

การออกแบบสัญลักษณ์นำโชค **มาศค๑๓**

สำหรับส่งเสริมธุรกิจและการท่องเที่ยวของประเทศไทย

วรากรณ์ มามี



สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร

Naresuan University Publishing House

www.nupress.grad.nu.ac.th

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

National Library of Thailand Cataloging in Publication Data

วารสารณ์ มานี.

การออกแบบสัญลักษณ์นำโชค (มาสคอต) สำหรับส่งเสริมธุรกิจและการท่องเที่ยวของประเทศไทย.-พิษณุโลก:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2565.

208 หน้า.

1. มาสคอต. 2. การออกแบบกราฟิก. I. ชื่อเรื่อง

741.6

ISBN (e-book) 978-616-426-253-9

สพ. 104

ราคา 300 บาท

พิมพ์ครั้งที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565



สงวนลิขสิทธิ์ ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 โดยสำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร ห้ามการลอกเลียนไม่ว่าส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้ ไม่ว่าในรูปแบบใด ๆ นอกจากจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากสำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร เท่านั้น

ผู้จัดพิมพ์ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร

มิวงานจำหน่ายที่ 1. ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาคารวิทยุทิศ ชั้น 14 ซอยจุฬาลงกรณ์ 64 ถนนพญาไท

แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

สาขา ศาลาพระแก้ว กรุงเทพฯ โทร. 0 2218 7000-3

สยามสแควร์ อาคารวิทยุทิศ กรุงเทพฯ โทร. 0 2218 9881, 0 2255 4433

มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก โทร. 0 5526 0162-5

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา โทร. 0 4421 6131-2

มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี โทร. 0 3839 4855-9

โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า (ร.จ.ป.ร.) จังหวัดนครนายก โทร. 0 3739 3023, 0 3739 3036

จัดรัสจามจุรี กรุงเทพฯ โทร. 0 2160 5301

มหาวิทยาลัยพะเยา โทร. 0 5446 6799, 0 5446 6800

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โทร. 0 4492 2662-3

สาขาย่อยคณะครุศาสตร์จันทรา โทร. 0 2218 3979

สาขาหัวหมาก โทร. 0 2374 1378

2. ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อาคารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 50 ถนนงามวงศ์วาน

แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทร. 0 2579 0113

3. ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ อาคารเนกประสงค์ ชั้น 1 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถนนพระจันทร์

แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200 โทร. 0 2613 3899, 0 2623 6493

สาขา ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โทร. 0 5394 4990-1

ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จังหวัดสงขลา โทร. 0 7428 2980, 0 7428 2981

ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา จังหวัดยะลา โทร. 0 7329 9980

4. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร อาคารมหาธรรมราชา

จังหวัดพิษณุโลก 65000 โทร. 0 5596 8833 ถึง 8836

กองบรรณาธิการ

ออกแบบปกและรูปเล่ม

พิมพ์ที่

กองบรรณาธิการจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์ทางวิชาการของสำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร

วารสารณ์ มานี

ห้างหุ้นส่วนจำกัด พี.ดี.จี.คอล จำกัด 194/15 ถนนพญาไท ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก



พิมพ์บน
กระดาษคุณภาพ เพื่อลดงานคุณภาพ
กระดาษ 100 ปอนด์

สำนักพิมพ์นี้เป็นสมาชิกสมาคมผู้จัดพิมพ์
และจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย
<http://www.thaibooksociety.com>

nuph@nu.ac.th

0 5596 8833-8836

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร

[nu_publishing](https://twitter.com/nu_publishing)

กรณีต้องการสั่งซื้อหนังสือปริมาณมาก หรือเข้าซื้อเว็บไซต์ติดต่อได้ที่
ฝ่ายจัดจำหน่ายสำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร



@nupress



สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร

คำนำ

หนังสือ การออกแบบสัญลักษณ์นำโชค (มาสคอต) สำหรับส่งเสริมธุรกิจและการท่องเที่ยวของประเทศไทย เล่มนี้จัดทำขึ้นเพื่อแนะนำหลักการออกแบบสัญลักษณ์นำโชค (มาสคอต) สำหรับทุกคน

สัญลักษณ์นำโชค (มาสคอต) มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของประเทศไทย ช่วยส่งเสริมและประชาสัมพันธ์สำหรับกลุ่มธุรกิจ กลุ่มสตาร์ทอัพ หน่วยงาน โรงเรียน มหาวิทยาลัย ทีมกีฬา หน่วยงานราชการหรือสถาบันต่าง ๆ แปรนด์ที่มีสัญลักษณ์นำโชค (มาสคอต) ที่ได้ทำการออกแบบมาเป็นอย่างดี มีแนวโน้มที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่น ไม่เหมือนใครในท้องตลาดและสามารถได้รับประโยชน์จากการเติบโตของยอดขายได้

หนังสือเล่มนี้จะไม่สอนท่านถึงวิธีการเป็นนักออกแบบสัญลักษณ์นำโชค (มาสคอต) ที่เก่งกาจ แต่จะให้คำแนะนำถึงวิธีการวิเคราะห์เชิงลึกและกรณีศึกษา ซึ่งเป็นตัวอย่างของสัญลักษณ์นำโชค (มาสคอต) จากองค์กรต่าง ๆ ที่ประสบความสำเร็จ ก่อนที่จะได้มาซึ่งการเป็นสัญลักษณ์นำโชค (มาสคอต) ที่มีคุณภาพ ผู้เขียนมีเคล็ดลับเกี่ยวกับการออกแบบสัญลักษณ์นำโชค (มาสคอต) และคำแนะนำที่ถูกต้องจากประสบการณ์การออกแบบสัญลักษณ์นำโชค (มาสคอต) เป็นระยะเวลากว่า 10 ปีของผู้เขียน

หนังสือเล่มนี้เหมาะสำหรับผู้สนใจทุกกลุ่มไม่เพียงแต่นักออกแบบเท่านั้นหรือแม้กระทั่งผู้ที่ออกแบบไม่เป็น ไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานความรู้ด้านการออกแบบ ก็สามารถนำหลักการ รวมถึงวิธีการในการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับการออกแบบสัญลักษณ์นำโชค (มาสคอต) ไปประยุกต์ใช้กับงานของท่านได้

หากท่านต้องการออกแบบสัญลักษณ์นำโชค (มาสคอต) ให้เป็นที่นิยมหรือมุ่งหวังที่จะเพิ่มผลกำไรทางธุรกิจด้วยสัญลักษณ์นำโชค (มาสคอต) นี่ก็คือคู่มือสำหรับท่าน

ดร.วรารณ์ มามี

bedede@hotmail.com

สารบัญ

บทนำ 001

ความหมายของมาสคอต	001
สรุปแผนที่ความคิดความหมายของมาสคอต.....	003
สรุปความหมายของมาสคอต	004
ประวัติความเป็นมาของมาสคอต.....	004
สรุปวิวัฒนาการของมาสคอต	020
ความสำคัญของมาสคอต.....	024
สรุปความสำคัญของมาสคอต.....	025
สรุปแผนที่ความคิดความสำคัญของมาสคอต	027

บทที่ 1 ประเภทและรูปลักษณะของมาสคอต..... 029

สรุปแผนที่ความคิดรูปแบบ ลักษณะ	
ประเภทของมาสคอต	030
สรุปแผนที่ความคิดประเภทธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	
ของมาสคอต	031
สรุปแผนที่ความคิดประเภทมนุษย์สร้างขึ้นของมาสคอต.....	034
สรุปแผนที่ความคิดประเภทนามธรรมของมาสคอต	037
สรุปประเภทและรูปลักษณะของมาสคอต	038

บทที่ 2 หลักการออกแบบมาสคอต..... 039

การวิเคราะห์ สังเคราะห์ หลักการออกแบบมาสคอต.....	041
แผนที่ความคิดหลักการออกแบบของมาสคอต.....	043
สรุปแผนที่ความคิดหลักการออกแบบของมาสคอต.....	044
ข้อควรคำนึงถึงในการออกแบบมาสคอต.....	045
สรุปหลักการออกแบบมาสคอต.....	046

บทที่ 3 องค์ประกอบของการออกแบบมาสคอต..... 049

รูปร่างและรูปทรง.....	049
สรุปแผนที่ความคิดรูปทรงของมาสคอต.....	054
วัสดุและพื้นผิว.....	055
สีและความรู้สึก.....	058
อิทธิพลของสีต่ออารมณ์และความรู้สึก.....	059
ขนาดและสัดส่วน.....	061
สรุปองค์ประกอบของการออกแบบมาสคอต.....	062

บทที่ 4 การประเมินคุณภาพของมาสคอต 063

แบบประเมินการออกแบบมาสคอต.....	064
ตัวอย่างแบบประเมินการออกแบบมาสคอต.....	065
สรุปการประเมินคุณภาพของมาสคอต.....	067

บทที่ 5 กระบวนการออกแบบมาสคอต..... 069

สรุปแผนที่ความคิดขั้นตอนการระดมความคิด	070
สรุปแผนที่ความคิดขั้นตอนการร่างแบบ.....	071
สรุปแผนที่ความคิดขั้นตอนการสร้างงานจริง	072
สรุปแผนที่ความคิดกระบวนการออกแบบมาสคอต.....	073
สรุปกระบวนการออกแบบมาสคอต	074

บทที่ 6 บุคลิกภาพ สีและอารมณ์ของมาสคอต..... 075

สรุปแผนที่ความคิดบุคลิกภาพของมาสคอต	079
บุคลิกภาพ สีและอารมณ์ต่อการออกแบบมาสคอต.....	080
มาสคอต กลุ่มสี PRETTY	092
มาสคอต กลุ่มสี CASUAL	094
มาสคอต กลุ่มสี DYNAMIC	097
มาสคอต กลุ่มสี GORGEOUS	099
มาสคอต กลุ่มสี WILD.....	101
มาสคอต กลุ่มสี ROMANTIC	103
มาสคอต กลุ่มสี NATURAL	105
มาสคอต กลุ่มสี ELEGANT	109
มาสคอต กลุ่มสี CHIC	112
มาสคอต กลุ่มสี CLASSIC.....	115
มาสคอต กลุ่มสี DANDY.....	117
มาสคอต กลุ่มสี CLASSIC AND DANDY.....	119

มาสคอต กลุ่มสี FORMAL.....	121
มาสคอต กลุ่มสี CLEAR.....	123
มาสคอต กลุ่มสี COOL CASUAL.....	125
มาสคอต กลุ่มสี MODERN.....	127

บทที่ 7 วัสดุและการผลิตมาสคอต 131

สรุปแผนที่ความคิดการเลือกวัสดุสำหรับมาสคอต	134
ข้อควรคำนึงถึงในการผลิตมาสคอต.....	135
สรุปแผนที่ความคิดข้อควรคำนึงถึงในการผลิตมาสคอต.....	136
ขั้นตอนการทำมาสคอต.....	137
สรุปวัสดุและการผลิตมาสคอต	138

บทที่ 8 การนำมาสคอตไปใช้ประโยชน์..... 141

สรุปแผนที่ความคิดการนำมาสคอตไปใช้ประโยชน์	147
สรุปการนำมาสคอตไปใช้ประโยชน์	148

บทที่ 9 แนวคิดตัวอย่างในการออกแบบมาสคอต..... 149

น้องอะหยังอ๋อ	152
น้องน่ายักษ์	154
น้องบัวอุดรและบัวแคร่.....	156
น้อง 1669	158
น้องแก้งัดดิน.....	160

น้องปกป้อง.....	162
น้องต๋อยยอด.....	164
น้องไดโนท็อปส์	166
น้องรักษ์โลก	168
น้องแคสเสด.....	170
น้องภูมิใจ.....	172
มิสเตอร์แฮมเมอร์	174
น้องเซฟ	176
มิสเตอร์ GS1	178
น้องเทวดา นางฟ้า.....	180
น้อง Genius of ITFC	182
บรรณานุกรม.....	184
ดัชนี.....	194

บทนำ

ความหมายของมาสคอต

มาสคอตหรือแมสคอต (Mascot) เป็นคำเรียกที่มาจากภาษาอังกฤษ แต่ในภาษาญี่ปุ่นจะเรียกมาสคอตว่า ยูรุเคียระ (Yuru-kyara) ส่วนใหญ่จะเห็นกันในงานโปรโมตของแต่ละจังหวัด สำหรับประเทศไทย จะมีการเรียกมาสคอตที่หลากหลายกว่า เช่น ตุ๊กตาสัญลักษณ์ การ์ตูนสัญลักษณ์ ตุ๊กตานำโชค สัญลักษณ์นำโชค ตัวนำโชคหรือสัตว์นำโชค มาสคอตถูกออกแบบมาให้ดูมีชีวิตชีวา อาจเป็นได้ทั้งสิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิต ไม่ว่าจะเป็นคน สัตว์หรือสิ่งของบางอย่าง โดยมักจะสื่อแทนถึงความโชคดี สิ่งนำโชค เครื่องราง เป็นต้น สร้างสรรค์ออกมาให้เป็นตัวการ์ตูนโดยการนำไปเผยแพร่สู่สาธารณชน ซึ่งมีให้เห็นกันบ่อย ๆ ตามงานกีฬาระดับโลก เช่น การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การแข่งขันฟุตบอลโลกหรือแม้แต่ระดับประเทศ เป็นต้น โดยมาสคอตที่ออกแบบมา จะมีความเกี่ยวข้องกับประเทศเจ้าภาพนั้น ๆ มาสคอตประชาสัมพันธ์เมืองหรือประชาสัมพันธ์จังหวัด มาสคอตประจำหน่วยงาน องค์กรหรือบริษัทต่าง ๆ เป็นต้น (ไพโรจน์ ธีระประภา, 2546, น. 11-12)

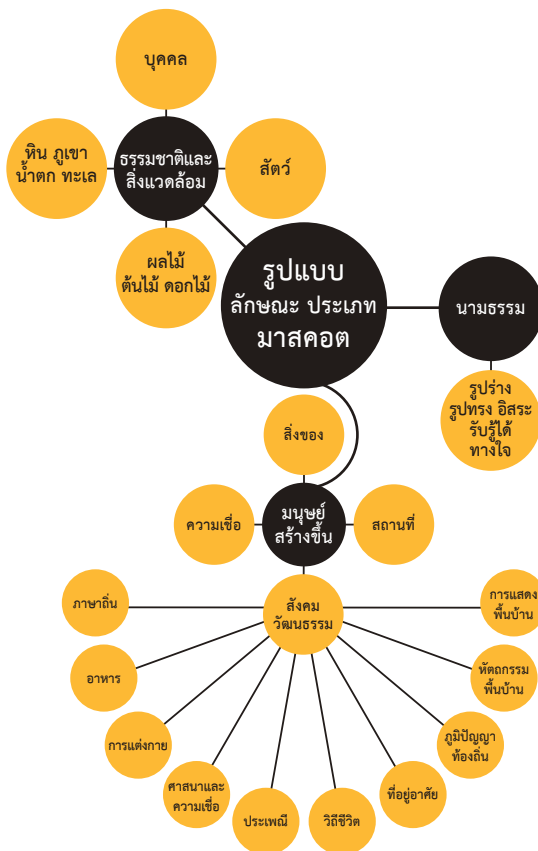
ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจากหลากหลายวงการได้ให้ความหมายเกี่ยวกับมาสคอตไว้ว่า มาสคอตโดยส่วนมากอาจจะเป็นได้ทั้งมนุษย์ สัตว์หรือสิ่งของและมักจะพบเห็นมาสคอตที่สร้างเป็นตัวละคร สัตว์หรือมนุษย์ โดยได้รับหน้าที่เพื่อเป็นตัวแทนในการเผยแพร่ออกสู่สาธารณะ (Matt Blitz, 2016, อ้างถึงใน กะรัตเพชร บุญชูวิทย์และวรชัย

บทที่ 1

ประเภทและรูปลักษณะของมาสคอต

มาสคอต คือ สิ่งหนึ่งที่สามารถเป็นได้ทั้งสิ่งของ มนุษย์หรือสัตว์ แต่ที่พบเห็นโดยมาก เราจะพบเห็นมาสคอตที่เป็นตัวละครสัตว์หรือมนุษย์ โดยรับบทบาทหน้าที่ในการเป็นตัวแทนเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยประเภทและรูปลักษณะของมาสคอตที่พบเห็นในปัจจุบันมีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้แบ่งรูปลักษณะของมาสคอตออกมาหลากหลาย เช่น รูปคน รูปพืชผักผลไม้ รูปวัตถุสิ่งของและรูปสัตว์ เป็นต้น (ไพโรจน์ ธีระประภา, 2546, น. 12-13) มาสคอตที่มีรูปร่างเหมือนคน มาสคอตที่มีรูปร่างเหมือนสัตว์ มาสคอตที่มีรูปร่างเหมือนวัตถุสิ่งของ มาสคอตที่มีรูปร่างเหมือนพืชผัก อาหาร มาสคอตที่มีรูปร่างเป็นนามธรรมและมาสคอตที่มีรูปร่างเป็นมนุษย์ (ประไพพรรณ เปรื่องพงษ์, 2557, น. 85) ในปัจจุบันมีการนำเสนอมาสคอตออกมาให้เป็นรูปธรรมหลากหลายรูปแบบ เช่น ทำเป็นหุ่น รูปปั้น ตุ๊กตา อยู่ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ ฯลฯ โดยมาสคอตเกิดจากการออกแบบของนักออกแบบกราฟิก ซึ่งจะทำให้การออกแบบสัญลักษณ์โลโก้ในลักษณะที่เป็นรูปภาพ สัตว์หรือตัวการ์ตูนก่อนที่จะมาเป็นมาสคอตอย่างที่เราเห็นกันในทุกวันนี้ โดยมาสคอตที่เราพบเห็นในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกได้หลากหลายรูปแบบ เช่น รูปแบบจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Nature and Environment Form) ที่เป็นสิ่งมีชีวิต เช่น บุคคล สัตว์ ผลไม้ ต้นไม้ ดอกไม้ เป็นต้น และสิ่งที่ไม่มีชีวิต เช่น หิน ภูเขา น้ำตก ทะเล ทราย ดิน ทหาราย เป็นต้น หรือจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น คลื่น ลม แสงแดด ฟ้าผ่า ฟ้าร้อง รุ้งกินน้ำ

เป็นต้น รูปแบบที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man made Form) เช่น สิ่งของ สถานที่ สังคม วัฒนธรรม ความเชื่อ เป็นต้น หรือรูปแบบนามธรรม ซึ่งจะมีความเป็นอิสระ สามารถรับรู้ได้ทางใจ ไม่มีรูปแบบที่แน่นอน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับแนวความคิดของผู้ออกแบบว่าจะแสดงรูปแบบของมาสคอต ให้ออกมาแสดงสู่สายตาสาธารณชนได้อย่างไร จึงจะเป็นที่รับรู้ เข้าใจและ พึงพอใจของทุกคน



ภาพที่ 14 สรุปแผนที่ความคิดรูปแบบ ลักษณะ ประเภทของมาสคอต

บทที่ 2

หลักการออกแบบมาสคอต

เป็นวิธีการวิเคราะห์ สังเคราะห์จากหลักเกณฑ์ในโครงการประกวดออกแบบมาสคอตที่ได้ถูกกำหนดขึ้นมาจากกลุ่มธุรกิจ กลุ่มสตาร์ทอัพ หน่วยงาน โรงเรียน มหาวิทยาลัย ทีมกีฬา หน่วยงานราชการหรือสถาบันต่าง ๆ มาสร้างเป็นหลักการและเป็นแนวทางนำไปสู่การออกแบบมาสคอต ที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

โดยหลักการออกแบบมาสคอตเป็นหลักการที่สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ ข้อพิจารณา แนวทางหรือหลักในกระบวนการออกแบบมาสคอต ซึ่งทำให้กระบวนการออกแบบมีการต่อยอดทางความคิดอย่างเป็นระบบระเบียบมากขึ้น ซึ่งวิธีการนี้จะช่วยให้ผู้ออกแบบแต่ละท่านสามารถอ้างอิงหลักการเดียวกันอย่างมีมาตรฐานดังต่อไปนี้

ความคิดสร้างสรรค์

- การสื่อความหมายและแนวคิดในการออกแบบ
- สอดคล้องกับหัวข้อการประกวด

ง่ายต่อการจดจำ

- ง่ายต่อการจดจำ
- เข้าใจได้ง่ายและชัดเจน

สามารถนำไปใช้งานได้จริง

- สามารถนำไปใช้ต่อยอดกับงานได้หลากหลาย เช่น เป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นของที่ระลึก ของฝาก ของขวัญและของตกแต่งบ้าน เป็นต้น

- สร้างความสัมพันธ์ของสินค้าและชื่อแบรนด์ได้ทันทีกับผู้พบเห็น

- สามารถประยุกต์ใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้หลากหลาย

สื่อถึงแบรนด์ องค์กรหรือหน่วยงานนั้น ๆ

- สะท้อนถึงอัตลักษณ์ขององค์กร
- สร้างภาพลักษณ์ที่ดี
- มีความน่าเชื่อถือ

ความสวยงาม

- ความครบถ้วนขององค์ประกอบ

โดดเด่น ดึงดูดความสนใจ

- มีเอกลักษณ์
- ดึงดูดความสนใจ
- มีความเด่นชัด

ความน่ารัก สดใส เป็นมิตร

- บุคลิกน่ารัก เกลี้ยกล่อมและเป็นมิตร
- น่ารัก

ง่ายต่อการผลิตและการบำรุงรักษา

- นำวัสดุท้องถิ่นมาประยุกต์เข้ากับเครื่องแต่งกายหรืออุปกรณ์ประจำตัวได้

บทที่ 3

องค์ประกอบของการออกแบบมาสคอต

องค์ประกอบสำคัญของมาสคอตที่นักออกแบบควรที่จะต้องเรียนรู้กัน โดยองค์ประกอบทางศิลปะ มีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกล่าวถึงสิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ สี ได้แก่ สิ่งที่นักออกแบบนำมาใช้เพื่อถ่ายทอดการสร้างสรรค์ผลงานของตนเองให้เป็นที่ประจักษ์แก่ผู้อื่น ส่วนเนื้อหา ได้แก่ เรื่องราวที่ต้องการแสดงออกโดยใช้สื่อที่เหมาะสม และสุนทรียธาตุ คือ ความสวยงาม ความแปลกหูแปลกตาและความน่าทึ่ง (ไพโรจน์ ธีระประภา, 2546, น. 5) ประกอบไปด้วยองค์ประกอบเช่นเดียวกับศิลปะแขนงอื่น ซึ่งมีอยู่ 4 องค์ประกอบหลัก ดังนี้

1. รูปร่างและรูปทรง (Shape and Form)
2. วัสดุและพื้นผิว (Material and Texture)
3. สีและความรู้สึก (Color and Mood)
4. ขนาดและสัดส่วน (Size and Proportion)

1. รูปร่างและรูปทรง (Shape and Form)

รูปร่าง (Shape) คือ การรวมกันเข้าของเส้นในรูปแบบต่าง ๆ หรือการนำเส้นรูปแบบต่าง ๆ มาต่อกัน จนกระทั่งเกิดเป็นความกว้างและความยาว (หรือความสูง) กลายเป็นรูปร่าง 2 มิติ โดยกลุ่มประเภทของรูปร่าง สามารถแบ่งออกได้เป็น รูปร่างเรขาคณิต เช่น รูปวงกลม วงรี สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม ฯลฯ รูปร่างธรรมชาติหรือรูปร่างอินทรีย์ เป็นการเลียนแบบจากรูปร่างสิ่งมีชีวิต คือ สิ่งที่สามารถเติบโตได้ รูปร่างที่มีด้านเป็นเส้นตรง ประกอบจากเส้นตรง ไม่มีความสัมพันธ์กันทางคณิตศาสตร์ รูปร่างผิดปกติประกอบจากเส้นตรงและเส้นโค้ง

ไม่มีความสัมพันธ์กันทางคณิตศาสตร์ รูปร่างอิสระจะไม่มีโครงสร้างที่แน่นอนให้ความรู้สึก เคลื่อนไหวและรูปร่างอุบัติเหตุ เกิดจากความไม่ตั้งใจ อาจเป็นผลมาจากการมั่ววิธีหรือวัสดุใด ๆ (ประไพพรรณ เป็รื่องพงษ์, 2557, น. 69-70) ซึ่งรูปร่างของมาสคอตเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่กำหนดอารมณ์ และทิศทางของงานที่สื่อสารออกไป คนส่วนใหญ่จะมองดูที่รูปร่างง่าย ๆ ที่ใช้ในการออกแบบส่วนหัวและลำตัวของมาสคอตก่อน (มองที่ภาพใหญ่โดยรวมก่อน) และหลังจากนั้นจึงจะมองที่รายละเอียดส่วนอื่น เช่น เรื่องของการแสดงอารมณ์ สีหน้า รูปหน้า ท่าโพสและภาษากาย (การมองที่รูปร่างของดวงตา คิ้ว การสื่อสารผ่านบุคลิกภาพ ภาษากาย) จะมองภายหลัง แล้วแต่การสังเกตของแต่ละบุคคล การใช้สีมีความสำคัญ เพราะสีจะมีความหมายของแต่ละสีเช่นกัน ถึงแม้ว่าสีจะสามารถแปลได้ในหลายความหมาย ตามจิตวิทยาของสีกับความรู้สึก แต่การมองที่รูปร่าง รูปทรงจะมีความหมายที่เป็นสากลมากกว่า รูปทรง (Form) คือ รูปร่างที่ถูกเพิ่มมิติของความลึกเข้ามาด้วย ทำให้เกิดปริมาตร (Volume) กลายเป็นรูปทรง 3 มิติ คือ มีความลึกเพิ่มเข้ามา จนเกิดเป็นความกว้าง ความยาวและความสูง (ความลึก) (สุจิน สังวาลย์มณีเนตร และคณะ, 2562, น. 36-37) โดยแบ่งออกเป็น 3 ชนิด ดังนี้

1. รูปทรงเรขาคณิต (Geometric Form)

เป็นรูปทรงของสิ่งที่มีมนุษย์ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมา โดยเป็นรูปทรงที่มีความแน่นอน เป็นมาตรฐาน มีกฎเกณฑ์ มีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบระเบียบ สามารถวัดและคำนวณได้ เกิดจากการคิดและสร้างของมนุษย์ มักจะเป็นการประกอบกันของเส้นตรงและเส้นโค้งที่มีแบบแผน เช่น รูปสี่เหลี่ยม รูปสามเหลี่ยม รูปวงกลมและรูปวงรี ฯลฯ

บทที่ 4

การประเมินคุณภาพของมาสคอต

การออกแบบมาสคอตควรมีเครื่องมือที่จะใช้ในการประเมินคุณภาพของมาสคอตที่ได้ทำการออกแบบมา เครื่องมือประเมินคุณภาพในการออกแบบมาสคอตถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นมาตรฐาน ซึ่งผู้ออกแบบไม่ควรมองข้ามเพราะมาสคอตนั้นถือได้ว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากกับภาพลักษณ์ของแบรนด์ หน่วยงานองค์กร ธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็กหรือกลุ่มสตาร์ทอัปก็ตาม โดยธุรกิจเหล่านี้ ล้วนต้องการให้ตนเองเป็นที่สนใจและเพิ่มความน่าสนใจให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้และจดจำมากขึ้น ดังนั้นกระบวนการประเมินคุณภาพของมาสคอต จึงถือเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญสูง เมื่อเราต้องการได้ผลงานที่มีคุณภาพสูง จึงมีความจำเป็นต้องใช้การทำงานที่มีประสิทธิภาพ ผู้ออกแบบจำเป็นต้องมีการออกแบบเครื่องมือสำหรับการประเมินคุณภาพที่ดี มีเกณฑ์และหลักการที่ใช้ในการประเมินที่น่าเชื่อถือ โดยสิ่งที่ผู้ออกแบบต้องพิจารณามีรายละเอียดดังนี้

แบบประเมินการออกแบบมาสคอต

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็น
ของท่านและเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้



แบบที่ 1



แบบที่ 2



แบบที่ 3

คำอธิบายภาพ

แบบที่ 1 ได้แรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากดอกกล้วยและ
พวงมาลัย เด็กสาวที่รักความเป็นไทย มีสีขาวและสีเหลืองทองเป็น
สีหลักในการออกแบบเนื่องจากเป็นสีอัตลักษณ์ขององค์กร เป็นเด็กสาว
ที่มีหน้าตาน่ารัก เป็นมิตร ดูเฉลียวฉลาด มีสุขภาพกายใจที่แข็งแรง
มีความภูมิใจและเต็มใจพร้อมให้ความช่วยเหลือประชาชนสัมพันธ์เผยแพร่
กิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่ทุกคน

แบบที่ 2 ได้แรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากรูปทรงอาคาร
และดอกกล้วย เด็กสาวที่รักความเป็นไทย มีสีขาวและสีเหลืองทองเป็น
สีหลักในการออกแบบเนื่องจากเป็นสีอัตลักษณ์ขององค์กร เป็นเด็กสาว
ที่มีหน้าตาน่ารัก เป็นมิตร ดูเฉลียวฉลาด มีสุขภาพกายใจที่แข็งแรง
มีความภูมิใจและเต็มใจพร้อมให้ความช่วยเหลือประชาชนสัมพันธ์เผยแพร่
กิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่ทุกคน

บทที่ 5

กระบวนการออกแบบมาสคอต

มาสคอตเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถสร้างภาพลักษณ์และ เป็นเครื่องมือที่ไม่ควรมองข้าม ในการช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับแบรนด์ หน่วยงาน องค์กร ธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาด เล็กหรือกลุ่มสตาร์ทอัพ ธุรกิจเหล่านี้ ล้วนต้องการให้ตนเองเป็นที่สนใจ เพิ่มความน่าสนใจให้แก่กลุ่มผู้บริโภคให้หันมามองมากขึ้น ดังนั้น จึงต้องคำนึงถึงกระบวนการออกแบบ เมื่อเราต้องการได้ผลงานที่มีคุณภาพ ผ่านการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เราจำเป็นจะต้องมีการออกแบบ กระบวนการที่ดี กระบวนการที่ดีจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อแบรนด์ต่าง ๆ เช่น การประหยัดเวลา ประหยัดทรัพยากร ประหยัดงบประมาณ เป็นต้น สิ่งที่เราต้องพิจารณามี 3 ข้อใหญ่ ๆ คือ การระดมความคิด การร่างแบบ และการสร้างงานจริง (ไพโรจน์ ธีระประภา, 2546, น. 5) ซึ่งแต่ละขั้นตอน จะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการระดมความคิด

สิ่งที่นักออกแบบต้องพิจารณาในส่วนของขั้นตอนการระดม ความคิด ประกอบไปด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การเก็บข้อมูล
2. การค้นหาข้อมูล
3. การจำแนกข้อมูล

4. การสร้างแนวคิดในการออกแบบ
5. การพัฒนาแนวความคิด
6. การคัดเลือกรูปแบบหรือแนวคิดที่เหมาะสม
7. การหยิบแต่ละแนวคิดมาทำตามแนวคิด
8. การเลือกหาสิ่งคล้อยในการออกแบบ



ภาพที่ 33 สรุปแผนที่ความคิดขั้นตอนการระดมความคิด

ขั้นตอนการร่างแบบ

สิ่งที่นักออกแบบต้องพิจารณาในส่วนของขั้นตอนการร่างแบบประกอบไปด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การออกแบบ

บทที่ 6

บุคลิกภาพ สีและอารมณ์ของมาสคอต

มาสคอตช่วยสร้างความสุข ให้ความรู้และช่วยสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคได้หลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นอยู่ในงานอีเวนต์ การเปิดตัว สินค้าใหม่ ในโอกาสและเทศกาลต่าง ๆ หรือการนำมาสคอตไปใช้ในการโฆษณาทางโทรทัศน์ คลิปวิดีโอ ทำเป็นสติ๊กเกอร์ LINE การ์ตูนแอนิเมชัน Applications Games Music VDO ออกรายการ TV รวมไปถึงการผลิตเป็นสินค้า ของที่ระลึก ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ช่วยให้สินค้าหรือบริการขององค์กรเป็นที่ยอมรับ สร้างความน่าสนใจและช่วยต่อยอดภาพลักษณ์ขององค์กรให้กับผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งการออกแบบมาสคอตนั้นควรคำนึงถึงเรื่องของการออกแบบ บุคลิกภาพ สีและอารมณ์ของมาสคอตด้วย เพื่อเป็นการสื่อสารให้กับผู้บริโภคได้เข้าใจและเข้าถึงกลุ่มธุรกิจ กลุ่มสตาร์ทอัพ หน่วยงาน ทีมกีฬา โรงเรียน มหาวิทยาลัย หน่วยงานราชการ องค์กรหรือสถาบันต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บุคลิกภาพในการออกแบบมาสคอต หมายถึง ลักษณะโดยส่วนรวมของมาสคอต อาทิ ลักษณะทางกายภาพ กิริยา ท่าทาง รูปร่าง หน้าตา หรือแม้แต่น้ำเสียง คำพูด ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ภายนอก ในการแสดงออกมาเป็นตัวตนของตนเองที่แตกต่างกันไป เป็นต้น โดยได้รับการออกแบบจากนักออกแบบ ซึ่งบุคลิกภาพ (Personality) มาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า “Persona” หมายถึง หน้ากากที่ตัวละครสมัยกรีก

และโรมันใช้สวมเวลาออกแสดงเพื่อแสดงบทบาทที่แตกต่างกันออกไป ตามที่กำหนดให้บุคลิกภาพ คือ ตัวบุคคลโดยส่วนรวม ลักษณะทางกาย ซึ่งสังเกตได้ง่าย (พุฒิพงศ์ สัตยวงศ์ทิพย์, ม.ป.ป., น. 9-10)

บุคลิกภาพโดยทั่วไปจากการวิเคราะห์ทางสถิติของการวิจัยมิติทางด้านบุคลิกภาพ โดยมีพื้นฐานทางทฤษฎีมาจาก 3 แหล่งที่มา คือ ด้านจิตวิทยา มาตรวัดทางด้านบุคลิกภาพโดยนักการตลาดและงานวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลที่แสดงผลลัพธ์จากการวิจัย อันเสนอวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) พบว่า สามารถแบ่งบุคลิกภาพได้ 5 มิติ ดังนี้

1. บุคลิกภาพจริงใจ (Sincerity) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเอาใจใส่ ความเป็นห่วงเป็นใยและมีแนวโน้มที่คุณค่า เน้นการให้ความสำคัญกับครอบครัว ประกอบด้วยลักษณะบุคลิกภาพ 4 ด้านได้แก่

- ดิตดิน (Down-to-earth)
- ซื่อสัตย์ (Honest)
- ดีงาม (Wholesome)
- ร่าเริง (Cheerful)

โดยลักษณะบุคลิกภาพจริงใจจะมีความเหมาะสมสำหรับใช้กับสินค้าประเภทที่ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยหรือจำเป็นในชีวิตประจำวัน

2. บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น (Excitement) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเต็มไปด้วยจิตวิญญาณ ความฮึกเหิมและความเยาว์วัย ประกอบด้วยลักษณะบุคลิกภาพ 4 ด้านได้แก่

- กล้าทำทลาย (Daring)

บทที่ 7

วัสดุและการผลิตมาสคอต

ในปัจจุบันธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและผลิตมาสคอต มีผู้ประกอบการจำนวนมาก โดยมาสคอตแต่ละตัวนั้นจะมีราคาตั้งแต่หลักหมื่นไปจนถึงหลักแสนบาท ซึ่งราคาในการออกแบบและผลิตจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบชิ้นส่วนของมาสคอต โดยในการผลิตมาสคอตแต่ละตัว ต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิต วัสดุและอุปกรณ์ต่าง ๆ จำนวนมาก ซึ่งวัสดุ ที่เลือกใช้ในการผลิตมาสคอตมีผลต่อความสะดวกสบายของผู้สวมใส่ชุด ความทนทาน อายุการใช้งานของชุดแต่งกาย ค่าใช้จ่ายของชุดแต่งกาย คุณภาพและความประณีตของงานที่แตกต่างกัน รวมไปถึงระยะเวลาที่ ลูกค้านำมาสั่งการรับงาน ก็ส่งผลให้ชุดแต่งกายจะมีราคาแตกต่างกันออกไป ลูกค้าส่วนใหญ่มักเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ หรือองค์กร ที่มักจะสั่งผลิต คราวละจำนวนมาก เพื่อป้องกันการชำรุดเสียหายหรือการนำไปใช้ได้ ที่หลายตัวพร้อมกัน (บริษัท ไลค์มี จำกัด, 2557, ออนไลน์) โดยการผลิตมาสคอตควรคำนึงถึงน้ำหนัก ส่วนสูงของมาสคอต และผู้สวมชุด เป็นหลักสำคัญ โดยผู้ผลิตต้องวัดตัวผู้สวมใส่เพื่อกำหนดขนาดและ โครงสร้างของผู้สวมใส่ชุดมาสคอต อีกทั้งต้องวัดความสูงของผู้สวมชุด ทั้งเพศชายและหญิง โดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 160-175 เซนติเมตร มาสคอต ส่วนใหญ่จะมีน้ำหนักตั้งแต่ 3-10 กิโลกรัม โดยแต่ละตัวควรจะมีการติดตั้งพัดลมระบายอากาศขนาดเล็กไว้ภายในชุด ซึ่งกระบวนการผลิตต่อชุดแต่งกายมาสคอตจะใช้ระยะเวลาประมาณ 30 วัน (ปณชัย อารีเพิ่มพร, 2560, ออนไลน์)

ลักษณะการผลิตมาสคอตที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน มี 2 ลักษณะ คือ

1. โครงห้วมาสคอตผลิตจากไฟเบอร์กลาส ความสวยงามแตกต่างจากงานโฟม (ฟองน้ำ) มีลักษณะที่เหมือนจริงแต่ดูแข็ง

ไฟเบอร์กลาส มีส่วนประกอบหลักเป็นเส้นใยแก้วที่ถูกนำไปใช้เป็นวัสดุช่วยเสริมแรงให้กับพลาสติกเรซินและทำการขึ้นรูปในวิธีการซ้อนทับกันของเส้นใยแก้ว มักนิยมใช้ทำผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมาก เช่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องครัว อ่างอาบน้ำ ถังน้ำและของตกแต่งบ้าน เป็นต้น

ข้อดี คือ

- มีน้ำหนักเบา
- ขึ้นรูปตามแบบที่ต้องการได้หลากหลายรูปแบบ
- พื้นผิวเรียบเนียน มีมิติ แข็งแรงและทนทาน
- มีลักษณะที่เหมือนจริง พื้นผิวสามารถเคลือบเงาและ

เคลือบด้านได้

- ไล่ระดับน้ำหนักของสีได้
- มีการติดตั้งพัดลมระบายอากาศไว้ภายในหัว

รายละเอียดของวัสดุ

- ส่วนหัวมาสคอตผลิตขึ้นจากไฟเบอร์กลาส
- เส้นผมของมาสคอตนิยมบุด้วยผ้าขนสัตว์เทียม
- ชุดเสริมโครงให้ดูอวบอ้วน นิยมใช้ผ้าโซลอนและผ้ามอง

ตาจู้ สำหรับซับด้านใน โดยมีส่วนฟองน้ำเสริมโครงด้วยลวดไนลอนอยู่ด้านใน

- วัสดุตกแต่ง นิยมใช้ผ้าขนสัตว์และกำมะหยี่

บทที่ 8

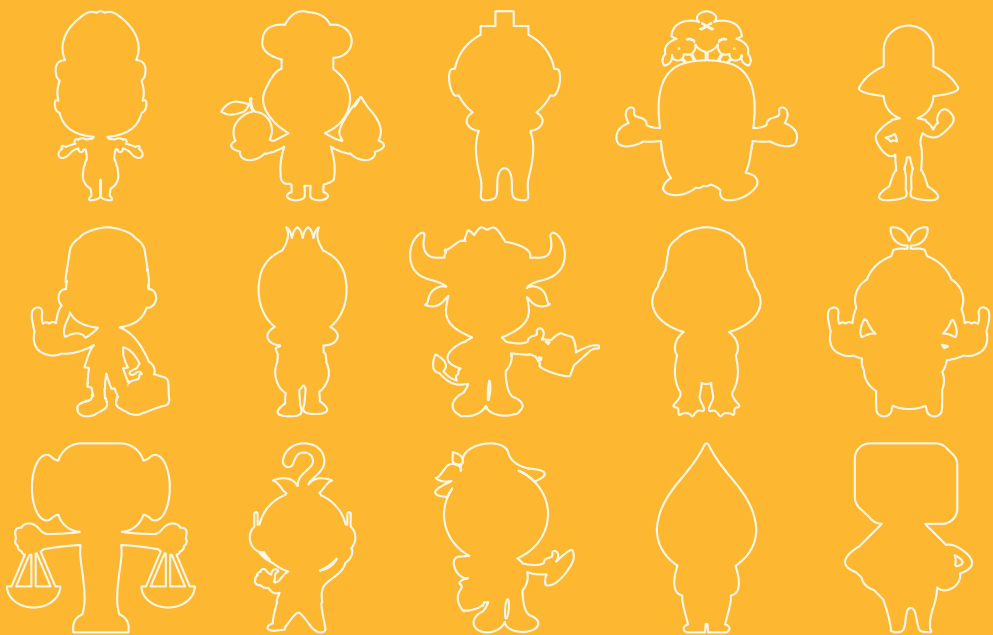
การนำมาสคอตไปใช้ประโยชน์

การนำมาสคอตไปใช้ประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารเรื่องราวของหน่วยงานผ่านการแสดงในกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถพบเห็นได้บ่อยครั้ง จากงานเปิดตัวสินค้าใหม่หรือใช้สำหรับการสร้างสีสันให้กับงานอีเวนต์ ในโอกาสและเทศกาลต่าง ๆ ส่งผลต่อการสร้างบรรยากาศที่ดี ช่วยกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกสนุกสนาน ความจดจำ สะดุดตา น่าสนใจ มีเสน่ห์และเป็นที่ชื่นชอบต่อผู้พบเห็น ช่วยให้กลุ่มผู้บริโภคหันมามองสินค้าได้เด่นชัดมากขึ้นเพราะมาสคอตสามารถเคลื่อนไหวและสร้างปฏิสัมพันธ์ในลักษณะการเดินเข้าไปทักทายผู้คนได้ ซึ่งปัจจุบันแทบทุกแวดวงอาชีพนั้นได้มีการนำมาสคอตไปใช้ประโยชน์อย่างหลากหลาย (กะรัตเพชร บุญชูวิทย์และวรชัญ คุรุจิต, 2561, น. 45) โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า การมีตัวการ์ตูนที่แสดงตราสินค้าเป็นของตัวเองจะสามารถช่วยสร้างรายได้มหาศาลให้กับแบรนด์ หน่วยงาน องค์กรและธุรกิจ โดยไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็กหรือกลุ่มสตาร์ทอัพที่ยังช่วยสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคได้อย่างยาวนานตามเป้าหมายที่ต้องการ โดยเป็นตัวแทนของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความทันสมัย เป็นต้น ซึ่งมาสคอตนั้นจะช่วยสร้างเนื้อหาและความบันเทิงเพื่อดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายและสะท้อนบุคลิกภาพขององค์กรด้วย ช่องทางการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ได้ (จิรศักดิ์ จงศรีรัตนกุล, 2560, น. 7) มาสคอตสามารถช่วยขยายภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์

หน่วยงาน องค์กรและธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็กหรือกลุ่มสตาร์ทอัพเองก็ตามจะสร้างการสื่อสารไปยัง กลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย โดยมาสคอตมักจะถูกนำไป พัฒนาเพื่อต่อยอดเป็นสินค้าที่ระลึกหรือของชำร่วยเพื่อส่งเสริมการตลาด เช่น สินค้า ตัวการ์ตูน สมุดโน้ต แฟ้มใส่เอกสาร หมอนอิง ตุ๊กตา หมวก กระเป๋า และเครื่องเขียน ฯลฯ อีกทั้งยังมีการนำมาสคอตไปประยุกต์ใช้ในสื่อ ประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์ เช่น เว็บไซต์ คลิปวิดีโอ ยูทูบ ซีรีส์ ภาพยนตร์ การ์ตูน แอนิเมชัน แอปพลิเคชัน เกม สตีกเกอร์ไลน์ ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม หนังสือ สื่อการสอนและคอนเสิร์ต เป็นต้น

มาสคอตมักถูกนำไปใช้ประกอบในกิจกรรมของแบรนด์ หน่วยงาน องค์กรและธุรกิจ โดยเมื่อออกแบบมาสคอตมาแล้ว จำเป็น จะต้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในกิจกรรมต่าง ๆ ได้ดี ดังนั้นการออกแบบ มาสคอตต้องคำนึงถึงหลักของการนำไปใช้ในกิจกรรมได้อย่างหลากหลาย รูปแบบ ดังต่อไปนี้

- การนำมาสคอตไปประยุกต์ใช้ในงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์
- การนำมาสคอตไปประยุกต์ใช้ในสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์
- การนำมาสคอตไปประยุกต์ใช้ในการตกแต่งสถานที่ เช่น ใช้สำหรับตกแต่งในระบบป้ายสัญลักษณ์และใช้สำหรับการตกแต่งฝาปิดท่อระบายน้ำในประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น
- การนำมาสคอตไปประยุกต์ใช้บนบรรจุภัณฑ์ เช่น การนำ คาแรกเตอร์ของมาสคอตไปใช้ในการตกแต่งบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามและ น่าสนใจ เป็นต้น



ตัวอย่าง
งานออกแบบมาสคอต





ภาพที่ 66 มาสคอตน้องอะห่วย

น้องอะห่วย

รางวัล : ชนะเลิศ

ในปี : พ.ศ. 2563

หน่วยงาน : มาสคอตอะห่วยบอย

ของห้างหุ้นส่วนจำกัด อะห่วยบอย ฮาลาลฟู้ด

ผู้ออกแบบ : ดร.วราภรณ์ มามี



แรงบันดาลใจในการออกแบบ

ได้แรงบันดาลใจในการออกแบบจาก เด็กน้อยที่สวมใส่ชุดไก่ เนื่องจาก ไก่ได้ชื่อว่า เป็นสิ่งมีชีวิตติดปีกที่เป็นสัญลักษณ์แห่งความขยันในการทำมาหากิน ความสุข ความฉลาด รอบรู้และโชคดี มีชื่อว่า “น้องอะห่วย” เพราะ Ayamboy โดดเด่นเรื่องการผลิตอาหารอร่อยที่ทำจากไก่ มีสีแดงและสีเทาเป็นหลัก ซึ่งเป็นสีอัตลักษณ์ของ Ayamboy สื่อถึง ความฉลาด รอบรู้ แสงสว่าง ปัญญา ความเจริญรุ่งเรือง ความสำเร็จ ความก้าวหน้า ไม่หยุดนิ่ง ความสามัคคี ความรัก ความอดทน ความเชี่ยวชาญ ความร่วมมือกัน ความสุข การมองโลกในแง่ดีทำให้โดดเด่นด้วยตราสัญลักษณ์ของ Ayamboy ที่จะมองเห็นมาแต่ไกล น้องอะห่วยมีหน้าตาน่ารัก เป็นมิตร เฉลียวฉลาด มีสุขภาพกายใจที่แข็งแรง มีความภูมิใจและเต็มใจพร้อมให้ความช่วยเหลือประชาสัมพันธ์ เผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ที่ “Ayamboy” มอบให้แก่ทุกคน

ดัชนี

ก	บ
การ์ตูนสัญลักษณ์..... 4	บุคลิกภาพ..... 75
กุนมะจัง..... 17	บุญบุญ ชะกะมะ..... 4
ไก่แก้ว..... 16	แบดเจอร์..... 4
ข	พ
ขนาด..... 61	พื้นผิว..... 55
ค	พื้นผิวขรุขระ..... 55
เคลือบสี..... 9	พื้นผิวมัน..... 55
จ	พื้นผิวเรียบ..... 55
จังหวัดทตโตริ..... 11	พื้นผิวลวดตา..... 56
ช	พื้นผิวหยาบ..... 55
ชิการากิ..... 5	ฟ
ด	โฟมยาง..... 133
ตัวทะนุกิ..... 4	ไฟเบอร์กลาส..... 132
ตุ๊กตาสัญลักษณ์..... 1	ม
ท	มาสคอต..... 1
โทนี ไทเกอร์..... 9	มิซุคิ ชิเกรุ..... 11
น	มิสเตอร์คลีน..... 10
นามธรรม..... 29	แมสคอต..... 1
เนื้อหา..... 49	โมจิ..... 19

ย	สุนทรียธาตุ.....	49	
ยางพองน้ำ.....	133		อ
ยุรุเคียรระ.....	1	อสุรน้อยคิหาโร.....	11
ร		ฮวนนิโต.....	15
รางวัลพลิตเซอร์.....	8	ฮัวนิโต.....	15
รูปทรง.....	47, 49	ฮิโคเนียน.....	19
รูปทรงธรรมชาติ.....	51		
รูปทรงเรขาคณิต.....	50		
รูปทรงอิสระ.....	52		
รูปร่าง.....	47, 49		
รูปอินทรี.....	51		
โรนัลด์ แมคโดนัลด์.....	13		
ล			
ลา มาสค็อตต์.....	7		
ว			
วัสดุ.....	55		
วลี.....	13, 14		
ส			
สัญลักษณ์นำโชค.....	4		
สัดส่วน.....	61		
สี.....	58		
สี.....	49		

หนังสือแนะนำ



องค์ประกอบสถาปัตยกรรม

ผู้แต่ง : รศ. ดร.ภณ วชิระนินเวศ

การพรมนี้วนบนคีย์เปียโนโดยส้อมเอา ทั้งตำแหน่ง และจังหวะ ย่อมไม่เกิดความไพเราะฉันใด การออกแบบ สถาปัตยกรรมโดยไร้หลักการจัดองค์ประกอบ ย่อมไม่เกิด คุณค่าความงามและสุนทริยภาพฉันนั้น



รอบรู้เรื่องกล่องกระดาดลูกฟูก
เกาะกระแสกล่องสำหรับขนส่งสินค้า
ออนไลน์

ผู้แต่ง : ศ.ดร.เจนยุทธ ศรีทริญ

ปัจจุบัน “กล่องกระดาดลูกฟูก” มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง ต่อการค้าขายทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งการค้าผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยม มากขึ้นทั่วโลกด้วยคุณสมบัติที่สามารถออกแบบได้ หลากหลายรูปทรง หลายขนาด มีความแข็งแรง อีกทั้งยังสะดวก ในการเคลื่อนย้ายและป้องกันสินค้าเสียหายจากกระบวนการขนส่ง ทำให้กล่องกระดาดลูกฟูกถูก ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์มากขึ้นรอบรู้เรื่องกล่อง กระดาดลูกฟูก เกาะกระแส กล่องสำหรับขนส่งสินค้าออนไลน์ กล่าวถึง การออกแบบโครงสร้างและวัสดุกันการสั่นกระแทกกล่อง ที่เหมาะสมและมีขนาดพอดีกับสินค้า ซึ่งทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย และป้องกันความเสียหายที่เกิดขึ้นระหว่างการจัดเก็บและขนส่ง นอกจากนี้ การออกแบบกล่องกระดาดลูกฟูกที่ดียังส่งผลให้สินค้า ขายได้และเป็นที่รู้จักกันมาก ยิ่งขึ้น หนังสือเล่มนี้ เหมาะสำหรับ นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการกล่องลูกฟูก และผู้ใช้กล่อง สำหรับขนส่งสินค้าออนไลน์





ออกแบบแฟ้มสะสมผลงานอย่างไร

How to design Portfolios

ผู้แต่ง : รศ. ดร.ศันัย เรียบสกุล

หนังสือเรื่อง การออกแบบแฟ้มสะสมผลงานอย่างไร (How to Design Portfolio) เป็นการ รวบรวมและเรียบเรียงขึ้นจากประสบการณ์การทำงานด้าน การออกแบบและการนำเสนอ ผลงาน กว่า 17 ปี รวมถึงการสอนในรายวิชา Portfolio and Presentation และ วิชา Design and Presentation ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการทำแฟ้มสะสมผลงาน เป็นระยะเวลากว่า 9 ปี จึงทำให้ผู้เขียน เข้าใจและเล็งเห็นถึงความสำคัญของแฟ้มสะสมผลงาน กระทั่งเมื่อปี พ.ศ. 2558 ได้ทำงานวิจัย เรื่อง “การศึกษาอิทธิพลยุคสมัยที่ส่งผลต่อ การออกแบบแฟ้มสะสมผลงาน” โดยศึกษา และสัมภาษณ์ผู้ที่มีความรู้ความสามารถและผู้ประกอบ การด้านการออกแบบในสาขาต่าง ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้ องค์ประกอบ วิธีการและความสำคัญของอิทธิพลยุคสมัยที่ส่งผลต่อการออกแบบแฟ้มสะสมผลงาน ซึ่งผลของงานวิจัย ร่วมกับประสบการณ์ทำงานและการสอน จึงเป็นแหล่งข้อมูลหลักของหนังสือเล่มนี้ โดยประกอบด้วยเนื้อหาจำนวน 5 บท ที่ควรรู้ใน การออกแบบแฟ้มสะสมผลงานให้มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว มีความโดดเด่น และสามารถสื่อสาร ผลงานได้อย่างเหมาะสมตามยุคสมัย นอกจากนี้เนื้อหา ที่อ่านง่ายแล้ว ผู้เขียนยังออกแบบ ภาพประกอบเป็นกราฟิกตลอดทั้งเล่ม เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้ กับนักออกแบบ ผู้เขียนหวัง เป็นอย่างยิ่งว่าหนังสือเล่มนี้ จะเกิดประโยชน์โดยตรงกับบุคคลที่สนใจงาน ออกแบบและการ นำเสนอผลงาน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาตนเอง และวงการออกแบบ ของประเทศไทย ต่อไปในอนาคต



เทคนิคการสรุปความ

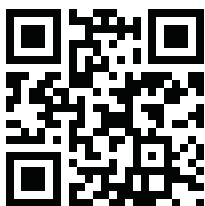
ผู้แต่ง : รศ.วราวัชต์ มหามอนtri

หนังสือเทคนิคการสรุปความเล่มนี้เนื้อหาครอบคลุมวิธีการสรุปความงานเขียนประเภทต่าง ๆ ที่พบเห็นได้จากสื่อในชีวิตประจำวัน อาทิ สารคดี บันทึกคดี บทวิเคราะห์ บทวิจารณ์ บทสัมภาษณ์ โดยนำวิธีการจดบันทึกแบบ Cornell Notes ของ Dr. Walter Pauk มาประยุกต์ใช้ในการเขียนเรียบเรียงเนื้อความสรุป อีกทั้งยังมีการสรุปความในการเขียนผลงานวิจัยเพื่อให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเขียนผลงานวิจัย บางองค์ประกอบ และเพื่อป้องกันการลักลอกและละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานวรรณกรรมพร้อมตัวอย่างประกอบอย่างชัดเจนในแต่ละบท เพื่อให้ผู้อ่านสามารถศึกษาเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง จึงเป็นประโยชน์ต่อนักเรียน นักศึกษา ครู อาจารย์ นักวิชาการ และผู้สนใจในทุกสาขาอาชีพ



สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยนเรศวร

สั่งซื้อหนังสือออนไลน์ จัดส่งถึงบ้านสะดวกรวดเร็ว



สั่งซื้อทันที

กรณีต้องการสั่งซื้อหนังสือปริมาณมาก หรือเข้าชั้นเรียนติดต่อได้ที่
ฝ่ายจัดจำหน่ายสำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร

nuph@nu.ac.th [f](https://www.facebook.com/nuph) สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร
www.nuph.ac.th [fb](https://www.facebook.com/nuph) [nu_publishing](https://www.facebook.com/nuph)



NUPH
online store
www.nupress.grad.nu.ac.th