



# บทที่ 2 หลักการออกแบบ

ผศ. เกียรติพงษ์ ยอดเยี่ยมแกร



# Three Level of Design



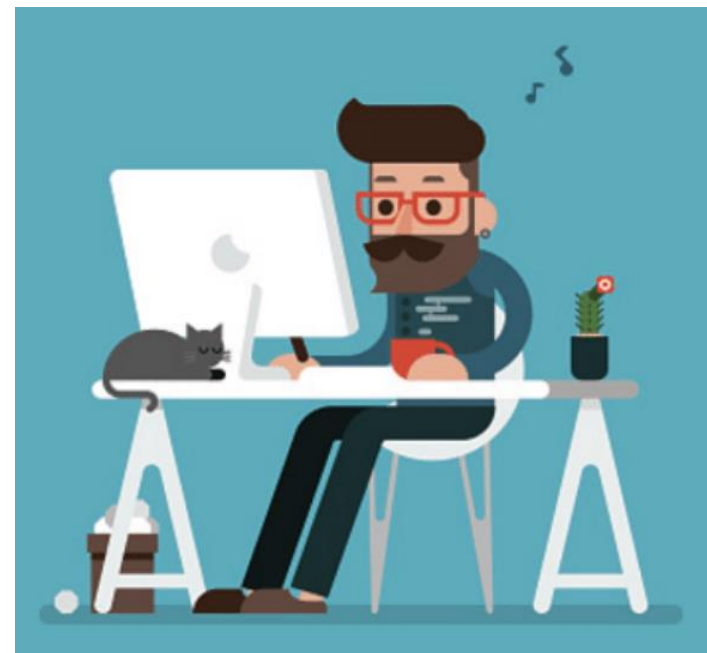


# Three Level of Design



Visceral | Behavioural | Reflective

- ใช้ประสบการณ์ของของนักออกแบบเป็นหลัก
- การออกแบบมีความสำคัญมาก ต่อเป้าหมาย
- โดยนักออกแบบ ต้องการความแตกต่าง





## ออกแบบรูปลักษณ์(Visceral Design)



“ Package designers and brand managers are looking beyond graphic elements or even the design as a whole to forge an emotional link between consumers and brands ”

“ผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์และผู้จัดการแบรนด์ ต่างมองหาองค์ประกอบกราฟิก หรือแม้แต่การออกแบบโดยรวม เพื่อสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ระหว่างผู้บริโภคและแบรนด์”



# ขวดน้ำดื่ม





# Visceral Design คืออะไร ?



- คือ สิ่งที่เป็นอยู่ทางธรรมชาติ
- การรับรู้และอารมณ์อันตรงพล้งจากสิ่งแวดล้อมจะถูกกระตุ้นในระดับนี้
- เป็นเรื่องของ หรือ เกี่ยวข้องกับ “วัฒนธรรม”
- การรับรู้ถึง "ความน่ารัก" ความ “น่าใช้” ความ “ชอบ”

Visceral Design เป็นเรื่องผลกระทบทางอารมณ์ล้วนๆ





# Visceral Design



- ก่อให้เกิดความถูกตาถูกใจ เมื่อผู้บริโภคได้พบเห็นเป็นครั้งแรก รูปลักษณ์ก่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองแบบฉับพลัน ที่ส่งผ่านการรับรู้ด้วยตาไปยังสมองส่วนที่เกิดความรู้สึกตัดสินว่า ดี หรือเลว ปลอดภัยหรืออันตราย สวยหรือน่าเกลียด ชอบหรือไม่ชอบ นับเป็นจุดเริ่มต้นของการเกิดความรู้สึกและอารมณ์ต่างๆ โดยในบางครั้งการใช้สอยอาจไม่สะดวกนัก แต่คนบางกลุ่มก็พร้อมที่จะยอมรับมันเพื่อที่จะอยู่ร่วมหรือใช้สอยสิ่งของเหล่านั้นได้อย่างพึงพอใจ



# Dominating Factor

หลักการเหล่านี้เชื่อมโยงกัน สอดคล้องกันทั้งผู้คนและวัฒนธรรม







# Visceral Design อยู่ที่ไหนบ้าง



- การโฆษณา Advertising
- อยู่ในชุมชน/ท้องถิ่น Folk
- อยู่ในงานประดิษฐ์ Crafts
- อยู่ในของใช้สำหรับเด็ก Children items





# Visceral Design อย่างไร



- สร้างปฏิกิริยาเมื่อแรกเห็น หรือ เริ่มต้น
- การศึกษา
  - วางงานออกแบบไว้ตรงหน้า กลุ่มเป้าหมาย
  - รอปฏิกิริยาตอบสนอง
- ปฏิกิริยาที่นักออกแบบต้องการได้คือ
  - ฉันอยากได้มัน
  - มันทำอะไรได้บ้าง
  - มันแพงไหม ?



# การออกแบบตามพฤติกรรม(Behavioural Design)



- ออกแบบตามพฤติกรรมการใช้สอย
- การมีประโยชน์ใช้สอยได้จริง และก่อให้เกิดความพึงพอใจเมื่อได้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นผ่านประสาทสัมผัสทั้งการมองเห็นและการสัมผัส ซึ่งพฤติกรรมการใช้สอยนั้นเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายหลังการใช้สอย องค์ประกอบ 4 ประการ
  1. Function สามารถใช้งานได้ตามหน้าที่ หรือทำได้หลายหน้าที่
  2. Understandability ทำความเข้าใจได้ไม่ยาก
  3. Usability สามารถใช้งานได้จริง
  4. Physical feel ความรู้สึกสัมผัส

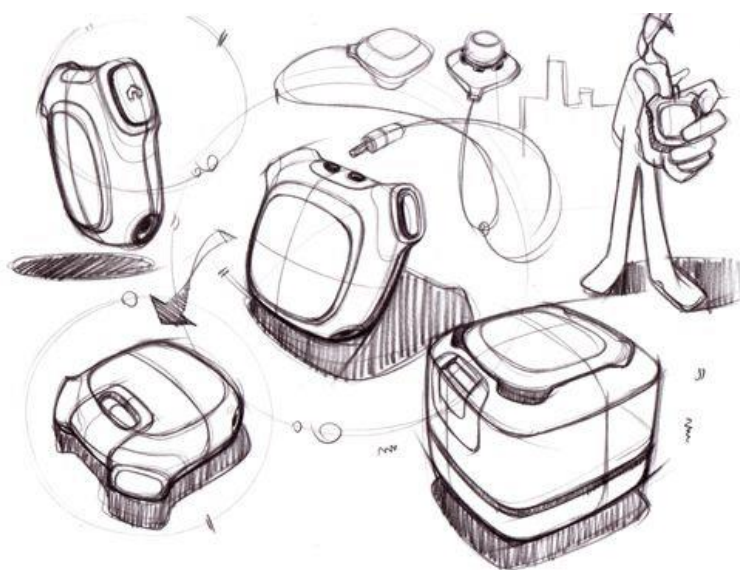


# Function



- ประโยชน์ใช้สอยมาอันดับ 1
- ผลិតภัณฑ์ จ้องตอบโจทย์ เต็มเต็มความต้องการ
- Tricky
  - คำถาม : ผลิตภัณฑ์ทำหน้าที่อะไร ทำอะไรได้แค่ไหน?
  - คำตอบ : มันต้องสนองความต้องการได้
  - ความยาก : ความต้องการของคนไม่สิ้นสุดและไม่ชัดเจนอย่างที่คิด

นักออกแบบต้องคอยสังเกต ว่าผู้ใช้ ใช้ปลิตภัณฑ์นั้นอย่างไร



- Enhancement

ทำผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น สามารถตอบสนองได้มากขึ้น  
ทำให้ใช้งานได้ง่ายขึ้นกว่าเดิม  
**เป็นวิธีการที่ง่ายที่สุด**

- Innovation

- การสร้างในสิ่งที่ไม่เคยมีมาก่อน เป็นสิ่งใหม่
- เป็นวิธีการที่ยาก : ไม่สามารถประเมินจากการถามความเห็นของผู้ใช้ได้โดยตรง
- เพราะเป็นสิ่งใหม่ : จึงอาจไม่ใช่สิ่งที่ดีที่สุด





# ทำความเข้าใจ(Understanding)



- การสร้างแนวคิดที่เหมาะสม ผ่านแบบจำลองแบบต่างๆ
  - แบบจำลองโดยนักออกแบบ
  - แบบจำลองโดยผู้ใช้
  - ภาพการทำงานของระบบ
- องค์ประกอบของการทำความเข้าใจ
  - การติดตาม feedback อย่างต่อเนื่อง
  - ส่วนมากผลิตภัณฑ์มักได้รับ feedback ที่ไม่ดีมากกว่าดี
- เพื่อประสิทธิภาพ ต้องปรับปรุงแนวคิด หรือ ค้นหาว่าเกิดอะไรขึ้น





# ประโยชน์ใช้สอย(Usability)



- การใช้งาน = การทดสอบที่สำคัญของผลิตภัณฑ์
  - ผลิตภัณฑ์ทำงานได้ดีเพียงใด?
  - ใช้แล้วรู้สึกสบายแค่ไหน?
- ความท้าทาย = การออกแบบสากล(Universal Design) ใช้ได้ครอบคลุม



# Reflective

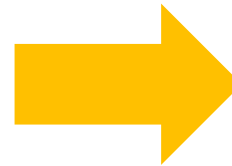


- เกี่ยวข้องกับ ข้อความ ความหมายของผลิตภัณฑ์ และวัฒนธรรม
- เป็นผลที่ตามมาจาก การผ่านการใช้งาน
- ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่เรานำเสนอ
- ความสัมพันธ์กับลูกค้า
- แก่นแท้ของ Reflective : ล้วนอยู่ในจิตใจของคุณ/ผู้ใช้บริการ





# Function vs Fashion





# ATTRACTIVENESS <> BEAUTY



- ATTRACTIVENESS

- จัดเป็น Visceral Level
- เกิดมาจากข้างใน
- ตอบสนองต่อภาพรวมทั้งหมดของวัตถุ

- BEAUTY

- จัดเป็น Reflective level
- เห็นได้ด้วยตา
- เกิดจากความรู้ การเรียนรู้ และวัฒนธรรม



## Reflective Level



- เป็นเรื่องเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้งานของลูกค้าในระยะยาว เกี่ยวข้องกับ
  - การให้บริการ
  - ความประทับใจในการบริการ
  - ปฏิสัมพันธ์ที่อบอุ่น เป็นมิตรกับผู้ใช้บริการ
- ระบบลูกค้าสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญมาก
  - หากไม่ดีจะส่งผลต่อ feedback เชิงลบ
  - การดูแลเอาใจใส่ ให้ความสำคัญ มีความสำคัญเท่าๆ กับสินค้า





Q & A

