

การออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์เสื้อผ้าในคอนเซปต์เสียดสีสังคมผ่านภูติผีปีศาจและเทพ

APOCALAND - THAI GHOST COLLECTION



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชานิตศิลป์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ปีการศึกษา 2565 นั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองศิลปนิพนธ์

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์เสื้อผ้าในคอนเซ็ปเสียดสีสังคมผ่านลายภูมิพี
ปีศาจและเทพ
ชื่อ นายพันนริศ วนิชนนท์ธาดา
รหัสประจำตัว 62020260
สาขาวิชา นิเทศศิลป์
ภาควิชา นิเทศศิลป์
คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2565
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. มนวดี ศิริเปรมฤดี

()

ดร. มนวดี ศิริเปรมฤดี

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ 25 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์เสื้อผ้าสตรีทแวร์ในคอนเซปต์เสียดสีสังคมผ่านลาย ภูติผีปีศาจและเทพ
ชื่อ	นายพันนริศ วณิชนนท์ธาดา
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. มนวดี ศิริเปรมฤดี

บทคัดย่อ

วัฒนธรรมของภูติผีปีศาจและเทพ เป็นสิ่งที่อยู่คู่กับมนุษย์มาตั้งแต่โบราณกาล เป็นดั่งสัญลักษณ์ของอำนาจเหนือธรรมชาติ เหนืออำนาจการควบคุมของมนุษย์ มีบทบาทในสังคมหลากหลายรูปแบบ เป็นเหมือนกฎเกณฑ์ที่คอยควบคุมความคิดและพฤติกรรมของมนุษย์ในสมัยก่อน ทั้งในรูปแบบของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความมีอำนาจและความกลัว

ปัจจุบันหลายคนมองว่ามันเป็นพฤติกรรมความเชื่อที่ล้าหลัง แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่ามันยังเป็นสิ่งที่ยังคงอยู่ในสังคมในปัจจุบันอยู่ในหลายๆ ภูมิภาค ตัวอย่างที่เราจะเห็นได้ชัดคือคตินิยมใจหรือคำขู่คนว่าถ้าไปทำอะไรไม่ดีจะเกิดเรื่องไม่ดีขึ้น สะท้อนให้เห็นพฤติกรรมความเป็นอยู่ของคนในสังคมหรือดำรงอยู่ในฐานะมิติทางวัฒนธรรม

ผู้วิจัยนำเรื่องราวเหล่านี้มาเล่าเสียดสีกับเรื่องของสังคมมนุษย์ในปัจจุบันหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็น ปัญหาสถานะที่เกิดจากมนุษย์ ปัญหาความไม่สงบสุขในสังคม ความเหลื่อมล้ำ ความขัดแย้ง ความไม่มั่นคง และอื่นๆ ผ่านลวดลายบนเสื้อผ้า โดยคอลเลคชันที่นำเสนอ คือ คอลเลคชันภูติผีของไทย (Thai Ghost Collection) นำภูติผีของไทยมาเล่าเสียดสีกับปัญหาสังคมของประเทศไทย

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่คอยช่วยให้ความรู้และคำแนะนำ ขอขอบคุณ ดร. มนวดี ศิริเปรมฤดี และ อาจารย์พิรพงศ์ พงษ์ประภาพันธ์ ที่ได้คอยช่วยเหลือสนับสนุนให้คำแนะนำต่างๆ และกำลังใจดีๆ จนสามารถทำผลงานออกมาสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ขอขอบคุณพ่อแม่และครอบครัวที่คอยสนับสนุนทั้งกำลังใจ ให้การช่วยเหลือและเงินทุนในการทำ ศิลปนิพนธ์ และให้คำปรึกษาต่างๆ

ขอขอบคุณเพื่อนๆ และคนที่คอยช่วยเหลือ คนที่ให้ความช่วยเหลือเมื่อมีปัญหาต่างๆ คนที่มาเป็น นายแบบให้ คนที่ทำให้คลายเครียด และร้านต่างๆ ที่ให้คำแนะนำในกระบวนการผลิตงาน



พนินริศ วณิชนนทธาดา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

บทย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพ.....	จ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	1
1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย.....	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	3
2.1 การสร้างแบรนด์.....	3
2.2 การออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์.....	4
2.3 การออกแบบภาพประกอบ.....	6
2.4 ผีไทยทั้ง 5 ชนิด.....	13
2.5 ปัญหาสังคมในไทย 5 เรื่อง.....	14
บทที่ 3 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลการออกแบบ.....	19
3.1 การออกแบบแบรนด์เสื้อผ้าสตรีทแวร์ในคอนเซ็ปต์เสียดสีสังคมผ่านลายภูติผี.....	19
3.2 เครื่องแต่งกายในคอลเลกชันผีไทย (Thai Ghost Collection).....	19
3.3 กลุ่มเป้าหมาย.....	20
3.4 แนวทางการออกแบบที่ 1.....	20
3.5 แนวทางการออกแบบที่ 2.....	21
3.6 แนวทางการออกแบบที่ 3.....	21
3.7 แนวทางการออกแบบที่นำไปใช้จริง.....	22
3.8 แนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกาย.....	23
บทที่ 4 การดำเนินการออกแบบ.....	24
4.1 การออกแบบตราสัญลักษณ์ของแบรนด์.....	24
4.2 การออกแบบเครื่องแต่งกาย.....	26

บทที่ 5 ผลงานจริง.....	36
5.1 ตราสัญลักษณ์แบรนด์ Apocaland.....	36
5.2 เสื้อเชิ้ตแบรนด์ (Thai ghost collection).....	36
5.3 เสื้อยืดแบรนด์ (Thai ghost collection).....	40
5.4 เสื้อประจำสัมพันธ์ Apocaland (Thai ghost collection).....	42
5.5 บรรจุภัณฑ์.....	49
5.6 Hang Tag.....	51
บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	54
6.1 บทสรุป.....	54
6.2 ปัญหาที่พบในการทำงาน.....	54
6.3 ข้อเสนอแนะ.....	54
บรรณานุกรม.....	55
ประวัติผู้วิจัย.....	57



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญรูปภาพ

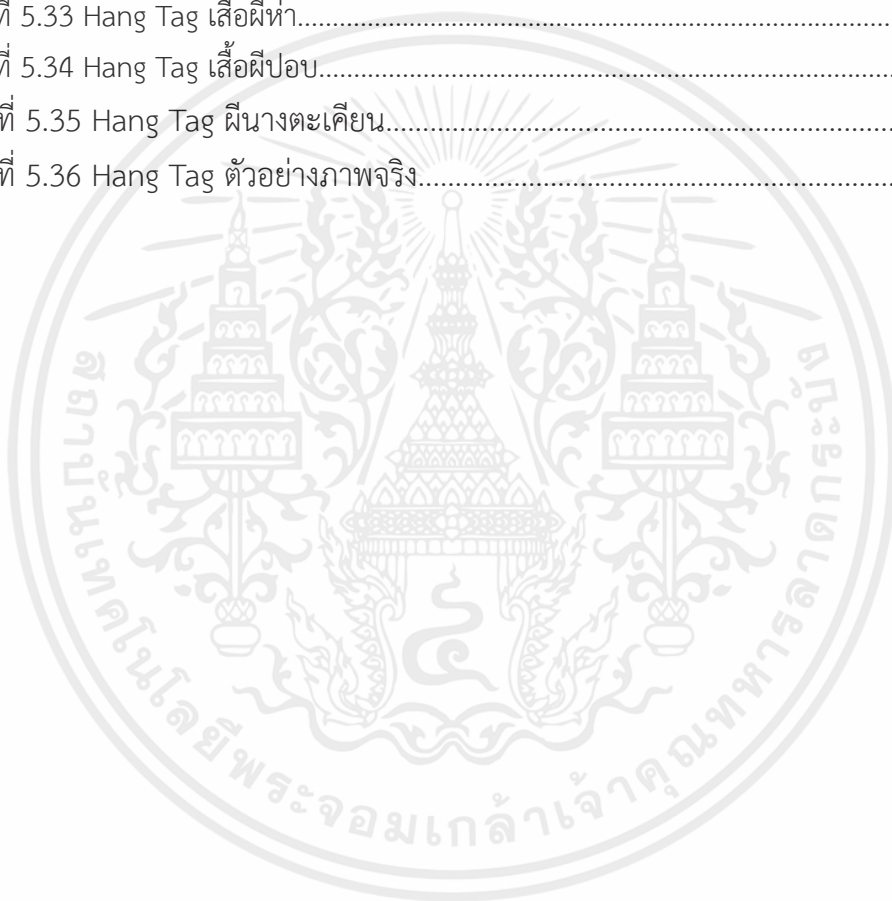
ภาพที่ 2.1 ตัวอย่างภาพการแกะสลักไม้.....	7
ภาพที่ 2.2 ตัวอย่างภาพการแกะสลักโลหะ (Ikuma Nao).....	8
ภาพที่ 2.3 ตัวอย่างการวาดภาพด้วยดินสอ.....	8
ภาพที่ 2.4 ตัวอย่างการวาดภาพด้วยถ่าน.....	9
ภาพที่ 2.5 ตัวอย่างการพิมพ์หิน.....	9
ภาพที่ 2.6 ตัวอย่างการระบายสีน้ำ.....	10
ภาพที่ 2.7 ตัวอย่างการระบายสีอะคริลิค.....	10
ภาพที่ 2.8 ตัวอย่างการทำคอลลาจ.....	11
ภาพที่ 2.9 ตัวอย่างการวาดด้วยหมึก และ ปากกา.....	11
ภาพที่ 2.10 ตัวอย่างการวาดด้วยเมาส์ปากกา.....	12
ภาพที่ 2.11 ตัวอย่างการทำกราฟิกเว็ทเตอร์.....	12
ภาพที่ 3.1 ศิลปะแนว Lowbrow art (Robert Williams).....	21
ภาพที่ 3.2 ศิลปะแนว Dystopia (Zdzislaw Beksinski).....	21
ภาพที่ 3.3 ศิลปะแนว Contour.....	22
ภาพที่ 3.4 Mood Board.....	23
ภาพที่ 4.1 รวมแบบร่างตราสัญลักษณ์.....	24
ภาพที่ 4.2 แบบพัฒนาตราสัญลักษณ์ครั้งที่ 1.....	24
ภาพที่ 4.3 แบบพัฒนาตราสัญลักษณ์ครั้งที่ 2.....	25
ภาพที่ 4.4 แบบพัฒนาตราสัญลักษณ์ครั้งที่ 3.....	25
ภาพที่ 4.5 แบบพัฒนาตราสัญลักษณ์ครั้งที่ 4.....	25
ภาพที่ 4.6 แบบพัฒนาตราสัญลักษณ์ครั้งที่ 5.....	25
ภาพที่ 4.7 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีตายโหง 1.....	26
ภาพที่ 4.8 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีตายโหง 2.....	26
ภาพที่ 4.9 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีตายโหง 3.....	27
ภาพที่ 4.10 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีตายโหง 4.....	27
ภาพที่ 4.11 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีตายโหง 5.....	27
ภาพที่ 4.12 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีปู้ย่า 1.....	28
ภาพที่ 4.13 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีปู้ย่า 2.....	28
ภาพที่ 4.14 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีปู้ย่า 3.....	28
ภาพที่ 4.15 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีปู้ย่า 4.....	29
ภาพที่ 4.16 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีปู้ย่า 5.....	29
ภาพที่ 4.17 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีห้า 1.....	29
ภาพที่ 4.18 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีห้า 2.....	30
ภาพที่ 4.19 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีห้า 3.....	30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่นใด

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.20 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผิห่า 4.....	30
ภาพที่ 4.21 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผิห่า 5.....	31
ภาพที่ 4.22 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผิปอบ 1.....	31
ภาพที่ 4.23 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผิปอบ 2.....	31
ภาพที่ 4.24 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผิปอบ 3.....	32
ภาพที่ 4.25 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผิปอบ 4.....	32
ภาพที่ 4.26 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผินางตะเคียน 1.....	32
ภาพที่ 4.27 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผินางตะเคียน 2.....	33
ภาพที่ 4.28 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผินางตะเคียน 3.....	33
ภาพที่ 4.29 แบบร่างเสื้อยืดลายผีตายโหง.....	33
ภาพที่ 4.30 แบบร่างเสื้อยืดลายผีปู้ย่า.....	34
ภาพที่ 4.31 แบบร่างเสื้อยืดลายผีห่า.....	34
ภาพที่ 4.32 แบบร่างเสื้อยืดลายผิปอบ.....	34
ภาพที่ 4.33 แบบร่างเสื้อยืดลายผินางตะเคียน.....	35
ภาพที่ 5.1 ตราสัญลักษณ์แบรนด์ Apocaland.....	36
ภาพที่ 5.2 เสื้อเชิ้ตลายผีตายโหง.....	36
ภาพที่ 5.3 เสื้อเชิ้ตลายผีปู้ย่า.....	37
ภาพที่ 5.4 เสื้อเชิ้ตลายผีห่า.....	37
ภาพที่ 5.5 เสื้อเชิ้ตลายผิปอบ.....	38
ภาพที่ 5.6 เสื้อเชิ้ตลายผินางตะเคียน.....	38
ภาพที่ 5.7 ภาพรวมเสื้อเชิ้ต 1.....	39
ภาพที่ 5.8 ภาพรวมเสื้อเชิ้ต 2.....	39
ภาพที่ 5.9 เสื้อยืดลายผีตายโหง.....	40
ภาพที่ 5.10 เสื้อยืดลายผีปู้ย่า.....	40
ภาพที่ 5.11 เสื้อยืดลายผีห่า.....	41
ภาพที่ 5.12 เสื้อยืดลายผิปอบ.....	41
ภาพที่ 5.13 เสื้อยืดลายผินางตะเคียน.....	42
ภาพที่ 5.14 สือออนไลน์ 1.....	42
ภาพที่ 5.15 สือออนไลน์ 2.....	43
ภาพที่ 5.16 สือออนไลน์ 3.....	43
ภาพที่ 5.17 สือออนไลน์ 4.....	44
ภาพที่ 5.18 สือออนไลน์ 5.....	44
ภาพที่ 5.19 โปสเตอร์ (Thai ghost collection).....	45
ภาพที่ 5.20 มือคอปโปสเตอร์ (Thai ghost collection).....	45
ภาพที่ 5.21 Manual book.....	46
ภาพที่ 5.22 เนื้อหาด้านใน Manual book.....	46
ภาพที่ 5.23 Lookbook (Thai ghost collection).....	47

ภาพที่ 5.24 เนื้อหาด้านใน Lookbook (Thai ghost collection).....	47
ภาพที่ 5.25 ป้ายบิลบอร์ด (Thai ghost collection).....	48
ภาพที่ 5.26 มือค้ำป้ายบิลบอร์ด (Thai ghost collection).....	48
ภาพที่ 5.27 ถุงกระดาษขนาดเล็ก.....	49
ภาพที่ 5.28 ถุงกระดาษขนาดเล็ก.....	49
ภาพที่ 5.29 ถุงกระดาษขนาดใหญ่.....	50
ภาพที่ 5.30 ถุงกระดาษขนาดใหญ่.....	50
ภาพที่ 5.31 Hang Tag เสื้อผ้ายาว.....	51
ภาพที่ 5.32 Hang Tag เสื้อผ้ายาว.....	51
ภาพที่ 5.33 Hang Tag เสื้อผ้า.....	52
ภาพที่ 5.34 Hang Tag เสื้อผ้า.....	52
ภาพที่ 5.35 Hang Tag ผืนางตะเคียน.....	53
ภาพที่ 5.36 Hang Tag ตัวอย่างภาพจริง.....	53



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ความเชื่อเรื่อง ภูติผีปีศาจและเทพ มีบทบาทในการควบคุมความคิดและพฤติกรรม ของมนุษย์มาอย่างยาวนาน มนุษย์นั้นเคารพนับถือ บูชา ศรัทธา และเกรงกลัว ความเชื่อเหล่านี้จึงเปรียบเสมือนสิ่งที่คอยควบคุมสังคมของมนุษย์ในอดีตในรูปแบบของ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความมีอำนาจ และความกลัว ปัจจุบันความเชื่อเหล่านี้ค่อยๆจางหายไปตามกาลเวลาแต่ก็ยังคงดำรงอยู่ในสังคมบางภูมิภาคและยังสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของสังคมนั้นๆ

ในปัจจุบันสังคมมนุษย์พบเจอกับปัญหามากมายที่เกิดจากมนุษย์ ผู้วิจัยจึงนำความเชื่อเหล่านี้ที่มีความเชื่อมโยงกับสังคมมนุษย์มาเล่าเสียดสีปัญหาสังคมต่างๆ ผ่านแบรนด์เครื่องแต่งกายที่ชื่อว่า Apocaland แบรนด์เครื่องแต่งกายที่นำความเชื่อเรื่อง ภูติผีปีศาจและเทพ จากวัฒนธรรมต่างๆ ทั่วโลก มาเสียดสีกับสังคมมนุษย์ในปัจจุบันผ่านลวดลายบนเครื่องแต่งกาย มีการออกแบบให้ลวดลายมีความทันสมัย มีเอกลักษณ์ และเสียดสีสังคมอย่างตรงไปตรงมา

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 ศึกษาการออกแบบลวดลายบนเครื่องแต่งกายให้สามารถเสียดสีเรื่องราวปัญหาสังคมให้น่าสนใจและสื่อสารได้อย่างชัดเจน

1.2.2 ศึกษาการออกแบบภาพประกอบที่นำวัฒนธรรมดั้งเดิมมานำเสนอในรูปแบบใหม่ให้มีความทันสมัยน่าสนใจ และยังไม่ทิ้งความเป็นเอกลักษณ์

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 ตราสัญลักษณ์ของแบรนด์

1.3.2 เสื้อเชิ้ต 5 แบบ แบ่งตามผีไทย 5 แบบ ได้แก่ (ผีตายโหง ผีปู่ย่า ผีहां ผีปอบ ผีนางตะเคียน)

1.3.3 เสื้อยืด 5 แบบ แบ่งตามผีไทย 5 แบบ ได้แก่ (ผีตายโหง ผีปู่ย่า ผีहां ผีปอบ ผีนางตะเคียน)

1.3.4 สื่อประชาสัมพันธ์ 3 ประเภท

- สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ Poster , Lookbook

- สื่อออนไลน์ ได้แก่ โพสต์โปรโมทใน Soical Media

- สื่อนอกสถานที่ ได้แก่ ป้าย Billboard

1.3.5 บรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ถุงกระดาษ 2 ขนาด

1.3.6 Hang Tag สำหรับ เสื้อเชิ้ต 5 แบบ

1.3.7 Brand Manual Book

1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1.4.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูล

- ศึกษาความเป็นมาด้านวัฒนธรรม ความเชื่อ และมานุษยวิทยา ของผ้าไทยทั้ง 5 แบบ
- ศึกษาปัญหาสังคมต่างๆ ในประเทศไทย ที่จะนำมาเสียดสีกับผ้าที่นำมาใช้
- ศึกษากลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น
- การออกแบบ Ci
- ศึกษาการวางลวดลายบนเสื้อผ้า
- รวบรวมศึกษาแบรนด์เสื้อผ้าอื่นๆ ที่ใกล้เคียง

1.4.2 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

- Concept ของแบรนด์
- กลุ่มเป้าหมาย
- เอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์
- วางแนวทางการออกแบบ

1.4.3 การออกแบบ และพัฒนาแบบร่าง

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.5.1 มีความรู้ความเข้าใจในการออกแบบลวดลายบนเสื้อผ้า
- 1.5.2 มีความรู้ความเข้าใจในการออกแบบชิ้นงานที่หลากหลาย
- 1.5.3 ได้ศึกษาการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์
- 1.5.4 มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการผลิตชิ้นงานต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพ

การทบทวนวรรณกรรม

2.1 การสร้างแบรนด์

2.1.1 ความหมายของการสร้างแบรนด์

Cotactic Media (2565) อธิบายว่า แบรนด์ (Brand) คือ แนวคิดหรืออุดมคติที่แสดงถึงองค์กรผลิตภัณฑ์ และบริการขององค์กรนั้น โดยสามารถถ่ายทอดพันธกิจและภาพลักษณ์ผ่านชุดข้อความที่กำหนดได้ ส่วนการสร้างแบรนด์ (Branding) คือ การสื่อสารเอกลักษณ์ของแบรนด์ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ จนเกิดเป็นภาพจำให้กับผู้บริโภค และทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นจนเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด

2.1.2 ขั้นตอนการสร้างแบรนด์ ให้เป็นที่จดจำ

1. ศึกษาคู่แข่งของแบรนด์ ก่อนวางแผนเรื่องทิศทางการนำเสนอแบรนด์ ควรศึกษาทิศทางของกลุ่มคู่แข่งที่ขายสินค้าและบริการประเภทเดียวกันก่อน เพื่อจะได้ทราบว่า สิ่งใดควรทำให้คล้าย หรือสิ่งใดควรทำให้แตกต่าง รวมถึงเก็บข้อมูลเรื่องจุดแข็งและจุดอ่อนของแบรนด์คู่แข่ง เพื่อนำมาคิดกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ให้โดดเด่น

2. เก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย สืบเสาะว่ากลุ่มเป้าหมายคือใคร โดยวิเคราะห์จากกลุ่มลูกค้าของธุรกิจที่ขายสินค้าและบริการประเภทเดียวกันลองทำตารางขึ้นมาเพื่อจัดระเบียบข้อมูลแล้ววิเคราะห์ว่ากลุ่มเป้าหมายคือใคร อายุเท่าไร อาศัยอยู่ในพื้นที่ไหน และมีวิถีชีวิตอย่างไร เพื่อวิเคราะห์ต่อไปว่าควรวางกลยุทธ์ในการสื่อสารอย่างไร และสื่อสารผ่านช่องทางไหนดี

3. ออกแบบบุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality) การออกแบบบุคลิกภาพของแบรนด์ โดยเชื่อมโยงจุดเด่นของสินค้าและบริการ ให้เข้ากับพันธกิจและสิ่งที่แบรนด์อยากจะนำเสนอ เคล็ดลับคือให้เปรียบแบรนด์เป็นคนหนึ่งคน หากสร้างคนขึ้นมาใหม่ได้หนึ่งคนอยากให้เขามีบุคลิกภาพแบบไหน สุภาพเรียบร้อยอ่อนโยน หรือ ผาดโผนชอบการผจญภัย และที่สำคัญต้องการให้คนกลุ่มไหนรู้สึกชอบเขา และทำอย่างไรคนกลุ่มนั้นถึงจะเปิดใจให้กับเขาได้ในที่สุด

4. สร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) การนำเสนออัตลักษณ์ของแบรนด์ผ่านการออกแบบตราสัญลักษณ์ สี และรูปแบบตัวอักษร เพื่อให้คนจดจำแบรนด์ และเรียนรู้ว่ามีความแตกต่างจากแบรนด์อื่นอย่างไร

5. การสื่อสารกับผู้บริโภคโดยใช้ Brand Marketing เมื่อเตรียมการทุกอย่างเสร็จสิ้นแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการสื่อสารกับผู้บริโภค โดยวิเคราะห์จากเพศ วัย และพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย ก่อนตัดสินใจว่าจะสื่อสารกับพวกเขาผ่านทางช่องทางไหนได้บ้าง อย่างเช่น กลุ่มเป้าหมายคือคนอายุ 15 – 30 ปี อาจจะเลือกทำคอนเทนต์ในหัวข้อที่พวกเขาสนใจ ลงบนสื่อ Social Media หรือเว็บไซต์ แทนการใช้กรอบข่าวในหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

6. ยืนหยัดในจุดยืนของแบรนด์ (Brand Positioning) อีกหนึ่งขั้นตอนในการสร้างแบรนด์ที่สำคัญ คือ การยืนหยัดในจุดยืนของแบรนด์ เพราะจุดยืนของแบรนด์คือ ตัวกำหนดทิศทางในการทำเอกสารนี้ธุรกิจ ที่มีไว้เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างแบรนด์ในท้องตลาดอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริตี นุกุลสมปรารถนา (2563) อธิบายการวางตำแหน่งแบรนด์หรือ Brand Positioning ว่าการวางตำแหน่งแบรนด์ที่แตกต่างในตลาดนั้น สามารถสร้างให้เกิดคุณค่ากับผู้บริโภคได้ และยังสร้างให้เกิดการจดจำในสายในผู้บริโภค

7. ตรวจสอบและวัดผลคุณภาพตลอดเวลา ขั้นตอนสุดท้ายนั้น คือ การหมั่นติดตามวัดผลตลอดเวลา เพื่อหาทางปรับปรุงและพัฒนาแนวทางในทุกสถานการณ์อยู่เสมอ หรือจัดทำแบบสำรวจความคิดเห็นจากผู้บริโภคโดยตรง ไม่ว่าจะตรวจสอบด้วยวิธีใด ขอเพียงมุ่งเน้นความสม่ำเสมอ และการพร้อมปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์เป็นสำคัญ

2.2 การออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์

2.2.1 ความหมายของอัตลักษณ์

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2550) ได้อธิบายความหมายของอัตลักษณ์ว่า คำว่า อัตลักษณ์ อ่านว่า (อัต-ตะ-ลัก) ประกอบด้วยคำว่า อัต (อัต-ตะ) ซึ่งหมายถึง ตน หรือ ตัวเอง กับ ลักษณ์ ซึ่งหมายถึง สมบัติเฉพาะตัว คำว่าอัตลักษณ์ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Identity หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ เช่น นักร้องกลุ่มนี้มีอัตลักษณ์ทางด้านเสียงที่เด่นมาก ใครได้ยินก็จำได้ทันที สังคมแต่ละสังคมมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง โลกาภิวัตน์ทำให้อัตลักษณ์ของสังคมไทยเปลี่ยนไป

2.2.2 อัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)

ปริตี นุกุลสมปรารถนา (2563) ได้อธิบายว่า อัตลักษณ์หรือความเป็นตัวตนของแบรนด์ เป็นสิ่งที่บริษัทสร้างขึ้นเพื่อนำเสนอความเป็นตัวตนของแบรนด์ อัตลักษณ์ของแบรนด์นั้นถือเป็นหน้าตาของบริษัทที่ด่านแรกที่กลุ่มลูกค้าจะได้เห็น เช่น ชื่อของแบรนด์ ตราสัญลักษณ์ สี สโลแกน โบรม์ชัวร์ ตัวอักษร แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตร หัวจดหมาย อัตลักษณ์ของแบรนด์ยังมีความเกี่ยวข้องกับส่วนอื่นๆ ของบริษัทอีก เช่น สินค้าหรือบริการที่มอบให้กับลูกค้า และเป็นไปได้ตั้งแต่วิสัยทัศน์ การวางตำแหน่งของแบรนด์ ความสัมพันธ์ของแบรนด์กับลูกค้า บุคลิกภาพของแบรนด์ คุณค่าของแบรนด์ แนวความคิดของแบรนด์ คุณลักษณะของสินค้าหรือบริการ คุณภาพของสินค้าหรือบริการ ไปจนถึงบริการหลังการขาย การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์จำเป็นต้องทำให้เกิดความสัมพันธ์กันระหว่างแบรนด์กับลูกค้าให้ได้

2.2.3 ความสำคัญในการออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์

อัตลักษณ์ของแบรนด์ที่ดีจะทำให้แบรนด์โดดเด่นจากคู่แข่ง และยังช่วยสร้างให้เกิดความน่าเชื่อถือของแบรนด์ในตลาด ในการส่งมอบคุณค่าของสินค้าหรือบริการเพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดี และช่วยสร้างโอกาสในการสร้างยอดขาย หากอัตลักษณ์หรือความเป็นตัวตนของแบรนด์แข็งแรง และมีการสื่อสารออกไปให้ผู้บริโภคเห็นอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคจะจดจำสิ่งเหล่านั้นได้เพียงแคเห็นตราสัญลักษณ์ เจดสี งานโฆษณา และอื่นๆ

2.2.4 องค์ประกอบสำคัญในการออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์

บริษัท สตาร์ทอัพ นาว (2564) อธิบายองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์ ดังนี้

1. ตราสัญลักษณ์ เป็นองค์ประกอบของการออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์ที่สำคัญมาก ที่จะช่วยให้คนสามารถจดจำแบรนด์ได้ ในตราสัญลักษณ์จะต้องประกอบไปด้วยสีประจำแบรนด์ ตัวอักษรประจำแบรนด์ อาจจะมีลายกราฟิกประจำแบรนด์ด้วย ที่สำคัญคือทั้งหมดเมื่อรวมกันแล้วจะต้องสามารถ

สื่อสารแนวคิดของแบรนด์ได้อย่างชัดเจนและมีเอกลักษณ์โดดเด่น สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งด้วย
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกเหนือจากการออกแบบและการสื่อสารแนวคิดของแบรนด์แล้ว ยังจำเป็นที่จะต้องมีการ Logo Usage หรือข้อกำหนดการใช้ตราสัญลักษณ์ด้วย เช่น

- ลักษณะตราสัญลักษณ์ที่สามารถใช้ได้ ทั้งแบบสี แบบโมโนโทน และแบบที่เป็นขาวดำ
- ขนาดเล็กสุดของตราสัญลักษณ์เมื่อนำไปประกอบงานออกแบบอื่นๆ
- สีพื้นหลัง (Background) ที่สามารถจัดวางตราสัญลักษณ์ได้ และเมื่อจัดวางแล้วจะมีการ

สลับสีตราสัญลักษณ์หรือไม่ อย่างไร

- ระยะห่างของตราสัญลักษณ์กับกรอบข้อความ และ ระยะห่างจากองค์ประกอบอื่นๆ ในภาพ สาเหตุที่ต้องมีการกำหนดการใช้งาน ก็เพื่อเวลาที่ตราสัญลักษณ์ปรากฏสู่สายตาลูกค้า จะต้องมีการมองเห็นที่ดีและต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์และธุรกิจ

2. ฟอนต์ประจำแบรนด์ หรือ ตัวหนังสือประจำแบรนด์มีความสำคัญมากเช่นกัน เพราะนอกจากจะช่วยสร้างการจดจำแล้ว ยังสามารถเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์ได้อีกด้วย การเลือกฟอนต์ประจำแบรนด์จะมีหลักเกณฑ์สำคัญๆ ที่ต้องคำนึงถึงดังนี้

- ฟอนต์ที่เลือก ต้องมีลักษณะที่เหมาะสมกับประเภทธุรกิจ
- ฟอนต์ที่เลือก ต้องเหมาะกับแนวคิดและบุคลิกของแบรนด์ เช่น เข้มแข็ง น่าเชื่อถือน่ารัก อ่อนหวาน สนุกสนาน เป็นต้น

- ควรเลือกทั้งฟอนต์ ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ โดยทั้ง 2 ภาษา จำเป็นต้องมีความสอดคล้องกันด้วย เพราะเมื่อนำมาทำอาร์ตเวิร์ค หรือในงานออกแบบบางชิ้นที่ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เช่น โบรชัวร์ เว็บไซต์ ควรออกแบบมาแล้วต้องดูสอดคล้องกลมกลืนกัน

- ฟอนต์ที่เลือก ควรมีภาษาละ 2 ฟอนต์ สำหรับไว้ทำ Headline / Title คือ พาดหัวหรือหัวข้อ และสำหรับเป็นข้อความธรรมดา โดย Headline ควรเลือกฟอนต์ที่ดูน่าสนใจ ดึงดูดสายตา แต่ในขณะที่ฟอนต์สำหรับข้อความอาจจะเลือกเป็นฟอนต์ที่อ่านง่าย ดูสบายตา

3. สีประจำแบรนด์ มีความสำคัญอย่างยิ่ง และส่งผลโดยตรงต่อแบรนด์ ช่วยให้คนจดจำแบรนด์ได้ดี นอกจากนี้สียังส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึก ความเชื่อของลูกค้าที่มีต่อแบรนด์ รวมถึงสีบางสียังทำให้คนสามารถเชื่อมโยงกับบางสิ่งหรือบางเรื่องได้

การเลือกสีประจำแบรนด์ ควรเลือกเป็นเฉดสี เพราะถ้าเป็นสีแบบแม่สีทั่วไป ก็มีแนวโน้มที่จะไปซ้ำกับแบรนด์หรือธุรกิจอื่นๆ ได้ แต่ถ้าเป็นเฉดสีโอกาสที่จะเลือกซ้ำกันกับแบรนด์อื่นก็จะน้อยลง นอกจากนี้ยังควรเลือกสีที่จะมาจับคู่กันไว้ด้วย เพื่อให้การนำไปใช้งานมีความสะดวก สวยงาม และดูมีมิติมากกว่าการใช้สีเดียว

4. ลายกราฟิกประจำแบรนด์ ลายกราฟิกเป็นเหมือนสัญลักษณ์บางอย่างที่ช่วยสร้างการจดจำให้กับลูกค้าได้ สาเหตุที่ต้องมีลายกราฟิกประจำแบรนด์ ก็เพราะในบางครั้งคู่สีหรือฟอนต์ที่เลือกมานั้นยังไม่สามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้มากนัก ตัวอย่างเช่น ธุรกิจรับทำความสะอาดที่คนส่วนใหญ่กว่า 90% เลือกใช้สีฟ้า สีเขียว พอทุกแบรนด์ใช้สีเดียวกัน ฟอนต์ที่คล้ายๆ กัน จำเป็นต้องนำเสนออย่างอื่นให้ลูกค้าได้จดจำ อย่างเช่นสัญลักษณ์บางอย่าง ลายกราฟิกต่างๆ ที่เพิ่มเข้ามา ช่วยให้จดจำเพิ่มมากขึ้น

5. ไอคอนต่างๆ ถ้าเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่ต้องการอาศัยความน่าเชื่อถืออาจจะต้องสร้างไอคอนเฉพาะของบริษัทขึ้นเพื่อใส่ลงในเว็บไซต์ เอกสารทางการตลาด แคตตาล็อก ใน Presentation

แนะนำบริษัท หรือแม้แต่บนฉลากสินค้า แท็กห้อยสินค้า เป็นต้น อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. Mood & Tone หมายถึง อารมณ์ ความรู้สึก ของลูกค้าเมื่อได้สัมผัสกับแบรนด์ ซึ่งมาจากการพยายามสื่อสารตัวตน แนวคิด จุดเด่น บุคลิกภาพของแบรนด์ที่ต้องการสื่อให้ไปถึงลูกค้า โดยอาจนำเสนอผ่านทางารออกแบบต่างๆ ที่แบรนด์เลือกใช้ เช่น ภาพถ่ายสินค้า รูปภาพประกอบคอนเทนต์ ภาพกราฟิก โทนีสีและลวดลายที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

7. Brand Communication Design คือการนำอัตลักษณ์ของแบรนด์ทั้ง 6 องค์ประกอบข้างต้น มาออกแบบเป็นแบบจำลองตัวอย่างงานจริงที่จะนำมาใช้กับแบรนด์ ไม่ว่าจะเป็นการนำฟอนต์ นำคูลี่ นำลายกราฟิกประจำแบรนด์ เอามาใช้ออกแบบเพื่อให้เห็นภาพการนำไปใช้งานจริงๆ ว่าควรจะต้องกำหนดขนาดเท่าไร ควรจัดวางเลย์เอาท์ของแต่ละชิ้นงานอย่างไรเพื่อให้มีความสวยงามและสื่อสารแบรนด์ได้ดีที่สุด

การออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์นั้น ควรมีคู่มือที่ใช้กำกับดูแลอัตลักษณ์องค์กรให้สามารถสื่อสารตัวตนได้อย่างถูกต้อง เป็นระบบ และมีความสม่ำเสมอ โดยบอกแนวทางการจัดการกับองค์ประกอบที่ได้กล่าวไปข้างต้น

2.3 การออกแบบภาพประกอบ

2.3.1 หน้าที่ของภาพประกอบ

Prare-ngam Lertsittiphan (2564) ได้อธิบายว่า ภาพประกอบ คือ การวาดภาพ หรือทำงานศิลปะ เพื่ออธิบาย ชี้แจง นำเสนอ เป็นตัวแทนของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Visual Representation) หรือแค่ตกแต่งข้อความที่เป็นลายลักษณ์อักษรให้สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น เช่น ภาพประกอบในวรรณกรรม หรือ การทำภาพประกอบเพื่อใช้ในเชิงพาณิชย์อย่าง โฆษณา โปสเตอร์ และใบปลิว

ภาพประกอบช่วยดึงดูดความสนใจ ถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึก ช่วยในการสื่อสารได้อย่างชัดเจนในเวลาอันรวดเร็ว

2.3.2 ประเภทหลักของภาพประกอบ

1. ภาพประกอบข่าว การทำภาพประกอบโดยทำขึ้นเพื่อแสดงแนวคิดจากบทความ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเห็นภาพได้ชัดเจนมากขึ้น มักใช้ในหนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ หรือแหล่งข้อมูลบนเว็บ ภาพประกอบประเภทนี้จะมาพร้อมกับข้อมูลเสมอ หรือที่เรียกกันว่า ภาพประกอบบทความ ซึ่งสามารถนำรูปภาพมาใช้โดยไม่ต้องขออนุญาตได้ แต่ห้ามใช้ในเชิงการค้าหรือเชิงพาณิชย์นั่นเอง การนำมาใช้เพื่อเขียนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี เทศกาล เหตุการณ์ต่างๆ เป็นต้น

2. ภาพประกอบโฆษณา เป็นภาพประกอบที่ใช้ในสื่อส่งเสริมการขาย และจุดประสงค์หลักคือ การดึงดูดความสนใจของผู้ชม สามารถใช้ได้โดยไม่มีข้อความใดๆ โดยอาจจะใส่เฉพาะโลโก้ของบริษัท เน้นภาพที่ใช้เพื่อแสดงแนวคิดที่ชัดเจนและจดจำได้ง่าย

3. ศิลปะเชิงแนวคิด มักจะถูกพบใช้ในวงการภาพยนตร์ เกม และอุตสาหกรรม เป็นการทำสื่อเพื่อค้นหาแนวทางที่มีความเป็นไปได้ที่ดีที่สุดในการนำไปใช้กับตัวละครจริง คอนเซ็ปต์อาร์ตมักจะสร้างขึ้นซ้ำหลายครั้ง และสิ่งที่สำคัญที่สุด ไม่ใช่การสร้างภาพที่สวยงามสมบูรณ์แบบออกมา แต่เป็นการตามหาและเลือกภาพที่เหมาะสมที่สุด มาใช้เป็นผลงานชิ้นสุดท้าย โดยการจะนำภาพสเก็ตซ์สุดท้ายที่ผ่านมาใช้ ก็ต้องผ่านการเห็นชอบของ Art Director หรือ ผู้กำกับศิลป์แล้วเท่านั้น ศิลปะเชิงแนวคิดมักมีหน้าที่ในการสร้างตัวละคร สภาพแวดล้อมของตัวละคร เครื่องแต่งกาย และสิ่งของต่างๆ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ภาพประกอบแพชั่น คือการวาดภาพเพื่อใช้แสดงเป็นต้นแบบของเสื้อผ้าก่อนที่จะมีการผลิตจริง โดยแพชั่นดีไซน์เนอร์มักนิยมใช้มันในกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานของพวกเขา ด้วยการวาดแบบเสื้อผ้าก่อนนำมาเย็บและผลิตจริงนั่นเอง นอกจากนี้บริษัทแพชั่นต่างๆ ยังนิยมใช้ผลงานของนักวาดภาพประกอบแพชั่น มาใช้ในการโปรโมตผลิตภัณฑ์และในการแสดงแพชั่นโชว์ต่างๆ อีกด้วย

5. ภาพประกอบทางเทคนิค จุดประสงค์ของภาพประกอบทางเทคนิค จะถูกเน้นไปที่การนำไปใช้ในทางวิทยาศาสตร์ โดยใช้ภาพเพื่อที่จะได้พูดถึงสิ่งๆ หนึ่งให้สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น ในภาพประกอบทางเทคนิคจะไม่ได้เป็นการเน้นที่ความสวยงามของภาพแต่เป็นการเน้นที่ความชัดเจนของภาพที่จะไม่ทำให้ผู้รับสารเกิดความสับสนหรือเข้าใจผิด

6. อินโฟกราฟิก การเลือกรูปภาพและไดอะแกรม (Diagram) ที่มีข้อความน้อยที่สุด เพื่อช่วยให้เราสามารถเข้าใจสาระสำคัญของหัวข้อนั้นๆ ได้อย่างรวดเร็ว

7. ภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ การทำภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญมากที่จะช่วยให้บริษัทต่างๆ สามารถขายสินค้าได้ และในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สิ่งที่อยู่ออกแบบควรคำนึงถึงคือ ควรที่จะออกแบบให้สะดุดตาและดึงดูดความสนใจของผู้ที่ได้เห็น ตัวภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ยังช่วยชูลักษณะเด่นของแบรนด์ให้สามารถเห็นได้จากตัวผลิตภัณฑ์เลยอีกด้วย

2.3.3 เทคนิคการทำภาพประกอบ

Prare-ngam Lertsittiphan (2564) ได้แบ่งเทคนิคการทำภาพประกอบด้วยวิธีที่ต่างๆ ดังนี้

1. การแกะสลักไม้ (Wood Cutting)



ภาพที่ 2.1 ตัวอย่างภาพการแกะสลักไม้ (Edvard Munch)

ที่มา: <https://www.artic.edu/artworks/17257/two-women-on-the-shore>

2. การแกะสลักโลหะ (Metal Etching)



ภาพที่ 2.2 ตัวอย่างภาพการแกะสลักโลหะ (Francisco Goya)
ที่มา: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/338473>

3. การวาดภาพด้วยดินสอ (Pencil Illustration)



ภาพที่ 2.3 ตัวอย่างการวาดภาพด้วยดินสอ (เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์)

ที่มา: <https://www.theartsclubbangkok.com/รายละเอียด/ม้าทิพย์>

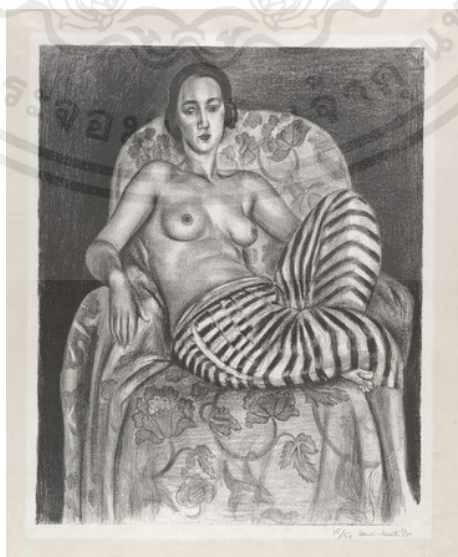
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การวาดภาพด้วยถ่าน (Charcoal Illustration)



ภาพที่ 2.4 ตัวอย่างการวาดภาพด้วยถ่าน (Dennis Creffield)
ที่มา: <https://denniscreffield.org/works/cathedrals/drawings>

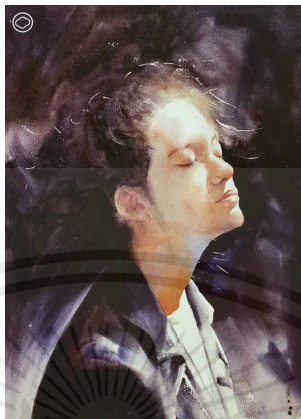
5. การพิมพ์หิน (Lithography)



ภาพที่ 2.5 ตัวอย่างการพิมพ์หิน (Henri Matisse)

ที่มา: [https://www.moma.org/collection/works/75574?sov_referrer=art_term&art_term_ slug=lithography](https://www.moma.org/collection/works/75574?sov_referrer=art_term&art_term_slug=lithography)
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานที่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. การระบายสีน้ำ (Watercolor Illustration)



ภาพที่ 2.6 ตัวอย่างการระบายสีน้ำ (บุญกว้าง นนท์เจริญ)
ที่มา: <https://readthecloud.co/boonkwang-noncharoen/>

7. การระบายสีอะคริลิก (Acrylics Illustration)

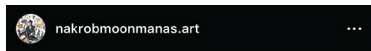


ภาพที่ 2.7 ตัวอย่างการระบายสีอะคริลิก (David Hockney)

ที่มา: <https://www.hockney.com/index.php/works/paintings/60s>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. การทำคอลลาจ (Collage Illustration)



ภาพที่ 2.8 ตัวอย่างการทำคอลลาจ (นักรบ มุลมานัส)

ที่มา: <https://www.instagram.com/nakrobmoonmanas.art/>

9. การวาดด้วยหมึก และ ปากกา (Pen And Ink Illustration)

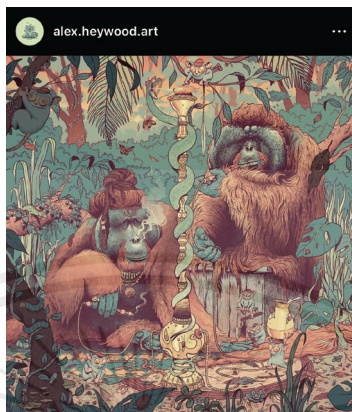


ภาพที่ 2.9 ตัวอย่างการวาดด้วยหมึก และ ปากกา (James Jean)

ที่มา: <http://www.jamesjean.com/sketch2011/t6s08bmquktz9kmjg4g8229sd3lacd>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. การวาดด้วยเมาส์ปากกา (Freehand Digital Illustration)



ภาพที่ 2.10 ตัวอย่างการวาดด้วยเมาส์ปากกา (Alex Heywood)
ที่มา: <https://www.instagram.com/alex.heywood.art/?hl=th>

11. การทำกราฟิกเวกเตอร์ (Vector Graphics)



ภาพที่ 2.11 ตัวอย่างการทำกราฟิกเวกเตอร์ (Ori Toor)

ที่มา: <https://oritoor.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ฆีไทยท้้ง 5 ชนิด

2.4.1 ฆีตายโหง

ขึ้นชื่อว่าเป็นฆีที่ร้ายเพราะเป็นฆีที่ไม่ได้ตายแบบธรรมชาติ เช่น ป่วยตาย หรือ แก่ตาย แต่เป็นการตายที่เกิดขึ้นกระทันหัน เช่น ถูกแทงตาย ถูกยิงตาย และอื่นๆ

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2555) ให้ความหมายของฆีตายโหงว่า คนที่ตายผิดธรรมดา โดยอาการร้าย เช่น ถูกฆ่าตาย

ฆีตายโหงเกี่ยวข้องกับจริยธรรม

รื้ทต จันทรทพิชิต และ ศุภกิจ พัทธ์ภันบ้านโจด (2564) ให้อธิบายความเชื่อเรื่องฆีกับจริยธรรมว่าความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติซึ่งรวมไปถึงศาสนา ความเชื่อเรื่องผีบางเทวดามีความพยายามสร้างชุดคำอธิบายที่มีความเกี่ยวพันกับเรื่องจริยธรรมต่างๆ เข้าไปด้วย จริยธรรมที่เกิดขึ้นนั่นเองที่กลายเป็นตัวควบคุมให้สังคมอยู่กันอย่างสงบสุขลักษณะร่วมของเรื่องฆีที่ได้รับความชื่นชมจากคนฟังนั้นคงหนีไม่พ้นการที่เรื่องราวเหล่านั้นมีคติสอนใจบางอย่าง ไม่ว่าจะเป็นอย่างงาทำอย่างนั้นอย่าทำอย่างนี้ หากทำจะเจอเรื่องแย่งซึ่งหลายครั้งหมายถึงชีวิตผีจึงมีบทบาทในการสร้างความสงบสุขให้เกิดขึ้นในสังคมผ่านการกำกับพฤติกรรมมนุษย์ผ่านชุดคำอธิบายที่มักจะมาในรูปแบบผีเกิดความไม่พอใจ เพราะการกระทำของมนุษย์ได้ละเมิดศีลธรรมบางอย่าง อาทิ การฆ่าแกงการข่มขืน และอื่นๆ ทำให้เกิดฆีที่เป็นเหยื่อตามมาหลอกลอน ซึ่งหากไม่ยอมให้ผีไม่พอใจก็ต้อปฏิบัติตนเป็นคนดี

2.4.2 ฆีปู่ย่า

ปฏิญญา บุญมาเลิศ (2554: 590) อธิบายความหมายของฆีปู่ย่าว่าฆีปู่ย่า คือ วิญญานที่ติของบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปสถิตอยู่ในเสาเอกบ้านเรือนของลูกหลาน คอยคุ้มครองดูแลและช่วยเหลือลูกหลาน รวมถึงมีบทบาทในการควบคุมพฤติกรรมของคนในครอบครัว อีกทั้งต้อมีการบูชาบวงสรวงเช่นไหว้เพื่อไม่ให้ฆีปู่ย่าเกิดความโกรธและลงโทษ คำว่าฆีปู่ย่าอธิบายทาง ความหมาย ได้ 4 ประการ ได้แก่

ประการแรก ฆีปู่ย่าเป็นผีบรรพบุรุษ

ประการที่สอง ฆีปู่ย่าจะคอยคุ้มครองดูแลลูกหลานให้อยู่เย็นเป็นสุข

ประการที่สาม ฆีปู่ย่ามีบทบาทในการควบคุมพฤติกรรมของคนในเรือน

ประการที่สี่ ลูกหลานต้อ เช่นสรวงบูชาตามโอกาสอันควร

2.4.3 ฆีห้า

ฆีห้า ฆีจำพวกหนึ่งที่สร้างโรคระบาดอย่างร้ายแรง เป็นเหตุให้ผู้คนล้มตายเป็นจำนวนมาก และยังเป็นวิญญานของคนที่ยตายเพราะโรคระบาด

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2555) ให้ความหมายของฆีตายโหงว่า ฆีจำพวกหนึ่งถือกันว่าทำให้เกิดโรคระบาดอย่างร้ายแรงเช่น อหิวาตกโรค กาฬโรค เรียกโรคเช่นนี้ว่า โรคห้า

2.4.4 ฆีปอบ

กมลเศ โปธิกนิษฐ (2555: 3) อธิบายความหมายของฆีปอบว่า เป็นผีประจำท้องถิ่น ซึ่งสามารถพบได้ทั้งภาคอีสานและภาคเหนือ จะมีลักษณะของการเข้าไปสิงในตัวคน ทำให้คนนั้นมีพฤติกรรมเก็บเนื้อเก็บตัว ไม่ชอบคบค้าสมาคมกับคนทั่วไป ชอบกินของสด ของคาว รวมถึงเข้าไปกินอวัยวะภายในร่างกาย ทำให้อ่อนแอ เจ็บป่วย และเสียชีวิตในท้ายที่สุด

ในทางสังคมวิทยานั้น สังคมมักจะตัดสินผู้ที่มีความคิดผิดแปลกไปจากความเชื่อและประเพณีตามท้องถิ่นนั้นๆ โดยที่คนส่วนใหญ่ในท้องถิ่นนั้นไม่ต้องการและพยายามที่จะขับไล่ และกีดกันให้ออกจากท้องถิ่นหรือสังคมนั้นๆ ผู้คนพยายามเชื่อมโยงความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติผ่านการตีตราว่าเป็นผีปอบ เป็นเหมือนกุศโลบายในการควบคุมทางสังคมในรูปแบบของ การควบคุมผ่านความเชื่อ เป็นตัวควบคุมพฤติกรรมคนในสังคมให้ดำเนินชีวิตตามแนวทางของสังคม เพื่อที่จะไม่ให้กระทำความผิดเพื่อรักษาไว้ซึ่งความสงบเรียบร้อยของสังคม

กมลศ โปธิกนิษฐ (2555: 4) อธิบายถึง ผีปอบในด้านมิติวัฒนธรรม

Wannida Kruemanee (2564) อธิบายว่า ผีปอบจึงเป็นเหมือนการพิพากษาของสังคม

2.4.5 ผีนางตะเคียน

นฤพนธ์ ดัวงวิเศษ (2560: 80) อธิบายความหมายของผีนางตะเคียนว่า ผีนางตะเคียนเป็นผีตามตำนานพื้นบ้านของไทยเป็นผีผู้หญิงจำพวกรุกขเทวดาที่สิงสถิตอยู่ในต้นตะเคียนท้องถิ่นของไทยชาวบ้านจะมองว่าต้นไม้ใหญ่ โดยเฉพาะต้นตะเคียน คือที่สิงสถิตของรุกขเทวดาที่เป็นเพศหญิง การทำความเข้าใจฐานะของนางตะเคียนยังเป็นเรื่องที่มีข้อสงสัยอยู่มาก ระหว่าง การเป็นรุกขเทวดา นางไม้ ผี แม่ย่า และเจ้าแม่ทำให้เกิดคำอธิบายแตกต่างกันไปตามความเชื่อของคนแต่ละกลุ่มแต่ละท้องถิ่นผู้คนส่วนใหญ่จะนำเครื่องเซ่นไหว้ม้าบูชาเพื่อให้ผีนางตะเคียนคุ้มครองและดูแล โดยเฉพาะการขอให้ได้โชคลาภ

2.5 ปัญหาสังคมไทยในปัจจุบัน

2.5.1 ปัญหาอาชญากรรมของสังคมไทยในปัจจุบัน

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (2566) เปิดเผยผลสำรวจ เรื่องปัญหาอาชญากรรมของสังคมไทยในปัจจุบันว่า ปัญหาอาชญากรรมของสังคมไทยในปัจจุบันที่ปรากฏเป็นข่าวตามสื่อต่างๆ อย่างเช่น การฆาตกรรม การทะเลาะวิวาท การข่มขืน หรือการกระทำชำเราทางเพศ การปล้น การชิงทรัพย์ สภาพสังคมในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป เพราะเศรษฐกิจตกต่ำ ผู้คนเครียดกันมากขึ้น อารมณ์รุนแรงมากขึ้น สภาพจิตใจที่เสื่อมลง ขาดศีลธรรม ไม่มีจิตสำนึก เกิดจากพฤติกรรมลอกเลียนแบบ มีเหตุการณ์เกิดขึ้นบ่อยครั้งและผู้ที่เกี่ยวข้องมีอายุน้อยลง อีกทั้งยังมีวิธีการที่รุนแรงและโหดเหี้ยมขึ้นเรื่อยๆ ส่วนหนึ่งเกิดจากการเลี้ยงดูในครอบครัว ผู้ปกครองไม่ค่อยมีเวลาให้ พื้นฐานครอบครัวที่ขาดการเลี้ยงดู นอกจากนี้ยังระบุว่า เป็นเพราะปัญหาสังคม เศรษฐกิจ การศึกษา

กฎหมายของสังคมไทยนั้นไม่เด็ดขาด คนจึงไม่เกรงกลัวกฎหมาย กล้าที่จะก่อเหตุมากขึ้น มีการก่อเหตุอาชญากรรมแทบรายวัน ซึ่งสมัยก่อนมีการก่ออาชญากรรมไม่เยอะเหมือนในปัจจุบัน

2.5.2 ปัญหายาเสพติดในวัยรุ่น

ศูนย์บำบัดยาเสพติดเอกชน ภูฟ้าเรสท์โฮม (2565) อธิบายถึง ปัญหายาเสพติดในวัยรุ่นที่เกิดขึ้นในไทยว่า การติดยาเสพติดในกลุ่มวัยรุ่นจะเริ่มจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ ก่อนจะนำไปสู่สารเสพติดชนิดอื่นที่มีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ยิ่งไปกว่านั้นคือในกลุ่มเด็กและเยาวชนหรือวัยรุ่นมีการใช้สารเสพติดร่วมกันมากกว่าหนึ่งชนิดและยังมีการใช้สารอย่างอื่นมาผสม เพื่อให้ออกฤทธิ์คล้ายกับสารเสพติด ปัญหาเสพติดยังนำมาซึ่งปัญหาอื่นอีกมากมาย ทั้งในแง่สังคม เช่น การก่ออาชญากรรม การปล้นจี้ และเกิดปัญหาส่วนบุคคลในด้านสุขภาพกายและสุขภาพจิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3 ปัญหาความเหลื่อมล้ำของระบบสาธารณสุขไทย

วรธา มงคลสืบสกุล (2565) อธิบายเรื่อง การเข้าถึงบริการทางสาธารณสุขของไทย : ภาพสะท้อนและความเหลื่อมล้ำของกลุ่มเปราะบางทางสังคมว่า การให้บริการทางสาธารณสุขของประเทศไทยนั้นยังไม่ครอบคลุมกับคนทุกกลุ่มคน การเข้าถึงสิทธิทางสาธารณสุขของประชาชนเต็มไปด้วยข้อจำกัด โดยเฉพาะประชากรที่เป็นกลุ่มเปราะบางทางสังคมจนเกิดปัญหาของความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการทางสาธารณสุขอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ปัญหาของการเข้าถึงบริการทางสาธารณสุขของกลุ่มเปราะบางทางสังคม ซึ่งกลุ่มเปราะบางในที่นี้ มุ่งเน้นไปที่ 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มคนยากจน เป็นกลุ่มที่มีความอึดอัดและไม่สามารถที่จะเข้าถึงสินค้าหรือบริการที่เพียงพอต่อความจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตได้

กลุ่มคนที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล เป็นกลุ่มคนที่อยู่ห่างไกลความเจริญ ชายแดน ซึ่งขาดโอกาสในการเข้าถึงบริการทางสาธารณสุขที่ครอบคลุม

กลุ่มแรงงาน ที่มีรายได้ไม่มั่นคง หาเช้ากินค่ำ วันไหนเจ็บป่วยหรือติดธุระและไม่ได้ทำงานจะขาดรายได้ไปโดยปริยาย

ทั้ง 3 กลุ่มที่กล่าวไปค่อนข้างมีข้อจำกัดหรืออุปสรรคในการเข้าถึงบริการทางสาธารณสุขที่ต่างกันออกไป

ตั้งแต่ที่นโยบายหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าในปี พ.ศ.2545 ทำให้ประชาชนนั้นสามารถเข้าถึงบริการทางสาธารณสุขมากขึ้น ส่งผลให้ปริมาณผู้ป่วยมีจำนวนมากทำให้สัดส่วนระหว่างบุคลากรทางการแพทย์และผู้ป่วยไม่เพียงพอต่อกัน จึงเกิดความล่าช้า รอคิวนานเกิดปัญหาในการส่งตัวต่อเพื่อการรักษา ปัญหาเหล่านี้สร้างความไม่พอใจให้กับผู้รับบริการส่งผลให้บุคลากรทางการแพทย์ในปัจจุบันทำงานด้วยความยากลำบากเกิดภาวะเครียด เพราะมีความกังวลว่าอาจไม่ปลอดภัยจากการปฏิบัติหน้าที่ การถูกฟ้องร้อง หรือถูกตำหนิจากการทำงาน นอกจากนี้ยังเกิดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการที่เท่าเทียม โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางทางสังคมที่จะได้รับผลกระทบเป็นกลุ่มแรก ปัญหาทั้งหมดนี้เกิดจากปัจจัยในหลายๆ ด้านที่มีความเชื่อมโยงกัน ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มที่ได้เอ่ยไปนี้เป็นกลุ่มแรกๆ ที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาความเหลื่อมล้ำที่เกิดขึ้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ปัญหาการเข้าถึงบริการสาธารณสุขส่วนบุคคล

1. สถานภาพทางสังคม (social status) เช่น เพศ ภาษา เชื้อชาติ อื่นๆ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคในการเข้ารับบริการสาธารณสุข

2. ทุนทางสังคม (social capital) คือ การมีคนใกล้ชิดคอยช่วยเหลือเพื่อน ฯลฯ ให้คำแนะนำเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงบริการของสาธารณสุขมากขึ้น

3. ทุนมนุษย์ (human capital) เช่น การศึกษา อาชีพ อื่นๆ ซึ่งมีผลต่อคุณภาพของบริการที่ได้รับจากสถานบริการ

ปัญหาเชิงระบบ

ความซ้ำซ้อนของระบบประกันสุขภาพของประเทศไทย มีรูปแบบการจัดระบบประกันสุขภาพที่เป็นหลักอยู่ 3 ระบบ คือ

1. ระบบสวัสดิการรักษายาบาลข้าราชการ

2. ระบบประกันสังคม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

ทั้ง 3 ระบบต่างมีการบริหารจัดการและหน่วยงานที่รับผิดชอบแตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นการจัดการจัดสรรงบประมาณ เงินสนับสนุนจากทางภาครัฐ สิทธิประโยชน์ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการจัดสรรงบประมาณ สิทธิประโยชน์ในการให้บริการและอื่นๆ เช่น สิทธิบัตรทอง ใช้วิธีจ่ายรายหัว เฉลี่ย 3,959 บาทต่อหัวโดยมีผู้ใช้สิทธิประมาณ 48 ล้านคน ขณะที่สิทธิสวัสดิการข้าราชการนั้นใช้วิธีจ่ายตามรายบริการ เฉลี่ย 15,000 บาทต่อหัว โดยครอบคลุมข้าราชการทั้งหมด 5 ล้านคน

ซึ่งด้วยความแตกต่างของระบบประกันสุขภาพที่แตกต่างกันของทั้ง 3 ระบบนั้น จะเกิดปัญหาในตอนที่ประชาชนนั้นต้องมาใช้บริการจากสถานพยาบาลแห่งเดียวกัน แล้วพบเงื่อนไขการใช้สิทธิตามแต่ละหลักประกัน จนนำไปสู่การได้รับบริการที่ต่างกัน เช่น สิทธิของข้าราชการมีความครอบคลุมทั้งครอบครัวสามารถเข้าโรงพยาบาลที่ไหนก็ได้ไม่จำกัดวงเงิน และในส่วนของข้าราชการที่ผู้ป่วยมีสิทธิได้รับยานอกบัญชีหลัก ยาที่มีราคาแพงหรือยาที่นำเข้า จากต่างประเทศ การได้รับหัตถการที่เหนือกว่า เช่น การคลอด การผ่าตัดส่องกล้อง แต่สำหรับสิทธิประกันสังคม และสิทธิบัตรทอง สามารถรักษาได้ตามโรงพยาบาลที่ขึ้นทะเบียนไว้ภายในวงเงิน จึงเป็นสาเหตุที่สำคัญในการสร้างความเหลื่อมล้ำที่สิทธิการรักษาอื่นที่ไม่เท่าเทียมกัน ทั้งนี้ยังไม่รวมสิทธิรักษาของสิทธิอื่นๆ ที่มีสิทธิประโยชน์และวิธีการบริหารจัดการที่แตกต่างกันออกไป

ปัญหาเชิงโครงสร้าง

ขณะนี้การบริหารงานด้านสาธารณสุขของประเทศไทย ประกอบไปด้วยโรงพยาบาลที่อยู่ภายใต้กระทรวงสาธารณสุขกรมการแพทย์ทั้งหมด 18 แห่ง โรงพยาบาลส่วนภูมิภาค ได้แก่

โรงพยาบาลศูนย์ 34 แห่ง

โรงพยาบาลเฉพาะทาง 26 แห่ง

โรงพยาบาลทั่วไป 87 แห่ง

โรงพยาบาลชุมชน 788 แห่ง

โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) 9,769 แห่ง

นอกจากนี้ยังมีโรงพยาบาลที่สังกัดอื่นๆ อย่างเช่น สังกัดกระทรวงกลาโหม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทย รวมไปถึงโรงพยาบาลเอกชน

อย่างไรก็ตาม โรงพยาบาลเหล่านี้ไม่ได้ถูกจัดสรรให้ครอบคลุมให้ประชาชนเข้าถึงได้อย่างเพียงพอหรือบางสถานบริการก็ไม่มีศักยภาพด้านต่างๆ เพียงพอต่อการรักษาที่ครอบคลุมทุกด้าน

ปัญหาการกระจายบุคลากรทางการแพทย์

จากรายงานข้อมูลทรัพยากรของกระทรวง สธ. ประจำปี 2560 ระบุว่า บุคลากรทางการแพทย์ที่มีอยู่ต่อประชากร สำหรับภาพรวมในระดับประเทศเท่ากับ แพทย์ 1 คนต่อประชากร 1,843 คน อย่างไรก็ตามในความเป็นจริงนั้น การกระจายบุคลากรทางการแพทย์ไม่ได้ถูกจัดสรรให้สอดคล้องกับประชากรเท่ากันทุกพื้นที่ ส่งผลให้บางจังหวัดเกิดกรณีสัดส่วนแพทย์สูงกว่าจำนวนค่าเฉลี่ยประชากรถึง 2-3 เท่าทั้งนี้ จังหวัดที่แพทย์มีความกระจุกตัวที่สุด คือ กรุงเทพมหานคร โดยมีสัดส่วนแพทย์ต่อประชากรอยู่ที่ 1 คนต่อประชากร 630 คน ในขณะที่หากเทียบกับจังหวัดบึงกาฬ สัดส่วนแพทย์ต่อประชากรคือ 1 คนต่อประชากร 5,021 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาการส่งต่อผู้ป่วย

ส่วนใหญ่ปัญหาที่พบจากการส่งตัวผู้ป่วย คือ การส่งต่อผู้ป่วยที่ไม่สามารถข้ามขั้นตอนที่กำหนดไว้ได้ ซึ่งมีความซับซ้อน ลำช้า การประเมินความเสี่ยงของผู้ป่วยแต่ละคน การสื่อสารและบริการต่อการส่งต่อผู้ป่วยไปรักษา โดยเกิดจากการเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารและระบบหลักประกันสุขภาพที่ไม่ชัดเจน ขาดการเชื่อมโยงกันระหว่างเครือข่ายบริการการรักษา และอื่นๆ

เหล่านี้คือสิ่งที่ทำให้ผู้ป่วยบางส่วนมีภาพจำเกี่ยวกับสถานบริการทางการแพทย์ที่มีขนาดเล็กๆ ว่า มีศักยภาพเพียงแค่การรักษาโรคทั่วไป ส่งผลให้ผู้ป่วยเลือกที่จะไปรักษาที่โรงพยาบาลในระดับที่สูงกว่าจนทำให้เกิดความแออัด เช่น โรงพยาบาลศูนย์ขนาดใหญ่ และอื่นๆ

ปัญหาด้านงบประมาณ

โรงพยาบาลในระบบสาธารณสุขจะมีแหล่งที่มาของรายได้หลัก ได้แก่

1. สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.)
2. ประกันสังคม
3. กรมบัญชีกลาง
4. กองทุนผู้ประสบภัยจากรถยนต์
5. ค่ารักษาพยาบาลจากผู้ป่วยโดยตรง

อย่างไรก็ตามโรงพยาบาลบางแห่งยังพบกับปัญหาด้านงบประมาณที่ไม่เพียงพอและปัญหาหนี้สิน ซึ่งเงินที่ได้จากการเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลรายหัวที่นำมาใช้ไม่ใช่สำหรับค่ารักษาพยาบาลเพียงอย่างเดียว แต่มีเงินเดือนบุคลากรทางการแพทย์และการบริหารจัดการและนอกจากนี้ในกรณีโรงพยาบาลรัฐอาจจัดสรรเงินได้ไม่เต็มตามจำนวนหัวประชากรที่มาใช้งาน ทำให้มีค่าใช้จ่ายในการจ้างบุคลากรเพิ่มเนื่องจากงบประมาณที่ได้รับไม่เพียงพอต่อข้าราชการและลูกจ้าง โดยจะต้องใช้เงินบำรุงจากโรงพยาบาลมาจ่าย และยังต้องใช้เงินส่วนนี้มาจ่ายค่าตอบแทนค้ายา ฯลฯ

ซึ่งปัญหาต่างๆ ทั้งหมดนี้ เป็นผลที่ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการด้านสาธารณสุข ซึ่งเป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานของการดำเนินชีวิต

2.5.4 ปัญหาความขัดแย้งในสังคมไทย

ลิขิต ธีรเวคิน (2553) อธิบายถึงที่มาของความขัดแย้งในสังคมว่า มนุษย์เป็นสัตว์สังคม ซึ่งอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม เนื่องจากการที่เป็นสัตว์สังคมก็ต้องการหาเพื่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความรู้สึกที่เป็นชุมชน การเป็นกลุ่มเดียวกัน การเป็นพวกเดียวกัน การเป็นเครือญาติ เป็นครอบครัว แต่เมื่อมนุษย์อยู่กันเป็นกลุ่มในลักษณะของสัตว์สังคม และเมื่อแต่ละคนมีเป้าหมายทางความคิดความต้องการที่แตกต่างกันนั้น เป็นสาเหตุให้นำพาไปสู่ความขัดแย้งในที่สุด

มรดเทพ วงษ์วาโย (2564) อธิบายความขัดแย้งในสังคมว่า ในสังคมปัจจุบันนี้คนเราต่างก็มีความแตกต่างทางความคิดความเชื่อกันหลากหลายมิติ เกิดจากความแตกต่างกันของแต่ละบุคคล ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้ผลักดันให้สังคมเข้าสู่ความขัดแย้ง ไม่ว่าจะเป็น ความขัดแย้งด้านความคิด การเมือง ความขัดแย้งในрсนนิยม ความชื่นชอบของแต่ละบุคคล ความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ ความขัดแย้งในด้านความเชื่อ เป็นต้น

กมลเศ โพรทินิชฐ (2555: 1) อธิบายถึงความขัดแย้งในสังคมไทยว่า ในสังคมไทยในปัจจุบันนั้น กำลังเผชิญกับความขัดแย้งทางความคิดขั้นรุนแรง จนกระทั่งแบ่งออกเป็นฝักเป็นฝ่าย ทำให้แต่ละฝ่ายนั้นไม่ยอมรับในความคิดเห็นที่แตกต่างจากตน และเมื่อไม่สามารถที่จะปรับความคิดความเข้าใจกันได้ ทำให้เกิดความเกลียดชัง กีดกัน และขับไล่อะไรหรือแม้กระทั่งใช้ความรุนแรงต่อกัน

2.5.5 ความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติกับปัญหาความไม่มั่นคงในชีวิตของประชาชน

ชยางกูร ธรรมอัน (2564) อธิบายถึงเรื่อง ความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติและสวัสดิการแห่งรัฐไทยว่า ความเชื่อเหล่านี้ยังตอกย้ำและสะท้อนถึงความสิ้นหวังในระบบรัฐปกติที่ควบคุมการดำเนินชีวิตของคนในสังคมระบบทุนนิยม ที่ตอกย้ำความยากจนและความสิ้นหวังในการใช้ชีวิต เมื่อปัจจัยพื้นฐานทางสังคม ไม่เอื้ออำนวยให้พลเมืองได้มีโอกาสพัฒนาความมั่นคงในชีวิตให้มากกว่าเดิมนัก เช่น อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ ที่ไม่สมดุลกับค่าครองชีพหรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ พวกเขาที่ยอมหันหน้าเข้าหาเรื่องโชคลาภหรือห่วยเพื่อชดเชย ให้แก่ความมั่นคงดังกล่าว



การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลการออกแบบ

3.1 การออกแบบแบรนด์เสื้อผ้าสตรีทแวร์ในคอนเซปต์เสียดสีสังคมผ่านลายภูติผี

ตัวแบรนด์จะมีการนำเสนอลวดลายบนเครื่องแต่งกายผ่านลวดลายภูติผีปีศาจและเทพต่างๆ ของวัฒนธรรมต่างๆ พร้อมกับเสียดสีสังคมในรูปแบบต่างๆ ที่สามารถนำมาเล่าเชื่อมโยงกับสิ่งเหล่านี้ได้

3.2 เครื่องแต่งกายในคอลเลกชันผีไทย (Thai Ghost Collection) นำเอาภูติผี 5 ชนิดของไทย มาเสียดสีกับปัญหาสังคมไทย 5 เรื่อง

3.2.1 เสื้อลายผีตายโหง

ผีตายโหง ขึ้นชื่อว่าเป็นผีที่ร้ายเพราะเป็นผีที่ไม่ได้ตายแบบธรรมชาติ เช่น การป่วยตาย แก่ตาย แต่เป็นการตายที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน เช่น ถูกแทงตาย ฆ่าข้ามคืน ถูกยิงตาย และอื่นๆ ผีตายโหงจะเป็นผีที่ยังติดอยู่กับความหวาดกลัว ความตกใจ ความอาฆาตแค้น

จึงนำเรื่องของผีตายโหงมาเล่าเสียดสีกับเรื่องของเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันที่ออกช่าอยู่บ่อยๆ ในสังคมไทย คือเรื่องการชนฆ่ากัน ปัจจุบันในสังคมไทยนั้นได้มีข่าวการก่อเหตุฆาตกรรมขึ้นอยู่บ่อยครั้ง เช่น การทะเลาะวิวาทจนเกิดการฆาตกรรม การฆ่าข้ามคืน การฆ่าชิงทรัพย์ และการก่อเหตุฆาตกรรมด้วยสาเหตุต่างๆ

3.2.2 เสื้อลายผีปู้ย่า

เรื่องที่จะนำมาเสียดสีผ่านผีปู้ย่าคือ ปัญหาพฤติกรรมวัยรุ่น โดยเฉพาะ ปัญหายาเสพติดในวัยรุ่น เป็นวัยที่มีความเสี่ยงต่อปัญหาเสพติดมากที่สุดและปัจจุบันในไทยจะเห็นข่าวต่างๆ มากมายเกี่ยวกับปัญหาเสพติดที่ก่อความวุ่นวายอยู่มาก ไม่ว่าจะเป็นการทำร้ายร่างกายคนในครอบครัว ตัวอย่างเช่น ลูกชายหลอนยาทำร้ายร่างกายแม่ รวบน้องคลังหุบหัวฆ่าพี่ชายฝั่งดิน หลานชายทาสยาคลั่งเผาบ้านทิ้ง

จึงอยากนำความเชื่อเรื่องผีปู้ย่า ที่มีบทบาทในการควบคุมพฤติกรรมต่างๆ ของลูกหลาน มาเล่าเสียดสีกับปัญหาพฤติกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติดของวัยรุ่นในสังคมไทย

3.2.3 เสื้อลายผีห่า

ผีห่าเป็นผีจำพวกหนึ่งที่สร้างโรคระบาดและยังเป็นวิญญาณของคนที่ตายเพราะโรคระบาด เรื่องที่จะนำมาเสียดสีส่วนใหญ่ก็คือ เรื่องของกลุ่มเปราะบางที่มีปัญหาของการเข้าถึงบริการทางสาธารณสุข เช่น คนยากจน กลุ่มคนที่อยู่อาศัยในชุมชนแออัด ที่มีปัญหาด้านสุขอนามัย

ชุมชนแออัดเหล่านี้มีสภาวะแวดล้อมที่ไม่ถูกสุขลักษณะและส่งผลกระทบต่อสุขภาพต่างๆ ของผู้ที่อยู่อาศัย เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการแพร่ระบาดของโรคติดต่อได้หลายชนิด ชุมชนแออัดยังพบขยะมูลฝอยอยู่ทั่วชุมชน จึงทำให้ชุมชนเป็นแหล่งเพาะพันธุ์สัตว์ที่เป็นพาหะนำโรค

3.2.4 เสือลายผีปอบ

ซึ่งในทางมานุษยวิทยานั้นอธิบายว่า ความเชื่อเรื่องปอบนั้นเป็นกลไกการสร้างความเชื่อของคนในชุมชนเนื่องจากไม่เข้าใจบุคคลแปลกหน้าหรือแม้แต่กระทั่งคนในชุมชนเดียวกันเองที่มีพฤติกรรมแปลกออกไป ซึ่งในสมัยโบราณ บุคคลที่โดนกล่าวหาว่าเป็นปอบ จะถึงกับถูกขับไล่ให้ออกชุมชนเลยทีเดียว

จึงอยากจะนำเรื่องราวความเชื่อต่างๆ ของผีปอบมาเล่าเสียดสีกับเรื่องความขัดแย้งในสังคมไทย ซึ่งสังคมไทยในปัจจุบันนั้นกำลังเผชิญกับความขัดแย้งทางความคิดถึงขั้นรุนแรง จนกระทั่งแบ่งออกเป็นฝักเป็นฝ่าย ทำให้แต่ละฝ่ายนั้นไม่ยอมรับในความคิดเห็นที่แตกต่างจากตน และเมื่อไม่สามารถที่จะปรับความคิดความเข้าใจกันได้ทำให้เกิดความเกลียดชังกีดกันและขับไล่หรือแม้กระทั่งใช้ความรุนแรงต่อกันตามความเชื่อการที่จะขับไล่ผีปอบนั้นก็จะมีการใช้ความรุนแรงเช่นเดียวกัน

3.2.5 เสือลายผีนางตะเคียน

ความเชื่อเรื่องผีसाงเทวดาของสังคมไทยในปัจจุบันนั้น หลายคนมองว่ามันเป็นความเชื่อที่ล้าหลังและงมงาย แต่ความเชื่อเหล่านี้ยังไม่ได้หายไปไหน เพราะในแต่ละท้องถิ่นความเชื่อเหล่านี้ยังคงดำรงอยู่ ความเชื่อเรื่องผีसाงเทวดานั้นถูกซ่อนเร้นไว้ใต้หน้าฉากของความหวังความเชื่อความศรัทธาความงมงาย การคาดหวังในฐานะที่สิ่งเหล่านี้มีพลังอำนาจเหนือธรรมชาติที่อยู่เหนือกฎเกณฑ์ของสังคม การคาดหวังในการดลบันดาลให้คนที่ศรัทธา บูชา เช่น ไหว้ ขอพร พบเจอกับสิ่งที่ตนเองพึงประสงค์ในการดำรงชีวิตภายใต้ข้อจำกัดของรัฐ ถ้าหากรัฐสามารถคอยช่วยเหลือป้องกันไม่ให้เกิดต้องใช้ชีวิตอย่างยากลำบากได้ พวกเขา ก็คงไม่ต้องพึ่งพาสิ่งเหนือธรรมชาติขนาดนี้

ผีที่จะนำมาเสียดสีเรื่องราวเหล่านี้ก็คือ ผีนางตะเคียน ที่คนกราบไหว้บูชา เพื่อขอพรเรื่องโชคลาภ ความเชื่อเรื่องเหล่านี้เป็นหลักยึดเหนี่ยวจิตใจของผู้คน ยังแสดงให้เห็นถึงบทบาทในฐานะตัวสร้างความเชื่อมั่นในสังคม แม้ว่าสังคมไทยจะพัฒนาไปมาก แต่ผีสางเทวดาก็จะยังคงดำรงอยู่จนกว่าประเทศไทยจะพัฒนามากพอที่จะให้ความมั่นคงกับชีวิตของประชาชน

3.3 กลุ่มเป้าหมาย

3.3.1 วัยรุ่น อายุ 18 - 25 ปี

3.3.2 เพศชายหญิง เพศทางเลือก

3.3.3 อาชีพ นักเรียน นักศึกษา

3.3.4 ลักษณะการแต่งตัว สนใจเรื่องการแต่งกายแนว Streetwear

3.4 แนวทางการออกแบบที่ 1

3.4.1 Lowbrow Art (Pop Surrealism): เน้นให้ลวดลายดูมีความสนุกสนานกวนๆ แต่เสียดสีเรื่องความน่ากลัวของมนุษย์ เพื่อจะสื่อว่าจริงๆ แล้วสิ่งที่น่ากลัวจริงๆ ก็คือ มนุษย์ด้วยกันเอง

3.4.2 Mood and Tone: สีสดใส ล้อเลียน อารมณ์ขัน



ภาพที่ 3.1 ศิลปะแนว Lowbrow art (Robert Williams)
ที่มา: <https://www.robtwilliamsstudio.com/gallery>

3.5 แนวทางการออกแบบที่ 2

3.5.1 Dystopia: เน้นให้ลวดลายดูมีความน่ากลัว ดูรุนแรง สยดสยอง แสดงอารมณ์อย่างเต็มที่ที่มีความสมจริง ดิสโทเปียคือดินแดนชั่วร้าย เช่น เป็นสังคมที่กดขี่มนุษย์ด้วยกัน มีการปกครองโดยทรราชและ อำนาจนิยม หรือมีหายนะในด้านสิ่งแวดล้อมขนาดใหญ่ อย่างเช่น ไม่มีน้ำใช้ หรือตัวละครบางอย่างถูกกดขี่ เช่น กดขี่ผู้หญิงหรือลดรูปจนเหลือเพียงฟังก์ชันบางอย่างที่มีความเป็นมนุษย์น้อยลง

3.5.2 Mood and tone: สีสันทมน่มอง ความเศร้า ประชดประชัน มีดมน



ภาพที่ 3.2 ศิลปะแนว Dystopia (Zdzislaw Beksinski)
ที่มา: <https://www.instagram.com/beksinski/?hl=th>

3.6 แนวทางการออกแบบที่ 3

3.6.1 Contour Drawing: เน้นให้ลวดลายมีความยุ่งเหยิง มีความสับสน และน่ากลัว เหมือนตั้งสังคมมนุษย์ที่นำมาเสียดสีที่มีความยุ่งเหยิง ความวุ่นวาย ความสับสน

3.6.2 Mood and Tone: สีขาวดำ ความวุ่นวาย ประชดประชัน น่ากลัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.3 ศิลปะแนว Contour (Adam Riches)
ที่มา: <https://www.instagram.com/adamrichesart/>

3.7 แนวทางการออกแบบที่นำไปใช้จริง

3.7.1 ข้อมูลตัวแบรนด์

- ชื่อแบรนด์: Apocaland
- ที่มาของชื่อแบรนด์: นำมาจากคำว่า Apocalypse คำว่า Apocalypse ถูกนำมาใช้หมายถึง การทำลายล้างขั้นรุนแรง ภัยพิบัติ ความวิบัติ ไม่ได้หมายถึงวันสิ้นโลกตามความเชื่อทางศาสนาแล้ว มาผสมกับคำว่า Land ที่หมายถึง แผ่นดิน ซึ่งเป็นการเล่นคำที่จะสื่อความหมายว่า แผ่นดินแห่งความวิบัติ ซึ่งจะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแบรนด์ที่จะนำเรื่องราวต่างๆ ของสังคมมนุษย์ มาเสียดสีผ่านลวดลายภูมิทัศน์ที่สวยงามและเทพ

3.7.2 ภาพลักษณ์ของแบรนด์

- อัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity): การเสียดสีสังคมปัจจุบันผ่านวัฒนธรรมภูมิทัศน์ที่สวยงามและเทพต่างๆ
- Brand DNA: ความตรงไปตรงมา
- พันธกิจของแบรนด์ (Brand Mission): เป็นแบรนด์เสื้อผ้าที่จะนำเรื่องของภูมิทัศน์ที่สวยงามและเทพต่างๆ มาทำเป็นลายเสื้อผ้าให้ดูทันสมัยและเสียดสีสังคม
- คุณค่าของแบรนด์ (Brand Value): เป็นการนำเอกลักษณ์วัฒนธรรมดั้งเดิมมาทำให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบันมากยิ่งขึ้น พร้อมกับเสียดสีปัญหาสังคมในปัจจุบันที่เกิดจากมนุษย์
- น้ำเสียงของแบรนด์ (Tone of voice): ความตรงไปตรงมา ความกล้าแสดงออก
- บุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality): มีความตรงไปตรงมา มีความมั่นใจในตัวเองสูง ชอบเสียดสีสังคม กล้าพูดกล้าทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การดำเนินการออกแบบ

4.1 การออกแบบตราสัญลักษณ์ของแบรนด์

แบรนด์ Apocaland ได้มีการออกแบบตราสัญลักษณ์ของแบรนด์ที่เป็น ตัวอักษร (Logotype) ให้เป็นองค์ประกอบ โดยมีการออกแบบให้ตราสัญลักษณ์โดยรวมมีลักษณะเหมือนกับหน้าของมนุษย์ เพื่อให้สื่อถึงแบรนด์



ภาพที่ 4.1 รวมแบบร่างตราสัญลักษณ์

หลังจากร่างแบบตราสัญลักษณ์แล้วจึงมีการพัฒนาแบบร่างแบบต่างๆ เพื่อให้ตราสัญลักษณ์มีความเป็นมนุษย์มากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 4.2 แบบพัฒนาตราสัญลักษณ์ครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.3 แบบพัฒนาตราสัญลักษณ์ครั้งที่ 2



ภาพที่ 4.4 แบบพัฒนาตราสัญลักษณ์ครั้งที่ 3



ภาพที่ 4.5 แบบพัฒนาตราสัญลักษณ์ครั้งที่ 4



ภาพที่ 4.6 แบบพัฒนาตราสัญลักษณ์ครั้งที่ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 การออกแบบเครื่องแต่งกาย

คอลเลคชันที่แบรนด์ Apocaland ได้นำเสนอคือ Thai Ghost Collection ที่จะนำผีของไทย ทั้ง 5 ชนิด มาเล่าเสียดสีปัญหาสังคมของไทย 5 รูปแบบ มีการออกแบบลวดลายบนเสื้อให้แสดงภาพของการเสียดสีสังคมอย่างตรงไปตรงมา และออกแบบลวดลายของภูติผีให้ดูทันสมัย แต่ยังไม่ทิ้งความเป็นเอกลักษณ์ เสื้อเชิ้ตมีการวางลวดลายให้เต็มเสื้อ ส่วนเสื้อยืดจะนำลวดลายบางส่วนจากเสื้อเชิ้ตมาวางรูปแบบใหม่ เทคนิคที่ใช้ในการวาดลวดลายคือ Digital Painting

4.2.1 แบบร่างเสื้อเชิ้ตลายผีตายโหง



ภาพที่ 4.7 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีตายโหง 1



ภาพที่ 4.8 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีตายโหง 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.9 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีตายโหง 3



ภาพที่ 4.10 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีตายโหง 4



ภาพที่ 4.11 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีตายโหง 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2 แบบร่างเสื้อเชิ้ตลายผีปู้ย่า



ภาพที่ 4.12 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีปู้ย่า 1



ภาพที่ 4.13 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีปู้ย่า 2



ภาพที่ 4.14 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีปู้ย่า 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้ที่ผู้จัดทำให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.15 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีปู้ย่า 4



ภาพที่ 4.16 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีปู้ย่า 5

4.2.3 แบบร่างเสื้อเชิ้ตลายผีห้า



ภาพที่ 4.17 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีห้า 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.18 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผ้า 2



ภาพที่ 4.19 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผ้า 3



ภาพที่ 4.20 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผ้า 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.21 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผ้า 5

4.2.4 แบบร่างเสื้อเชิ้ตลายผีปอบ



ภาพที่ 4.22 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีปอบ 1



ภาพที่ 4.23 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีปอบ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.24 แบบร่างเสื้อเชิ้ตฝึบ 3



ภาพที่ 4.25 แบบร่างเสื้อเชิ้ตฝึบ 4

4.2.5 แบบร่างเสื้อเชิ้ตลายผินางตะเคียน



ภาพที่ 4.26 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผินางตะเคียน 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้เอาต์เห็นนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.27 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีนางตะเคียน 2



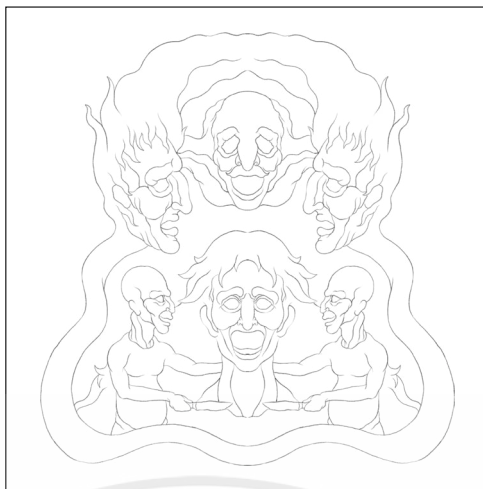
ภาพที่ 4.28 แบบร่างเสื้อเชิ้ตผีนางตะเคียน 3

4.2.6 แบบร่างลายเสื้อยืดผีไทย 5 ชนิด



ภาพที่ 4.29 แบบร่างเสื้อยืดลายผีตายโหง

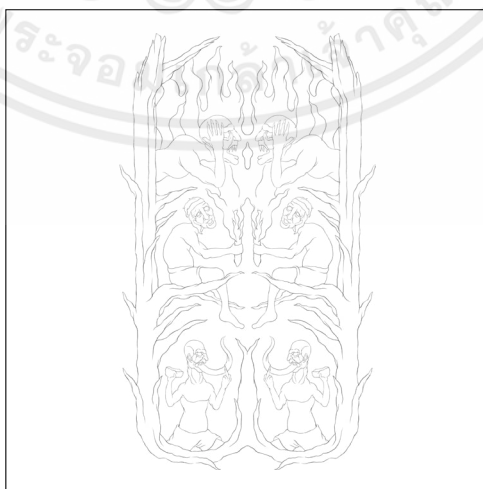
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.30 แบบร่างเสื่อยี่ดลยฝี่ปูย่า

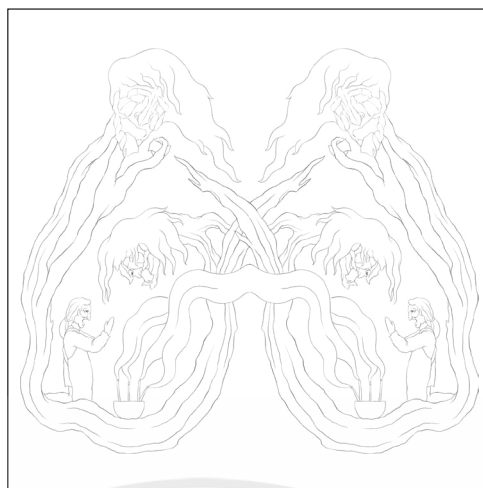


ภาพที่ 4.31 แบบร่างเสื่อยี่ดลยฝี่ท่า



ภาพที่ 4.32 แบบร่างเสื่อยี่ดลยฝี่ปอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.33 แบบร่างสี่ยึดลายผืนางตะเคียน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

ผลงานจริง

5.1 ตราสัญลักษณ์แบรนด์ Apocaland



ภาพที่ 5.1 ตราสัญลักษณ์แบรนด์ Apocaland

5.2 เสื้อเซ็ดแบรนด์ (Thai ghost collection)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ภาพที่ 5.2 เสื้อเซ็ดลายผีตายโหง
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.3 เสื้อเชิ้ตลายผีปู้ย่า



ภาพที่ 5.4 เสื้อเชิ้ตลายผีห้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.5 เสื้อเชิ้ตลายผีปอบ



ภาพที่ 5.6 เสื้อเชิ้ตลายผีนางตะเคียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.7 ภาพรวมเสื้อเซิต 1



ภาพที่ 5.8 ภาพรวมเสื้อเซิต 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 เสื้อยืดแบรนด์ (Thai ghost collection)



ภาพที่ 5.9 เสื้อยืดลายผีตายโหง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานภายในเท่านั้น ไม่ควรนำออกเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ภาพที่ 5.10 เสื้อยืดลายผีปูด
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.11 เสื้อยืดลายผีห้า



ภาพที่ 5.12 เสื้อยืดลายผีปอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.13 เสื้อยืดลายผีนางตะเคียน

5.4 สื่อประชาสัมพันธ์ Apocaland (Thai ghost collection)

5.4.1 สื่อออนไลน์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานภาพที่ 5.14 สื่อออนไลน์ 1 อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.15 สื่อออนไลน์ 2



ภาพที่ 5.16 สื่อออนไลน์ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.17 สื่อออนไลน์ 4



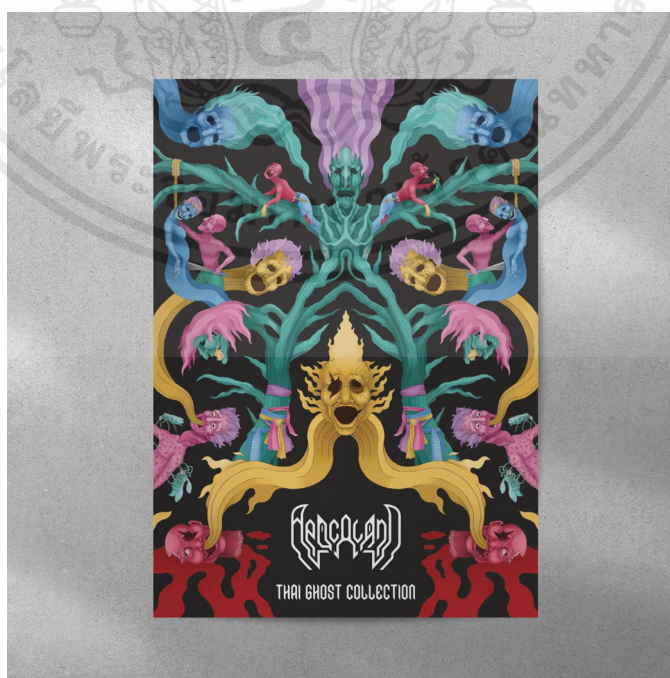
ภาพที่ 5.18 สื่อออนไลน์ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4.2 สื่อสิ่งพิมพ์ (Poster)



ภาพที่ 5.19 โปสเตอร์ (Thai ghost collection)



ภาพที่ 5.20 มือคอปโปสเตอร์ (Thai ghost collection)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4.3 สื่อสิ่งพิมพ์ Manual book



ภาพที่ 5.21 Manual book



ภาพที่ 5.22 เนื้อหาด้านใน Manual book

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4.4 สื่อสิ่งพิมพ์ (Lookbook)



ภาพที่ 5.23 Lookbook (Thai ghost collection)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้ โดยหากผู้ใดนำเอกสารนี้ไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ หรือใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่ใช่ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.25 ป้ายบิลบอร์ด (Thai ghost collection)



ภาพที่ 5.26 มือคอปป์้ายบิลบอร์ด (Thai ghost collection)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.5 บรรจุภัณฑ์

5.5.1 ถุงกระดาษ



ภาพที่ 5.27 ถุงกระดาษขนาดเล็ก



ภาพที่ 5.28 ถุงกระดาษขนาดเล็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.29 ถุงกระดาศขนาดใหญ่



ภาพที่ 5.30 ถุงกระดาศขนาดใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.6 Hang Tag

5.6.1 Hang Tag เสื้อ 5 ตัว



ภาพที่ 5.31 Hang Tag เสื้อผีตายโหง



ภาพที่ 5.32 Hang Tag เสื้อผีปู้ยา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.33 Hang Tag เสื้อผีห่า



ภาพที่ 5.34 Hang Tag เสื้อผีปอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.35 Hang Tag ผีนางตะเคียน



ภาพที่ 5.36 Hang Tag ตัวอย่างภาพจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 บทสรุป

Apocaland เป็นแบรนด์เครื่องแต่งกายที่นำเอาวัฒนธรรมความเชื่อของภูติผีปีศาจและเทพจากหลายวัฒนธรรม มาออกแบบเป็นลวดลายบนเสื้อผ้าที่เสียดสีกับปัญหาสังคมมนุษย์ในปัจจุบัน เพราะความเชื่อเหล่านี้มีบทบาทในสังคมและยังสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในสังคม โดยคอลเลกชันที่ได้นำเสนอคือ คอลเลกชันผีไทย (Thai Ghost Collection) นำภูติผีของไทยมาเสียดสีปัญหาสังคมในปัจจุบันของประเทศไทย

การออกแบบเสื้อผ้าที่ต้องการสื่อสารผ่านลวดลายนั้น ค้นพบว่าการออกแบบลวดลายควรคำนึงถึงเรื่องที่ต้องการสื่อสารก่อนเป็นหลัก เพราะบางครั้งที่เน้นแต่เรื่องความสวยงามนั้น ทำให้ลืมเรื่องที่ต้องการสื่อสาร ส่วนในเรื่องของกระบวนการผลิตเป็นขั้นตอนที่สำคัญ ทั้งการเลือกผ้าแต่ละชนิดและการพิมพ์ผ้าที่เหมาะสม โดยผ้าที่เลือกมาใช้คือ ผ้าลินิน เป็นผ้าใยธรรมชาติ 100 % ซึ่งเป็นผ้าที่สวมใส่สบายและอยู่ทรง ทำให้ลวดลายดูง่ายได้มากขึ้น ผ้าที่เป็นใยธรรมชาติแบบ 100 % นั้น สามารถพิมพ์ลวดลายได้ชัดเจนกว่าและสีที่ตรงกว่าผ้าแบบใยสังเคราะห์ ส่วนในการตัดเย็บสามารถพบปัญหาได้บ่อยครั้ง ลวดลายบางส่วนอาจไม่เชื่อมต่อกันหรือถูกซ้อนทับกัน ควรคำนึงถึงการวางลวดลายบนเสื้อผ้าตามสัดส่วนต่างๆ ของร่างกาย ตามความเหมาะสมของรูปแบบเสื้อผ้าที่ผลิต เพราะลวดลายบางส่วนอาจไม่เป็นไปตามที่ออกแบบ การออกแบบเสื้อผ้ามี่ขั้นตอนหลายอย่างในการผลิต ต้องมีการวางแผนที่ดีเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ออกมาตามที่ต้องการ

6.2 ปัญหาที่พบในการทำงาน

ในขั้นตอนการออกแบบลวดลาย พบปัญหาในการออกแบบให้สื่อสารถึงปัญหาสังคมและการวางลวดลายตามส่วนต่างๆ ของเสื้อ เพื่อให้ผลิตเสื้อออกมาแล้วลวดลายเป็นไปตามที่ออกแบบไว้ ส่วนในกระบวนการผลิตเสื้อนั้น ใช้เวลาค่อนข้างมากและพบปัญหาอยู่บ่อยครั้ง เช่น การเลือกผ้าที่จะสามารถพิมพ์ลวดลายให้ได้ตามความต้องการ การพิมพ์ผ้าใช้เวลานาน และการตัดเย็บเสื้อแล้วลวดลายบางส่วนไม่เชื่อมต่อกัน ทำให้เสียเวลาน้อยในการออกแบบชิ้นงานอื่นๆ ในระหว่างการดำเนินงานพบปัญหาในหลายๆ ขั้นตอน บางปัญหาที่ไม่สามารถแก้ไขได้ต้องมีการแก้ไขเฉพาะหน้าที่เหมาะสม

6.3 ข้อเสนอแนะ

การออกแบบเสื้อผ้าที่สื่อสารผ่านลวดลายนั้น สามารถนำวิธีการอย่างอื่นมาช่วยใช้ในการสื่อสารเรื่องที่ต้องการและทำให้เสื้อดูน่าสนใจได้มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การนำเรื่องที่จะสื่อสารมาใช้กับการดีไซน์รูปแบบของเสื้อ เพื่อเพิ่มอารมณ์ความรู้สึกให้กับเสื้อและสามารถสื่อสารได้มากยิ่งขึ้น การเพิ่มลูกเล่นต่างๆ บนเสื้อ วิธีการตัดเย็บเสื้อ รวมถึงวิธีการออกแบบลวดลายโดยใช้วิธีการต่างๆ มาใช้ในการออกแบบลวดลายที่ไม่ใช่แค่ Digital Painting เช่น การปักลวดลาย การสาดสี การเพนท์มือลงบนเสื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น เมื่อนุญาตเห็นไปใช้ประโยชน์ใดๆ ไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- Cotactic Media. (2565). *ขั้นตอนการสร้างแบรนด์ (Branding) ให้แข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับ*.
<https://www.cotactic.com/blog/how-to-build-a-brand/>
- Prare-ngam Lertsittiphan. (2564). *ภาพประกอบ มีด้วยกันกี่ประเภท แล้วใช้ในอาชีพไหนได้บ้าง*.
<https://toolschoolofvisualart.com/ภาพประกอบ-มีกี่ประเภท/>
- Wannida Kruemane. (2564). *ปลูก ผีปอบ จากเรื่องทางไสยศาสตร์สู่การกีดกันทางสังคม*.
<https://exoticquixotic.com/culture/beyond-superstition-pee-pop/>
- กมลเศ โปธิกนิษฐ. (2555). *การทำให้เป็น ผีปอบ และการกีดกันทางสังคม ในมุมมองของการบริหาร ความขัดแย้ง. วารสารสถาบันพระปกเกล้า. 10(2): 1-4.*
- ชยางกูร ธรรมอัน. (2564). *ผี ความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติ และสวัสดิการแห่งรัฐไทยในศตวรรษที่ 21*.
https://prachatai.com/journal/2021/08/94372?__cf_chl_tk=YhhNx-wFvHZsGSS00Y
- ธีทัต จันทราพิชิต และ ศุภกิจ พิทักษ์บ้านโจด. (2564). *เหตุผลของการมีอยู่ของผีบางเทวดา ความมั่นคง ในชีวิตที่ยังตามหลอกหลอน*. <https://decode.plus/20210318/>
- นฤพนธ์ ต้วงวิเศษ. (2560). *เจ้าแม่ตะเคียน: การสร้างเรือนร่างหญิงให้กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวัฒนธรรม บริโภคแบบไทย*. 13(2): 80.
- บริษัท สตาร์ทอัพ นาว. (2564). *Brand CI หัวใจสำคัญการออกแบบแบรนด์ที่คนอยากมีแบรนด์ต้องรู้*.
<https://www.startupnow.in.th/brand-ci-design/>
- ปฎิญา บุญมาเลิศ. (2554). *คำเรียกผีและความเชื่อเรื่องผีในภาษาไทยถิ่นเหนือ*. 4(1): 590.
- ปรีดี นุกุลสมปรารถนา. (2563). *Brand Identity คืออะไรสำคัญแค่ไหน*.
<https://www.popticles.com/branding/brand-identity-and-its-importance/>
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2555). <https://dictionary.orst.go.th>

มรุตเทพ วงษ์วาโย. (2564). *ความขัดแย้งในสังคม*.

<https://www.truelookpanya.com/learning/detail/34938>

ลิขิต ธีรเวคิน. (2553). *ความขัดแย้งและการแก้ปัญหา*.

<http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title=ความขัดแย้งและการแก้ปัญหา>

วรา มงคลสืบสกุล. (2564). *การเข้าถึงบริการทางสาธารณสุขของไทย: ภาพสะท้อนและความเหลื่อมล้ำของกลุ่มเปราะบางทางสังคม*. 6(1).

ศุภย์บำบัดยาเสพติดเอกชน ภูฟ้าเรสท์โฮม. (2565). *ปัญหายาเสพติดในวัยรุ่นที่เกิดขึ้นในไทยกับความจริงที่ต้องแก้ไข*. <https://www.phufaresthome.com/blog/drug-issue-in-thai-teenager/>

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า). (2565). *ปัญหาอาชญากรรมของสังคมไทยในปัจจุบัน*.

https://nidapoll.nida.ac.th/survey_detail?survey_id=224

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2550).

<http://legacy.orst.go.th/?knowledges=อัตลักษณ์-๑๖-มิถุนายน-๒๕>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล นายพันนริศ วณิชนนทธาดา
 วัน เดือน ปีเกิด 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2544
 ที่อยู่อาศัย 64 ถ.ประชานิยม ต.บ้านโป่ง อ.บ้านโป่ง จ.ราชบุรี 70110
 การติดต่อ E-mail: safey4321@gmail.com
 เบอร์โทร: 0985093865

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2547 - 2555 โรงเรียนอุดมวิทยา
 พ.ศ. 2556 - 2561 โรงเรียนสารสิทธิ์พิทยาลัย
 พ.ศ. 2562 - 2565 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้