

บทที่ 4 การวิเคราะห์

จากกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลของสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตุ๊กตาชาวเขาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ศูนย์หัตถกรรมของที่ระลึก บ้านเหล่า ตำบลสันกำแพง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบพัฒนา เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์และพัฒนาสร้างสรรค์งานออกแบบให้มีประโยชน์มากที่สุด โดยมีขั้นตอนการปฏิบัติงานดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 บทสังเขปเงื่อนไขในการออกแบบ (Design Brief)
- ส่วนที่ 2 ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch)
- ส่วนที่ 3 พัฒนาและการสร้างสรรค์ (Development and Design)
- ส่วนที่ 4 ผลงานที่สร้างสรรค์ (Product and Packaging Design)

ส่วนที่ 1 บทสังเขปเงื่อนไขในการออกแบบ (Design Brief)

1. **โครงการ** : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตุ๊กตาชาวเขาเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว จ.เชียงใหม่

2. ข้อมูลผู้ประกอบการ

2.1 **ชื่อผู้ประกอบการ** : คุณกรรณิการ์ เหลืองเจริญ

2.2 **เบอร์โทรศัพท์ผู้ประกอบการ** : 053-332766, 01 0317499

2.3 **ความเป็นมาของโครงการ** : คุณกรรณิการ์ เจ้าของและประธานศูนย์

หัตถกรรมของที่ระลึกตุ๊กตาชาวเขา เริ่มจากประกอบธุรกิจค้าขายเสื้อผ้าพื้นเมืองและผลิตภัณฑ์จากชาวเขาได้สังเกตเห็นว่านักท่องเที่ยวที่มาซื้อสินค้าที่ร้านส่วนใหญ่สนใจผลิตภัณฑ์จากชาวเขาจำพวกเสื้อผ้าเครื่องแต่งตัวของชาวเขาจึงมีความคิดที่ว่าจะผลิตสินค้าอะไรที่เกี่ยวกับชาวเขาขึ้นมาเพื่อเป็นการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและเพิ่มทางเลือกใหม่ๆ ให้กับลูกค้าที่มาซื้อสินค้าที่ร้าน ประกอบกับตนเองมีพื้นฐานเกี่ยวกับงานหัตถกรรมอยู่แล้ว จึงทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขาขึ้นมา จนกระทั่งได้มีการรวมกลุ่มของคนในหมู่บ้านเพื่อมาประกอบอาชีพหัตถกรรมร่วมกัน ต่อมาได้ก่อตั้งศูนย์ฯ เมื่อวันที่ 11 กันยายน 2543 โดย ดร.วินิต กองบุญเทียม นายกเทศมนตรี เทศบาล

ตำบลสันกำแพง ได้ให้เกียรติมาเป็นประธานเปิดศูนย์ฯ ปัจจุบันได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงานในพื้นที่

3. ข้อมูลผลิตภัณฑ์

3.1 ชื่อผลิตภัณฑ์ : ของที่ระลึกตุ๊กตาชาวเขา

3.2 ชื่อตราสินค้า : Little Hill

ส่วนวิเคราะห์ : การใช้ตราสินค้าที่ดีจะให้ประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตุ๊กตาชาวเขาเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของศูนย์หัตถกรรมของที่ระลึก บ้านเหล่า ต.สันกำแพง อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ ซึ่งเป็นผู้ผลิตดังนี้

1. แสดงความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในด้านการโฆษณาหรือจัดแสดงสินค้า สร้างชื่อให้กับทางผู้ประกอบการ เมื่อตราสินค้าเป็นที่ยอมรับทั่วไป จะเป็นสิ่งช่วยกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค

2. สร้างชื่อเสียงให้กับหมู่บ้านถิ่นที่เกิด

3. ช่วยเพิ่มยอดขาย ผู้บริโภคซื้อสินค้าโดยจดจำตราสินค้าได้แม่นยำ เมื่อมีการส่งเสริมการขายใดๆ จะกระตุ้นการซื้อได้รวดเร็วขึ้น

4. ช่วยลดเวลาในการขาย เนื่องจากผู้บริโภคตัดสินใจได้รวดเร็วจากตราสินค้า

5. แสดงความสามารถในการควบคุมตลาด ลดการเปรียบเทียบด้านราคา

6. ช่วยนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดได้ง่ายขึ้น

ประโยชน์ต่อผู้บริโภค

1. สามารถจำแนกประเภท ชนิดของสินค้าในระดับคุณภาพที่แตกต่างกันของผู้ผลิต

2. ทราบว่าใครเป็นผู้ผลิต และนำมาตัดสินใจได้รวดเร็วในการซื้อ

3. สร้างความมั่นใจ ความน่าเชื่อถือและความรู้สึกที่ดีระหว่างตัวผู้บริโภคเองกับตัวสินค้า

4. ช่วยลดเวลาและความพยายามในการแสวงหาซื้อสินค้า

3.3 ลักษณะการสร้างบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ และรูปแบบการจัดจำหน่าย

3.3.1 New Product (การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่)

ส่วนวิเคราะห์ : เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกตุ๊กตาชาวเขาเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว นั้นยังไม่มีบรรจุภัณฑ์เป็นของตัวเอง จึงควรสร้างความโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เพื่อเป็นจุดส่งเสริมการขายให้กับตัวผลิตภัณฑ์ เพราะมีสินค้าในกลุ่มเดียวกัน

เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก จึงเกิดการแข่งขันกันในกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ดังนั้นการสร้างควา
 นำเชื่อถือและความโดดเด่นจึงมีความจำเป็นอย่างมาก

3.3.2 Domestic & Export (จำหน่ายในประเทศ และ ส่งจำหน่ายต่างประเทศ)

ส่วนวิเคราะห์ : ในปัจจุบันเป็นตลาดภายในประเทศ และโดยเฉพาะ
 ภาคเหนือเท่านั้น เพราะสะดวกในการจำหน่าย ระบบการผลิตยังเป็นแบบหัตถกรรม ซึ่งเป็นงาน
 hand made เป็นการผลิตแบบโรงงานขนาดเล็ก มีข้อจำกัดทางด้านเงินทุนและแรงงานจึงใน
 ความสำคัญกับตลาดภายในประเทศ

3.4 Product Price (ราคาของสินค้า) :

3.4.1 ที่ใส่กระดาษไนต์ติดตุ๊กตาชาวเขาเผ่ามูเซอ ราคาขาย 190 บาท

3.4.2 แจกกันหลอดแก้วติดตุ๊กตาชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง ราคาขาย 210 บาท

3.4.3 ที่ใส่อุปกรณ์เครื่องเขียนติดตุ๊กตาชาวเขาเผ่าอาข่า ราคาขาย 200 บาท

3.4.4 กรอบรูปติดตุ๊กตาชาวเขาเผ่าลีซู ราคาขาย 180 บาท

3.4.5 ตุ๊กตาชาวเขาเผ่ามูเซอ, กระเหรี่ยง, อาข่า, ลีซู ราคาขายเผ่าละ 120 บาท

ส่วนวิเคราะห์ : การตั้งราคาจะใช้กลยุทธ์ราคา (high price) มากเท่าที่ผู้บริโภคจะยอม
 จ่ายซึ่งกลุ่มผู้บริโภคเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจและแสดงให้เห็นว่าสินค้า
 นั้นมีคุณภาพดี ทั้งนี้ยังเป็นการจำหน่ายในรูปการค้าส่งเป็นส่วนใหญ่ และเน้นตลาดระดับบน
 เท่านั้น หลีกเลี่ยงการจำหน่ายในระวางลงมา เพราะไม่ต้องการให้สินค้าดูดาษดื่น ต้องการให้สินค้า
 มีลักษณะที่ดีในสายตาผู้บริโภค ทั้งเอกลักษณ์และคุณภาพ การตั้งราคาสูงสำหรับผลิตภัณฑ์จะให้
 ประโยชน์ดังนี้

1. หลีกเลี่ยงความผิดพลาดในการประมาณต้นทุนการผลิต เมื่อประมาณอุปสงค์ของ
 ตลาดผิดพลาดหรือประมาณต้นทุนการผลิตผิด จะทำให้การคำนวณต่อหน่วยต่ำไปจึงตั้งราคาต่ำ
 ทำให้ขาดทุน การตั้งราคาสูงเมื่อไว้แล้วลดราคาลงมาย่อมทำได้ง่ายกว่าเพิ่มราคาภายหลัง

2. สินค้าใหม่ต้องการต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในชั้นตลาดสูงมาก การตั้งราคาสูงจะเป็นการ
 เมื่อขาดการขายขาดทุนไว้วงหน้า

3. ในขณะที่อุปสงค์มีน้อยในขั้นแรก ที่เสนอสินค้าวางตลาด การตั้งราคาสูงทำให้ไม่ต้อง
 ขยายปริมาณมาก สามารถที่จะหากำไรได้ ทำให้โอกาสที่กิจการจะอยู่ได้มาากขึ้นด้วย

4. เปิดโอกาสในผู้บุกเบิกตลาดได้เรียกทุนคืนโดยเร็ว ก่อนที่คู่แข่งจะเข้ามาร่วมทำ
 การตลาดในกรณีที่สินค้าจะเลียนแบบได้ง่าย

5. การเปิดราคาขายครั้งแรกสูง จะเรียกร้องความสนใจได้ดี และเมื่อตลาดลดราคาเพียงที่ สอง จะสร้างความตื่นเต้นให้กับลูกค้าได้อีกด้วย

6. เป็นการวางตำแหน่งสินค้าให้สูง สร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้บริโภค

3.5 การใช้งานขอสินค้า : สำหรับชื่อเป็นของที่ระลึก ของขวัญ ของฝากหรือเพื่อนำไปใช้งานตามอรรถประโยชน์ของตัวผลิตภัณฑ์ หรือประดับตกแต่ง

3.6 การเตรียมสินค้าก่อนใช้งาน : ใช้งานตามอรรถประโยชน์ของตัวผลิตภัณฑ์

3.7 ข้อระวังทางกายภาพ : ระวังแตกหัก เมื่อเกิดการกระแทก และระวังความชื้น

ส่วนวิเคราะห์ : ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขาเป็นผลิตภัณฑ์ประกอบขึ้นจากวัตถุดิบที่ทำจากไม้และผ้าจึงควรระวังการแตกหักเมื่อได้รับการกระทบกระแทก และระวังเรื่องความชื้น

3.8 สถานที่จำหน่าย

ส่วนวิเคราะห์ : จำหน่ายที่ศูนย์หัตถกรรมของที่ระลึก และปัจจุบันมีร้านขายอยู่ที่ตลาดท่าแพ เป็นร้านขายปลีก ซึ่งร้านอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวมีลูกค้าทั้งไทยและต่างประเทศซึ่งเป็นลูกค้าหลักของตัวผลิตภัณฑ์

3.9 การจัดแต่งสินค้า

3.9.1 ลักษณะการจัดแสดง : จัดวางบนเคาเตอร์โชว์ให้เห็นสินค้าโดยมีบรรจุกภัณฑ์

3.9.2 สถานที่ตั้งร้านค้า : ศูนย์หัตถกรรมของที่ระลึก/ร้านค้าในย่านชุมชนเมือง/ห้างสรรพสินค้า

3.9.3 สถานที่ตั้งชั้นวางของ : บริเวณด้านหน้าของร้าน

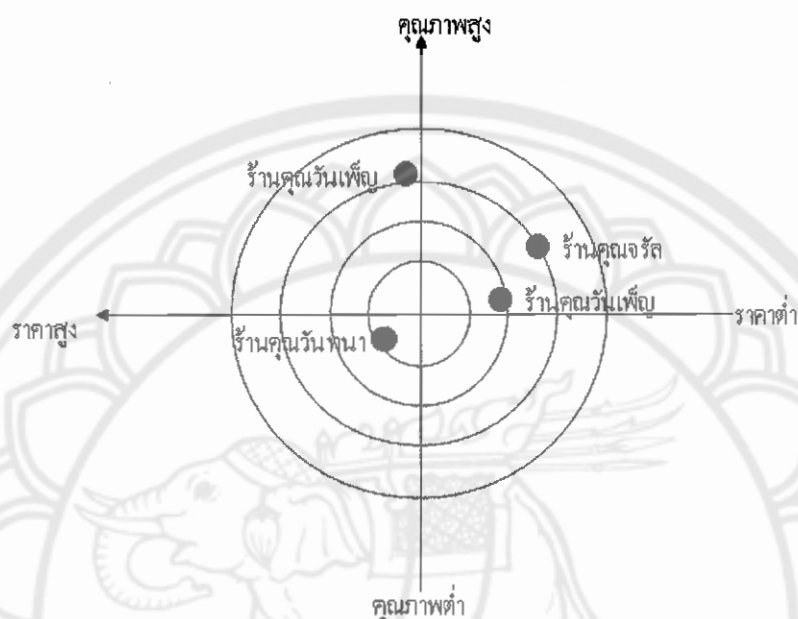
4. Marketing Data (ข้อมูลทางการตลาด)

4.1 Major competition (Company /Brand name /Comments)

Company	Brand name	Comments
ร้านคุณจรัส ตลาดท่าแพใจกลางเมืองเชียงใหม่	-	<p>Strength : ราคาถูก/มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย</p> <p>Weakness : ไม่ใส่ใจลูกค้าไม่แนะนำไม่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสัมผัสสินค้าโดยตรงเพราะกลัวสินค้าเสียหาย ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม</p>
ร้านคุณวันทนา ตลาดไนท์บาร์ซาร์เชียงใหม่ (สินค้าหัตถกรรมตุ๊กตาชาวเขาเผ่าต่างๆ)	-	<p>Strength : สินค้าเป็นตุ๊กตาชาวเขาหลายขนาด มีหลากหลายแนะนำสินค้า</p> <p>Weakness : สินค้าตุ๊กตาชาวเขาร้านคุณวันทนายังขาดความประณีตสินค้ายังขาดความโดดเด่นของความเป็นเอกลักษณ์ของชาวเขาอยู่มาก เช่น การแต่งกายของแต่ละชนเผ่า ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม</p>
ร้านคุณพรเพ็ญไม้แกะสลัก (เป็นสินค้าที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันแต่ใช้วัตถุดิบในการผลิตที่แตกต่างกัน)	-	<p>Strength : มีราคาถูกเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้กับผู้ที่ชื่นชอบไม้แกะสลัก</p> <p>Weakness : มีสีสันทึบกว่า ยังไม่มีตราสินค้าหรือการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรยังไม่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคเท่าที่ควร</p>

4.2 Compared with the competition, our (การเปรียบเทียบกับคู่แข่ง)

Product Position (การวางตำแหน่งของสินค้า)



5. Package/label data (ข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์และฉลาก)

- 5.1 Type of pack : กล่อง
- 5.2 Raw materials : กระดาษ
- 5.3 Printing method for unit pack/label : Offset (การพิมพ์แบบออฟเซต)
- 5.4 เทคนิคพิเศษที่ใช้ในการพิมพ์ : การเจาะกรู (die cutting)

ส่วนวิเคราะห์ : การพิมพ์ Offset จะให้ได้สีที่สวยงามสามารถพิมพ์ได้ 4 สี มีการซ้อนทับให้สีต่าง ๆ มากกว่า 4 สี สามารถพิมพ์ได้หลายสีในครั้งเดียว

6. Graphic Design Brief

6.1 Product/ SWOT(strength ,weakness ,opportunity ,threat)

- strength: เป็นตัวแทนของภาษา วัฒนธรรม รูปแบบการแต่งกาย และระบบความเชื่ออย่างมากมายของชาวไทยภูเขา บ่งบอกถึงการได้มาเชื่อมชมจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงทางด้านวัฒนธรรมของชาวภาคเหนือของไทย วัสดุที่ใช้มีความหลากหลาย มี

การนำเอาลายผ้าจากชนเผ่าต่างๆมาประดับตกแต่งแสดงภูมิปัญญาอันหลากหลายของชาวไทย
ภูเขา มุ่งเน้นประโยชน์ใช้สอยคุณภาพสูง ราคาไม่แพง วัสดุที่ใช้มีคุณภาพ บุคลากรมีความประณีต

- **Weakness:** การผลิตสินค้าแต่ละชิ้นใช้เวลาค่อนข้างมากเพราะเทคโนโลยี
ในการผลิตยังไม่เพียงพอทำให้ผลิตสินค้าออกมาได้น้อยชิ้น ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ยังไม่มี
กราฟิก ตราสินค้าที่สื่อถึงภาพลักษณ์ที่แตกต่างไปจากคู่แข่งทำให้ไม่สามารถดึงดูดและจูงใจ
ผู้บริโภคได้

- **Opportunity:** สามารถพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด ความ
ต้องการสินค้าใหม่ของลูกค้าน่าจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้า และหาก
ได้รับความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชนในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวใน
จังหวัดเชียงใหม่ในช่วงเทศกาลต่างๆก็จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น มีโอกาสทำให้สินค้าเป็นที่รู้จัก
และมียอดขายมากขึ้น

- **Threat:** มีผู้ประกอบการมาแข่งขันได้ง่าย เนื่องจากสินค้าไม่ต้องใช้เงินลงทุน
ที่สูง ส่วนเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมทั้งวัฒนธรรมการบริโภคของคนในสังคมไทย
เปลี่ยนแปลงตามค่านิยมใหม่ ทำให้ต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งต้องอาศัย
เงินทุนที่สูงพอสมควรจึงเป็นต้นเหตุให้ต้นทุนการผลิตและจำหน่ายที่สูงเพิ่มขึ้น เศรษฐกิจ ที่ผัน
แปรไม่คงที่ และการเปลี่ยนแปลงของฤดูกาลทำให้การขนส่งไม่สะดวกและในเรื่องของการบรรจุ
ภัณฑ์

6.2 Background & Objective : เพื่อศึกษาบรรจุภัณฑ์และการออกแบบที่เหมาะสม
สำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตุ๊กตาชาวเขาเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว บ้านเหล่า ต.สันกำแพง
อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ โดยที่ตัวบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงผู้บริโภคได้โดยตรงกับวัตถุประสงค์ที่
ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องการ และสารส่งเสริม สนับสนุน สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวผลิตภัณฑ์
ทั้งยังสามารถเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ทำให้ยอดจำหน่าย
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตุ๊กตาชาวเขาเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของศูนย์
หัตถกรรมของที่ระลึก บ้านเหล่า ต.สันกำแพง อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ สูงขึ้น

6.3 Target group: (กลุ่มเป้าหมายและลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย)

Demographic

- นักท่องเที่ยวชายหญิงทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

Psychographic

- เป็นผู้ที่มีชื่นชอบงานประดิษฐ์

- รักศิลปะ
- มีมิตรภาพที่ดีต่อผู้อื่น
- ชอบของสะสม
- มีความสนใจด้านสังคมและวัฒนธรรม
- ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ สนใจและใส่ใจสิ่งรอบตัวอยู่เสมอ
- ชอบการท่องเที่ยว

6.4 Design concept : The Story Of Hilltribe

เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นตัวแทนของภาษา วัฒนธรรม รูปแบบการแต่งกาย และระบบความเชื่อ มีเนื้อหาเรื่องราว ประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ มีความเป็นเอกลักษณ์ร่วมดึงดูดผู้กลุ่มเป้าหมายอยู่แล้ว จึงสร้างบรรจุภัณฑ์ขึ้นภายใต้แนวความคิดเดียวกัน

6.5 Mood&tone / personality :

- | | | |
|----------------|---|----------------|
| Characteristic | - | ลักษณะเฉพาะตัว |
| Natural | - | ธรรมชาติ |
| Traditional | - | ประเพณี |

6.6 Scope

- | | | | | |
|---|---|-----------|---|----------|
| 1. ที่ใส่กระดาษน้ำตาลติดตุ๊กตาชาวเขาเผ่ามูเซอ | 1 | โครงสร้าง | 1 | กราฟิก |
| 2. แจกันหลอดแก้วติดตุ๊กตาชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง | 1 | โครงสร้าง | 1 | กราฟิก |
| 3. ที่ใส่เครื่องเขียนติดตุ๊กตาชาวเขาเผ่าอาข่า | 1 | โครงสร้าง | 1 | กราฟิก |
| 4. กรอบรูปติดตุ๊กตาชาวเขาเผ่าลีซู | 1 | โครงสร้าง | 1 | กราฟิก |
| 5. ตุ๊กตาชาวเขาเผ่ามูเซอ กระเหรี่ยง อาข่า และเผ่าลีซู | 1 | โครงสร้าง | 4 | กราฟิก |
| 6. คู่มือประวัติความเป็นมาของชาวเขาเผ่าต่าง | | | | 4 กราฟิก |

รวม 5 โครงสร้าง 12 กราฟิก

Desired respond: การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งและเป็นจุดแข็งให้ผลิตภัณฑ์ สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนแบบร่าง

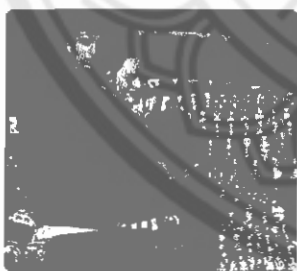
ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้ศึกษามาตั้งแต่ต้น วิเคราะห์ข้อมูลและหาเหตุผลที่เหมาะสม เพื่อหาทางพัฒนาและแก้ไขในครั้งต่อไป ดังนั้นเพื่อให้เหตุและผลสอดคล้องซึ่งกันและกันจึงดำเนินขั้นตอนต่างๆให้ไปในทางทิศเดียวกัน เมื่อผู้ออกแบบเริ่มงานออกแบบด้วยการนำความรู้และข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้ศึกษามาผสมผสานเข้ากับวัตถุประสงค์และแนวความคิด เพื่อสร้างรูปลักษณะใหม่ให้กับบรรพบุรุษ โดยทั่วไปมักเกี่ยวข้องกับภารกิจกำหนดขอบเขตของปัญหา ข้อเรียกร้อง ข้อจำกัด การประสานความคิดระหว่างผู้ออกแบบ ผู้ขาย ผู้ผลิต

เพื่อกำหนดขอบเขตของการศึกษาให้แคบเข้าหาข้อสรุปและได้ข้อมูลพื้นฐานก่อนที่จะนำไปสู่การสร้างแบบร่าง ดังนี้

1. รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมร่วมของผู้อุปโภคบริโภค
2. แนวโน้มทางการตลาด
3. พื้นฐานทางความคิด

ผู้วิจัยนำเข้าสู่กระบวนการออกแบบเบื้องต้น คือ เป็นลำดับความคิดที่มีอยู่มากมายหลายแบบ จากนั้นก็ทำแบบร่างแบบหยาบอันจะก่อให้เกิดประกายความคิดตามลำดับต่อไป โดยอาศัยข้อมูลที่สรุปมาได้

Target group

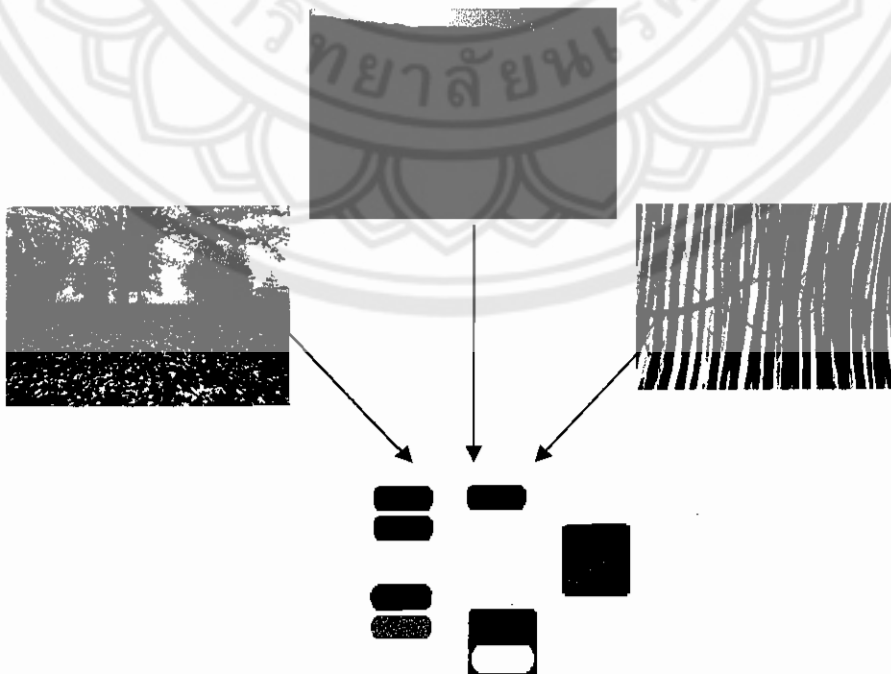


Mood & Tone

เอกลักษณ์เฉพาะตัว (Characteristic) - เป็นการนำเอาความมีเอกลักษณ์ของการแต่งกายของชาวเขามาใช้สร้างลวดลายของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และตัดทอนลายละเอียดให้เข้ากับลักษณะเฉพาะหรือความมีสไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย



ธรรมชาติ (Natural) - การนำโทนสีจากธรรมชาติ (Earth tones) มาใช้บนบรรจุภัณฑ์

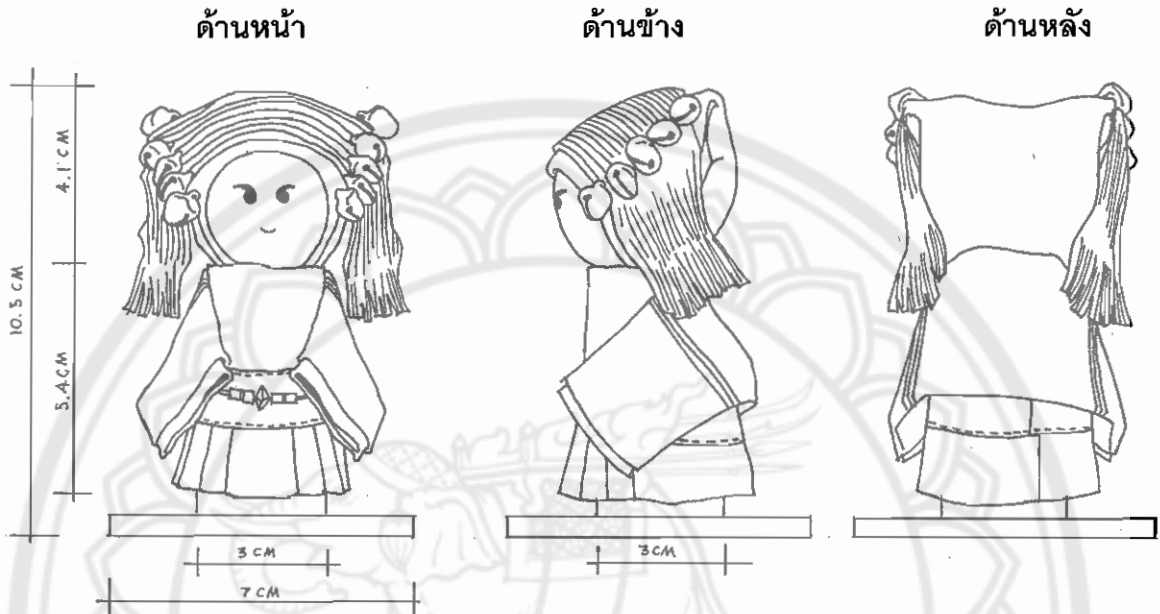


ประเพณี (Traditional) – การนำเอาประเพณี วิถีชีวิตของชาวเขาแต่ละชนเผ่ามาสร้าง
ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์



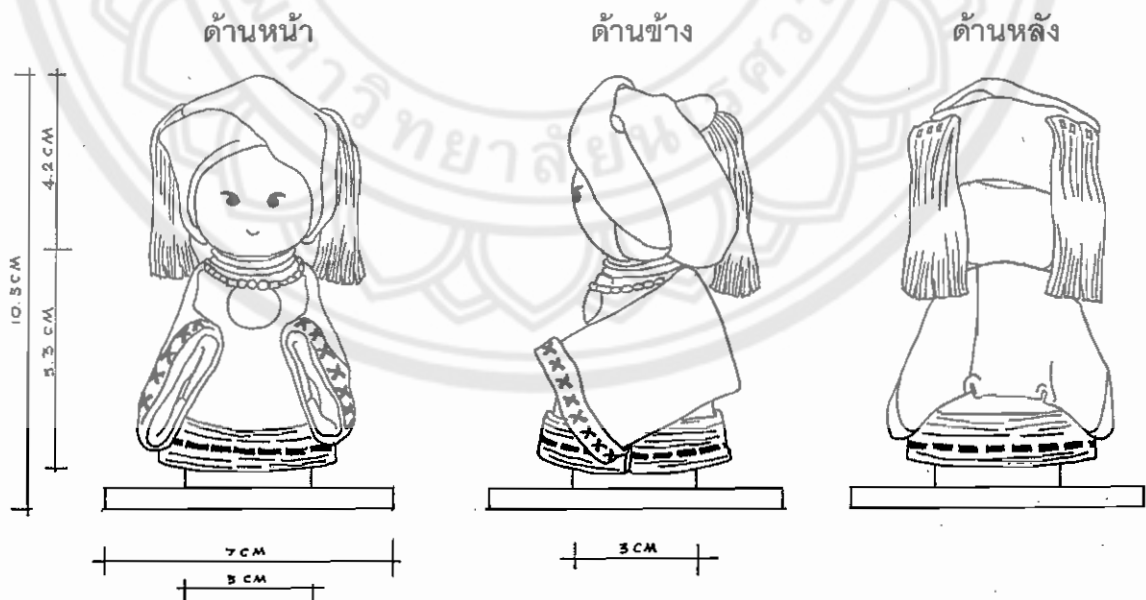
1. ขั้นตอนแบบร่างผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขาชนเผ่าต่างๆ (Sketch Product)

แบบร่างผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่าอาข่า



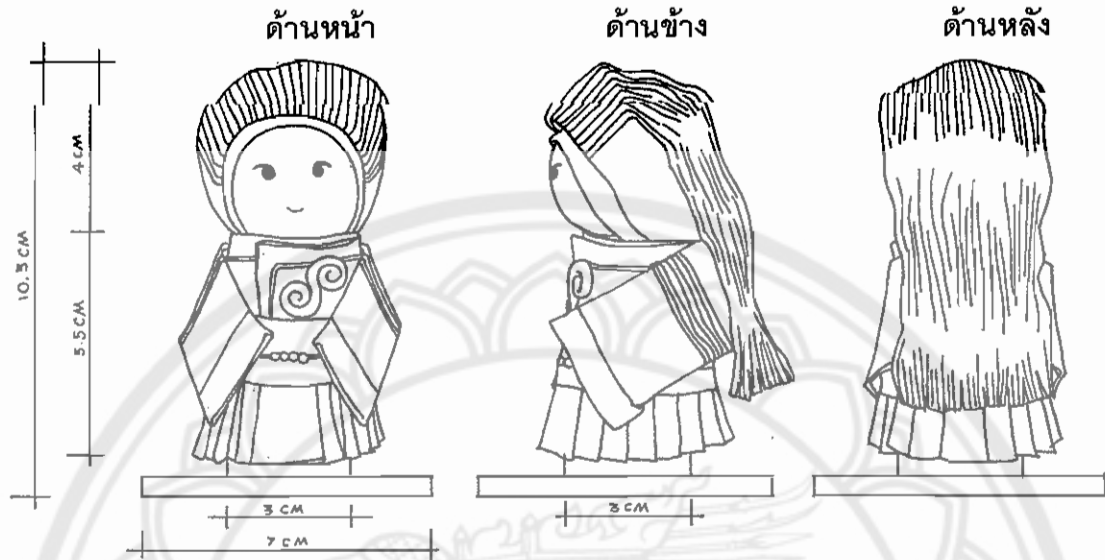
ภาพที่ 1 แบบร่างรูปด้านตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่าอาข่า

แบบร่างผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่ากระเหรี่ยง



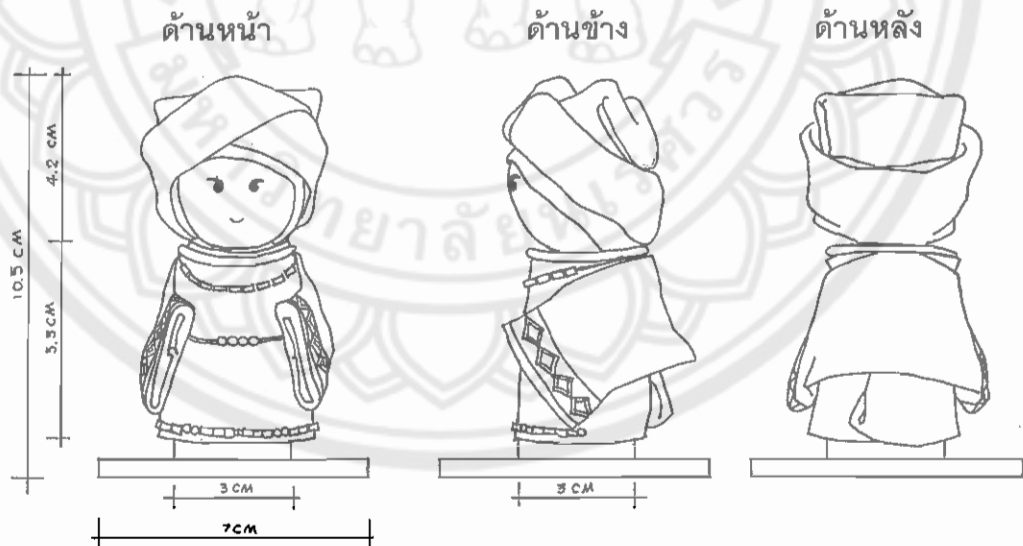
ภาพที่ 2 แบบร่างรูปด้านตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่ากระเหรี่ยง

แบบร่างผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่าลีซู



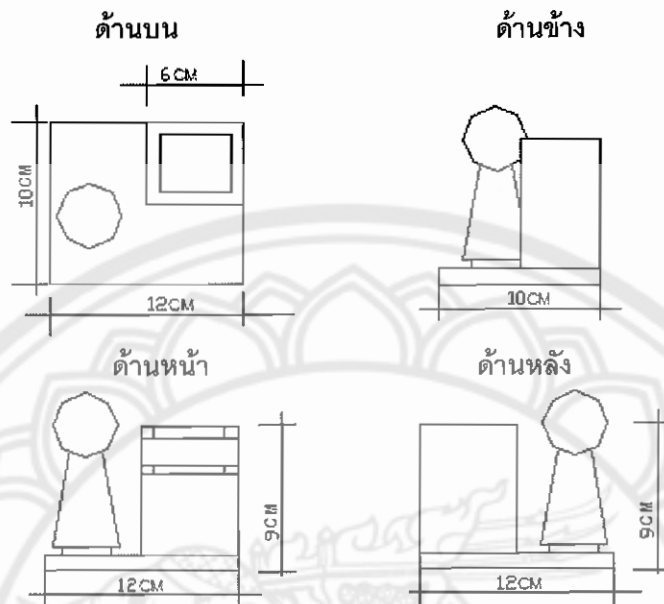
ภาพที่ 3 แบบร่างรูปด้านตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่าลีซู

แบบร่างผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่ามูเซอ



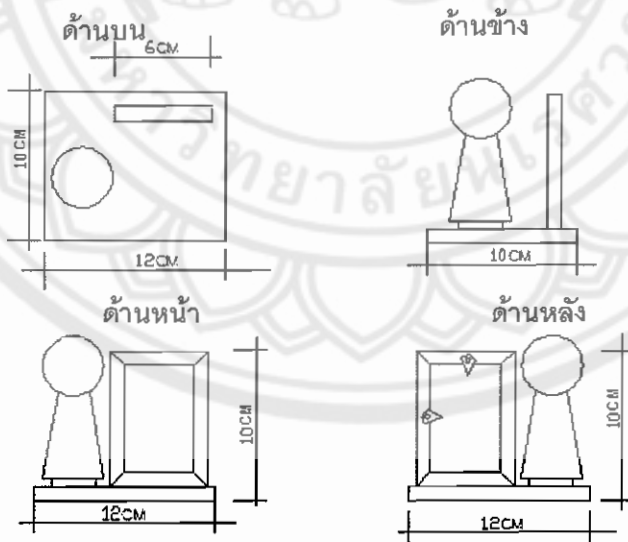
ภาพที่ 4 แบบร่างรูปด้านตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่ามูเซอ

แบบร่างผลิตภัณฑ์ที่ใส่เครื่องเขียนติดตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่าอาข่า



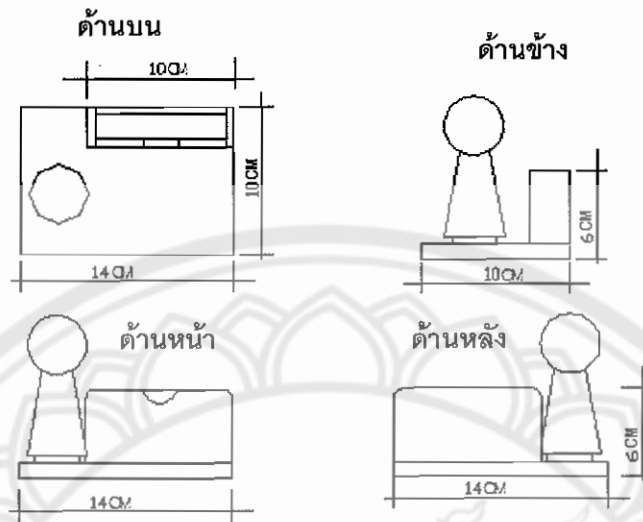
ภาพที่ 5 แบบร่างรูปด้านผลิตภัณฑ์ที่ใส่เครื่องเขียนติดตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่าอาข่า

แบบร่างผลิตภัณฑ์กรอบรูปติดตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่าลีซู



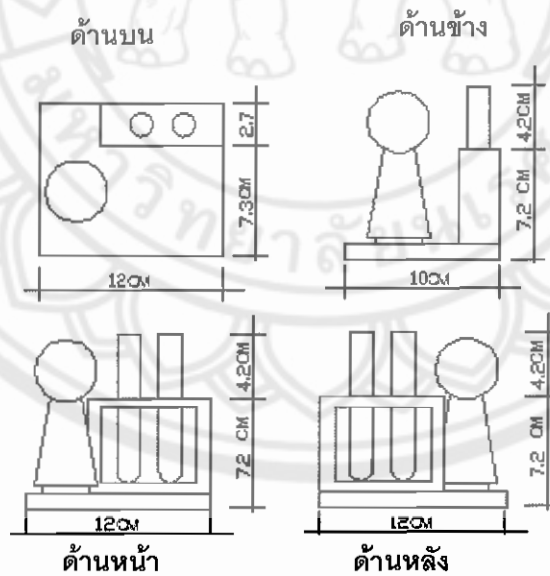
ภาพที่ 6 แบบร่างรูปด้านผลิตภัณฑ์กรอบรูปติดตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่าลีซู

แบบร่างผลิตภัณฑ์กระดาษโน้ตติดตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่ามูเซอ



ภาพที่ 7 แบบร่างรูปด้านผลิตภัณฑ์กระดาษโน้ตติดตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่ามูเซอ

แบบร่างผลิตภัณฑ์แจกันแก้วติดตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่ากระเหรี่ยง



ภาพที่ 8 แบบร่างรูปด้านผลิตภัณฑ์แจกันแก้วติดตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่ากระเหรี่ยง

2. แบบร่างโลโก้ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขา (Sketch Logo)



ภาพที่ 9 การออกแบบโลโก้ในขั้นแรก



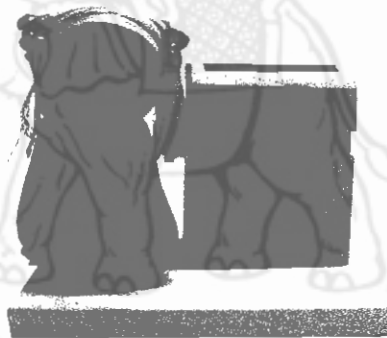
ภาพที่ 10 การออกแบบโลโก้ในขั้นต่อมา

ส่วนที่ 3 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ (Development and Design)

1. ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขา (New Product Development)



ภาพที่ 11 ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขาเผ่า อาข่า กระเหรี่ยง ลีซู และเผ่ามูเซอ (จากซ้ายไปขวา)



ภาพที่ 12 ผลิตภัณฑ์ที่ใส่เครื่องเขียนติดตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่าอาข่า



ภาพที่ 13 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์แจกันแก้วติดตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่ากระเหรี่ยง



ภาพที่ 14 ผลิตรัตนศิลป์ผลิตรัตนศิลป์กรอบรูปติดตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่าลีซู



ภาพที่ 15 ผลิตรัตนศิลป์ผลิตรัตนศิลป์กระดาษไม้ติดตุ๊กตาชาวเขาแต่งกายด้วยชุดชนเผ่ามูเซอ

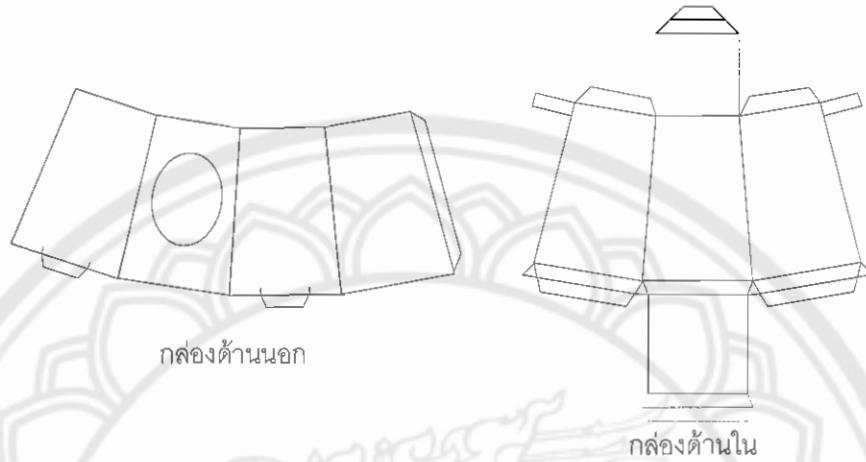
2. โลโก้ผลิตรัตนศิลป์ตุ๊กตาชาวเขา Little-Hill (Logo)

ภาพที่ 16 โลโก้ผลิตรัตนศิลป์ตุ๊กตาชาวเขา Little-Hill

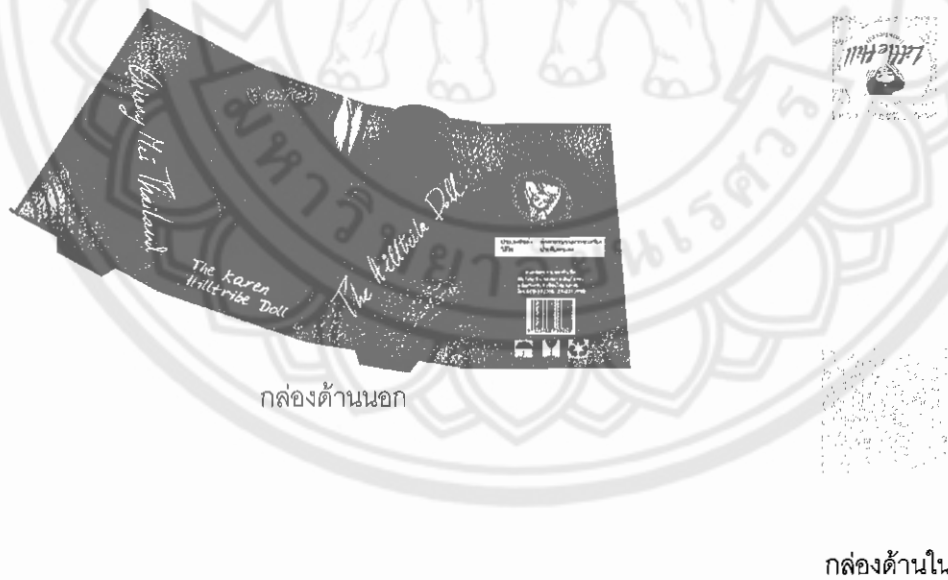
ตราสัญลักษณ์สื่อโดยการนำใบหน้าเป็นผู้หญิงชาวเขาและมีลักษณะการโพกผ้าบนศีรษะซึ่งเป็นการนำเอาความมีเอกลักษณ์ร่วมของการเป็นชาวเขามาใช้สื่อความหมาย ตัวอักษรที่ใช้เป็นลักษณะของการเขียนด้วยมือแสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตามแนวความคิด (Concept) ของงาน และมีคำกำกับไว้ว่าเป็นตุ๊กตาชาวเขาที่สร้างขึ้นด้วยมือ โลโก้โดยรวมมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันทั้งหมด

3. กราฟิกและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขา Little-Hill
(Graphic and Packaging design)

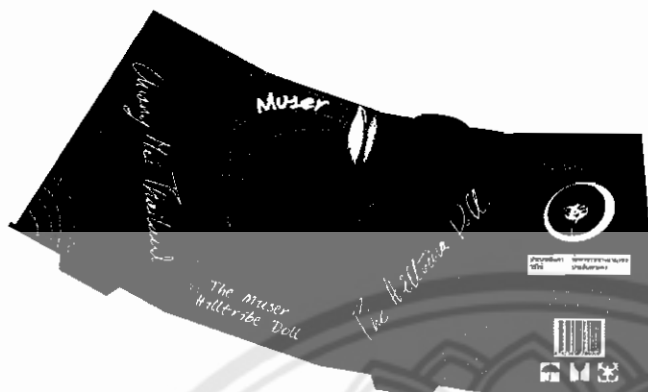
1. บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขา Little-Hill



ภาพที่ 17 แสดงโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขา Little-Hill



ภาพที่ 18 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง

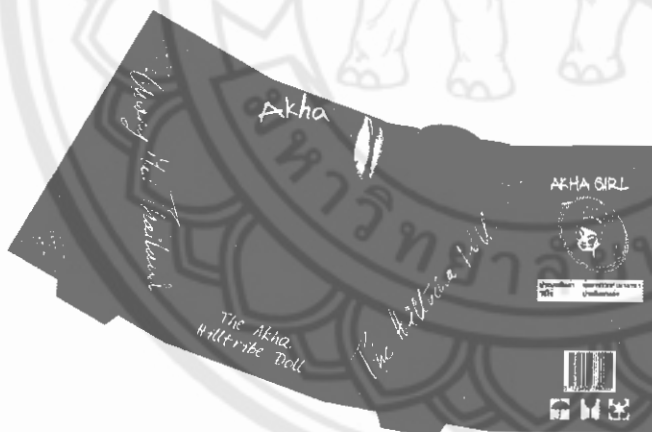


กล่องด้านนอก



กล่องด้านใน

ภาพที่ 19 กราฟิกันบนบรรจุภัณฑ์ผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขาเผ่ามูเซอ



กล่องด้านนอก



กล่องด้านใน

ภาพที่ 20 กราฟิกันบนบรรจุภัณฑ์ผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขาเผ่าอาข่า

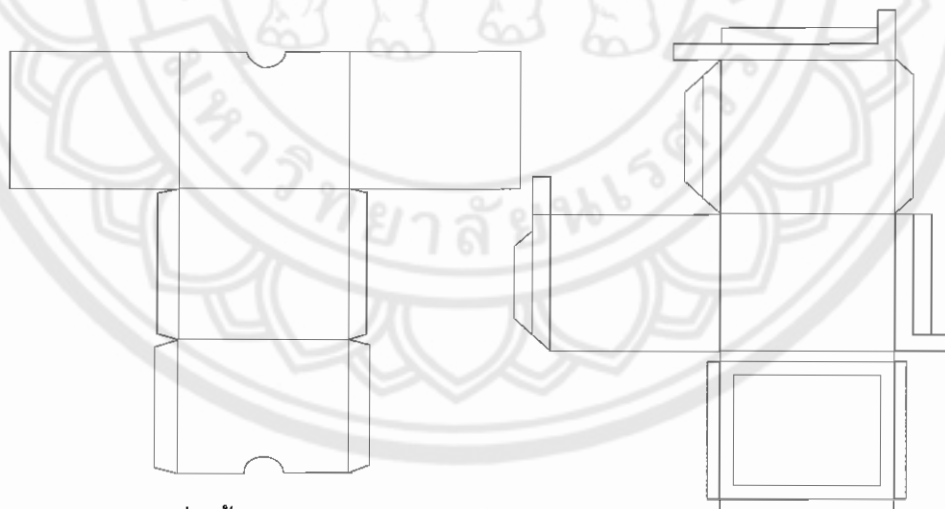


กล่องด้านนอก

กล่องด้านใน

ภาพที่ 21 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขาเผ่าลีซู

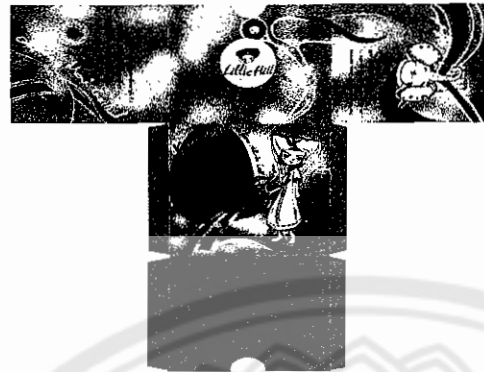
2. บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใส่เครื่องเขียนติดตุ๊กตาชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง



กล่องด้านนอก

กล่องด้านใน

ภาพที่ 22 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์แจกันแก้วติดตุ๊กตาชาวเขากระเหรี่ยง



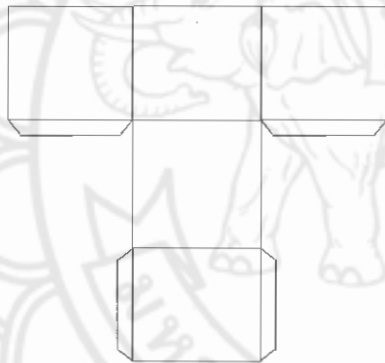
กล่องด้านนอก



กล่องด้านใน

ภาพที่ 23 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์แกล้มแก้วติดตุ๊กตาชาวเขาเผ่ากระเหรียง

3. บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใส่เครื่องเขียนติดตุ๊กตาชาวเขาเผ่าอาข่า



กล่องด้านนอก

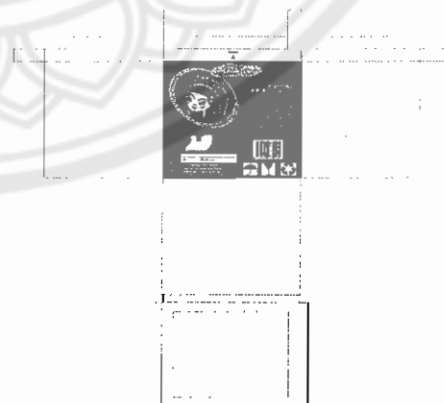


กล่องด้านใน

ภาพที่ 24 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใส่เครื่องเขียนติดตุ๊กตาชาวเขาเผ่าอาข่า



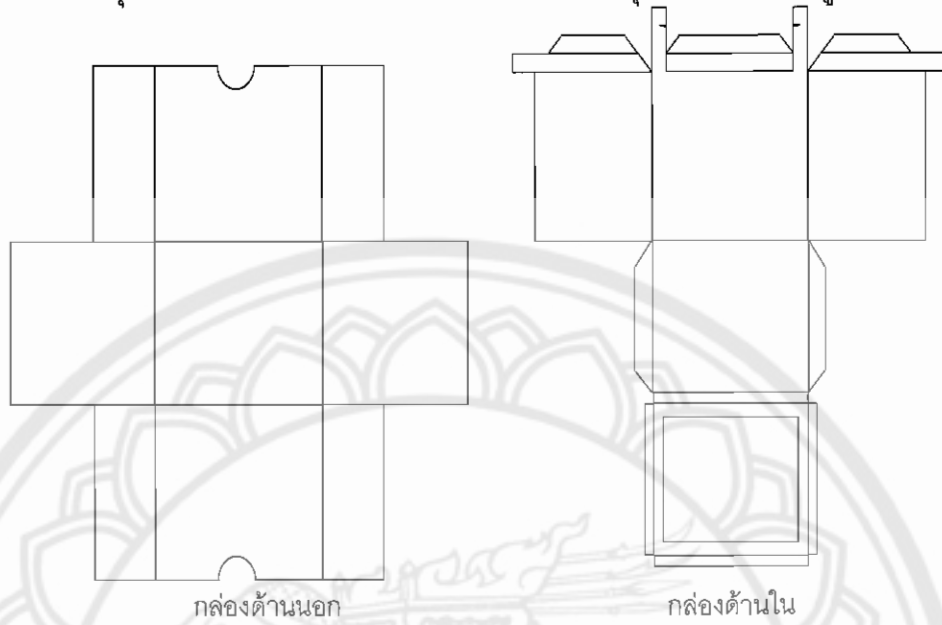
กล่องด้านนอก



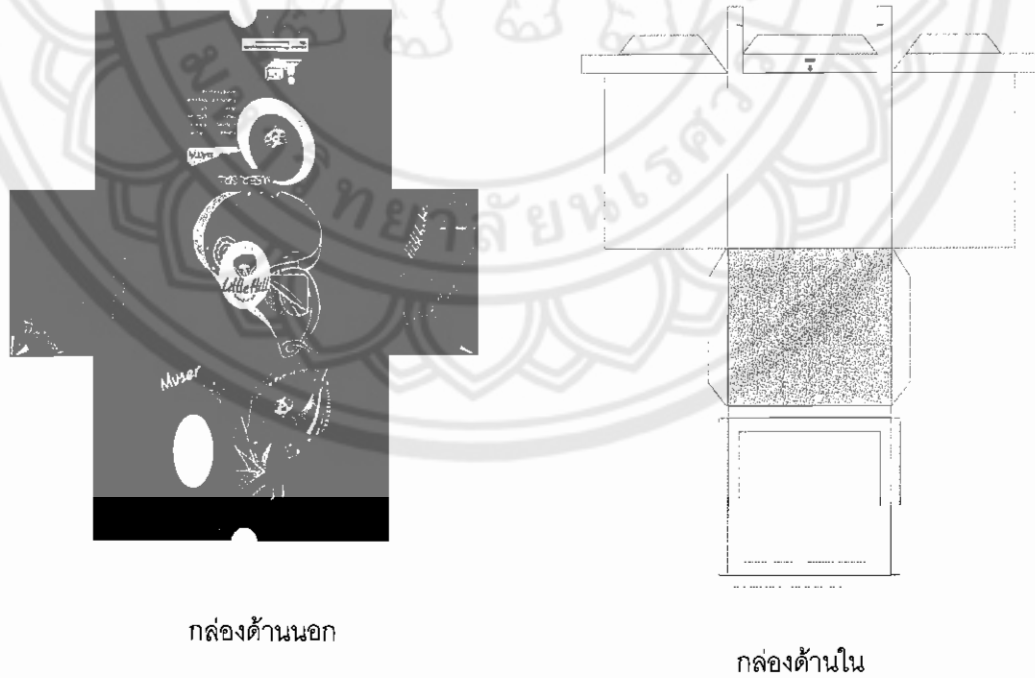
กล่องด้านใน

ภาพที่ 25 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใส่เครื่องเขียนติดตุ๊กตาชาวเขาเผ่าอาข่า

4. บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใส่กระดาษไนต์ติดตุ๊กตาชาวเขาเผ่ามูเซอ

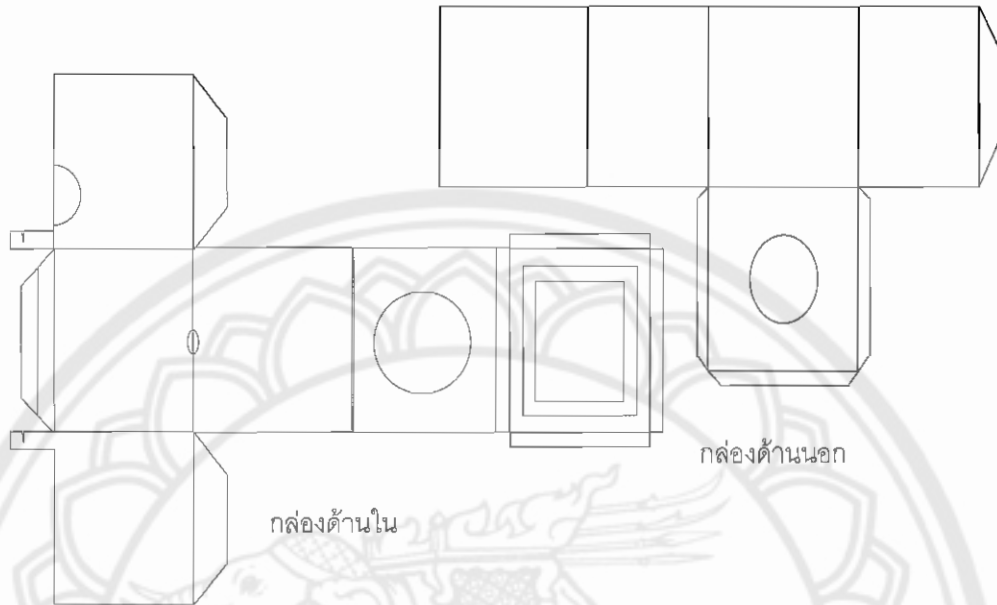


ภาพที่ 26 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใส่กระดาษติดตุ๊กตาชาวเขาเผ่ามูเซอ



ภาพที่ 27 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใส่กระดาษติดตุ๊กตาชาวเขาเผ่ามูเซอ

6. บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กรอบรูปติดตู้กดน้ำชาเขียวแต่งกายด้วยชุดชนเผ่าลีซู



ภาพที่ 28 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กรอบรูปติดตู้กดน้ำชาเขียวชนเผ่าลีซู

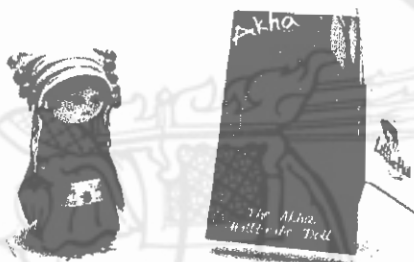


ภาพที่ 29 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กรอบรูปติดตู้กดน้ำชาเขียวชนเผ่าลีซู

ส่วนที่ 4 ผลงานที่สร้างสรรค์ (New Product Development and Packaging Design)



ภาพที่ 30 ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง และบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 31 ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขาเผ่าอาข่า และบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 32 ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขาเผ่ามูเซอ และบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 33 ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาวเขาเผ่าลีซู และบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 34 ผลิตภัณฑ์แจกันแก้วติดตุ๊กตาชาวเขชนเผ่ากระเหรี่ยง และบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 35 ผลิตภัณฑ์ที่ใส่เครื่องเขียนติดตุ๊กตาชาวเขชนเผ่าอาข่า และบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 36 ผลิตภัณฑ์กระดาษไม้ติดตุ๊กตาชาวเขชนเผ่ามูเซอ และบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 37 ผลิตภัณฑ์กรอบรูปติดตุ๊กตาชาวเขชนเผ่าลีซู และบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 38 การจัดนิทรรศการแสดงผลงาน