

## วิจัยสร้างสรรค์

ออกแบบสัญลักษณ์ตัวนำโชค “น้องพัฒนา”

MASCOT DESIGN “NONG PHAT”

อาจารย์ปฐม สุทธิโรจน์

สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

### บทคัดย่อ

วิจัยสร้างสรรค์ ออกแบบตราสัญลักษณ์ตัวนำโชค “น้องพัฒนา” เป็นการออกแบบเพื่อตอบสนองโครงการร่วมระหว่างกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และสถาบันนวัตกรรมและธุรกิจการค้าเสรี มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต (IFBI) มีวัตถุประสงค์เพื่อนำมาเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในงาน “สร้างเครือข่ายผู้ผลิตค้าส่ง ค้าปลีก และตลาด CLMV” เพื่อเชิญชวนผู้ประกอบการให้มาจับจ่ายในร้านค้าปลีก-ส่งในท้องถิ่นทั่วประเทศที่จำหน่ายสินค้าราคาประหยัด ซึ่งได้พัฒนาตัวเองภายใต้นโยบายของกระทรวงพาณิชย์ที่ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมศักยภาพ การอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ไทย เป็นการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้ธุรกิจช่วยเหลือไทย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยให้สามารถเติบโตและพร้อมที่ก้าวไปสู่การแข่งขันในเวทีอาเซียนและในระดับโลก โดยสัญลักษณ์รูปร่าง “น้องพัฒนา” จะตั้งอยู่ในร้านค้าส่งค้าปลีกไทยทั่วประเทศที่ผ่านการส่งเสริมจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เปิดตัวสัญลักษณ์รูปร่าง “น้องพัฒนา”

### แนวคิดการออกแบบ

สัญลักษณ์ตัวนำโชค “น้องพัฒนา” ผู้ออกแบบมีแนวความคิดและได้รับแรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากลูกช้างเผือกไทยเพศผู้ ผิวสีชมพู ใส่เสื้อแขนสั้นสีม่วงน้ำเงินและมีอักษรชื่อของน้องพัฒนาปรากฏ สวมกางเกงทรงเอี๊ยมสีเหลือง สื่อความหมายถึงการเป็นตัวแทนผู้ค้าปลีกค้าส่ง มีอุปนิสัยร่าเริง นอบน้อม และพร้อมเชิญชวนให้คนไทยมาซื้อสินค้าจากร้านค้าท้องถิ่นที่จำหน่ายสินค้าราคาประหยัด

## กระบวนการออกแบบ

ผลงานการออกแบบสัญลักษณ์ตัวนำโชค “น้องพัฒนา” ได้ดำเนินการตามกระบวนการออกแบบ ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการ และได้รับข้อเสนอแนะเพื่อแก้ไขปรับปรุง จนกระทั่งได้รับความเห็นชอบและนำไปใช้ประโยชน์บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

โดยคณะกรรมการพิจารณาผลงานวิจัยสร้างสรรค์ครั้งนี้ ประกอบด้วย

- 1). นายวิชัย โภชนกิจ  
(รองอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า)
- 2). ดร.เสนีย์ สุวรรณดี  
(มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต)
- 3). ดร.วีระพัฒน์ กฤตธนาทิพย์  
(ผู้อำนวยการสถาบันนวัตกรรมและธุรกิจการค้าเสรี)
- 4). นายสมชาย พรรัตน์เจริญ  
(นายกสมาคมค้าส่ง-ปลีกไทย)
- 5). ตัวแทนผู้ประกอบการค้าส่ง-ปลีกไทย

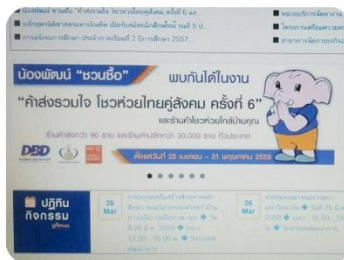
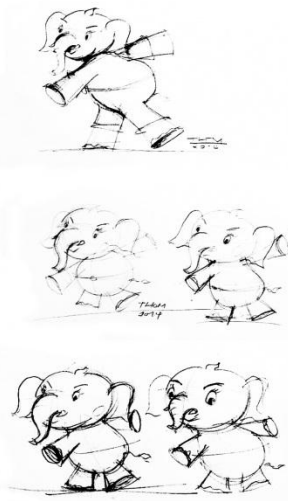
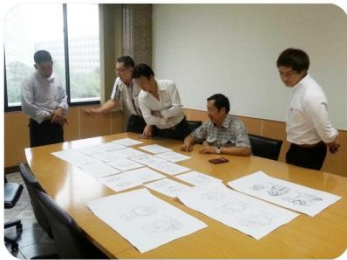
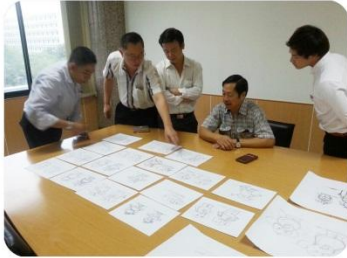


(อาจารย์ปฐม สุทธิโรจน์)

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

1	6	7
2	8	
3	8	
4	9	10
5	11	12

- ภาพที่ 1 - 4 คณะกรรมการฯ ร่วมวิพากษ์เพื่อพัฒนาแบบ
- ภาพที่ 5 สัญลักษณ์นำโชค “น้องพัฒนา” เชิญชวนให้ผู้บริโภคเข้ามาจับจ่ายในร้านค้าท้องถิ่น (โชวห่วย) ที่จำหน่ายสินค้าราคาประหยัด
- ภาพที่ 6 - 7 ขั้นตอนกระบวนการออกแบบ : การขึ้นรูป 3 มิติ
- ภาพที่ 8 ขั้นตอนกระบวนการออกแบบ : การออกแบบร่าง และผลงานออกแบบ
- ภาพที่ 9 สัญลักษณ์นำโชค “น้องพัฒนา” เชิญชวนให้ผู้บริโภคเข้ามาจับจ่ายในร้านค้าท้องถิ่น (โชวห่วย) ที่จำหน่ายสินค้าราคาประหยัด
- ภาพที่ 10 ขั้นตอนกระบวนการออกแบบ : การออกแบบร่าง และผลงานออกแบบ
- ภาพที่ 11 สัญลักษณ์นำโชค “น้องพัฒนา” เชิญชวนให้ผู้บริโภคเข้ามาจับจ่ายในร้านค้าท้องถิ่น (โชวห่วย) ที่จำหน่ายสินค้าราคาประหยัดผ่านสื่อออนไลน์
- ภาพที่ 12 สัญลักษณ์รูปช้าง “น้องพัฒนา”



งานสร้างสรรค์: ออกแบบสัญลักษณ์ตัวนำโชค “น้องพัฒน์”  
MASCOT DESIGN “NONG PHAT”