

หัวข้อศิลปะนิพนธ์

แนวคิดของนักออกแบบในฐานะผู้ประกอบการของแบรนด์  
สตรีทแวร์

ผู้เขียน

นางสาวกรรชกร พรหมคง

ปริญญา

ปริญญาศิลปบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปะนิพนธ์

อาจารย์อุทิศ อติมานะ

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวคิดของนักออกแบบในฐานะผู้ประกอบการของแบรนด์สตรีทแวร์ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาแนวคิดของนักออกแบบในฐานะผู้ประกอบการของแบรนด์สตรีทแวร์ 2) เพื่อศึกษากระบวนการทำงานของนักออกแบบในฐานะผู้ประกอบการของแบรนด์สตรีทแวร์ 3) เพื่อนำความรู้ที่ได้จากการทำวิจัยไปใช้สร้างสรรค์ผลงานการออกแบบสื่อ โดยมีกรอบแนวคิดหลักในการศึกษา คือ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสตรีทแวร์ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่น และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์

การวิจัยครั้งนี้ ใช้ระเบียบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้รู้และผู้เกี่ยวข้อง 2 กลุ่ม คือ นักออกแบบในฐานะผู้ประกอบการของแบรนด์สตรีทแวร์ในประเทศไทย (ดีไซเนอร์แบรนด์) จำนวน 2 คน และผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับแฟชั่น จำนวน 1 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ ที่ครบถ้วน น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า โครงสร้างแนวคิดของนักออกแบบในฐานะผู้ประกอบการของแบรนด์สตรีทแวร์ สามารถแบ่งแนวคิดได้ 2 กลุ่ม คือ (1) แนวคิดในการสร้างแบรนด์สตรีทแวร์ มี 2 หัวข้อย่อย คือ (1.1) ทำแบรนด์แบบเดี่ยว (1.2) นำตัวตนของนักออกแบบมาทำแบรนด์ (2) แนวคิดในการออกแบบสตรีทแวร์ มี 2 หัวข้อย่อย คือ (2.1) แรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากสิ่งที่น่าสนใจออกแบบพบเจอในชีวิตประจำวัน (2.2) การออกแบบคงซึ่งคาเร็กเตอร์ของแบรนด์ไว้

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า โครงสร้างกระบวนการทำงานของนักออกแบบในฐานะผู้ประกอบการของแบรนด์สตรีทแวร์ สามารถแบ่งกระบวนการทำงานได้ 2 กลุ่ม คือ (1) กระบวนการสร้างแบรนด์สตรีทแวร์ มี 4 หัวข้อย่อย คือ (1.1) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ มี 1 หัวข้อย่อย คือ (ก) ทำสิ่งทีมาจากตัวนักออกแบบเอง (1.2) การกำหนดบุคลิกภาพให้กับแบรนด์ มี 2 หัวข้อย่อย คือ (ก) ยูนิเซ็กส์ (Unisex) (ข) ม.ปลาย จนถึงวัยทำงาน (1.3) การสร้างเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์ มี 3 หัวข้อย่อย คือ (ก) ด้านผลิตภัณฑ์ มี 1 หัวข้อย่อย คือ (ก1) ใส่ใจกับคุณภาพของสินค้า (ข) ด้านราคา มี 1 หัวข้อย่อย คือ (ข1) ราคาอยู่ในระดับพรีเมียม (ค) ด้านการจัดจำหน่าย มี 2 หัวข้อย่อย คือ (ค1) จัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ อย่าง Instagram (ค2) มีการส่งสินค้าไปวางขายที่ร้านอื่น ๆ หรือมีตัวแทนจำหน่าย (1.4) การสื่อสารเพื่อสร้างแบรนด์ มี 3 หัวข้อย่อย คือ (ก) สื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ หรือ Social Network อย่าง Instagram (ข) ทำ Lookbook (ค) มีคอนเนกชั่นที่ดี (2) กระบวนการออกแบบสตรีทแวร์ มี 1 หัวข้อย่อย คือ (2.1) คิดแล้วทำเลย

<b>Thesis Title</b>	The idea of designers as entrepreneur of a streetwear brand
<b>Author</b>	Ms.Kassakon Promkong
<b>Degree</b>	Bachelor of Fine Arts (Media Arts and Design)
<b>Thesis Advisor</b>	Mr.Uthit Atimana

## ABSTRACT

The purposes of the idea of designers as entrepreneur of a streetwear brand research are 1) To study the idea of designers as entrepreneurs of a streetwear brand, 2) To study working process of designers as entrepreneurs of a streetwear brand, 3) To apply knowledge from research for creating media design work. The main thinking frameworks are streetwear concept, fashion concept and theory, branding concept.

This research is a qualitative research with the in-depth interview from well-informed people and related people, there are two designers as entrepreneurs of a streetwear brand (Designer Brand) and one fashion specialist. To get information in every topics, get the reliable information, and related to the purposes of the research.

The findings from the first purpose, qualitative research found the idea structure of designers as entrepreneurs of a streetwear brand is able to divided into 2 groups, there are (1) streetwear's branding concept, has 2 subheadings, (1.1) personal branding, and (1.2) design from designer's personality. (2) streetwear's design concept, has 2 subheadings, (2.1) design inspiration from

designer's daily life, and (2.2) remain brand's character design.

The findings from the second purpose, qualitative research found the working process structure of designers as entrepreneurs of a streetwear brand is able to be divided into 2 groups, there are (1) streetwear's branding process, has 4 subheadings, (1.1) Product placement, by create from designer's personality. (1.2) Define the brand's personality, an unisex brand and for high school student until working age. (1.3) Create brand's identity, good quality, premium price, available through online media such as instagram and also available offline such as in the stores and distributors. And (1.4) Communication for branding, via social network and online media, create lookbook, good connections. (2) Streetwear's design process, do it now.