

ภาคผนวก

โครงการสร้างตราสินค้า (Brand)และผลิตภัณฑ์ TOSB

Design

Brief

ที่มาและความสำคัญ

TOSB มาจากคำว่า Tag/Original/SKATEBOARD ด้วยการหลงใหลเข้ามาของวัฒนธรรมอเมริกันช่วงปี 1980 เริ่มต้นจาก Bronx เข้าสู่ New York ซึ่งเป็นช่วงของการพัฒนาขยายเมืองด้านอุตสาหกรรม และธุรกิจบันเทิง เช่น ดนตรี Rock POP Blue Jazz และ Rap ได้แพร่กระจายและเปลี่ยนสถานะกลายเป็นศิลปะที่มีคุณค่าทางสุนทรียภาพและความคิดสร้างสรรค์ แบบหนึ่งในวงการบันเทิงแยกเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยในแขนงต่างๆ จนกระทั่งมีการปรับแปรสภาพตนเองเข้ากับสภาพความเป็นอยู่ (Lifestyle) และเป็นแฟชั่น คือ “Street” (ท้องถนน) + “Wear” (การสวมใส่) + “Culture” (วัฒนธรรม) ที่เกิดจากความคิดที่เป็นอิสระ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของ “Street wear” ที่สะท้อนให้เห็นความเป็น urban หรือวัฒนธรรมคนเมือง ซึ่งยังเชื่อมโยงไปยัง Subculture อื่นๆในเมืองอีกด้วย งานอดิเรกของวัยรุ่นมากมาย ต่อมาในช่วงปี 1990 ได้ก้าวเข้าสู่ในช่วงที่เกิดกระแสความนิยมของวัฒนธรรมคนสีผิว คือ วัฒนธรรมฮิปฮอป(Hip Hop Culture) ซึ่งประกอบด้วย เบรกแดนซ์ (Break dancing) การพ่นสีผนัง (Painting Graffiti) แร็ป (MC) ดีเจ (DJ) และกีฬาเอ็กซ์ตรีม(X-treme) เช่น Skateboard BMX Motorsport surf ซึ่งมีลักษณะที่โดดเด่นในการเล่น กลายเป็นคลื่นลูกใหม่ในเชิงวัฒนธรรม และได้ถูกจัดเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่เป็นที่ยอมรับในวงการกีฬาว่ามีความเสี่ยงและท้าทาย และมีความสนุกสนานเป็นสัญลักษณ์ของความอิสระ และเป็นสัญลักษณ์ตัวแทนของวัยรุ่นในหลายๆประเทศรวมไปถึงภาพของศิลปะที่มีความเฉพาะที่พัฒนาควบคู่ไปด้วยกันเสมอกับวัฒนธรรมวัยรุ่นเป็นส่วนหนึ่งในวัฒนธรรม Street Culture

วัตถุประสงค์

สร้างตราสินค้าโดยใช้ต้นทุนจากความคิดสร้างสรรค์โดยใช้รูปแบบการแท็ก(Tags) ในการสร้างสรรค์

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

TOSB

แนวความคิด

Roll Extremely your Soul

อารมณ์และความรู้สึก

Artistic (มีรสนิยม), Rebellious (ขบถ ท้าทาย), Sarcastic (เหน็บแนม)

กลุ่มเป้าหมาย

อายุ 15-25 ปี เพศชาย 90% เพศหญิง 10% ทำงานในเมืองหลวง รายได้ 15,000 – 25,000 บาท

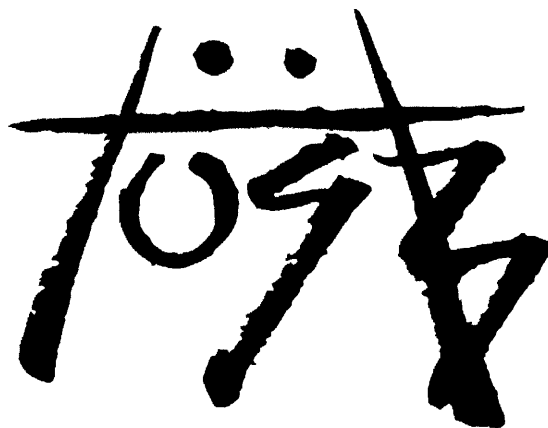
ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychology)

มีความชอบในวัฒนธรรมฮิปฮอป ชอบศิลปะและความแตกต่าง เป็นวัยที่กำลังค้นหา และ
ลอกเลียนแบบ ชอบออกกำลังกายประเภท X-Treme เช่น Skateboard, BMX, Break Dance

แบรนด์อ้างอิง (Brand Reference)

Stussy #Abathing Ape # Fuct#Neighborhood #HUF#Culture Hiphop #Sketboard #
Graffiti

Logo design



Brief

ที่มาและความสำคัญ

ในสังคมที่มีมายาวนานหลายศตวรรษ คนหนุ่มสาวสามารถเป็นแรงขับเคลื่อน ที่มีประสิทธิภาพในการทำให้เกิดความวุ่นวาย การเปลี่ยนแปลง ในสังคมได้เสมอ เช่น การปฏิวัติที่นำเยาวชนในศตวรรษที่ 20 และ 21 เป็นเครื่องยืนยันถึงความเป็นจริงนี้(Goldberg, Ronald Allen, 2003: 138) องค์กรของคนหนุ่มสาว ซึ่งมักจะอยู่บนพื้นฐานของ ความเป็นเอกลักษณ์ ของนักเรียนมีความสำคัญต่อ ชาวอเมริกันขบวนการสิทธิพลเมืองเหล่านี้รวมถึง องค์กรต่าง ๆ (Latham, Angela, 2000: 21)เช่น คณะกรรมการจัดงานนักศึกษา นักเรียน เพื่อประชาธิปไตยในสังคม และไม่รุนแรงนักศึกษา คณะกรรมการประสานงาน บทบาท ที่มีในการนั่งประท้วงและกิจกรรมอื่น ๆ ของกลุ่มเคลื่อนไหวสิทธิมนุษยชน มีความสำคัญต่อความสำเร็จของเสรีภาพ การประท้วง ของชาวอเมริกัน ในสงครามเวียดนาม ก็มีนักเรียนที่ขับเคลื่อนด้วยร่วมกับมหาวิทยาลัยหลายคนถูกยิงในช่วงที่มีการประท้วงองค์กรต่างๆ เช่น กลุ่มสาว (Feldman, Christine 2009: 20- 25)ชาวอเมริกัน ได้รับอิสรภาพ ขบวนการ เสรีนิยม นักศึกษา และสหภาพ สันติภาพอยู่บนพื้นฐานของสถานะเยาวชนและสนับสนุนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่อต้านสงคราม นักวิชาการบางคนอ้างว่า การเคลื่อนไหวของเยาวชนในช่วงสงครามเวียดนามเป็นสัญลักษณ์ของวัฒนธรรม เยาวชน ที่มีค่าของ “วัฒนธรรมอเมริกันหลักฝูงชนช่วงสิบ รุ่น เบบี้บูม รุ่น X Y จนสร้าง Generation Z Internet รายชื่อ วัฒนธรรม Millennial Generation

ตลอดศตวรรษที่ 20 เยาวชนมีอิทธิพลอย่างมากต่อทั้งวิถีชีวิตและวัฒนธรรม flappersและ Mods เป็นสองตัวอย่างที่ดีของผลกระทบของวัฒนธรรมเยาวชนในสังคม flappers เป็นชุดของหญิงสาวที่มีความมั่นใจ มีชีวิตชีวาที่มีความเชื่อ เกี่ยวกับอนาคตที่รุ่งเรืองหลังสงครามโลกและพวกเขาจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ในเชิงเสรีภาพ ในทัศนคติใหม่ในชีวิตของพวกเขา ในขณะที่พวกเขาเปิดเผยเรื่องตลก สู้บุหรี่ปริมาณและสังสรรค์กับชาย การแต่งกายที่ทันสมัยได้ตลอดเวลา(Burlingame, W.V. The Youth Culture. In E.D. Evans Ed. 1970: 131-149) นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตใหม่ของวัยรุ่นถูกยกขายกระโปรงเอวลดลงและผมถูกตัดเป็นบ๊อบ นี้ไม่เพียงแต่สร้างรูปลักษณ์ที่เป็นอย่างมากแตกต่างจาก corseted, ชุดโครงสร้างของรุ่นก่อนหน้า flappers สุดขั้ว วิถีวัฒนธรรมเยาวชนเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ และ Mods ยังเป็นตัวอย่างที่ดีของการเคลื่อนไหว วัฒนธรรมเยาวชน สร้างแรงบันดาลใจ การดำเนินชีวิตที่ เป็นที่นิยมคล้ายกับ flappers ที่พวกเขายังเกิดขึ้นในช่วง เวลาของสงครามและปัญหาทางการเมืองและสังคม พวกเขาเชื่อว่าทางเลือก แฟชั่นของพวกเขา " ทำให้พวกเขาดูเก๋ทุกที่และแฟชั่นเหล่านี้ เพิ่มขีดความสามารถให้ผู้หญิง สะท้อน อุดมคติร่างกาย อ่อนเยาว์ ไม่ยอมให้อภัย กับผู้หญิงที่มีเส้นโค้ง พวกเขายัง ตัดผม สั้นของพวกเขา อาจจะเป็น " (Fasick, F. 1984: 143-157) สไตล์ Mod ได้โอบกอด และแพร่กระจายเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากสหราชอาณาจักร

อาณาจักรไปสู่ประเทศอื่นๆเพื่อพิสูจน์ ว่ามันจะมีอิทธิพลอย่างมาก การเคลื่อนไหว วัฒนธรรมเยาวชน การดึงเอาพลังของวัยรุ่นมานำเสนอจึงเป็นแนวคิดหลักของการออกแบบและสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์

สร้างตราสินค้าโดยใช้ต้นทุนจากความคิดสร้างสรรค์โดยใช้รูปแบบตัวอักษร(Font)ในการสร้างสรรค์

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

CTY พลังแห่งวัยรุ่น

แนวความคิด

Youth POWER

อารมณ์และความรู้สึก

Bold (โดดเด่น) Dreamy (น่าอัศจรรย์ จับใจ) Provacative (หัวก้าวหน้า กล้าคิด)

กลุ่มเป้าหมาย

อายุ 20-35 ปี เพศหญิง 80% เพศชาย 20% รายได้ 25,000 – 35,000 บาท

ทำงานอิสระ ด้านศิลปะและการออกแบบ ทำธุรกิจส่วนตัว ด้านการสร้างสรรค์

ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychology)

รักความเป็นอิสระ เสรี ไม่ยึดติดกับงานออฟฟิศ ชอบเที่ยว รักสนุก เพื่อสร้างสรรค์ให้กับชีวิต

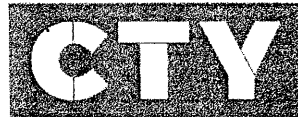
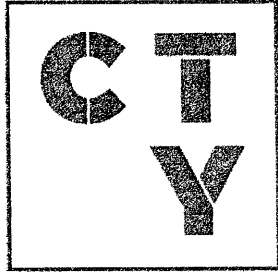
ต่อ ยอดธุรกิจจากสิ่งที่ตัวเองหลงใหล ไม่ Mass มีรสนิยม ชอบของแปลก มีสไตล์

แบรนด์อ้างอิง (Brand Referance)

Converse, Supreme, BOY

Culture Street Lifestyle #City Life

Logo design



ที่มาและความสำคัญ

หลังจากวิวัฒนาการของชนเผ่าโพลินีเซียน(Polynesians) ในปี 1769 ในหมู่เกาะฮาวาย (Hawaii) ได้เริ่มต้นจากการใช้ร่างกายลลไปบนผิวน้ำ(Body surf) จนเริ่มใช้แผ่นกระดานไม้ที่สามารถยืนบนนั้นได้ เพื่อการเกษตรและการประมง หลังจากนั้นแผ่นกระดานไม้ได้ถูกพัฒนาเพื่อจะเล่นกับคลื่นมาจนถึงปัจจุบัน จนได้กลายมาเป็นกิจกรรมการออกกำลังกายทางน้ำริมชายหาดที่มีหลายขนาด โดยอุปกรณ์ที่ทำขึ้นง่าย ๆ จากไม้กระดานไปจนถึงวัสดุสังเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์ที่ใช้เล่นสไลด์ไปตามริมหาด(Skim Board)และแผ่นกระดานโต้คลื่น(Surf Board) จนเป็นกิจกรรมที่เหล่าวัยรุ่นยุคสมัยได้ใช้เป็นส่วนหนึ่งในการพักผ่อนและทำกิจกรรมต่างๆ ริมทะเลในวันหยุดสบายๆ ที่ได้วางเว้นจากทำงานในเมืองหลวง เพื่อเป็นการสร้างพลังด้านบวกด้วยธรรมชาติรอบตัว ทะเล สายน้ำ ภูเขา น้ำตก ที่สร้างความสมดุลให้กับชีวิตและจิตวิญญาณ และเป็นสัญลักษณ์แห่งความอิสระ ที่มีเสรี ท่ามกลางมหาสมุทรอันกว้างใหญ่ เพื่อนำพลังด้านบวกจากธรรมชาติมาหล่อเลี้ยงเพื่อจะทำให้พวกเขาเหล่านั้นได้มีเรี่ยวแรงกลับเข้ามาแสวงหาโชคและต่อสู้อยู่ในเมืองทั้งเพื่อหน้าที่การทำงาน และความก้าวหน้าของชีวิตต่อไป Fins & Bones การออกไปใช้ชีวิตกับธรรมชาติ ทะเล ภูเขา สายน้ำ จึงเป็นสิ่งจำเป็นของชีวิตแทบจะเป็นส่วนหนึ่งของร่างกายมนุษย์ในนิยามของ Fins & Bones จึงมี fin เป็นส่วนหนึ่งของร่างกายนั่นเอง

วัตถุประสงค์

สร้างตราสินค้าโดยใช้ต้นทุนจากความคิดสร้างสรรค์โดยใช้รูปแบบตัวละคร (Character) ในการสร้างสรรค์

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

Fins & Bones

แนวความคิด

Part of mine

อารมณ์และความรู้สึก

Amusing (สนุก เพลิดเพลิน) Excited (ตื่นเต้น) Free (มีอิสระ)

กลุ่มเป้าหมาย

อายุ 20-30 ปี เพศชาย 60% เพศหญิง 40% ทำงานออฟฟิศในอาชีพหลากหลาย Freelance ในเมืองหลวง

รายได้ 25,000 – 40,000 บาท

ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychology)

เป็นคนActive ชอบกีฬา Outdoor ชอบออกกำลังกายทางน้ำ ชอบความท้าทาย รักทะเล มีความกระหายที่จะไปทำกิจกรรมในทะเล

แบรนด์อ้างอิง (Brand Referance)

Wheels and Waves # Deus # Iron & Rsin # Billabong # Roxy # Reef # Quicksilver # Valcom # Vans

Logo design



แบบสอบถามเรื่อง การสร้างมูลค่าศิลปะข้างถนนสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเรื่องตราสัญลักษณ์ของแบรนด์สินค้า (ให้คะแนนจากมากไปน้อย)

คุณลักษณะของสัญลักษณ์ที่ดีที่ต้องมีในตราสัญลักษณ์ ควรที่จะมีการกำหนดกฎเกณฑ์ ให้เป็นมาตรฐาน

ทองเจือ เขียดทอง (2542: 79-91)

หัวเรื่อง	5	4	3	2	1
1.ความหมาย :มีความหมาย หรือเนื้อหา และผู้บริโภคเข้าใจ					
2.ความเหมาะสมกับสื่อ :ความงาม ความลงตัว ความเป็นไปได้ที่จะใช้กับสื่อ					
3.ความร่วมมือ :สามารถเข้าถึงคนในสมัยนั้นๆ ได้ คือมีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา					
4.ความน่าเชื่อถือ :คนมองแล้วเกิดความน่าเชื่อถือ สรทราตรงกับสินค้า					
5.ความเป็นเอกลักษณ์ :สิ่งที่แปลกใหม่ไม่ซ้ำแบบใคร					
6.สี :มีการใช้สีที่เหมาะสมกับสินค้า					
7.ความเรียบง่าย :การออกแบบตัดทอนให้เรียบง่ายเป็นระเบียบ					
8.ความเป็นเอกภาพ :เกิดความกลมกลืนและสมดุลจนก่อให้เกิดเอกภาพที่สวยงาม					
9.การนำไปใช้ประโยชน์ง่าย :สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายทาง					
10.ความเป็นสากล :เครื่องหมายสื่อสารได้ทั่วโลก					
11.ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย :สื่อความหมายเข้าใจง่ายกับกลุ่มเป้าหมาย					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบสำคัญในการสร้างผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นชุดสตรีทแวร์ (Street ware)

ข้อความถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. โครงสร้างเสื้อผ้า (Pattern)					
2. ลายผ้า (Textile)					
3. เนื้อผ้า (Fabrics)					
4. การใช้งาน (function)					
- ดุดซับเหงื่อรองรับการออกกำลังกาย					
- สวมใส่สบาย					
- สวมใส่ไปร่วมงานหรือกิจกรรมอย่างอื่นได้					
5. ทิศทางของแนวแฟชั่น (Fashion Trend)					
6. ผู้ใส่ชุดแสดงผลงาน และถ่ายแบบ (Model)					
7. ภาพถ่ายในการนำเสนอ (Photo & Lookbook)					
8. ผู้ออกแบบเสื้อผ้า (designer)					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

ส่วนที่ 3 การสร้างแผนกลยุทธ์ในแบรนด์สินค้าผลิตภัณฑ์แฟชั่นชุดสตรีทแวร์ (Street ware)

หัวเรื่อง	5	4	3	2	1
1. สร้างแก่นแท้ของแบรนด์ (ความคิด) : Brand Essences					
2. สร้างบุคลิกภาพของแบรนด์ (ตัวตน) Brand Personality					
3. สร้างระบบอัตลักษณ์ของแบรนด์ (จุดเด่น) Brand Identity System					
4. สร้างการรับรู้ที่แบรนด์คาดหวัง (การเชื่อมโยงกับผู้อื่น) Brand					

Expected Perception					
5.สร้างการกระทำของแบรนด์: Brand Action					
6.สร้างการถ่ายทอดเรื่องราวของแบรนด์ (การสื่อสาร) Brand Storytelling					

ข้อเสนอแนะ

.....

ส่วนที่ 4 แนวโน้มและความเป็นไปได้ของตลาดสตรีทแวร์ (Street ware).....

หัวเรื่อง	5	4	3	2	1
1.ท่านคิดว่าแบรนด์(Brand)สตรีทแวร์.....มีความเป็นไปได้ในตลาดหรือไม่					
2.ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์(Product)มีความเป็นไปได้ในตลาดหรือไม่					
3.ความพึงพอใจในแบรนด์					
4.ความพึงพอใจในสินค้า					

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ
วันเดือนปีเกิด	16 พฤษภาคม 2524
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขานฤมิตรศิลป์ มหาวิทยาลัย ราชภัฏธนบุรี มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาออกแบบนิเทศศิลป์
ที่อยู่ปัจจุบัน	172 มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี แขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กทม. Dayframe2010@gmail.com
สถานที่ทำงาน	มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
ตำแหน่งปัจจุบัน	ประธานหลักสูตรการสร้างสรรค์ศิลปะดิจิทัล