

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมดีไอวายในสังคมไทย
เพื่อวิเคราะห์และวางแผนธุรกิจดีไอวายรูปแบบใหม่

ผู้เขียน

นางสาวเบญญา จงมีสุข

ปริญญา

ปริญญาศิลปบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์อุทิศ อติมานะ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมดีไอวายในสังคมไทย เพื่อวิเคราะห์และวางแผนธุรกิจดีไอวายรูปแบบใหม่ วัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมดีไอวายในสังคม 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดและการสร้างแบรนด์ธุรกิจดีไอวายในสังคมไทย 3) เพื่อสังเคราะห์ได้กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ธุรกิจดีไอวายรูปแบบใหม่

โดยวิธีการศึกษานั้นประกอบไปด้วยขั้นตอนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล (Research and Analysis) ขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบ (Design Development) โดยการนำเอาแนวความคิดเรื่องสัญวิทยา ผสมผสานกับแนวความคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) มาประกอบในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร แผนการตลาด และสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ

จากการศึกษาได้ข้อค้นพบว่า งานศิลปะประดิษฐ์ในรูปแบบของงานดีไอวายและแฮนด์เมดถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อสนับสนุนทุนนิยมมากกว่าเป็นเครื่องมือต่อต้านทุนนิยมตามในอดีต ผู้คนให้ความสนใจในการนำมาซื้อขายภายใต้แบรนด์ต่างๆภายใต้เอกลักษณ์ของความเป็นหนึ่งเดียวของงานดีไอวายแต่ทั้งนี้ก็ยังมีความสนใจในขั้นตอนการทำที่เน้นการใช้ชีวิตยั่งยืนหรือ Reuse Reduce Recycle

การทำงานศิลปะประดิษฐ์ในรูปแบบของงานดีไอวายมีต้นทุนค่อนข้างสูง หากสิ่งของที่นำมาใช้ไม่ได้เป็นสิ่งของเหลือใช้ หรือได้มาฟรี และการทำงานดังกล่าวนั้นก็มีการใช้ระยะเวลาในกระบวนการขั้นตอนต่างๆ ในขณะที่ตัวผู้วิจัยได้สำรวจและสังเกตพฤติกรรมของผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมในสังคมดีไอวาย และเจ้าของธุรกิจต่างๆ ทำให้เห็นว่า มีผู้มองงานดีไอวายสองแบบคือแบบกระบวนการเชิงใช้งาน และผลิตภัณฑ์สินค้า แต่เป้าหมายโดยรวมและผลที่ได้จากกระบวนการทำงานดีไอวายนั้น คือการรักษาสิ่งแวดล้อม ลดปรากฏการณ์โลกร้อนได้ โดยการผสมผสานงานดีไอวายเข้าไปในกิจกรรมช่วงเวลาต่างๆของชีวิต แล้วแต่กำลังของผู้ที่สนใจ ซึ่งมีทั้งผู้ที่สนใจแล้วทำใช้เอง ผู้ที่สนใจแล้วซื้อผลิตภัณฑ์มาใช้ รวมถึงผู้ที่ทั้งสนใจทำใช้เองและซื้อผลิตภัณฑ์มาใช้ ทำให้เห็นว่าการดำเนินชีวิตด้วยรูปแบบชีวิตที่มีการผสมผสานวัตถุ สิ่งของเครื่องใช้ หรือวิธีการดำเนินชีวิตแบบ D.I.Y นั้นไม่ได้เป็นเพียงแค่ของชนชั้นกลาง แต่ไม่ว่าใครก็สามารถทำ และใช้ได้

การศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรให้ตอบสนองกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนในยุคเจนเนเรชั่นวาย (Genereation Y) ด้วยการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ข้อเด่นข้อด้อย ทำให้ค้นพบว่ากลุ่มคนเจนเนเรชั่นวายเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมที่สุดเนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่ชื่นชอบในการศิลปะ ความแปลกใหม่ ชอบใช้ชีวิตในรูปแบบของสโลว์ไลฟ์ จึงสัมพันธ์กับแนวทางการใช้ชีวิต และผลิตภัณฑ์ที่ได้ทำการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรเป็นอย่างดี แสดงให้เห็นว่ารูปแบบในการใช้ชีวิตตามแนวความคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Eco Life ในปัจจุบันนั้นถูกแฝงไปด้วยเครื่องมือทางการตลาดผ่านทางกิจกรรมที่หลากหลายของคนในสังคม ซึ่งตอบสนองกับ การใช้ชีวิตทุกรูปแบบ มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังสามารถมองหาต้นทุนการผลิตได้จากสิ่งรอบตัว จึงทำให้ดีไอวายเข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตของผู้คนมากขึ้น ทั้งในแง่ของการใช้ชีวิตและการให้คำแนะนำ สัญญาทางการตลาดที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสามารถที่จะสร้างแหล่งรวมของผู้คน ชุมชนแบบสร้างสรรค์ขึ้น

Thesis Title	Analysis and business planning about D.I.Y. cultural phenomena in Thailand
Author	Miss.Benya Chongmeesuk
Degree	Bachelor of Arts (Media Arts and Design)
Adviser	Mr.Utit Atimana

ABSTRACT

Independent Study aims were 1) to study D.I.Y. cultural phenomena 2) to study the marketing strategy and branding of D.I.Y. business in Thailand. 3) to synthesize brand strategy business of D.I.Y. format.

By the way the study is consistent with the educational process and analyze data (Research and Analysis). The process of design development (Design Development) by bringing the concept of semiotic. Incorporating the concept of sustainable development (Sustainable Development) attributed to design corporate identity, marketing plan and multimedia products.

A study has found that. Art invention in the form of DIY and handmade is used as a marketing tool rather than as a tool to support capitalism, anti-capitalist, as in the past. People interested in bringing Trading under various brands under the identity of one of the DIY However, it also has an interest in the process of making a shared life sustaining or Reuse Reduce Recycle.

Works of art made in the form of relatively high-cost DIY. If an item is not used or acquired for free Surplus and such work is a time-consuming steps in the process. While males were exploring and observing the behavior of those who took part in DIY, I found that there are two types of DIY and process-oriented applications. And Products But the overall goal and the result from the work of the DIY. Is to protect the environment Reduce the global warming phenomenon. DIY and integrate work into activities at different times of life. I am interested in Which are both of interest and then make your own. Who are already interested in buying the product. Including those that are interested in doing their own use and buy used. To see how living with a life-style that is eclectic objects. Household objects Or a way of life, DIY is not just the middle class. But whether they can do and be.

Study design, corporate identity in response to a group of people in the target group Generation Y with an analysis of the strengths, weaknesses, advantages and disadvantages. Discovered that people Generation Y is the right audience as possible, because a group of people who like to enjoy life in a new art form of Slow Life. Therefore, the relationship with the living. The product has been designed and the very identity. Shows that the pattern of life the concept of sustainable development or Eco Life today is a passive marketing tool. Through a variety of activities in the society. In response to the use of all forms of life. Influence the purchasing decisions of consumers very seriously. You can also look for production costs by around them. DIY thus took part in the lives of more people. Both in terms of life and a strong commitment to market products that are environmentally friendly. And be able to create a collection of people.

Community-created