



การออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์โปรโมทการท่องเที่ยว
“OASIS SEA WORLD”

ADVERTISING CAMPAIGN FOR TRAVEL PROMOTE
“OASIS SEA WORLD”

นางสาว วิรลพัทธ์ อัคราวัฒนธาดา
WIRUNPAT AKKARAWATTANATHADA

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
ภาควิชานิเทศศิลป์ สาขานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองศิลปนิพนธ์

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์โปรโมทการท่องเที่ยว
OASIS SEA WORLD
ADVERTISING CAMPAIGN FOR TRAVEL PROMOTE
OASIS SEA WORLD

ชื่อนักศึกษา นางสาว วิรัชพัชร อัคราวัฒน์ธาดา
รหัสนักศึกษา 62020269
หลักสูตร ศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต
สาขาวิชา นิเทศศิลป์
ภาควิชา นิเทศศิลป์
คณะ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์วรพล ยวงเงิน

(อาจารย์วรพล ยวงเงิน)

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่.....26.....เดือน.....มิ.ย.....พ.ศ.....2566.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์โปรโมทการท่องเที่ยว OASIS SEA WORLD ADVERTISING CAMPAIGN FOR TRAVEL PROMOTE OASIS SEA WORLD
ชื่อนักศึกษา	นางสาว วิรัชพัชร อัคราวัฒนธาดา
รหัสนักศึกษา	62020269
หลักสูตร	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วรพล ยวงเงิน

บทคัดย่อ

เนื่องจากในสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 ทำให้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในหลาย ๆ ด้าน และหนึ่งในนั้น คือ ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลให้สถานที่ท่องเที่ยวหลายที่ที่ต้องปิดตัวลง

OASIS SEA WORLD จังหวัดจันทบุรี เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสวนน้ำโลมาที่สำคัญของจังหวัดนั้น ก็ได้รับผลกระทบในครั้งนี้ไปด้วย แต่เนื่องด้วยความรักและความผูกพันต่อคนและโลมาทำให้ทางสถานที่ยังคงเปิดต่อไป แต่ก็พบกับความลำบากมากมายในสถานการณ์ครั้งนี้

ทั้งนี้เมื่อได้ทราบปัญหาดังกล่าว จึงต้องการที่จะช่วยเหลือทางสถานที่ในด้านการโปรโมทให้มีความน่าสนใจ และแปลกใหม่ยิ่งขึ้น โดยได้ทำการออกแบบรูปแบบของสื่อโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การออกแบบโฆษณาทั้งแบบภาพนิ่ง และเคลื่อนไหว หรือการออกแบบคาแรคเตอร์ และของฝากของสถานที่ให้มีความน่ารักและน่าสนใจยิ่งขึ้น และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการออกแบบสื่อโฆษณาโปรโมทในครั้งนี้จะสามารถช่วยเหลือทางสถานที่ได้จริง

กิตติกรรมประกาศ

ขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่คอยให้คำแนะนำในการทำงานครั้งนี้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็คำแนะนำที่ใช้สำหรับการทำงานในครั้งนี้ แต่ก็ยังสามารถต่อยอดนำไปใช้สำหรับการทำงานอื่น ๆ อีกด้วย

ขอขอบคุณอาจารย์วรพล ยวงเงิน ที่คอยให้คำปรึกษา และสละเวลาวันหยุดมาเพื่อคอยช่วยเหลือ และคอยแนะนำสิ่งดี ๆ ให้ในครั้งนี้ ถึงแม้ว่าจะไม่สามารถพูดคุยกับอาจารย์ได้ตามเวลาที่กำหนด แต่อาจารย์ก็ยอมสละเวลาวันหยุดมาให้เสมอ

ขอบคุณเพื่อน ๆ ที่คอยให้กำลังใจในหลายครั้ง และคอยผลักดันให้สามารถทำงานนี้ได้อย่างราบรื่น หากไม่มีเพื่อน ๆ เป็นแรงใจในการทำงานครั้งนี้ คงเป็นเรื่องยากที่จะผ่านหลาย ๆ สิ่งไปในช่วงเวลานั้น

ขอบคุณบริษัท ไอดีล แอนด์ มาเวลลัส เท็น จำกัด ที่อนุญาตให้ทำงานนอกสถานที่ได้จนกว่าจะเรียนจบ คอยให้กำลังใจ และเข้าใจเสมอว่าเรียนไปด้วยและทำงานไปด้วยนั้นเป็นเรื่องยาก

ขอบคุณศิลปินเกาหลีที่ตนเองชอบ คอยเป็นแรงผลักดัน แรงใจ ให้เดินหน้าต่อ ช่วงเวลาที่ทำธีสิสในครั้งนี้ค่อนข้างเป็นช่วงเวลาที่ยากลำบากที่สุดในชีวิต ทั้งปัญหาด้านสุขภาพและสภาพจิตใจค่อนข้างแย่นองด้วยปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตที่เข้ามายากเกินกว่าที่จะสามารถผ่านไปได้ในแต่ละวัน แต่เพราะมีศิลปินที่ตนเองชอบและนับถือ คอยอยู่เคียงข้าง คอยสอน และแชร์ทัศนคติชีวิตให้ ทำให้รู้ว่าจะใช้ชีวิตต่อไปเพื่ออะไร และใช้ชีวิตอย่างไรถึงจะได้พบเจอสิ่งดี ๆ รอบตัว

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณตนเองที่สามารถฝ่าฟันช่วงเวลาที่ยากลำบากในครั้งนี้ไปได้ เนื่องจากต้องทำงานและเรียน อีกทั้งปัญหาต่าง ๆ ที่เข้ามาไปพร้อม ๆ กัน แต่ก็ยังควบคุมทุก ๆ อย่างให้ผ่านไปได้อย่างดี

ขอบคุณทุกความผิดพลาดที่เกิดขึ้น ทำให้รู้ว่าควรทำอะไรถึงจะไม่เกิดขึ้น และขอบคุณทุกความกล้าคิดกล้าทำของตนเอง ที่สามารถช่วยให้ก้าวข้ามผ่านปัญหาในแต่ละครั้งไปได้เสมอ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพ.....	ง
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาของโครงการ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	1
1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย.....	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
2 ข้อมูลในการสร้างสรรค์ผลงาน.....	3
2.1 ประวัติความเป็นมาของสถานที่.....	3
2.2 ปัญหาและผลกระทบที่ทางสถานที่ได้รับ.....	3
2.3 ผลกระทบจากโควิด-19 ทางด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว.....	4
2.4 สิ่งที่ยังคงมีที่ทางสถานที่ที่มักจะถูกเข้าใจผิด.....	4
2.5 ที่อยู่และข้อมูลการติดต่อของสถานที่.....	4
3 ข้อมูลในการออกแบบ.....	5
3.1 การออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์.....	5
3.2 การออกแบบภาพประกอบและคาแรคเตอร์.....	5
3.4 การออกแบบภาพประกอบสำหรับสื่อโปรโมทบนโปรแกรม Adobe illustrator.....	6
3.5 ขั้นตอนการออกแบบสื่อโปรโมทต่าง ๆ	7
4 การวิเคราะห์ข้อมูลและการออกแบบ.....	8
4.1 ขอบเขตข้อมูลของโครงการ.....	8
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลและผู้ใช้งาน.....	8
4.3 แนวทางในการออกแบบ.....	8
4.4 แนวทางในการออกแบบที่นำไปใช้จริง.....	9
5 การออกแบบและพัฒนาแบบร่าง.....	11
5.1 ออกแบบโลโก้สถานที่.....	11
5.2 ออกแบบคาแรคเตอร์ประจำสถานที่.....	12
5.3 ออกแบบภาพประกอบสำหรับสื่อโฆษณา Poster ad.....	16

เอกสาร 5.5 ออกแบบภาพ 3D จำลอง POP-UP เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า 23

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.6	ออกแบบป้าย Tag สำหรับ Merchandise packaging.....	28
6	ผลงานจริง.....	29
6.1	LOGO.....	29
6.2	POSTER.....	30
6.3	CHARACTER.....	30
6.4	POP-UP.....	31
6.5	MOTION.....	32
6.6	AR LOCATION CARD.....	33
6.7	QR-card : Story of us.....	34
6.8	POSTCARD.....	35
6.9	KEYCHAIN.....	36
6.10	Sticker pack.....	37
7	บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	38
7.1	บทสรุป.....	38
7.2	ปัญหาและข้อจำกัดการศึกษา.....	38
7.3	ข้อเสนอแนะ.....	38
7.4	ประโยชน์ที่ได้รับ.....	38
	บรรณานุกรม.....	39
	ประวัติผู้วิจัย.....	40

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
3.1 ตัวอย่างภาพประกอบที่ 1.....	5
3.2 ตัวอย่างภาพประกอบที่ 2.....	5
3.3 ตัวอย่างโทนสีที่ใช้ในงาน.....	6
3.4 ตัวอย่างการ sketch คาแรคเตอร์.....	6
3.5 ตัวอย่าง final คาแรคเตอร์.....	7
3.6 Blender Workspace.....	8
4.1 ตัวอย่างภาพการออกแบบงานแนว Doodle และโทนสี.....	10
4.2 ภาพตัวอย่างการออกแบบงานแนว Semi-real.....	10
5.1 ภาพร่างโลโก้.....	11
5.2 แนวทางโลโก้ที่ต้องการนำไปพัฒนาต่อ.....	11
5.3 Final logo.....	12
5.4 ภาพ sketch คาแรคเตอร์ครั้งที่ 1.....	12
5.5 ภาพ sketch คาแรคเตอร์ครั้งที่ 2.....	13
5.6 ภาพ sketch คาแรคเตอร์ครั้งที่ 3.....	13
5.7 ภาพตีเทลคลื่นน้ำที่นำมาตัดทอนเพื่อใส่บนตัวคาแรคเตอร์.....	14
5.8 ภาพคาแรคเตอร์ที่ใส่ตีเทลคลื่นน้ำ.....	14
5.9 ภาพ final คาแรคเตอร์โลมา.....	15
5.10 ภาพ sketch ครั้งที่ 1 โปสเตอร์ที่ 1.....	16
5.11 ภาพ sketch ครั้งที่ 2 โปสเตอร์ที่ 1.....	17
5.12 ภาพ final โปสเตอร์ที่ 1.....	18
5.13 ภาพ sketch ครั้งที่ 1 โปสเตอร์ที่ 2.....	19
5.14 ภาพ sketch ครั้งที่ 2 โปสเตอร์ที่ 2.....	20
5.15 ภาพ final โปสเตอร์ที่ 2.....	20
5.16 ภาพ sketch ครั้งที่ 1 โปสเตอร์ที่ 3.....	21
5.17 ภาพ sketch ครั้งที่ 2 โปสเตอร์ที่ 3.....	22
5.18 ภาพ final โปสเตอร์ที่ 3.....	22
5.19 ภาพ sketch pop-up ครั้งที่ 1.....	23
5.20 ภาพ sketch pop-up ครั้งที่ 2.....	23
5.21 ภาพ sketch pop-up ครั้งที่ 2.....	24
5.22 ภาพ sketch pop-up ครั้งที่ 2.....	24
5.23 ภาพ sketch pop-up ครั้งที่ 2.....	25
5.24 ภาพ sketch pop-up ครั้งที่ 3.....	25
5.25 ภาพ sketch pop-up ครั้งที่ 3.....	26
5.26 final pop-up ด้านที่ 1 ประวัติความเป็นมา.....	26
5.27 final pop-up ด้านที่ 2 จุดเริ่มต้นของการจัดตั้งองค์กร.....	27
5.28 final pop-up ด้านที่ 3 ก่อตั้ง.....	27
5.29 final pop-up ด้านที่ 3 โปรโมทสถานที่.....	28

สงวนลิขสิทธิ์เป็นเอกสารนี้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.30 Packaging Tag.....	28
6.1 Final logo.....	29
6.2 Final logo บนพื้นสีดำ.....	29
6.3 ภาพรวม poster.....	30
6.4 ภาพรวม character.....	30
6.5 ภาพรวม pop-up.....	31
6.6 ภาพรวม motion storyboard.....	32
6.7 ภาพตัวอย่างการโปรโมทสื่อ motion.....	33
6.8 ภาพรวม AR Location Card.....	33
6.9 ภาพรวม QR-card : story of us.....	34
6.10 ภาพรวม Postcard.....	35
6.11 ภาพจริง Postcard.....	35
6.12 ภาพรวม keychain.....	36
6.13 ภาพจริง keychain.....	36
6.14 ภาพรวม sticker pack.....	37
6.15 ภาพจริง sticker pack.....	37



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

เนื่องจากเป็นคนที่ค่อนข้างจะชอบใช้เวลาอยู่กับโลกโซเชียล ทำให้ได้เห็นถึงผลกระทบต่าง ๆ ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ว่าเกิดอะไรขึ้นบ้าง จนได้พบกับชาวหนึ่งที่เกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจทำให้สวนสัตว์หลายแห่งต้องปิดตัวลง เนื่องจากปัญหาด้านการเงิน และขาดคนที่ท่องเที่ยวทำให้สถานที่ที่ไม่สามารถฟื้นเปิดต่อไปได้อีกต่อไป และหนึ่งในสถานที่นั้นคือ OASIS SEA WORLD จ.จันทบุรี

ซึ่งเป็นสวนน้ำโลมาที่สำคัญของจังหวัดและประเทศไทยก็ยังคงได้รับผลกระทบในด้านนี้เป็นอย่างมาก จึงทำให้เกิดความคิดที่ว่าหากทางสถานที่ได้รับการโปรโมทในด้านต่าง ๆ ในรูปแบบอื่นนอกจากที่มีอยู่นั้น จะสามารถช่วยเหลือทางสถานที่และโปรโมทให้ผู้คนสนใจที่จะไปมากขึ้นแค่ไหน

อีกทั้งทางสถานที่ยังถูกเข้าใจผิดกับหลาย ๆ อย่าง เรื่องการเป็นอยู่อาศัย การเลี้ยงโลมา ซึ่งอยากแก้ไขความเข้าใจผิดในส่วนนี้ให้ผู้คนได้รับรู้ว่าทางสถานที่นั้นเลี้ยงดูโลมาเป็นอย่างดีมาตลอด แม้กระทั่งช่วงโควิด-19 ก็ยังคงเลี้ยงดูเป็นอย่างดีเช่นเคย

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1. ศึกษาขั้นตอนวิธีการทำโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์
- 1.2.2. ศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการโปรโมท

1.3 ขอบเขตของโครงการ

- 1.3.1. กลุ่มเป้าหมาย
 - ครอบครัวที่มีเด็กอายุ 7-15 ปี และกลุ่มวัยรุ่นที่มีใจรักในการท่องเที่ยวสวนสัตว์
- 1.3.2. จำนวนงาน
 - 1) สื่อประชาสัมพันธ์ภาพนิ่ง จำนวน 3 ชิ้น
 - 2) สื่อประชาสัมพันธ์แบบภาพเคลื่อนไหวจำนวน 1 ชิ้น ได้แก่
 - 2.1) Short motion โปรโมทสถานที่บนป้าย LED ตามสถานีรถไฟฟ้า BTS
 - 3) สื่อโปรโมทขนาดเล็ก จำนวน 3 ชนิด ได้แก่
 - 3.1) โปสเตอร์ จำนวน 3 ชิ้น
 - 3.2) AR Location Card จำนวน 1 ชิ้น
 - 3.3) QR Story card จำนวน 1 ชิ้น
 - 4) สื่อโปรโมทแบบ offline หรือ POP-UP แบบจำลอง จำนวน 1 ชิ้น
 - 5) ออกแบบโลโก้ให้กับทางสถานที่ใหม่
 - 6) Merch จำนวน 2 ชนิด ได้แก่
 - 6.1) พวงกุญแจ จำนวน 3 แบบ
 - 6.2) Sticker จำนวน 1 แบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. วิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อจะได้นำมาใช้แก้ปัญหาในส่วนต่าง ๆ
2. ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน เช่น ต้องโปรโมทอย่างไรคนถึงจะสนใจ
3. นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง
4. ดูสิ่งต่าง ๆ ของสถานที่ เช่น วิธีการโปรโมทเดิม ภาพการโปรโมท หรือสินค้าที่มีอยู่ เพื่อนำมาทำใหม่
5. วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่เลือกส่วนใหญ่แล้วรับข่าวสารต่าง ๆ จากทางสถานที่ทางไหนเป็นหลัก
6. ปรับโลโก้ของสถานที่ให้มีความทันสมัยมากขึ้น และทำให้ง่ายต่อการจดจำมากขึ้น
7. สร้าง Character และ CI ให้กับทางสถานที่ และนำมาปรับเปลี่ยนใหม่ทั้งหมด
8. ทำสื่อประชาสัมพันธ์
9. ออกแบบ POP-UP จำลองสำหรับใช้ในการโปรโมทสถานที่
10. ทำสื่ออื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับสถานที่
11. ผลงานเสร็จสิ้น

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทำความเข้าใจและทักษะการวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ เพื่อมาใช้ทำสื่อในการโปรโมท
2. ได้ศึกษาวิธีการออกแบบ Character ใหม่ ๆ มากมาย
3. ได้เรียนรู้และเข้าใจของความสำเร็จในการทำสื่อโฆษณาและการโปรโมท

บทที่ 2

ข้อมูลในการสร้างสรรค์ผลงาน

2.1 ประวัติความเป็นมาของสถานที่

จุดเริ่มต้นของโอเอซิส ซี วิลด์ เริ่มจากคุณวิชัย วัฒนพงศ์หรือที่คนในพื้นที่เรียกกันว่า “ลุงแดง” ลุงแดงเป็นคนพื้นที่ใน อ.แหลมสิงห์ จ.จันทบุรี ซึ่งเป็นอำเภอที่อยู่ติดกับทะเลประชากรส่วนมากจึงทำอาชีพด้านประมง และลุงแดงก็มักจะพบว่ามิโลมาว่ายมาติดอวนของชาวประมงอยู่บ่อยครั้ง โลมามาว่ายมาติดอวนของชาวประมงก็จะถูกชาวประมงฆ่านำมาฆ่าแหละเนื้อขายในราคากิโลกรัมละ 20-30 บาท ลุงแดงเห็นเข้าก็เกิดความรู้สึกสงสารต่อโลมาเหล่านั้น และเกรงว่าถ้าเป็นเช่นนี้ต่อไปโลมาไทยอาจสูญพันธุ์ ลุงแดงจึงเกิดความคิดที่จะช่วยอนุรักษ์โลมาไทยเหล่านั้น ในช่วงปลายปี 2531 ลุงแดงได้เริ่มศึกษาและทดลองนำโลมามาเลี้ยง โดยนำโลมาที่มาติดอวนชาวประมงมาทดลองเลี้ยงในบ่อเลี้ยงกุ้ง ที่ อ.แหลมสิงห์ จ.จันทบุรี เป็นการชั่วคราว ดูแลในเรื่องของสุขภาพและรักษาบาดแผลของโลมาที่เกิดจากการติดอวนจนหายดี ในช่วงที่ลุงแดงเลี้ยงดูโลมาเหล่านั้นอย่างใกล้ชิดนั้น ก็ได้เห็นความฉลาด แสนรู้ และความน่ารักของโลมา หลังจากเลี้ยงดูอย่างใกล้ชิดผ่านไป 20 วันโลมาก็เรียนรู้ที่จะว่ายน้ำกินอาหารจากมือของลุงแดง ซึ่งนี่เป็นจุดเริ่มต้นของการขยายแนวความคิดการการเผยแพร่ ความสามารถ ความฉลาด ความน่ารักของโลมาในรูปแบบ โลมาโชว์ ไปสู่สายตาประชาชนชาวโลก ซึ่งแนวคิดนี้เป็นจริงเมื่อปี 2533 ในวันที่ 1 มิถุนายน 2533

ที่มา : https://th.wikipedia.org/wiki/โอเอซิส_ซีวิลด์

2.2 ปัญหาและผลกระทบที่ทางสถานที่ได้รับ

2.2.1) คุณเอ๋ (ผู้จัดการ OASIS SEA WORLD) เล่าว่า ช่วงก่อนมีโควิด-19 สถานการณ์นักท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ดี ลูกค้าภายในประเทศ 80-85% มาเป็นกรุปทัวร์ มีลูกค้าชาวต่างประเทศที่ทำงานอยู่ในไทย และจากต่างประเทศในกลุ่มสแกนดิเนเวีย รัสเซีย แต่เมื่อมีปัญหาข่าวเชื้อโควิด-19 แพร่ระบาด และจังหวัดจันทบุรีมีคำสั่งปิดรายได้เป็นศูนย์ทันที ภายในระยะเวลา 2 เดือนเท่านั้น ตั้งแต่ 25 มีนาคม-พฤษภาคม ในขณะที่ค่าใช้จ่ายค่าอาหารสัตว์ ค่าไฟฟ้า และพนักงานที่เรายังคงจ่ายเงินเดือนเต็ม สูงถึงเดือนละ 700,000-800,000 บาท มาตรการอะไรที่รัฐบาลเยียวยา ช่วยเหลือ ติดตามดูทุกจุด เพื่อขอรับการช่วยเหลือ ก็ยื่นคำร้องขอความอนุเคราะห์ไปทั้งหมด

ที่มา : https://www.technologychaoban.com/bullet-news-today/article_166474

2.2.2) หลังจากได้สัมภาษณ์กับเจ้าหน้าที่ทางสถานที่ รวมถึงผู้จัดการของทางสถานที่แล้วพบว่า เมื่อมีโรคระบาดเกิดขึ้น ผู้คนก็มาเที่ยวน้อยลงจากเดิมเป็นอย่างมาก ทำให้โลมามีอาการเครียด เงา ไม่ได้พบปะผู้คน ไม่ได้ทำการแสดง เพราะโลมาที่นี้ชอบเล่นกับเด็ก ชอบพบปะผู้คน ชอบให้มีคนมาหาเยอะ ๆ แต่ผลกระทบจากโควิด-19 ทำให้โลมาไม่ได้พบปะผู้คนอย่างเคย ไม่ได้ทำการแสดงจึงเกิดอาการเบื่อหน่าย เครียด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ผลกระทบจากโควิด-19 ทางด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งเริ่มตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคม 2562 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทยและการท่องเที่ยวโลกอย่างมาก ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศหยุดชะงัก รวมถึงส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย โดยจากข้อมูลล่าสุดของกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยสะสมระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2563 มีจำนวน 6.7 ล้านคน ลดลงจากช่วงเดียวกันของปี 2562 ซึ่งอยู่ที่ประมาณ 39.9 ล้านคน หรือหดตัวประมาณร้อยละ 83.2 นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงเป็นอย่างมาก โดยในช่วงเดือนมกราคมถึงธันวาคม 2563 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ที่ 332,013 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ซึ่งอยู่ที่ 1,911,808 ล้านบาท (ลดลงร้อยละ 82.6) (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

ดังนั้น การศึกษาผลกระทบของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่อธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากธุรกิจเหล่านี้เป็นภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบค่อนข้างรุนแรงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 รวมถึงผลกระทบจากมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐ เช่น มาตรการปิดเมือง (ล็อกดาวน์) เพื่อ 4 เดือนควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาด มาตรการปิดพื้นที่อุทยานแห่งชาติและวนอุทยานทุกแห่ง ตามประกาศกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ลงวันที่ 23 มีนาคม 2563 เป็นต้น ซึ่งมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ส่งผลให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติยกเลิกการเดินทางและการจองห้องพัก หน่วยงานต่าง ๆ ยกเลิกการจัดประชุมและสัมมนาที่โรงแรม ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจโรงแรมเป็นอย่างมาก

ที่มา : <https://tdri.or.th/2021/02/covid-112/>

2.4 สิ่งทีทางสถานที่มักจะถูกเข้าใจผิด

หลังจากได้ทำการสัมภาษณ์กับ “พีเอ” หรือผู้จัดการของ OASIS SEA WORLD แล้วนั้น ก็ได้พบว่าทางสถานที่ที่มีเรื่องที่ถูกเข้าใจผิดเยอะมาก ตั้งแต่เรื่องที่อยู่อาศัยของโลมาน้ำที่ใช้เลี้ยงนั้นมีความสกปรก สัตว์ไม่สะอาด แต่ในความเป็นจริงแล้วน้ำที่ใช้เลี้ยงโลมานั้นเป็นน้ำกร่อยที่มาจากธรรมชาติ โดยผ่านกรรมวิธีฆ่าเชื้อเป็นอย่างดีมาแล้ว และสถานที่เลี้ยงดูก็ใช้เป็นบ่อกว้าง ไม่เลี้ยงในสระที่แคบ เพราะอยากให้โลมานั้นมีพื้นที่ในการอยู่ที่กว้างขวาง ไม่จำกัด รวมถึงเรื่องของการกิน พีเอเล่าว่าทางสถานที่เลี้ยงดูโลมาเหมือนครอบครัว อาหารทุกมื้อเป็นของดีและสะอาด แม้กระทั่งตอนช่วงโควิด-19 ที่ลูกค้ามาท่องเที่ยววันน้อยลงก็ยังคงเลี้ยงโลมาอย่างดีเหมือนเดิม

2.5 ที่อยู่และข้อมูลการติดต่อของสถานที่

โอเอซิส ซี เวิลด์ (Oasis Sea World)

48/2 หมู่ 5 ตำบล ปากน้ำแหลมสิงห์ อำเภอ แหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี รหัสไปรษณีย์ 22130

โทร: 039-499-222

Website : <http://www.thaioasisseaworld.com/dolphin-show/>

Facebook Fanpage : <https://www.facebook.com/OasisSeaWorld/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ข้อมูลในการออกแบบ

3.1 การออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์

ในปัจจุบันช่องทางในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการนั้นได้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต ซึ่งช่องทางต่าง ๆ นั้นก็มีความแตกต่างกันออกไปทั้งในส่วนของความเหมาะสมของช่องทางแต่ละช่องทาง และเนื่องในปัจจุบันนี้เป็นโลกแห่งยุคดิจิทัล จึงทำให้ผู้ประกอบการเริ่มหันมาทำสื่อโฆษณาต่าง ๆ ให้ความสนใจและความสำคัญกับการทำการโฆษณบนโซเชียลมีเดียเป็นอย่างมาก อีกทั้งผู้รับสารส่วนใหญ่ก็ค่อนข้างให้ความสนใจกับการรับข่าวสารจากช่องทางนี้เป็นหลัก เพราะมีความสะดวกรวดเร็วต่อการรับสารเป็นอย่างมาก

3.2 การออกแบบภาพประกอบและคาแรคเตอร์

ภาพประกอบและคาแรคเตอร์มีหน้าที่ในการสื่อสารพอ ๆ กับตัวหนังสือ โดยสิ่งเหล่านี้สามารถช่วยเรียกความสนใจจากผู้อ่าน ผู้รับสาร ผู้บริโภค ได้อย่างดี อีกทั้งยังสามารถช่วยให้บรรยายบรรยากาศของเนื้อเรื่องให้มีความเข้าใจง่ายมากขึ้น

แนวทางการออกแบบคาแรคเตอร์แบบที่ 1 : คาแรคเตอร์ภาพประกอบแบบ Doodle 2D

เนื่องจากต้องการให้สื่อออกมามีภาพรวมที่มีความน่ารักสดใส เพราะคาแรคเตอร์ที่มีลายเส้นที่น่ารักและสดใสจะช่วยให้ดึงดูดให้ผู้คนสนใจมากขึ้น



ภาพที่ 3.1



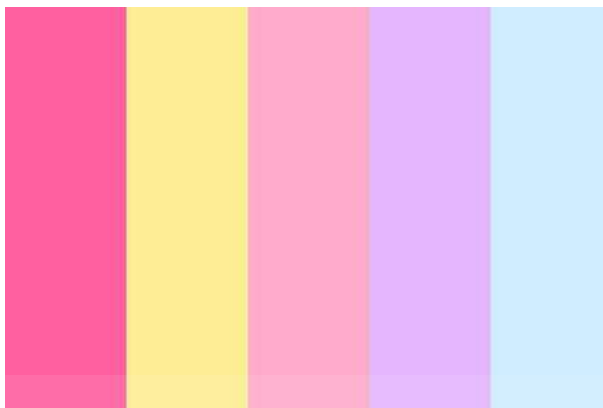
ภาพที่ 3.2

ที่มาภาพที่ 3.1 : <https://www.pinterest.com/pin/492649951253716/>

ที่มาภาพที่ 3.2 : <https://www.pinterest.com/pin/606437906096706682/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีที่เลือกใช้ในการออกแบบ : เลือกใช้โทนสีที่ค่อนข้างสดใส เพื่อเพิ่มสีสันและความสนุกให้กับตัวงาน



ภาพที่ 3.3

3.3 การออกแบบภาพประกอบสำหรับสื่อโปรโมทบนโปรแกรม Adobe illustrator

เมื่อมีรูปแบบคาแรคเตอร์และสีที่เลือกได้ใจแล้ว ขั้นตอนต่อไปสำหรับการทำงาน คือ การออกแบบและนำคาแรคเตอร์ที่ออกแบบนั้นมาใช้ในงานชิ้นต่าง ๆ เพื่อให้ภาพรวมงานไปในทางเดียวกัน โดยมีขั้นตอน ดังนี้

3.3.1) ต้องทำความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายที่เราเลือกมาก่อนว่ากลุ่มเป้าหมายในช่วงอายุนั้น มีความสนใจในภาพประกอบแบบใด และแนวทางแบบใดจึงจะเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย

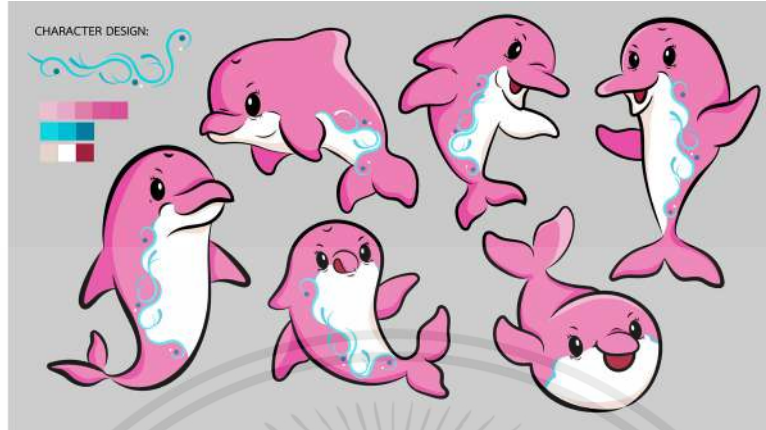
3.3.2) เมื่อทำความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายที่เลือกมาแล้ว ก็ทำการ sketch ตัวคาแรคเตอร์ก่อน เพื่อที่จะได้นำไปปรับให้เป็น final ที่ดีที่สุดในตอนสุดท้าย โดยการ sketch คาแรคเตอร์นั้นจะวาดขึ้นในรูปแบบของ โลมาที่มีทิศทาง และการกระทำที่แตกต่างกันออกไป เช่น กระโดด โคนิ่งตัว เป็นต้น



ภาพที่ 3.4 ตัวอย่างการ sketch คาแรคเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.3) เมื่อได้คาแรคเตอร์ที่ชอบแล้ว และ sketch ไปจนถึงขั้นตอนของ final ก็จะทำารลงสี ซึ่งสีที่เลือกใช้ในงานก็จะเป็นแนวสีสดใส โดยสีหลักที่จะใช้ในงานครั้งนี้คือ สีชมพู เนื่องจากทางสถานที่คอนข้างโปรโมทตัวโลมาสีชมพูที่ทางสถานที่เลี้ยงไว้เป็นหลัก จึงเลือกสีชมพูมาเป็นสีประจำตัวของคาแรคเตอร์



ภาพที่ 3.5 ตัวอย่าง final คาแรคเตอร์

3.3.4) เมื่อได้ final ของคาแรคเตอร์และสีที่ใช้ทั้งหมด ก็จะเริ่มเข้าสู่ขั้นตอนของการกระจายสีให้กับชิ้นงานอื่น และกระจายคาแรคเตอร์ให้อยู่กับงานชิ้นอื่นอีกด้วย งานที่จะนำตัวคาแรคเตอร์ไปใส่ในงานบางส่วน เช่น โปสเตอร์/Motion/โปสการ์ด และ Merch ต่าง ๆ

3.4 ขั้นตอนการออกแบบสื่อโปรโมทต่าง ๆ

สื่อโปรโมทที่ใช้ในงานครั้งนี้จะมีทั้งหมด 3 ประเภท ดังนี้

3.4.1) สื่อโปรโมทภาพนิ่ง

หรือเรียกอีกอย่างว่า “โปสเตอร์” เป็นหัวใจหลักของการโปรโมทของสถานที่เพราะจะเป็นภาพที่ทำให้ผู้คนที่ได้เห็นจะสามารถมีภาพจำกับสถานที่ได้ โดยในส่วนนี้จะใช้คาแรคเตอร์ที่ออกแบบมาใช้ในงานเป็นหลัก ในตัวงานจะให้โลมาสีชมพูทางและการกระทำที่เกินความจริงเพื่อให้เป็นที่น่าจดจำ และภาพรวมของงานจะต้องมีความน่ารักสดใส

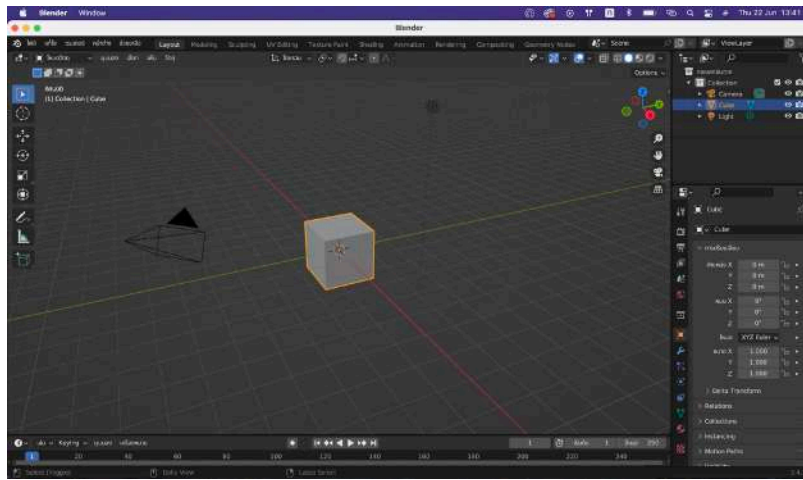
3.4.2) สื่อโปรโมทภาพเคลื่อนไหว

หรือเรียกว่า “Motion” ซึ่งก็เป็นอีกสื่อที่สำคัญในการโปรโมท เนื่องจากงานชิ้นนี้จะอยู่ตามแนวรถไฟฟ้า ทำให้ผู้คนที่เดินผ่านไปมาสามารถมองเห็นและให้ความสนใจในงานได้ โดยจะทำเป็นวิดีโอสั้นๆ ไม่ต้องเข้าใจยาก เพราะผู้คนที่เดินผ่านไปมาที่สถานีรถไฟฟ้าส่วนใหญ่แล้วจะมีความรีบ และไม่ได้มีเวลาที่จะยีนดูโฆษณามากนัก จึงทำเป็นเพียง Short motion ให้ตอบโต้กับผู้คนที่เดินผ่านไปมา ณ สถานที่ตรงนั้น

3.4.3) สื่อโปรโมท offline แบบจำลอง (3D)

ในส่วนนี้จะใช้โปรแกรม Blender สร้าง Pop-up จำลองมา ซึ่งเป็นสื่ออีกชนิดที่ถ้าหากสามารถนำไปวางไว้ในสถานที่จริงจะทำให้ได้รับความสนใจต่อผู้คนที่เดินผ่านไปมาเป็นอย่างมาก และสามารถทำให้ผู้คนที่ให้ความสนใจมากที่สุดอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.6 Blender Workspace



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูลและการออกแบบ

4.1 ขอบเขตข้อมูลของโครงการ

จากข้อมูลที่ได้หามาในข้างต้น จะถูกนำมาเรียบเรียง วิเคราะห์และหาแนวทางการแก้ปัญหาในรูปแบบของการออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ OASIS SEA WORLD โดยจะออกแบบให้มีความเข้ากับกลุ่มเป้าหมาย และดูอบอุ่นเป็นกันเองเข้าถึงง่าย ตามวิสัยทัศน์ของสถานที่ที่คอยนำเสนอและโปรโมทตัวเองในด้านนี้มาตลอด

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล และ ผู้ใช้งาน

4.2.1 กลุ่มเป้าหมาย

การมีขอบเขตของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความสำคัญต่อการทำงานทางด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจเป็นอย่างมาก ทำให้คนทำงานสามารถทำงานออกมาได้ถูกต้องและชัดเจนมากขึ้น โดยกลุ่มเป้าหมายที่เลือกนั้นจะแบ่งออกเป็นทั้งหมด 2 กลุ่ม ได้แก่

1. ครอบครัวและเด็ก อายุ 7-15 ปี
2. กลุ่มวัยรุ่นและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ อายุ 18-23 ปี

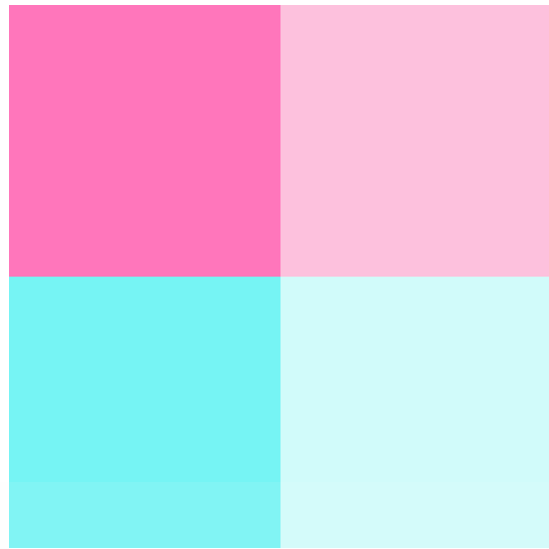
4.2.2 วิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายแล้ว จะทำให้เราเห็นและทราบได้ว่ากลุ่มเป้าหมายที่เราเลือกนั้นมีความสนใจในแนวรูปแบบใด และทำงานรูปแบบไหนถึงจะสามารถดึงดูดความสนใจให้คนเข้ามารับชมงานเราได้ เช่น ครอบครัวที่มีเด็กอายุ 7-15 ปี มักจะชอบแนวงานที่มีความสดใส น่ารัก เข้าถึงง่าย และดูเป็นมิตร ดูสร้างสรรค์ ในส่วนของวัยรุ่นอายุ 18-23 ปี ก็มักจะชอบแนวงานที่มีสีสันสดใส ดึงดูดสายตา มีคาแรคเตอร์ที่ชัดเจน และแนวงานก็ไม่ต้องซับซ้อนมาก

4.3 แนวทางในการออกแบบ

4.3.1 Doodle

1. ทิศทางของการออกแบบมีการคาแรคเตอร์เป็นภาพประกอบหลัก โดยออกแบบให้มีความน่ารัก ดูเป็นกันเอง เข้าได้กับทุกช่วงวัย
2. Mood & Tone : มีชีวิตชีวา สดใส น่ารัก เป็นกันเอง เข้าถึงง่าย
3. Style : Doodle



ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างภาพการออกแบบแนวงานแบบ Doodle และโทนสี
ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/1080441766835765904/>

4.3.2 Semi-real

1. มีทิศทางในการออกแบบโดยใช้ภาพประกอบ Digital painting ที่มีความใกล้เคียงกับความเป็นจริง
2. Mood & Tone : โทนสีสด อบอุ่น ดูใกล้เคียงกับความเป็นจริง
3. Style : Semi-real



(ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างภาพการออกแบบแนวงานแบบ Semi-real)

4.4 แนวทางในการออกแบบที่นำไปใช้จริง

4.4.1 ข้อมูลตัวงาน

ชื่องาน : OASIS STORY

ความหมายของชื่องาน : เนื่องจากอยากหยิบเรื่องราวประวัติและความเป็นมาของสถานที่มาเล่าในงานเป็นหลัก เพื่อโปรโมทและให้ผู้คนได้รับรู้ว่าทาง OASIS SEA WORLD นั้นไม่ได้เป็นเพียงแต่น้ำโลมาโชว์ แต่เคยมีประวัติที่น่าสนใจมายาวนานและไม่เหมือนกับสวนน้ำโลมาโชว์ที่อื่น ๆ

แนวงาน : Doodle

Mood & tone : มีชีวิตชีวา สดใส น่ารัก เป็นกันเอง เข้าถึงง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

การออกแบบและพัฒนาแบบร่าง

5.1 ออกแบบโลโก้สถานที่

เนื่องจากทางสถานที่ที่มีการใช้โลโก้ที่ยังไม่ชัดเจนและโลโก้ค่อนข้างยากต่อการใช้งานจริง จึงทำการดีไซน์โลโก้ขึ้นมาใหม่ให้มีความทันสมัย ดูเข้าถึงง่าย และง่ายต่อการนำไปใช้งาน

LOGO SKETCH:



ภาพที่ 5.1 ภาพร่างโลโก้

หลังจากที่ทำการสเก็ตภาพโลโก้แล้ว จึงมาพิจารณาต่อว่าโลโก้แบบใดควรนำไปพัฒนาต่อ และแบบใดไม่ควรนำไปทำต่อ เช่น 3 อันล่างที่ค่อนข้างจะจำเจ และไม่ค่อยโดดเด่น ดูเป็นโลโก้แนวเบสิกที่สถานที่ท่องเที่ยวในไทยมักจะชอบใช้โลโก้แนวนี้ในการทำงาน หรือจะยากต่อการนำไปใช้งานจริง ไม่มีจุดเด่น หากจับแยกกันก็ยังคงดูไม่รู้ว่าเป็นของสถานที่ใด จึงได้ทำการคัดออกไปและเลือกเพียง 1 แนวทางเพื่อนำไปพัฒนาต่อดังนี้



ภาพที่ 5.2 แนวทางโลโก้ที่ต้องการนำไปพัฒนาต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อได้รูปแบบของโลโก้ที่ต้องการจะนำไปพัฒนาต่อแล้ว ก็เริ่มขยับและเคลื่อนย้ายในส่วนของ text บางส่วน เพื่อให้มีความลงตัวมากขึ้น เหมาะสำหรับการใช้งานในทุกรูปแบบ และยังคงความเข้าถึงง่ายไว้อีกด้วย

OASIS SEA WORLD

ภาพที่ 5.3 Final logo

5.2 ออกแบบคาแรคเตอร์ประจำสถานที่

คาแรคเตอร์ประจำสถานที่ เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่จะช่วยสร้างภาพจำให้กับสถานที่ได้มากที่สุด โดยออกแบบเป็น โลมาสีชมพู เนื่องจากทางสถานที่ที่มีประวัติในการช่วยเหลือโลมาสีชมพูจากอวนของชาวประมงบริเวณนั้น และเป็นจุดเริ่มต้นให้ทางเจ้าของได้ทำการดูแล และริเริ่มในการจัดตั้งเป็นสถานพยาบาลและเขตอนุรักษ์โลมา

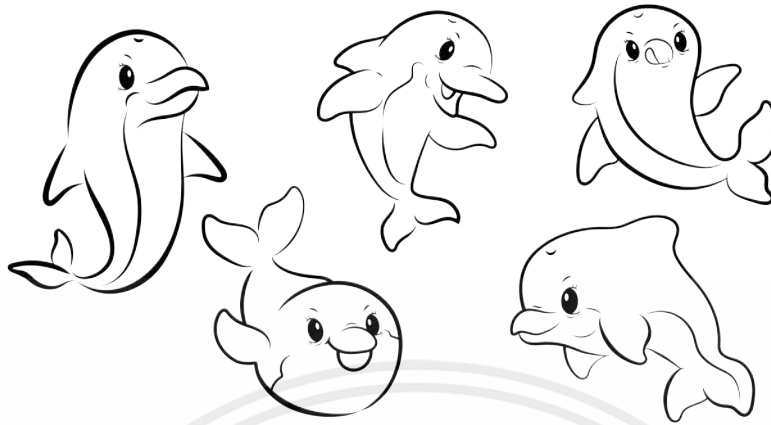
โดยมีความตั้งใจในการออกแบบครั้งนี้ว่า จะต้องเป็นคาแรคเตอร์ที่ดูน่ารัก เป็นกันเอง เข้าถึงง่าย เด็กและครอบครัวชอบ วัยรุ่นก็สามารถชอบได้เหมือนกัน และพยายามหาจุดเด่นให้กับตัวโลมาเพื่อให้มีจุดสังเกตว่านี่คือคาแรคเตอร์ประจำ OASIS SEA WORLD



ภาพที่ 5.4 ภาพ sketch คาแรคเตอร์ครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากสเก็ตช์ครั้งที่ 1 ตั้งใจใส่เสื้อผ้าให้โลมา โดยเป็น uniform ของสถานที่ แต่ยังรู้สึกว่ายตัวของโลมานั้นยังเหมือนโลมาทั่วไป ยังไม่มีจุดเด่นต่อการจดจำมากพอ และตัวโลมายังดูไม่เข้าที่เข้าทาง จึงได้ทำการพัฒนาในส่วนของตัวโลมาใหม่



ภาพที่ 5.5 ภาพ sketch คาแรคเตอร์ครั้งที่ 2

เมื่อนำสเก็ตช์คาแรคเตอร์จากครั้งแรกมาพัฒนาต่อ ก็ได้คาแรคเตอร์โลมาที่ลงตัวมากขึ้น มีสัดส่วนที่ค่อนข้างสมส่วน และมีท่าทางที่กระฉับกระเฉงมากขึ้น จากนั้นก็จะนำสเก็ตช์โลมาที่ได้ไปพัฒนาเพิ่มเติมเทลจุดเด่นในหน้าสนใจต่อ

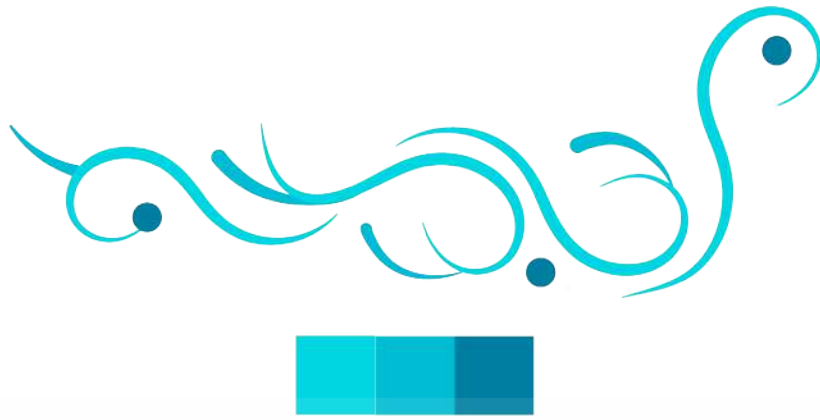
CHARACTER DESIGN



ภาพที่ 5.6 ภาพ sketch คาแรคเตอร์ครั้งที่ 3

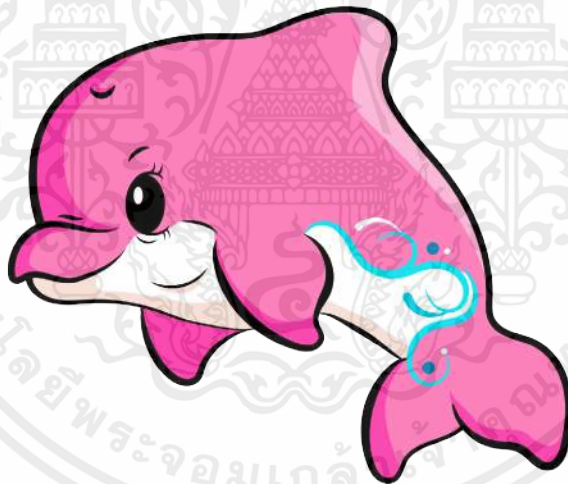
จากภาพเป็นสเก็ตช์ครั้งที่ 3 นำ uniform ของโลมาออกทั้งหมดและเพิ่มเทลให้กับตัวโลมาแทน แต่ก็ยังรู้สึกว่ายดูเหมือนโลมาทั่วไป ถึงแม้จะมีจุดเด่นที่หางแต่ก็ยังไม่ได้นำสนใจขนาดนั้น จึงนำไปพัฒนาต่อเป็นส่วนอื่น ๆ ด้วยความที่จังหวัดจันทบุรีนั้นหนึ่งในจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก จึงได้มีความคิดขึ้นมาว่าจะนำเทลของคลื่นน้ำมาตัดทอน และใช้เป็นลวดลายบนตัวของโลมาแทน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.7 ภาพดีเทลคลื่นน้ำที่นำมาตัดทอนเพื่อใส่บนตัวคาแรคเตอร์

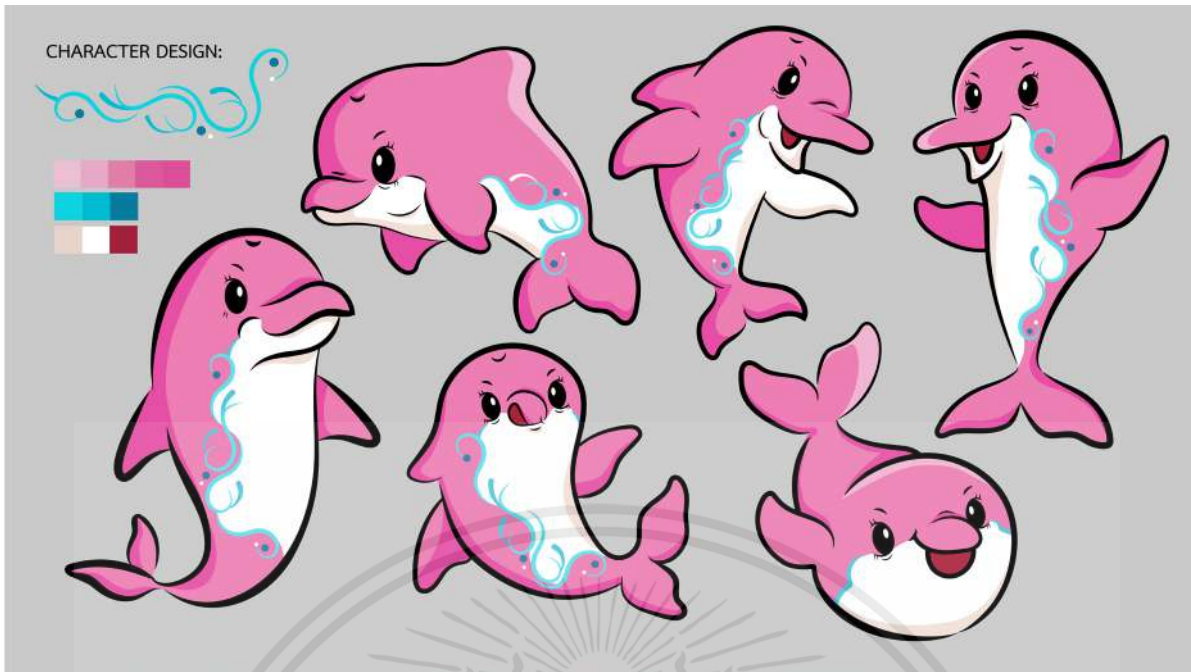
โดยสีที่ใช้จะเป็นสีฟ้าโทนสดใส ดูสนุกสนาน และตัดทอนคลื่นน้ำให้มีความ minimal เส้นโค้งของตัวคลื่นให้มีความ smooth ดูสวยงาม แต่ก็ยังคงความเป็นกันเองไว้ เมื่อได้ลวดลายที่ต้องการแล้วก็จะนำไปใส่ไว้บนตัวคาแรคเตอร์ ซึ่งตั้งใจว่าอาจจะนำไปไว้ในจุดที่สังเกตง่าย ๆ เช่น เส้นโค้งลายใต้ท้องของโลมา



ภาพที่ 5.8 ภาพคาแรคเตอร์ที่ใส่ดีเทลคลื่นน้ำ

จากภาพที่ 5.2.4 เมื่อนำดีเทลลายน้ำไปใส่บนตัวโลมา ก็ได้ทำการเลือกสีของตัวโลมาให้เข้ากับ Mood & tone ของงาน โดยสีชมพูที่เลือกใช้นั้นต้องมีความความสดใส ดูน่ารัก จึงได้เลือกสีชมพูโทนนี้มา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.9 ภาพ final คาแรคเตอร์โลมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 ออกแบบภาพประกอบสำหรับสื่อโฆษณา Poster ad.

โปสเตอร์ หรือ สื่อโฆษณาแบบในรูปแบบการพรีนธ์ ก็เป็นอีกหัวใจสำคัญหลักที่ใช้สำหรับโปรโมทสถานที่ได้อย่างดี และจำเป็นต่อการใช้ในการโปรโมทมากที่สุด เนื่องจากตัวโปสเตอร์จะเป็นจุดขายหลักที่จะทำให้ผู้คนสนใจ และหาข้อมูลเพิ่มเติมของสถานที่ต่อได้ การทำโปสเตอร์ในครั้งนี้มีการออกแบบให้ Mood & tone น่ารัก ดูสะอาดตา โดยเฉพาะกับกลุ่มเป้าหมายครอบครัวและเด็ก และภาพประกอบที่ใช้บนโปสเตอร์จะออกแบบให้ตัวคาแรคเตอร์นั้นมีความสุข ร่าเริง และดูสนุกสนาน มีการกระทำที่เกินความจริงแต่เป็นเชิงบวก เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและความสนุกให้กับตัวงานได้

โปสเตอร์ภาพที่ 1 จะเล่าถึงเรื่องราวเกี่ยวกับการเป็นอยู่ การกินของโลมาที่นิน่า ที่นี้มีการเลี้ยงดูโลมาเป็นอย่างดี มีอาหารที่ดีให้โลมาทานทุกมื้อ โดยสีหน้าและท่าทางของโลมาจะสื่อออกมาว่าเมื่อได้อยู่ที่นี่แล้วมีความสุขสบาย ในภาพจะเป็นการที่โลมาได้อยู่ในอ่างจากุซซี่แทนการอยู่ในบ่อน้ำหรือสระน้ำแบบทั่ว ๆ ไป ที่เลือกเป็นอ่างจากุซซี่เพราะ อยากให้ภาพสื่อออกมาว่าโลมาที่นี่ได้รับการเป็นอยู่อย่างสุขสบาย และใน sketch แรกจะเป็นภาพอาหาร หรือ ปลาสดเรียงอยู่หน้าโลมา เป็นปลาสดที่มีความสดใหม่ สะอาด



ภาพที่ 5.10 ภาพ sketch ครั้งที่ 1 โปสเตอร์ที่ 1

แต่หลังจากได้ sketch ที่ 1 แล้ว ก็ยังรู้สึกว่าจะบางอย่างในภาพมันยังดูเสมือนจริงอยู่ จึงได้ทำการเปลี่ยนในส่วน of อาหาร และ mood ของภาพ หรือ movement ของตัวโลมาให้มีความน่ารัก ดูเข้าถึงง่ายมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.11 ภาพ sketch ครั้งที่ 2 โปสเตอร์ที่ 1

เมื่อได้ทำการปรับเปลี่ยนภาพจาก sketch ที่ 1 แล้ว ก็รู้สึกภาพค่อนข้างเข้ากับ mood&tone ที่ตั้งไว้อย่างมาก โดยมีการใช้สีในตัวเองเป็นโทนที่สดใส น่ารัก และตัวโลมามี movement ที่ดีขึ้น ดูสนุก ดูร่อยกับอาหารที่อยู่ตรงหน้า โดยอาหารตรงหน้าก็ได้มีการปรับเปลี่ยนให้เป็นซูชิ

ที่เลือกเป็นซูชิ เพราะ อยากรู้อยากเห็นในส่วนของอาหารดูมีความน่าอร่อย ดูน่าทาน และดูเป็นอาหารดี ๆ มากขึ้น และได้ทำการปรับในส่วนของอ่างจากุซซี่ให้มีความน่ารักขึ้นอีกด้วย
เมื่อต้องประกอบของภาพตามที่ต้องการแล้ว ก็นำมาใส่ text ในส่วนของ headline รวมถึง location ของสถานที่ และโลโก้ของสถานที่ที่ได้ทำไว้ก่อนหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.12 ภาพ final โปสเตอร์ที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์ภาพที่ 2 จะเล่าถึงเรื่องราวเกี่ยวกับการอาศัยอยู่ สถานที่ที่โลมาอยู่ ว่ามีที่อยู่อาศัยที่ดี สะอาด และไม่ได้สกปรกอย่างที่หลาย ๆ คนเข้าใจ เนื่องจากเคยมีประเด็นเกี่ยวกับเรื่องสถานที่ว่ามีความสกปรก แต่แท้จริงแล้วเป็นเพียงสีน้ำที่มาจากธรรมชาติ จึงจะไม่ได้ดูใสสะอาดเหมือนน้ำในสระ หรือน้ำในตู้ปลาทั่ว ๆ ไป แต่น้ำที่ใช้เลี้ยงโลมาของที่นี่ คือ น้ำกร่อยที่มาจากธรรมชาติ โดยผ่านกรรมวิธีฆ่าเชื้อต่าง ๆ ก่อนจะนำมาให้โลมาอาศัยอยู่ก่อนแล้ว



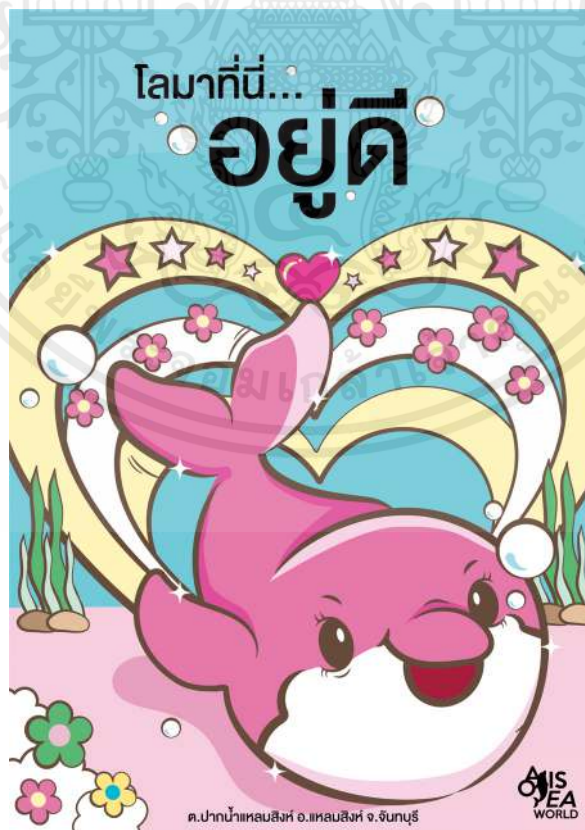
ภาพที่ 5.13 ภาพ sketch ครั้งที่ 1 โปสเตอร์ที่ 2

โดยในภาพจะให้เห็นถึงความเป็นอยู่ใต้น้ำ ที่มีความคล้ายวังใต้น้ำ มีการใช้ชีวิตเป็นอยู่อย่างราชา/ราชินีใต้น้ำ สื่อให้เห็นว่าน้ำที่โลมาอาศัยอยู่นั้นมันดีต่อตัวโลมา มาก ๆ เหมือนได้อยู่บ้าน ปลอดภัย และสวยงามในแบบของมัน ซึ่งใน draft แรกค่อนข้างเป็นที่พอใจ จึงได้ทำการไปปรับเปลี่ยนพัฒนาต่อให้ลงตัวมากขึ้น ทั้ง movement ของโลมา องค์ประกอบของภาพ รวมถึงโทนสีของภาพด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



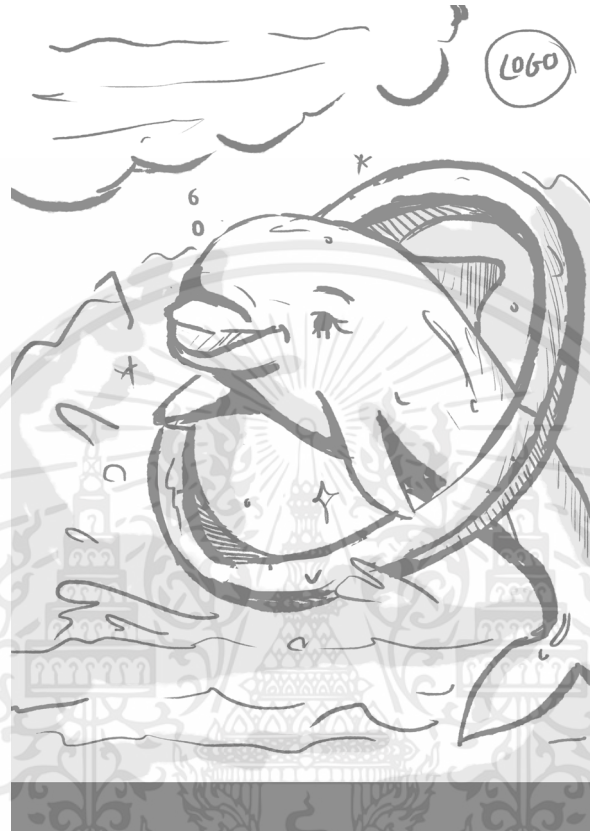
ภาพที่ 5.14 ภาพ sketch ครั้งที่ 2 โปสเตอร์ที่ 2



ภาพที่ 5.15 ภาพ final โปสเตอร์ที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์ภาพที่ 3 จะเป็นในส่วนที่เล่าเกี่ยวกับการจัดแสดงโชว์โลมาของทางสถานที่ เนื่องจากปัญหาที่เคยกล่าวไปข้างต้นนั้น เมื่อโลมาไม่ได้ทำการแสดงหรือพบปะผู้คน ส่งผลให้โลมามีอาการเบื่อหน่าย และเครียด จึงได้ทำโปสเตอร์โปรโมทในส่วนของการแสดงโลมานอกจากจะทำให้โลมามีความสุขเมื่อได้ทำการแสดงแล้ว ยังไม่ได้เป็นการใช้แรงงานสัตว์เพื่อหาผลประโยชน์แต่อย่างใด



ภาพที่ 5.16 ภาพ sketch ครั้งที่ 1 โปสเตอร์ที่ 3

หลังจากได้ sketch ของโปสเตอร์ที่ 3 แล้วก็ได้ทำการปรับเปลี่ยน mood & tone ของภาพ รวมถึง movement ของโลมาให้มีความสุขสนุกสนานกับการแสดงมากขึ้น ปรับสีหน้าของโลมาให้มีความสุขมากกว่าเดิม และได้ทำการปรับเปลี่ยน object ต่าง ๆ ในภาพให้มีความน่ารัก ดูแฟนตาซีขึ้น เพื่อเพิ่มบรรยากาศของภาพให้ดูเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

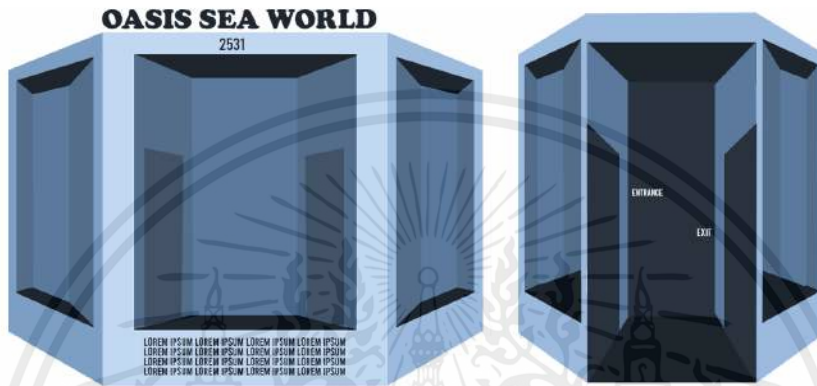


ภาพที่ 5.18 ภาพ final โปสเตอร์ที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

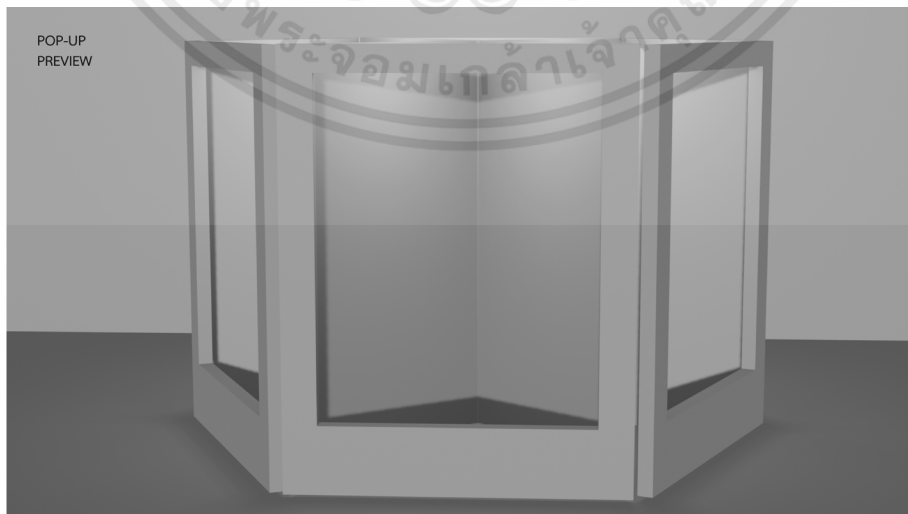
5.4 ออกแบบภาพ 3D จำลอง POP-UP

“Pop-up” เป็นสื่อโปรโมทอีกชิ้นที่มีความสำคัญต่อการโปรโมทเป็นอย่างมาก ซึ่งจุดประสงค์ของการทำ pop-up ขึ้นมาเพื่อให้คนที่เดินผ่านไปมา หรือคนที่ไม่เคยแม้แต่ได้ยินชื่อของสถานที่ที่สามารถรู้จักและสามารถเข้ามาเยี่ยมชมเรื่องราวต่าง ๆ และรู้จักกับสถานที่ได้ในที่สุด และอาจจะทำให้อยากมาเยี่ยมชมในภายหน้าก็เป็นได้ อีกทั้งการจัดตั้ง pop-up ขึ้นมาอาจจะส่งผลให้เกิดกระแสในโลกโซเชียลเป็นอย่างมากอีกก็เป็นได้ จึงได้ทำการออกแบบ pop-up ที่มีความสะดุดตา ผู้คนผ่านไปมาก็ต้องอยากเห็น อยากเข้ามาเยี่ยมชม



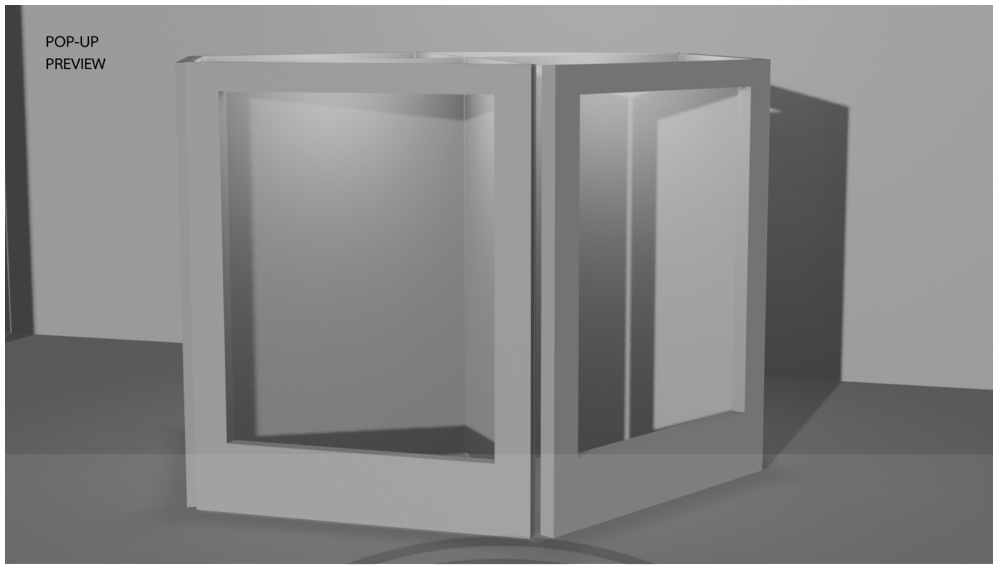
ภาพที่ 5.19 ภาพ sketch pop-up ครั้งที่ 1

ในการออกแบบครั้งนี้มีความตั้งใจไว้ว่าอยากให้ตัวของ Pop-up มีความสะดุดตา และไม่ซับซ้อน อีกทั้งยังสามารถเป็นจุดถ่ายภาพไว้แชร์ข้อมูลต่อ ๆ กันได้อีกด้วย แต่เนื่องจากใน sketch ครั้งที่ 1 มีความหม่นหมองและยังไม่น่าสนใจมากนัก จึงได้ทำการปรับเปลี่ยนสี และรูปแบบของ Pop-up ใหม่



ภาพที่ 5.20 ภาพ sketch pop-up ครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.21 ภาพ sketch pop-up ครั้งที่ 2



ภาพที่ 5.22 ภาพ sketch pop-up ครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



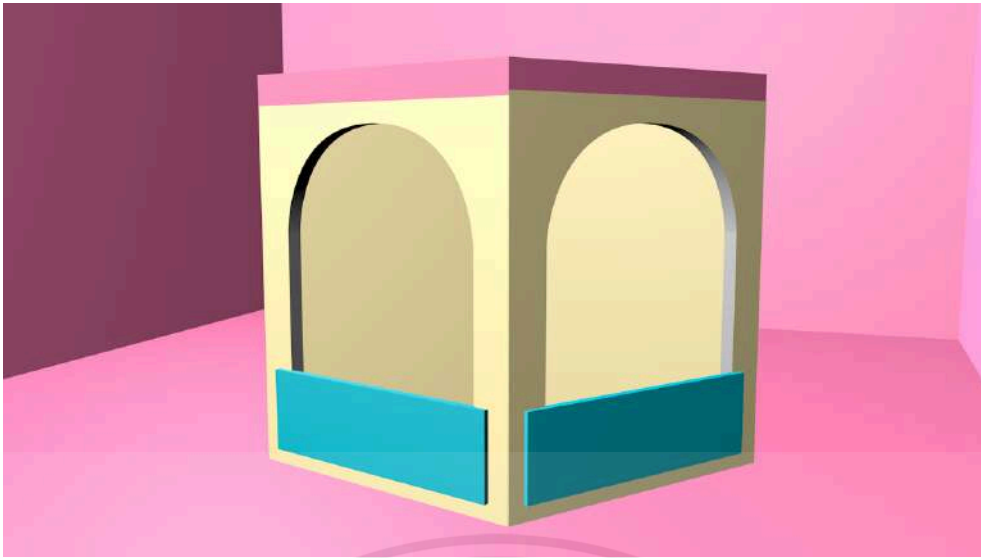
ภาพที่ 5.23 ภาพ sketch pop-up ครั้งที่ 2

หลังจากได้ทำการปรับเปลี่ยนรูปแบบของ Pop-up ให้มีความง่ายต่อการเยี่ยมชมจากคนที่เดินผ่านไปมามากขึ้นแล้ว แต่ยังไม่รู้สึกสีสนั่นของตัว Pop-up ยังไม่เข้ากับตัวงานที่ผ่านมามากเกินไป จึงได้ทำการปรับเปลี่ยนสีให้มีความสดใส เข้ากับตัวงานอื่น ๆ และปรับขนาดใหม่ให้ดูรูปร่าง Pop-up ชัดเจนขึ้น และเมื่อคำนึงถึงหากนำไปวางในสถานที่จริง รูปแบบของ Pop-up จะต้องดูง่ายสำหรับผู้คนที่เดินผ่านไปมา



ภาพที่ 5.24 ภาพ sketch pop-up ครั้งที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.25 ภาพ sketch pop-up ครั้งที่ 3

และเมื่อได้ทั้งรูปแบบและโทนสีของ Pop-up ที่ถูกใจและเข้ากั้งงานแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการนำข้อมูล ภาพ และ เนื้อหาจากที่ได้ทำการ research มาทั้งหมดใส่ไว้ในตัวของ Pop-up



ภาพที่ 5.26 final pop-up ด้านที่ 1 ประวัติความเป็นมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.27 final pop-up ด้านที่ 2 จุดเริ่มต้นของการจัดตั้งองค์กร



ภาพที่ 5.28 final pop-up ด้านที่ 3 ก่อตั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.29 final pop-up ด้านที่ 4 โปรโมทสถานที่

5.5 ออกแบบป้าย Tag สำหรับ Merchandise packaging

ในส่วนของ Merch (Keychain / Sticker) ก็ต้องมี Packaging สำหรับใส่สินค้า โดยที่ตั้งใจไว้ว่าจะไม่ได้ทำเป็นแพคเกจแบบกล่อง แต่จะใช้วิธีการทำป้าย Tag ติดไว้บนปากช่องของสินค้าเท่านั้น โดยตัวป้ายจะต้องมีความเข้ากับตัวงานทั้งหมด ตั้งแต่โทนสีไปจนถึงองค์ประกอบของป้าย จะนำมาใช้กับตัวป้าย Tag ของสินค้า ดังนี้



ภาพที่ 5.30 Packaging Tag

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

ผลงานจริง

6.1 LOGO

จากแบบร่างโลโก้สำหรับ OASIS SEA WORLD ได้เลือกแบบตามรูปข้างต้นเนื่องจาก มองภาพรวมของ โลโก้แล้วค่อนข้างตอบโจทย์กับตัวสถานที่ มีการเล่นตัว “O” แทนห่วงที่โลมาใช้กระโดดข้ามผ่านเวลาจัดแสดง และ แทนตัว “S” เป็นเงาของโลมาที่มีลักษณะการโค้งคล้ายคลึงกับตัว S และเมื่อคำนึงถึงการนำไปใช้ในงานจริงก็ค่อนข้าง ง่ายต่อการนำไปใช้ และง่ายต่อการจดจำตัวโลโก้ประจำสถานที่อีกด้วย



ภาพที่ 6.1 Final Logo



ภาพที่ 6.2 Final Logo บนพื้นสีดำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

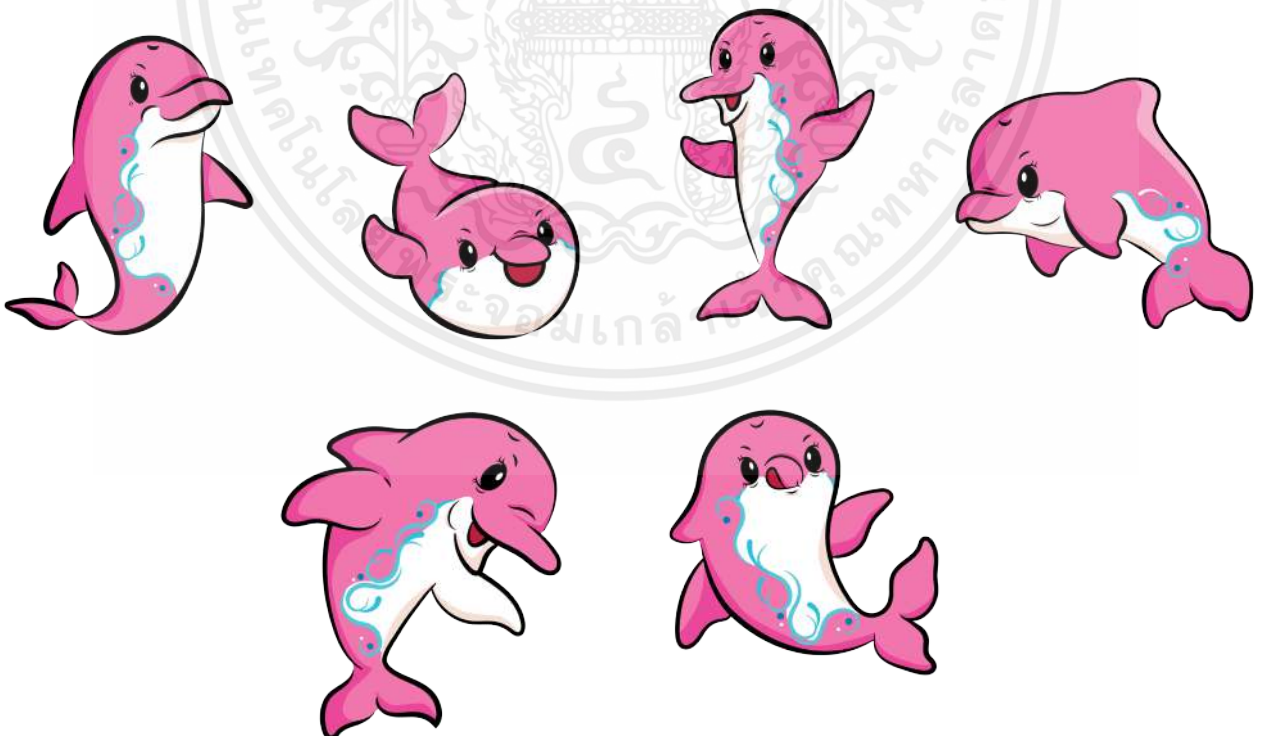
6.2 POSTER

โปสเตอร์โปรโมทสถานที่ภายใต้ Concept “โลมาที่นี่... กินดี-อยู่ดี-อารมณ์ดี”



ภาพที่ 6.3 ภาพรวม poster

6.3 CHARACTER



ภาพที่ 6.4 ภาพรวม CHARACTER โลมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

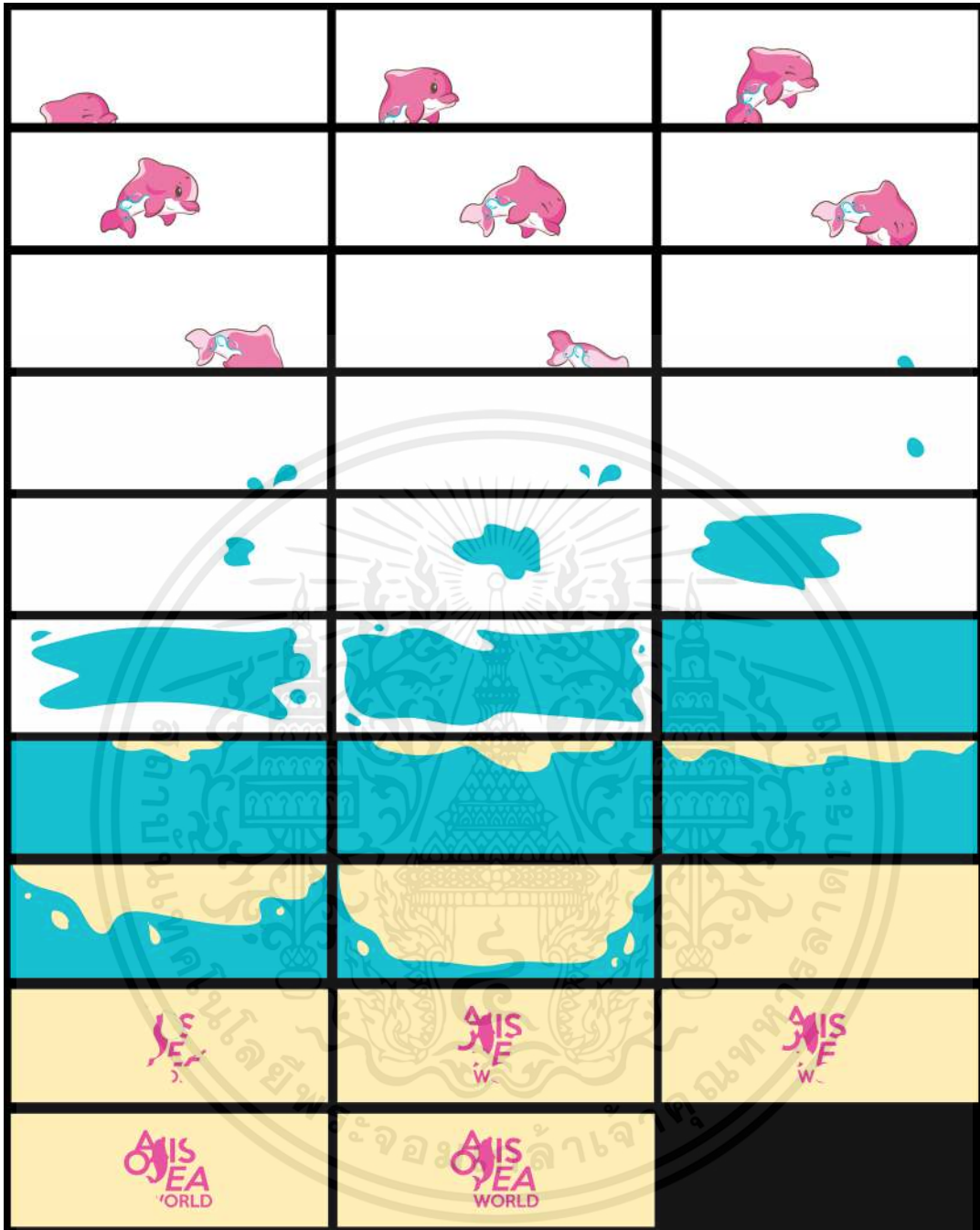
6.4 Pop-up



ภาพที่ 6.5 ภาพรวม Pop-up

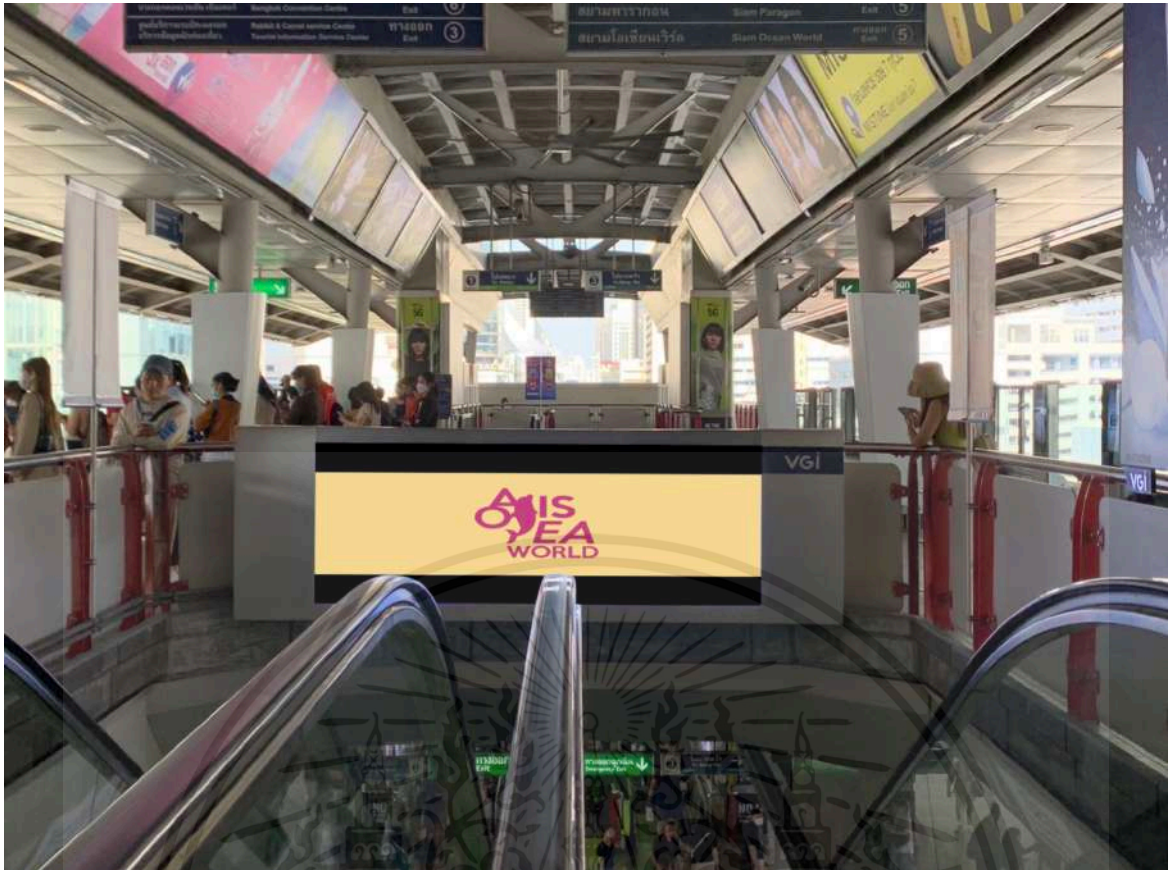
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.5 Motion



ภาพที่ 6.6 ภาพรวม motion storyboard

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.7 ภาพตัวอย่างการโปรโมทสื่อ motion

6.6 AR Location Card



ภาพที่ 6.8 ภาพรวม AR Location Card

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.7 QR-card : Story of us



ภาพที่ 6.9 ภาพรวม QR-card : story of us

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.8 Postcard



ภาพที่ 6.10 ภาพรวม Postcard



ภาพที่ 6.11 ภาพจริง Postcard

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.9 Keychain



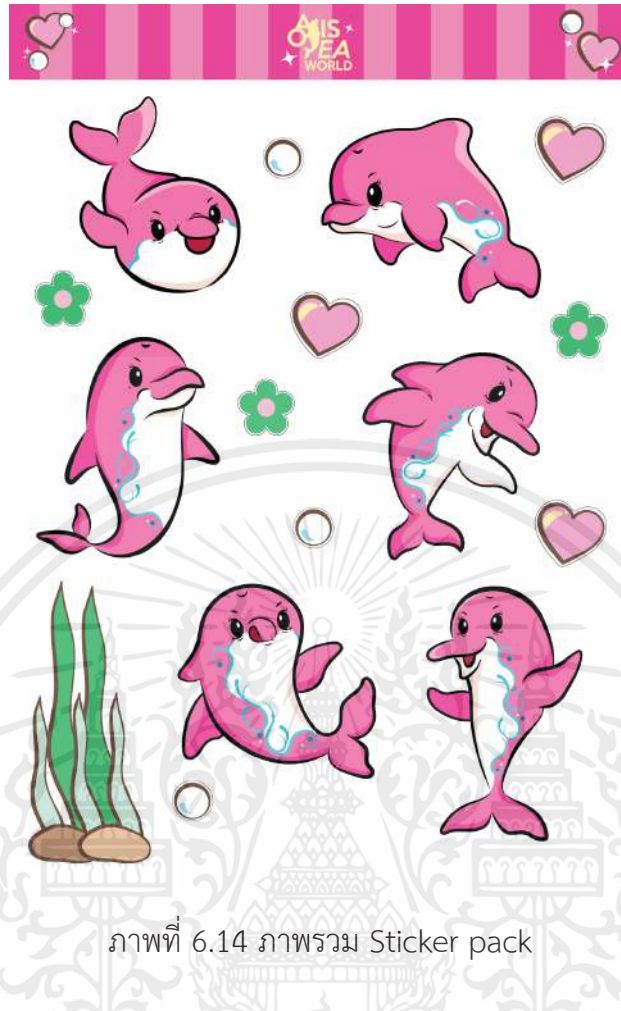
ภาพที่ 6.12 ภาพรวม Keychain



ภาพที่ 6.13 ภาพจริง Keychain

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.10 Sticker pack



ภาพที่ 6.14 ภาพรวม Sticker pack



ภาพที่ 6.15 ภาพจริง Sticker pack

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

7.1 บทสรุป

การออกแบบสื่อโฆษณาโปรโมทในการท่องเที่ยว OASIS SEA WORLD เป็นการออกแบบขึ้นมาเพื่อช่วยแก้ปัญหาที่ทางสถานที่ได้รับผลกระทบจากพิษเศรษฐกิจเมื่อมีการแพร่ระบาดของโรคระบาดโควิด-19 ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมทางสถานที่น้อยลงจนเกิดผลประทบในครั้งนี้อย่างหนักหน่วง จึงออกแบบขึ้นมาเพื่อช่วยในการโปรโมทสถานที่ให้มีความแปลกใหม่ และน่าสนใจมากขึ้น

เป้าหมายของศิลปะนิพนธ์นี้ คือการปรับเปลี่ยนแนวทางการโปรโมทสถานที่ให้มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ และช่วยให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยในเรื่องของการโปรโมทสถานที่ให้มีความสนุกสนาน จนใคร ๆ ที่ผ่านมาเห็นก็อยากพาครอบครัวหรืออยากมาเยี่ยมชมสถานที่ด้วยตัวเอง ยังมีการปรับเปลี่ยนไปจนถึงสินค้าและโลโก้ของทางสถานที่เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้นอีกด้วย

7.2 ปัญหาและข้อจำกัดการศึกษา

7.2.1 การโปรโมทของสถานที่ที่มีช่องทางในการโปรโมทที่น้อยมาก

7.2.2 ด้วยความจำกัดของเรื่องการเดินทาง ทำให้ไม่สามารถลงพื้นที่จริงได้

7.3 ข้อเสนอแนะ

สำหรับผู้ที่จะนำสื่อที่ได้ออกแบบไปใช้นั้น อยากให้มีการต่อยอดจากสิ่งที่มีอยู่ให้มีความหลากหลายมากขึ้น อาจจะเป็นการเพิ่มกิจกรรม หรือการเพิ่มแนวทางหรือช่องทางการโปรโมทให้มีความหลากหลายมากกว่าเดิม

7.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้เรียนรู้และได้ทำความเข้าใจกับการออกแบบสื่อโปรโมทเพื่อการท่องเที่ยว
2. ได้เข้าใจลำดับขั้นตอนของการวิเคราะห์ปัญหาเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ
3. ได้ศึกษาวิธีการออกแบบสื่อให้มีความเข้าใจง่ายและน่าสนใจ
4. ได้ศึกษาวิธีการใช้โปรแกรม Blender ในการออกแบบงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

ประวัติความเป็นมาของสถานที่

จาก : https://th.wikipedia.org/wiki/โอเอซิส_ซีเวิลด์

ปัญหาและผลกระทบที่ OASIS SEA WORLD ได้รับ

จาก : https://www.technologychaoban.com/bullet-news-today/article_166474

ผลกระทบจากโควิด-19 ทางด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว

จาก : <https://tdri.or.th/2021/02/covid-112/>

ภาพตัวอย่างการออกแบบคาแรคเตอร์ (ภาพที่ 3.1)

จาก : <https://www.pinterest.com/pin/492649951253716/>

ภาพตัวอย่างการออกแบบคาแรคเตอร์ (ภาพที่ 3.2)

จาก : <https://www.pinterest.com/pin/606437906096706682/>

ภาพตัวอย่างภาพประกอบแนว Doodle และโทนาลี

จาก : <https://www.pinterest.com/pin/1080441766835765904/>

ภาพตัวอย่างภาพประกอบแนว Semi-real

จาก : <https://www.pinterest.com/pin/1080441766834283938/>

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล

นางสาว วิรัชพัชร อัคราวัฒนธาดา

ที่อยู่

1669/2 Sir Living ห้อง 2303 ถนนลาดกระบัง เขต/แขวงลาดกระบัง
กรุงเทพมหานคร 10520

การติดต่อ

E-mail : wirunss14@gmail.com

Tel. : 082 489 2955

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2552-2559

โรงเรียนพระมารดานิจจานุเคราะห์ (ระดับอนุบาล-มัธยมต้น)

พ.ศ.2562

โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ เตรียมอุดมศึกษาน้อมเกล้า (ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย)

พ.ศ.2566

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้