งแต่การตั้งชื่อ จนถึงการผลิตสินค้าบิชแวร์จริง
6. ในขั้นตอนพิมพ์ลายผ้า การทำให้สีออกมาตรงกับหน้าจอประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1. สีจากไฟล์ดิจิทัลที่เตรียมมา 2. ชนิดของผ้า 3. สีจากโรงพิมพ์ผ้า ทำให้ต้องทดสอบหลายรอบและ ไม่ได้เป็นไปตามที่ตั้งใจมาก และสุดท้ายก็ออกมาน่าพอใจ

8.3 ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำงานอย่างละเอียด และทำความเข้าใจให้ถ่องแท้ก่อนออกแบบ
2. การทำแบบสำรวจ มีส่วนช่วยในการกำหนดแนวทางการออกแบบได้อย่างมาก ใช้เป็นเหตุผลในการนำเสนอแบบร่างได้
3. การวางแผนกำหนดขั้นตอน รวมไปถึงระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาข้อมูล ทำแบบร่าง และทำงานจริง ควรทำอย่างละเอียด หากเป็นไปได้ให้กำหนดว่าในแต่ละสัปดาห์งานต้องเสร็จลุล่วงเท่าไร เพื่อจะได้เผื่อเวลาเอาไว้แก้ไขงาน หรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานได้ทันเวลา
4. ขั้นตอน กระบวนการ หรือวิธีการผลิต เป็นสิ่งที่ต้องศึกษาอย่างถี่ถ้วน ตั้งแต่การเตรียมไฟล์ไปจนถึงการพิมพ์ผลิตผลงานจริง เป็นส่วนที่ต้องระมัดระวังอย่างมาก

8.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้พบปัญหาในการทำงาน และรู้จักตัวเองมากขึ้น ทำให้เกิดการพัฒนาเรื่องการทำงานอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนงาน
2. ประเด็นในการศึกษา หรือโครงการที่ศึกษาที่จะต้องหาข้อมูลมากมาย ทำให้มีความรู้เรื่องการศึกษามากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- เศรษฐมัมน์ตรี กาญจนกุล. (2539). ศิลปะบาติกและการเขียนเทียน กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ ดีแอลเอส.
- อภิญา ไตรพบทอง. (2550). *บาติกสร้างสรรค์ The Art of Batik* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: งานฝีมือ.
- ไมตรี โอทาพบ. (2546). *การออกแบบชุดว่ายน้ำและชุดออกกำลังกาย* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: แสงจันทร์.
- เศรษฐมัมน์ตรี กาญจนกุล. (2538). เส้นสายลายไทย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ ดีแอลเอส.
- Fiona Humverstone. (2015). *How to Style Your Brand*. London: Copper Beech.
- Fiona Kerlogue.(2003). *Batik: Design, Style,& History*. Oxford: Thames&Hudson.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย



ชื่อ - สกุล
ที่อยู่

นันทน์ภัส พิบูลวิทยารักษ์
100/9 หมู่ 6 หมู่บ้านปาริชาติ ถนน 345 ตำบลบางคูวัด อำเภอเมือง
จังหวัดปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 12000

การติดต่อ

E - mail : nunnapasph@gmail.com
Tel : 096-802-4645

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2549 (ปีการศึกษา 2548)

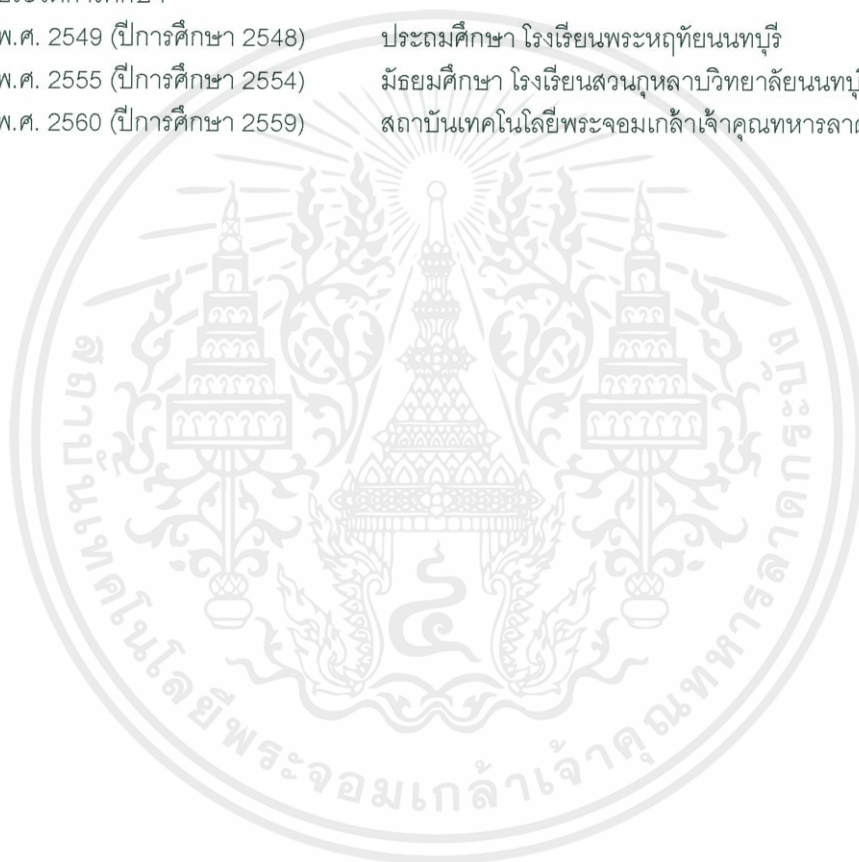
ประถมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรี

พ.ศ. 2555 (ปีการศึกษา 2554)

มัธยมศึกษา โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัยนนทบุรี

พ.ศ. 2560 (ปีการศึกษา 2559)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

5.1 แบรินด์บิชแวร์ที่มีเอกลักษณ์จากทะเลไทย PERLITA (Brand Story)

เรื่องราวของแบรินด์บิชแวร์ที่มีเอกลักษณ์จากทะเลไทย PERLITA เริ่มจากการนำเอกลักษณ์จากทะเลไทยที่ต่างจากทะเลชาติอื่นคือความซิลล์(สลายๆ) ของทั้งบรรยากาศและผู้คน ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาหน้าหลายประเทศให้มาเยี่ยมเยือนอยู่เสมอ ซึ่งแตกต่างอย่างชัดเจนกับทะเลชาติอื่น เช่น ทะเลออสเตรเลียที่สวยงามด้วยทัศนียภาพทางธรรมชาติและโดดเด่นด้วยกิจกรรมกลางแจ้งทุกแขนง, ทะเลฟิลิปปินส์ที่เต็มไปด้วยผืนป่าผืนน้ำและธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ที่สุดในโลก, ทะเลบราซิลเลื่องชื่อด้วยความฮอตของอากาศและผู้คน ฯลฯ

PERLITA จึงจับเรื่องราวของทะเลไทย โดยเอกลักษณ์เด่นทางธรรมชาติ สัตว์และพืชพรรณที่พบได้ในทะเลไทย แต่ละสถานที่ที่เป็นความทรงจำมาสร้างสรรคัลวดลายบนบิชแวร์สไตล์งานฝีมือ ที่จะทำให้ทุกคนค้นหาไม่รู้สึก

5.2 อินไซด์ ลักษณะเด่น และแรงบันดาลใจในการออกแบบ

ข้าพเจ้าเริ่มจากการตั้งคำถามว่า "ทำไมเราต้องไปเที่ยว โดยเฉพาะทำไมต้องไปทะเล?" ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดมาก มีคำตอบมากมาย แต่สุดท้ายทุกคนต่างต้องการออกไปเที่ยวเพื่อมีบางอย่างติดตัวกลับมา นั่นคือ 'ความทรงจำ'

PERLITA จึงหยิบเอาเรื่องของความทรงจำ ซึ่งเป็นอินไซด์มาสร้างเป็นลักษณะเด่น(Brand DNA) ที่ว่าด้วย 'ความทรงจำจากทะเล' ข้าพเจ้าเห็นว่ามีความหลายอย่างที่สามารถเป็นความทรงจำจากทะเลได้ไม่จำเป็น หอย ปะการัง ทราวย คลื่นลม แต่ไม่มีสิ่งไหนสะท้อนความเป็นผู้หญิงฉบับกลุ่มเป้าหมายได้ดีไปกว่า 'ไข่มุก' แบรินด์ PERLITA จึงใช้ไข่มุกเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ

5.3 กลุ่มเป้าหมาย

จากแบบสอบถาม (ของผู้ออกแบบบิชแวร์) มีการวางแผนการสำรวจคือ มีการวางกลุ่มเป้าหมายที่จำสัมภาษณ์ว่าเป็นกลุ่มหญิงวัยทำงานที่มีอายุ 20-40 ปี ที่อยู่บริเวณกรุงเทพมหานคร จากผู้เข้าร่วมทำแบบสอบถามทั้งหมด 72 คน เพื่อรวบรวมข้อคิดเห็นเกี่ยวกับความชอบ พฤติกรรม ในการซื้อบิชแวร์ และข้อเสนอแนะอื่นๆ

Research Methodology

หญิง, อายุ 20-40 ปี, กทม., 72 คน

แบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกซื้อชุดว่ายน้ำ (Beachwear) มี 10 ข้อสั้นๆ

แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามแบบปิด (Closed-ended) ซึ่งหมายความว่าผู้ตอบคำถามจะต้องเลือกคำตอบจากตัวเลือกที่กำหนดไว้เท่านั้น

อายุ

- น้อยกว่า 20 ปี
 20 - 40 ปี
 มากกว่า 40 ปี

รายได้

- น้อยกว่า 20,000 บาท
 20,000 - 50,000 บาท
 มากกว่า 50,000 บาท
 ไม่ได้ระบุ

คุณเลือกซื้อชุดว่ายน้ำ / Beachwear จากที่ไหน

- แหล่งช้อปปิ้งออนไลน์
 ศูนย์การค้าที่มีร้านจำหน่าย
 เว็บไซต์ที่ค้นหาและเลือกซื้อ
 ตลาดนัด
 อื่นๆ

คุณชอบสวมใส่แบบไหนบนชุดว่ายน้ำ / Beachwear

- เรียว สั้น
 ทรง Geometric
 สวมใส่สบาย
 สวมใส่ได้บริเวณไหนก็ได้
 อื่นๆ

กิจกรรมที่คุณใช้ชุดว่ายน้ำ / Beachwear

- Takeaway (กลับบ้าน)
 ไปพักผ่อน
 ไปทำกิจกรรม
 ออกกำลังกาย
 อื่นๆ

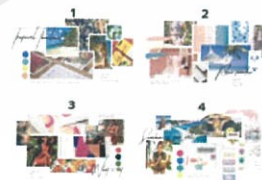
คุณซื้อชุดว่ายน้ำ / Beachwear ประเภทไหน

- แบบธรรมดา
 ชุดว่ายน้ำที่มีลวดลาย
 ชุดว่ายน้ำที่มีลวดลาย

คุณคิดถึงอะไรเมื่อคุณคิดถึงคำว่า "Summer Memories"

- ทะเล
 น้ำแข็ง
 อื่นๆ

Mood theme แบบไหนที่ชื่นชอบ



- 1 Tropical Thailand
 2 Blue Paradise
 3 What's Hot
 4 Sunshine of Your Smile

ปกติคุณซื้อชุดว่ายน้ำ / Beachwear ในราคา (ต่อ 1 ชิ้น)

- น้อยกว่า 500 บาท
 500 - 1000 บาท
 1000 - 2000 บาท
 มากกว่า 2000 บาท

ช่องทางในการซื้อชุดว่ายน้ำ / Beachwear

- Instagram

ภาพที่ 5.1 แบบสอบถามของผู้ออกแบบบิชแวร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Research Methodology

MAIN OUTCOMES

คุณเลือกซื้อชุดว่ายน้ำ /
Beachwear จากอะไร



คุณคิดถึงอะไรเมื่อพูดถึงคำว่า
"Summer Memories"



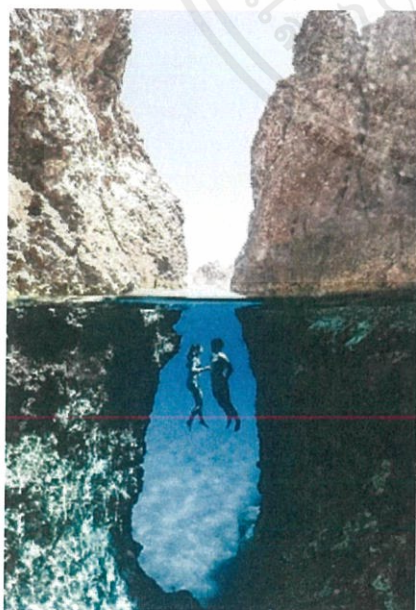
คุณชอบลวดลายแบบไหนบน
ชุดว่ายน้ำ / Beachwear



ภาพที่ 5.2 ผลสำรวจของผู้ออกแบบบีชแวร์

ได้ผลสำรวจออกมาโดยสรุปว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุเฉลี่ยที่ 26 ปี และมีรายได้ระหว่าง 20,000-50,000 บาท ซื้อชุดว่ายน้ำจากความเข้ากับสไตล์ความเป็นคุณและรูปร่างของคุณ ชอบบีชแวร์ที่มีลวดลาย ชอบ Moodtone : Blue Paradise และปกติกู้ซื้อบีชแวร์ในราคา 1,000-3,000 บาท ผ่านทางช่องทาง Instagram และหน้าร้าน จากการสรุปผลสำรวจดังกล่าวจึงได้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของแบรนด์ คือ

1. ผู้หญิง อาศัยอยู่ในเมือง ทำงานอายุ 20-40 ปี เงินเดือน 20,000-50,000 บาท
2. ชอบลวดลาย ชอบพักผ่อน ชอบงานฝีมือ ท่องเที่ยว และการมีความสัมพันธ์ที่ดี



HOPELESS ROMANTIC WOMAN

Target Audience

"Everything I've never done,
I want to do with you"

DEMOGRAPHIC

Age	20 - 40
Gender	Female
Address	Urban
Jobs	Working/ Middle class
Income	20,000 - 50,000 THB
Relationship	Individual, Couple, Family, Group

PSYCHOGRAPHIC

Attitude	Work-Life-Balance
Interests	Travel, Novel, Romance, Photography, Blogging
Characteristic	Traveling, Delicate, Romantic, Social
Life Goal	Great relationship
Fear	Being alone, Unwanted
Motivation	Connection, Belonging, Specialty

ภาพที่ 5.3 Segment : Hopeless Romantic Woman

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

TARGET PERSONA

เดียร์

"I love those random memories that make me stop and just smile"



BIO

เดียร์ ผู้หญิงยุคใหม่ ชอบเดินทางท่องเที่ยว เธอเชื่อว่าทุกสถานที่มีความทรงจำ เธอเที่ยวทุกวันหยุดพักผ่อน เธอใช้ชีวิตแบบ Work-Life-Balance ทำงานเก็บเงินเพื่อไปเที่ยวและมีความสุขกับชีวิต

GOALS

- อยากดูดีและรู้สึกพิเศษเวลาไปเที่ยว
- อยากสร้างความทรงจำและความสัมพันธ์ที่ดีกับคนพิเศษ
- อยากได้ประสบการณ์ระหว่างทางที่น่าประทับใจไม่แพ้จุดหมาย

MOTIVATIONS

- Price
- Function
- Quality
- Fashion

PERSONALITY

- Extrovert Introvert
- Sensing Intuition
- Thinking Feeling
- Judging Perceiving

FRUSTRATIONS

- รู้สึกไม่สำคัญ ไม่พิเศษ ดูไม่ดี
- ความสัมพันธ์พัง
- เวลาไปเที่ยวรู้สึกไม่บันเทิง ไม่กล้าทำให้ไม่สนุกและบรรยากาศเสีย

BUYING CHANNELS

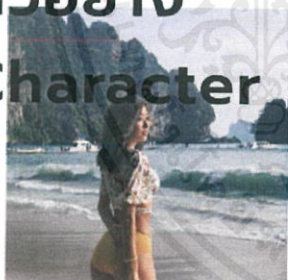
- Instagram
- Facebook
- Brand Website
- Store
- eCommerce site

AGE 27
 OCCUPATION HR
 INCOME 35K/M
 LOCATION Bangkok
 ARCHETYPE Lover

idealistic	like to travel
artistic	warm

ภาพที่ 5.4 Target Persona

ตัวอย่าง Character



ยิปซี คีร์ติ

IDEALISTIC

- โพลสรุปธรรมชาติ ดอกไม้ ต้นไม้ ทะเล
- โพลข้อความแนว เกี่ยวกับทะเล ธรรมชาติ ความโรแมนติก และอารมณ์ปัจจุบัน
- #gypsyisnotagardener

แนนซี นัยน์ภัก

LIKE TO TRAVEL

- โพลสรุปท่องเที่ยวทะเล ดำน้ำ ธรรมชาติต่างๆ และกิจกรรมชายฝั่ง (มีรูปกิจกรรมร่วมกับแฟน)
- โพลข้อความเกี่ยวกับชีวิตส่วนตัวและกิจกรรมต่างๆ
- ภูมิใจกับความเป็นตัวเองและมีความสุข

นท พนายางกูร

ARTISTIC / INSPIRATIONAL

- โพลสรุปท่องเที่ยวธรรมชาติ ดอกไม้ ต้นไม้ ป่าทะเล ต่างประเทศ แคนดิด และงานศิลปะ
- โพลข้อความเกี่ยวกับชีวิตส่วนตัว สไตล์แต่งตัว ความสุข และความอิสระ
- ติดฟิลลิ่งสแกน

ภาพที่ 5.5 ตัวอย่าง Character

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4 แนวคิดในการออกแบบลวดลายของบิชแวร์

ผู้ออกแบบบิชแวร์นำเอาเอกลักษณ์จากทะเลไทยที่ลึกลับที่โดดเด่นเรื่องความอุดมสมบูรณ์ของโลกใต้ทะเล และ สีของน้ำทะเล 2 สีคือ น้ำเงินเข้มและฟ้าอ่อนมาออกแบบเป็น Collection ที่มีชื่อว่า 'Enchanted Mermaid Garden'

โดยมี 2 ลายผ้าด้วยกัน

ลายผ้าผืนที่ 1 ว่าด้วยปะการังที่สวยงามของลึกลับ

และลายผ้าผืนที่ 2 ว่าด้วยสีของน้ำทะเล



ภาพที่ 5.6 ปะการังที่สวยงามของลึกลับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.7 สีของน้ำทะเลของติมิดัน

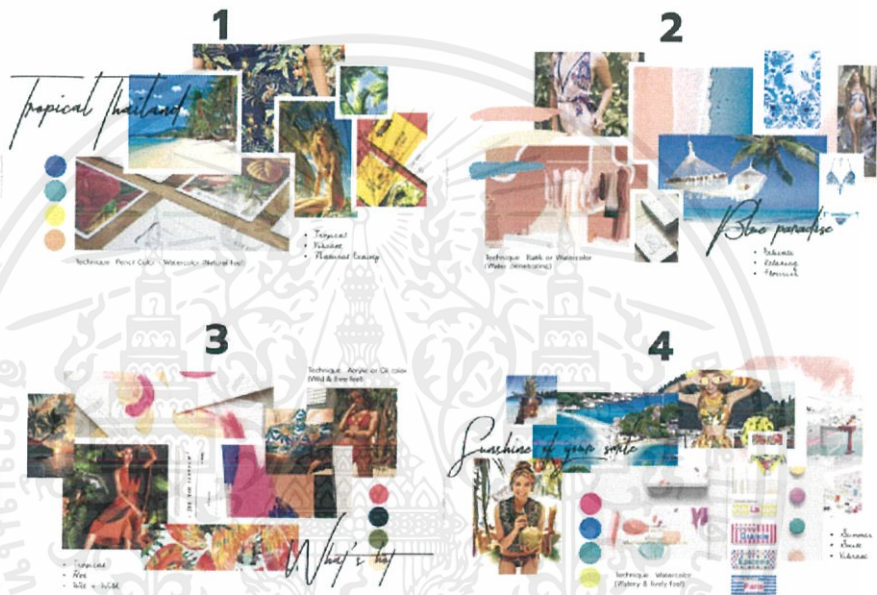
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

การออกแบบ

6.1 แนวทางการออกแบบแบรนด์ดิ้ง

จากแบบสอบถามของผู้ออกแบบปีชแควร์ ข้อมูลสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลจากกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และข้อเสนอแนะอื่นๆ ผลสำรวจสามารถใช้ในการวางแผนทางออกแบบแบรนด์ดิ้งได้คือ ผลการสอบถามเกี่ยวกับ Moodtone ว่ากลุ่มเป้าหมายชอบแนวไหนมากที่สุด พบว่า จาก 4 Moodtones กลุ่มเป้าหมายชอบ Moodtone : Blue Paradise ที่สื่อถึงความสบายๆ พักผ่อนแบบ พริ้วไหวชายทะเล



ภาพที่ 6.1 Moodtone ในแบบสอบถามทั้งหมด

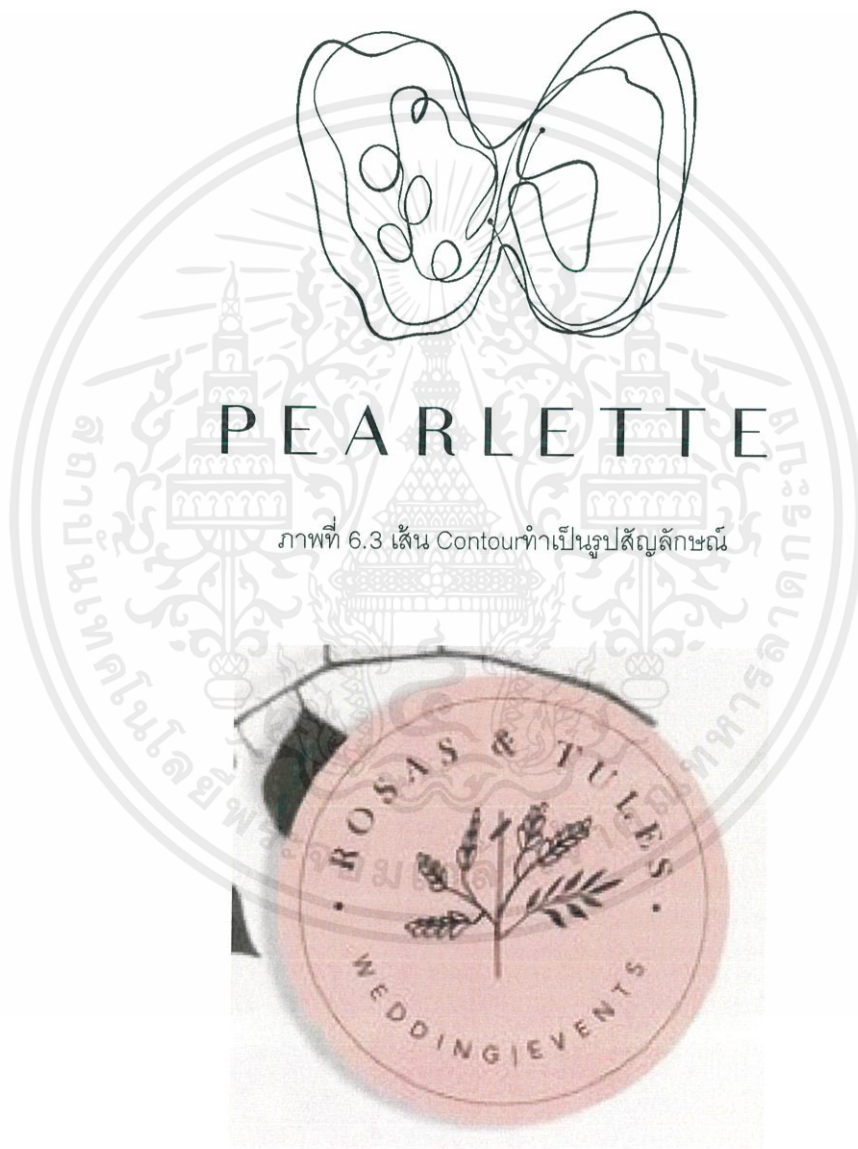


ภาพที่ 6.2 Moodtone ในแบบสอบถามที่ถูกเลือกมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหตุนี้จึงทำให้มีการวางแผนการออกแบบเป็นไปตามแนวทางที่กลุ่มเป้าหมายส่วนมากเลือก โดยแนวทางนี้ไม่มีจุดเด่นคือเส้นบาติกที่พริ้วไหวและเอฟเฟกต์บาติกที่เป็นการซึมเข้าหากันของน้ำเหมือนกับทะเลกับผืนทราย

1. แนวทางการออกแบบ LOGO 3 แนวทางได้แก่
 - 1.1 เส้น Contour ที่พริ้วไหวของบาติกทำเป็นรูปสัญลักษณ์
 - 1.2 รูปสัญลักษณ์ทำเป็นรูปแบบ Stamp เปรียบเสมือนความทรงจำ
 - 1.3 Monogram อักษรนำของชื่อ Logo

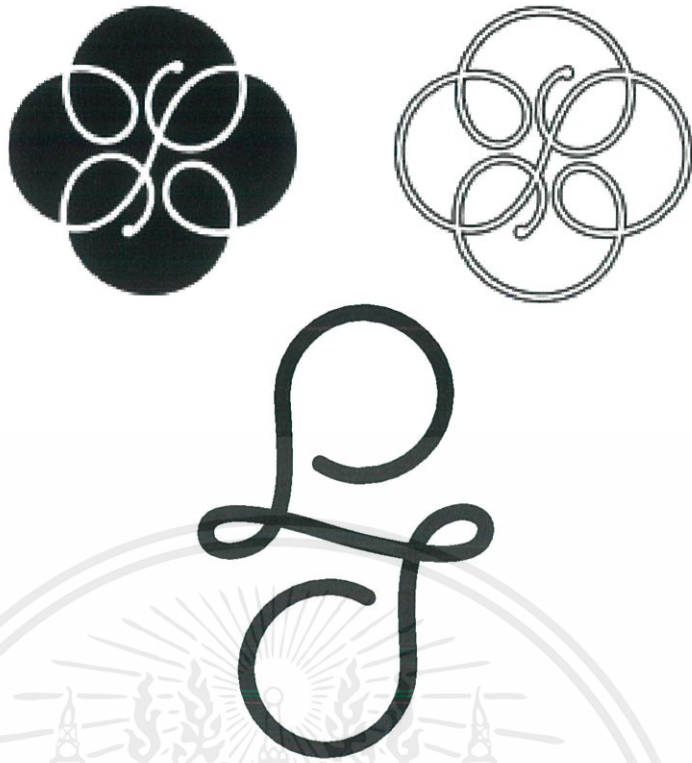


ภาพที่ 6.3 เส้น Contourทำเป็นรูปสัญลักษณ์



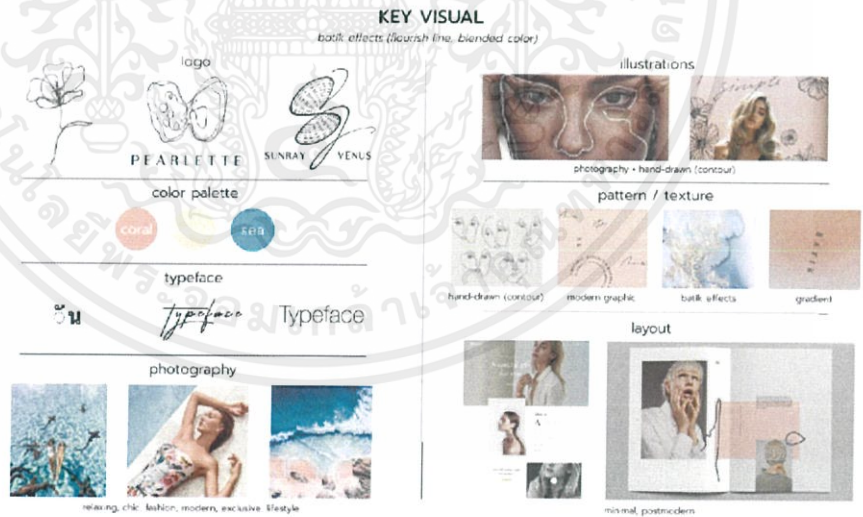
ภาพที่ 6.4 รูปสัญลักษณ์ทำเป็นรูปแบบ Stamp
ที่มา : <http://www.pinterest.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.5 Monogram อักษรนำของชื่อ Logo

- 2. แนวทางการออกแบบ Graphic Element 3 แนวทางได้แก่
 - 2.1 เส้น Contour ที่พลิ้วไหวของบาติก และ Effect การกลืนกันของสีบาติก



ภาพที่ 6.6 Direction : Batik

2.2 Memories Stuffs and Collage-like

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.7 Direction : Memories Stuffs

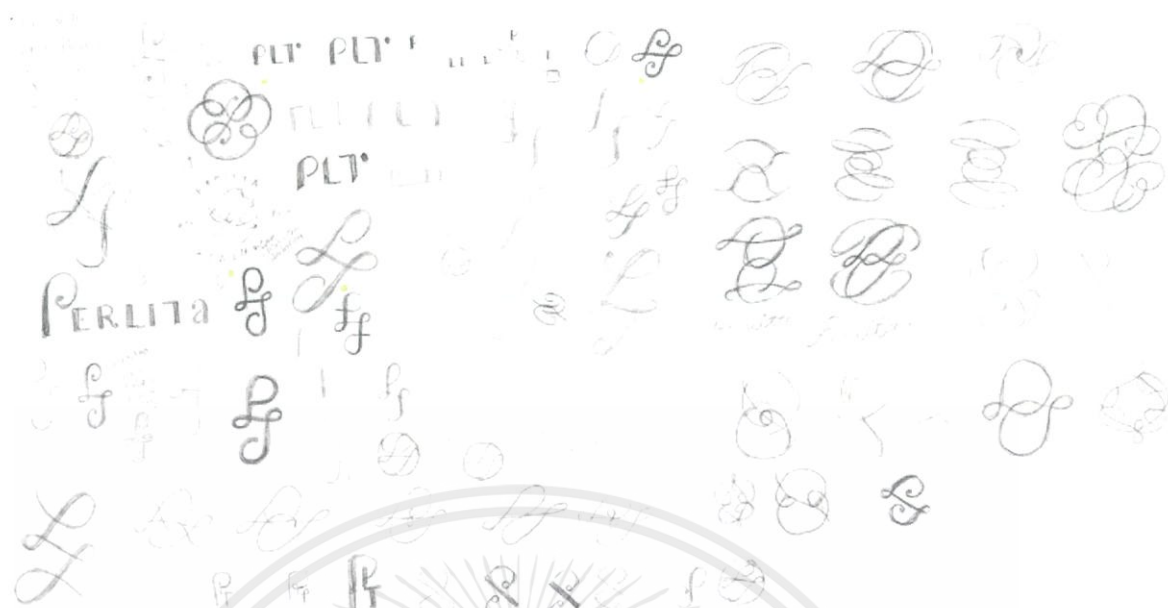
6.2 แบบร่างสัญลักษณ์และกราฟิกประกอบ

1. Logo ได้เริ่มออกแบบ ทำแบบร่างตามแนวทางที่วางไว้ ดังนี้



ภาพที่ 6.8 แบบร่าง Logo1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.9 แบบร่าง Logo2

1.1 เส้น Contour ที่พลิ้วไหวของบาติกทำเป็นรูปสัญลักษณ์



ภาพที่ 6.10 แบบร่าง Logo : เส้น Contour

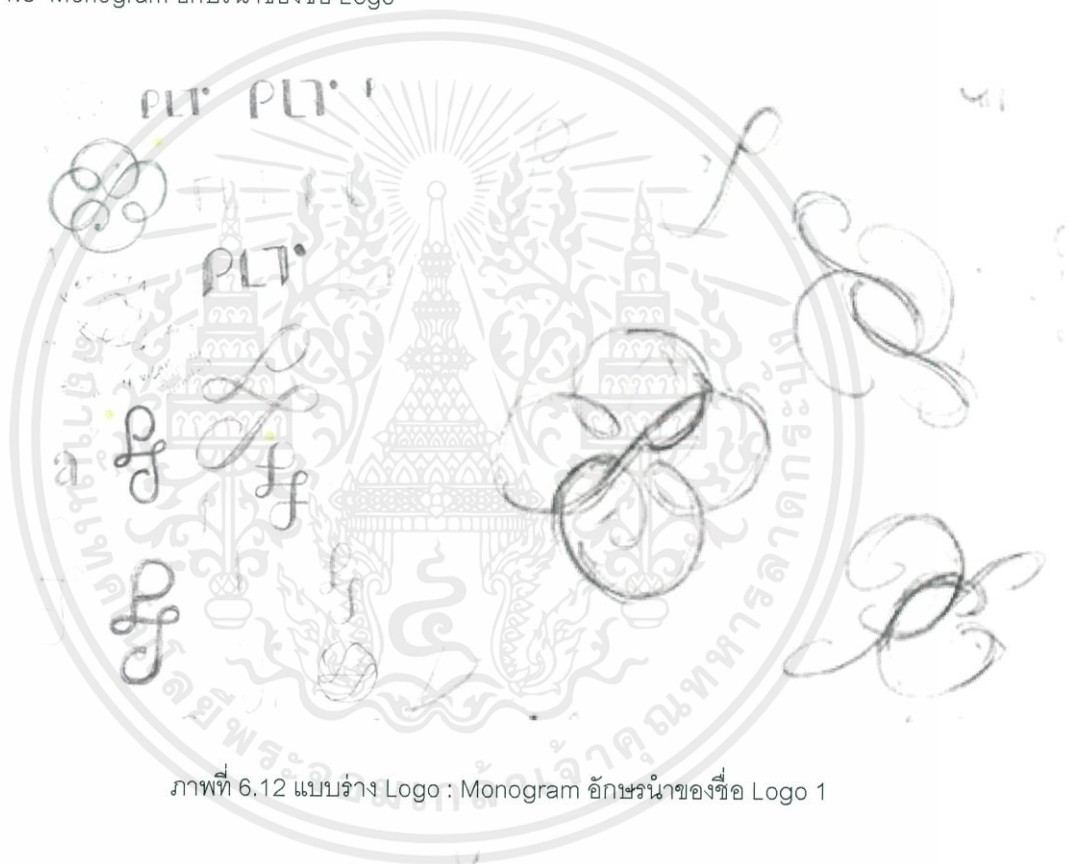
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 รูปสัญลักษณ์ทำเป็นรูปแบบ Stamp เปรียบเสมือนความทรงจำ

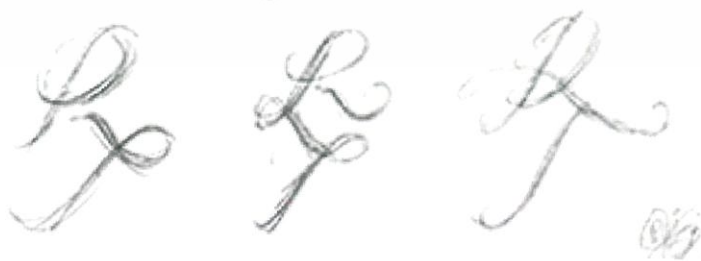


ภาพที่ 6.11 แบบร่าง Logo : รูปแบบ Stamp

1.3 Monogram อักษรนำของชื่อ Logo



ภาพที่ 6.12 แบบร่าง Logo : Monogram อักษรนำของชื่อ Logo 1



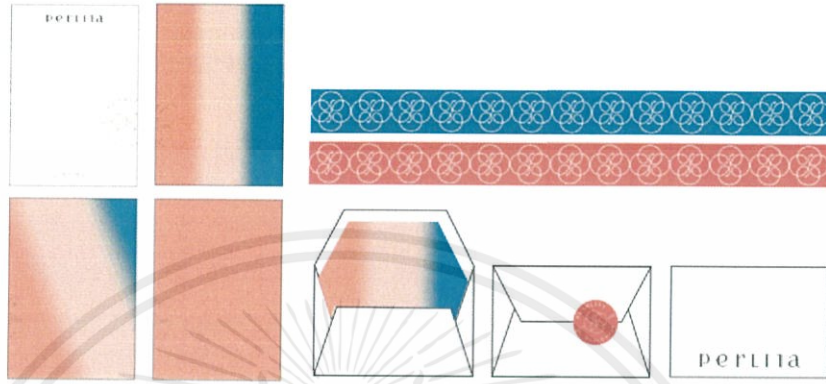
ภาพที่ 6.13 แบบร่าง Logo : Monogram อักษรนำของชื่อ Logo 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.3 สรุบบรรณำรงสถัถัษณะและกราฟักรประกอบ

การนำเสนอบรรณำรงกราฟักรประกอบคร้งที่ 1 ใ้ Gradient ทำเป็นผืนน้ำ และใ้ Element จาก Logo ประกอบ

Design



Letterhead-Envelope

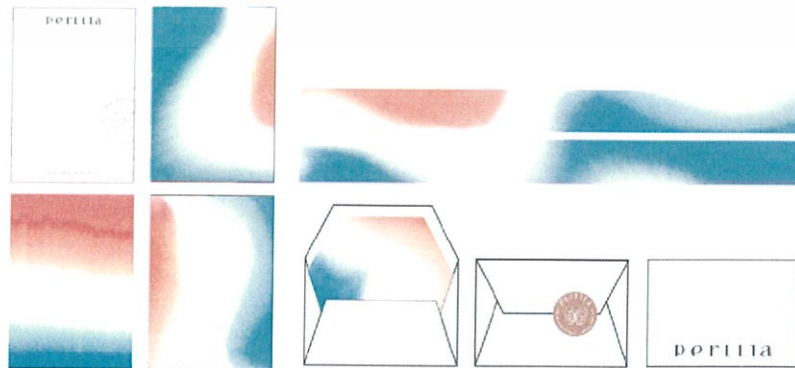
ภาพที่ 6.14 ภาพลักษณะของ Stationery และโทนสี แบบยังไม่ได้ลงบาติก

การนำเสนอบรรณำรงกราฟักรประกอบคร้งที่ 2 ลงบาติกจากบรรณำรงคร้งที่ 1



ภาพที่ 6.15 ภาพระบายสีบาติกบนผ้าใบบก่อนแสดกลงคอมเพื่อธักรเอาเฟลคบาติก

Design



Letterhead-Envelope

ภาพที่ 6.16 ภาพลักษณะของ Stationery และโทนสี แบบลงสีด้วยบาติก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใ้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกคร้งที่มีการนำไปใ้

6.4 แนวทางการออกแบบลายผ้า

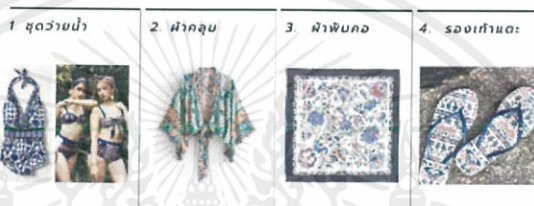
1. แนวทางการออกแบบ LOGO 3 แนวทางได้แก่

1.1 Digital Collage : Traditional Batik

/ Digital Collage : Traditional Batik



/ Digital Collage : Traditional Batik



ภาพที่ 6.17 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 1
ที่มา : <http://www.pinterest.com>

1.2 Digital Collage : Hand-drawn

/ Digital Collage : Hand-drawn



/ Digital Collage : Hand-drawn



ภาพที่ 6.18 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 2

ที่มา : <http://www.pinterest.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 Digital Collage : Paisley

3 Digital Collage : Paisley



3 Digital Collage : Paisley



ภาพที่ 6.19 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 3
ที่มา : <http://www.pinterest.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.5 แบบร่างลายผ้า

คอนเซปต์ลายผ้า

Enchanted Mermaid Garden

ปะการังและหมู่ปลาใต้ที่ลึกลับนั้น
สวยงามราวกับสวนสวรรค์ของหมู่เงือก
ใครได้เยี่ยมชมเหมือนถูกสะกดให้หลงใหล
ไปกับความหลากหลาย อ่อนช้อย
สวยงาม ของมวลหมู่สิ่งมีชีวิตใต้น้ำ
แห่งนี้ ลึกลับ

ปะการังที่ลึกลับ = สวนของนางเงือก

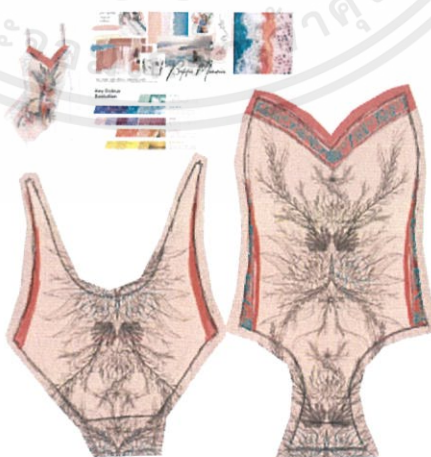


ภาพที่ 6.20 คอนเซปต์ลายผ้า

การนำเสนอแบบร่างลายผ้าครั้งที่ 1 ออกแบบโดยใช้เทคนิค Digital Paint



ภาพที่ 6.21 แบบร่างภาพรวมของ Collection



ภาพที่ 6.22 แบบร่างคร่าวๆของ Element บนชุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.23 แบบร่างลงสี Digital ของ Element บนชุด



ภาพที่ 6.24 แบบร่างลงสี Digital ของ Element บนชุด ลงขึ้น Pattern กระดาษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำเสนอแบบร่างลายผ้าครั้งที่ 2 ออกแบบโดยใช้เทคนิค Digital Paint

6.6 สรุบบนแบบร่างลายผ้า

ชุดว่ายน้ำ 1



ภาพที่ 6.25 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง

ชุดว่ายน้ำ 2



ภาพที่ 6.26 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดว่ายน้ำ 3



ภาพที่ 6.27 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง

ผ้าคลุม 1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.28 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง

ผ้าคลุม 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.29 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง

ผ้าพันคอ 1



ภาพที่ 6.30 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ้าพันคอ 2



ภาพที่ 6.31 แบบร่างลงสี Digital ใน Pattern ชุดที่ใช้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 7

ผลงานสำเร็จ

การออกแบบกราฟิกสำหรับแบรนด์บีชแวร์ที่มีเอกลักษณ์จากทะเลไทยที่ได้รับแรงบันดาลใจจากหมู่เกาะสิมิลัน และเทคนิคบาติก สำเร็จและบรรลุเป้าหมายตามขอบเขตงาน ดังนี้

7.1 สัญลักษณ์ของแบรนด์



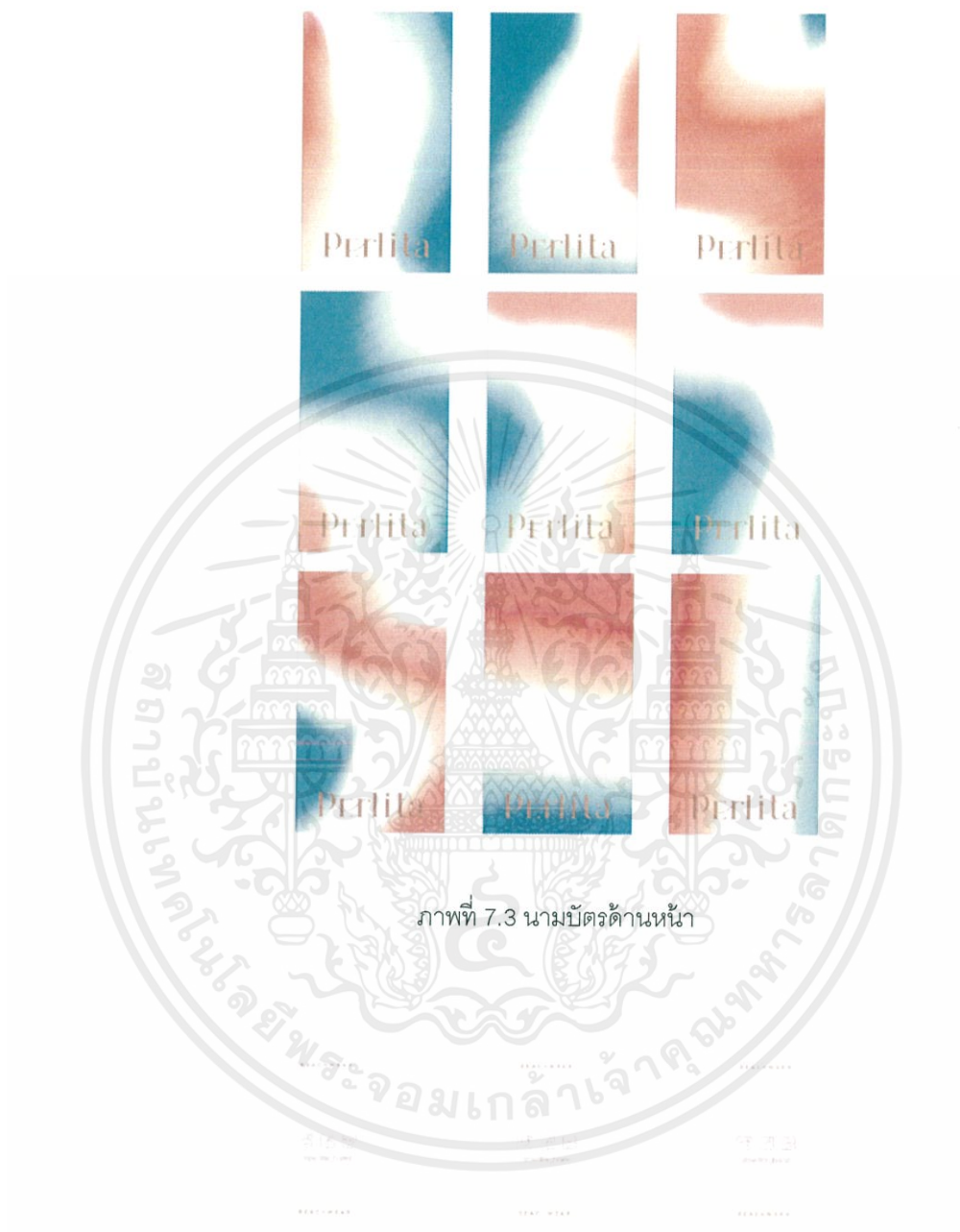
ภาพที่ 7.1 Logo : Perlita

ภาพที่ 7.2 Alternative Logo : Perlita

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.2 Stationery and Packaging

นามบัตร



ภาพที่ 7.3 นามบัตรด้านหน้า



ภาพที่ 7.4 นามบัตรด้านหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Hangtag



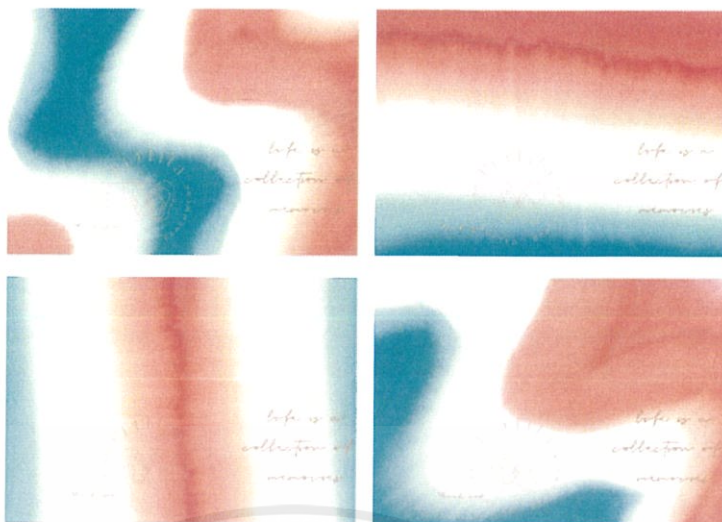
ภาพที่ 7.5 Hangtag

ของจดหมาย



ภาพที่ 7.6 ของจดหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7.7 Packaging



ภาพที่ 7.8 ภาพรวม Stationery and Packaging

7.3 Beachwear

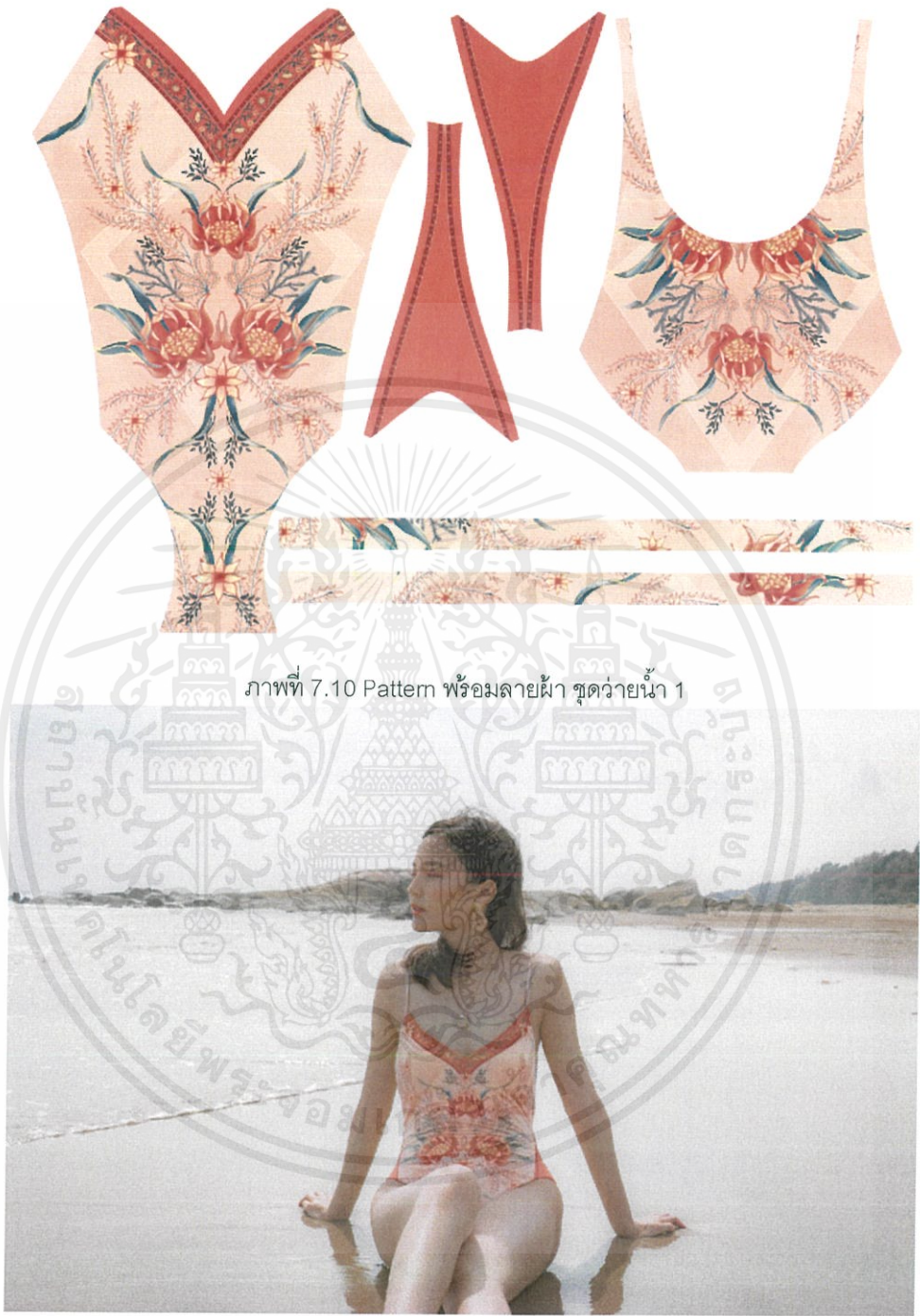
Element ประกอบชุด



ภาพที่ 7.9 Element ประกอบชุดด้วยเทคนิคบาติก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดว่ายน้ำ 1



ภาพที่ 7.10 Pattern พร้อมลายผ้า ชุดว่ายน้ำ 1

ภาพที่ 7.11 ชุดว่ายน้ำ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดว่ายน้ำ 2



ภาพที่ 7.12 Pattern พร้อมลายผ้า ชุดว่ายน้ำ 2



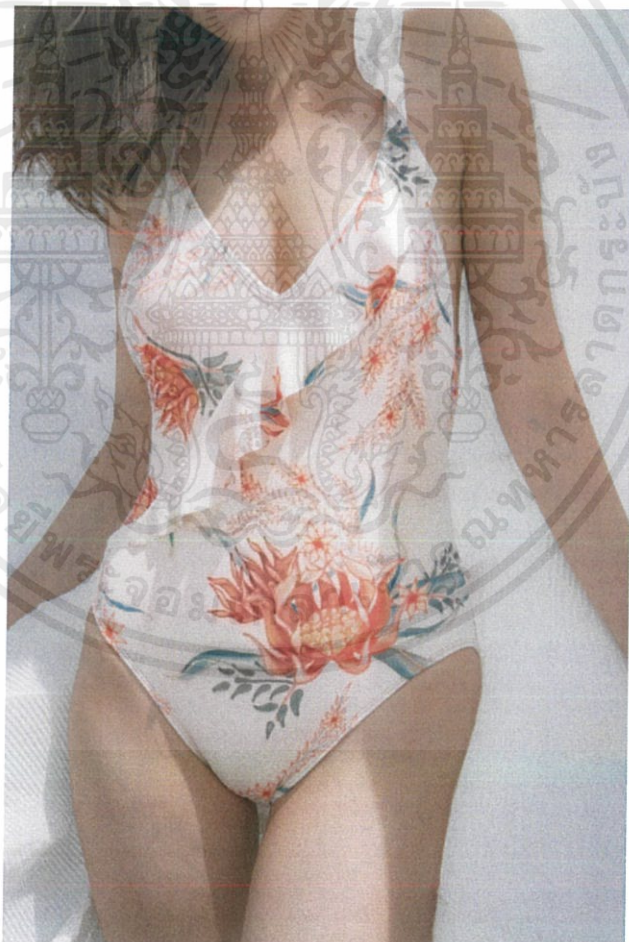
ภาพที่ 7.13 ชุดว่ายน้ำ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดว่ายน้ำ 3



ภาพที่ 7.14 Pattern พร้อมลายผ้า ชุดว่ายน้ำ 3



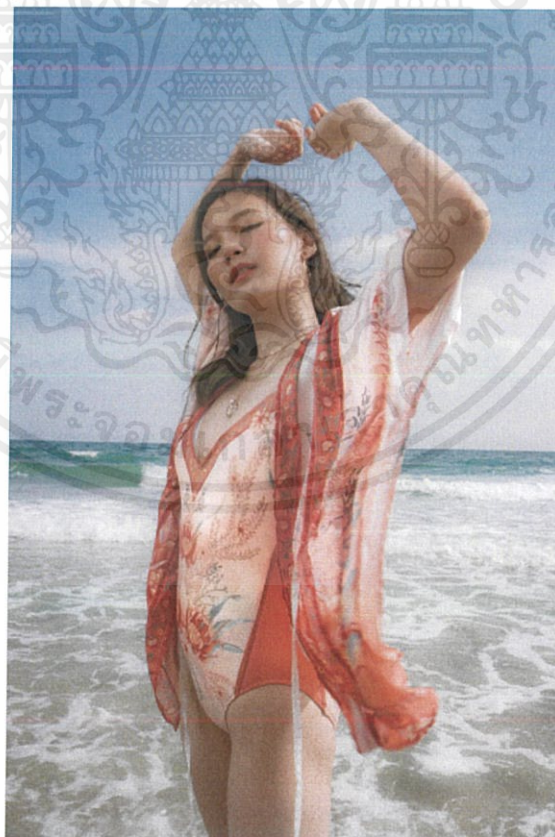
ภาพที่ 7.15 ชุดว่ายน้ำ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ้าคลุม 1



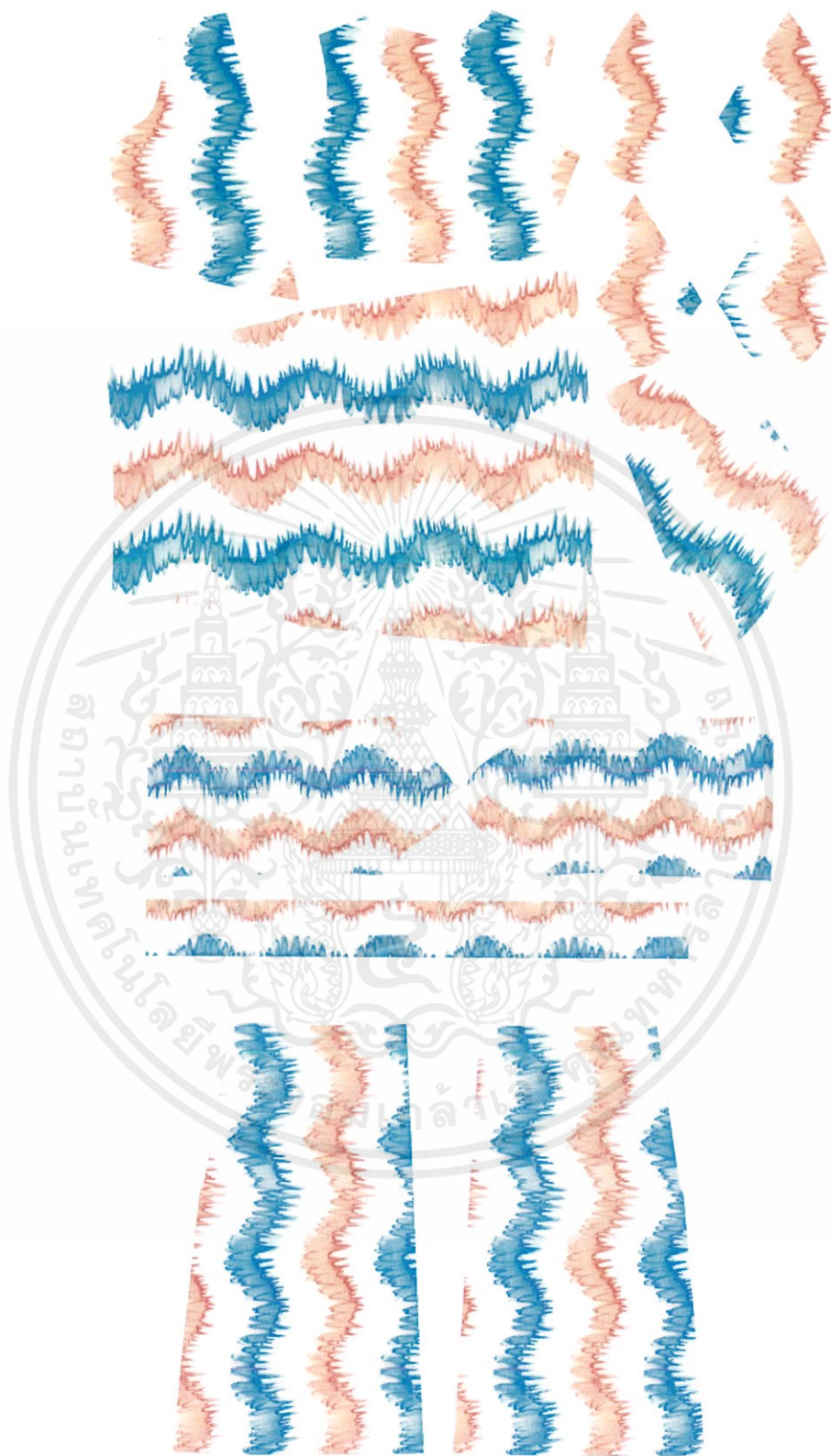
ภาพที่ 7.16 Pattern พร้อมลายผ้า ผ้าคลุม 1



ภาพที่ 7.17 ชุดว่ายน้ำ 1 และ ผ้าคลุม 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ้าคลุม 2



ภาพที่ 7.18 Pattern พร้อมลายผ้า ผ้าคลุม 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7.19 ผ้าคลุม 2

ผ้าพันคอ 1



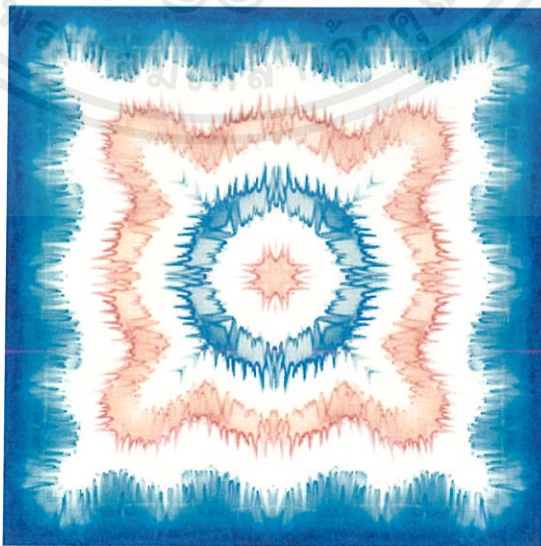
ภาพที่ 7.20 Pattern พร้อมลายผ้า ผ้าพันคอ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7.21 ชุดว่ายน้ำ 1 และ ผ้าพันคอ 1

ผ้าพันคอ 2



ภาพที่ 7.22 Pattern พร้อมลายผ้า ผ้าพันคอ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7.23 ชุดว่ายน้ำ 2 และ ผ้าพันคอ 2

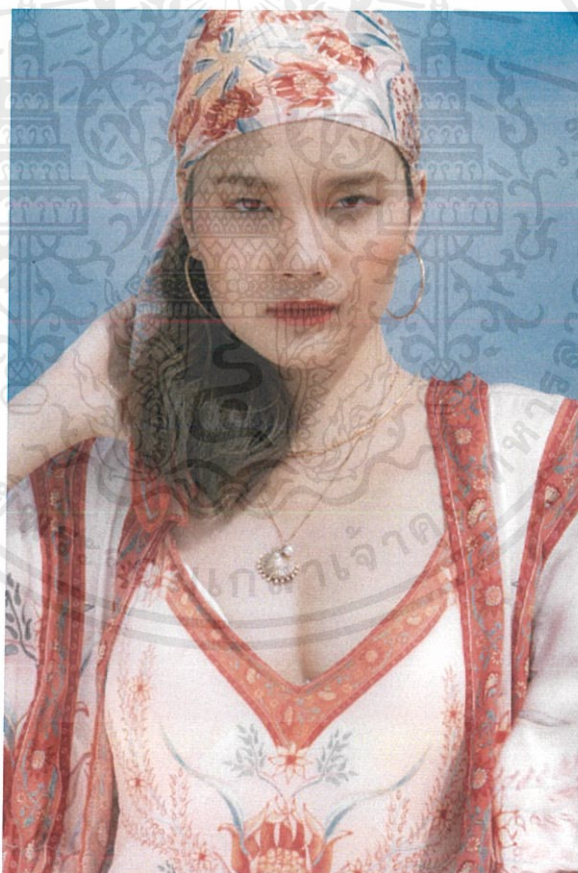
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.4 Communication for branding

Editorial Lookbook



ภาพที่ 7.24 Editorial Lookbook Layout



ภาพที่ 7.25 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7.26 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 2



ภาพที่ 7.27 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7.28 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 4



ภาพที่ 7.29 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 5



ภาพที่ 7.30 ตัวอย่างภาพประกอบ Editorial Lookbook 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7.31 Editorial Lookbook

Video Lookbook



ภาพที่ 7.32 Video Lookbook

ที่มา : https://drive.google.com/open?id=1EDV_XDkbwEFMx7kGZ4Ukenw9-FINvhzE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 8

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

8.1 บทสรุป

การออกแบบแบรนด์ดีดิงและลวดลายของบิชแวร์ที่มาจากเอกลักษณ์ทะเลไทย สำเร็จและบรรลุเป้าหมายตอบสนองการใช้งานที่ได้ตั้งเอาไว้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ภาพลักษณ์ หรือกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์ก็ตาม แม้ในบางส่วนของงานจะยังบกพร่อง ไม่ได้แก้ไขมากเท่าที่ควร แต่โดยรวมแล้วก็สามารถแสดงภาพลักษณ์ของแบรนด์บิชแวร์ที่มีความสบายๆของบรรยากาศทะเลไทย ที่ยังคงความสวยงาม น่ารัก น่าค้นหา แบบฉบับโบฮีเมียนยุคใหม่ได้อย่างลงตัว

8.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา

ในการออกแบบแบรนด์ดีดิงและลวดลายของบิชแวร์ที่มาจากเอกลักษณ์ทะเลไทย เกิดปัญหาและพบข้อจำกัดในการศึกษา ดังนี้

1. ในตอนเริ่มต้นงานยังมีความสับสนว่าอะไรคือเอกลักษณ์ทะเลไทย และควรเลือกที่ หรือที่ไหนดี รวมไปถึงจะดีดิงเอกลักษณ์ทะเลไทยออกมาเป็นรูปธรรมได้อย่างไร ที่ออกมาในรูปของอัตลักษณ์แบรนด์ จนกระทั่งทางผู้ออกแบบบิชแวร์ได้วิเคราะห์ทะเลแต่ละประเทศว่ามีความแตกต่างและจุดขายอย่างไรบ้างจึงพบว่าทะเลไทยมีจุดขายคือความสบายๆเป็นกันเองมาเพื่อผ่อนคลาย
2. ส่วนในเรื่องของลายผ้า ทางผู้ออกแบบบิชแวร์ก็ได้เลือกทะเลไทยที่มีจุดเด่นเป็นที่รู้จักกันดี คือ 'ลิมิตัน' ที่มีจุดเด่นในเรื่องของความอุดมสมบูรณ์ของโลก ได้นำและความสวยงามของน้ำทะเล จึงได้นำข้อมูลดังกล่าวเป็นแนวทางในการออกแบบลายผ้า ทำให้มีแนวทางชัดเจนมากขึ้นในเรื่องของข้อมูลการออกแบบในขณะเดียวกันก็เป็นข้อจำกัดที่จะต้องออกแบบโดยมีข้อมูลของพื้นที่
3. ขาดความรู้แท้จริงเกี่ยวกับการสร้างแพทเทิลเสื้อผ้าโดยเฉพาะชุดว่ายน้ำที่แตกต่างจากการตัดเย็บทั่วไป
4. ขาดความรู้แท้จริงเกี่ยวกับการเลือกผ้าทำให้สีตก
5. ไม่ใช่แบรนด์บิชแวร์ที่มีอยู่แล้ว จึงเหมือนเป็นการเริ่มต้นแบรนด์จากศูนย์ ตั้งแต่การตั้งชื่อ จนถึงการผลิตสินค้าบิชแวร์จริง
6. ในขั้นตอนพิมพ์ลายผ้า การทำให้สีออกมาตรงกับหน้าจอประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1. สีจากไฟล์ดิจิทัลที่เตรียมมา 2. ชนิดของผ้า 3. สีจากโรงพิมพ์ผ้า ทำให้ต้องทดสอบหลายรอบและ ไม่ได้เป็นไปตามที่ตั้งใจมาก และสุดท้ายก็ออกมาน่าพอใจ

8.3 ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำงานอย่างละเอียด และทำความเข้าใจให้ถ่องแท้ก่อนออกแบบ
2. การทำแบบสำรวจ มีส่วนช่วยในการกำหนดแนวทางการออกแบบได้อย่างมาก ใช้เป็นเหตุผลในการนำเสนอแบบร่างได้
3. การวางแผนกำหนดขั้นตอน รวมไปถึงระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาข้อมูล ทำแบบร่าง และทำงานจริง ควรทำอย่างละเอียด หากเป็นไปได้ให้กำหนดว่าในแต่ละสัปดาห์งานต้องเสร็จลุล่วงเท่าไร เพื่อจะได้เผื่อเวลาเอาไว้แก้ไขงาน หรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการทำงานได้ทันเวลา
4. ขั้นตอน กระบวนการ หรือวิธีการผลิต เป็นสิ่งที่ต้องศึกษาอย่างถี่ถ้วน ตั้งแต่การเตรียมไฟล์ไปจนถึงการพิมพ์ผลิตผลงานจริง เป็นส่วนที่ต้องระมัดระวังอย่างมาก

8.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้พบปัญหาในการทำงาน และรู้จักตัวเองมากขึ้น ทำให้เกิดการพัฒนาเรื่องการทำงานอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนงาน
2. ประเด็นในการศึกษา หรือโครงการที่ศึกษาที่จะต้องหาข้อมูลมากมาย ทำให้มีความรู้เรื่องการศึกษามากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- เศรษฐมัมน์ตรี กาญจนกุล. (2539). ศิลปะบาติกและการเขียนเทียน กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ ดีแอลเอส.
- อภิญา ไตรพบทอง. (2550). *บาติกสร้างสรรค์ The Art of Batik* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: งานฝีมือ.
- ไมตรี โอทาพบ. (2546). *การออกแบบชุดว่ายน้ำและชุดออกกำลังกาย* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: แสงจันทร์.
- เศรษฐมัมน์ตรี กาญจนกุล. (2538). เส้นสายลายไทย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ ดีแอลเอส.
- Fiona Humverstone. (2015). *How to Style Your Brand*. London: Copper Beech.
- Fiona Kerlogue.(2003). *Batik: Design, Style,& History*. Oxford: Thames&Hudson.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย



ชื่อ - สกุล
ที่อยู่

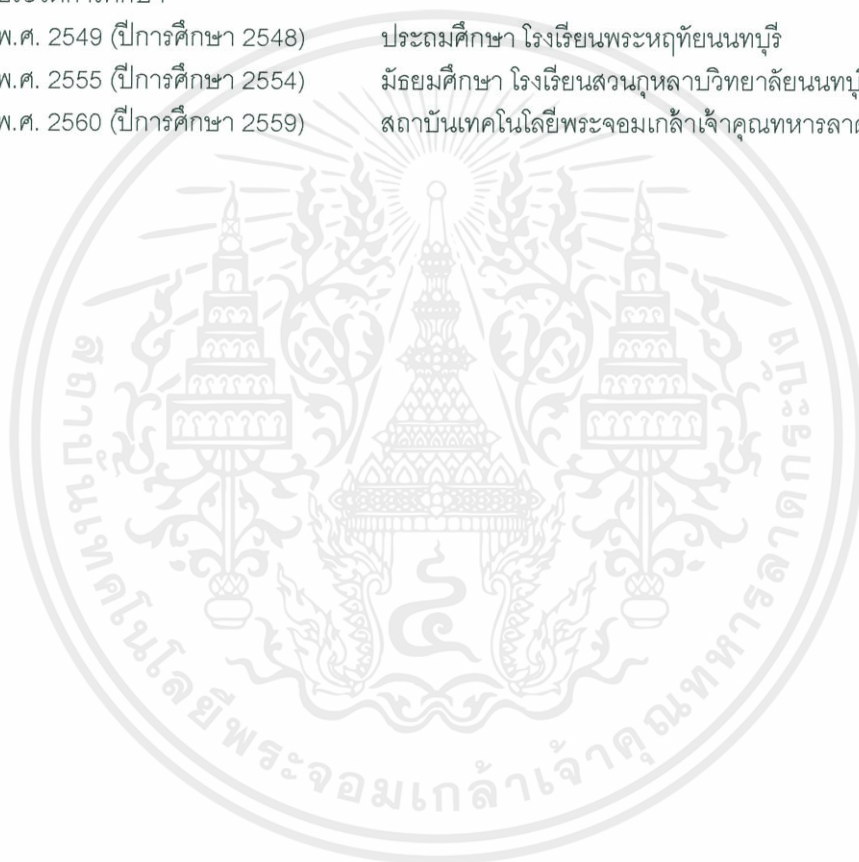
นันทน์ภัส พิบูลวิทยารักษ์
100/9 หมู่ 6 หมู่บ้านปาริชาติ ถนน 345 ตำบลบางคูวัด อำเภอเมือง
จังหวัดปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 12000

การติดต่อ

E - mail : nunnapasph@gmail.com
Tel : 096-802-4645

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2549 (ปีการศึกษา 2548)	ประถมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรี
พ.ศ. 2555 (ปีการศึกษา 2554)	มัธยมศึกษา โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัยนนทบุรี
พ.ศ. 2560 (ปีการศึกษา 2559)	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้