

โครงการสร้างสรรค์สื่ออัตลักษณ์องค์กรผ้าห่มจี๊ด

The Identity Communicate Project of Pha Mhi Kid Organization

พรหมพงษ์ แก้วดวงเด่น* และวริทธิ์ ทีปสว่าง

Prompong Kaewduangden* and Warit Teepsawang

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต เมืองเอก ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

*Corresponding author, E-mail : krupongadrsu@gmail.com

บทคัดย่อ

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการจดจำตราสินค้าและสินค้ารวมไปถึงการเพิ่มมูลค่าให้แก่ตัวสินค้าและยังเป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดของร้านผ้าห่มจี๊ดอีกด้วย เพื่อเข้าใจกลุ่มผู้บริโภค โดยใช้แนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้ในโครงการ ได้แก่ 1.แนวคิดเรื่องกระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณา 2.แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า 3.หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และ 4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโฆษณา

ผลงานจากการจัดทำโครงการนี้ ผู้จัดทำโครงการได้มีการศึกษาข้อมูลของผ้าพื้นเมือง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มานำไปออกแบบสื่อต่างๆ ได้แก่ ออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กรและสื่อโฆษณาในโครงการ ดังนี้ ชื่อร้าน สโลแกนตราสินค้า นามบัตร สื่อบรรจุภัณฑ์ ถุงบรรจุภัณฑ์ ป้ายราคา สื่อออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) เว็บไซต์แบนเนอร์ บูล ผลการประเมินกับผู้เชี่ยวชาญด้านโฆษณา ผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก เจ้าของร้าน เพื่อสอบถามความคิดเห็น โดยมีความคิดเห็นดังนี้ โลโก้มีความเป็นเอกลักษณ์ของลายดอกแก้วลายดอกแก้วนั้นเป็นลวดลายที่มีในลายของผ้าห่มจี๊ดจึงเหมาะที่จะเป็นตราสินค้าของผ้าห่มจี๊ดและมีการแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดอุดรธานีได้อย่างชัดเจนเพราะมีสีแดงที่เป็นสีประจำจังหวัดอุดรธานี มีความเชื่อมโยงกันในแต่ละสื่อโฆษณาอื่นๆ แต่สื่อบรรจุภัณฑ์ขาดๆอยู่บ้าง แต่ก็ถือว่าใช้ได้ น่าจะมีการเอาสีส้มของผ้าเข้าออกแบบในงานด้วย เพราะว่าลวดลายไม่หรูหรามากนัก ต่างจากสินค้าที่มีความหรูหราดูราคาแพง ตัวบรรจุภัณฑ์ทำให้สินค้าดูแล้วดรอปลงไป ส่วนสื่อโฆษณานั้นอื่นๆนั้นถือว่าดูดีใช้ได้ดูเป็นธีมเดียวกันเรียบๆแต่ก็ยังมีความของผ้าเข้าเกี่ยวข้องจึงทำให้งานดูมีสีสันมากขึ้น

คำสำคัญ : สื่ออัตลักษณ์ ผ้าห่มจี๊ด

Abstract

The project objective were building a awareness of a trademark and product, including to add product values, to study market details of pha mhi kid store for identify consumer group. The theories were based on this

project were 1. Process of creating advertising media, 2. Brand image building concept creating, 3. Principles of The package design, and 4. The advertising media concept.

All works in this thesis project were relied on organization identity and advertising media They were Shop name, Slogan, Product trademark, Name card, Package transmit, Packaging, Price tag, Online media facebook, web banner and Booth.

This projebct had assessment of works by advertising expert's opinion, graphic design expert and business owner. They revealed that not only the logo presenting with identity of orange jessamine flower, but it also presented PhaMhi Kid, and it is suitable for product trademark of Pha Mhi Kid and be able to trait indicating be clearly to UdonThani The main nears is it has saffron color, which represented UdonThani. All media were linked together anyhow, some packages communicated discontinue ally in the moment. It should be apply of cloth color design in this works. The box is not be luxuriously, but it seem differ from luxuriously expensive product. Other advertising medias can communicate an unique theme. However, they also have a skill cloth, Which make more colorful of work.

Keyword : identity, Pha Mhi Kid

1 บทนำ

ในอดีตนั้น ความรู้ในการทอผ้าถูกส่งต่อบอกกล่าว สอนสั่งกันในครัวเรือน ทำให้ได้ทั้งผ้าทอสำหรับสวมใส่และรักษาความสัมพันธ์ในครัวเรือน ด้วยการพูดคุย ได้ถามสารทุกข์สุขดิบ เห็นหน้าเห็นตาลวดลายที่ปรากฏบนผ้านั้น จะเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถบอกให้ทราบถึงแหล่งที่มา และวิวัฒนาการของแนวความคิดในการเลือกใช้ลวดลาย โดยนำไปทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น หมอนอิง ผ้าห่มอิง ซึ่งที่การทอกันแทบทุกจังหวัดของภาคอีสานมาแต่โบราณกาลส่วนมากจะทำสำหรับใช้ในครอบครัว หรือนำไปถวายพระภิกษุในเทศกาลงานบุญต่างๆ และยังใช้เป็นผ้าสำหรับให้ผู้หญิงอีกด้วย และในสมัยก่อนชาวอีสานถือกันว่า ผ้าอิงเป็นของสูง อาจเป็นเพราะการทอมีกรรมวิธีการทอผ้าที่ยุ่งยากกว่าการทอผ้าโดยทั่วไป ผู้หญิงอีสานจะทอกันทุกสิ้นฤดูการเก็บเกี่ยวแล้วนับเป็นความภูมิใจของชาวอีสาน ที่หญิงสาวอีสาน

เกือบทุกครัวเรือน มันจะได้รับการฝึกฝนให้สามารถทอผ้าอิงได้อย่างสวยงาม โดยเฉพาะการใช้ศิลปะแทรกเข้าไปในการทอผ้าอิง ทำให้ลวดลายอิงที่สวยงามมากมาย ปรากฏเป็นเอกลักษณ์ และได้ทำสืบต่อกันมา ผ้าทอลายอิงจะทอขึ้นมาใช้ในโอกาสพิเศษอีกด้วย ในงานมงคลหรือพิธีทางศาสนาต่างๆ ของชาวอีสาน หรือ ทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ทางด้านศาสนาหมอนอิงจะเป็นของขวัญหรือของกำนัลในงานบวชงานกฐิน
2. ทางด้านอารมณ์ การสร้างลวดลายบรรจุเข้าไปในผ้าอิง สื่อถึงอารมณ์ต่างๆ ของผู้คิดลวดลาย
3. ทางด้านสังคม งานประเพณีของชาวอีสาน จะเป็นส่วนรวมของจิตใจของคนในสังคม เช่น ถ้ำมิ่งงานบวช, งานแต่งงาน, งานกฐิน ชาวบ้านจะร่วมตัวกันสร้างหมอนอิง ซึ่งเป็นนิมิตอันดีที่จะสร้างความร่วมมือร่วมใจ สามัคคีกันระหว่างคนในชุมชน

4. ทางด้านประโยชน์ ประโยชน์ของผ้าซิดนั้น มีหลายอย่าง เช่น หมอนอิง ผ้าคลุมไหล่ ผ้าโพกผม เป็นต้น

5. ทางศิลปะ ผ้าซิดนั้นจะมีคุณค่าโดยตรงต่อศิลปะ เพราะผ้าซิดสร้างขึ้นมาสอดคล้องความต้องการของตนเองและของสังคมยุคต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ส่วนรูปแบบนั้นนอกจากจะเป็นการใช้และวิธีการสร้างสรรค์แล้ว ลวดลายที่ใส่เข้าไปในเนื้อผ้าแต่ละส่วนจะเป็นการสื่อความหมายสากลชาวอีสานเรียก ลวดลายสั้นๆ ว่า 'ลาย' แต่ละลายจะมีชื่อเรียกคล้ายกัน หรือ แตกต่างกันไปบ้าง ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมและภาษาแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ ไป

ด้วยเหตุต่างๆ นี้ที่ชาวอีสานนั้นถือว่าผ้าทอลายซิดเป็นของสูง จึงไม่นิยมนำเอาผ้าไปทำเป็น ผ้าถุง, ผ้าถุง, หรือผ้าซิ่น แต่ในยุคปัจจุบันนี้ ก็ได้มีการนำเอาผ้าซิดนั้นไปตัดเป็นชุดกระโปรง หรือ ผ้าถุงของสตรีแล้ว) เพราะถือกันว่า การนำเอาผ้าซิดไปใช้กับอวัยวะที่ต่ำกว่าช่วงเอวลงมา นั้นถือว่าไม่สมควร จึงมีการนำเอาผ้าซิดไปใช้กับส่วนของร่างกายที่อยู่เหนือเอวขึ้นไปทั้งสิ้น การเก็บรักษาก็จะเก็บไว้บนที่สูง เช่น บนโต๊ะ หัวนอน หรือผูกแขวนไว้บนเพดาน เป็นต้น ปัจจุบันลายของผ้าทอลายซิดนั้น เน้นการสร้างสรรค์ลายที่เป็นเอกลักษณ์ และสื่อความหมายในแต่ละที่นั้นๆ และที่จะยกตัวอย่างนี้คืออำเภอนาข่า จังหวัดอุดรธานี ตามตำนานของเมืองนาข่านั้น เมืองนาข่าซึ่งเป็นที่อยู่ของพญานาค โดยเน้นการประยุกต์จากลาดเก่า ลายดั้งเดิม ลายขลุกลาง ลายขลุกลางสมัยปัจจุบันมาเป็นลายใหม่ จุดเด่นของลายแต่ละยุคก็จะมีมีความโดดเด่นแตกต่างกันไป ลายเก่านั้นมักเป็นลายที่เกี่ยวข้องกัน คน สัตว์ สิ่งของ ที่อยู่ใกล้ตัว เช่น หมู สุนัข เป็ด ไก่ ช้าง ม้า วัว ควาย และส่วนสิ่งของ เช่น ตะกร้า

ลายในยุคต่อมาก็จะมีลวดลายที่ผสมผสานหลายๆ ลายด้วยกัน ดังนั้น ลายในปัจจุบันจึงผสมผสาน

ลายต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน โดดเด่นความหลากหลายสำหรับผ้าทอซิดของจังหวัด อุดรธานีก็ได้มีการประยุกต์การทอผ้าขึ้นด้วยการนำเอาหมี่หมี่และผ้าทอซิด มารวมกันไว้ในผ้าพื้นด้วยกัน เรียกกันว่า "ผ้าหมี่ซิด" (ทรงพันธ์ วรรณมาศ, 2534)

หัตถศิลป์ถิ่นอีสาน หมู่บ้านนาข่า ตลาดผ้าไหมคุณภาพ หนึ่งในสินค้า OTOP หัวดาวประจำจังหวัดอุดรธานี แหล่งผลิตผ้าไหมและตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป มีทั้งผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าหมักโคลน ซึ่งเป็นผ้าที่มีชื่อของนาข่าหมู่บ้านนาข่า จ.อุดรธานี แหล่งซื้อผ้าที่ขึ้นชื่อเรื่องความสวยงามและคุณภาพดีเลิศ ด้วยการสืบสานกันมาอย่างยาวนานของศิลปหัตถกรรมไทยของชาวอีสาน ที่คงเอกลักษณ์ลวดลายความเป็นอีสานไว้ในผ้าไหมคุณภาพดี ที่ถักทอด้วยเทคนิคชั้นสูง ที่เรียกว่า ผ้าทอลายซิด หรือ ผ้าไหมลายซิด ซึ่งเป็นผ้าพื้นเมืองของภาคอีสาน บางส่วนของภาคเหนือและภาคกลางของไทย

นับว่าเป็นศิลปะพื้นฐานที่สะท้อนให้เห็นภาพ ลักษณะ ลวดลาย และวิวัฒนาการของท้องถิ่นเดิมของไทยที่มีมาแต่โบราณ โดยชาวอีสานถือว่าการทอผ้าลายซิดนั้น ยากมาก ๆ เพราะต้องใช้เทคนิคชั้นสูง ต้องอาศัยความชำนาญ ความอดทน ละเอียดลอ เป็นอย่างมาก มีกรรมวิธีในการทำยุ่งยาก ฉะนั้นกว่าจะได้มาแต่ละชิ้นงานนั้น ไม่ใช่เรื่องง่ายเลย จึงทำให้คุณค่าของผ้าไหมบ้านนาข่า กลายเป็นสินค้าคุณภาพที่มีคุณค่ายิ่ง เพราะนอกจากจะได้ผ้าไหมเนื้อดีแล้ว ยังแฝงไปด้วยจิตวิญญาณของศิลปวัฒนธรรมไทย ภาครัฐ และมิโนบายส่งเสริมให้ชาวอุดรธานีสวมใส่ผ้าพื้นเมืองทุกวันอังคาร โดยเฉพาะได้ขอความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งราชการและเอกชน จนกระทั่งล่าสุดเรื่องนี้ ได้ขอความร่วมมือให้ค.ร.ม.และข้าราชการแต่งกายด้วยผ้าไทย ภาพรวมการค้าขายผ้าพื้นเมืองที่ตลาดนาข่าดีขึ้น โดยเฉพาะช่วงนี้มีทัวร์มาลงมากจากการ

เร่งใช้จ่ายงบประมาณ ขณะที่ในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี มีปริมาณการซื้อเสื้อผ้าพื้นเมืองเพิ่มขึ้นจากเดิมที่ซื้อคนละ 1 ตัว เป็นซื้อเฉลี่ยคนละ 2-3 ตัว เป็นต้น อีกทั้งยังมีความนิยมในการซื้อไปสวมใส่ในงานต่างๆ ทั้งงานแต่งงาน งานบวช เป็นต้น นับว่าเป็นสถานที่ที่ควรค่าแก่การแวะมาอุดหนุนของดีของชาวอีสาน ที่ทุ่มเทแรงกาย ฝีมือความอดทน ที่กว่าจะทักทอผ้ามาแต่ละชิ้น แต่ละอัน และกว่านำมาออกแบบเป็นลวดลายแต่ละแบบนั้น ต้องอาศัยเวลาและการฝึกฝนมาอย่างยาวนาน กว่าจะมาเป็นสินค้า OTOP ระดับห้าดาวอย่างปัจจุบันนี้ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2537)

ร้านขายผ้าหมีจิด ของคุณเฉลิมชัย ไชยวงศ์ และคุณมยุรี ไชยวงศ์ (ไม่มีชื่อร้านเป็นทางการ) เป็นหนึ่งในจำนวนไม่กี่ร้านที่ขายผ้าหมีจิดที่มีกระบวนการในการผลิตและการทำลวดลายเอง ใช้คนในพื้นที่ในชุมชนในการทอผ้าขึ้นมา โดยมีคุณเฉลิมชัยและคุณมยุรี เป็นผู้คิดผลิตลายผ้าลวดลายใหม่ๆ ขึ้นมา มีลวดลายให้เลือกอย่างมากมาย และตัวของคุณเฉลิมชัยและคุณมยุรี นั้นก็ได้รับรางวัลเกี่ยวกับคุณภาพของผ้าหมีจิดและลวดลายของผ้าในงานประกวดผ้าทอพื้นบ้าน ไม่ว่าจะเป็นระดับ จังหวัด หรือ ระดับประเทศ ขนาดของร้านมีขนาดไม่ใหญ่มากนัก ร้านตั้งอยู่อำเภอโนนสะอาด จังหวัดอุดรธานี (อำเภอโนนสะอาด เป็นแหล่งขายผ้าหมีจิดที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดอุดรธานี)

ความสำคัญของการโฆษณาสำหรับผ้าทอพื้นบ้านนั้น มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพื่อเป็นการสร้างการจดจำให้แก่ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านให้เป็นที่รู้จัก และเป็นการส่งเสริมเอกลักษณ์วัฒนธรรมของชนอีสาน ให้คนรุ่นหลังนั้นได้จดจำและทำตามแบบอย่างวัฒนธรรมสืบสานสานต่อไปเรื่อยๆ ว่าผ้าทอพื้นบ้านเป็นอย่างไร มีข้อดีอย่างไร คุณภาพของผ้าเป็นอย่างไร สวยงามอย่างไร การสร้างสรรค์สื่อ

โฆษณาทำให้เกิดการรับรู้และเกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านมากขึ้น สามารถเข้าหาผู้บริโภคหน้าใหม่ได้ดี ไม่ว่าจะเป็นคนไทยเองหรือคนต่างประเทศ ทำให้ตลาดผ้าทอพื้นบ้านเปิดกว้างมากขึ้นรวมถึงการสร้างเศรษฐกิจการค้าผ้าทอพื้นบ้านให้มีความก้าวหน้ามากยิ่งขึ้นไม่ว่าจะเป็นการผลิตซื้อ-ขายกันในประเทศเองหรือเป็นการผลิตเพื่อส่งออกขายต่างประเทศ การโฆษณาจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจผ้าทอพื้นบ้านให้เกิดความก้าวหน้าในการประกอบธุรกิจผ้าทอพื้นบ้าน

เนื่องจากร้านยังไม่มีสื่อโฆษณาใดๆ เลย รวมถึงบรรจุภัณฑ์นั้นยังเป็นการบรรจุลงถุงพลาสติกธรรมดา อาจเป็นเพราะว่ายังไม่เล็งเห็นความสำคัญของการมีสื่อโฆษณาที่จะส่งผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นกว่าเดิม สื่อโฆษณาจะสามารถทำให้ร้านของคุณเฉลิมชัยและคุณมยุรี เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคในวงกว้าง ซึ่งในปัจจุบันเป็นในลักษณะของการบอกต่อกันมากกว่า แต่ร้านมีการออกงานอยู่บ้าง เช่น งานประจำปีจังหวัดอุดรธานีทางร้านก็มีการเปิดบูธขายนอกสถานที่อยู่บ้าง จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ผู้จัดทำโครงการจึงสนใจที่จะผลิตสื่อโฆษณาให้กับร้านของคุณเฉลิมชัยและคุณมยุรี เพื่อที่จะทำให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2. วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อเป็นการศึกษาข้อมูลของผ้าทอพื้นเมือง
2. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับตราสินค้าของร้านคุณเฉลิมชัยและคุณมยุรี
3. เพื่อสร้างสรรค์สื่อโฆษณาและทำให้เกิดการรับรู้ของแบรนด์และผลิตภัณฑ์ของร้านให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

3. ขั้นตอนในการดำเนินการ

โครงการปริญญานิพนธ์เรื่อง "ผ้าทอพื้นบ้าน" ในการสร้างสรรค์สื่อโฆษณาให้แก่ร้านที่ประกอบธุรกิจขายผ้าทอพื้นบ้าน

1. ขั้นเตรียมการนำเสนอหัวข้อที่สนใจกับอาจารย์ที่ปรึกษาในการผลิตสื่อโฆษณาให้กับเจ้าของธุรกิจขายผ้าทอพื้นบ้านการหาข้อมูลเพื่อจะมาประกอบและเป็นแนวทางในการทำงานในขั้นตอนต่อไป

2. ขั้นรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้มาศึกษาเกี่ยวกับการผลิตสื่อโฆษณาให้กับผ้าทอพื้นบ้านเพื่อเป็นแนวทางในการทำงานในขั้นตอนต่อไป ศึกษาเกี่ยวกับตลาดของผ้าทอพื้นบ้าน เพื่อนำไปประกอบในการผลิตสื่อโฆษณาต่างๆสำรวจพื้นที่จริงของร้าน เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมรวบรวมหนังสือและตำราเอกสารต่างๆ สืบค้นข้อมูลที่ห้องสมุดประจำจังหวัดของจังหวัดอุดรธานีและถ่ายภาพผ้าต่างๆเพื่อเป็นตัวอย่างในการทำงานและการนำเสนองาน

3. ขั้นการวางแผนและผลิตชิ้นงานสื่อโฆษณา วางแผนในการที่จะผลิตสื่อโฆษณาวางจะทำสื่อโฆษณาอะไรบ้าง การลงมือผลิตสื่อโฆษณาได้แก่ 1 สื่ออัตลักษณ์องค์กร 2 บรรจุภัณฑ์ 3 สื่ออินเทอร์เน็ต

4. ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์ จากการศึกษาข้อมูลผ้าทอพื้นบ้านและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรวมถึงวิเคราะห์จุดเด่นของสินค้า ผู้จัดทำโครงการจึงได้ออกแบบสื่อโฆษณาเพื่อใช้ในแผนงานสร้างสรรค์สื่อ ดังต่อไปนี้

1. การออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร

ชื่อร้าน วัตถุประสงค์ เพื่อให้มีคำเรียกและสร้างการจดจำให้กับผู้บริโภคแนวคิดในการตั้งชื่อคือเจ้าร้านมีชื่อว่า คุณเฉลิมชัยและคุณมยุรี จึงนำสองนี้มารวมกันเป็น นริ ทอชิด ซึ่งง่ายต่อการจดจำ

จรี ทอชิด
Charee Thorkid



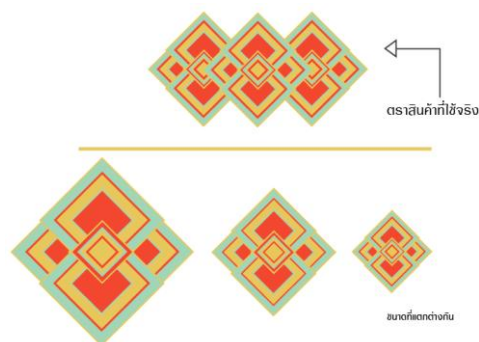
รูปที่ 1 ชื่อร้านและโลโก้

2. สโลแกนวัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มการจดจำให้กับตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมายแนวคิดคือคุณเฉลิมชัย ไชยวงศ์ (เจ้าของร้าน) มีแรงบันดาลใจและความรู้วิธีการทำผ้าที่มีจิตมาจากคุณยายของคุณเฉลิมชัย ไชยวงศ์

ลวดลายแห่งภูมิปัญญา

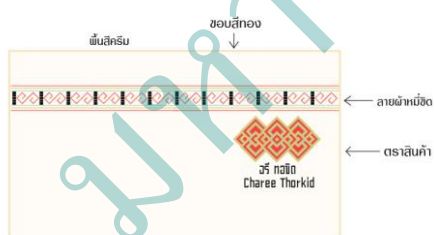
รูปที่ 2 สโลแกน

3. โลโก้ (LOGO) วัตถุประสงค์ เพื่อให้เป็นสัญลักษณ์ของร้าน เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายแนวคิดในการออกแบบโลโก้ได้แนวคิดมาจากการเริ่มขั้นตอนการผลิตลายผ้า ที่มีจุดเริ่มต้นมาจากรูปสี่เหลี่ยมเล็ก ๆ มาต่อกันจนเกิดเป็นลวดลายต่างๆ มาประกอบกับการใช้สีคือ เขียว ทอง แสด ให้ความหมายของสีเขียว คือ ธรรมชาติ เพราะผ้าหมี่จิดนั้นได้มาจากธรรมชาติ ให้ความหมายของสีทอง คือ ความหรูหรา ความเป็นดั้งเดิม ความสง่า และ ให้ความหมายของสีแสด คือ เป็นสีความจังหวัดอุดรธานี ผู้จัดทำจึงได้นำสีทั้ง 3 สี นี้มาประกอบในผลการเพื่อให้ผลงานมีความสวยงามและสามารถจดจำได้ง่าย เมื่อดูผลงานดีๆแล้วก็จะเหมือนลายดอกแก้ว ลายดอกแก้ว คือลวดลาย ลายหนึ่งของผ้าหมี่จิด



รูปที่ 3 โลโก้

3. นามบัตร วัตถุประสงค์เพื่อบอกถึงข้อมูลที่อยู่ให้กับผู้บริโภครวมและเป็นการสร้างการจดจำให้กับผู้บริโภค: แนวคิดในการออกแบบนามบัตรคือความเรียบง่ายสะอาดเห็น และได้มีการเพิ่มลวดลายด้วยลายขอบของผ้าห่มจี๊ดเพื่อให้ผลงานมีความโดดเด่น และง่ายต่อการจดจำต่อแบรนด์ ส่วนของด้านหลัง จะมีข้อมูลต่างๆที่สามารถเห็นได้ง่ายเนื่องจากใช้ตัวหนังสือที่มีขนาดใหญ่และไม่มีลวดลายใดๆมาบดบัง เพื่อให้ผู้อ่านสามารถรับข้อมูลได้แบบ ไม่มีความผิดพลาดในการอ่าน



คุณเวสสิณี ไขววศ์
Email: Cha48377@gmail.com
www.facebook.com/charee11111
๐๘-๗๒๓๐-๐๓๐๐

คุณมธุรี ไขววศ์
Email: Cha48377@gmail.com
www.facebook.com/charee11111
๐๘-๗๒๓๐-๐๓๐๐

รูปที่ 4 นามบัตร

4. สื่อบรรจุภัณฑ์ วัตถุประสงค์ในการทำสื่อบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นการสร้างการจดจำในตัวตราสินค้าและเป็นการปรับภาพลักษณ์ให้สินค้าให้ดูดีขึ้น: แนวคิดในการออกแบบสื่อบรรจุภัณฑ์ เน้นความเรียบง่าย หวังที่จะเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าไปในตัวโดยในการออกแบบมีด้วยกัน 4 แบบ เพื่อให้เหมาะกับขนาดของผ้าที่มีความแตกต่างกันและราคาที่แตกต่างกัน



รูปที่ 5 บรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าขนาดต่างๆ

5. ถุงบรรจุภัณฑ์ วัตถุประสงค์ เพื่อใส่สินค้าและให้ประชาชนที่พบเห็นและเกิดการจดจำในตราสินค้า: แนวคิดในการออกแบบเพื่อให้เป็นธีมเดียวกันจึงใช้ลวดลายเดียวกันกับกล่องบรรจุภัณฑ์ เน้นความเรียบง่ายเช่นกัน



รูปที่ 6 ถุงบรรจุภัณฑ์

6. ป้ายราคาวัตถุดิบประสงค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และสร้างการจดจำในตัวตราสินค้า: แนวคิดในการออกแบบเน้นความเรียบง่ายสะอาดเห็น เพื่อไม่ให้มีลวดลายเยอะจนเกินไปเมื่อไปติดประกอบกับตัวผ้าห่มจี๊ดที่มีลวดลายอยู่แล้ว



รูปที่ 7 ป้ายราคา

การออกแบบสื่อออนไลน์

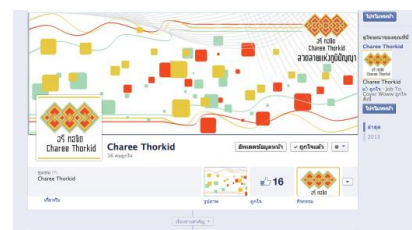
1. เว็บไซต์ วัตถุประสงค์ เป็นอีกหนึ่งช่องทางการสื่อสารที่จะเข้าถึงข้อมูลของ นริทอชิด ได้ อีกหนึ่งช่องทางแนวคิดในการออกแบบเน้นที่สีสันคือเขียว ทอง แดง เพื่อให้เกิดความจดจำในตัวตราสินค้ามากขึ้นและเป็นช่องทางหนึ่งในการเข้าถึงสื่อต่างๆ ของ นริทอชิด

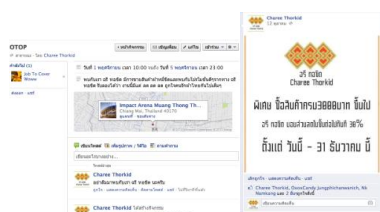
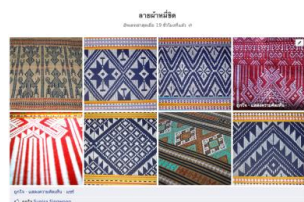


รูปที่ 8 เว็บไซต์

2. สื่อออนไลน์ (Facebook Fan Page)

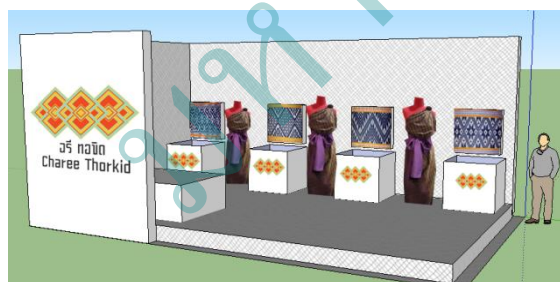
วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้กับกลุ่มเป้าหมายสามารถติดต่อได้สะดวกรวดเร็ว: แนวคิดในการออกแบบเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในการถาม-ตอบ หรือ บอกความเคลื่อนไหวของทางร้าน นริทอชิด รวมไปถึงข่าวหรือความรู้ต่างๆ ให้แก่กลุ่มผู้บริโภคได้ติดตามอยู่เรื่อยๆ





รูปที่ 9 สื่อออนไลน์ (Facebook Fan Page)

3. บุธ วัตถุประสงคเพื่อสร้างการจดจำ และเป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าเป็นที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ: แนวคิดในการออกแบบใช้ลวดลายของการสานและใช้ตราสินค้าที่มีขนาดใหญ่เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเห็นได้ชัดเจนและเพิ่มการจดจำให้กับสินค้าบุธใช้สำหรับออกงานต่างๆเช่น งานทุ่งศรีเมือง งานประจำปีของจังหวัดอุดรธานี, งานOTOPทั้งในจังหวัดและจังหวัดอื่นๆ



รูปที่ 10 บุธ

5. ผลจากข้อวิจารณ์จากผู้เชี่ยวชาญ

การศึกษาโครงการ ครั้งนี้ ได้มีการทดสอบผลงานสร้างสรรค์ (creative test) สื่อโฆษณาโดยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก เพื่อสำรวจความคิดเห็นและ

ทัศนคติที่มีต่อชิ้นงานโฆษณาในสื่อต่างๆ ได้แก่

เฉลิมชัย ไชยวงศ์ (2556) และมยุรี ไชยวงศ์ (2556) ได้ให้สัมภาษณ์ โดยกล่าวว่า โลโก้มีความเป็นเอกลักษณ์ของลายดอกแก้วลายดอกแก้วนั้นเป็นลวดลายที่มีในลายของผ้าห่มจี๊ดจึงเหมาะสมที่จะเป็นตราสินค้าของผ้าห่มจี๊ดและมีการแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดอุดรธานีได้อย่างชัดเจนเพราะมีสีแดงที่เป็นสีประจำจังหวัดอุดรธานี มีความเชื่อมโยงกันในแต่ละสื่อโฆษณาอื่นๆไม่ว่าจะเป็น นามบัตร, บัตรจุกันท์ และมีความสวยงามตรงตามความต้องการของข้าพเจ้า

กิมพงษ์ ปากา (2556) ได้ให้สัมภาษณ์โดยกล่าวว่าบรรจุภัณฑ์ขาดๆอยู่บ้าง แต่ก็ถือว่าใช้ได้น่าจะมีการเอาสีสันของผ้าเข้าออกแบบในงานด้วย เพราะว่ากล่องดูไม่หรูหรามากนัก ต่างจากสินค้าที่มีความหรูหราราคาแพง ตัวบรรจุภัณฑ์ทำให้สินค้าดูแล้วดรอปลงไป ส่วนสื่อโฆษณานั้นอื่นๆนั้นถือว่าดูดีใช้ได้ดูเป็นชิ้นเดียวกันเรียบๆแต่ก็ยังมีลายของผ้าเข้าเกี่ยวข้องจึงทำให้งานดูมีสีสันมากขึ้น

สรุปรวมความเห็นทั้งสองท่าน ในแต่ มุมมอง ทั้งในส่วนของผู้เจ้าของร้านเองและนักออกแบบกราฟิก ว่าสื่อบางสื่อสามารถนำไปใช้ได้จริง แต่ก็ มีบ้างสื่อที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนอยู่บ้างรวมถึงต้องมีการคำนึงถึงเรื่องวัสดุต้นทุนการผลิตว่าผู้ประกอบการสามารถผลิตสื่อได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายมากนัก

6. สรุปอภิปรายผล

โครงการนี้ผู้จัดทำโครงการมีการใช้แนวคิดเรื่องกระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณา แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างตราสินค้า หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แนวคิดเรื่องสื่อโฆษณา ตั้งแต่การตั้งชื่อที่ต้องสั้น มีการใช้แนวคิดกระชับ สามารถจำได้ง่าย การออกแบบสัญลักษณ์ มีการลดทอนลวดลายของผ้า

หมี่จิ๊ดมาใช้เป็นตราสินค้าซึ่งแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ได้ดี บรรจุกันท์ในเรื่องของสีสันทันยังไม่สามารถสื่อได้ถึงความหรูหราของตัวผลิตภัณฑ์ สื่อโฆษณาอื่นๆ มีความเชื่อมโยงกันเป็นอย่างดี ส่วนการเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชน สามารถนำไปเป็นต้นแบบในการพัฒนาตราสินค้าที่มีฐานมาจากภูมิปัญญาและเทคโนโลยีพื้นบ้านต่อไป

6. กิตติกรรมประกาศ

ผู้ศึกษาขอขอบคุณ อาจารย์วีรวัฒน์ อัมพันสุข และอาจารย์ณัฐศรัชย์ พรเอี่ยม ที่ให้คำปรึกษาแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ขอขอบคุณคุณเฉลิมชัย คุณมยุรี ไชยวงศ์ เจ้าของกิจการร้านขายผ้าหมี่จิ๊ด และคุณกิมพงษ์ ปาคำ กราฟฟิคดีไซน์เนอร์ บริษัท Pre-Press international, co.ltd.

7. เอกสารอ้างอิง

- ทรงพันธ์ วรรณมาศ. (2534). ผ้าไทยลายอีสาน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียน สโตร์.
- เฉลิมชัย ไชยวงศ์. (2556). เจ้าของกิจการร้านขายผ้าหมี่จิ๊ด. สัมภาษณ์. 9 ตุลาคม.
- กิมพงษ์ ปาคำ. (2556). กราฟฟิค บริษัท Pre-Press international.co.itd. สัมภาษณ์. 12 ตุลาคม
- มยุรี ไชยวงศ์. (2556). เจ้าของกิจการร้านขายผ้าหมี่จิ๊ด. สัมภาษณ์. 9 ตุลาคม.
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2537). ผ้าไทย. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.