

โครงการออกแบบตัดแปรงรูปทรงผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์หลากหลายตาม
หลักทฤษฎีแม่แบบ(Archetype) กรณีศึกษาปิ่นโตตราหัวม้าลาย



นางสาว พนิดา ไชยดวงศรี

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์
บัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบสันทะสามมิติ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2561

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปะนิพนธ์ โครงการออกแบบตัดแปรงรูปทรงผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์หลากหลาย
ตามหลักทฤษฎีแม่แบบ(Archetype) กรณีศึกษาปิ่นโตตราหัวม้าลาย
โดย นางสาวพนิดา ไชยดวงศรี
สาขาวิชา การออกแบบสุนทรศาสตร์สามมิติ
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ นีรวรรณ รัตนวิจารณ์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์ ดนุภพ ไชยศิริ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติ
ให้นำศิลปะนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา
การออกแบบสุนทรศาสตร์สามมิติ

..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญญา สวัสดิ์ศรี)

คณะกรรมการสอบศิลปะนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ อรรถเวช บริรักษ์เลิศ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์ นีรวรรณ รัตนวิจารณ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(อาจารย์ ดนุภพ ไชยศิริ)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธวัชชัย มหานพวงศ์ชัย)

..... กรรมการ
(อาจารย์ นพิน มั่นทะจิตร)

..... กรรมการ
(ดร.อภิรักษ์ จิตรกร)

..... กรรมการ
(ดร.นวลพรรณ แก้วฉวีกรังษี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและตั้งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปะนิพนธ์	โครงการออกแบบตัดแปลงรูปทรงผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์หลากหลายตามหลักทฤษฎีแม่แบบ(Archetype) กรณีศึกษาปิ่นโตตราห้วมาลาย
นักศึกษา	นางสาวพนิดา ไชยดวงศรี
รหัสนักศึกษา	58020277
ปริญญา	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	การออกแบบสเนเทศสามมิติ
พ.ศ.	2561
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ นีรวรรณ รัตนวิจารณ์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ ดนุภพ ไชยศิริ

บทคัดย่อ

การแต่งกายสามารถสวมได้ทั้งบนร่างกายและบนสิ่งของ โดยที่ทั้งสองนี้มีส่วนที่คล้ายกันก็คือ สวมเพื่อเพิ่มความแตกต่าง สามารถแยกออกได้ว่าคนนี้ชอบใส่เสื้อผ้าลักษณะนี้แล้วดูแตกต่างและน่าจดจำ เช่น ของใช้ในชีวิตประจำวันที่มีลักษณะที่ซ้ำ และคล้ายคนอื่น จนต้องนำมาทำให้ดูแตกต่างไม่เหมือนใคร จึงเลือกปิ่นโตที่มีลักษณะที่คล้ายกันเป็นจำนวนมากมาตกแต่งเพื่อเพิ่มความแตกต่างให้กับผู้ใช้งาน

ผู้ศึกษาได้ศึกษาและเก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย โดยเลือกใช้ทฤษฎีแม่แบบ(Archetype) เพื่อเป็นตัวกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการออกแบบ และทฤษฎี S.C.A.M.P.E.R เพื่อใช้กำหนดแนวทางในการออกแบบ โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากทฤษฎีแม่แบบ(Archetype) ที่มีกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด12 ประเภท เพื่อเลือกวัสดุที่ใช้ในการออกแบบ หรือขั้นตอนการใช้งาน การออกแบบทำให้กลุ่มผู้ใช้งานเข้าถึงและใช้งานได้ตรงตามที่ต้องการ

สุดท้ายผู้ศึกษาจึงได้กำหนดใช้ทฤษฎีแม่แบบ(Archetype) เพื่อกำหนดผู้ใช้ และวิธีการใช้งานที่ผู้ใช้ทั้ง12แบบ จึงออกมาเป็นการตัดแปลงรูปทรงผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์หลากหลายตามหลักทฤษฎีแม่แบบ(Archetype)

กิตติกรรมประกาศ

โครงการออกแบบตัดแปลงรูปทรงผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์หลากหลายตามหลักทฤษฎีแม่แบบ(Archetype) กรณีศึกษาปิ่นโตตราห้วม้าลายเกิดขึ้นจากความสนใจในการแต่งตัว และตกแต่งสิ่งของ ซึ่งศิลปะนิพนธ์นี้จะไม่สามารถเสร็จสมบูรณ์ตามเป้าหมายได้ด้วยดี หากขาดแรงสนับสนุน กำลังใจคำปรึกษา และทุกการช่วยเหลือต่าง ๆ จากบุคคล และหน่วยงานหลายฝ่ายจึงขอขอบคุณทุกท่านที่คอยให้ความช่วยเหลือไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณคุณแม่พ่อคุณแม่ สำหรับทุกความห่วงใย กำลังใจ ความหวังดี และคอยสนับสนุน กำลังทรัพย์มาให้

ขอขอบคุณ อาจารย์ นีรวรรณ รัตนวิจารณ์ กับ อาจารย์ ดนุภ ไซยศิริ ที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยให้คำปรึกษาในเรื่องการทำงาน และเรื่องต่าง ๆ ตลอดเสมอมา

ขอขอบคุณ คุณแม่น้องลูคัส ดีไซน์ คนสวย นาว ตรีน พสุ ปอ มินโตะ น้อง ๆ ที่คอยรับฟัง คอยให้กำลังใจให้คำปรึกษา อยู่เป็นเพื่อนในทุกช่วงเวลาของชีวิต คอยมอบเสียงหัวเราะและรอยยิ้มให้ในทุกช่วงเวลา -

ขอขอบคุณศิลปินเกาหลีใต้วงเอ็นเอสที(NCT) ทั้งหมด21คน มุนแทอิล จอห์นนี่ซอ อีแทยง นากาโมโตะ ยูตะ เฉียนคุน คิมโดยอง ชิตพล ลีชัยพรกุล จองแจฮยอน ต่งซื่อเจิง คิมจงอู หวังยูกเฮย เซียวจวิน เฮนเดอรี มาร์คลี หวงเหรินจวิน ลีเจโน่ อีตงฮยอก นาแจมิน หยางหยาง จงเฉินเล่อ ปาร์คจีซอง ที่เป็นแรงผลักดันในการทำงาน คอยอยู่ข้างๆเป็นกำลังใจให้เสมอพร้อมมอบรอยยิ้ม มอบความรัก มอบความอบอุ่น ความห่วงใย ที่ทำให้มีพลังใจในการดำเนินงาน และมอบคำพูดที่สามารถช่วยเตือนสติทุกครั้งเมื่อหลงทางหรือท้อแท้ จึงทำให้เป็นแรงผลักดันเพื่อให้ดำเนินงานศิลปะนิพนธ์นี้ได้สำเร็จลุล่วง

สารบัญ

	หน้า
ใบรับรองศิลปะนิพนธ์.....	I
บทคัดย่อภาษาไทย.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญรูป.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	2
1.3 ขอบเขตโครงการ.....	2
1.3.1 ขอบเขตทฤษฎี และ หลักที่ใช้ในการออกแบบ.....	2
1.3.2 ขอบเขตด้านการออกแบบ.....	3
1.4 วิธีดำเนินโครงการ.....	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.6 นิยามศัพท์.....	3
บทที่ 2 การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ.....	4
2.1 ข้อมูลของแบรนด์สินค้า.....	4
2.1.1 ประวัติ บริษัท เสถียรสแตนเลสสตีล จำกัด (มหาชน).....	6
2.1.2 ประวัติความเป็นมา (Heritage).....	7
2.1.3 คุณค่า (Value).....	7
2.1.4 คำสัญญา (Promise).....	7
2.1.5 บุคลิกภาพ (Personality).....	7
2.1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ (Benefit).....	7
2.1.7 ภารกิจ (Mission).....	7
2.1.7 แปรนต์ (Collaborator).....	7
2.1.9 SWOT ANALYSIS.....	7
2.2 ข้อมูลกลุ่มลูกค้าตราหมีม้าลาย.....	8
2.3 ข้อมูลกลุ่มสินค้าตราหมีม้าลาย.....	9
2.3.1 กลุ่มสินค้าตราหมีม้าลาย.....	9

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3.2 ประเภทสินค้าตราห้วม้าลาย.....	10
2.4 ข้อมูลการใช้งานปีนโต.....	15
2.5 ข้อมูลทางการตลาด.....	15
2.5.1 Position ของแบรนด์ที่ใช้วัสดุเดียวกัน.....	15
2.5.2 Position ของแบรนด์ที่ใช้วัสดุที่หลากหลาย.....	16
2.6 ข้อมูลของกรณีศึกษา.....	18
2.6.1 PRetty Please.....	18
2.6.2 กล่องกระดาษชำระ.....	19
2.7 ข้อมูลของแบรนด์ “มะ-หิ้ว”.....	20
2.7.1 ความหมายของชื่อ มะ – หิ้ว.....	20
2.7.2 แนวคิดในการสร้างแบรนด์.....	20
2.7.3 วัตถุประสงค์.....	20
2.7.4 คุณค่า(Value).....	20
2.7.5 ประโยชน์ที่ได้รับ(Benefit).....	20
2.7.6 ภารกิจ(Mission).....	20
2.7.7 ลูกค้า(Customer).....	20
2.7.8 พื้นที่ในการจำหน่าย.....	21
2.8 ข้อมูลทฤษฎีแม่แบบ(Archetype)ของกลุ่มเป้าหมาย.....	21
2.8.1 ความห่วงใย (Caregiver Family).....	21
2.8.2 กลุ่มคน (Citizen Family).....	22
2.8.3 ความสร้างสรรค์ (Creator Family).....	22
2.8.4 การผจญภัย (Explorer Family).....	22
2.8.5 วีรบุรุษ (Hero Family).....	23
2.8.6 ความบริสุทธิ์ (Innocent Family).....	23
2.8.7 ตลกร้าย (Jester Family).....	24
2.8.8 เสน่ห์หยา (Lover Family).....	24
2.8.9 ความเป็นไปได้ (Magician Family).....	25
2.8.10 กบฏ (Rebel Family).....	25
2.8.11 ความเฉลียวฉลาด (Sage).....	26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและตั้งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.8.12 ผู้นำและอำนาจ(Sovereign).....	26
2.9 ข้อมูลทฤษฎี S.C.A.M.P.E.R ที่ใช้กำหนดแนวทางในการออกแบบ.....	27
2.10 วิเคราะห์ข้อมูลทางการออกแบบ.....	27
2.11 สรุปขอบเขตการออกแบบ.....	31
บทที่ 3 การดำเนินการออกแบบ.....	32
3.1 สรุปขอบเขตเนื้อหาในการออกแบบ.....	32
3.2 สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการออกแบบ และ แนวทางในการออกแบบ.....	32
3.3 sketch.....	39
3.4 การพัฒนา และ สรุปผลงาน.....	56
3.4.1 สรุปแบบแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 1.....	56
3.3.2 สรุปแบบแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 2.....	58
บทที่ 4 การนำเสนอผลงานการออกแบบ.....	64
4.1 ต้นแบบงานสุดท้าย.....	64
4.1.1 ภาพรวมจากการออกแบบ.....	64
4.1.2 รายละเอียดด้านการออกแบบ.....	65
4.2 ขั้นตอนการใช้.....	72
4.2.1 คู่มือการใช้งาน (catalog).....	72
4.3 แผ่นนำเสนอผลงานการออกแบบ.....	79
บทที่ 5 การสรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	81
5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้รับจากโครงการ.....	81
5.2 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์.....	82
5.3 ข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ.....	83
5.4 การแก้ไขผลงานการออกแบบ.....	84
บรรณานุกรม.....	85
ประวัติผู้เขียน.....	86

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและข้อมูลอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 2.1 บทวิเคราะห์ปัญหา และโอกาสทางการออกแบบ.....	7
ตารางที่ 2.2 แสดงข้อมูลกรณีศึกษา PRetty Please.....	18
ตารางที่ 2.3 แสดงข้อมูลกรณีศึกษา กลุ่มกระดาษชำระ.....	19
ตารางที่ 2.4 วิเคราะห์ข้อมูลทางการออกแบบ.....	27
ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Caregiver.....	33
ตารางที่ 3.2 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Citizen.....	33
ตารางที่ 3.3 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Creator.....	34
ตารางที่ 3.4 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Explorer.....	34
ตารางที่ 3.5 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Hero.....	35
ตารางที่ 3.6 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Innocent.....	35
ตารางที่ 3.7 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Jester.....	36
ตารางที่ 3.8 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Lover.....	36
ตารางที่ 3.9 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Magician.....	37
ตารางที่ 3.10 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Rebel.....	37
ตารางที่ 3.11 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Sage.....	38
ตารางที่ 3.12 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Sovereign.....	38
ตารางที่ 3.13 สรุปแบบแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 1.....	56
ตารางที่ 3.14 สรุปแบบแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 1 (ต่อ).....	57
ตารางที่ 3.15 สรุปแบบแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 2.....	58
ตารางที่ 3.16 สรุปแบบแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 2 (ต่อ).....	59
ตารางที่ 3.17 สรุปแบบแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 2 (ต่อ).....	60
ตารางที่ 3.18 สรุปแบบแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 2 (ต่อ).....	61
ตารางที่ 3.19 สรุปแบบแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 2 (ต่อ).....	62
ตารางที่ 3.20 สรุปแบบแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 2 (ต่อ).....	63
ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงภาพรวมในการออกแบบ.....	64
ตารางที่ 5.1 ตารางแสดงภาพรวมผลงาน.....	81
ตารางที่ 5.2 ตารางแสดงข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปะนิพนธ์.....	82
ตารางที่ 5.3 ตารางแสดงข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ.....	83

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
รูปที่ 1.1 ในปี 2509 คุณเสถียร ยังวานิช ได้เริ่มกิจการรับจ้างทำตู้แช่สเตนเลส.....	5
รูปที่ 1.2 เอกชัย ยังวานิช รองประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการ.....	5
รูปที่ 1.3 แผนภูมิแสดงข้อมูลกลุ่มลูกค้า.....	8
รูปที่ 1.4 กลุ่มสินค้าตราหิวมาลาย.....	9
รูปที่ 1.5 ปิ่นโต 2 ชั้น.....	10
รูปที่ 1.6 ปิ่นโต 2 ชั้นครึ่ง รุ่น Classic.....	10
รูปที่ 1.8 ปิ่นโต 3 ชั้นครึ่ง รุ่น Classic.....	11
รูปที่ 1.7 ปิ่นโต 4 ชั้นครึ่ง รุ่น Classic.....	11
รูปที่ 1.9 ปิ่นโต 5 ชั้น.....	12
รูปที่ 1.10 ปิ่นโต รุ่น Airtight II.....	12
รูปที่ 1.12 ปิ่นโต รุ่น smart lock.....	13
รูปที่ 1.13 ปิ่นโต รุ่น Smart Lock II.....	13
รูปที่ 1.14 ล่องข้าวพร้อมชั้นแบ่ง.....	14
รูปที่ 1.15 หม้อแคมป์ปิ้ง.....	14
รูปที่ 3.1 สเก็ตครั้งที่ 1 Caregiver.....	39
รูปที่ 3.2 สเก็ตครั้งที่ 1 Citizen.....	39
รูปที่ 3.3 สเก็ตครั้งที่ 1 Creator.....	40
รูปที่ 3.4 สเก็ตครั้งที่ 1 Explorer.....	40
รูปที่ 3.5 สเก็ตครั้งที่ 1 Hero.....	41
รูปที่ 3.6 สเก็ตครั้งที่ 1 Innocent.....	41
รูปที่ 3.7 สเก็ตครั้งที่ 1 Jester.....	42
รูปที่ 3.8 สเก็ตครั้งที่ 1 Lover.....	42
รูปที่ 3.9 สเก็ตครั้งที่ 1 Magician.....	43
รูปที่ 3.10 สเก็ตครั้งที่ 1 Rebel.....	43
รูปที่ 3.11 สเก็ตครั้งที่ 1 Sage.....	44
รูปที่ 3.12 สเก็ตครั้งที่ 1 Sovereign.....	44
รูปที่ 3.13 สเก็ตครั้งที่ 2 Caregiver แบบที่1.....	45
รูปที่ 3.14 สเก็ตครั้งที่ 2 Caregiver แบบที่2.....	45
รูปที่ 3.15 สเก็ตครั้งที่ 2 Citizen แบบที่1.....	46

สารบัญรูป(ต่อ)

รูปที่	หน้า
รูปที่ 3.16 สเก็ตครั้งที่ 1 Creator แบบที่ 2.....	46
รูปที่ 3.17 สเก็ตครั้งที่ 2 Creator แบบที่ 1.....	47
รูปที่ 3.18 สเก็ตครั้งที่ 2 Creator แบบที่ 2.....	47
รูปที่ 3.19 สเก็ตครั้งที่ 2 Creator แบบที่ 3.....	48
รูปที่ 3.20 สเก็ตครั้งที่ 2 Creator แบบที่ 4.....	48
รูปที่ 3.21 สเก็ตครั้งที่ 2 Explorer.....	49
รูปที่ 3.22 สเก็ตครั้งที่ 2 Hero.....	49
รูปที่ 3.23 สเก็ตครั้งที่ 2 Innocent แบบที่1.....	50
รูปที่ 3.24 สเก็ตครั้งที่ 2 Innocent แบบที่2.....	50
รูปที่ 3.25 สเก็ตครั้งที่ 2 Jester แบบที่1.....	51
รูปที่ 3.26 สเก็ตครั้งที่ 2 Jester แบบที่2.....	51
รูปที่ 3.27 สเก็ตครั้งที่ 2 Jester แบบที่3.....	52
รูปที่ 3.28 สเก็ตครั้งที่ 2 Jester แบบที่4.....	52
รูปที่ 3.29 สเก็ตครั้งที่ 2 Lover.....	53
รูปที่ 3.30 สเก็ตครั้งที่ 2 Magician แบบที่1.....	53
รูปที่ 3.31 สเก็ตครั้งที่ 1 Magician แบบที่2.....	54
รูปที่ 3.32 สเก็ตครั้งที่ 1 Rebel แบบที่ 1.....	54
รูปที่ 3.33 สเก็ตครั้งที่ 1 Rebel แบบที่ 2.....	55
รูปที่ 3.34 สเก็ตครั้งที่ 1 Sage.....	55
รูปที่ 3.3 สเก็ตครั้งที่ 1 Sovereign.....	56
รูปที่ 4.1 caregiver แบบที่1.....	65
รูปที่ 4.2 caregiver แบบที่2.....	65
รูปที่ 4.3 Citizen.....	66
รูปที่ 4.4 Creator.....	66
รูปที่ 4.5 Explorer.....	67
รูปที่ 4.6 Hero.....	67
รูปที่ 4.7 Innocent แบบที่1.....	68
รูปที่ 4.8 Innocent แบบที่2.....	68
รูปที่ 4.9 Jester.....	69

สารบัญรูป(ต่อ)

รูปที่	หน้า
รูปที่ 4.10 Lover.....	69
รูปที่ 4.11 Magician.....	70
รูปที่ 4.12 Rebel.....	70
รูปที่ 4.13 Sage.....	71
รูปที่ 4.14 Sovereign.....	71
รูปที่ 4.15 หน้าปก catalog.....	72
รูปที่ 4.16 วิธีการใช้งาน Caregiver.....	72
รูปที่ 4.17 วิธีการใช้งาน Citizen.....	73
รูปที่ 4.18 วิธีการใช้งาน Creator.....	73
รูปที่ 4.19 วิธีการใช้งาน Explorer.....	74
รูปที่ 4.20 วิธีการใช้งาน Hero.....	74
รูปที่ 4.21 วิธีการใช้งาน Innocent.....	75
รูปที่ 4.22 วิธีการใช้งาน Jester.....	75
รูปที่ 4.23 วิธีการใช้งาน Lover.....	76
รูปที่ 4.24 วิธีการใช้งาน Magician.....	76
รูปที่ 4.25 วิธีการใช้งาน Rebel.....	77
รูปที่ 4.27 วิธีการใช้งาน Sage.....	77
รูปที่ 4.28 วิธีการใช้งาน Sovereign.....	78
รูปที่ 4.29 แผ่นนำเสนอผลงาน แผ่นที่1.....	79
รูปที่ 4.30 แผ่นนำเสนอผลงาน แผ่นที่2.....	80
รูปที่ 5.1 คู่มือการใช้งาน (catalog).....	82
รูปที่ 5.2 การออกแบบชุดตกแต่งเสริม (แบบเดิม).....	83
รูปที่ 5.3 การออกแบบชุดตกแต่งเสริม (แบบใหม่).....	84

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

การแต่งกาย คือ การสวม เครื่องแต่งกาย ที่เหมาะสมกับเพศ สถานที่ ฤดูกาล และ สถานการณ์ต่าง ๆ แต่ในยุคสมัยนี้การแต่งกายจะมีหลายรูปแบบ หลุดโลก เรียบดูดี หวานแหวว ก็จะแตกต่างกันไป ก็เหมือนกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ มีการผลิตแบบเดิมในรูปแบบที่คล้ายกันเป็นจำนวนมาก เมื่อได้แต่งเติม หรือ เพิ่มอะไรบางอย่างลงไปเพียงเล็กน้อยให้กับผลิตภัณฑ์นั้น ก็จะมี ความแตกต่าง ปัจจุบันทุกอย่างได้เปิดกว้างมากขึ้น เช่น การแต่งกายหลากหลาย การใช้ชีวิตที่แตกต่าง แม้กระทั่งการใช้ของใช้ในชีวิตประจำวัน บางชิ้นที่มีลักษณะคล้ายกัน จะถูกนำไปตกแต่งให้เข้ากัน ทำให้ดูน่าใช้มากขึ้น จนกลายเป็นสิ่งใหม่แตกต่างไม่เหมือนใคร

ผลิตภัณฑ์สินค้าตราหมีม้าลาย คนส่วนใหญ่จะรู้จักผลิตภัณฑ์นี้จากอุปกรณ์ประกอบครัวเรือนต่าง ๆ เช่น หม้อ ช้อน เขี่ยก้นน้ำ ปิ่นโตตราหมีม้าลายจึงไม่เป็นที่นิยมเพราะภาพลักษณ์ที่ดูเก่าซ้ำเดิม ผู้คนจึงไม่กล้าที่จะใช้ หรือ ถ้าใช้ก็จะไม่สามารถแยกออกได้ว่าปิ่นโตนี้ของใครเพราะมีลักษณะที่เหมือน และ คล้ายกันจะต่างกันแค่เพียงอาหารด้านในเท่านั้น

ผู้จัดทำโครงการจึงมีความสนใจอยากจะทำโครงการออกแบบตัดแปลงรูปทรงผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์หลากหลายตามหลักทฤษฎีแม่แบบ(Archetype) กรณีศึกษาปิ่นโตตราหมีม้าลาย เพื่อเพิ่มความแตกต่างให้กับผู้ใช้ปิ่นโต

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการฯ

เพื่อประยุกต์หลักทฤษฎีแม่แบบ(Archetype) สู่การออกแบบชุดปันทกแต่ผลิตภัณฑ์ประเภทปันทอสแตนเลสให้มีความหลากหลายเหมาะสมกับผู้ใช้งาน

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 ขอบเขตทฤษฎี และหลักที่ใช้ในการออกแบบ

1.3.1.1 ทฤษฎีแม่แบบ (Archetype)

เพื่อใช้กำหนดรูปแบบให้มีความต่างกันตามทฤษฎี แม่แบบ(Archetype) มี 12 ประเภท

- ความห่วงใย (Caregiver)
- กลุ่มคน (Citizen)
- ความสร้างสรรค์ (Creator)
- การผจญภัย (Explorer)
- วีรบุรุษ (Hero)
- ความบริสุทธิ์ (Innocent)
- ตลกร้าย (Jester)
- เสน่ห์หา (Lover)
- ความเป็นไปได้ (Magician)
- กบฏ (Rebel)
- ความเฉลียวฉลาด (Sage)
- ผู้นำและอำนาจ (Sovereign)

1.3.1.2 ทฤษฎีS.C.A.M.P.E.R

เพื่อใช้กำหนดแนวทางในการออกแบบที่ต่างกัน มีดังนี้

- S = การหาสิ่งอื่นมาทดแทน (Substitute)
- C = การผสม (Combine)
- A = การปรับวิธีต่างๆ (Adapt)
- M = การปรับปรุง (Modify/Magnify/Minify)
- P = การเปลี่ยนวิธีการใช้งาน (Put to other purposes/use)
- E = การลดส่วนประกอบ (Eliminate)
- R = การกลับ (Reverse)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.2 ขอบเขตด้านการออกแบบ

การออกแบบชุดตกแต่งสินค้าสแตนเลส จำนวน 12 ชุด ตามทฤษฎีแม่แบบ

(Archetype)

1.4 วิธีดำเนินโครงการ

- 1.4.1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับปิ่นโต
- 1.4.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการตกแต่งเพิ่มเติม (Add-on)
- 1.4.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีแม่แบบ (Archetype)
- 1.4.4 วิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูล เพื่อสรุปข้อมูลและกำหนดเกณฑ์ในการออกแบบ
- 1.4.6 ดำเนินการออกแบบ
- 1.4.7 วิเคราะห์สรุปผล
- 1.4.8 ปรับปรุงแก้ไขการออกแบบ ทดลองทำโมเดล
- 1.4.9 นำโมไปทดลองกับกลุ่มเป้าหมาย
- 1.4.10 แก้ไขและนำโมเดลไปทดลองกับกลุ่มเป้าหมาย
- 1.4.11 นำเสนอโครงการ

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.5.1 ได้สร้างความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์

1.5.2 เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าทางอ้อม และเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้า ทำให้สินค้าได้รับรายได้เพิ่มขึ้น

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 ทฤษฎีแม่แบบ (Archetype) คือ เครื่องมือที่ช่วยสร้างจุดเด่น หรือค้นหาบุคลิกที่เหมาะสม

1.6.2 ทฤษฎี S.C.A.M.P.E.R คือ Osborn's Idea Stimulation checklists เป็นเทคนิคที่พัฒนาขึ้นเป็นเครื่องมือในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการที่ จะสร้างแนวคิด ใช้เป็นคำถาม เพื่อค้นหาแนวทางที่เป็นทางเลือกที่ละแนวทางใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหา

1.6.3 การตกแต่งเพิ่มเติม (Add-on) คือ การตกแต่งหรือเพิ่มสิ่งของลงไปให้กับวัสดุ เพื่อเพิ่มความแตกต่างให้กับสิ่งของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

โครงการออกแบบชุดตกแต่งส่งเสริม และ ออกแบบแนวทางการดัดแปลงผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความหลากหลาย กรณีศึกษาปิ่นโตตราห้วม้ลาย มีการศึกษาข้อมูลและนำมาวิเคราะห์สรุปผลเพื่อใช้ในการออกแบบ แบ่งเป็นหัวข้อใหญ่ ดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลของแบรนด์สินค้า
- 2.2 ข้อมูลกลุ่มลูกค้าตราห้วม้ลาย
- 2.3 ข้อมูลกลุ่มสินค้าตราห้วม้ลาย
- 2.4 ข้อมูลการใช้งานปิ่นโต
- 2.5 ข้อมูลทางการตลาด
- 2.6 ข้อมูลของกรณีศึกษา
- 2.7 ข้อมูลของแบรนด์ “มะ-หิ้ว”
- 2.8 ข้อมูลทฤษฎีแม่แบบ (Archetype) ของกลุ่มเป้าหมาย
- 2.9 ข้อมูลทฤษฎีS.C.A.M.P.E.ที่ใช้กำหนดแนวทางในการออกแบบ
- 2.10 วิเคราะห์ข้อมูลทางการออกแบบ
- 2.11 สรุปขอบเขตการออกแบบ

2.1 ข้อมูลของแบรนด์สินค้า

2.1.1 ประวัติ บริษัท เสถียรสเตนเลสสตีล จำกัด (มหาชน)

บริษัท เสถียรสเตนเลสสตีล จำกัด (มหาชน) เป็นแบรนด์เครื่องครัวสเตนเลส มาเป็นเวลายาวนานมากกว่า 50ปี ซึ่งในปี 2509 คุณเสถียร ยังวานิช ได้เริ่มกิจการรับจ้างทำตู้แช่สเตนเลส และรับจ้างผลิตชุดครัวสเตนเลสให้แก่โรงแรม และสายการบินต่าง ๆ ในนามห้างหุ้นส่วนจำกัด ชุมศิลป์อุตสาหกรรม เมื่อมีเศษสเตนเลสเหลือจากการรับจ้าง คุณเสถียรจึงมีแนวคิดที่จะใช้ประโยชน์จากเศษสเตนเลสที่มี พร้อมกับต้องการพัฒนาคุณภาพชิ้นในสมัยนั้นและต้องการพัฒนารูปแบบการผลิตไปสู่ระบบอุตสาหกรรมจึงได้เริ่มผลิต "ช้อนสเตนเลส" ขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นแรกของ ตราห้วม้ลาย

2.1.2 ประวัติความเป็นมา (Heritage)

เราเป็นแบรนด์สแตนเลสแห่งแรกในประเทศไทยที่อยู่มาเป็นเวลานานมากกว่า 50 ปี สแตนเลสที่ใช้เป็นสแตนเลสคุณภาพดี และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

2.1.3 คุณค่า (Value)

เราเป็นแบรนด์สแตนเลสที่ใช้สแตนเลสคุณภาพดี และ ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมที่รักมีต่อชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ คุ่มค่า และตรงตามความต้องการของลูกค้า

2.1.4 คำสัญญา (Promise)

เราจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ คุ่มค่า ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และ คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

2.1.5 บุคลิกภาพ (Personality)

เราเป็นแบรนด์สแตนเลสที่มีความมุ่งมั่น มีความรับผิดชอบต่อ ใส่ใจผู้อื่น และ คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

2.1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ (Benefit)

สินค้าของเรามีคุณภาพดี ปลอดภัยต่อลูกค้าและสิ่งแวดล้อม

2.1.7 ภารกิจ (Mission)

เราจะผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เพื่อความพึงพอใจของลูกค้าด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยีการบริหาร และการผลิตที่มีประสิทธิภาพ

2.1.8 แบรินต์ (Collaborator)

ผลิตภัณฑ์ตราห้วมลายมีแบรินต์ลูก คือ ตราพระอาทิตย์ราคาจะถูกลงกว่าเข้าถึงได้ง่ายกว่า แต่ความหลากหลายก็จะน้อย

2.1.9 SWOT ANALYSIS

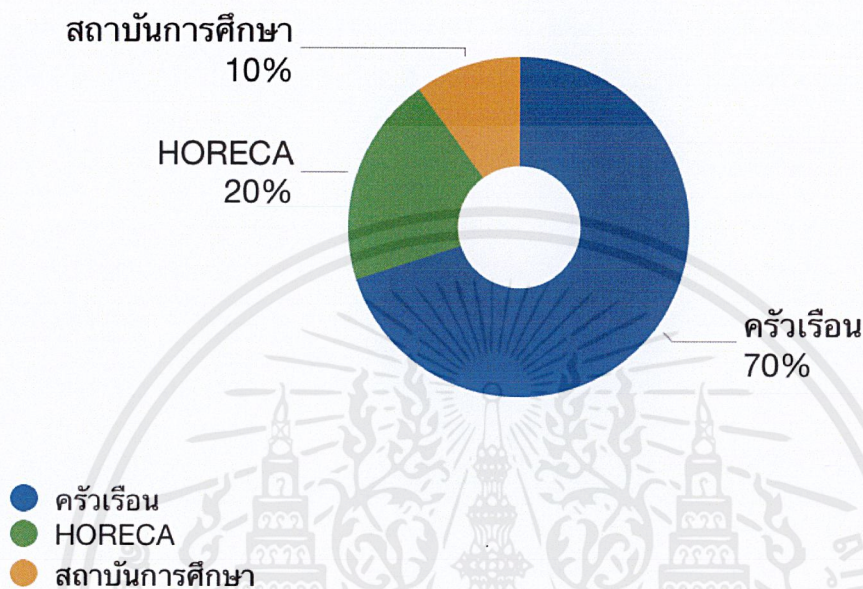
ตารางที่ 2.1 บทวิเคราะห์ปัญหา และโอกาสทางการออกแบบ

STRENGTHS	WEAKNESSES
<ul style="list-style-type: none"> - เป็นแบรนด์สแตนเลสที่ผลิตผลิตภัณฑ์คุณภาพดีเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการเหนือความคาดหวังของลูกค้าเพื่อความพอใจสูงสุดของลูกค้า - เป็นหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อมที่มีต่อชุมชนต่อประเทศและต่อโลก - เป็นผลิตภัณฑ์สแตนเลสที่อยู่มานานมากกว่า 50 ปีและทำต่อกันมารุ่นสู่รุ่น 	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้าสามารถลอกถูกเลียนแบบได้ - สินค้าสแตนเลสไม่สามารถนำเข้าไมโครเวฟได้
OPPORTUNITIES	THREATS
<ul style="list-style-type: none"> - มีการพัฒนาด้านนวัตกรรมและการผลิตที่มีประสิทธิภาพ - ค่านิยมของคนในแต่ละยุคสมัย 	<ul style="list-style-type: none"> - คู่แข่งทางการค้า - สภาวะเศรษฐกิจ - สินค้าลอกเลียนแบบ

สินค้าตราหัวม้าลายเป็นสินค้าสแตนเลสจะไม่สามารถนำเข้าไมโครเวฟได้แต่สามารถใส่อาหารได้ จึงได้มีคู่แข่งจากบริษัทอื่น ๆ มากมาย ซึ่งก็มีการใช้งานเหมือนกันคือใส่อาหารได้เหมือนกัน จึงทำให้มีกล่องข้าววางขายมากมายและสามารถนำเข้าไมโครเวฟได้ ทนความร้อนได้ดี แต่ละอย่างก็จะมีข้อเสีย ข้อดีต่างกันไปทั้งความหลากหลายของสินค้าและการใช้งานก็จะต่างกันไป เป็นต้น

2.2 ข้อมูลกลุ่มลูกค้าตราห้วม้าลาย

กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้า ตราห้วม้าลาย ส่วนใหญ่จะใช้กับสถานที่ที่มีคนเยอะและต้องทำอาหารเป็นจำนวนมาก



รูปที่ 1.3 แผนภูมิแสดงข้อมูลกลุ่มลูกค้า

ที่มา : <http://forbesthailand.com/entrepreneurs-detail.php?did=1569>

- ครัวเรือน เช่น หม้อ กระทะ
- สถาบันการศึกษา เช่น หม้อ กระทะ เหยือกน้ำ ซ้อน
- HORECA – กลุ่มธุรกิจที่ประกอบไปด้วย โรงแรม (Hotel) ร้านอาหาร/ภัตตาคาร (Restaurant) คาเฟ่/ธุรกิจจัดเลี้ยง (Café/Catering)

กลุ่มตราห้วม้าลายต้องการเจาะกลุ่มตลาดHOREGAมากกว่า ²

ที่มา(2) : สุทธานินี จิตรกรกรมไทย เจียจันทร์พงษ์.2560.เอกชัย ยังวานิช สร้าง “ห้วม้าลาย” ครองใจตลาดเครื่องครัว

ไทย.[Online].เข้าถึงได้จาก : <http://forbesthailand.com/entrepreneurs-detail.php?did=1569>

2.3 ข้อมูลกลุ่มสินค้าตราหมีม้าลาย

2.3.1 กลุ่มสินค้าตราหมีม้าลาย

ผลิตภัณฑ์แปรรูปตราหมีม้าลายผลิตจากสแตนเลสสตีลคุณภาพมาตรฐานแข็งแรงทนทาน และมีความหลากหลายของสินค้ามาก ในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง ที่บรรจุอาหารจึงความหลากหลายมากขึ้น เช่น เปลี่ยนวัสดุ เป็นต้น³



รูปที่ 1.4 กลุ่มสินค้าตราหมีม้าลาย

ที่มา : <http://forbesthailand.com/entrepreneurs-detail.php?did=1569>

ที่มา(3) : สุทธาสินี จิตรกรรมไทย เจียจันทร์พงษ์.2560.เอกชัย ยังวาณิช สร้าง “หมีม้าลาย” ครองใจตลาดเครื่องครัว

ไทย.[Online].เข้าถึงได้จาก : <http://forbesthailand.com/entrepreneurs-detail.php?did=1569>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2 ประเภทสินค้าตราหัวม้าลาย



ชื่อสินค้า	ปิ่นโต 2 ชั้น Ø10×2 รุ่น คลาสสิก	ปิ่นโต 2 ชั้น Ø12×2 รุ่น คลาสสิก	ปิ่นโต 2 ชั้น Ø14×2 รุ่น คลาสสิก
เส้นผ่าศูนย์กลาง Ø (cm.)	Ø10	Ø12	Ø14
กว้าง/Width (cm.)	10	12	14
สูง/Height (cm.)	15.5	17	19.1
Pack size (Pcs.)	12	12	12

รูปที่ 1.5 ปิ่นโต 2 ชั้น

ที่มา : <https://www.zebra-head.com/NTH/Product/ProductSubCategory.asp?categoryid=0000000012&haveSubCategory=true>



ชื่อสินค้า	ปิ่นโต 2 ชั้นครึ่ง Ø10×12 รุ่นคลาสสิก	ปิ่นโต 2 ชั้นครึ่ง Ø12×2 รุ่นคลาสสิก	ปิ่นโต 2 ชั้นครึ่ง Ø14×2 รุ่นคลาสสิก
เส้นผ่าศูนย์กลาง Ø (cm.)	Ø10	Ø12	Ø14
กว้าง/Width (cm.)	10	12	14
สูง/Height (cm.)	15.5	17	19.1
Pack size (Pcs.)	12	12	12

รูปที่ 6 ปิ่นโต 2 ชั้นครึ่ง รุ่น Classic

ที่มา : <https://www.zebra-head.com/NTH/Product/ProductSubCategory.asp?categoryid=0000000012&haveSubCategory=true>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชื่อสินค้า	ปิ่นโต 3 ชั้น Ø10×3 รุ่นคลาสสิก	ปิ่นโต 3 ชั้น Ø12×3 รุ่นคลาสสิก	ปิ่นโต 3 ชั้น Ø14×3 รุ่นคลาสสิก	ปิ่นโต 3 ชั้น Ø16×3 รุ่นคลาสสิก	ปิ่นโต 3 ชั้น Ø18×3 รุ่นคลาสสิก
เส้นผ่าศูนย์กลาง Ø (cm.)	Ø10	Ø12	Ø14	Ø16	Ø18
กว้าง/Width (cm.)	10	12	14	16	18
สูง/Height (cm.)	15.5	17	19.1	26.6	29.5
Pack size (Pcs.)	12	12	12	12	12

รูปที่ 8 ปิ่นโต 3 ชั้นครึ่ง รุ่น Classic

ที่มา : <https://www.zebra-head.com/NTH/Product/ProductSubCategory.asp?categoryid=000000012&haveSubCategory=true>



ชื่อสินค้า	ปิ่นโต 4 ชั้น Ø10×4 รุ่นคลาสสิก	ปิ่นโต 4 ชั้น Ø12×4 รุ่นคลาสสิก	ปิ่นโต 4 ชั้น Ø14×4 รุ่นคลาสสิก	ปิ่นโต 4 ชั้น Ø16×4 รุ่นคลาสสิก	ปิ่นโต 4 ชั้น Ø18×4 รุ่นคลาสสิก
เส้นผ่าศูนย์กลาง Ø (cm.)	Ø10	Ø12	Ø14	Ø16	Ø18
กว้าง/Width (cm.)	10	12	14	16	18
สูง/Height (cm.)	25	27.4	31.1	33	36.2
Pack size (Pcs.)	12	12	12	12	12

รูปที่ 7 ปิ่นโต 4 ชั้นครึ่ง รุ่น Classic

ที่มา : <https://www.zebra-head.com/NTH/Product/ProductSubCategory.asp?categoryid=000000012&haveSubCategory=true>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชื่อสินค้า	ปิ่นโต 5 ชั้น Ø14x5 รุ่นคลาสสิก	ปิ่นโต 5 ชั้น Ø16x5 รุ่นคลาสสิก	ปิ่นโต 5 ชั้น Ø18x5 รุ่นคลาสสิก
เส้นผ่าศูนย์กลาง Ø (cm.)	Ø14	Ø16	Ø18
กว้าง/Width (cm.)	14	16	18
สูง/Height (cm.)	37.1	39.4	44
Pack size (Pcs.)	6	6	6

รูปที่ 9 ปิ่นโต 5 ชั้น

ที่มา : <https://www.zebra-head.com/NTH/Product/ProductSubCategory.asp?categoryid=0000000012&haveSubCategory=true>



ชื่อสินค้า	2 Tier Food Carrier Ø10x2 – Airtight II	2 Tier Food Carrier Ø12x2 – Airtight II	2 Tier Food Carrier Ø14x2 – Airtight II	2 Tier Food Carrier Ø12x3 – Airtight II	2 Tier Food Carrier Ø14x4 – Airtight II
เส้นผ่าศูนย์กลาง Ø (cm.)	Ø10	Ø12	Ø14	Ø12	Ø14
กว้าง/Width (cm.)	10	12	14	12	14
สูง/Height (cm.)	17.5	19.5	21.8	25.5	34.7
Pack size (Pcs.)	12	12	12	12	12

รูปที่ 10 ปิ่นโต รุ่น Airtight II

ที่มา : <https://www.zebra-head.com/NTH/Product/ProductSubCategory.asp?categoryid=0000000012&haveSubCategory=true>

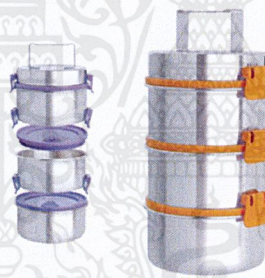
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชื่อสินค้า	ปิ่นโต 3 ชั้น Ø14×3 รุ่น Smart Lock	ปิ่นโต 4 ชั้น Ø14×4 รุ่น Smart Lock
เส้นผ่าศูนย์กลาง Ø (cm.)	Ø14	Ø14
กว้าง/Width (cm.)	17	17
สูง/Height (cm.)	28	35
Pack size (Pcs.)	12	12

รูปที่ 12 ปิ่นโต รุ่น smart lock

ที่มา : <https://www.zebra-head.com/NTH/Product/ProductSubCategory.asp?categoryid=0000000012&haveSubCategory=true>



ชื่อสินค้า	ปิ่นโต Ø12×3 รุ่น Smart Lock II สี
เส้นผ่าศูนย์กลาง Ø (cm.)	Ø12
กว้าง/Width (cm.)	
สูง/Height (cm.)	
Pack size (Pcs.)	

รูปที่ 11 ปิ่นโต รุ่น Smart Lock II

ที่มา : <https://www.zebra-head.com/NTH/Product/ProductSubCategory.asp?categoryid=0000000012&haveSubCategory=true>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชื่อสินค้า	กล่องข้าวพร้อมชั้นแบ่ง Ø12	กล่องข้าวพร้อมชั้นแบ่ง Ø14
เส้นผ่าศูนย์กลาง Ø (cm.)	Ø12	Ø14
กว้าง/Width (cm.)	7	8
สูง/Height (cm.)	0.7	1.1
Pack size (Pcs.)	12	12

รูปที่ 14 กล่องข้าวพร้อมชั้นแบ่ง

ที่มา : <https://www.zebra-head.com/NTH/Product/ProductSubCategory.asp?categoryid=0000000012&haveSubCategory=true>



ชื่อสินค้า	หม้อหุงต้ม Ø12	หม้อหุงต้ม Ø14
เส้นผ่าศูนย์กลาง Ø (cm.)	Ø12	Ø14
กว้าง/Width (cm.)	7	8
สูง/Height (cm.)	0.7	1.1
Pack size (Pcs.)	12	12

รูปที่ 13 หม้อแคมป์ปิ้ง

ที่มา : <https://www.zebra-head.com/NTH/Product/ProductSubCategory.asp?categoryid=0000000012&haveSubCategory=true>

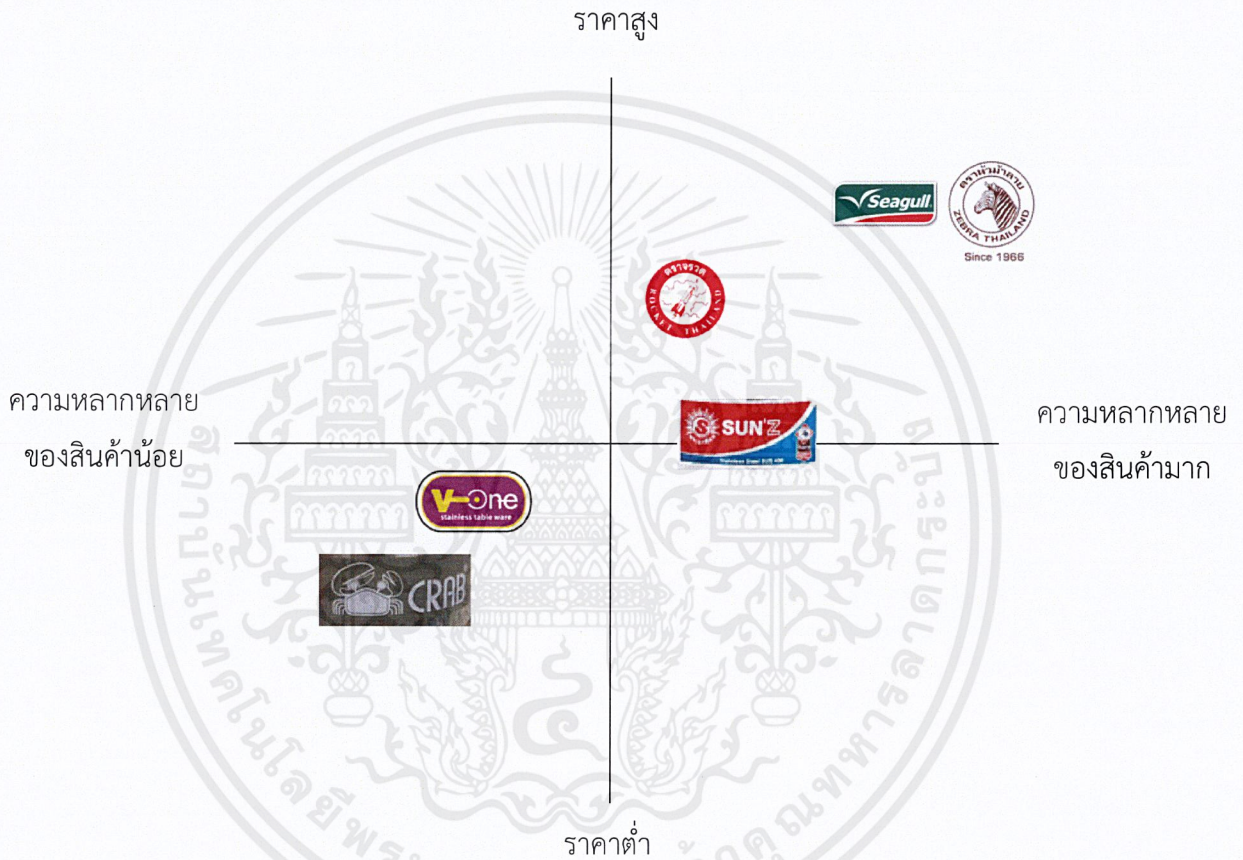
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ข้อมูลการใช้งานปืนโต

ปืนโตจะมีหลายชั้น สามชั้น สองชั้น สี่ชั้น หรือ ห้าชั้น จากการสำรวจชั้นล่างสุดมักจะนิยมใส่ข้าวส่วนชั้นอื่น ๆ อาจใส่กับข้าว ขนมหรืออื่น ๆ ก็ได้

2.5 ข้อมูลทางการตลาด

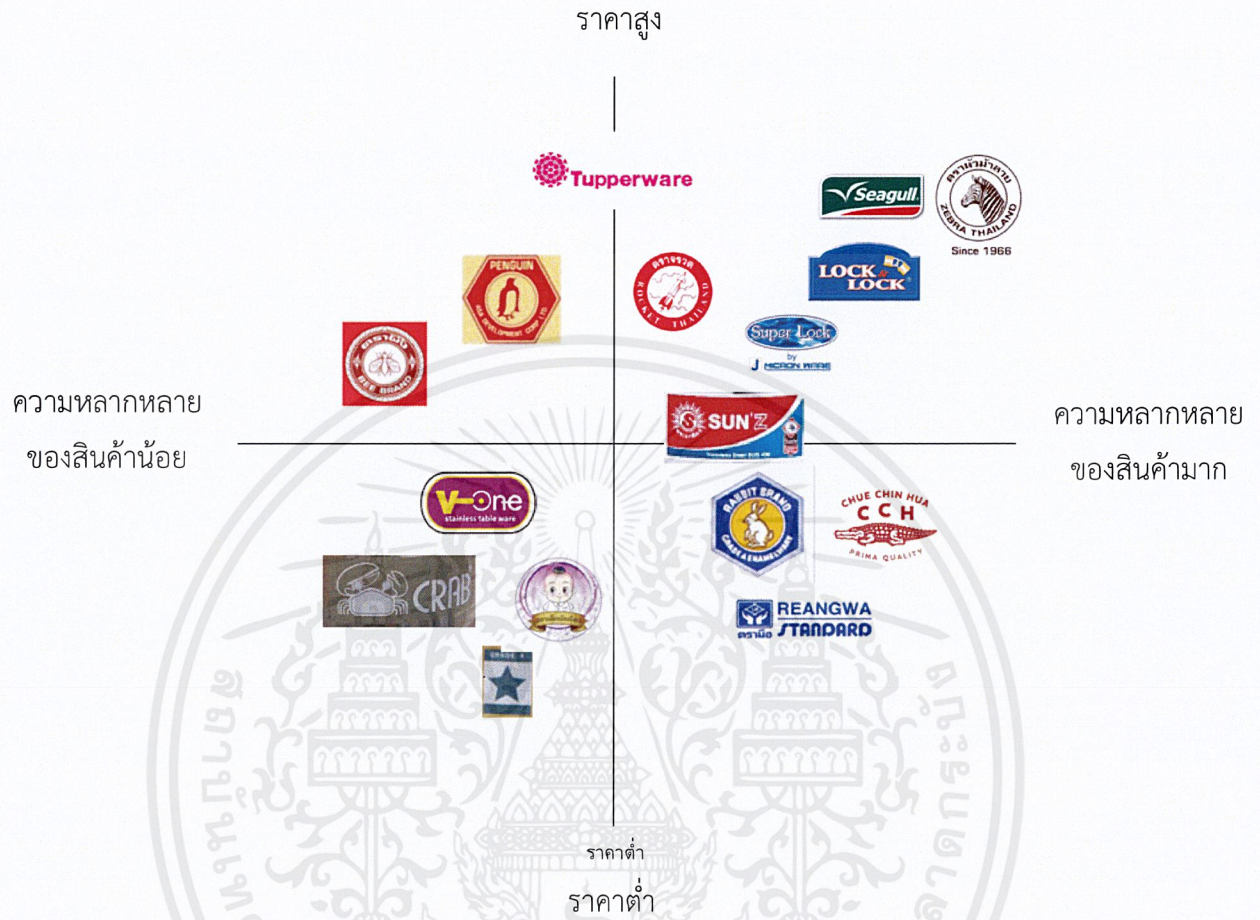
2.5.1 Position ของแบรนด์ที่ใช้วัสดุเดียวกัน



รูปที่ 15 แผนภาพแสดงPosition แบรนด์ที่ใช้วัสดุเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2 Position ของแบรนด์ที่ใช้วัสดุที่หลากหลาย



รูปที่ 16 แผนภาพแสดงPositionของแบรนด์ที่ใช้วัสดุที่หลากหลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ประเภทสแตนเลส



ประเภทสแตนเลส จะไม่สามารถเข้าไมโครเวฟได้ มีความต่างด้านความหลากหลาย
ราคา ละคุณภาพทางการผลิต

- ประเภทสังกะสี



ประเภทสแตนเลส จะไม่สามารถเข้าไมโครเวฟได้จึงมีความต่างด้านความหลากหลาย ราคา
และคุณภาพทางการผลิต

- ประเภทพลาสติก



ประเภทสแตนเลส สามารถเข้าไมโครเวฟได้มีความต่างด้านความหลากหลาย ราคา และ
คุณภาพทางการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 ข้อมูลของกรณีศึกษา

2.6.1 PRetty Please

ตารางที่ 2.2 แสดงข้อมูลกรณีศึกษา PRetty Please

ภาพสื่อ	จุดประสงค์	สื่อที่ใช้	ข้อดี
	<p>เพื่อส่งเสริมการขายให้กับแบรนด์ และให้ผู้ใช้สามารถสร้างสรรค์cushion ให้มีความแตกต่าง และมีเอกลักษณ์ เป็นของตัวเองได้</p>	<p>สติ๊กเกอร์</p>	<p>-สติ๊กเกอร์มีความหลากหลาย -ได้สร้างสรรค์ผลงานด้วยตัวเอง</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.2 กล่องกระดาษชำระ

ตารางที่ 2.3 แสดงข้อมูลกรณีศึกษา กล่องกระดาษชำระ

ภาพสื่อ	จุดประสงค์	สื่อที่ใช้	ข้อดี
	<p>เพื่อเพิ่มความสวยงาม และเข้ากับบริษัทในการใช้งานมากขึ้น</p>	<p>ผ้า ไหมพรม ลูกบิด ไม้ไผ่สาน</p>	<p>เข้ากับแต่ละบริษัท ทำให้ดูดี มีการะเทศะ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 ข้อมูลแบรนด์ “มะ - หิว”

แบรนด์ “มะ - หิว” เป็นแบรนด์ที่ทำชุดตกแต่งคอนเทนเนอร์อาหารเพื่อเพิ่มความแตกต่างในการใช้ปืนโต เหมือนเป็นการใส่ชุด ใส่เสื้อผ้าให้กับปืนโต จะมีหลากหลายแบบตามกลุ่มผู้ใช้ที่หลากหลาย

2.7.1 ความหมายของชื่อ มะ - หิว

มะ มาจากคำว่ามา มามะ เป็นการเชิญชวนกัน

หิว หมายถึง การหิวกระเพาะหรือหิวปืนโต

เหมือนเป็นการเชิญชวนกันมาหิวปืนโต มาใช้ปืนโต

2.7.2 แนวคิดในการสร้างแบรนด์

แบรนด์ มะ - หิว ต้องการที่จะเปลี่ยนของรูปแบบเดิมให้ดูน่าใช้มากขึ้นโดยการทำชุดตกแต่งปืนโตขึ้นมา เพื่อที่จะให้ผู้ใช้สามารถเลือกชุดตกแต่งปืนโตได้ตามความชอบไม่ซ้ำกันและยังบ่งบอกถึงความเป็นตัวของตัวเอง แล้วยังสามารถลดการใช้กล่องโฟม กล่องพลาสติกได้อีกด้วย

2.7.3 วัตถุประสงค์

2.6.3.1 เพื่อสร้างความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ และหลากหลายกับผู้ใช้

2.6.3.2 เพื่อเปลี่ยนของรูปแบบเดิมให้ดูน่าใช้มากขึ้น

2.7.4 คุณค่า(Value)

เราทำให้ลูกค้าได้มีอิสระในการเลือกใช้ชุดตกแต่งปืนตามความต้องการ

2.7.5 ประโยชน์ที่ได้รับ(Benefit)

สินค้าของเราจะเป็นการนำของรูปแบบเดิมให้ดูน่าใช้ และจะสามารถลดการใช้กล่องโฟม และหิวถุงพลาสติก

2.7.6 ภารกิจ(Mission)

มะ - หิว เป็นแบรนด์ที่มีอบอิสระในการใช้งานเข้าถึงผู้ใช้ได้หลากหลาย

2.7.7 ลูกค้า(Customer)

ทุกกลุ่มผู้ใช้ทุกคนสามารถเลือกซื้อ และเป็นลูกค้าของเราได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.8 พื้นที่ในการจำหน่าย

ชุดตกแต่งเสริมสามารถวางขายได้ในร้านเครื่องครัวในส่วน Accessories หรือร้านของเครื่องใช้ทั่วไป

2.8 ข้อมูลทฤษฎีแม่แบบ (Archetype) ของกลุ่มเป้าหมาย

ทฤษฎีแม่แบบ (Archetype) ของ Carl Jung เป็นนักจิตวิทยาได้ใช้ทฤษฎีนี้ในการอธิบายจิตวิทยาของมนุษย์โดยเขาเชื่อว่า แม่แบบ (Archetype) ต่าง ๆ นั้นคือ “แรงขับ” พื้นฐานของมนุษย์ โดยกลุ่มเป้าหมายที่เลือกมามีความหลากหลาย เพราะฉะนั้นจึงกำหนดโดยใช้ทฤษฎีแม่แบบ (Archetype) คือ ความห่วงใย (Caregiver) กลุ่มคน (Citizen) ความสร้างสรรค์ (Creator) การผจญภัย (Explorer) วีรบุรุษ (Hero) ความบริสุทธิ์ (Innocent) ตลกร้าย (Jester) เสน่ห์หา (Lover) ความเป็นไปไม่ได้ (Magician) กบฏ (Rebel) ความเฉลียวฉลาด (Sage) ผู้นำและอำนาจ (Sovereign) เป็นต้น

2.8.1 ความห่วงใย (Caregiver Family)

2.8.1.1 Caregiver

ไม่เห็นแก่ตัวชอบช่วยเหลือ เห็นอกเห็นใจ และดูแลผู้อื่น สามารถเสียสละตัวเองเพื่อผู้อื่นได้

2.8.1.2 Angel

เป็นผู้สร้างความหวัง สร้างรอยยิ้ม สามารถเป็นแรงบัลดาลใจ และบรรเทาความเปล่าเปลี่ยวของจิตใจ มีความเห็นอกเห็นใจไม่สิ้นสุด

2.8.1.3 Guardian

เป็นคนที่ปกป้องคอยคุ้มครองผู้อื่น สามารถเลี้ยงดูและให้คำแนะนำ

2.8.1.4 Healer

เป็นผู้นำพาความอุดมสมบูรณ์ มีศรัทธา สร้างเงื่อนไขและความเชื่อ

2.8.1.5 Samaritan

ชอบช่วยเหลือผู้อื่นโดยไม่ต้องขอร้อง เสียสละและใจกว้าง

2.8.2 กลุ่มคน (Citizen Family)

2.8.2.1 Citizen

พลเมือง เป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ และความยุติธรรม ความเท่าเทียม เป็นผู้ฟังที่ดี

2.8.2.2 Advocate

ผู้สนับสนุนในการเปลี่ยนแปลง และสร้างแรงบันดาลใจ

2.8.2.3 Everyman

เชื่อว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ชอบช่วยเหลือผู้อื่น

2.8.2.4 Networker

มีความสามารถในการสร้างสังคม และเครือข่าย เข้ากับผู้อื่นได้ง่าย

2.8.2.5 Servant

มีบทบาทหลากหลายตั้งแต่เป็นบริวารของผู้อื่น หรือเป็นหัวหน้าที่ชอบบริการผู้อื่น การรับฟัง การเข้าอกเข้าใจกัน

2.8.3 ความสร้างสรรค์ (Creator Family)

2.8.3.1 Creator

มีความต้องการแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเอง เป็นผู้บุกเบิกสิ่งใหม่ ๆ มากไปได้สัน
ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ

2.8.3.2 Artist

มีความสามารถในการเปลี่ยนสิ่งธรรมดาให้เป็นสิ่งพิเศษ เป็นคนที่มีความอยากรู้อยากเห็น
อยากเล่นสนุกสนาน มีความมุ่งมั่น มีแรงบันดาลใจ คิดนอกกรอบ

2.8.3.3 Entrepreneur

นักธุรกิจ เป็นผู้เพื่อฝันถึงไอเดียต่าง ๆ และมันหมายถึงจะทำให้มันเกิดขึ้น มั่นใจที่จะก้าวตาม
วิสัยทัศน์

2.8.3.4 Storyteller

นักเล่าเรื่องอาจมีการถ่ายทอดเรื่องราวโดยมีการแต่งเสริมเพื่อเข้าถึงอารมณ์ในการเล่า และ
เป็นคนที่ดึงดูดผู้คน

2.8.3.5 Visionary

ผู้มีกลยุทธ์ล้ำเลิศ และสามารถจินตนาการถึงความเป็นไปได้

2.8.4 การผจญภัย (Explorer Family)

2.8.4.1 Explorer

มีแรงกระตุ้นที่สำคัญ คือ ความต้องการที่จะพบเจอประสบการณ์ใหม่ๆ ต้องการอิสระในการ
ค้นพบสิ่งใหม่ ไม่จำเป็นต้องมีความท้าทายเสมอไป

2.8.4.2 Adventurer

ชื่นชอบในการเสี่ยงภัย ผจญภัย ที่มากกว่าขีดจำกัดของตัวเอง เป็นคนที่มีชีวิตชีวา ปราศจาก
ความกลัว

2.8.4.3 Generalist

เป็นผู้รอบรู้ มีความหลงใหลต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ อย่างไม่มีสิ้นสุด เป็นคนเปิดกว้าง

2.8.4.4 Pioneer

เป็นผู้หลงใหลในการบุกเบิก หรือเริ่มสิ่งใหม่ๆ ตรงไปตรงมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8.4.5 Seeker

มุ่งหมายในการเรียนรู้ เติบโต และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีความทะเยอทะยาน รักความ
สันโดษ

2.8.5 วีรบุรุษ (Hero Family)

2.8.5.1 Hero

เสียสละตัวเองเพื่อความเปลี่ยนแปลง ความกล้าหาญและความดีที่เหนือกว่าคนทั่วไป

2.8.5.2 Athlete

เป็นคนที่มีความพยายาม ความมุ่งมั่น และความสามารถที่ซ้ำของ

2.8.5.3 Liberator

ชอบทำดีเพื่อส่วนรวม เชื่อมั่นว่าสิ่งใดถูกหรือผิด และต้องการปกป้องสิทธิของผู้อื่น

2.8.5.4 Rescuer

มีสัญชาตญาณในการช่วยเหลือผู้อื่น และตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว

2.8.5.5 Warrior

กล้าหาญไม่เกรงกลัวสิ่งใด มีความอดทน และมั่นคงในจริยธรรม

2.8.6 ความบริสุทธิ์ (Innocent Family)

2.8.6.1 Innocent

เป็นที่ไม่มีเล่ห์เหลี่ยม และต้องการหาความสุขที่แท้จริง แสดงถึงความสมใจบุญ

2.8.6.2 Child

สนุกสนานกับสิ่งต่าง ๆ ในชีวิต ที่ถูกหยาบคายให้ และเต็มไปด้วยพลังบวก

2.8.6.3 Dreamer

มีจินตนาการที่มีชีวิตชีวา สดใส และ เลือกที่จะอยู่ในโลกแห่งความฝัน

2.8.6.4 Idealist

เป็นคนที่เชื่อมั่นว่าการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีเป็นไปได้ เห็นแก่ผู้อื่น เชื่อมั่นในตนเอง

2.8.6.5 Muse

คนที่มาพร้อมกับความรู้ แรงบันดาลใจในการสร้างศิลปะ และก่อให้เกิดความชัดเจน เป้าหมาย
แรงผลักดัน

2.8.7 ตลกร้าย (Jester Family)

2.8.7.1 Jester

เป็นผู้รื่นเริงกับโอกาสต่าง ๆ ตลกร้าย สามารถเปลี่ยนมุมมอง บิดความหมาย และตีความ เหตุการณ์และผู้คนได้

2.8.7.2 Clown

สร้างความสนุกสนาน ทำให้ผู้อื่นหัวเราะ หรือ ร้องไห้

2.8.7.3 Entertainer

ขี้เล่น สร้างความสนุกสนาน ครั้นเครง มีความสามารถในการสร้างความบันเทิง และสร้างความเพลิดเพลินให้กับผู้ชม

2.8.7.4 Provocateur

เป็นผู้สร้างแรงกระตุ้น และความป่าเถื่อน

2.8.7.5 Shapeshifter

มีความสามารถในการเข้าออกตามสถานการณ์ต่าง ๆ ง่ายตาย เปลี่ยนบทบาทบุคลิกเป็นลักษณะที่โดดเด่นปรับตัวง่ายเปลี่ยนแปลงตัวเองง่าย

2.8.8 เสน่ห์หา (Lover Family)

2.8.8.1 Lover

เป็นคนที่มีความรักดีลุ่มหลงในราคะกลับมادم เต็มไปด้วยพลังชีวิตชื่นชมสิ่งต่าง ๆ รอบตัว

2.8.8.2 Companion

เป็นคนที่คอยสนับสนุนไว้นือเชื่อใจได้ ขอให้ความช่วยเหลืออยู่เสมอ มีความรักดี ใส่ใจกับ รายละเอียด

2.8.8.3 Hedonist

เป็นคนปล่อยตัวไปตามความรู้สึกการรับรู้ และ ตามอารมณ์ มีบุคลิกที่น่าดึงดูด สันโดษ มีไหวพริบ ใจกว้าง

2.8.8.4 Matchmaker

เป็นคนที่ใช้ความรู้เพื่อประโยชน์ในการเชื่อมผู้คนเข้าด้วยกัน มีความเก่งกาจในการคิดเชิงอุปมาอุปไมยมีจิตใจกว้าง

2.8.8.5 Romantic

ความสามารถในการมองเห็นความงามและแจ่มใสเบิกบานมีเสน่ห์น่าหลงใหล

2.8.9 ความเป็นไปได้ (Magician Family)

2.8.9.1 Magician

เป็นคนที่ฝันยิ่งใหญ่ เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ มีอำนาจชักจูง มีเสน่ห์ดึงดูด และฉลาดเฉลียว

2.8.9.2 Alchemist

ตัวแทนในการเปลี่ยนแปลง มีทักษะสูงในการเปลี่ยนแปลงสิ่งหนึ่งไปสู่สิ่งหนึ่ง

2.8.9.3 Engineer

เป็นคนเปลี่ยนพลังความคิดต่าง ๆ ไปสู่สิ่งใช้งานจับต้องได้สนใจในแบบแผน และการแก้ปัญหา

2.8.9.4 Innovator

ชอบประสมประสานไอเดียใหม่ใหม่เต็มไปด้วยแรงบันดาลใจ และมีความอยากรู้อยากเห็น

2.8.9.5 Scientist

ที่เห็นผลมีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้และเข้าใจความเป็นไป และความลึกซึ้งของธรรมชาติ

2.8.10 กบฏ (Rebel Family)

2.8.10.1 Rebel

ความมีผู้นำเป็นกองหน้าของความคิดทัศนคติใหม่ใหม่ ๆ และทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง

2.8.10.2 Activist

มีความมุ่งมั่นในการทำสิ่งที่ส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงในสังคมสิ่งแวดล้อมเศรษฐกิจและการเมือง

2.8.10.3 Gambler

มีไหวพริบ เสน่ห์เข้าสังคมและเชื่อสัญชาตญาณอันแรงกล้าในผลลัพธ์ที่ไร้ความแน่นอน

2.8.10.4 Maverick

ไม่ชอบการจำกัดมีบังคับความคิดมีความฉลาด มีฝันที่เต็มไปด้วยพลังที่มีชีวิตชีวาคิดและทำสิ่งต่าง ๆ ที่ตรงข้ามกับรูปแบบเดิม

2.8.10.5 Reformer

ต้องการความถูกต้องและพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ให้ดีขึ้นมีความเป็นผู้ใหญ่ยึดหลักคุณธรรมสุขุมมองการไกล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8.11 ความเฉลียวฉลาด (Sage)

2.8.11.1 Sage

มีสติปัญญาความรู้ คิดอย่างทะลุปรุโปร่งตัดสินใจอย่างมีเหตุผล

2.8.11.2 Detective

มีความสามารถในการสืบค้นเชื่อมโยงความสัมพันธ์ และ มีความแน่วแน่มิสัจขาดญาณที่ดี

2.8.11.3 Mentor

ยินดีที่จะส่งเสริมความสามารถของผู้อื่น คอยเกื้อหนุนคนอื่นและแบ่งปันความรู้ที่ตนเองมี เพื่อประโยชน์ของทุกคน

2.8.11.4 Shaman

ต้องการที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นมีความสามารถในการเข้าสู่สภาวะจิต หรือโรคที่เรา มองไม่เห็นได้

2.8.11.5 Translator

มีทักษะและสัญชาตญาณในการเป็นผู้สื่อสารสามารถเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ และแปลความหมาย ได้อย่างไม่คาดฝัน

2.8.12 ผู้นำและอำนาจ(Sovereign)

2.8.12.1 Sovereign

ปกครองสูงสุด มีอำนาจ มีกิริยาที่เหมาะสมในขณะเดียวกันก็เต็มไปด้วยคุณสมบัติของราชินิกุล

2.8.12.2 Ambassador

ชอบแก้ปัญหาาร่วมกันมีความชำนาญในการจัดการปัญหาที่มีความซับซ้อนขององค์กร มีความฉลาดหลักแหลมสามารถอ่านคนได้

2.8.12.3 Judge

มีความสามารถในการตัดสินใจตั้งมั่นในความยุติธรรมสติปัญญาฉลาดลุ่มลึกเป็นสัญลักษณ์แห่งความสมดุลและยุติธรรม

2.8.12.4 Patriarch

อาวุโสที่ปกป้องคุ้มครองผู้อื่นโดยไม่คำนึงถึงตนเองมีความเป็นผู้นำจิตใจกล้าหาญ

2.8.12.5 Ruler

เป็นตัวแทนอำนาจมีความมั่นใจในตนเองของผู้อื่นสถานะทางสังคมสูง

2.9 ข้อมูลทฤษฎี S.C.A.M.P.E.R ที่ใช้กำหนดแนวทางในการออกแบบ

ทฤษฎีที่ใช้กำหนดในการออกแบบคือ S.C.A.M.P.E.R เพื่อเพิ่มเทคนิคทางความคิดสร้างสรรค์

2.8.1 S = Substitute

หาสิ่งอื่นมาทดแทนสิ่งที่มีอยู่เมื่อสิ่งที่มีอยู่นั้นไม่สามารถใช้งานได้หรือปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้น

2.8.2 C = Combine

ผสมผสานสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่ออกมาให้เกิดเป็นสิ่งใหม่ขึ้นมา

2.8.3 A = Adapt

นำสิ่งที่มีอยู่ปรับมาใช้ร่วมกันกับสิ่งที่ตนเองสนใจ หรือต้องการทำ

2.8.4 M = Modify/Magnify/Minify

ปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงด้านรูปลักษณ์ รูปร่าง หรือขนาด เพื่อให้ออกมา

เหมาะสมกับการใช้งาน

2.8.5 P = Put to other purposes

เป็นการประยุกต์สิ่งที่มีอยู่เข้ากับสิ่งอื่นโดยที่ยังคงรักษาความเป็นสิ่งเดิมอยู่ หรือเปลี่ยน

วิธีการใช้งาน

2.8.6 E = Eliminate

ลดส่วนประกอบ หรือตัดสิ่งที่ไม่จำเป็นออกเป็นบางส่วน

2.8.7 R = Reverse


ทำในลำดับที่แตกต่างกัน สลับบทบาท จากที่เคยมีอยู่หรือเป็นอยู่จะช่วยให้เกิดสิ่งใหม่ที่

ดีกว่าเดิม




2.10 วิเคราะห์ข้อมูลทางการออกแบบ

ตารางที่ 2.4 วิเคราะห์ข้อมูลทางการออกแบบโดยใช้ทฤษฎีแม่แบบ (Archetype) และ


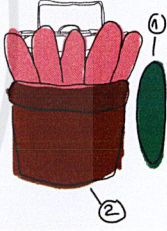

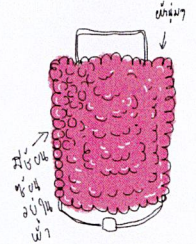
S.C.A.M.P.E.R. และ กำหนดปีนโตมาสองแบบคือ ปีนโต 3 ชั้นรุ่น Classic

Archetype	วัตถุประสงค์การใช้งานของ Accessories	Creative method	S.C.A.M.P.E.R.	Sketch
Caregiver	เพื่อเพิ่มความสะดวกในการพกพาและช่วยเก็บควาร์อนได้ในระดับหนึ่ง	-ตระกร้าสาน ขนาดพอดี -ผ้าทรงกระเป่า มี		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Archetype	วัตถุประสงค์ การใช้งานของ Accessories	Creative method	S.C.A.M.P.E.R.	Sketch
		ความแข็งแรง และทน - ลูกบิด		
Citizen	เพื่อเพิ่มความ สะดวกในการ พกพา เรียบง่าย ไม่หวือหวา เก็บ ความร้อนได้	กระดาษและ ผ้าที่ทนทาน ต่อการ ออกแบบ		
Creator	เพื่อแสดงถึง ความคิดสร้างสรรค์ ในการ แสดงความเป็น เจ้าของ สนุกที่ ได้สับเปลี่ยนชั้น และสี	ผ้า กระดาษ สติ๊กเกอร์ ลูกบิด	Combine เพราะเป็นการ รวมหลายๆสิ่งเข้า ด้วยกัน	
Explorer	เพื่อความ สะดวก และ ความเรียบง่าย ที่มาพร้อมความ ครบครัน	ผ้าและ พลาสติก		 1.พื้นที่เก็บของจำแ 2.ใส่ชั้น ซ่อม 3.ป้ายชื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Archetype	วัตถุประสงค์ การใช้งานของ Accessories	Creative method	S.C.A.M.P.E.R.	Sketch
Hero	เพื่อความ สะดวกในการ พกพาไปในที่ ต่าง ๆ เป็น กระเป๋าปืนโต สะพายหลังที่ สามารถห้อย รองเท้าได้ด้วย พร้อมที่จะลุย ทุกเหตุการณ์ กันกระแทกได้	ผ้าที่รองรับ ปืนโตได้ดี แข็งแรง และ ทนทาน		
Jester	เพื่อสร้างความ สนุกในแต่ละวัน กับการเปลี่ยนสี ที่ใสอุปกรณ์นั้น ให้ดูล้อเลียนกับ ธรรมชาติ	ผ้า ลูกปัด	Adapt combine	1. ไข่มุกสีจืด 2. คล้ายกระถางต้นไม้ 
Lover	เพื่อมอบความ หวานหอมกับ การพกพา เพราะกลิ่นที่ ดอกไม้มีความ ยั่วยวนชวนน่า ค้นหา	ผ้า พลาสติก	Adapt	 1. หูจับ 2. จุดใส่ช้อนหอม
Magician	เพื่อเพิ่มความ สนุกในการใช้ การค้นหา สิ่งของที่หมาย ไป	ผ้า หรือ พลาสติก	Adapt	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Archetype	วัตถุประสงค์ การใช้งานของ Accessories	Creative method	S.C.A.M.P.E.R.	Sketch
Rebel	เพื่อมอบความ สะดวกสบายที่ ที่ครบครันไป ด้วยอุปกรณ์การ กินต่าง ๆ สามารถใส่ อุปกรณ์ได้ครบ	หนัง	Adapt	
Sage	เพื่อมอบความ สะดวกสบาย แบบความครบ ครันในการ พกพา ใส่ของได้เยอะ	ผ้า		
Sovereign	เพื่อมอบ ความเรียบร้อย และ ส่งเสริม บุคลิก ตนเองในการถือ	ผ้า ลูกปัด		
Innocent	เพื่อมอบความ สดใสที่บริสุทธิ์ และความง่ายที่ จะเข้าถึง			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.11 สรุปขอบเขตการออกแบบ

จากการศึกษาศึกษาและ “โครงการออกแบบชุดตกแต่งส่งเสริม และออกแบบแนวทางการดัดแปลงผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความหลากหลาย กรณีศึกษาปีนโตตราหัวม้าลาย” สรุปขอบเขตในการออกแบบและเงื่อนไข ความต้องการในการออกแบบทั้งหมดได้ ดังนี้ ออกแบบชุดตกแต่งส่งเสริมเพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การดำเนินการออกแบบ

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบในบทที่ 2 ทำให้ทราบถึงความต้องการ และขอบเขตในการออกแบบ การดำเนินการออกแบบแบ่งเป็นหัวข้อต่าง ๆ ได้ ดังนี้

- 3.1 สรุปขอบเขตเนื้อหาในการออกแบบ
- 3.2 สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการออกแบบ และ แนวทางในการออกแบบ
- 3.3 sketch
- 3.4 การพัฒนา และ สรุปผลงาน

3.1 สรุปขอบเขตเนื้อหาในการออกแบบ


การออกแบบชุดตกแต่งส่งเสริม และ ออกแบบแนวทางการดัดแปลงผลิตภัณฑ์ โดยออกแบบตามประเภทของ Archetype 12 ประเภท ประกอบด้วย ความห่วงใย (Caregiver) กลุ่มคน (Citizen) ความสร้างสรรค์ (Creator) การผจญภัย (Explorer) วีรบุรุษ (Hero) ความบริสุทธิ์ (Innocent) ตลกร้าย (Jester) เสน่ห์หา (Lover) ความเป็นไปได้ (Magician) กบฏ (Rebel) ความเฉลียวฉลาด (Sage) ผู้นำและอำนาจ (Sovereign) โดยจะใช้วัสดุที่หลากหลายแตกต่างกัน เช่น ผ้าพลาสติก ไม้ หรือการใช้งานที่ต่างกัน เช่น ถ้วย สะพาย เพื่อสื่อถึงผู้ใช้ในแต่ละแม่แบบ (Archetype)

3.1.1 เลือกใช้ปืนโตสามชั้นขนาด 12cm เป็นขนาดมาตรฐาน โดยได้ทำการสอบถามจากร้านค้า และ แหล่งที่ขายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ


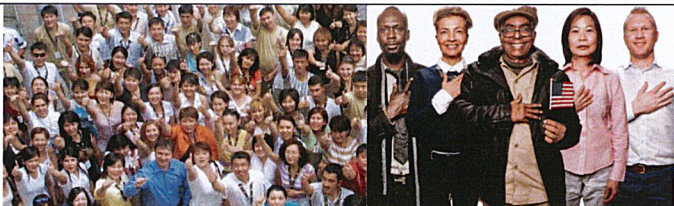
3.2 สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการออกแบบ และ แนวทางในการออกแบบ

3.2.1 สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการออกแบบของแต่ละ Archetype 12 ประเภท ประกอบไปด้วย ความห่วงใย (Caregiver) กลุ่มคน (Citizen) ความสร้างสรรค์ (Creator) การผจญภัย (Explorer) วีรบุรุษ (Hero) ความบริสุทธิ์ (Innocent) ตลกร้าย (Jester) เสน่ห์หา (Lover) ความเป็นไปได้ (Magician) กบฏ (Rebel) ความเฉลียวฉลาด (Sage) ผู้นำและอำนาจ (Sovereign) เป็นต้น

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Caregiver

ARCHETYPE	Caregiver
Keywords	เอาใจใส่ ช่วยเหลือ เห็นแก่ผู้อื่น
Texture	ทนทาน อ่อนโยน พร้อมทั้งจะรับและดูแล
Form	มีช่องใหญ่/เล็ก สามารถใส่อาหาร ขนม เพื่อแบ่งปัน สามารถใส่ของ
Color	
mood	

ตารางที่ 3.2 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Citizen

ARCHETYPE	Citizen
Keywords	รับผิดชอบ สร้างแรงบันดาลใจ ความเป็นธรรม
Form	รักษาวัดธรรม ดึงดูดคนกลุ่มมากให้อยากทำตาม
Color	
mood	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.3 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Creator

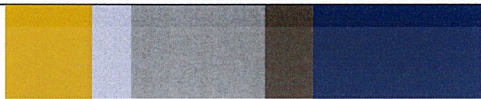
ARCHETYPE	Creator
Keywords	สร้างสรรค์ ลงมือทำ สงสัย
Form	สนุกสนาน ได้ลอง และได้มีพื้นที่ ที่บันทึกความรู้สึก และสิ่งที่เห็นสิ่งที่แตกต่าง
Color	
mood	

ตารางที่ 3.4 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Explorer



ARCHETYPE	Explorer
Keywords	กล้าหาญ ค้นหา ดัดแปลง
Texture	ทนทาน สะดวก
Form	มีช่อง ใส่ของ ปรับขนาดได้ตามที่ต้องการ สะดวก๓
Color	
mood	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.5 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Hero

ARCHETYPE	Hero
Keywords	เสียสละ อดทน ช่วยเหลือ
Form	ใส่ชุดได้เยอะ มีช่อง และสามารถรองรับอาหารและของต่างๆได้
Color	
mood	

ตารางที่ 3.6 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Innocent

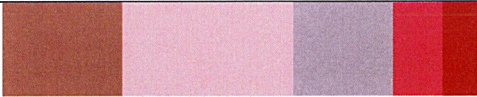
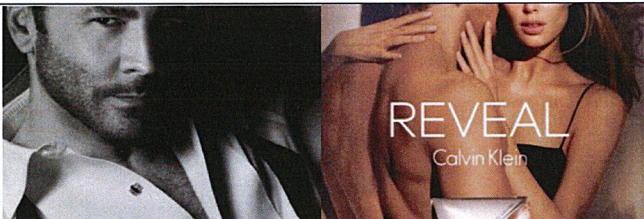
ARCHETYPE	Innocent
Keywords	บริสุทธิ์ สดใส อ่อนโยน
Texture	นุ่มนวล
Form	น่าทะนุถนอม
Color	
mood	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.7 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Jester

ARCHETYPE	Jester
Keywords	ตลก แปลก กล้าแสดงออก
Texture	ใช้วัสดุที่แปลก และ เล่นเรื่องราวต่าง ๆ ในชีวิต
Form	แปลกในทางตลก ที่เป็นจุดดึงดูดสายตา ทำให้ผู้คนสนใจ
Color	
mood	

ตารางที่ 3.8 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Lover




ARCHETYPE	Lover
Keywords	ลุ่มหลง ใจกว้าง ทุ่มเท
Texture	นุ่มนวล และ เย้ายวน
Form	ดึงดูด เข้าหากัน นุ่มนวลหลงใหล เห็นรูปทรง
Color	
mood	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.9 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Magician

ARCHETYPE	Magician
Keywords	อยากรู้ยากเห็น ดัดแปลง
Form	เดายาก ทายไม่ได้
Color	
mood	

ตารางที่ 3.10 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบของ Archetype Rebel

ARCHETYPE	Rebel
Keywords	แข่งแกร่ง เด็ดขาด
Texture	 หนังสีดำ มีพื้นผิวที่เข้ม
Form	หนักแน่น มั่นคง
Color	
mood	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.11 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Sage

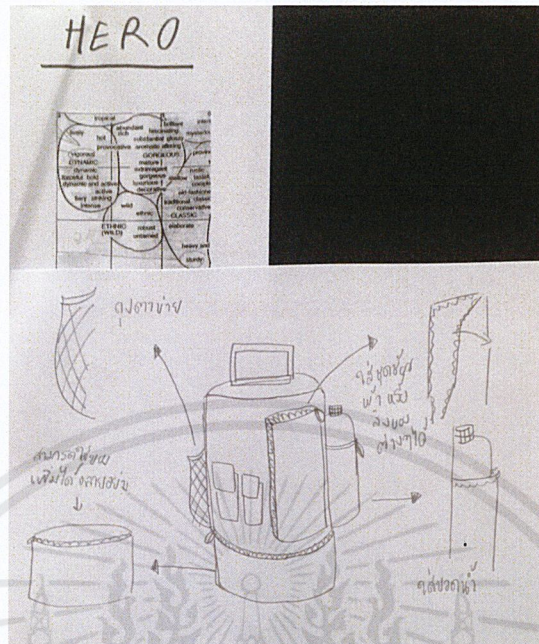
ARCHETYPE	Sage
Keywords	ฉลาด เรียนรู้ เรียบ
Form	เรียบ ง่าย ไม่มีอะไรมาก แต่ ฉลาด
Color	
mood	

ตารางที่ 3.12 ตารางแสดงขอบเขตในการออกแบบ ของ Archetype Sovereign

ARCHETYPE	Sovereign
Keywords	มีเสน่ห์ มีอำนาจ มั่นใจ
Form	หรูหรา ดึงดูด
Color	
mood	

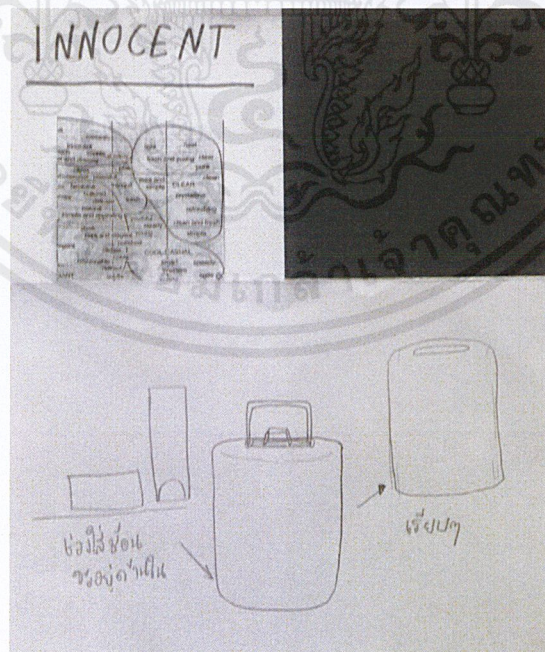
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.1.5 สเก็ตครั้งที่ 1 Hero



รูปที่ 3.5 สเก็ตครั้งที่ 1 Hero

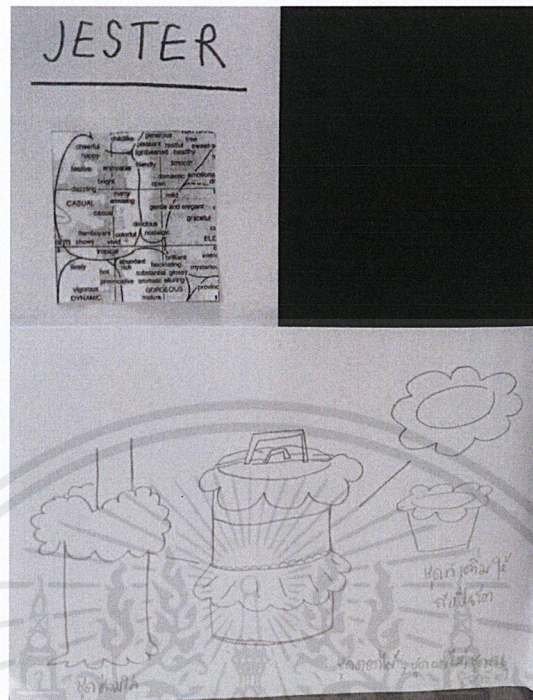
3.3.1.6 สเก็ตครั้งที่ 1 Innocent



รูปที่ 3.6 สเก็ตครั้งที่ 1 Innocent

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.1.7 สเก็ตครั้งที่ 1 Jester



รูปที่ 3.7 สเก็ตครั้งที่ 1 Jester

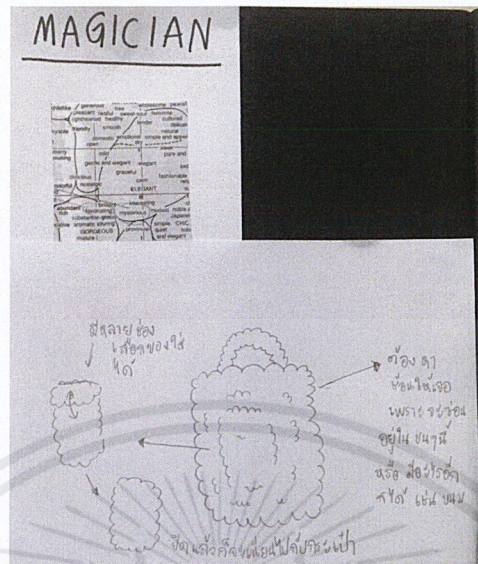
3.3.1.8 สเก็ตครั้งที่ 1 Lover



รูปที่ 3.8 สเก็ตครั้งที่ 1 Lover

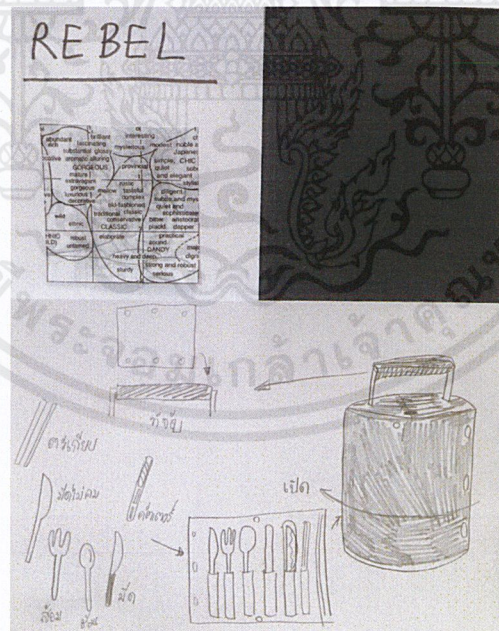
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.1.9 สเก็ตช์ครั้งที่ 1 Magician



รูปที่ 3.9 สเก็ตช์ครั้งที่ 1 Magician

3.3.1.10 สเก็ตช์ครั้งที่ 1 Rebel

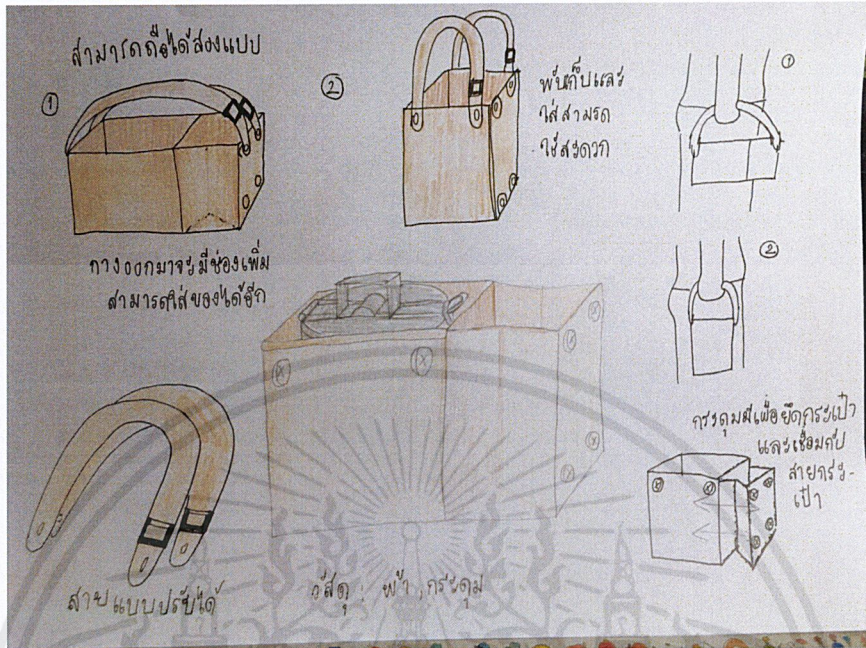


รูปที่ 3.10 สเก็ตช์ครั้งที่ 1 Rebel

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2 สเก็ตครั้งที่ 2

3.3.2.1 สเก็ตครั้งที่ 2 Caregiver



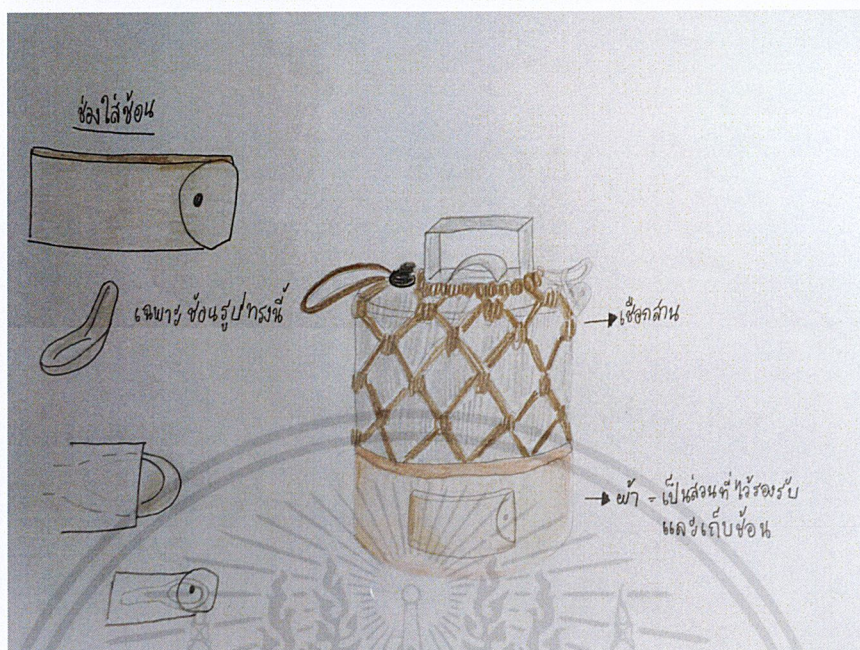
รูปที่ 3.13 สเก็ตครั้งที่ 2 Caregiver แบบที่1



รูปที่ 3.14 สเก็ตครั้งที่ 2 Caregiver แบบที่2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2.2 สเก็ตครั้งที่ 2 Citizen

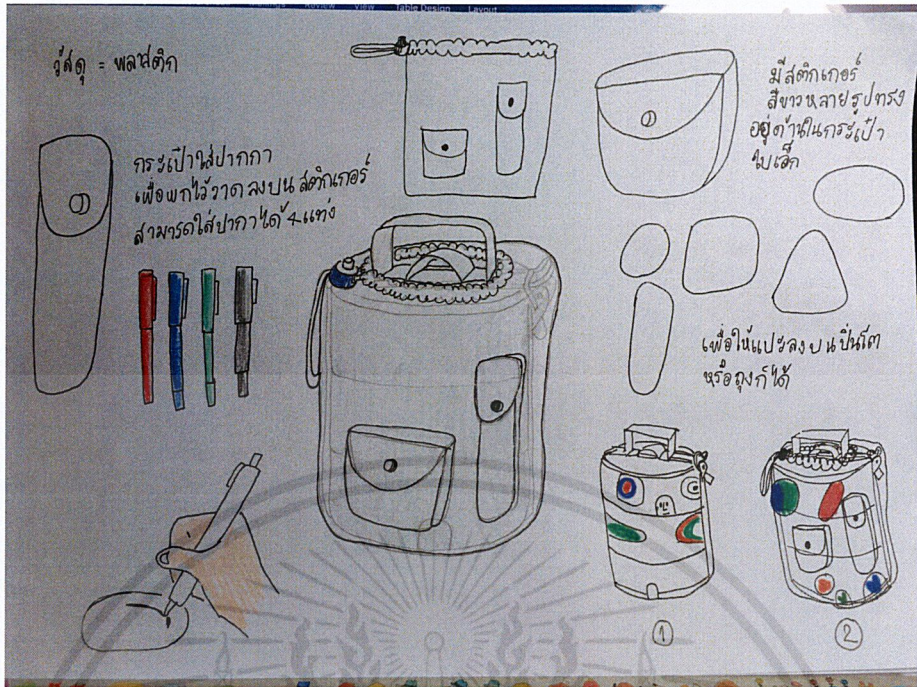


รูปที่ 3.15 สเก็ตครั้งที่ 2 Citizen แบบที่1

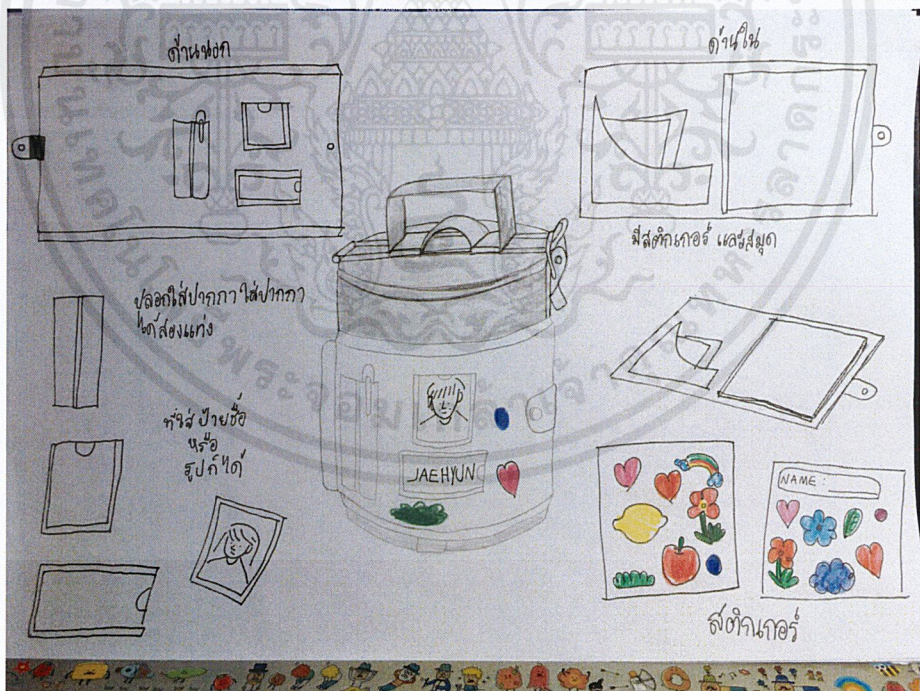


รูปที่ 3.16 สเก็ตครั้งที่ 1 Creator แบบที่2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



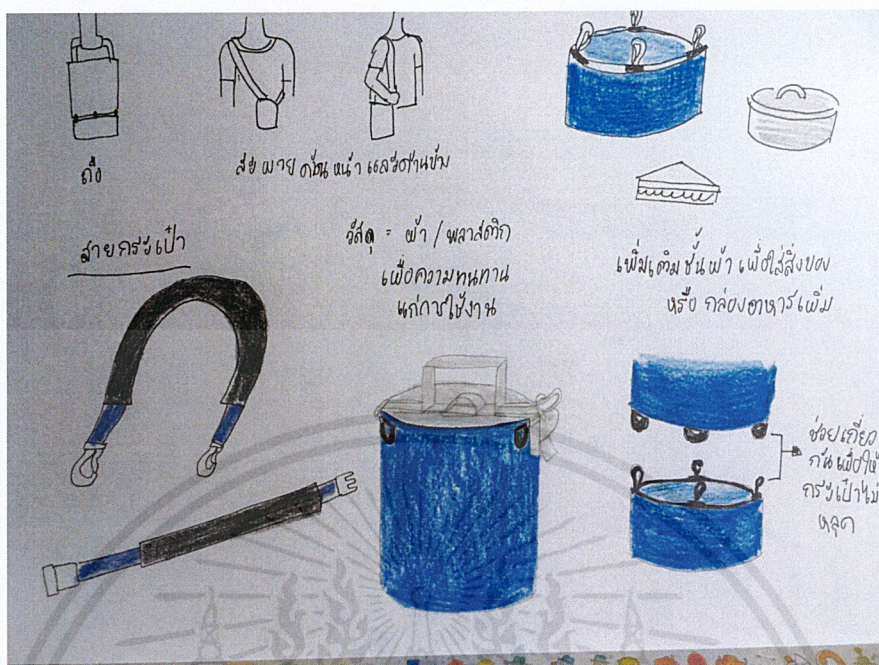
รูปที่ 3.19 สเก็ตครั้งที่ 2 Creator แบบที่3



รูปที่ 3.20 สเก็ตครั้งที่ 2 Creator แบบที่4

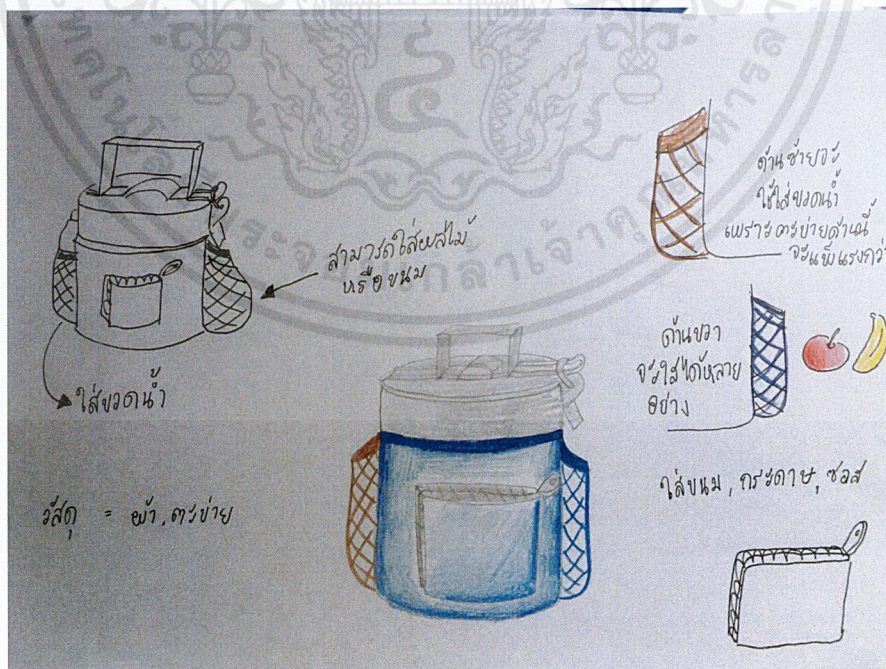
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2.4 สเก็ตครั้งที่ 2 Explorer



รูปที่ 3.21 สเก็ตครั้งที่ 2 Explorer

3.3.2.5 สเก็ตครั้งที่ 2 Hero



รูปที่ 3.22 สเก็ตครั้งที่ 2 Hero

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2.6 สเก็ตช์ครั้งที่ 2 Innocent



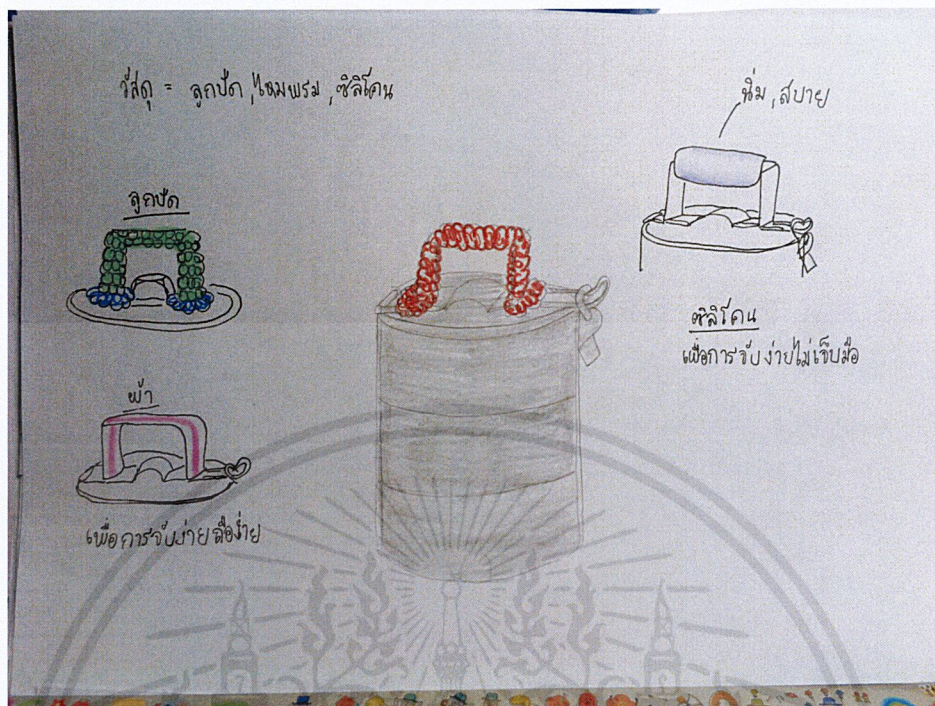
รูปที่ 3.23 สเก็ตช์ครั้งที่ 2 Innocent แบบที่1



รูปที่ 3.24 สเก็ตช์ครั้งที่ 2 Innocent แบบที่2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2.7 สเก็ตครั้งที่ 2 Jester



รูปที่ 3.25 สเก็ตครั้งที่ 2 Jester แบบที่ 1

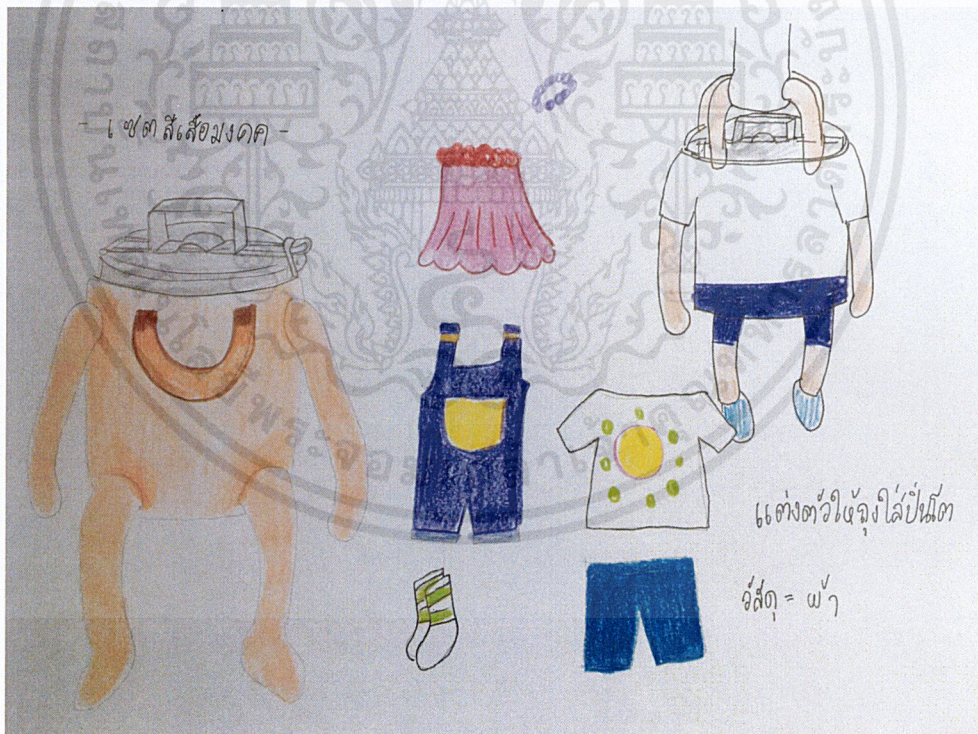


รูปที่ 3.26 สเก็ตครั้งที่ 2 Jester แบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



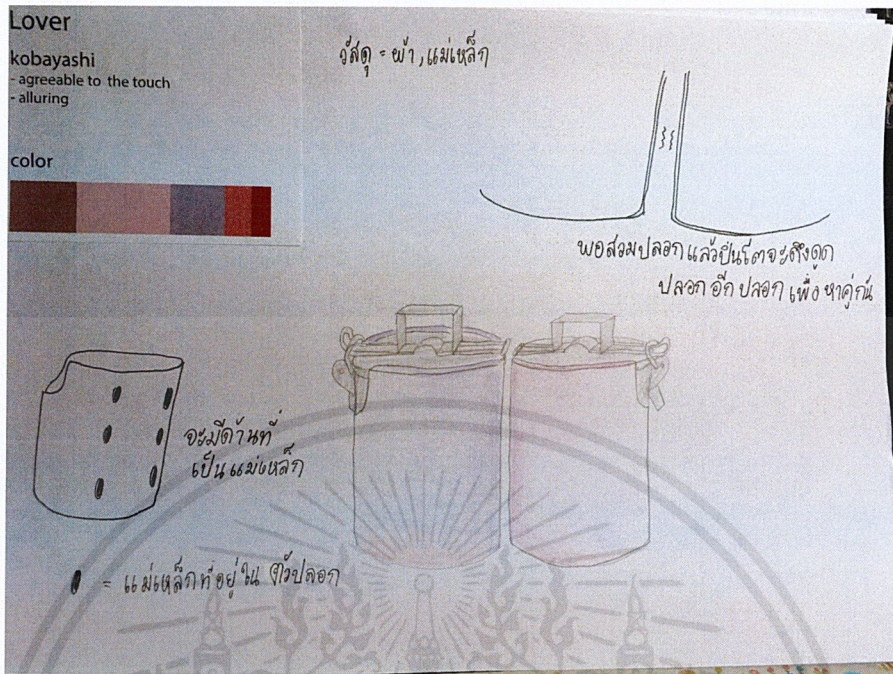
รูปที่ 3.27 สเก็ตครั้งที่ 2 Jester แบบที่3



รูปที่ 3.28 สเก็ตครั้งที่ 2 Jester แบบที่4

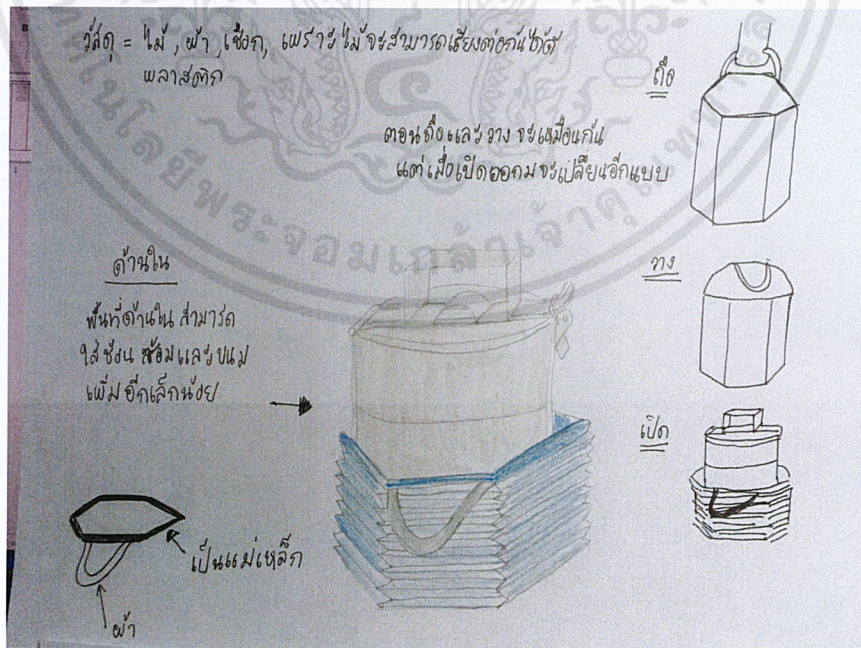
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2.8 สเก็ดครั้งที่ 2 Lover



รูปที่ 3.29 สเก็ดครั้งที่ 2 Lover

3.3.2.9 สเก็ดครั้งที่ 2 Magician



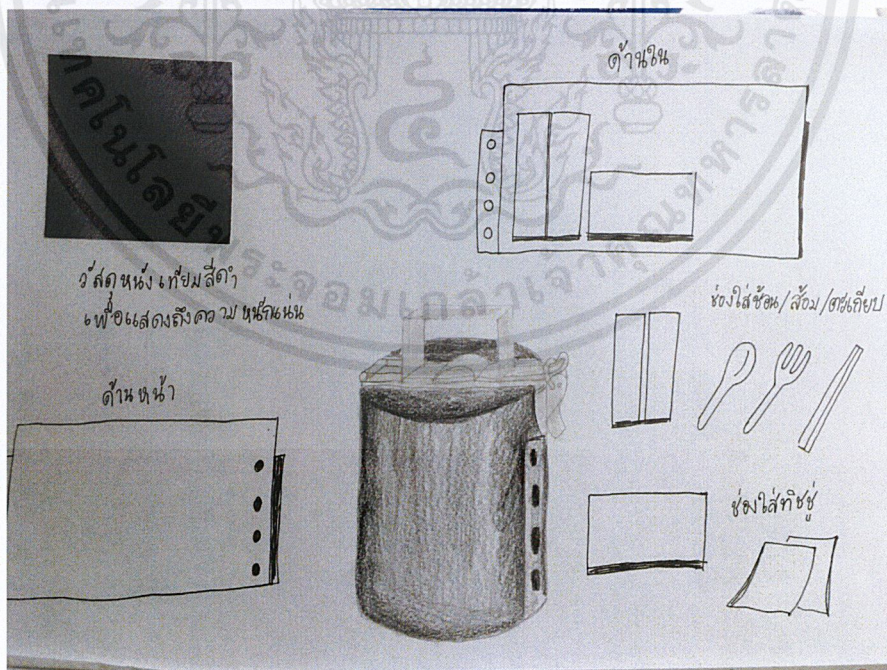
รูปที่ 3.30 สเก็ดครั้งที่ 2 Magician แบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



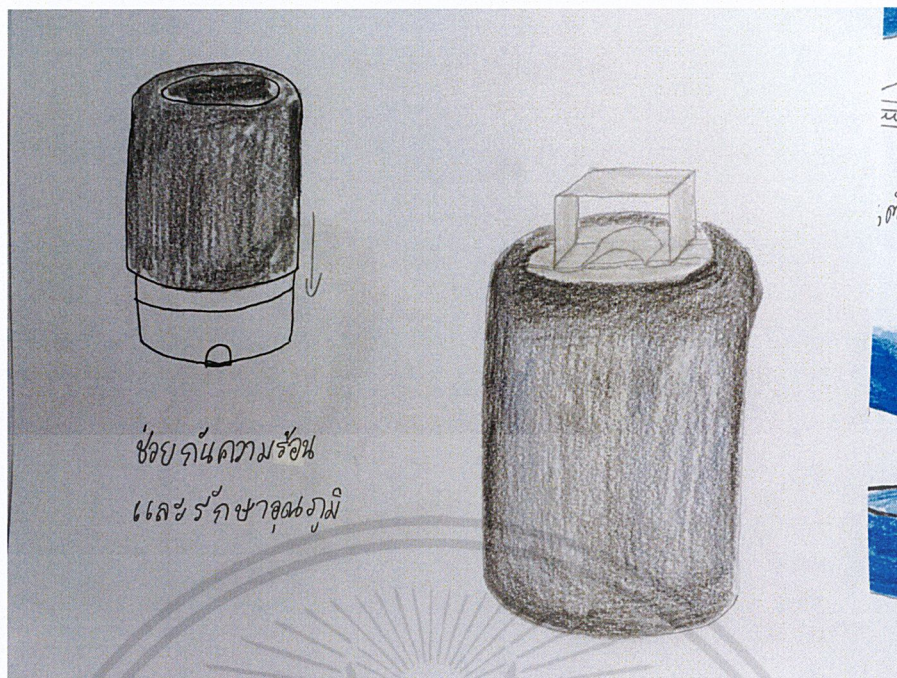
รูปที่ 3.31 สก๊อตครั้งที่ 1 Magician แบบที่ 2

3.3.2.10 สก๊อตครั้งที่ 2 Rebel



รูปที่ 3.32 สก๊อตครั้งที่ 1 Rebel แบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.33 สก๊อตครั้งที่ 1 Rebel แบบที่2

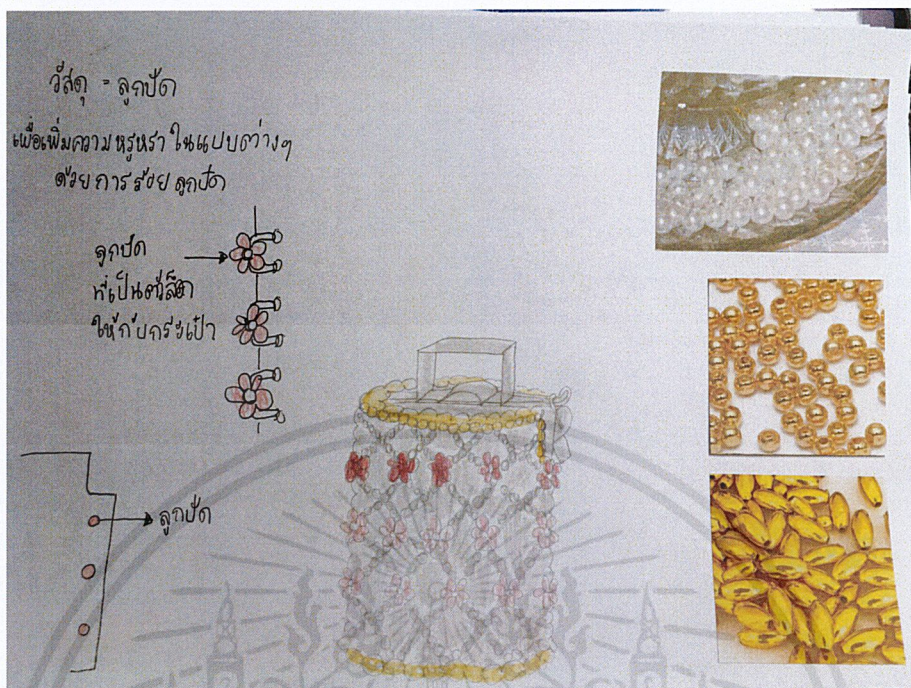
3.3.2.11 สก๊อตครั้งที่ 2 Sage



รูปที่ 3.34 สก๊อตครั้งที่ 1 Sage

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2.12 สเก็ตครั้งที่ 2 Sovereign



รูปที่ 3.3 สเก็ตครั้งที่ 1 Sovereign

3.4 การพัฒนา และสรุปผลงาน

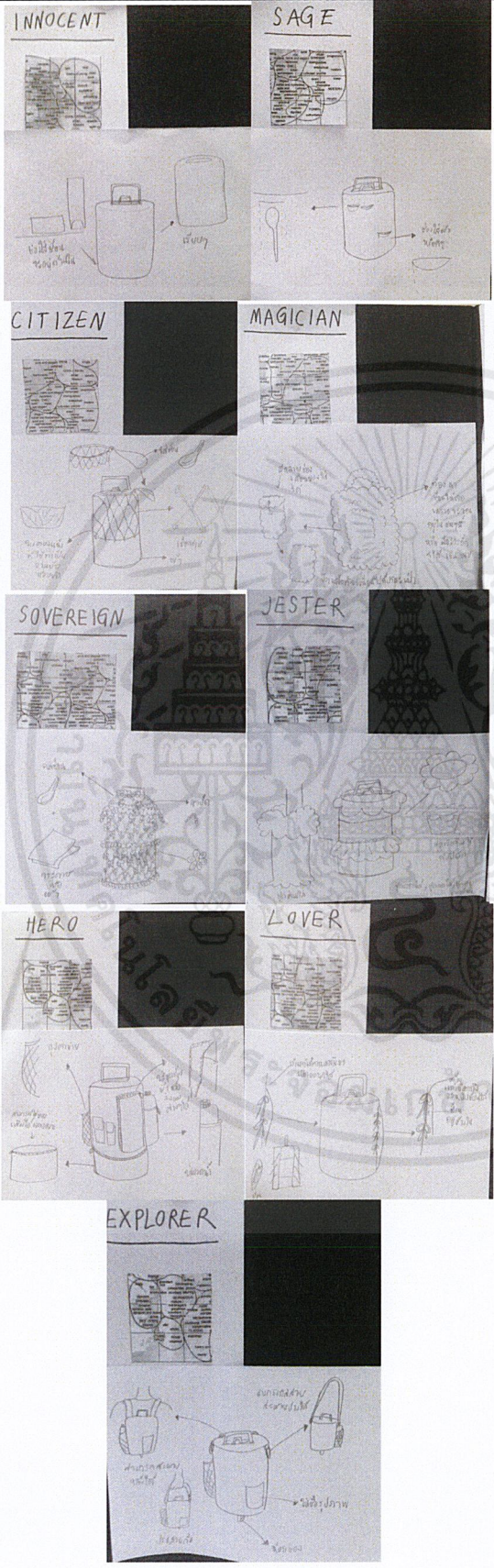
3.4.1 สรุปแบบแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 1

ตารางที่ 3.13 สรุปแบบแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 1

สิ่งที่นำเสนอ	แนวทางการแก้ไข และปรับปรุง
	<p>วิเคราะห์ Archetypes ให้ละเอียด และทำตารางเพื่อให้เข้าใจว่า แต่ละอย่างเป็นอย่างไร ต่างกันยังไง</p>

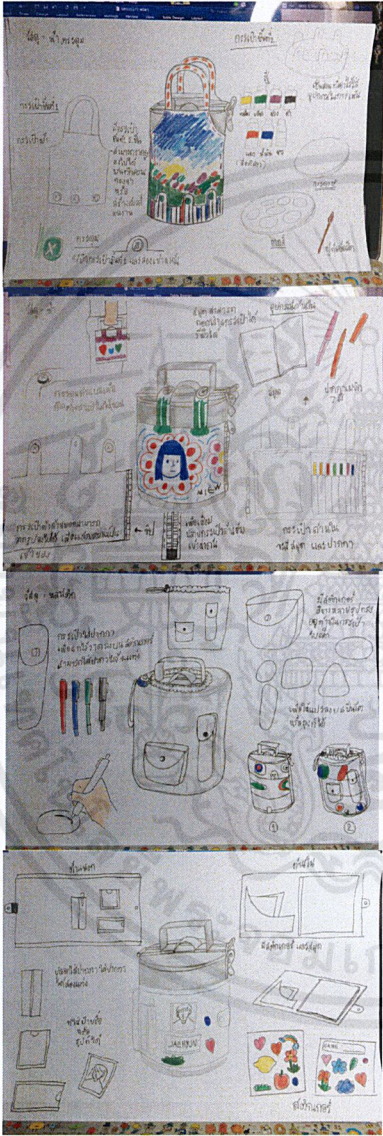
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.14 สรุบบแบบแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 1 (ต่อ)

สิ่งที่นำเสนอ	แนวทางการแก้ไข และปรับปรุง
 <p>The sketches show various archetypes with their corresponding symbols and sketches:</p> <ul style="list-style-type: none"> INNOCENT: A diagram of a face and a sketch of a person. SAGE: A diagram of a face and a sketch of a person with a staff. CITIZEN: A diagram of a face and a sketch of a person with a hat. MAGICIAN: A diagram of a face and a sketch of a person with a staff and a sun. SOVEREIGN: A diagram of a face and a sketch of a crown. JESTER: A diagram of a face and a sketch of a person with a hat and a staff. HERO: A diagram of a face and a sketch of a person with a sword. LOVER: A diagram of a face and a sketch of a person with a heart. EXPLORER: A diagram of a face and a sketch of a person with a backpack. 	<p>วิเคราะห์ Archetypes ให้ละเอียด และทำตารางเพื่อให้เข้าใจว่า แต่ละอย่างเป็นยังไงต่างกันยังไง</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2 สรุบบนแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 2
 ตารางที่ 3.15 สรุบบนแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 2

สิ่งที่นำเสนอ	แนวทางการแก้ไข และปรับปรุง
<p data-bbox="323 383 810 476">นำเสนอสเก็ต ตาม Archetypes ทั้ง 12 แบบ Creator</p>  <p data-bbox="555 1647 572 1668">V</p>	<p data-bbox="936 444 1322 702">วิเคราะห์ Archetypes ให้ละเอียด และทำตารางเพื่อให้เข้าใจว่า แต่ละ อย่างเป็นยังไง ต่างกันยังไงให้ ชัดเจน โดยที่ยังยึดหลักผลิตภัณฑ์ ตราหัวม้าลาย</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.17 สรุบบางแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 2 (ต่อ)

สิ่งที่นำเสนอ	แนวทางการแก้ไข และปรับปรุง
<p style="text-align: center;">Magician</p> <p style="text-align: center;">Sage</p> <p style="text-align: center;">Hero</p>	<p>วิเคราะห์ Archetypes ให้ละเอียด และทำตารางเพื่อให้เข้าใจว่า แต่ละอย่างเป็นยังไง ต่างกันยังไงให้ชัดเจน โดยที่ยังยึดหลักผลิตภัณฑ์ตราห้วม้าลาย</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.18 สรุบบางแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 2 (ต่อ)

สิ่งที่นำเสนอ	แนวทางการแก้ไข และปรับปรุง
<p style="text-align: center;">Citizen</p>  <p style="text-align: center;">Rebel</p> 	<p>วิเคราะห์ Archetypes ให้ละเอียด และทำตารางเพื่อให้เข้าใจว่า แต่ละอย่างเป็นยังไง ต่างกันยังไงให้ชัดเจน โดยที่ยังยึดหลักผลิตภัณฑ์ตราห้วม้ายาย</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.19 สรุปแบบแนวทางแบบร่าง ครั้งที่ 2 (ต่อ)

สิ่งที่นำเสนอ	แนวทางการแก้ไข และปรับปรุง
<p style="text-align: center;">Explorer</p>  <p style="text-align: center;">Innocent</p> 	<p>วิเคราะห์ Archetypes ให้ละเอียด และทำตารางเพื่อให้เข้าใจว่า แต่ละอย่างเป็นยังไง ต่างกันยังไงให้ชัดเจน โดยที่ยังยึดหลักผลิตภัณฑ์ตราห้วม้ลาย</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การนำเสนอผลงานการออกแบบ

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ ได้ผลสรุปนำไปสู่การดำเนินการออกแบบในบทที่ 3 ได้เป็นผลงานการออกแบบ นำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์ในรูปแบบของแผ่นนำเสนองาน ไฟล์ดิจิทัล ตลอดจนชิ้นงานที่เป็นหุ่นจำลองและหรือต้นแบบซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 4.1 ต้นแบบงานสุดท้าย
- 4.2 ขั้นตอนการใช้
- 4.3 แผ่นนำเสนอผลงานการออกแบบ

4.1 ต้นแบบงานสุดท้าย

4.1.1 ภาพรวมจากการออกแบบ

การสรุปการออกแบบครั้งสุดท้าย จึงได้รวบรวมรายละเอียดเกี่ยวกับส่วนประกอบและรูปแบบการใช้งาน สื่อในแบบต่าง ๆ ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงภาพรวมในการออกแบบ

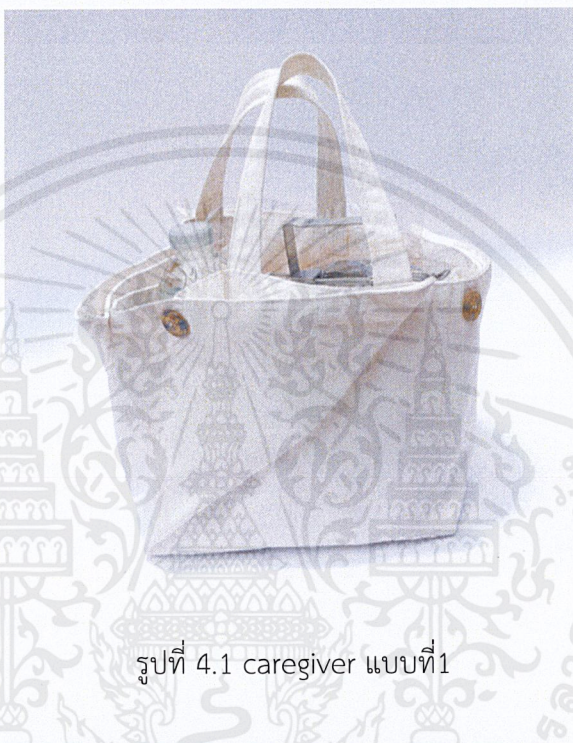
Caregiver	Citizen	Creator	Explorer	Hero	Magician	
						
Lover	Jester	Rebel	Innocent		Sage	Sovereign
						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2 รายละเอียดการออกแบบ

รายละเอียดในการออกแบบ แบ่งได้ทั้งหมด 12 แบบ โดยแบ่งตาม Archetype 8 คือ Caregiver Citizen Creator Explorer Hero Innocent Jester Lover Magician Rebel Sage Sovereign และ catalogการใช้งาน

4.1.2.1 Caregiver



รูปที่ 4.1 caregiver แบบที่1



รูปที่ 4.2 caregiver แบบที่2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.2 Citizen



รูปที่ 4.3 Citizen

4.1.2.3 Creator



รูปที่ 4.4 Creator

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.4 Explorer



รูปที่ 4.5 Explorer

4.1.2.5 Hero



รูปที่ 4.6 Hero

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.6 Innocent



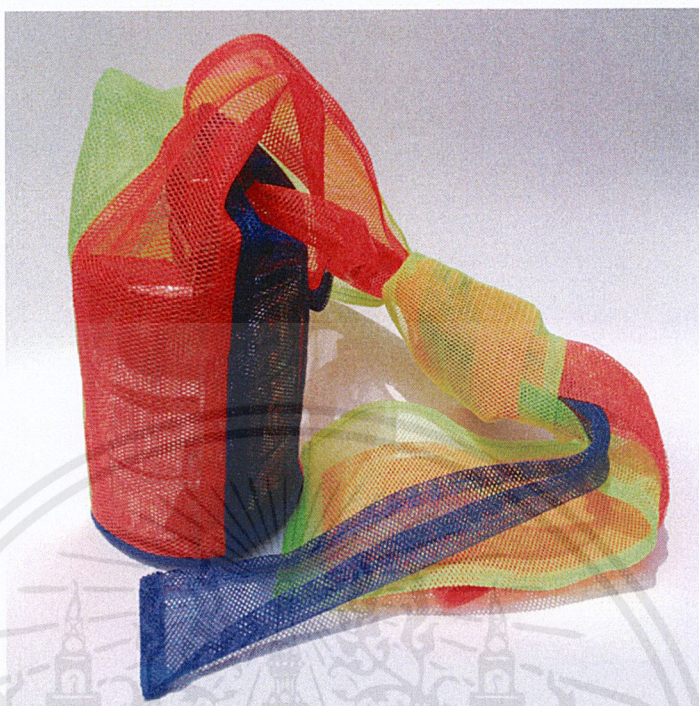
รูปที่ 4.7 Innocent แบบที่1



รูปที่ 4.8 Innocent แบบที่2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.7 Jester



รูปที่ 4.9 Jester

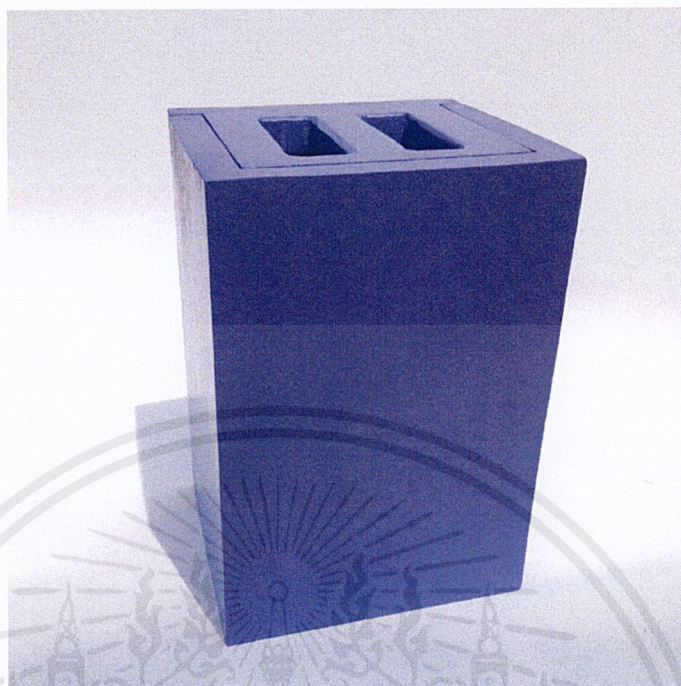
4.1.2.8 Lover



รูปที่ 4.10 Lover

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.9 Magician



รูปที่ 4.11 Magician

4.1.2.10 Rebel



รูปที่ 4.12 Rebel

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.11 Sage



รูปที่ 4.13 Sage

4.1.2.12 Sovereign



รูปที่ 4.14 Sovereign

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ขั้นตอนการใช้งาน

4.2.1 คู่มือการใช้งาน (catalog)

12

Archtype

รูปที่ 4.15 หน้าปก catalog

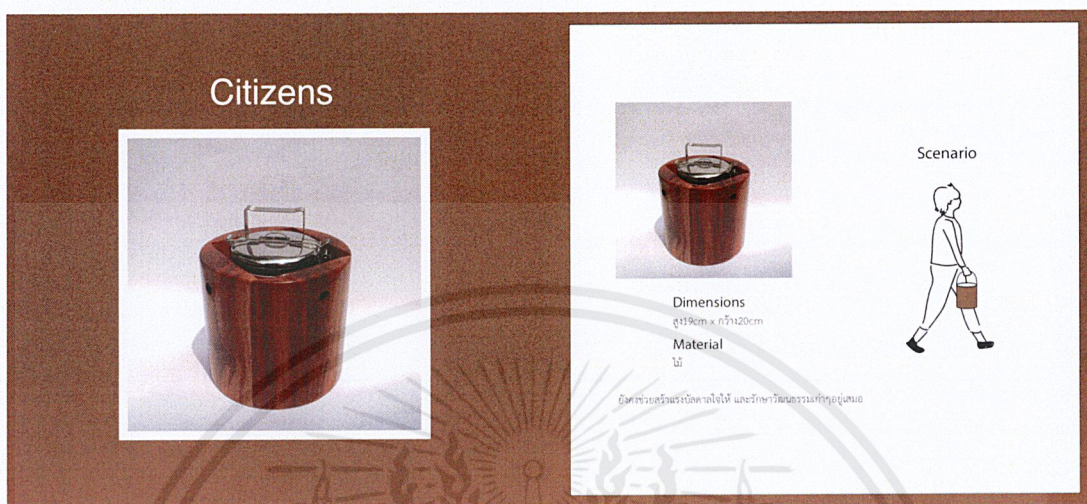
4.2.1.1 Caregiver



รูปที่ 4.16 วิธีการใช้งาน Caregiver

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.2 Citizen



รูปที่ 4.17 วิธีการใช้งาน Citizen

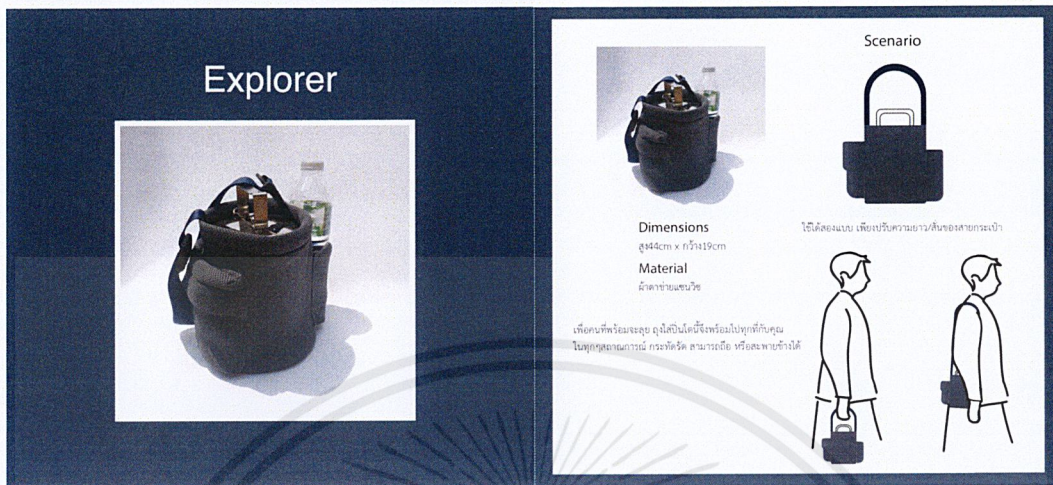
4.1.2.3 Creator



รูปที่ 4.18 วิธีการใช้งาน Creator

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.4 Explorer



รูปที่ 4.19 วิธีการใช้งาน Explorer

4.1.2.5 Hero



รูปที่ 4.20 วิธีการใช้งาน Hero

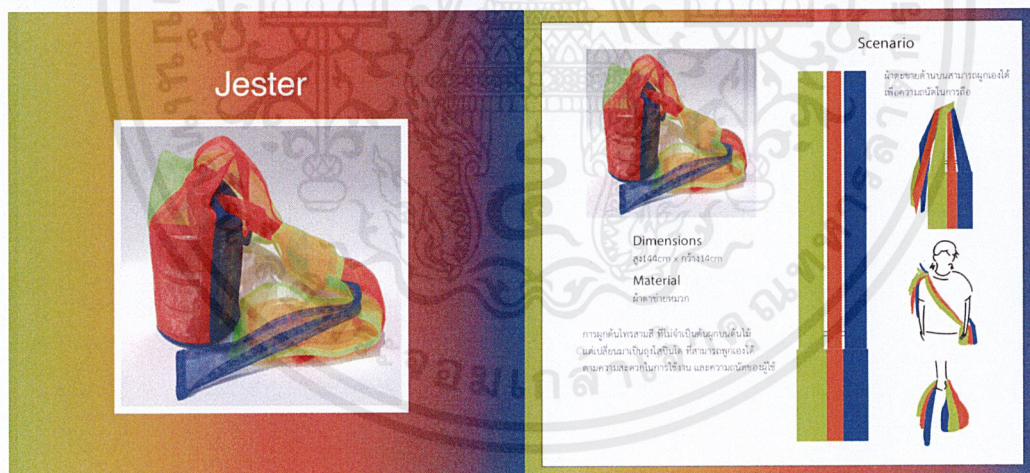
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.6 Innocent



รูปที่ 4.21 วิธีการใช้งาน Innocent

4.1.2.7 Jester



รูปที่ 4.22 วิธีการใช้งาน Jester

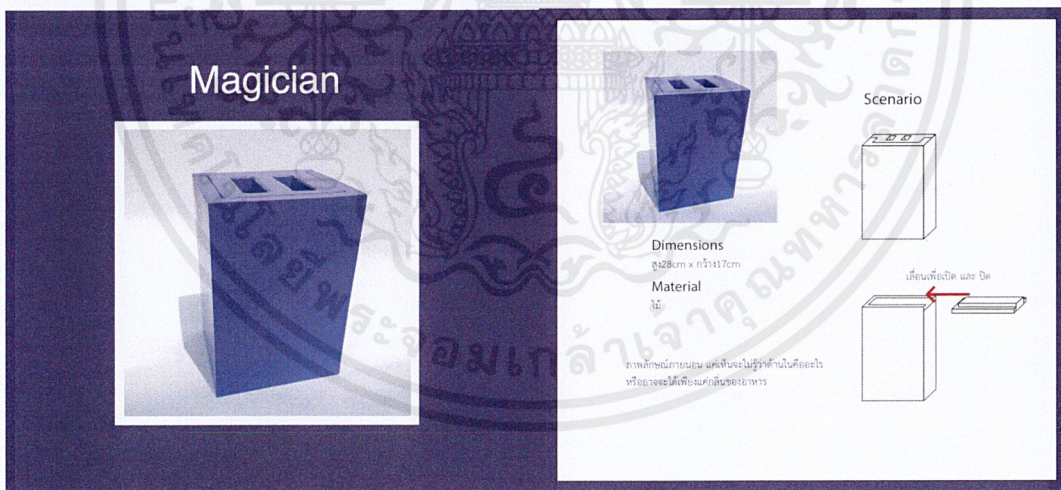
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.8 Lover



รูปที่ 4.23 วิธีการใช้งาน Lover

4.1.2.9 Magician



รูปที่ 4.24 วิธีการใช้งาน Magician

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.10 Rebel



รูปที่ 4.25 วิธีการใช้งาน Rebel

4.1.2.11 Sage



รูปที่ 4.27 วิธีการใช้งาน Sage

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.12 Sovereign



รูปที่ 4.28 วิธีการใช้งาน Sovereign

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 แผ่นนำเสนอผลงานการออกแบบ

“

โครงการออกแบบชุดตกแต่งส่งเสริม และ ออกแบบแนวทางการดัดแปลงผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความหลากหลาย กรณีศึกษาปิ่นโตตราหัวม้าลาย

”

วัตถุประสงค์ของโครงการ

- เพื่อสร้างความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ และ เพิ่มความแตกต่างให้กับผู้ใช้งานที่แบ่งตามทฤษฎี ARCHETYPE
- เพื่อเปลี่ยนของรูปแบบเดิมให้น่าใช้มากขึ้น

DESIGN CONCEPT

“ ปิ่นโตที่แสดงความเป็นตัวคุณ ”



ZEBRA SINCE 1966
ปิ่นโตตราหัวม้าลาย

ขอบเขตของโครงการ

ขอบเขตเนื้อหา

- สร้างอัตลักษณ์ให้สินค้า โดยที่เราจะไม่เปลี่ยนตัวสินค้า กำหนดประเภทกลุ่มผู้ใช้งานจาก ARCHETYPE

ขอบเขตประชากร

- กำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยใช้ทฤษฎี ARCHETYPE มี 12 ประเภท คือ CAREGIVER CITIZEN CREATOR EXPLORER HERO INNOCENT JESTER LOVER MAGICIAN REBEL SAGE SOVEREIGN เป็นต้น

ขอบเขตการออกแบบ

- ใช้ทฤษฎี ARCHETYPE เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยออกแบบผลงานทั้งหมด 12 ชิ้น

เกณฑ์ทางการออกแบบ

- ออกแบบให้สื่อความหมายตรงตามบุคลิกภาพของแต่ละ ARCHETYPE
- ตอบสนองต่อบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมาย และ กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจงานออกแบบ
- มีฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงกับบุคลิกภาพและพฤติกรรมตามลักษณะ ARCHETYPE

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ได้สร้างความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ และ เพิ่มความแตกต่างให้กับผู้ใช้
- เปลี่ยนปิ่นโตแบบเดิมน่าใช้มากยิ่งขึ้น
- ลดการใช้พลาสติกและกล่องโฟม

รูปที่ 4.29 แผ่นนำเสนอผลงาน แผ่นที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12

ARCHETYPE



รูปที่ 4.30 แผ่นนำเสนอผลงาน แผ่นที่2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

การสรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

โครงการออกแบบชุดตกแต่งเสริม และออกแบบแนวทางการดัดแปลงผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา ปิ่นโตตราห้วม้ายาย มีการสรุปผลอภิปรายและข้อเสนอแนะดังนี้

- 5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้รับจากโครงการ
- 5.2 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปะนิพนธ์
- 5.3 ข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ
- 5.4 การแก้ไขผลงานการออกแบบ

5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้รับจากโครงการ

โครงการออกแบบชุดตกแต่งเสริม และ ออกแบบแนวทางการดัดแปลงผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา ปิ่นโตตราห้วม้ายาย ได้รวบรวมผลงานทั้งหมดไว้ดังนี้
ตารางที่ 5.1 ตารางแสดงภาพรวมผลงาน

Caregiver	Citizen	Creator	Explorer	Hero	Magician	
						
Lover	Jester	Rebel	Innocent		Sage	Sovereign
						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12

Archtype

รูปที่ 5.1 คู่มือการใช้งาน (catalog)

5.2 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์

5.2.1 จากการนำเสนอผลงานการออกแบบ สามารถสรุปข้อสรุปจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 5.2 ตารางแสดงข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์

งานออกแบบ	ข้อเสนอแนะ
ชุดตกแต่งส่งเสริม	<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบชุดตกแต่งส่งเสริมยังสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายไม่ชัดเจน - ไม่พบข้อมูลกระบวนการออกแบบของแต่ละชิ้นงานทั้งในการนำเสนอและบริเวณจัดแสดงผลงาน - ขาดความเชื่อมโยงระหว่างตัวแบรนด์สินค้า ผู้ผลิตสินค้า ผู้ผลงานออกแบบและผู้บริโภค - ไม่มีการนำเสนอข้อมูลกระบวนการทำงาน และกำหนดเกณฑ์เพื่อวิเคราะห์เลือก และนำมาพัฒนาผลงานผลงานสู่ขั้นสุดท้ายอย่างเป็นขั้นตอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

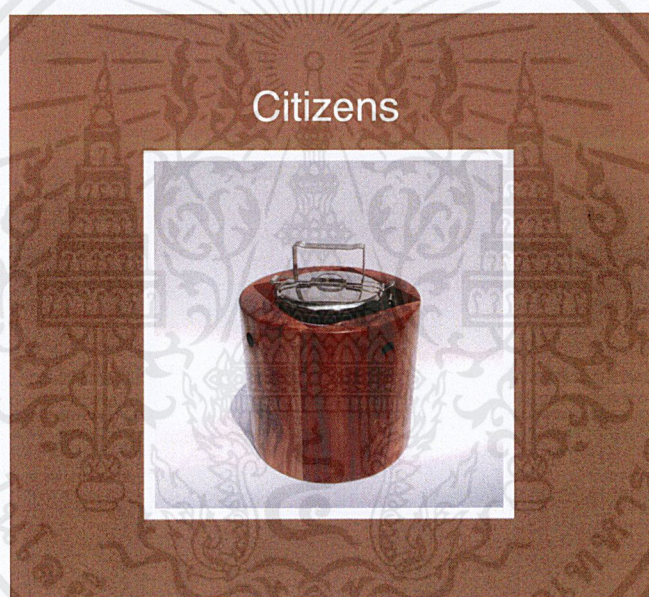
5.3 ข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ

ตารางที่ 5.3 ตารางแสดงข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ

งานออกแบบ	ข้อเสนอแนะ
ชุดตกแต่งส่งเสริม	-ออกแบบชุดตกแต่งส่งเสริมให้กับปีนโตโดยแบ่งประเภทจากกลุ่มผู้ใช้งาน12ประเภท

5.4 การแก้ไขผลงานการออกแบบ

จากข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ จึงได้มีการแก้ไขผลงานออกแบบในส่วนของชุดตกแต่งส่งเสริมบางส่วน



รูปที่ 5.2 การออกแบบชุดตกแต่งเสริม (แบบเดิม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Citizens



รูปที่ 5.3 การออกแบบชุดตกแต่งเสริม (แบบใหม่)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

zebra-head. 2561. ประวัติบริษัท เสถียรสแตนเลสตีล จำกัด (มหาชน). เข้าถึงได้จาก

: <https://www.zebra-head.com/NTH/Aboutus/Aboutus2016.asp>

สุทธาสินี จิตรกรรมไทย เจียจันทร์พงษ์. 2560. เอกชัย ยังวานิช สร้าง “หัวม้าลาย” ครองใจตลาดเครื่องครัวไทย. เข้าถึงได้จาก

: <http://forbesthailand.com/entrepreneurs-detail.php?did=1569>

zebra-head. 2561. ภาชนะบรรจุอาหาร. เข้าถึงได้จาก

: [https://www.zebra-](https://www.zebra-head.com/NTH/Product/ProductSubCategoryN.asp?categoryid=000000012&haveSubCategory=true&pro=z)

[head.com/NTH/Product/ProductSubCategoryN.asp?categoryid=000000012&haveSubCategory=true&pro=z](https://www.zebra-head.com/NTH/Product/ProductSubCategoryN.asp?categoryid=000000012&haveSubCategory=true&pro=z)

ทัศนวรรณ รามณรงค์. 2553. SCAMPER คืออะไร ?. เข้าถึงได้จาก

: <https://www.gotoknow.org/posts/544572>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวพนิดา ไชยดวงศรี
ชื่อเล่น	หมีว
เกิดวันที่	13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2539
อายุ	22
ที่อยู่ปัจจุบัน	78/105 หมู่7 บุชรินทร์ ซ.6 ถนนเพิ่มสิน-ออเงินเขต/แขวง สายไหม กรุงเทพ 10220
ประวัติการศึกษา	
ระดับอนุบาล	โรงเรียนอนุบาลกุ๊กไก่
ระดับประถม	โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย
ระดับมัธยม	โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย
ระดับปริญญาตรี	สาขาออกแบบสหเทศสามมิติ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้