

VCD3906

วิธีวิจัยทางการออกแบบนิเทศศิลป์

Research Methodology
in Visual Communication Design

| Ep:3 บทที่ 2 |

January 09, 2026

Asst. Prof. Dr. Pibool Waijittragum

บทที่

2

เอกสารและ
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง / การทบทวนวรรณกรรม

- ข้อมูลเชิงลึกของสินค้า / แบนด์ / ร้านค้า / บริษัท / Story
- สถานะปัจจุบัน / SWOT / 8 P เปรียบเทียบกับคู่แข่ง
- ทฤษฎีและหลักการออกแบบที่เกี่ยวข้อง เช่น
หลักการออกแบบ, ทฤษฎีสี, หลักการใช้ตัวอักษร,
หลักการด้านภาพถ่าย, ภาพประกอบ, ภาพกราฟิก, ภาพลายเส้น, การ์ตูน
หลักการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์และหนังสือ, หลักการออกแบบสื่อดิจิทัลและมัลติมีเดีย,
หลักการออกแบบสื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กรและสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์
หลักการออกแบบภาพเคลื่อนไหวและกราฟิกเคลื่อนไหว / อินโฟกราฟิก
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ต้องใส่ภาพประกอบในแต่ละประเด็น



การออกแบบสื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กรผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกแบรนด์ Kiree

THE DESIGN OF BATIK PRODUCTS FOR KIREE

นางสาวจิตติมา สังข์รอด

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ปีการศึกษา 2567

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทำวิจัยเรื่อง การออกแบบสื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กรผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกแบรนด์ Kiree มากขึ้นทางผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นและใช้การนำเสนอเนื้อหาจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยต่างๆ เพื่อนำมาใช้แนวทางการทำวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลเบื้องต้นของแบรนด์ Kiree (คีรี)
2. การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและสื่อที่ใช้สร้างอัตลักษณ์องค์กร
3. การออกแบบกราฟิกและองค์ประกอบของกราฟิกดีไซน์
4. การออกแบบโฆษณา สิ่งพิมพ์สื่อออนไลน์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลเบื้องต้นของแบรนด์ Kiree

1.1 ที่มาและความสำคัญ ร้านของ อารีย์ และ ฉัตรชนก ขุนทน เป็นแม่ลูกคู่นี้เป็นเจ้าของแบรนด์ Kiree ผ้าบาติกสีพาสเทลหนึ่งเดียวที่ซ่อนตัวอยู่ในหุบเขาหมู่บ้านคีรีวง จ.นครศรีธรรมราช ด้วยการยืนยันที่จะไม่เล่าเรื่องทะเล ไม่มีแพตเทิร์นในการเขียนลาย ใช้สีธรรมชาติจากพืชผลทางการเกษตร และถ่ายทอดวิถีคีรีวงลงบนผืนผ้า จนเสื้อผ้าไม่มีซ้ากันสักตัวจากการเขียนมือครั้งหนึ่งขึ้น จึงจัดตั้งกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวงจึงเกิดขึ้นใน พ.ศ. 2539 เพื่อสร้างอาชีพให้กับเหล่าแม่บ้านในชุมชน และก่อกำเนิดแบรนด์ Kiree ในอีก 3 ปีต่อมา จากความสงสัยว่าวิถีชีวิตของคนได้นั้นเป็นอย่างไร ในสุราษฎร์ธานีมีผ้าไหมพรมเรียง นครศรีฯ มีผ้ายกสงขลา มีผ้าเกาะยอ ยะลาชอบผ้าปาเต๊ะ ผังอันตามันก็ทำผ้าบาติก จำแนกได้เป็นผ้าทอ ผ้าปาเต๊ะ และผ้าบาติก

1.2 ประวัติความเป็นมาของผ้าบาติก ผ้าบาติกนั้นมีการกำเนิดมาจากประเทศอินโดนีเซีย แม้ว่า การค้นพบลักษณะผ้าบาติกจากที่ดินแดนอื่นๆนอกจากอินโดนีเซียแต่ยังคงเป็นลักษณะของท้องถิ่นที่มีลวดลายสีเส้นของบาติกของอินโดนีเซีย แต่ในทางกลับกันระยะต่อมาวิธีการทำผ้าบาติกของอินโดนีเซียได้รับการเผยแพร่จากที่อื่นๆ แต่ส่วนการทำผ้าสร่งบาติกนั้นกำเนิดมาจากอินโดนีเซียแน่นอน ปัจจุบันบาติกในหลายจังหวัดประเทศไทยแต่การแพร่หลายของผ้าบาติกเข้ามาจากจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยได้รับเทคนิคจากประเทศมาเลเซีย คนไทยรู้จักผ้าบาติกลักษณะของ ผ้าพันหรือผ้าปาเต๊ะ คนในท้องถิ่นได้เรียกผ้าบาติกว่า ผ้าปาเต๊ะหรือผ้าปาเต๊ะ

1.1.2 จุดเด่นของผ้าบาติก เป็นลักษณะที่เกิดจากการเขียนลวดลายตามที่ต้องการลงบนผืนผ้า โดยใช้ปากกาเขียนเขียนจันตัง (Tjanting)จุ่มน้ำสีเขียนหรือขีดเขียนลวดลายเพื่อไม่ให้สีซึมผ่าน ซึ่งทำให้ผ้าบาติกนั้นเป็นเอกลักษณ์ประจำตัวของผ้าบาติก ที่อาจจะมีเพียงชิ้นเดียวเท่านั้น

2. การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและสื่อที่ใช้สร้างอัตลักษณ์องค์กร

2.1 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร คำว่า การออกแบบ (Design) หมายถึงการวางแผน รวบรวม หรือการจัดองค์ประกอบทั้งที่เป็นสองมิติและสามมิติเข้ากันอย่างมีหลักเกณฑ์ ทางด้านความงามประดิษฐ์สร้างสรรค์ขึ้นโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและสร้างคุณค่านิยมทางความงาม ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของงานออกแบบ คำว่า อัตลักษณ์ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Identity หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะ ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ ในปัจจุบันมีผู้ให้ความหมายและคำจำกัดความไว้อย่างมากมาย ทั้งตามพจนานุกรมและตามแนวความคิดของนักวิชาการ อธิบายความหมายของศัพท์ Identity ว่าหมายถึงคุณลักษณะเฉพาะของบุคคลหรือองค์กรที่ทำให้สาธารณชนนึกถึงและจดจำ และให้ความหมายของคำ ว่า Brand Identity ว่าหมายถึง ชุดของความคิดและคุณสมบัติเฉพาะที่องค์กรต้องการให้ผู้คนที่เชื่อมต้อ ถึงผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าของตน ได้ให้คำจำกัดความของศัพท์ Identity เป็นข้อๆ ไว้ ดังนี้



5. สถานะของบุคคลหรือสิ่งของซึ่งสามารถอธิบายหรืออ้างสิทธิ์ได้

2.2 สื่อที่ใช้สร้างอัตลักษณ์องค์กร การสร้างสิ่งที่แสดงถึงตัวตนขององค์กร ที่สร้างความแตกต่างให้กับองค์กรนั้นๆ มีองค์ประกอบดังนี้

2.2.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) ตราสัญลักษณ์นับเป็นกุญแจสำคัญที่จะก่อให้เกิดระบบอัตลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพ เครื่องหมายที่สร้างขึ้นอาจเป็นเพียงการใช้ชื่อ ตัวอักษร หรืออาจเป็นการผสมผสาน ระหว่างภาพกับตัวอักษร หรือภาพที่เกิดจากองค์ประกอบกราฟิก เครื่องหมายนั้นอาจสื่อความหมาย โดยตรงถึงชื่อหรือลักษณะของธุรกิจที่บริษัทนั้นดำเนินการอยู่ หรืออาจเป็นภาพนามธรรม ซึ่งไม่มีความหมายใดๆ ก็ได้

2.2.2 ข้อความประกอบ (Tag Line) ข้อความประกอบเป็นข้อความสั้นๆ ที่อธิบาย ถึงความเป็นองค์กรที่วางอยู่ได้ชื่อหรือสัญลักษณ์ เพื่อเป็นการอธิบายถึงคุณลักษณะเฉพาะขององค์กร สินค้าหรือบริการนั้นๆ

2.2.3 สีอัตลักษณ์ (Color Signature) สีจัดว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ใช้เป็นตัวแทนองค์กรได้เป็นอย่างดีมีที่มาจากสีของสัญลักษณ์ที่นำออกแบบสร้างให้เกิดการจดจำขึ้นในใจผู้บริโภค

2.2.4 ตัวอักษร (Typography) ในการวางระบบอัตลักษณ์จำเป็นต้องมีการกำหนดแบบตัวอักษรที่ใช้ในงานทั้งระบบโดยทั่วไป นักออกแบบมักจะกำหนดแบบตัวอักษร (Font) ที่ใช้กับสัญลักษณ์

2.2.5 ภาพอัตลักษณ์ (Imagery) ภาพทำให้แบรนด์เกิดบุคลิก เรื่องราว โน้มนำความรู้สึกผู้รับสารให้ เป็นไปตามที่แบรนด์ต้องการสื่อสารตนเองได้ง่าย

3.การออกแบบกราฟิกและองค์ประกอบของกราฟิกดีไซน์

กราฟิกดีไซน์เป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญของทุกองค์กรในการสื่อสาร มีส่วนในการสร้างการรับรู้ สร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างการจดจำของแบรนด์ มีองค์ประกอบดังนี้

3.1 สี (colour) สีถูกนำมาใช้เพื่อสร้างความน่าสนใจ สื่ออารมณ์ เน้นย้ำความสำคัญ สร้างแบรนด์ และสร้างความต่อเนื่องของงานออกแบบ สีในงานกราฟิกจะมีทั้งสีหลัก สีรอง และกลุ่มสี ที่เมื่ออยู่ด้วยกันแล้วเกิดความกลมกลืน ทำให้ชิ้นงานนั้นน่าสนใจ นอกจากนี้สีแต่ละสีต่างก็มอบความรู้สึกที่แตกต่างกัน ดังนั้นกราฟิกดีไซน์เนอร์จึงต้องเข้าใจ colour psychology และมี sense ในการเลือกใช้สีและจับคู่สีด้วย

3.2 เส้น (line) ในงานออกแบบกราฟิก เส้นถูกนำมาใช้ด้วยวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย เช่น การเน้นข้อความ การสร้างความเชื่อมโยงหรือความต่อเนื่องของเนื้อหา การแบ่งหัวข้อเพื่อให้อ่านง่าย การสร้างสไตล์ที่ชัดเจน

3.3 ขนาด (size) ขนาดเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการจัดองค์ประกอบของงานออกแบบกราฟิก ไม่ว่าจะเป็นขนาดของภาพ ตัวอักษร หรือแม้แต่พื้นที่ว่าง

3.4 พื้นที่ว่าง (space) พื้นที่ว่างเป็นองค์ประกอบสำคัญในงานออกแบบ เพราะมันช่วยให้งานออกแบบชิ้นหนึ่ง ๆ ดูสะอาดตา โดดเด่น มีพลัง และที่สำคัญคือช่วยให้ข้อความชัดเจน อ่านง่ายขึ้นได้

3.5 การตัดกัน (contrast) การเปรียบเทียบกันของสี รูปทรง และขนาด ทั้ง ใหญ่/เล็ก หนา/บาง สว่าง/มืด เมื่อนำมาใช้ในงานออกแบบจะช่วยสร้างมิติให้กับชิ้นงาน ทำให้บอกเล่าเรื่องราวที่นักออกแบบต้องการสื่อ

3.6 ฟอนต์ (font) ฟอนต์ก็คือหน้าตาของตัวอักษรที่ปรากฏในงานออกแบบ ซึ่งฟอนต์ที่แตกต่างกันก็จะช่วยสร้างเอฟเฟกต์ที่เราต้องการได้ เช่น อ่านง่ายสบายตา ความมีชีวิตชีวา ความเป็นกันเอง ความทันสมัย หรือสร้างความขึงขังเป็นทางการ

3.7 กริด (grid) ริดเกิดจากเส้นในแนวตั้งตัดกันกับเส้นในแนวนอนเกิดเป็นสี่เหลี่ยมในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งดีไซน์เนอร์จะนำโครงสร้างนี้มาใช้ในการวางเลย์เอาต์ในงานออกแบบเพื่อจัดวางตำแหน่งของภาพและเนื้อหาให้เกิดความเป็นระเบียบ นำสายตา เรียงลำดับความสำคัญ สร้างความสมดุลและความลงตัว

4. การออกแบบโฆษณา สิ่งพิมพ์สื่อออนไลน์

4.1 การออกแบบโฆษณา สิ่งพิมพ์



4.1.1 วัตถุประสงค์ของงานพิมพ์ โดยพิจารณาว่าสิ่งพิมพ์นั้นมีกลุ่มเป้าหมายเป็นบุคคลใด เพศ วัย ระดับการศึกษา หรืออาชีพใด ซึ่งคุณสมบัติของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวนี้ผู้ออกแบบสิ่งพิมพ์จะต้องรับทราบจากผู้ผลิตสินค้าหรือบริการที่ต้องการใช้สิ่งพิมพ์ที่ว่านี้ช่วยประชาสัมพันธ์หรือส่งเสริมยอดขาย

4.1.2 รูปร่างของงานพิมพ์ โดยปกติรูปร่างของกระดาษที่เป็นมาตรฐานในการพิมพ์วัสดุทั่วไป คือ รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าทั้งแนวตั้ง และแนวนอน ในปัจจุบันมีการออกแบบรูปร่างงาน พิมพ์ที่แปลกและหลากหลายเพื่อดึงดูดความสนใจเช่น การตัดหรือบีบให้เกิดรูปร่างโค้ง เว้า หรือยื่นออกนอกขอบกระดาษ เป็นต้น

4.1.3 จุดสนใจของงานพิมพ์ โดยทั่วไปการออกแบบสิ่งพิมพ์ มักจะมุ่งความสำคัญไปที่ปกของสิ่งพิมพ์ ในกรณีที่มิมีลักษณะเป็นเล่ม หรือหน้าแรกในกรณีที่เป็นแผ่นพับหรืออื่นๆ ที่มีลักษณะเดียวกัน

4.1.4 ขนาดของกระดาษสิ่งพิมพ์ องค์ประกอบข้อนี้จะขึ้นอยู่กับขนาดของกระดาษ เช่น กระดาษขนาด 31x43 นิ้วที่ในไทยนิยมใช้และเมื่อนำ มาตัดครึ่งหนึ่งก็จะได้กระดาษขนาดตัด 2 ส้ำ สำหรับใช้การพิมพ์ภาพโฆษณา หรือในการพิมพ์หนังสือ ก็จะนิยมใช้กระดาษตัด 4 หรือขนาด 25x21 นิ้ว ซึ่งเรียกว่ากระดาษ 1 ยก เป็นต้น

4.1.5 ศักยภาพของระบบการพิมพ์ ระบบการพิมพ์แต่ละระบบจะมีข้อดีข้อด้อยแตกต่างกัน ซึ่งการทำความเข้าใจกับการพิมพ์แต่ละระบบอย่างถ่องแท้จะทำให้เป็นผลดีต่อการจัดสรรค่าใช้จ่ายและสอดคล้องกับลักษณะของ การพิมพ์และสิ่งพิมพ์ที่ออกแบบไว้

4.2 สิ่งพิมพ์สื่อออนไลน์ การประมวลผลจากข้อมูล นำเข้าในคอมพิวเตอร์ ผ่านการประมวลผลและทำการแสดงผลเป็น อักษร ข้อความ ภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว และวีดิทัศน์ โดยอาศัยเทคโนโลยี ความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์

4. งานวิจัยเกี่ยวข้อง

ทวีรัตน์ กุลดำรงวิวัฒน์(2543) ได้ศึกษาเรื่อง ประเภทและลักษณะรูปแบบของลวดลายบน ผลิตภัณฑ์บาติกที่ผู้ซื้อต้องการซื้อและเทคนิคเชิงพาณิชย์ในการทำผ้าบาติกในจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัย พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการทำผ้าบาติกในจังหวัดภูเก็ต จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการ ทำผ้าบาติกของจังหวัดภูเก็ตเป็นช่างลงสีมากที่สุด ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการทำบาติกเกี่ยวกับ เรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์บาติกในจังหวัดภูเก็ตที่ผู้ซื้อต้องการซื้อ การผลิตจะใช้ผ้าคอตตอน (Cotton) 100% มากที่สุด และความคิดเห็นของกลุ่ม

ผู้ประกอบการทำบาติกเกี่ยวกับเรื่องลักษณะรูปแบบของ ลวดลายบนผลิตภัณฑ์บาติกของจังหวัดภูเก็ตที่ผู้ซื้อต้องการซื้อ ลักษณะเนื้อหาเรื่องราวของลวดลาย บนผลิตภัณฑ์บาติกในจังหวัดภูเก็ตที่ผู้ซื้อต้องการซื้อ ขนาดของลวดลายของผลิตภัณฑ์บาติกในจังหวัด ภูเก็ตที่ผู้ซื้อต้องการซื้อ จากการศึกษาพบว่า ขนาดของลวดลายบนผลิตภัณฑ์บาติกที่ผู้ซื้อต้องการซื้อ เป็นลวดลายขนาดกลางมากที่สุด ลักษณะสีเส้นของลวดลายบนผลิตภัณฑ์บาติกในจังหวัดภูเก็ตที่ผู้ซื้อ ต้องการซื้อ จากการศึกษาพบว่า โทนสีบนผลิตภัณฑ์บาติกที่ผู้ซื้อต้องการซื้อ มีลักษณะผสมผสาน ระหว่างสีโทนร้อนกับสีโทนเย็นมากที่สุด ความสว่างของสีที่ใช้ระบายลวดลายบนผลิตภัณฑ์บาติกที่ผู้ซื้อ ต้องการซื้อใช้สีที่มีความสว่างปานกลางมากที่สุดตระกูลสีที่ใช้ระบายลวดลายบนผลิตภัณฑ์บาติกที่ผู้ซื้อต้องการซื้อเป็นตระกูลสีน้ำเงินมากที่สุด

ศุภฤกษ์ ทองประยูร (2546) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบลวดลายศิลปะผ้าบาติก ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะของรูปแบบลวดลายที่ปรากฏเป็นภาพรวมมี รูปแบบลวดลายที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สีสดใส ประกอบด้วยรูปแบบลวดลายของดอกไม้ สัตว์ ต้นไม้ ทิวทัศน์ เรขาคณิต ลายไทย และอื่น ๆ ที่ไม่เจาะจง ลักษณะของลายเส้นรูป และพื้นเกิดเป็นมิติตามหลักการออกแบบลวดลายและทฤษฎีสี มีลักษณะเด่นของแต่ละจังหวัด คือ จังหวัดสงขลานิยมเขียนรูปแบบลวดลายของดอกกล้วยไม้และปลาใต้ท้องทะเล ลักษณะของลายเส้น รูปและพื้นด้วยเส้นเทียนที่อ่อนช้อย ประกอบด้วย สีเส้นตามธรรมชาติเกิดมิติการทับซ้อนของสี จังหวัดสตูลนิยมเขียนรูปแบบลวดลายของดอกกาหลง ปลาใต้ท้องทะเล และภาพทิวทัศน์ของเกาะ ไข่ เป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดโดยการถ่ายทอดรูปแบบจากธรรมชาติเป็นลายเส้นเทียน ใช้เทคนิคการ ทับซ้อนของสีให้เกิดมิติอ่อนแก่ สีเดียวและหลายสี จังหวัดปัตตานีนิยมเขียนเป็นรูปแบบลวดลาย ดอกชบา ดอกบานบุรี ต้นมะพร้าว และภาพทิวทัศน์ เน้นลายเส้นเทียนลงสีแบน ๆ ให้เกิดรูปและ พื้นในส่วนขอรูปแบบลวดลายดอกไม้ ต้นมะพร้าวไม่เน้นความเป็นจริงตามธรรมชาติ ส่วนภาพ ทิวทัศน์จะถ่ายทอดความเป็นจริงที่มองเห็นเน้นความเหมือน และบรรยากาศของธรรมชาติที่เป็นงาน จิตรกรรมภาพฝาผนังมากกว่างานผลิตภัณฑ์ จังหวัดยะลานิยมเขียนรูปแบบลวดลายของดอกศรี ยะลา ดอกกล้วยไม้ ภาพนก และปลาใต้ท้องทะเล ลักษณะลายเส้นเทียนลงสีเดียวและหลายสีที่ ใกล้เคียงกับธรรมชาติ



unit 2
End

VCD3906

วิธีวิจัยทางการออกแบบนิเทศศิลป์

Research Methodology
in Visual Communication Design

| Ep:3 Design Brief Comment |

January 09, 2026

Asst. Prof. Dr. Pibool Waijittragum

Design Brief ที่ดี = หัวข้อวิจัยที่เป็นไปได้

ข้อมูลใน Design Brief ที่มีรายละเอียดครบถ้วน มีเหตุผลที่น่าเชื่อถือ ช่วยให้จินตนาการได้ว่า คุณมีความสนใจประเด็นไหน ปัญหาคือ อะไร มีวัตถุประสงค์จะศึกษาอะไร แก้อะไร ต้องการออกแบบอะไร ออกแบบให้ใคร นำไปใช้ประโยชน์อย่างไร ใครเป็นกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดและมูด์แอนด์โทนเป็นอย่างไร และที่สำคัญคือ จะออกแบบชิ้นอะไรบ้าง จำนวนกี่ชิ้น ขนาดเท่าไร ใช้สื่อประเภทไหน

Design Brief - สำหรับหัวข้อวิจัย (เขียนให้จบในหน้าเดียวเท่านั้น)			
ชื่อ - นามสกุล	นางสาวกนกวรรณ มั่นคง	เลขประจำตัว	66126606024
ชื่องาน (Title)	การออกแบบคาแรคเตอร์จากรสชาติอาหารไทยทั้งเจ็ด เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และความเชื่อของสังคมไทยร่วมสมัย		
ประวัติความเป็นมา (Background)	อาหารไทยเป็นหนึ่งในมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมของประเทศไทยกับนานาประเทศมาอย่างยาวนาน โดย “รสชาติ” ถือเป็นหัวใจสำคัญที่หล่อหลอมเอกลักษณ์ของอาหารไทย ไม่ว่าจะเป็นรสหวาน เปรี้ยว เค็ม เผ็ด ขม มัน และฝาด ซึ่งแต่ละรสมีที่มา ความหมาย และอิทธิพลจากบริบททางสังคมและเชื้อชาติที่แตกต่างกัน		
สิ่งที่อยากแก้ไข (Problem)	<ol style="list-style-type: none"> 1. รสชาติอาหารไทยมักถูกนำเสนอในเชิงรูปธรรม (ตัวอาหาร) มากกว่าการตีความเชิงนามธรรม 2. ยังไม่มีงานออกแบบหรือวิจัยที่นำ “รสชาติอาหารไทย” มาใช้เป็นแนวคิดหลักในการสร้างคาแรคเตอร์อย่างเป็นระบบ 3. คนรุ่นใหม่อาจรับรู้คุณค่าของอาหารไทยเพียงในมิติการบริโภค แต่ยังไม่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม 		
วัตถุประสงค์ (Objective)	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อศึกษาแนวคิด ความหมาย และที่มาของรสชาติอาหารไทยทั้งเจ็ดในบริบททางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ 2. เพื่อสำรวจการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับบุคลิก อารมณ์ และสีที่สัมพันธ์กับรสชาติแต่ละประเภท 3. เพื่อออกแบบคาแรคเตอร์เทพเจ้าที่สะท้อนรสชาติอาหารไทยทั้งเจ็ดในรูปแบบร่วมสมัย 4. เพื่อสร้างแนวทางการใช้คาแรคเตอร์เป็นสื่อกลางในการสื่อสารอัตลักษณ์อาหารไทยแก่คนรุ่นใหม่ 		
กลุ่มเป้าหมาย (Target Group)	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มวัยรุ่นและคนรุ่นใหม่ อายุประมาณ 15-30 ปี 2. นักเรียน นักศึกษา และผู้ที่สนใจงานออกแบบ คาแรคเตอร์ และวัฒนธรรมไทย 3. ผู้ที่สนใจอาหารไทยในเชิงวัฒนธรรม ไม่จำกัดเฉพาะสายอาหาร 		
แนวคิดของงาน (Concept)	<p>“รสชาติคือบุคลิก รสชาติคือความเชื่อ และรสชาติคือวัฒนธรรมที่มีชีวิต”</p> <p>นำรสชาติอาหารไทยทั้งเจ็ดมาตีความเป็นตัวตนของเทพเจ้าแต่ละองค์ โดยเชื่อมโยง</p> <ul style="list-style-type: none"> • รสชาติ → อารมณ์ → บุคลิกภาพ • ประวัติที่มาจากรสชาติ → อิทธิพลจากต่างชาติ → รูปแบบการแต่งกาย • ความเชื่อของสังคมไทย → การนับถือเทพ เทวดา และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 		
สาระสำคัญที่ใช้สนับสนุนแนวคิด (Support)	<ul style="list-style-type: none"> • งานวิจัยด้านการสื่อความหมายรสชาติอาหารผ่านภาพและสี • ข้อมูลประวัติศาสตร์อาหารไทยและอิทธิพลจากต่างชาติ • แนวคิดการออกแบบคาแรคเตอร์และการสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม • ผลจากแบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับรสชาติ อารมณ์ บุคลิก และสี 		
รูปแบบของงาน (Mood & Tone)	<ul style="list-style-type: none"> • ร่วมสมัย (Contemporary) • มีความศักดิ์สิทธิ์แบบเทพเจ้า แต่เข้าถึงง่าย • สีเส้นชัดเจน สื่ออารมณ์ของรสชาติแต่ละประเภท • ผสมผสานความเป็นไทยกับอิทธิพลวัฒนธรรมต่างชาติในอดีต 		
ชิ้นงานที่จะออกแบบ (Design Scope)	<ol style="list-style-type: none"> 1. คาแรคเตอร์เทพเจ้า 7 ตัว แทนรสชาติอาหารไทยทั้งเจ็ด 2. Character Sheet (บุคลิก เรื่องราว สี องค์ประกอบ) 3. งานนำเสนอ เช่น โปสเตอร์ / Mockup สื่อ / แนวคิดการต่อยอด (เกม, บุธ, ของที่ระลึก) 		

Animation, Web Toon, MV

- การออกแบบคอนเซ็ปอาร์ตและตัวละครเรคเตอร์ดีไซน์ให้ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง Zootopia (นครสัตว์มหาสงคราม)
- การออกแบบ music video ประกอบเพลง ๖ เพลงในใจ
- การออกแบบภาพเคลื่อนไหว (ชื่อเรื่องอะไร)
- การออกแบบอนิเมชันเรื่องสั้น 2D โพรโมทมหาลัย เรื่อง อยู่ๆฉันก็ย้อนมาเป็นเด็กสวนวัง

Board Game, Card Game

- การออกแบบ Visual novel (Otome game)
- การออกแบบสื่อการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายบอร์ดเกม”อียิปต์กับโลกหลังความตาย”
- การออกแบบคาแรคเตอร์เกมจับหนุ่มแนว 2 มิติ จากดอกไม้ไทย
- Ramen Reverie (มีเฉพาะชื่อเรื่อง แต่ไม่บอกว่าจะทำอะไร)
- การออกแบบ concept art เกม RPG ธีมแฟนตาซียุคกลาง (ชื่อเกมอะไร)
- การออกแบบตัวอย่างเกม “สัตว์ในวรรณคดี”
- การออกแบบ เกมวิชวลโนเวลที่เกี่ยวข้องกับโรคทางจิตเวช (ชื่อเกมอะไร)
- การออกแบบตัวอย่างเกมสืบสวน (ชื่อเกมอะไร)
- การออกแบบบอร์ดเกมแต่งตัวเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการค้นหาตัวตนของเด็ก (ชื่อเกมอะไร)

Character Design, Concept Art Design

- การออกแบบ CONCEPT ART GAME (ชื่อเกมอะไร)
- การออกแบบตัวละครจากอาวุธของไทย “ดาบ”
- การออกแบบคาแรคเตอร์ตัวละคร (Character Design) (ชื่อเรื่องอะไร)
- การออกแบบคาแรคเตอร์ตัวละครและองค์ประกอบแวดล้อม”ปลากัด”
- การออกแบบ Character design “The Natural Disaster”
- การออกแบบคาแรคเตอร์จากรสชาติอาหารไทยทั้งเจ็ด เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และความเชื่อของสังคมไทยร่วมสมัย (เอาไปใช้ประโยชน์ยังไง เช่น ทำเป็นหนังสือ การ์ตูน)
- การออกแบบคาแรคเตอร์และองค์ประกอบแวดล้อมเพื่อประชาสัมพันธ์ “ออกแบบนิเทศศิลป์”
- การออกแบบคาแรคเตอร์ตัวละครและองค์ประกอบแวดล้อม “Spirit of the Old year”

Publication Design, Graphic Novel

- การออกแบบหนังสือภาพประกอบให้ความรู้เกี่ยวกับวาฬบลูดำในทะเลไทย
- Last Reser Reform แพนการปฏิรูปอะคาเดมี่ก่อนวันสิ้นโลกของริชเชอร์คนสุดท้าย (E-book)
- ออกแบบหนังสือการ์ตูนให้กับคณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- การออกแบบหนังสือการ์ตูนเรื่องสั้น (One-shot Manga) ความยาว 30 หน้า รูปเล่มขนาด A5
- การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์แบบโปสเตอร์เพื่อถ่ายทอดความรู้ เรื่องสิ่งเล็กๆ ภายในตัวมนุษย์ที่เราไม่เคยสังเกต (ควรตั้งชื่อเรื่อง แทนการบรรยายเนื้อหา)
- การออกแบบภาพประกอบเพื่อสื่อสารเส้นทางการเรียนรู้และการเติบโตของนักศึกษาในรั้วมหาวิทยาลัย (ควรตั้งชื่อเรื่อง ทำอะไร ทำให้ใคร แทนการบรรยายเนื้อหา)
- การออกแบบเมืองที่เคลื่อนไหว : การออกแบบภาพประกอบเพื่อถ่ายทอดประสบการณ์กรุงเทพมหานคร
- การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประกอบหนังสือวรรณกรรมประเภทบันเทิงคดี (ทำอะไร ไม่ชัดเจน)

Publication Design, Graphic Novel (ต่อ)

- การออกแบบหนังสือการ์ตูนเทพจอมบีในแบบลายเส้นไทย
- การออกแบบภาพประกอบ(นิยายภาพ) (ชื่อเรื่องอะไร)
- การออกแบบหนังสือภาพประกอบบอกเล่าเรื่องราววิถีชีวิตแบบไทย (ระบุด้วยว่า วิถีชีวิตแบบไทย ยังไง ทำให้เห็นเป็นรูปธรรม)
- การออกแบบหนังสือมังงะแนวคิดและจิตวิทยา (ชื่อเรื่องอะไร)
- การออกแบบสื่อสร้างสรรค์และภาพประกอบคู่มือสำหรับผู้เลี้ยงแมวมือใหม่
- การออกแบบคาแรกเตอร์ตัวละครและองค์ประกอบแวดล้อมเชิงเสียดสีภายใต้แนวคิด “Knock, knock”

Printing Design, Print Ad and Media

- การออกแบบดีไซน์โปสเตอร์โฆษณา (**แบรนด์สินค้าอะไร**)
- ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ให้มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Corporate Identity Design and Media

- การออกแบบ CI ร้านข้าวแกงใต้สมบูรณ์
- การออกแบบ Corporate Identity and Communication Design แผ่นดินดอยลอยฟ้าและกาชาดอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก
- การออกแบบสื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กร(ขนมแม่เรียน)
- การออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์(CI) สำหรับแบรนด์น้ำหอมประเทศไทย ที่มีชื่อว่า “เจษฎา”
- การออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์และบรรจุภัณฑ์ชุดอุปกรณ์ลดความเครียดแบบพกพาสำหรับคนวัยทำงาน (ทำให้สินค้าแบรนด์อะไร แทนการบรรยายเนื้อหา)
- การออกแบบสื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กร บริษัททัวร์ เอสเอ็น อุมเราะห์ เซอร์วิส
- การออกแบบกลยุทธ์ทางตลาดเพื่อปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของแบรนด์ รัชพัฒน์
- การออกแบบอัตลักษณ์ภาพและสินค้าที่ระลึกสำหรับศิลปินเพื่อสร้างการจดจำ และเพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์ (ทำให้สินค้าแบรนด์อะไร แทนการบรรยายเนื้อหาที่ไม่จำเป็น)

Packaging Design and Display Unit

- การออกแบบสื่อการตลาดเพื่อส่งเสริมสินค้าและบรรจุภัณฑ์การขายน้ำมันนวดคลายเส้น “ยักษ์วัดโพธิ์”
(ขอบเขตการออกแบบบอกว่า: บรรจุภัณฑ์ 1 กล่อง จะมีความแตกต่างที่ลวดลายของตัวยักษ์)
- การออกแบบผลิตภัณฑ์แพ็คเกจจิ้ง (ทำให้สินค้า แปรนตร์อะไร)

Online Marketplace Media, Website, Application

- การออกแบบสื่อดิจิทัลจากผลงานศิลปะของเด็กออกทีสติก เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการสื่อสาร (ไม่ใช่งานออกแบบ แต่เป็นสื่อการสอนหรือกระบวนการบำบัด)
- การออกแบบสื่อเชิงโต้ตอบเพื่อแสดงให้เห็นคุณค่าของสิ่งที่ถูกมองข้ามผ่านดอกไม้ริมทาง (เข้าใจยาก ไม่รู้ว่าจะออกแบบอะไร เอาไปใช้ประโยชน์ยังไง)

Environment Graphic, Signage Design

- การออกแบบระบบกราฟิกสำหรับงานแต่งงานโดยใช้แนวคิด Wedding Box Set เพื่อถ่ายทอดและจัดเก็บความทรงจำ

ไม่ใช้งานออกแบบนิเทศศิลป์ / ทำต่อไม่ได้

- การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ลวดลายผ้าโพกศีรษะ 4 ฤดู (ออกแบบผลิตภัณฑ์)
- การออกแบบผลิตภัณฑ์จากเปลือกหอยเพื่อเพิ่มมูลค่าวัสดุธรรมชาติอย่างยั่งยืน (ออกแบบผลิตภัณฑ์)
- การออกแบบภาพประกอบลายเส้นเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของนิสิตยุคดิจิทัล (ออกแบบลายเส้น)
- การออกแบบผลิตภัณฑ์แฮนด์เมดจากเศษผ้า เพื่อสร้างคุณค่าใหม่และการเยียวยาทางจิตใจ (ออกแบบผลิตภัณฑ์)
- พจนานุกรมนอกห้องเรียน (ไม่รู้อะไรจะทำอะไร ข้อมูลในดีไซน์บรีฟ น้อยมากจนไม่สามารถยอมรับได้)
- การออกแบบสื่อออนไลน์เพื่อการโปรโมทเกมและแอนิเมชันด้วยคอสเพลย์ (ไม่รู้อะไรจะทำอะไร)
- การออกแบบชุดสมุดบันทึกเชิงสร้างสรรค์ (เข้าใจยาก ไม่รู้อะไรจะทำอะไร เอาไปใช้ประโยชน์ยังไง)
- การออกแบบภาพวาดเดี่ยวเพื่อถ่ายทอดอารมณ์ (เข้าใจยาก ไม่รู้อะไรจะทำอะไร ใช้ประโยชน์ยังไง)
- การออกแบบ.....แบรนด์สัตว์เอ็กซ์โซติก (ไม่เข้าใจ ไม่รู้อะไรจะทำอะไร ใช้ประโยชน์ยังไง)
- การออกแบบสื่อกราฟิกโดยใช้แนวคิดศิลปะร่วมสมัย (ไม่เข้าใจ ไม่รู้อะไรจะทำอะไร ใช้ประโยชน์ยังไง)
- Emotional and Gemstones (มีเฉพาะชื่อเรื่อง แต่ไม่บอกว่าจะทำอะไร)

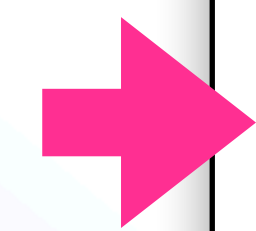
| ตัวอย่าง ชื่อหัวข้อวิจัย |

- ออกแบบหนังสือการ์ตูน, ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์, ออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา, ออกแบบบรรจุภัณฑ์
- ออกแบบสื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กร, ออกแบบสื่อการตลาดออนไลน์
- ออกแบบสื่อส่งเสริมการตลาด (Merchandise Media / Mascot)
- ออกแบบสื่อเพื่อสภาพแวดล้อม, ออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์, ออกแบบสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
- ออกแบบกราฟิกเคลื่อนไหว (Info Graphic / Motion Graphic),
ออกแบบภาพเคลื่อนไหว (Animation)
- ออกแบบสิ่งพิมพ์สำหรับเกม (Game Card), ออกแบบตัวอย่างเกม (Teaser / Trailer)
- ออกแบบคาแรกเตอร์ตัวละครและองค์ประกอบแวดล้อม (Character Design, Concept Art Set),
- ออกแบบสื่อการตลาดสำหรับอาร์ตทอย, ออกแบบสื่อการตลาดสำหรับศิลปะดิจิทัล
(Art Toys Media, NFT Media)

เอกสารนำเสนอหัวข้อวิจัย

1. ชื่อหัวข้อวิจัย

ต้องเริ่มต้นด้วยคำว่า **การออกแบบ.....**



เอกสาร 001

เอกสารประกอบการนำเสนอหัวข้อวิจัย

ชื่อและนามสกุล	เลขประจำตัวนักศึกษา
นางสาวลิซ่า พิงค์ดำ	63126606000

ชื่อหัวข้อวิจัย

การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซ สำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง

ข้อมูลเบื้องต้น (สรุปแบบสั้นๆ ไม่เกิน 10 บรรทัด)

อีเล็กทรอนิกส์ คอมเมิร์ซ (Ecommerce) เป็นรูปแบบการขายสินค้าหรือบริการที่ทำผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมาก เพื่อสร้างเครื่องมือสนับสนุนการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ที่แก้ปัญหาความยุ่งยากซับซ้อนในการทำธุรกิจแบบดั้งเดิม อีเล็กทรอนิกส์ คอมเมิร์ซ เป็นเครื่องมือค้าขายบนโลกออนไลน์ ที่มีผู้ใช้บริการทั่วโลก กว่า 2.4 พันล้านคน การออกแบบแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ (UX / UI Design) ทำให้กิจกรรมใน อีคอมเมิร์ซ น่าสนใจและใช้งานง่าย เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้งาน เป็นโปรแกรมที่อำนวยความสะดวกเพื่อให้บริการด้านต่าง ๆ ที่ออกแบบมาให้ใช้กับโทรศัพท์มือถือ (Mobile) และคอมพิวเตอร์พกพาแบบหน้าจอสัมผัส (Tablet)

กลุ่มผู้ประกอบการสินค้าจากการเกษตร จังหวัดระนอง มีรายได้หลักมาจากการค้าปาล์ม น้ำมัน พริกไทยและผักเหียง แคมเข้าไประหว่างต้นปาล์ม ทำปุ๋ยหมักขึ้นใช้เอง เลี้ยงผึ้งโพรงเพื่อช่วยผสมเกสรของปาล์ม น้ำมัน และเก็บน้ำผึ้งเพื่อจำหน่ายแปรรูปผลผลิตจากไร่เป็นผลิตภัณฑ์พร้อมรับประทานที่มีคุณภาพสูง สร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นທີ່จดจำของผู้บริโภคในกลุ่มตลาดคัดสรร (Premium Market) โดยใช้กลยุทธ์ท้องถิ่นวิถีตน (Localization) ในการสร้างความต้องการ Marketing needs ผ่าน Local Wisdoms

ปัญหา / ความสนใจ

1. แอปพลิเคชันที่มีรูปแบบน่าสนใจควรเป็นอย่างไร
2. จะใช้องค์ประกอบการด้านการออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดียอย่างไร เพื่อให้ได้แอปพลิเคชันที่ใช้งานได้ง่าย

วัตถุประสงค์ (ไม่เกิน 3 ข้อ)

1. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบแอปพลิเคชัน สำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง
2. เพื่อออกแบบแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ ที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง
3. เพื่อออกแบบแอปพลิเคชันในเว็บไซต์ สำหรับประชาสัมพันธ์ธุรกิจอีคอมเมิร์ซสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง

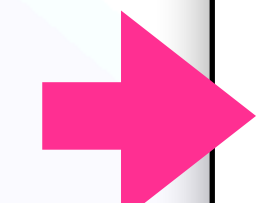
ขอบเขตของการออกแบบ (ระบุลักษณะของสื่อและจำนวนชิ้นงาน)

1. แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ 1 ชุด เพื่อทำธุรกรรมอีคอมเมิร์ซ
2. แอปพลิเคชันในเว็บไซต์ 1 เว็บ เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
3. สื่อมัลติมีเดียสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค 3 คลิป
4. สื่อกราฟิกสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ 3 แบบ
5. สื่อขายตรง (Direct Mail) สำหรับลูกค้าในฐานะข้อมูล

เอกสารนำเสนอหัวข้อวิจัย

2. ข้อมูลเบื้องต้น

บรรยายจุดเด่นของสินค้า ความโดดเด่นหรือความน่าสนใจของเรื่องที่ต้องการจะทำ หรือแรงบันดาลใจที่ต้องการทำสิ่งนั้น



เอกสาร 001

เอกสารประกอบการนำเสนอหัวข้อวิจัย

ชื่อและนามสกุล	เลขประจำตัวนักศึกษา
นางสาวลิซ่า พิงค์ดำ	63126606000

ชื่อหัวข้อวิจัย

การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซ สำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง

ข้อมูลเบื้องต้น (สรุปแบบสั้นๆ ไม่เกิน 10 บรรทัด)

อิเล็กทรอนิกส์ คอมเมิร์ซ (Ecommerce) เป็นรูปแบบการขายสินค้าหรือบริการที่ทำผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมาก เพื่อสร้างเครื่องมือสนับสนุนการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ที่แก้ปัญหาความยุ่งยากซับซ้อนในการทำธุรกิจแบบดั้งเดิม อิเล็กทรอนิกส์ คอมเมิร์ซ เป็นเครื่องมือค้าขายบนโลกออนไลน์ ที่มีผู้ใช้บริการทั่วโลก กว่า 2.4 พันล้านคน การออกแบบแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ (UX / UI Design) ทำให้กิจกรรมใน อีคอมเมิร์ซ น่าสนใจและใช้งานง่าย เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้งาน เป็นโปรแกรมที่อำนวยความสะดวกเพื่อให้บริการด้านต่าง ๆ ที่ออกแบบมาให้ใช้กับโทรศัพท์มือถือ (Mobile) และคอมพิวเตอร์พกพาแบบหน้าจอสัมผัส (Tablet)

กลุ่มผู้ประกอบการสินค้าจากการเกษตร จังหวัดระนอง มีรายได้หลักมาจากการค้าปาล์ม น้ำมัน พริกไทยและผักเหียง แคมเข้าไประหว่างต้นปาล์ม ทำปุ๋ยหมักขึ้นใช้เอง เลี้ยงผึ้งโพรงเพื่อช่วยผสมเกสรของปาล์ม น้ำมันและเก็บน้ำผึ้งเพื่อจำหน่ายแปรรูปผลผลิตจากไร่เป็นผลิตภัณฑ์พร้อมรับประทานที่มีคุณภาพสูง สร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในกลุ่มตลาดคัดสรร (Premium Market) โดยใช้กลยุทธ์ท้องถิ่นวิถีตน (Localization) ในการสร้างความต้องการ Marketing needs ผ่าน Local Wisdoms

ปัญหา / ความสนใจ

1. แอปพลิเคชันที่มีรูปแบบน่าสนใจควรเป็นอย่างไร
2. จะใช้องค์ประกอบการออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดียอย่างไร เพื่อให้ได้แอปพลิเคชันที่ใช้งานได้ง่าย

วัตถุประสงค์ (ไม่เกิน 3 ข้อ)

1. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบแอปพลิเคชัน สำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง
2. เพื่อออกแบบแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ ที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง
3. เพื่อออกแบบแอปพลิเคชันในเว็บไซต์ สำหรับประชาสัมพันธ์ธุรกิจอีคอมเมิร์ซสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง

ขอบเขตของการออกแบบ (ระบุลักษณะของสื่อและจำนวนชิ้นงาน)

1. แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ 1 ชุด เพื่อทำธุรกรรมอีคอมเมิร์ซ
2. แอปพลิเคชันในเว็บไซต์ 1 เว็บ เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
3. สื่อมัลติมีเดียสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค 3 คลิป
4. สื่อกราฟิกสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ 3 แบบ
5. สื่อขายตรง (Direct Mail) สำหรับลูกค้าในฐานะข้อมูล

เอกสารนำเสนอหัวข้อวิจัย

3. ปัญหาของการวิจัย / ความสนใจ

- เขียนจากประเด็นปัญหาที่พบ เช่น รูปแบบเก่า เซย ล้าสมัย ไม่ได้ปรับปรุงนานแล้ว ใช้สื่อไม่เหมาะกับยุคสมัยทำให้ที่เข้าถึงยาก ไม่เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค

- เขียนจากแรงบันดาลใจ (Passion) ทำเรื่องเก่าขึ้นมาใหม่ (Remake - Cover) ด้วยสื่อมัลติมีเดีย ดิจิทัล ออนไลน์ เช่น จะทำเป็นภาพเคลื่อนไหว (Animation) เพราะเดิมมีแต่รูปแบบหนังสือนิทาน

เอกสาร 001

เอกสารประกอบการนำเสนอหัวข้อวิจัย

ชื่อและนามสกุล	เลขประจำตัวนักศึกษา
นางสาวลิซ่า พิงค์ดำ	63126606000

ชื่อหัวข้อวิจัย

การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซ สำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง

ข้อมูลเบื้องต้น (สรุปแบบสั้นๆ ไม่เกิน 10 บรรทัด)

อิเล็กทรอนิกส์ คอมเมิร์ซ (Ecommerce) เป็นรูปแบบการขายสินค้าหรือบริการที่ทำผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมาก เพื่อสร้างเครื่องมือสนับสนุนการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ที่แก้ปัญหาความยุ่งยากซับซ้อนในการทำธุรกิจแบบดั้งเดิม อิเล็กทรอนิกส์ คอมเมิร์ซ เป็นเครื่องมือค้าขายบนโลกออนไลน์ ที่มีผู้ใช้บริการทั่วโลก กว่า 2.4 พันล้านคน การออกแบบแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ (UX / UI Design) ทำให้กิจกรรมใน อิคอมเมิร์ซ น่าสนใจและใช้งานง่าย เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้งาน เป็นโปรแกรมที่อำนวยความสะดวกเพื่อให้บริการด้านต่าง ๆ ที่ออกแบบมาให้ใช้กับโทรศัพท์มือถือ (Mobile) และคอมพิวเตอร์พกพาแบบหน้าจอสัมผัส (Tablet)

กลุ่มผู้ประกอบการสินค้าจากการเกษตร จังหวัดระนอง มีรายได้หลักมาจากการค้าปาล์ม น้ำมัน พริกไทยและผักเหียง แคมเข้าไประหว่างต้นปาล์ม ทำปุ๋ยหมักขึ้นใช้เอง เลี้ยงผึ้งโพรงเพื่อช่วยผสมเกสรของปาล์ม น้ำมันและเก็บน้ำผึ้งเพื่อจำหน่ายแปรรูปผลผลิตจากไร่เป็นผลิตภัณฑ์พร้อมรับประทานที่มีคุณภาพสูง สร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในกลุ่มตลาดคัดสรร (Premium Market) โดยใช้กลยุทธ์ท้องถิ่นวิถีตน (Localization) ในการสร้างความต้องการ Marketing needs ผ่าน Local Wisdoms

ปัญหา / ความสนใจ

1. แอปพลิเคชันที่มีรูปแบบน่าสนใจควรเป็นอย่างไร
2. จะใช้องค์ประกอบการออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดียอย่างไร เพื่อให้ได้แอปพลิเคชันที่ใช้งานได้ง่าย

วัตถุประสงค์ (ไม่เกิน 3 ข้อ)

1. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบแอปพลิเคชัน สำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง
2. เพื่อออกแบบแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ ที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง
3. เพื่อออกแบบแอปพลิเคชันในเว็บไซต์ สำหรับประชาสัมพันธ์ธุรกิจอีคอมเมิร์ซสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง

ขอบเขตของการออกแบบ (ระบุลักษณะของสื่อและจำนวนชิ้นงาน)

1. แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ 1 ชุด เพื่อทำธุรกรรมอีคอมเมิร์ซ
2. แอปพลิเคชันในเว็บไซต์ 1 เว็บ เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
3. สื่อมัลติมีเดียสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์ในโซเชียลเน็ตเวิร์ค 3 คลิป
4. สื่อกราฟิกสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ 3 แบบ
5. สื่อขายตรง (Direct Mail) สำหรับลูกค้าในฐานะข้อมูล

เอกสารนำเสนอหัวข้อวิจัย

4. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้บริโภค

- เพื่อค้นหารูปแบบการออกแบบ.....จากการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม

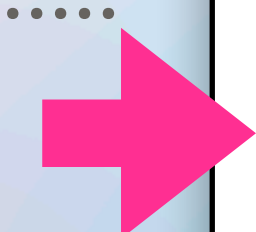
- เพื่อออกแบบ.....ให้กับ.....

- เพื่อออกแบบให้มีรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

- เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร

- เพื่อส่งเสริมการขาย

- เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน



เอกสาร 001

เอกสารประกอบการนำเสนอหัวข้อวิจัย

ชื่อและนามสกุล	เลขประจำตัวนักศึกษา
นางสาวลิซ่า พิงค์ดำ	63126606000

ชื่อหัวข้อวิจัย

การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซ สำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง

ข้อมูลเบื้องต้น (สรุปแบบสั้นๆ ไม่เกิน 10 บรรทัด)

อิเล็กทรอนิกส์ คอมเมิร์ซ (Ecommerce) เป็นรูปแบบการขายสินค้าหรือบริการที่ทำผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมาก เพื่อสร้างเครื่องมือสนับสนุนการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ที่แก้ปัญหาความยุ่งยากซับซ้อนในการทำธุรกิจแบบดั้งเดิม อิเล็กทรอนิกส์ คอมเมิร์ซ เป็นเครื่องมือค้าขายบนโลกออนไลน์ ที่มีผู้ใช้บริการทั่วโลก กว่า 2.4 พันล้านคน การออกแบบแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ (UX / UI Design) ทำให้กิจกรรมใน อิคอมเมิร์ซ น่าสนใจและใช้งานง่าย เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้งาน เป็นโปรแกรมที่อำนวยความสะดวกเพื่อให้บริการด้านต่าง ๆ ที่ออกแบบมาให้ใช้กับโทรศัพท์มือถือ (Mobile) และคอมพิวเตอร์พกพาแบบหน้าจอสัมผัส (Tablet)

กลุ่มผู้ประกอบการสินค้าจากการเกษตร จังหวัดระนอง มีรายได้หลักมาจากการค้าปาล์ม น้ำมัน พริกไทยและผักเหียง แคมเข้าไประหว่างต้นปาล์ม ทำปุ๋ยหมักขึ้นใช้เอง เลี้ยงผึ้งโพรงเพื่อช่วยผสมเกสรของปาล์ม น้ำมัน และเก็บน้ำผึ้งเพื่อจำหน่ายแปรรูปผลผลิตจากไร่เป็นผลิตภัณฑ์พร้อมรับประทานที่มีคุณภาพสูง สร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในตลาดคัดสรร (Premium Market) โดยใช้กลยุทธ์ท้องถิ่นวิถีตน (Localization) ในการสร้างความต้องการ Marketing needs ผ่าน Local Wisdoms

ปัญหา / ความสนใจ

1. แอปพลิเคชันที่มีรูปแบบน่าสนใจควรเป็นอย่างไร
2. จะใช้องค์ประกอบการออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดียอย่างไร เพื่อให้ได้แอปพลิเคชันที่ใช้งานได้ง่าย

วัตถุประสงค์ (ไม่เกิน 3 ข้อ)

1. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบแอปพลิเคชัน สำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง
2. เพื่อออกแบบแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ ที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง
3. เพื่อออกแบบแอปพลิเคชันในเว็บไซต์ สำหรับประชาสัมพันธ์ธุรกิจอีคอมเมิร์ซสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง

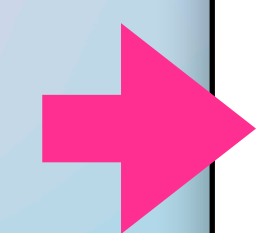
ขอบเขตของการออกแบบ (ระบุลักษณะของสื่อและจำนวนชิ้นงาน)

1. แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ 1 ชุด เพื่อทำธุรกรรมอีคอมเมิร์ซ
2. แอปพลิเคชันในเว็บไซต์ 1 เว็บ เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
3. สื่อมัลติมีเดียสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค 3 คลิป
4. สื่อกราฟิกสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ 3 แบบ
5. สื่อขายตรง (Direct Mail) สำหรับลูกค้าในฐานะข้อมูล

เอกสารนำเสนอหัวข้อวิจัย

5. ขอบเขตของการออกแบบ

- รูปแบบของงานที่จะออกแบบ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมัลติมีเดีย สื่อออนไลน์ เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน แอนิเมชัน
- จำนวนชิ้นงานแยกตามประเภทสื่อ เช่น สื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กร ได้แก่ โลโก้ ตราสัญลักษณ์ ชุดฟอนต์ ชุดสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับงานสำนักงาน 1 ชุด สื่อออนไลน์เพื่อการโฆษณาสินค้า 1 ชุด แอปพลิเคชันสำหรับตลาดออนไลน์ 1 ชุด สื่อสำหรับออกงานอีเวนต์ 1 ชุด



เอกสาร 001

เอกสารประกอบการนำเสนอหัวข้อวิจัย

ชื่อและนามสกุล	เลขประจำตัวนักศึกษา
นางสาวลิซ่า พิงค์ดำ	63126606000

ชื่อหัวข้อวิจัย

การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซ สำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง

ข้อมูลเบื้องต้น (สรุปแบบสั้นๆ ไม่เกิน 10 บรรทัด)

อิเล็กทรอนิกส์ คอมเมิร์ซ (Ecommerce) เป็นรูปแบบการขายสินค้าหรือบริการที่ทำผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมาก เพื่อสร้างเครื่องมือสนับสนุนการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ที่แก้ปัญหาความยุ่งยากซับซ้อนในการทำธุรกิจแบบดั้งเดิม อิเล็กทรอนิกส์ คอมเมิร์ซ เป็นเครื่องมือค้าขายบนโลกออนไลน์ ที่มีผู้ใช้บริการทั่วโลก กว่า 2.4 พันล้านคน การออกแบบแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ (UX / UI Design) ทำให้กิจกรรมใน อิคอมเมิร์ซ น่าสนใจและใช้งานง่าย เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้งาน เป็นโปรแกรมที่อำนวยความสะดวกเพื่อให้บริการด้านต่าง ๆ ที่ออกแบบมาให้ใช้กับโทรศัพท์มือถือ (Mobile) และคอมพิวเตอร์พกพาแบบหน้าจอสัมผัส (Tablet)

กลุ่มผู้ประกอบการสินค้าจากการเกษตร จังหวัดระนอง มีรายได้หลักมาจากการค้าปาล์ม น้ำมัน พริกไทยและผักเหียง แคมเข้าไประหว่างต้นปาล์ม ทำปุ๋ยหมักขึ้นใช้เอง เลี้ยงผึ้งโพรงเพื่อช่วยผสมเกสรของปาล์ม น้ำมัน และเก็บน้ำผึ้งเพื่อจำหน่ายแปรรูปผลผลิตจากไร่เป็นผลิตภัณฑ์พร้อมรับประทานที่มีคุณภาพสูง สร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในตลาดคัดสรร (Premium Market) โดยใช้กลยุทธ์ท้องถิ่นวิถีตน (Localization) ในการสร้างความต้องการ Marketing needs ผ่าน Local Wisdoms

ปัญหา / ความสนใจ

1. แอปพลิเคชันที่มีรูปแบบน่าสนใจควรเป็นอย่างไร
2. จะใช้องค์ประกอบการออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดียอย่างไร เพื่อให้ได้แอปพลิเคชันที่ใช้งานได้ง่าย

วัตถุประสงค์ (ไม่เกิน 3 ข้อ)

1. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบแอปพลิเคชัน สำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง
2. เพื่อออกแบบแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ ที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง
3. เพื่อออกแบบแอปพลิเคชันในเว็บไซต์ สำหรับประชาสัมพันธ์ธุรกิจอีคอมเมิร์ซสินค้าเกษตร จังหวัดระนอง

ขอบเขตของการออกแบบ (ระบุลักษณะของสื่อและจำนวนชิ้นงาน)

1. แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ 1 ชุด เพื่อทำธุรกรรมอีคอมเมิร์ซ
2. แอปพลิเคชันในเว็บไซต์ 1 เว็บ เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
3. สื่อมัลติมีเดียสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค 3 คลิป
4. สื่อกราฟิกสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ 3 แบบ
5. สื่อขายตรง (Direct Mail) สำหรับลูกค้าในฐานะข้อมูล

| งานชิ้นที่ #2 |

เขียนเอกสารนำเสนอหัวข้อวิจัย (1 หน้า A4)

1. ชื่อหัวข้อวิจัย
2. ข้อมูลเบื้องต้น
3. ปัญหาของการวิจัย
4. วัตถุประสงค์
5. ขอบเขตของการออกแบบ

| งานชิ้นที่ #2 |

ส่งเอกสารนำเสนอหัวข้อวิจัย (เขียนให้จบใน 1 หน้า A4)

ดาวน์โหลดไฟล์ต้นแบบจาก DLP

เขียนด้วย MS Word / ส่งด้วยไฟล์ PDF

ไม่รับไฟล์ภาพ JPG, PNG

ส่งไฟล์ PDF ใน DLP

วันที่ 16 มกราคม 2569 ไม่เกิน 23:59 น.

สามารถส่งได้ไม่เกิน 3 เรื่อง (รวมเป็นไฟล์เดียว)

ep3
End