

KRABIBATIK

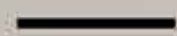
" เทรนด์แฟชั่นแบบชิวิส่วนร่วมด้วยหลักการสร้างต้นแบบเชิงธุรกิจการออกแบบ
แบบมีต้นแบบค่าชุมชน ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จังหวัดกระบี่ "



KRABIBATIK

FASHION COLLECTION

"เศรษฐกิจแบบมีส่วนร่วมด้วยการสร้างต้นแบบเชิงธุรกิจ
การออกแบบแบรนด์สินค้าชุมชน ประเภทผ้าบาติก จังหวัดกระบี่"



ABOUT KB'BATIK

เป็นโครงการที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของชุมชนใน
จังหวัดกระบี่ผ่านการสร้างต้นแบบทางธุรกิจและการ
ออกแบบแบรนด์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก ซึ่งเป็น
ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์

Page 03



Brand
Fashion



วัตถุประสงค์ของโครงการ:

- สร้างต้นแบบเชิงธุรกิจที่ยั่งยืนสำหรับผ้าบาติกในจังหวัดกระบี่
- เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ออกแบบแบรนด์สินค้าให้มีความโดดเด่นและเป็นที่รู้จักในตลาด

OUR STORY





OUR VISION

กระบวนการวิจัย:

- การวิเคราะห์และประเมินความต้องการของชุมชน: ทำการวิจัยเพื่อเข้าใจถึงความต้องการและศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก
- การสร้างต้นแบบธุรกิจ: ร่วมกับชุมชนในการพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันในตลาด
- การออกแบบแบรนด์สินค้า: ทำการออกแบบและพัฒนาแบรนด์สำหรับผ้าบาติกให้มีความสวยงามและสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน
- บูรณาการการเรียนการสอนในรายวิชา



ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:

- เกิดต้นแบบธุรกิจสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่สามารถนำไปใช้จริงได้ในชุมชน
- การพัฒนาแบรนด์สินค้าที่ช่วยเพิ่มมูลค่าและทำให้สินค้าผ้าบาติกของชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้นในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ
- เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีเอกลักษณ์
- บูรณาการนักศึกษาของชุมชนเพื่อนำเสนอผลงานออกแบบ

Elegant

Aesthetic

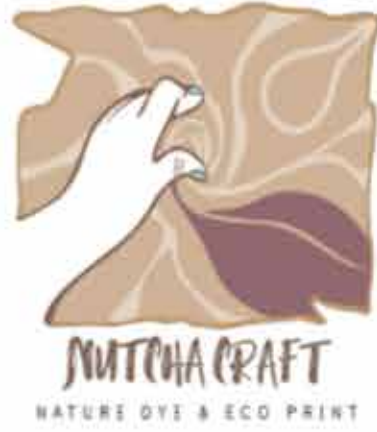
Casual



บูรณาการนักศึกษาสาขาวิชาศิลป
ศาสตร์ สำนักวิชาสารสนเทศศาสตร์
ลงชุมชน
เพื่อนำเสนองานออกแบบ
ที่ร่วมกับมหาวิทยาลัย
ทำงานวิจัยภายใต้โครงการกระบี่
โมเดล

- หูมวดผ้า
- น้ำมันปาล์มแดง
- สัตปรดห้วยนำขาว





ปีศาจ : ทำใจได้และออกแบบวางผ้าพับ Packaging ให้กับสินค้าของแบรนด์ผ้ามัดย้อมดินบ้านใต้ไทย โดยดีไซน์เนอร์เมด

วัตถุประสงค์ : เพื่อขยายและพัฒนา Identify ของแบรนด์ ดีไซน์เนอร์เมด

กลุ่มเป้าหมาย : นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติ
 ทางกายภาพ : อายุ 30-40ปี ยังทำงานรายได้ระดับกลาง
 กลุ่มเป้าหมายรอง : กลุ่มวัยรุ่น 18-25 ปี

ทางจินตภาพ : สนใจผ้ามัดย้อมและชิ้นส่วนของฝากที่ระลึก

สิ่งที่ต้องทราบ : ผ้าฝ้าย มีชิ้นเดียวในโลก

อารมณ์และความรู้สึกของงาน : อุดมชาตภูมิปัญญา

สิ่งที่คาดหวังจากกลุ่มเป้าหมาย : นักท่องเที่ยวได้รู้จัก ดีไซน์เนอร์เมดและจังหวัดกระบี่มากขึ้นจนไปถึงมีภาพจำที่ประทับใจ

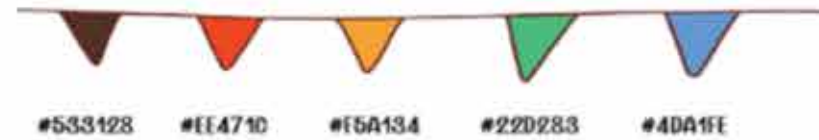
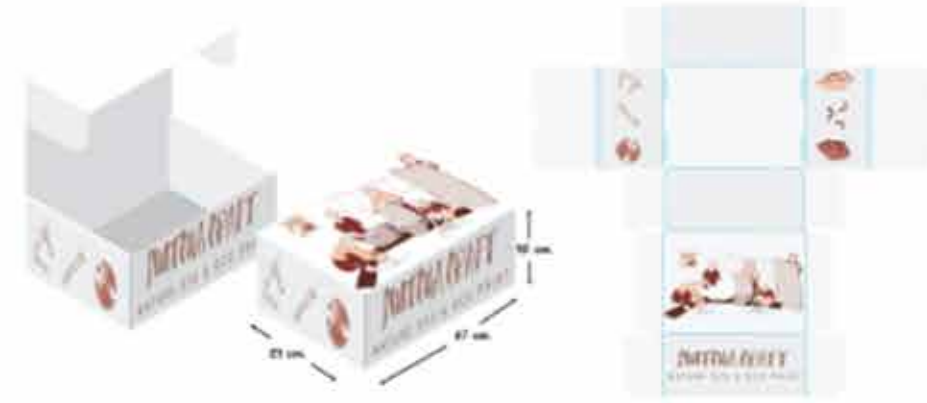


MN Kluaikhaek

กขฃคฅฉงฉฐฒณดฎฎฎ
 ฐฑฒฒฒฒฒฒฒฒฒฒ
 ฒฒฒฒฒฒฒฒฒฒฒ
 ABCDEFGHIJKLMNOP
 QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Primer Print

ABCDEFGHIJKLMN O P
 Q R S T U V W X Y Z
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9





65114952 สีส้ม สีเขียว สีฟ้า สีดำ สีเทา สีขาว สีชมพู สีฟ้า สีเขียว สีเหลือง สีน้ำตาล สีดำ สีเทา สีขาว สีชมพู สีฟ้า สีเขียว สีเหลือง สีน้ำตาล สีดำ สีเทา สีขาว สีชมพู สีฟ้า สีเขียว สีเหลือง สีน้ำตาล

DESIGN BREIF

วัตถุประสงค์ : ออกแบบ Logo และ Packaging สำหรับสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
กลุ่มเป้าหมาย : ผู้บริโภคที่มีจิตสำนึกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
ความต้องการ : สีสันที่สดใส 40-45 ปี, เป้าหมายกลุ่ม อายุ 20-25 ปี มีรายได้
ความต้องการ : ผู้บริโภคที่มองหาสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและใส่ใจกับ
ความต้องการของผู้บริโภคที่มีจิตสำนึกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
ความต้องการ : From hand to hand
ความต้องการ : ผู้บริโภคที่มีจิตสำนึกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
ความต้องการ : ผู้บริโภคที่มีจิตสำนึกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
ความต้องการ : ผู้บริโภคที่มีจิตสำนึกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

TARGET

กลุ่มเป้าหมายหลัก, 40-45 ปี



เป้าหมายหลัก 40-45 ปี เป้าหมายรอง 20-25 ปี

MOOD & TONE

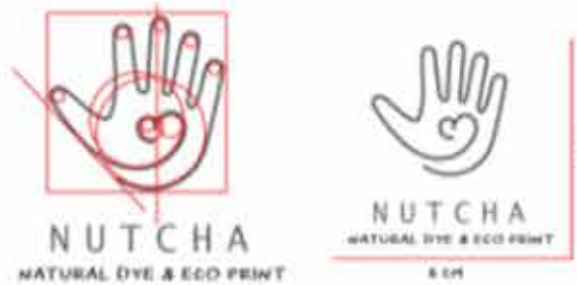


Key message
From Hand To Hand

LOGO



LOGO DESIGN



KEY ART



FONTS

Aa Lucida Sans Typewriter
Aa ikwww-008
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

MOCKUP



SOUVENIR



MOCKUP FOR DELIVERY



POSTER

KEY ART FOR VALENTINE'S DAY



MOCKUP



MOCKUP FOR DELIVERY



GIFT FOR VALENTINE'S DAY



POSTER





FONTS

Aa
Lucida Sans Typewriter
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Aa
เณนเณน-DOG
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Design Breif

วัตถุประสงค์ : ออกแบบ Logo และ Packaging สำหรับแบรนด์
 วัตถุประสงค์ : เพื่อส่งเสริมให้คนไทยหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อม
 กลุ่มเป้าหมาย : คนไทยที่ใส่ใจ, ชาวต่างชาติ
 ช่วงอายุ : ผู้ใหญ่ 40-45 ปี, เด็กอายุ 20-25 ปี
 ความเป็นมา : ผู้ประกอบการที่ใส่ใจธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
 ใจดีกับธรรมชาติ : From hand to hand
 ความเป็นมาของแบรนด์ : แบรนด์ที่ใส่ใจ
 ใจดีกับธรรมชาติ : ผู้ประกอบการที่ใส่ใจธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

TARGET

คนไทยที่ใส่ใจ, ชาวต่างชาติ



ผู้หญิง : อายุ 40-45 ปี ผู้ชาย : อายุ 20-25 ปี

FOR DELIVERY



ภาพที่ 1-2 ซึ่



ภาพที่ 3 ซึ่

MOCKUP FOR VALENTINE



ภาพที่ 19x27x9



ภาพที่ 27.5x9.5x31.5

KEY ART FOR VALENTINE'S DAY



KEY ART



MOCK UP FOR DELIVERY

MOCK UP



ภาพที่ 27.5x9.5x31.5



ภาพที่ 19x27x9



ภาพที่ 1-2 ซึ่



ภาพที่ 3 ซึ่

LOGO



#E91E63



#0070C0



#8BC34A



#9C27B0



#000000



#795548



#FFEB3B



PRODUCT



MOCK UP



KEY ART



FONT

กขฅคฌงจฉชฎญฎฏฐ
ฑฒณตตถทธนบปฝฝพฟภ
ผพภททษสฬลวณณลฬ
อฮ
๑๒๓๔๕๖๗๘๙

A B C D E F G H I J K L
M N O P Q R S T U V W
X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9

กขฅคฌงจฉชฎญฎฏฐ
ฑฒณตตถทธนบปฝฝพฟภ
ผพภททษสฬลวณณลฬ
อฮ
๑๒๓๔๕๖๗๘๙

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9



Concept

PineUp คือ น้ำอัดลมที่จะซื้อมาดื่มเพื่อ
สังสรรค์กับเพื่อน ใช้ชีวิตให้เหมือนกับการปาร์ตี้
โดยออกแบบให้มีอารมณ์สนุกสนาน สดชื่น ริมทะเล

Target Group

- อายุ 18-20, 21-25 รายได้ปานกลาง
- ชอบปาร์ตี้สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน ชอบการท่องเที่ยว

Color Palette



#FBF5C8 #FCE560 #6DC8D9 #51A1D4 #4B7668 #253777

Typography

ianhhhh-DOG

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

กขคดตฉงจฉษฉญ
ฉฐฐฒฒฒฒฒฒฒฒฒ
ฒฒฒฒฒฒฒฒฒฒฒ
ฒฒฒฒ

0123456789

2005_iannnnnHB0

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

กขคคตตจจจจจจจ
จจจจจจจจจจจจจจ
จจจจจจจจจจจจจ
จจจจ

0123456789

Mock Up Product



Key Art



Christmas Gift Set



Group Member (sec3)

65103442 ตะวันฉาย สุวรรณมุสิก 65107179 รั้งสิมา ยืนนาน
65106056 นิรมลฎาคา ทารเชมร 65114548 อภิสรรา ศรีสน

LOGO

LOGO PRODUCT

KEYART

KEYART FESTIVAL

COLOUR

FONTS

Tan Pearl

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Oswald

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

ALL SIDE

20 ML 30 ML 50 ML

AONANG PRINCEVILLE
VILLA RESORT AND SPA

ELEMENTAL
M A S S A G E O I L

BOXS AND BOX SET PRODUCT

MOCKUP FESTIVAL

South Prince
Elemental Massage Oil
Aonang Princeville Villa Resort & Spa

Design Brief

Brand Name: Elemental Massage Oil
 Brand Description: Aonang Princeville Villa Resort & Spa
 Product Name: Elemental Massage Oil
 Product Description: Aonang Princeville Villa Resort & Spa
 Target Audience: Aonang Princeville Villa Resort & Spa
 Key Message: Aonang Princeville Villa Resort & Spa
 Mood: Aonang Princeville Villa Resort & Spa
 Color: Aonang Princeville Villa Resort & Spa

Mockup

Front: [Four bottles of different colors]

Back: [Four bottles of different colors]

Display Mockup: [Product boxes and bottles]

Mockup Songkran Festival

Front: [Four bottles of different colors]

Back: [Four bottles of different colors]

Package Mockup

[Four boxes of different colors]

Songkran Package Mockup

[Four boxes of different colors]

Package Set Mockup

[Product boxes and bottles]

Transport Package Mockup

[Product boxes and bottles]

Fonts

English Font: [ABCDEF...]

Thai Font: [ภาษาไทย...]

Key Art

[Festival-themed icons and symbols]

Souvenir

[Festival-themed items like a notebook and a bag]