บทคัดย่อ

การสร้างมูลค่าศิลปะข้างถนนสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
ไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
2559

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าศิลปะข้างถนนสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเพื่อสร้างต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยการนำผลที่ได้มาสร้างสรรค์ต้นแบบในการสร้างแบรนด์สินค้าและผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์จากต้นทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการใช้วิธีการวิจัยและพัฒนา นำประเภทของศิลปะข้างถนนที่ได้จากกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ มาคัดเลือกโดยศิลปินข้างถนน 5 ท่าน เพื่อคัดเลือกประเภทศิลปะที่มีความเหมาะสมที่สุด ที่จะถูกนำมาพัฒนาต่อยอดด้านการสร้างแบรนด์ จากนั้นได้ร่วมพัฒนากับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ 5 ท่าน นักการตลาด 5 ท่าน มาร่วมกันพัฒนาด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ จนนำไปสู่การสร้างเป็นแบรนด์สินค้าจริง 3 แบรนด์ เพื่อปรับและพัฒนาสินค้าก่อนการผลิตและขายสินค้าจริงในตลาด หลังจากที่ได้มีการโฆษณาและการขายสินค้าจริง ได้มีการติดตามผลด้านแนวโน้มความเป็นไปได้ในตลาด ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 73 คน ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ คือแนวทางในการสร้างมูลค่าศิลปะข้างถนนสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1.การนำความคิดสร้างสรรค์ของศิลปะข้างถนนไปต่อยอดด้านการสร้างแบรนด์ สินค้าและผลิตภัณฑ์ พบว่ารูปแบบตัวละคร หรือตัวการ์ตูน (Character) รูปแบบตัวอักษร (Font) และแท็ก (Tag) รูปแบบที่มีความเหมาะสมที่สุดคือ Casual Modern Gorgeous และรูปแบบอารมณ์ความรู้สึก คือ Dynamic Dreamy(น่าอัศจรรย์ จับใจ) Rebellious(ขบถ ท้าทาย) Appealing(ดึงดูดความสนใจ)

2.ต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการสร้างธุรกิจด้านแฟชั่นเสื้อผ้าสตรีทแวร์ (Street Ware Business Model) มี 6 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนแรกการกำหนดโจทย์ของธุรกิจและสำรวจตลาด ขั้นตอนที่สองการสร้างระบบอัตลักษณ์และตราสัญลักษณ์ ขั้นตอนที่สามการสร้างกลยุทธ์ของแบรนด์ ขั้นตอนที่สี่การทดสอบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนที่ห้าการประชาสัมพันธ์และช่องทางการขาย และขั้นสุดท้ายการประเมินผล

คำสำคัญ : ศิลปะข้างถนน การสร้างมูลค่าศิลปะ เศรษฐกิจสร้างสรรค์

Abstract

Street Art Value for Creative Economy

Chaiyasit Chanarwut

Dhonburi Rajabhat University

2016

The objective of this research is to study the development of creative economy from value creation of street art. The study results will help enhance competitive potential in the streetwear fashion industry. It will be a role model in developing and creating a concrete model for creative economy from street art. By using the research methods, the street art types obtained from the qualitative research process were provided for the selection of five street artists. They selected the most suitable street art types which would be further developed into brand building. Then the research team cooperated with five expert designers and five marketers in product strategy development which led to building three real brands. in order to improve and develop the products before actual production and sale take place. After having launched advertising campaign and launched products into the market, the research team followed up on the marketing possibility and conducted a satisfaction survey with 73 targeted customers. The survey results would be guidelines for creating value of street art which would lead to creative economy, in accordance with the objectives of the research as follows.

1. Turn the creativity of street art into brand building. It was found that the most suitable styles of character, font and tag were casual, modern and gorgeous. The most suitable types of emotions were dynamic, dreamy, rebellious and appealing.

2. The model of creative economy in creating Streetwear Business Model consists of 6 steps as follows -- Step 1: Write a business plan and conduct market research survey. Step 2: Create brand identity and logo. Step 3: Build a brand strategy. Step 4: Test and develop the products. Step 5: Develop public relations plan and distribution channels. Step 6: Conduct evaluation.

Keywords: street art, Art Values, creative economy