

การออกแบบกราฟฟิกสำหรับโฮสเทลเชียงใหม่
CORPORATE IDENTITY DESIGN FOR CHIANG MAI HOSTEL

นางสาวดาลัด สมวงศ์

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิตศศิลป์ ภาควิชานิตศศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2559

การออกแบบกราฟฟิกสำหรับโฮสเทลเชียงใหม่
CORPORATE IDENTITY DESIGN FOR CHIANG MAI HOSTEL

นางสาวดาลัด สมวงศ์

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิตศศิลป์ ภาควิชานิตศศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2559

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

โครงการออกแบบกราฟฟิกสำหรับโฮสเทลเชียงใหม่
CORPORATE IDENTITY DESIGN FOR CHIANG MAI HOSTEL

นางสาวดาลัด สมวงศ์

Miss DALAD SOMWONG

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิตศศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....สาวพ พงษ์คุณากร วันที่ 14 มิถุนายน 2560

(อาจารย์เสาวภา พงษ์คุณากร)

หัวข้อศิลปนิพนธ์	โครงการออกแบบกราฟฟิกสำหรับโฮสเทลเชียงใหม่ CORPORATE IDENTITY DESIGN FOR CHIANG MAI HOSTEL
ชื่อ	นางสาวดาลัด สมวงค์
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2559
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์เสาวภา พงษ์คุณากา

บทคัดย่อ

โครงการออกแบบกราฟฟิกสำหรับโฮสเทลเชียงใหม่ เป็นการสร้างอัตลักษณ์ที่นำเอา ศิลปวัฒนธรรมของเชียงใหม่มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ เพื่อสร้างการรับรู้วัฒนธรรมอันดีงาม ในรูปแบบที่ทันสมัยมากขึ้น และการออกแบบกราฟฟิกของโฮสเทลนี้ มีจุดประสงค์ที่จะช่วยกระตุ้น ให้ผู้เข้ามาเข้าพักได้มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน สร้างเสริมประสบการณ์ดีๆ และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ระหว่างกันผ่านการใช้สื่อต่างๆ ที่ถูกออกแบบมาเพื่อให้ผู้เข้าพักได้มีกิจกรรมทำร่วมกัน เกิดเป็นมิตร ภาพใหม่ๆ ระหว่างนักท่องเที่ยว ขอบเขตของงานประกอบไปด้วยสัญลักษณ์ของโฮสเทล, สัญลักษณ์ ของแผนกต่างๆ, สิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น นามบัตร ของจดหมาย กระดาษจดหมาย แบบฟอร์มเข้าพัก, signage ป้ายโฮสเทล ป้ายต่างๆ ลายบนพื้นและผนัง, ชุดเครื่องแบบพนักงาน ของใช้สำหรับห้องนอน ของใช้สำหรับห้องน้ำ ของใช้สำหรับห้องอาหาร, สื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ แผ่นพับ โปสเตอร์กิจกรรม ต่างๆ ในโฮสเทล ของที่ระลึกสำหรับผู้เข้าพักโฮสเทล

แนวความคิดในการออกแบบคือ การผสมผสานระหว่างศิลปวัฒนธรรมเชียงใหม่ และลาย กราฟฟิกที่ทันสมัยในยุคปัจจุบัน โดยส่วนของวัฒนธรรมเชียงใหม่จะแทนด้วย ลวดลาย ผ้าเขียน เเทียนของชาวม้ง ซึ่งเป็นชนเผ่าที่มีถิ่นกำเนิดบนภูเขาในเชียงใหม่ ถือเป็นชนเผ่าที่มีความสำคัญ และ มีชื่อเสียงเรื่องการปักผ้า เขียนผ้า และทำเครื่องประดับที่มีลวดลายสีสันสวยงาม จึงนำเอาลวดลายผ้า อันเป็นเอกลักษณ์มาตัดทอนและพัฒนาสร้างลายที่แสดงถึงวิถีชีวิตของคนในเมืองเชียงใหม่ด้วย โทนสี นั้นก็นำมาสีของจากผ้าเขียนเทียนย้อมด้วยคราม ซึ่งเป็นสีที่คนมักจะเห็นเมื่อนึกถึงจังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวมของงานจะสื่อถึงความสนุกสนานเป็นกันเอง แต่ก็ยังคงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อให้ เหมาะสมกับการเป็นอัตลักษณ์สำหรับโฮสเทล

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจ พร้อมช่วยเหลือและสนับสนุนในทุกเรื่อง และคอยผลักดันให้ลูกมีวันนี้ ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านโดยเฉพาะอาจารย์ที่ปรึกษา ครูชนิด ที่ช่วยชี้แนะและแก้ไขผลงานจนสำเร็จได้ในที่สุด ขอขอบคุณพี่ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือ เป็นที่ปรึกษาและให้กำลังใจอยู่ข้างๆเสมอ ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทั้งที่นี้และที่เชียงใหม่ ที่คอยถามไถ่ความเป็นไปและพยายามช่วยเหลือเมื่อเดือดร้อน ขอขอบคุณตัวเองที่อดทนและพยายามทำทุกอย่างเต็มที่จนได้งานชิ้นที่ภูมิใจที่สุด สุดท้ายนี้ขอขอบคุณสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชา นิเทศศิลป์

ดลัด สมวงศ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพประกอบ.....	จ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย.....	2
2 เชียงใหม่.....	3
2.1 จังหวัดเชียงใหม่.....	3
2.2 ชาติพันธุ์ในล้านนา.....	4
2.3 ประวัติและความเป็นมาของชาวม้ง.....	9
2.4 หัตถกรรมของชาวม้ง.....	10
2.5 ผ้าปักม้ง.....	11
2.6 ผ้าเขียนเทียนม้ง.....	15
3 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร.....	16
3.1 ความหมายของอัตลักษณ์องค์กร.....	16
3.2 โครงสร้างอัตลักษณ์องค์กร.....	16
3.3 การสร้างอัตลักษณ์.....	17
3.4 การออกแบบสัญลักษณ์ (Logo).....	18
3.5 ตัวอย่างสัญลักษณ์ของโฮสเทลในต่างประเทศ.....	22
3.6 ตัวอย่างสัญลักษณ์ของโฮสเทลในจังหวัดเชียงใหม่.....	23
3.7 ตัวอย่างสัญลักษณ์ที่มีการนำศิลปวัฒนธรรมในเชียงใหม่มาใช้.....	24
4 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น.....	25
4.1 สรุปขอบเขตการออกแบบกราฟิกสำหรับโฮสเทลเชียงใหม่.....	25
4.2 แนวทางการออกแบบ.....	27

	หน้า
5	การออกแบบและพัฒนาแบบร่าง..... 31
	5.1 สรุปรูปขอบเขตงาน..... 31
	5.2 แบบร่างสัญลักษณ์และกราฟฟิกประกอบ..... 33
	5.3 สรุบบนแบบร่าง..... 40
	5.4 การพิมพ์และผลิตผลงานจริง..... 41
	5.5 การถ่ายภาพ..... 42
6	ผลงานสำเร็จ..... 43
	6.1 Logo..... 43
	Logo on grid..... 43
	Black & White Logo..... 44
	Color..... 44
	6.2 Typography..... 44
	6.3 Graphic Element..... 45
	6.4 Icon..... 46
	6.5 Applications..... 47
	Communication Forms..... 50
	Signage..... 51
	Environmental Graphic..... 54
	Uniform..... 55
	ของใช้ในไฮสเทท..... 56
	สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์..... 61
	6.6 Corporate Identity ในภาพรวม..... 64
7	บทสรุปและข้อเสนอแนะ..... 70
	7.1 บทสรุป..... 70
	7.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา..... 70
	7.3 ข้อเสนอแนะ..... 70
	บรรณานุกรม..... 71
	ประวัติผู้วิจัย..... 72

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า	
2.1	ภาพชุมชนที่อาศัยบนผู้เขาในเชียงใหม่	3
2.2	ภาพตัวเมืองเชียงใหม่	4
2.3	ภาพชาวไทยวน	5
2.4	ภาพชาวไทลื้อ	5
2.5	ภาพชาวไทใหญ่	6
2.6	ภาพชาวไทเขิน	6
2.7	ภาพชาวลัวะ	7
2.8	ภาพชาวดารอั้ง	7
2.9	ภาพชาวกะเหรี่ยง	8
2.10	ภาพชาวม้ง	8
2.11	ภาพชาวม้ง	9
2.12	ภาพการปักผ้าของชาวม้ง	10
2.13	ภาพลวดลายการปักผ้าของชาวม้ง	11
2.14	ภาพการปักผ้าแสดงวิถีชีวิตของชาวม้ง	12
2.15	ภาพลายกันหอยบนผ้าม้ง	13
2.16	ภาพความหมายของลวดลายต่างๆ บนผ้าม้ง	14
2.17	ภาพการเขียนลายบนผ้าเขียนเทียนของชาวม้ง	15
3.1	ภาพตัวอย่างการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร	17
3.2	ภาพตัวอย่างโลโก้ประเภท Word mark	18
3.3	ภาพตัวอย่างโลโก้ประเภท Letterform	19
3.4	ภาพตัวอย่างโลโก้ประเภท Pictorial	19
3.5	ภาพตัวอย่างโลโก้ประเภท Abstract	19
3.6	ภาพโลโก้บริษัทแอปเปิ้ล	20
3.7	ภาพโลโก้บริษัทอะเมซอน	20
3.8	ภาพโลโก้บริษัทแมคโดนัล	21
3.9	ภาพโลโก้โฮสเทลเซน	22
3.10	ภาพโลโก้ City โฮสเทล	22
3.11	ภาพโลโก้ Away โฮสเทล	22
3.12	ภาพโลโก้ม่วนโฮสเทล	23
3.13	ภาพโลโก้ Oxotel โฮสเทล	23

ภาพที่		หน้า
3.14	ภาพโลโก้ Bed addict โฮสเทล	23
3.15	ภาพโลโก้โรงแรมดาราทวีเชียงใหม่	24
3.16	ภาพโลโก้ล้านนาไทยสปา	24
3.17	ภาพโลโก้แบรนด์เสื้อผ้า Xixo หน้า	24
4.1	ภาพแผนผังสรุปผลการสำรวจความคิดเห็นเจ้าของและผู้เข้าพักโฮสเทล	27
4.2	ภาพแผนผังแนวความคิดในการออกแบบ	28
4.3	ภาพตัวอักษรธรรมล้านนา และโลโก้ที่ดัดแปลงจากตัวอักษรธรรมล้านนาภาพที่	29
4.4	ภาพตัวอย่างแนวทางการออกแบบ Graphic Element	29
4.5	ภาพตัวอย่างชุดสีที่ใช้ในการออกแบบ	30
4.6	ภาพชุดตัวอักษร RSU - Bold	30
4.7	ภาพชุดตัวอักษร DB Helvethaica X - Regular	30
5.1	ภาพการร่างข้อมูล เพื่อกำหนดขอบเขตงาน 1	31
5.2	ภาพการร่างข้อมูล เพื่อกำหนดขอบเขตงาน 2	32
5.3	ภาพการร่างข้อมูล เพื่อกำหนดขอบเขตงาน 3	32
5.4	ภาพการร่างข้อมูล เพื่อกำหนดขอบเขตงาน 4	32
5.5	ภาพแบบร่าง Logo 1	33
5.6	ภาพแบบร่าง Logo 2	34
5.7	ภาพแบบร่าง Logo แบบแนวทางการที่ 1 ที่คัดเลือกมาพัฒนาต่อ	34
5.8	ภาพแบบร่าง Logo แบบแนวทางการที่ 2 ที่คัดเลือกมาพัฒนาต่อ	35
5.9	ภาพแบบร่าง Logo ด้วยโปรแกรม Illustrator	35
5.10	ภาพการพัฒนาแบบร่าง 1	36
5.11	ภาพการพัฒนาแบบร่าง 2	36
5.12	ภาพตัวอักษรที่ใช้ใน Logo	37
5.13	ภาพแบบร่าง Icon บนกระดาษและในโปรแกรม Illustrator	37
5.14	ภาพแบบร่าง Graphic element 1	38
5.15	ภาพแบบร่าง Graphic element 2	38
5.16	ภาพ Graphic element แบบที่ 1	39
5.17	ภาพ Graphic element แบบที่ 2	39
5.18	ภาพ Logo	40
5.19	ภาพคำสี Logo	40
5.20	ภาพการพิมพ์ผลงานจริงบนกระดาษแบบต่างๆ	41
5.21	ภาพการถ่ายภาพ 1	42

ภาพที่	หน้า
5.22 ภาพการถ่ายภาพ 2	42
6.1 ภาพ Logo	43
6.2 ภาพ Logo on grid	43
6.3 ภาพ Logo Black & White	44
6.4 ภาพค่าสี Logo	44
6.5 ภาพตัวอักษรที่ใช้สำหรับหัวข้อ	44
6.6 ภาพตัวอักษรที่ใช้สำหรับข้อมูล	44
6.7 ภาพ Graphic Element บางส่วนที่ใช้ในงาน 1	45
6.8 ภาพ Graphic Element บางส่วนที่ใช้ในงาน 2	45
6.9 ภาพ Icon ต่างๆ	46
6.10 ภาพนามบัตรโฮสเทล	47
6.11 ภาพของจดหมาย	47
6.12 ภาพกระดาษจดหมาย	48
6.13 ภาพซองใส่คีย์การ์ด	49
6.14 ภาพคีย์การ์ด	49
6.15 ภาพแบบฟอร์มเข้าพัก	50
6.16 ภาพแบบฟอร์มฝากกระเป๋า	50
6.17 ภาพป้ายห้อง	51
6.18 ภาพป้ายแขวนประตู	51
6.19 ภาพป้ายแผนกและป้ายเตือน	52
6.20 ภาพป้ายบอกทาง	52
6.21 ภาพป้ายชื่อโฮสเทล	53
6.22 ภาพป้ายบอกทางบนผนัง	53
6.23 ภาพลายบนพื้น	54
6.24 ภาพลายบนผนัง	54
6.25 ภาพชุดเครื่องแบบพนักงานชายและหญิง	55
6.26 ภาพป้ายชื่อพนักงานชายและหญิง	55
6.27 ภาพหมอน	56
6.28 ภาพขวดแชมพูและขวดครีมนวดผม	56
6.29 ภาพกล่องสบู่	57
6.30 ภาพแผ่นรองแก้วและตัวหมากที่ใช้เดินในเกม	57
6.31 ภาพแผ่นรองแก้วเมื่อนำมาต่อเป็นกระดานหมากฮอส	58

ภาพที่		หน้า
6.32	ภาพแผ่นรองจาน	58
6.33	ภาพฉลากขวดน้ำดื่ม	59
6.34	ภาพขวดน้ำดื่ม	59
6.35	ภาพถุงกระดาษ	60
6.36	ภาพแผ่นป้ายติดถุงและแผ่นป้ายติดขวด	60
6.37	ภาพแผ่นพับคู่มือการท่องเที่ยว	61
6.38	ภาพด้านในและด้านนอกของแผ่นพับคู่มือการท่องเที่ยว	61
6.39	ภาพโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ 1	62
6.40	ภาพโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ 2	62
6.41	ภาพโปสการ์ด	63
6.42	ภาพโปสการ์ดด้านหลังที่ปั๊มแล้ว	63
6.43	ภาพสติ๊กเกอร์ที่ระลึก	63
6.44	ภาพ Stationery	64
6.45	ภาพนามบัตร	64
6.46	ภาพโปสการ์ดและคีย์การ์ด	64
6.47	ภาพป้ายแขวนประตูและหมอน	65
6.48	ภาพชุดเครื่องแบบและป้ายชื่อพนักงาน	65
6.49	ภาพเครื่องใช้ในห้องน้ำ	65
6.50	ภาพของใช้ในห้องอาหาร	66
6.51	ภาพการเล่นหมากฮอสบนแผ่นรองแก้ว	66
6.52	ภาพการเล่นเกมบันไดงูบนแผ่นรองจาน	66
6.53	ภาพขวดน้ำดื่ม ถุงกระดาษ และแผ่นป้ายส่วนลด	67
6.54	ภาพแผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยว และสติ๊กเกอร์ที่ระลึก	67
6.55	ภาพด้านในแผ่นพับคู่มือการท่องเที่ยว	67
6.56	ภาพด้านนอกแผ่นพับคู่มือการท่องเที่ยว	68
6.57	ภาพโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ทั้ง 2 แบบ	68
6.58	ภาพรวมของงาน Corporate identity 1	69
6.59	ภาพรวมของงาน Corporate identity	69

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ

จังหวัดเชียงใหม่นับเป็นจังหวัดศูนย์กลางภาคเหนือ โดยเฉพาะเรื่องการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ เนื่องจากความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งทางด้านธรรมชาติอันงดงาม ด้านศิลปวัฒนธรรม และประเพณีของชาวเชียงใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์น่าประทับใจ รวมไปถึงความพร้อมในเรื่องสถานที่พักและบริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ที่หลากหลายตอบสนองของกลุ่มนักท่องเที่ยวทุกประเภท รวมไปถึงนักท่องเที่ยวแบบ “แบ็คแพ็คเกอร์” หรือ นักท่องเที่ยวที่นิยมการเที่ยวคนเดียว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ต้องการความสะดวกสบายมากนัก แต่มักมีข้อจำกัดด้านงบประมาณทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมที่พักแบบโฮสเทล (Hostel) ซึ่งเป็นที่พักราคาประหยัดมีเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น เตียงนอน และที่เก็บของ โดยส่วนมากจะเป็นลักษณะคล้ายหอพัก คือ เตียงสองชั้น หลายๆเตียงในห้องเดียวกัน ใช้ห้องน้ำร่วมกัน แต่ก็มีบางส่วนที่อาจเป็นห้องพักเดี่ยว และจุดสำคัญอีกจุดหนึ่งซึ่งเป็นเสน่ห์ของโฮสเทล คือ การเป็นแหล่งพบปะเพื่อนใหม่ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และเป็นพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวผู้เข้าพักด้วยกัน

จากที่กล่าวมานี้ทำให้เกิดความสนใจในการออกแบบอัตลักษณ์สำหรับโฮสเทลในจังหวัดเชียงใหม่ ที่แสดงถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรม ศิลปะ แบบฉบับคนเมืองเหนือ ผสมผสานกับรูปแบบความทันสมัย ผ่านลวดลายหัตถกรรมพื้นบ้านซึ่งเป็นตัวแทนของเอกลักษณ์ในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงสร้างเสริมประสบการณ์ดีๆ มิตรภาพและความสุขให้กับผู้เข้าพักผ่านสื่อต่างๆ โฮสเทล

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่และนำมาใช้ในการออกแบบกราฟฟิก

1.2.2 ศึกษาการออกแบบ CI

1.2.3 ออกแบบอัตลักษณ์องค์กรสำหรับโฮสเทลให้มีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ ผสมผสานกับความทันสมัยและสามารถกระตุ้นให้ผู้เข้าพักมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันได้

1.3 ขอบเขตของโครงการ

- 1.3.1 สัญลักษณ์สำหรับโฮสเทล
- 1.3.2 สิ่งพิมพ์ต่างๆ ได้แก่ นามบัตร ของจดหมาย กระดาษจดหมาย แบบฟอร์มเข้าพัก แบบฟอร์มฝากกระเป๋า ของใส่คีย์การ์ด
- 1.3.3 Signage ได้แก่ ป้ายโฮสเทล ป้ายบอกทาง ป้ายห้อง ป้ายแผนกต่างๆ ป้ายแขวน ประตูห้อง
- 1.3.4 Environmental graphic ได้แก่ ลายบนพื้นและผนัง
- 1.3.5 ชุดเครื่องแบบพนักงาน
- 1.3.6 ของใช้สำหรับห้องนอน ได้แก่ หมอน
ของใช้สำหรับห้องน้ำ ได้แก่ กล่องสบู่ ขวดแชมพู ขวดครีมนวดผม
ของใช้สำหรับห้องอาหาร ได้แก่ แผ่นรองแก้ว แผ่นรองจาน ฉลากขวดน้ำ
ถุงกระดาษ แผ่นป้ายติดถุง แผ่นป้ายติดขวด
- 1.3.7 สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ แผ่นพับ โปสเตอร์กิจกรรมต่างๆ ในโฮสเทล
- 1.3.8 ของที่ระลึก ได้แก่ โปสการ์ด สติกเกอร์ที่ระลึก

1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

- 1.4.1 ค้นคว้าและศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่
 - 1.4.1.1 ข้อมูลพื้นฐานทางด้านเอกลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ศิลปะหัตถกรรมของชาวเชียงใหม่
 - 1.4.1.2 สำรวจตลาดของโฮสเทล กลุ่มลูกค้า ทำเลที่ตั้ง และสไตล์ส่วนใหญ่ของการออกแบบโฮสเทลในเชียงใหม่
 - 1.4.1.3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเมืองของจังหวัดเชียงใหม่
- 1.4.2 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น เพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบ
- 1.4.3 ออกแบบและพัฒนาแบบร่าง
- 1.4.4 นำเสนอแบบร่างเพื่อสำรวจความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
- 1.4.5 นำผลมาปรับปรุงและพัฒนาการออกแบบให้สมบูรณ์

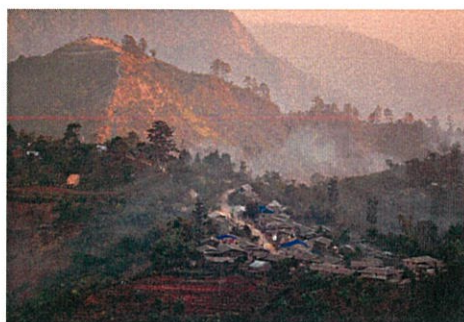
บทที่ 2

เชียงใหม่

2.1 จังหวัดเชียงใหม่

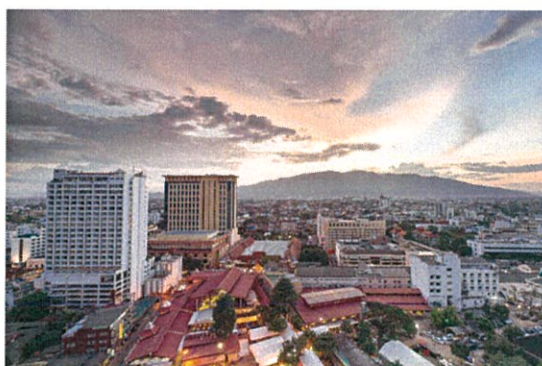
เชียงใหม่ หรือ“นพบุรีศรีนครพิงค์” นับเป็นศูนย์กลางของจังหวัด ทางภาคเหนือของประเทศ เป็นเมืองตากอากาศและเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ไม่เพียงแต่ในประเทศ แต่เป็นที่รู้จักกันดีทั่วโลก เนื่องจากเพียบพร้อมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวและ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งธรรมชาติที่สวยงาม ทำให้ผู้มาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากหลายล้านคนในแต่ละปี เชียงใหม่มีอดีตอันรุ่งเรือง เนื่องจากตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำปิง ซึ่งไหลลงมาถึงปากอ่าวไทย จึงเป็นศูนย์กลางในการติดต่อกับอาณาจักรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอาณาจักรล้านช้างของลาวหรืออาณาจักรสุโขทัยทางตอนใต้ รวมถึงแคว้นต่างๆ มีการแลกเปลี่ยน ความรู้และการศึกษา ทั้งทางด้านศาสนา สถาปัตยกรรม และการค้า ส่งผลให้มีวิทยาการที่น่าสนใจเป็นของตนเอง

ในอดีตมักมีพ่อค้าเงี้ยวจากพม่าและพ่อค้าจีนฮ่อจากยูนนาน เดินทางด้วยขบวนม้าต่างวัวต่าง ล่องลงใต้มาค้าขายในเชียงใหม่อยู่เสมอๆ ปัจจุบัน เชียงใหม่ ก็ยังเป็นศูนย์กลางการคมนาคม มีเส้นทางรถไฟไปยังจังหวัดต่างๆรอบข้าง ไม่ว่าจะเป็น เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง มีท่าอากาศยานนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ ถ้าสามารถมองเชียงใหม่จากทางอากาศจะพบว่าประกอบด้วย เทือกเขาน้อยใหญ่ สูงต่ำสลับซับซ้อนต่อเนื่องมาจากเทือกเขาหิมาลัย กับเทือกเขาในแคว้นยูนนานของจีน ส่วนใหญ่เป็นแนวยาวขนานกันตามทิศเหนือ-ใต้ มีที่ราบอยู่ในหุบเขาซึ่งมีแม่น้ำไหลผ่านตามริมแม่น้ำเป็นที่ตั้งถิ่นฐานสำคัญของชุมชนล้านนา โดยเฉพาะแอ่งที่ราบเชียงใหม่-ลำพูนซึ่งมีพื้นที่กว้างใหญ่ เป็นอู่ข้าวอู่น้ำอย่างดี ส่วนทางตอนเหนือมีแอ่งที่ราบลุ่มฝาง ทางตอนใต้มีแอ่งที่ราบลุ่มแม่แจ่ม ซึ่งมีชุมชนที่ยังดำรงวัฒนธรรมอันงดงามไว้อย่างต่อเนื่อง บนเทือกเขาติดกับประเทศพม่า เป็นเส้นทางที่ชาวเขาใช้เดินทางข้ามไปมา รวมทั้งมีการลงหลักปักฐานมานานนับพันปี



ภาพที่ 2.1 ภาพชุมชนที่อาศัยบนภูเขาในเชียงใหม่

ด้วยสภาพที่เต็มไปด้วยเทือกเขาอันเป็นภูมิประเทศที่สวยงาม ประกอบกับที่ตั้งซึ่งอยู่ทางตอนเหนือของประเทศ ซึ่งทุกปีในช่วงฤดูหนาวจะมีความกดอากาศสูงแผ่มาปกคลุม ทำให้เชียงใหม่มีอากาศหนาวเย็นสบาย จึงมีผู้ต้องการมาพักอาศัยและท่องเที่ยวในฤดูหนาวเป็นอย่างมาก โดยมีการสร้างบ้านพักตากอากาศ หรือรีสอร์ทต่างๆ นอกจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะขยายตัวอย่างรวดเร็ว อุตสาหกรรมบริการอื่น ๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร แม้แต่งานหัตถกรรมที่เคยเป็นเพียงอุตสาหกรรมในครัวเรือนก็ขยายตัวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เช่น การแกะสลัก การทำเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมาก ปัจจุบันจึงเริ่มมีการซื้อหาวัตถุดิบจากจังหวัดอื่นๆ รอบข้าง แม้กระนั้นก็ตามเชียงใหม่ยังอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งภูเขาสูง ป่าไม้ และสายน้ำ เชียงใหม่จึงเป็นดินแดนประหนึ่งเมืองในฝันที่เล่าขานกันถึงวัฒนธรรมอันดีงามของผู้คนซึ่งมีจิตใจโอบอ้อมอารี บ้านเมืองมีความสงบร่มเย็น อากาศสดชื่น และงดงามด้วยทิวทัศน์ทางธรรมชาติ เชียงใหม่จึงเป็นเมืองที่ทุกคนใฝ่ฝันจะเดินทางไปเยือนเพื่อแสวงหาความรื่นรมย์แก่ชีวิตอยู่เสมอ



ภาพที่ 2.2 ภาพตัวเมืองเชียงใหม่

2.2 ชาตินัชนัในล้านนา

ชาวล้านนาในปัจจุบันมีที่มาจาก การผสมผสานและดำรงชีพอยู่ร่วมกันมาของชนชาติต่างๆ ในบริเวณแอ่งที่ราบ ที่ถือได้ว่าเป็นบรรพบุรุษของชาวล้านนา ได้แก่ ชาวไทลื้อ ชาวไทเขิน ชาวไทยวน ชาวไทใหญ่ ชาวเม็ง (มอญ) ชาวลัวะ จากแอ่งที่ราบขึ้นสู่บริเวณภูเขาสูงก็จะพบกลุ่มชนชาติต่างๆ ตั้งหมู่บ้านกระจายอยู่ทั่วไปตามพื้นที่สูงในดินแดนล้านนา ได้แก่ กะเหรี่ยง (ปกากะญอ) เมี่ยน (เย้า) ม้ง (แม้ว) อาข่า (อิก้อ) ล่าหู่ (มเซอ) ลีซอ นอกจากนี้ยังมีชนบางกลุ่มที่อยู่ในบริเวณชายขอบของล้านนา ได้แก่ ขมุ มลาบรี (ตองเหลือง) และยังมีชนอีกกลุ่มหนึ่งที่ถูกนำตัวเข้ามาจากประเทศพม่าเมื่อประมาณสิบปีที่แล้ว เพื่อจุดประสงค์สำหรับการท่องเที่ยวโดยตรงและยังคงเป็นกลุ่มชนที่ไม่ได้รับการรับรองและสิทธิใดๆ ตามกฎหมายไทย ได้แก่ ปาดอง(กะเหรี่ยงคอยาว) โดยจะกล่าวถึงชาตินัชนัที่สำคัญในเชียงใหม่ ดังนี้



ภาพที่ 2.3 ภาพชาวไทยวน

1. ชาวไทยวน

คนเมืองในกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ไต-กะไต อาศัยอยู่ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย โดยเฉพาะลุ่มแม่น้ำปิงในเมืองเชียงใหม่ซึ่งถือเป็นศูนย์กลางของอาณาจักรล้านนา หลังจากได้อพยพโยกย้ายมาจากเมืองเชียงแสน อันเป็นแหล่งต้นกำเนิดของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยวน และในบางกลุ่มได้อพยพเคลื่อนย้ายไปอยู่ภูมิภาคภาคอื่นๆ ของประเทศไทยด้วยเหตุผลทางการเมือง การปกครอง และภาวะสงคราม เช่น จังหวัดสระบุรี ราชบุรี นครราชสีมา เป็นต้น



ภาพที่ 2.4 ภาพชาวไทลื้อ

2. ชาวไทลื้อ

ชาวไทลื้อ ตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณตอนใต้ของจีน มีเมืองเชียงรุ่ง ในเขตสิบสองปันนา มณฑลยูนนาน เป็นศูนย์กลาง ชาวไทลื้อจึงมีประวัติศาสตร์ร่วมกับจีนมาเป็นเวลายาวนาน ในช่วงหลายร้อยปีที่ผ่านมา มีกลุ่มชาวไทลื้อบางส่วนได้อพยพและถูกกวาดต้อนลงมาอยู่ทางตอนเหนือของพม่า ตอนเหนือของลาว ตอนเหนือของเวียดนาม และทางตอนเหนือของประเทศไทย ในบริเวณจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ และน่าน เมื่อย้ายมาตั้งถิ่นฐานตามที่ตั้งต่างๆ แล้ว ชาวไทลื้อก็มีการปรับตัวเข้ากับท้องถิ่นได้อย่างกลมกลืน



ภาพที่ 2.5 ภาพชาวไทใหญ่

3. ชาวไทใหญ่

ไทใหญ่ มีถิ่นกำเนิดอยู่ที่รัฐฉาน สหภาพพม่า เรียกตัวเองว่า “คนไต” แต่ชาวล้านนาทั่วไปมักเรียกว่า “เงี้ยว” โดยเมืองหลวงที่ถือเป็นศูนย์กลางคือ เมืองตองยีหรือตองยี นอกจากนี้ยังมีชาวไทใหญ่ส่วนหนึ่งที่ได้อพยพมาอาศัยอยู่ในประเทศไทย เช่น จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงราย และอำเภอเชียงดาว อำเภอเวียงแหง ทางตอนเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ยังมีกลุ่มชาวไทใหญ่ที่อาศัยอยู่ในทางตะวันตกเฉียงใต้ของมณฑลยูนนานสาธารณรัฐประชาชนจีน เช่น เมืองมาว เมืองวัน เมืองหล้า เมืองซอน เป็นต้น และบางส่วนของรัฐอัสสัม ประเทศอินเดีย โดยเฉพาะที่ตำบลช้างป่านี้ แขวงเมืองสิพพสาคร



ภาพที่ 2.6 ภาพชาวไทเขิน

4. ชาวไทเขิน

ไทเขิน หรือ ไทจีน เป็นชนชาติหนึ่งที่เรียกตนเองตามพื้นที่อยู่อาศัยในกลุ่มแม่น้ำ “จีน” โดยมีเมืองเชียงตุงเป็นศูนย์กลาง เป็นเมืองในหุบเขา อยู่ทางตะวันตกของแม่น้ำสาละวิน ในเขตการปกครองสหภาพพม่า ภายหลังจากได้มีการกวาดต้อนชาวไทเขินบางส่วนลงมายังอำเภอเมือง และอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ว่างเว้นจึงทำงานหัตถกรรมประเภทเครื่องเงิน เครื่องเขิน และเคียนไม้ (กลิ้งไม้)



ภาพที่ 2.7 ภาพชาวลัวะ

5. ชาวลัวะ

ลัวะ หรือ ละว้า หรือ ละเวือะ คือชนเผ่าพื้นเมืองก่อนชาติพันธุ์ไท เป็นเจ้าของพื้นที่ดั้งเดิม ก่อนการสร้างชาติรัฐล้านนา ในอดีตลัวะเคยมีวิวัฒนาการที่เจริญรุ่งเรือง มีการสร้างบ้านแปลงเมือง มีระบบการปกครอง มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตเป็นอัตลักษณ์เป็นของตนเอง เมื่อถูกชาติพันธุ์ไทรุกราน จึงถอยร่นสู่ที่ราบเชิงเขาและสันเขา ปัจจุบันตั้งถิ่นฐานอาศัยอยู่ในรัฐฉาน สหภาพพม่า ตอนเหนือของลาว และทางภาคเหนือของประเทศไทย โดยการกระจายกระจายอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน เชียงราย และน่าน



ภาพที่ 2.8 ภาพชาวดารอั้ง

6. ดารอั้ง

ดารอั้ง หรือชาวไทใหญ่เรียก “ปะหล่อง” เป็นชนเผ่าที่มีที่ตั้งถิ่นฐานอยู่บนดอยสูง กระจายอยู่บริเวณรัฐฉาน รัฐคะฉิ่น สหภาพพม่า และมณฑล ยูนนาน ประเทศจีน แต่ด้วยภัยสงคราม และการละเมิดสิทธิมนุษยชนในประเทศพม่า ชาวดารอั้งส่วนมากต้องข้ามน้ำสาละวินลัดเลาะจาก เชียงตอง เมืองป๋น ในเขตเชียงตุง มายังฝั่งประเทศไทย มาอาศัยบริเวณบ้านนอแล บ้านห้วยเลี่ยม บ้านแคะนุ ซึ่งเป็นหมู่บ้านใกล้กับพื้นที่รับผิดชอบของสถานีเกษตรหลวงอ่างขาง อำเภอฝาง และส่วนหนึ่งจัดให้อยู่ บ้านปากแดง บ้านแม่จร บ้านห้วยโป่ง อำเภอเชียงดาว บ้านห้วยหวาย บ้านห้วยทรายขาว อำเภอแม่ฮวย จังหวัดเชียงใหม่ และบ้านสันตันปุย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย



ภาพที่ 2.9 ภาพชาวกะเหรี่ยง

7. กะเหรี่ยง

กะเหรี่ยง หรือ ปกาเกอญอ คนล้านนามักเรียกว่า “ยาง” พม่าเรียกว่า “กะยิ่น” ฝรั่งเศสเรียกว่า “กะเรน” กลุ่มชาติพันธุ์นี้เรียกตัวเองว่า “กะเหรี่ยง” ประกอบด้วยกะเหรี่ยงหลากหลายกลุ่ม กลุ่มใหญ่ๆ คือ ปกาเกอญอ (สกอว์) โพล่ง (โปว์) ตองสู้ (ปะโอ) และบะแก (บะเว) แต่เดิมกะเหรี่ยงตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณต้นแม่น้ำสาละวิน สหภาพพม่า ต่อมาได้อพยพเข้ามาตามแนวตะเข็บชายแดนไทย-พม่า สู่ภาคเหนือและภาคตะวันตกของประเทศไทย ใน 15 จังหวัด เช่น เชียงใหม่ ลำพูน แม่ฮ่องสอน ตาก และกาญจนบุรี



ภาพที่ 2.10 ภาพชาวม้ง

8. ม้ง

ม้ง หมายถึง อีระชน เดิมอาศัยอยู่ในประเทศจีน ต่อมาชาวจีนเข้ามาปราบปราม เป็นเหตุให้อพยพลงมาถึงตอนใต้ของจีน และเขตอินโดจีน ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 และตอนเหนือของประเทศไทย ประมาณพ.ศ. 2400 โดยมีสองกลุ่มได้แก่ ม้งน้ำเงินและม้งขาว ไม่ชอบให้เรียกว่าแม้ว โดยถือว่าเป็นการดูถูกเหยียดหยาม ประชากรของม้งในประเทศไทย มีมากเป็นอันดับ 2 รองจากกะเหรี่ยง ตั้งถิ่นฐานอยู่ตามภูเขาสูง หรือที่ราบเชิงเขาในเขตพื้นที่จังหวัด เชียงใหม่ เชียงราย พะเยา น่าน แม่ฮ่องสอน แพร่ ลำปาง กำแพงเพชร เลย พิษณุโลก เพชรบูรณ์ สุโขทัย และตาก

2.3 ประวัติและความเป็นมาของชาวม้ง

ชาวม้งอพยพมาจากที่ราบสูงทิเบต ไช่บีเรีย และมองโกเลีย เข้าสู่ประเทศจีน และตั้งหลักแหล่งอยู่แถบกลุ่มแม่น้ำเหลือง (แม่น้ำฮวงโห) เมื่อราว 3,000 ปีมาแล้ว ซึ่งชาวเขาเผ่าม้งจะตั้งถิ่นฐานอยู่ในมณฑลไกวเจา ฮุนหน่า กวางสี และมณฑลยูนนาน ม้งอาศัยอยู่ในประเทศจีนมาหลายศตวรรษ จนกระทั่ง ประมาณคริสต์ศตวรรษที่ 17 ราชวงศ์แมนจู (เหมาง) มีอำนาจในประเทศจีน กษัตริย์จีนในราชวงศ์เหมางได้เปลี่ยนนโยบายเป็นการปราบปราม เพราะเห็นว่าม้งที่เป็นผู้ชายส่วนใหญ่แล้วรูปร่างหน้าตาคล้ายกับคนรัสเซีย ทำให้คนจีนคิดว่า ม้งเป็นคนรัสเซีย จึงเป็นเหตุให้มีการปราบปรามม้งเกิดขึ้น โดยให้ชาวม้งยอมจำนน และยอมรับวัฒนธรรมของจีน และอีกประการหนึ่งคือเห็นว่า ม้งเป็นพวกอนารยชนแห่งขุนเขา (คนป่าเถื่อน) จึงได้มีการต่อสู้กันอย่างรุนแรงในหลายแห่ง เช่น ในเมืองพังหยุน ในปี พ.ศ.2009 และการต่อสู้ในมณฑลไกวเจาในระหว่าง พ.ศ. 2276 - 2278 และการต่อสู้ในมณฑลเสฉวนในระหว่าง พ.ศ. 2306 - 2318 ในที่สุด ชาวม้งประสบกับความพ่ายแพ้ สูญเสียพลรบ และประชากรเป็นจำนวนมาก ในที่สุดม้งก็เริ่มอพยพลอยร่นสู่ทางใต้ และกระจายเป็นกลุ่มย่อยๆ กลับขึ้นอยู่บนที่สูงป่าเขาในแคว้นสิบสองจุไทย สิบสองปันนา และอีกกลุ่มได้อพยพไปตามทิศตะวันออกเฉียงเหนือของราชอาณาจักรลาว บริเวณทุ่งไหหินเดียนเบียนฟู โดยมีหัวหน้าม้งคนหนึ่ง คือ นายพลวังปอ ได้รวบรวมม้ง และอพยพเข้าสู่ประเทศไทยเมื่อประมาณ พ.ศ. 2400 เศษ เป็นต้นมา

ปัจจุบันชาวม้งส่วนใหญ่ในประเทศไทยตั้งถิ่นฐานอยู่ตามภูเขาสูง หรือที่ราบเชิงเขาในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ พะเยา น่าน เชียงราย แม่ฮ่องสอน แพร่ ลำปาง กำแพงเพชร เลย พิษณุโลก เพชรบูรณ์ สุโขทัย และตาก มีจำนวนประชากรทั้งสิ้นประมาณ 151,080 คนแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือม้งขาวและม้งเขียว ม้งขาวเรียนตนเองว่า ม้งเดิว และม้งเขียวเรียกตนเองว่า ม้งจิว



ภาพที่ 2.11 ภาพชาวม้ง

2.4 หัตถกรรมของชาวม้ง



ภาพที่ 2.12 ภาพการปักผ้าของชาวม้ง

ชนเผ่าม้ง เป็นชนเผ่าชนหนึ่งที่มีความขยันขันแข็งมาก สมาชิกทุกคนในครอบครัวต่างต้องช่วยกันทำมาหากินในช่วงเวลาว่างหลังเสร็จงานเกษตรกรรม ผู้ชายชาวม้งจะทำงานตีเหล็กและเครื่องเงิน ขณะที่ฝ่ายผู้หญิงจะเย็บปักเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของชนเผ่าม้ง จึงนิยมสร้างลวดลายประดับด้วยลายปักที่ใช้เส้นด้ายสีสดใส ผ้าปักม้ง จึงมีความสำคัญที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและเรื่องราวทางวัฒนธรรมของหญิงชาวม้ง ที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่นนับหลายร้อยปี การปักผ้าม้ง เพื่อใช้ติดประดับบริเวณต่างๆ ของเสื้อผ้า เป็นสิ่งที่ผู้หญิงเผ่าม้งจะต้องทำเป็นทุกคน และต้องทำใส่เอง และสำหรับสามี ลูกชายด้วย เพราะผู้ชายม้งจะไม่ปักผ้า หญิงชาวม้งทุกคนจึงต้องจำเรียนวิชาปักผ้าจากผู้เป็นมารดาของตนตั้งแต่อายุยังไม่ถึงสิบปี ศิลปะลวดลายบนผืนผ้าชนเผ่าม้ง มีทั้งการปัก การเย็บ และการเขียนเทียน (การเขียนลายเทียน เฉพาะในกลุ่มม้งลายส่วนกลุ่มม้งดำและม้งขาวจะไม่เขียนเทียน) ผ้าปักม้งส่วนใหญ่เป็นผ้าฝ้ายทอมือ และ ผ้าใยกล้วยง เทคนิคที่ใช้ในการปักผ้าม้งโดยหลักจะมี 2 แบบคือ แบบปักเป็นกากบาทคล้ายปักโครสติก และอีกแบบหนึ่งคือ การปักแบบเย็บปะติด เอกลักษณ์ลวดลายที่ปรากฏบนผืนผ้าของชาวม้งก็มีหลากหลายลักษณะ ทั้งลวดลายดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่สืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ ลวดลายที่ถูก สร้างสรรค์จากจินตนาการเลียนแบบมาจากธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมรอบตัว วิถีชีวิต ลวดลายที่ได้รับอิทธิพลมาจากความเชื่อตำนาน หรือเรื่องเล่า และลวดลายที่มีการปรับประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัยตามความต้องการของกระแสความนิยมของผู้บริโภค

ปัจจุบัน แม้ด้วยกระแสทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปจะทำให้วิถีชีวิตของชนเผ่าม้งจะมีการ เปลี่ยนแปลงไปมาก ม้งบางกลุ่ม บางพื้นที่วิถีชีวิตใกล้เคียงกับคนสังคมเมืองมากขึ้น แต่ถึงกระนั้นงานปักผ้าก็ยังคงมีการสืบทอดต่อกันมาในกลุ่มชนเผ่าม้ง และลวดลายบางลวดลายที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่าม้งก็ยังมีปรากฏอยู่ในผืนผ้าปักม้งร่วมอยู่ด้วยแทบจะทุกผืน ผ้าปักที่เคยทำกันเพียงเพื่อเป็นแค่เครื่องแต่ง กายในครอบครัวหรือในชนเผ่า ก็กลายเป็นสินค้าที่ถูกนำมาพัฒนาเป็นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันที่มีความ หลากหลาย จนเป็นที่นิยมทั้งกลุ่มคนไทยและชาวต่างชาติกันในปัจจุบันนี้

2.5 ผ้าปักม้ง



ภาพที่ 2.13 ภาพลวดลายการปักผ้าของชาวม้ง

จากความเชื่อด้านพิธีกรรมและความเชื่อในการดำเนินชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ ที่ปรากฏบนลายผ้าปักม้งของชาวเขาเผ่าม้ง มีการเรียกชื่อต่างกันตามสำเนียงภาษาท้องถิ่นเท่านั้น ลวดลายส่วนใหญ่ได้มาจากธรรมชาติโดยเฉพาะชื่อพืชพรรณพฤกษา ชื่อจากสัตว์ ชื่อจากสิ่งแวดล้อม รอบๆตัว เช่น ภูเขา คน นก โดยแบ่งออกเป็น 2 ยุค คือ ยุคดั้งเดิมและยุคปัจจุบัน ซึ่งที่มาของลวดลายบนผืนผ้า มักมาจากสาเหตุดังต่อไปนี้คือ เกิดจากอิทธิพลความเชื่อในด้านศาสนา ประวัติศาสตร์ เช่น ลายหนังสือม้ง ลายบันไดฟ้า ลายป่าหลง เป็นต้น เกิดจากอิทธิพลของธรรมชาติสิ่งแวดล้อม เช่น ลายผีเสื้อ ลายปู ลายตานกฮูก ลายก้นหอย ลายดอกพิกทอง ลายดอกทานตะวัน ลายดอกบัว ลายภูเขา ลายเมฆไม้ ลายสายน้ำไหล แต่ปัจจุบันที่เห็นเด่นชัดลักษณะการปักผ้ามีลักษณะคล้ายปักผ้าคลอสติส คือปักไขว้แต่คงคล้ายรูปแบบเดิมมีการนำวัสดุมาตกแต่งเพื่อให้ดูงดงามมากขึ้น เช่น เหริยเงิน ลูกปัด ไหมพรม และด้ายไหมเทียมสีต่างๆ เป็นการประยุกต์คิดสร้างสรรค์ เพื่อความงดงามในการสวมใส่ในการแต่งกาย

ในอดีตผ้าปักชาวเขาส่วนใหญ่จะใช้ผ้าไหมดิบที่ผลิตเองมาปักเป็นลวดลายต่าง ๆ ซึ่งลวดลายเหล่านี้ ม้งคิดค้นออกแบบของลวดลายเอง ปกติแล้วม้ง จะมีความประณีตในการคิดลวดลาย และการปักลวดลายต่าง ๆ ซึ่งจะเห็น ได้จากกระโปรงของม้งที่ทำจากผ้าบาติกกับผ้าปัก และเมื่อมีการปักลายเรียบร้อยแล้ว จะนำมาแปรรูปเป็นเสื้อผ้าที่จะสวมใส่ในเทศกาลปีใหม่ หรือในวันสำคัญต่าง ๆ และสามารถที่จะประดิษฐ์เป็นเครื่องใช้อย่างอื่นได้ เช่น ถุงย่าม กระเป๋าสะพาย กระเป๋าเป้ กระเป๋าใส่สตางค์ ถุงใส่โทรศัพท์มือถือ เครื่องใช้อื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งผ้าปักของม้งจะมีลวดลายที่แตกต่างกันไป และมีชื่อเรียกแตกต่างกัน และมีลักษณะรูปแบบการแปรรูปจากวัสดุธรรมชาติเป็นผ้าหลายชนิดดังเช่น

2.5.1 ลวดลายปักวิถีชีวิตชาวม้ง



ภาพที่ 2.14 ภาพการปักผ้าแสดงวิถีชีวิตของชาวม้ง

ชนเผ่าม้งนอกจากจะมีฝีมือและความชำนาญในการปักผ้าและการเขียนเทียนสร้างสรรค์ ลวดลายที่งดงามตามแบบฉบับของชาวม้งแล้ว ชนเผ่าม้งกลุ่มม้งลาย ยังมีความชาญฉลาดในการเล่า เรื่องราวที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของชนเผ่า ผ่านศิลปะงานปักบนผืนผ้า บอกเล่าถึงความเป็นไปในวิถี ชีวิตความเป็นอยู่ การประกอบอาชีพ ลวดลายที่แสดงถึงการเล่าเรื่องราววิถีชีวิตเหล่านี้ ใช้เทคนิคการ ปักลวดลายแบบทึบหรือที่ เรียกว่า เซี้ย ตามภาษาชนเผ่าม้ง บนผืนผ้า 1 ชั้นนั้น อาจมีการปักผ้าเรื่อง ราวที่บอกเล่าเป็นลำดับเรื่อง ต่อเนื่องกันหลายเรื่อง เช่น ภาพปักวิถีชีวิตชาวม้งชายหญิงที่ดำเนินเรื่อง ตั้งแต่ออกจากบ้านไปไร่ไปนา ปลูกข้าว ปลูกข้าวโพด เลี้ยงสัตว์ หรือภาพปักแสดงวิถีการเพาะปลูก ตั้งแต่การเริ่มต้นปลูกต้นกล้า รดน้ำ ไปจนถึงการ เก็บเกี่ยวพืชผล เช่นนี้เป็นต้น ศิลปะและเทคนิคการ ปักลวดลายลักษณะเช่นนี้เป็นอีกเอกลักษณ์หนึ่งของชาวม้งที่ มีการทำกันในกลุ่มหญิงชาวม้งลาย เป็น ภูมิปัญญาและศิลปะดั้งเดิมที่สืบทอดมาแต่บรรพบุรุษจนถึงปัจจุบัน การปักต้องอาศัยทั้งจินตนาการ ความอดทน และฝีมือในการปักค่อนข้างสูง ปัจจุบันจึงมีชาวม้งที่ปักผ้าในลักษณะนี้ได้ เหลืออยู่ค่อนข้าง น้อยมาก และอาจจะสูญหายไปตามกาลเวลาในที่สุด

2.5.2 ลวดลายกันหอย



ภาพที่ 2.15 ภาพลายกันหอยบนผ้ามั่ง

หญิงชาวเผ่ามั่งต่างมีทักษะความเชี่ยวชาญในด้านการปักผ้า ไม่แพ้หญิงชนเผ่าอื่นๆ ศิลปะการปักผ้า ของหญิงสาวชาวเผ่ามั่งแบบหนึ่ง que แสดงถึงทักษะฝีมือของผู้ปักคือการปักแบบเย็บปะ หรือที่ชาวมั่งเรียกเทคนิค การปักแบบนี้ว่า เจี้ย ซึ่งถือว่าเป็นเทคนิคที่ค่อนข้างยากกว่าเทคนิคอื่นๆ ของชาวมั่ง เจี้ย หมายถึง เทคนิคการ ตัดผ้าเป็นลวดลายที่กำหนด แล้วนำมาเย็บติดซ้อนกับผ้าพื้นอีกชั้นหนึ่ง ความยากของเทคนิคนี้อยู่ที่ความละเอียด ลวดลายที่แสดงเอกลักษณ์ของเทคนิค เจี้ย ที่นิยมของชาวมั่ง คือ การปักลายก้ำก้อ หรือลายกันหอย ผู้ปักต้องใช้ทั้งฝีมือ ต้องมีทักษะความเชี่ยวชาญ ใช้ความละเอียดและความอดทนมากเป็นพิเศษจึงจะ ปักลวดลายนี้ได้สำเร็จ ประณีตและออกมาสวยงาม

ลายก้ำก้อ เป็นภาษาชนเผ่ามั่ง ความหมายในภาษาไทยหมายถึง กันหอย เป็นลายหลักที่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและมีความชัดเจนที่สุดของชาวมั่งในแทบทุกกลุ่ม เป็นลายโบราณดั้งเดิมที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษของมั่งหลายชั่วอายุคน ลายก้ำก้อ หรือลายกันหอย พบได้ทั้งในงานปักแบบเจี้ยหรือเย็บปะ งานปัก แบบคลอสติช และงานเขียนเทียนของชาวมั่งลาย ลายก้ำก้อหรือลายกันหอยนั้น อาจมีตามคติความเชื่อของชาวมั่งแฝงอยู่ ซึ่งเชื่อว่ามีที่มาจากหอยสังข์ซึ่งมักถูกนำมาใช้ในการประกอบพิธีกรรมสำคัญๆ ทางศาสนา ลักษณะการวนของกันหอยเปรียบเสมือนการโคจรของพระอาทิตย์ พระจันทร์และดวงดาว เอกลักษณ์ลายกันหอยนี้จึงเสมือนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะบนผืนผ้าปักที่สะท้อนชนเผ่ามั่ง และยังคงมีการสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน สามารถพบลายก้ำก้อหรือลายกันหอยนี้บนผืนผ้าของชาวมั่งโดยทั่วไป

2.6 ผ้าเขียนเทียนม้ง



ภาพที่ 2.17 ภาพการเขียนลายบนผ้าเขียนเทียนของชาวม้ง

การเขียนเทียน เป็นศิลปะการสร้างลวดลายบนผืนผ้าเป็นเอกลักษณ์อีกแบบหนึ่งของชาวม้ง ที่มีการทำกันในกลุ่มม้งหลายเท่านั้น เป็นภูมิปัญญาและศิลปะโบราณดั้งเดิมที่เป็นมรดกตกทอดมาแต่บรรพบุรุษ ถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่นหลายชั่วอายุคนจนถึงปัจจุบัน ผ้าเขียนเทียนเป็นผ้าที่ชนเผ่าม้งผูกพันคู่มาด้วยความเป็นชนเผ่า ผู้หญิงชาวม้งลายทุกคนมีความสามารถในการวาดลวดลายเขียนเทียนลงบนผืนผ้าที่เตรียมไว้ได้อย่างละเอียดซับซ้อน ผ่านกระบวนการจนเสร็จสิ้นเป็นผืนผ้าสำเร็จที่สวยงาม ผ้าม้งเขียนเทียนจึงเป็นที่รู้จักและนิยมกันอย่างแพร่หลาย ส่วนใหญ่นิยมนำมาใช้ตัดเย็บเป็นกระโปรงผู้หญิง ในอดีตนั้นหญิงชาวม้งจะบรรจงวาดลวดลาย เขียนเทียน แล้วนำไปย้อมสี และอัดกลีบแล้วจึงนำไปตัดเย็บ กว่าที่จะผ่านกระบวนการจนแล้วเสร็จเป็นกระโปรง 1 ตัว อาจต้องใช้เวลาในการทำยาวนานถึงเกือบ 1 ปี เพื่อให้ได้กระโปรงที่หญิงสาวชาวม้งจะใช้สวมใส่ที่สวยงามที่สุด

เทคนิคการเขียนเทียน มีลักษณะคล้ายการทำผ้าบาติกที่รู้จักกันแพร่หลายในปัจจุบัน โดยใช้อุปกรณ์แท่งเล็กๆ ทำจากไม้กับทองแดงที่เรียกว่า หลาจ้ง จุ่มลงบนเทียนหรือขี้ผึ้งร้อนๆ แล้วนำมาวาดลวดลายบนผ้าใยกล้วยขง หรือผ้าฝ้ายที่เตรียมไว้ เมื่อเสร็จแล้วก็จะนำผ้าไปย้อมเย็นด้วยสีน้ำเงินธรรมชาติจากต้นก้าง (หรือ ต้นหอมที่ให้สีน้ำเงิน) เมื่อผ้าทั้งผืนกลายเป็นสีน้ำเงินเข้มตามต้องการแล้ว จึงนำผ้าไปต้มด้วยความร้อนให้เทียนละลาย ก็จะได้ผ้าสีน้ำเงินมีลวดลายเขียนเทียนเป็นสีขาวกระจายสวยงามอยู่ทั่วทั้งผืน แล้วนำไปพับอัดกลีบ เป็นกระโปรง หรืออาจนำไปปักลวดลายต่างๆ ด้วยด้ายหลากหลายสีส้น แล้วจึงนำมาสวมใส่เป็นชุดประจำชนเผ่าที่งดงาม

บทที่ 3

การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

3.1 ความหมายของอัตลักษณ์องค์กร

คำว่า “อัตลักษณ์องค์กร” หรือ Corporate Identity (CI) หมายถึงการแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ (Image) ที่ปรากฏต่อสายตาผู้อื่นพร้อมกับแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ขององค์กรนั้น โดยอาศัยองค์ประกอบกราฟิก หรือกล่าวให้เข้าใจง่ายๆ ก็คือ หมายถึงสื่อสารภาพลักษณ์และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รวมทั้งสร้างความเข้าใจอันดีที่เกิดแก่องค์กรบุคลากรตลอดจนบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้นๆ จะเห็นได้ว่าอัตลักษณ์องค์กรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร โดยเฉพาะในโลกที่มีการแข่งขันกันอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากโครงการเหล่านั้นต่างก็มีความต้องการที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งโครงการ เช่นกันการสร้าง CI ก็เปรียบเสมือนกับการที่คนเรารู้จักปรุงแต่งรูปร่างหน้าตา การแต่งกายให้สวยงามเหมาะสมกับบุคลิกภาพของตนเพื่อดึงดูดความสนใจใคร่อยากรู้จัก เช่นเดียวกับองค์กรที่มี CI ที่ดีได้รับการออกแบบที่ดี ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการมีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ก็จะสามารถดึงดูดหรือก่อให้เกิดความสนใจใคร่ลองใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ ยิ่งถ้ามีคุณภาพดีด้วยแล้ว ก็จะยิ่งทำให้สินค้าหรือบริการนั้นประสบความสำเร็จในการเพิ่มยอดขายยิ่งขึ้น เราต้องยอมรับความจริงที่ว่าสินค้าที่วางจำหน่ายโดยใช้ชื่อผู้ผลิตที่แตกต่างกันนั้น ในความเป็นจริงแล้วคุณภาพของสินค้าเหล่านั้นค่อนข้างใกล้เคียงกัน ดังนั้นสิ่งที่เป็นตัวช่วยกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อก็คือความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจในตราสินค้าเหล่านั้น ซึ่งเกิดขึ้นจากการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สินค้า หรือบริษัทผู้ผลิต นั่นก็คือการสร้าง CI ที่ดีนั่นเอง

3.2 โครงสร้างอัตลักษณ์องค์กร

แก่นของอัตลักษณ์ (Core Identity) แสดงถึงความเป็นแก่นของตราสินค้า โดยแก่นของเอกลักษณ์จะประกอบไปด้วยส่วนที่ทำให้ตราสินค้าเป็นเอกลักษณ์ และมีคุณค่า เช่น เครื่องดื่มเป๊ปซี่ เต็มที่กับชีวิต

ส่วนขยายอัตลักษณ์ (Extended Identity) เป็นส่วนประกอบที่ช่วยเสริมให้องค์กรมีลักษณะรูปแบบที่เฉพาะตัวและมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เป็นการสร้างจิตวิญญาณให้กับองค์กร บ่งบอกถึงความเป็นองค์กรที่เป็นการสะท้อนให้เห็นภาพที่เป็นจุดยืนขององค์กร เช่น สโลแกน สัญลักษณ์ หรือรวมไปถึงตัวผลิตภัณฑ์

3.3 การสร้างอัตลักษณ์

โดยทั่วไปแล้วตราสินค้าที่แข็งแกร่งจะต้องแสดงให้เห็นถ้อยคำเฉพาะ คำขวัญ สีสັນ และสัญลักษณ์หนึ่ง ตลอดจนเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง คำเฉพาะ ชื่อตราสินค้าที่แข็งแกร่ง เมื่อเอ่ยกับคนที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย ควรกระตุ้นให้นึกถึงคำอื่นๆ และต้องเป็นคำที่ชื่นชอบ เช่น “การบินไทยรักคุณเท่าฟ้า”

คำขวัญ มีบริษัทหลายแห่งที่ประสบความสำเร็จกับเพิ่มคำขวัญ หรือข้อความห้อยท้ายชื่อบริษัทหรือตราสินค้าของตน โดยจะได้รับการกล่าวถึงซ้ำๆ ในโฆษณาทุกชิ้น หรือ ปรากฏตามสื่อทุกสื่อที่กลุ่มเป้าหมายมีโอกาสพบเห็น ผลของการใช้คำขวัญเดียวกันครั้งแล้วครั้งเล่า สร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าของคนโดยไม่รู้ตัว เช่น การบินไทยรักคุณเท่าฟ้า รีเจนซี่ บรันดีไทย เป็นต้น

สีสັນ การใช้สีสັນที่เหมาะสมมีส่วนช่วยในการจดจำตราสินค้ามากที่สุด เช่น ธนาคากสิกรใช้สีเขียว ธนาคาไทยพานิชย์ ใช้สีม่วง ธนาคารกรุงศรีอยุธยาใช้สีเหลือง เป็นต้น

สัญลักษณ์และโลโก้ การใช้สัญลักษณ์หรือโลโก้ก็เป็นการสื่อสารที่ดีและได้ผลมาอย่างยาวนาน องค์กรต่าง ๆ ได้สร้างตราสัญลักษณ์หรือดีไซน์ที่เป็นนามธรรม ซึ่งกลายเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าจดจำ



ภาพที่ 3.1 ภาพตัวอย่างการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

3.4 การออกแบบสัญลักษณ์ (Logo)

3.4.1. ความหมายของสัญลักษณ์ หรือโลโก้

สัญลักษณ์หรือโลโก้ (Logo) มาจากคำเต็ม Logotype หมายถึง สัญลักษณ์ เครื่องหมาย ตัวแทน หรือสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งที่บ่งบอก ประเภท รูปแบบ หรือรูปพรรณสัณฐานของสิ่งที่เป็นเจ้าของสัญลักษณ์ หรือโลโก้ (Logo) นั้นๆ แสดงถึงภาพสัญลักษณ์ และเครื่องหมายต่าง ๆ ได้แก่ สินค้าและบริษัทผู้ผลิต การออกแบบโลโก้สินค้า และบริษัทให้มีเอกลักษณ์แบบเฉพาะตนเอง จะช่วยให้มีความน่าเชื่อถือ และตราตรึงต่อผู้บริโภคตลอดไป ดังนั้นโลโก้จึงสามารถสร้างแรงบันดาลใจ ความเชื่อ ความนิยม และการจดจำเกี่ยวกับองค์กรหรือสินค้าและมันคืองานของ Designer ในการสร้างสรรค์โลโก้ เพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว เพราะโลโก้ไม่ได้เป็นแค่เครื่องหมายเฉย ๆ แต่โลโก้ที่นั้นสะท้อนถึงภาพลักษณ์ในทางการตลาดของธุรกิจอีกด้วย

3.4.2 จุดประสงค์หลักของการออกแบบโลโก้

โลโก้ (Logo) ที่ปรากฏต่อสายตาเป็นภาพลักษณ์แรกที่ลูกค้าจะได้รู้จัก ดังนั้นจึงมีความหมายต่อธุรกิจอย่างไม่ต้องสงสัย โลโก้ที่ดีจะช่วยสร้างเครดิตให้กับกิจการหรือองค์กรธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งถ้าขายสินค้าคุณภาพ โลโก้ก็ต้องสะท้อนสิ่งนี้ให้เห็นได้อย่างชัดเจน ดังนั้นจุดประสงค์หลักของการออกแบบโลโก้ มีดังนี้คือ

1. เพื่อให้คนอื่นจดจำได้ง่าย สามารถรับรู้ได้ทันทีว่าโลโก้คืออะไร
2. เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในตัวแบรนด์ เพิ่มความจงรักภักดี (Loyalty) ของแบรนด์
3. เพื่อบ่งบอกถึงความเป็นมืออาชีพ
4. เพื่อช่วยสะท้อนถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์
5. เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก ความเชื่อมั่น เกิดความเข้าใจในตัวสินค้า และยอมรับในตัวสินค้า

3.4.3 ประเภทของโลโก้

1. **Wordmark** เป็นโลโก้ที่ออกแบบโดยการนำตัวอักษรหลายตัวมาจัดเรียงเข้าด้วยกันหรือที่เรียกว่า Logotype บริษัทที่ใช้โลโก้ลักษณะนี้ เช่น eBay, IBM, CNN, Google, และ Kleenex เป็นต้น



ภาพที่ 3.2 ภาพตัวอย่างโลโก้ประเภท Word mark

2. Letterform โลโก้ลักษณะนี้สร้างจากการประดิษฐ์ตัวอักษรตัวเดียวให้มีลักษณะพิเศษ
ชวนจดจำ เช่น Honda, Uber, Unilever, McDonald's เป็นต้น



ภาพที่ 3.3 ภาพตัวอย่างโลโก้ประเภท Letterform

3. Pictorial เป็นโลโก้ที่มีลักษณะเป็นรูปเชิงสัญลักษณ์ที่เรา สามารถเห็นแล้วจดจำได้ง่าย
เช่น Starbucks, Twitter หรือ Playboy โลโก้ทั้งหลายเหล่านี้ล้วนแต่มีลักษณะเป็นรูปสัญลักษณ์
ทั้งสิ้น



ภาพที่ 3.4 ภาพตัวอย่างโลโก้ประเภท Pictorial

4. Abstract ตัวโลโก้ไม่ได้สื่อถึงสิ่งใด แต่สามารถจดจำได้ง่าย ดูแล้วเหมือนกับภาพศิลปะ
แบบนามธรรม แบนด์ที่ประสบความสำเร็จที่สุดที่ใช้โลโก้ลักษณะนี้ดูเหมือนจะเป็น Nike



ภาพที่ 3.5 ภาพตัวอย่างโลโก้ประเภท Abstract

3.4.4 องค์ประกอบการออกแบบโลโก้

โลโก้ไม่ได้เป็นเพียงแค่สัญลักษณ์เท่านั้น แต่การออกแบบโลโก้ที่มีประสิทธิภาพนั้น ยังสามารถเพิ่มความน่าเชื่อถือ การแสดงตัวตนและเก็บรักษาความทรงจำของแต่ละบุคคล บริษัทหรือองค์กร และองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการออกแบบโลโก้ที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพ มีดังนี้

1. **มีความสอดคล้อง** โลโก้จะต้องมีความสอดคล้องกับความหมายในตัวของมันเอง กับ สโลแกน ตัวอักษรและแนวความคิดทางการตลาด การเพิ่มองค์ประกอบในส่วนที่มีความคล้ายคลึงกัน กับบริบทความแตกต่างกันทางการตลาดจะช่วยให้ลูกค้าสามารถสร้างความรู้สึกเชื่อมโยงต่อการออกแบบ โลโก้และแบรนด์ของบริษัทได้

2. **มีความน่าจดจำ** การสอดคล้องกันจะนำไปสู่ความน่าจดจำ โลโก้ควรออกแบบให้มีความเรียบง่าย และชัดเจนเพื่อที่ผู้พบเห็นหรือลูกค้าจะสามารถจดจำมันได้อย่างง่ายดาย ยกตัวอย่าง การออกแบบที่เรียบง่ายของบริษัทแอปเปิ้ล ซึ่งดูแล้วไม่น่าจะเป็นไปได้เลย แต่มันก็นำไปสู่การจดจำอย่างไม่จำกัดของลูกค้า



ภาพที่ 3.6 ภาพโลโก้บริษัทแอปเปิ้ล

3. **ต้องมีความหมาย** การออกแบบโลโก้ที่ดีจะต้องสามารถถ่ายทอดข้อความที่มีความหมายของแบรนด์สินค้าไปสู่ลูกค้า การออกแบบของเว็บไซต์ต่อเมซอนของอเมริกา เป็นการบ่งบอกว่าพวกเขาสามารถขายสินค้าได้ทุกอย่างจาก A-Z และลูกค้าก็มีรอยยิ้มด้วยความประทับใจกับการบริการ



ภาพที่ 3.7 ภาพโลโก้บริษัทอะเมซอน

4. **ต้องไม่ซ้ำแบบใคร** หากจะจินตนาการไปถึงโลโก้ที่มีความคล้ายคลึงกัน เลียนแบบกันกับ โลโก้ในตลาด สิ่งที่คุณผลิตหรือบริษัทองค์กรจะได้รับก็คือ ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกสับสนในชื่อยี่ห้อที่พวกเขาต้องการจะซื้อ ดังนั้นการออกแบบโลโก้ที่ไม่ซ้ำกับใครก็เป็นสิ่งสำคัญ แต่ไม่ได้หมายความว่ามันจะดูซับซ้อนจนเกินไป อย่างเช่น โลโก้ของแมคโดนัล เป็นหนึ่งในบรรดาของโลโก้ที่ง่ายที่สุดสำหรับการออกแบบอัตลักษณ์ของสินค้าในตลาดที่สังเกตเห็นได้ชัด และแน่นอนว่ามันมีความเป็นเอกลักษณ์ในตัวเองด้วย



ภาพที่ 3.8 ภาพโลโก้บริษัทแมคโดนัล

5. **มีความเป็นมืออาชีพ** บริษัทจะต้องมั่นใจว่าโลโก้ของตนมีการออกแบบให้รองรับการพิมพ์งานได้ทุกวัสดุที่มี และต้องมีคุณภาพสูง นอกจากคุณภาพของกราฟิกก็ควรจะต้องมีความคมชัดและชัดเจน

6. **ไม่มีขอบเขตทางด้านเวลา** หมายถึงเวลาไม่สามารถจะทำให้ภาพลักษณ์ หรือความหมายของโลโก้เลือนหายไปได้ง่าย ๆ นอกจากนี้ว่าบริษัทจะมีการรีแบรนด์หรือสั่งทำโลโก้ใหม่นั้นเอง ถ้าโลโก้มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ๆ และต่อเนื่องกันตลอดก็จะส่งผลกระทบต่อแบรนด์สินค้า ลูกค้าจะรู้สึกไม่เชื่อถือในสินค้า ไม่รู้สึกเกิดความเชื่อมั่นต่อแบรนด์ที่มี

7. **การเลือกใช้สี** สีของโลโก้ของบริษัทจะต้องมีความสอดคล้องกันในด้านของทฤษฎีสีและยังสื่อถึงการกำหนดตัวตนของบริษัทด้วย ดังนั้นการกำหนดสีจึงไม่ยากที่จะทำให้น่าสนใจแต่คงพื้นฐานไว้ที่สีขาวหรือ สีเทาโทน โมโนโครมหรือเทาซึ่งจะช่วยให้คนตาบอดสีเห็นได้

3.5 ตัวอย่างสัญลักษณ์ของโฮสเทลในต่างประเทศ



ภาพที่ 3.9 ภาพโลโก้โฮสเทลเซน



ภาพที่ 3.10 ภาพโลโก้ City โฮสเทล

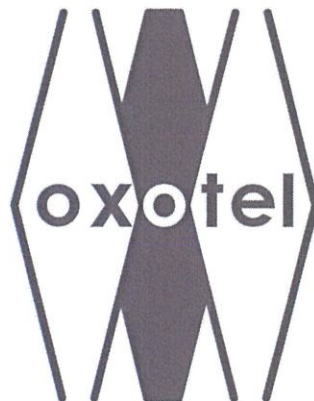


ภาพที่ 3.11 ภาพโลโก้ Away โฮสเทล

3.6 ตัวอย่างสัญลักษณ์ของโฮสเทลในจังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 3.12 ภาพโลโก้ม่วนโฮสเทล



ภาพที่ 3.13 ภาพโลโก้ Oxotel โฮสเทล



ภาพที่ 3.14 ภาพโลโก้ Bed addict โฮสเทล

3.7 ตัวอย่างสัญลักษณ์ที่มีการนำศิลปวัฒนธรรมในเชียงใหม่มาใช้



DHARA DHEVI
CHIANG MAI

ภาพที่ 3.15 ภาพโลโก้โรงแรมดาราเทวีเชียงใหม่



LANNA
THAI SPA ACADEMY

ภาพที่ 3.16 ภาพโลโก้ล้านนาไทยสปา



XIXO
MENSWEAR

ภาพที่ 3.17 ภาพโลโก้แบรนด์เสื้อผ้า Xixo

บทที่ 4

การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

4.1 สรุปขอบเขตการออกแบบกราฟฟิกสำหรับโฮสเทลเชียงใหม่

โฮสเทล คือ ที่พักราคาประหยัด ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน มีทั้งห้องเดี่ยวและห้องรวม ที่สามารถพักได้หลายคน จากการสำรวจโฮสเทลในเชียงใหม่ส่วนมากนั้น จะตกแต่งเป็นสไตล์ลอฟท์ (Loft) คือการตกแต่งแบบเรียบง่าย เน้นโชว์วัสดุที่แท้จริงของสถาปัตยกรรม เช่น ปูนเปลือย ไม้ไม่ทาสี โครงสร้างเหล็ก อิฐ กระจก สาเหตุที่โฮสเทลส่วนมากใช้การตกแต่งสไตล์นี้เพราะโฮสเทลมีพื้นที่ค่อนข้างจำกัด และจำนวนลูกค้าหนาแน่น ทำให้การตกแต่งต้องจบในตัว หากตกแต่งมากไปจะทำให้เกิดขวางทางสัญจร และทำความสะอาดยาก อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนในการสร้างและยังดูทันสมัยเป็นสากลอีกด้วย การตกแต่งโฮสเทลหลายที่ในไทยจึงมีหน้าตาคล้ายๆ กันรวมถึงในด้านของสถานที่ตั้งโฮสเทล มักจะตั้งอยู่บริเวณใจกลางเมืองหรือพื้นที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก ซึ่งอาจมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ที่อยากสัมผัสกับวัฒนธรรมดั้งเดิมของจังหวัดเชียงใหม่ แต่ด้วยปัจจัยด้านงบประมาณและความปลอดภัยทำให้ไม่สามารถไปพักนอกเมืองได้

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ทำให้เกิดความสนใจในการออกแบบอัตลักษณ์สำหรับโฮสเทลในจังหวัดเชียงใหม่ที่แสดงถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรม ศิลปะ แบบฉบับของชาวเชียงใหม่ ผสมผสานกับรูปแบบความทันสมัย ผ่านลวดลายหัตถกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นตัวแทนของเอกลักษณ์ในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงสร้างเสริมประสบการณ์ดีๆ มิตรภาพและความสุขให้กับผู้เข้าพัก ผ่านสื่อต่างๆ ของอัตลักษณ์องค์กร ซึ่งประกอบด้วย

Logo สำหรับโฮสเทล ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้คนจดจำโฮสเทลได้ และสื่อถึงภาพรวมของการออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กรนั้นๆ ประกอบด้วย

1. โลโก้ชื่อโฮสเทล
2. สัญลักษณ์ icon สำหรับแผนกต่างๆ ภายในโฮสเทล

Stationery ใช้สำหรับดำเนินการเรื่องเอกสารหรือติดต่อกับองค์กรต่างๆ มีความเป็นระเบียบแบบแผน เป็นทางการ ประกอบด้วย

1. นามบัตร
2. ชองจดหมาย
3. กระดาษจดหมาย

Communication forms แบบฟอร์มต่างๆ ที่ใช้ภายในโฮสเทล ประกอบด้วย

1. แบบฟอร์มเข้าพัก
2. แบบฟอร์มฝากกระเป๋า
3. ของใส่คีย์การ์ด

Uniform เครื่องแต่งกายสำหรับพนักงานของโฮสเทล ทำให้ผู้เข้าพักสังเกตพนักงานได้ชัดเจนขึ้น

1. ชุดสำหรับพนักงานชายและหญิง
2. ป้ายชื่อติดบนเสื้อ สำหรับพนักงานชายและหญิง

Signage ป้ายแสดงข้อมูลต่างๆภายในโฮสเทล ใช้บอกแผนกหรือคำเตือนต่างๆให้กับผู้เข้าพัก

1. ป้ายโฮสเทล
2. ป้ายบอกทาง
3. ป้ายห้อง
4. ป้ายแผนกต่างๆ
5. ป้ายแขวนประตูห้อง

Environmental graphic ลวดลายกราฟฟิกที่ใช้ตกแต่งภายในโฮสเทล

1. ลายบนพื้น
2. ลายบนผนัง

ของใช้ต่างๆ ภายในโฮสเทล สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าพักโฮสเทล ประกอบด้วย

1. ของใช้สำหรับห้องนอน ได้แก่ หมอน
2. ของใช้สำหรับห้องน้ำ ได้แก่ กล่องสบู่ ขวดแชมพู ขวดครีมนวดผม
3. ของใช้สำหรับห้องอาหาร ได้แก่ แผ่นรองแก้ว แผ่นรองจาน ฉลากขวดน้ำ
ถุงกระดาษ แผ่นป้ายติดถุง/ขวด

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นให้กับผู้เข้าพัก และเป็นการโฆษณากิจกรรมต่างๆ ของโฮสเทล ประกอบด้วย

1. แผ่นพับ
2. โปสเตอร์กิจกรรมต่างๆ

ของที่ระลึก ไข่มอบเป็นของขวัญให้กับผู้เข้าพัก ประกอบด้วย

1. โปสการ์ด
2. สติกเกอร์ที่ระลึก

4.2 แนวทางการออกแบบ

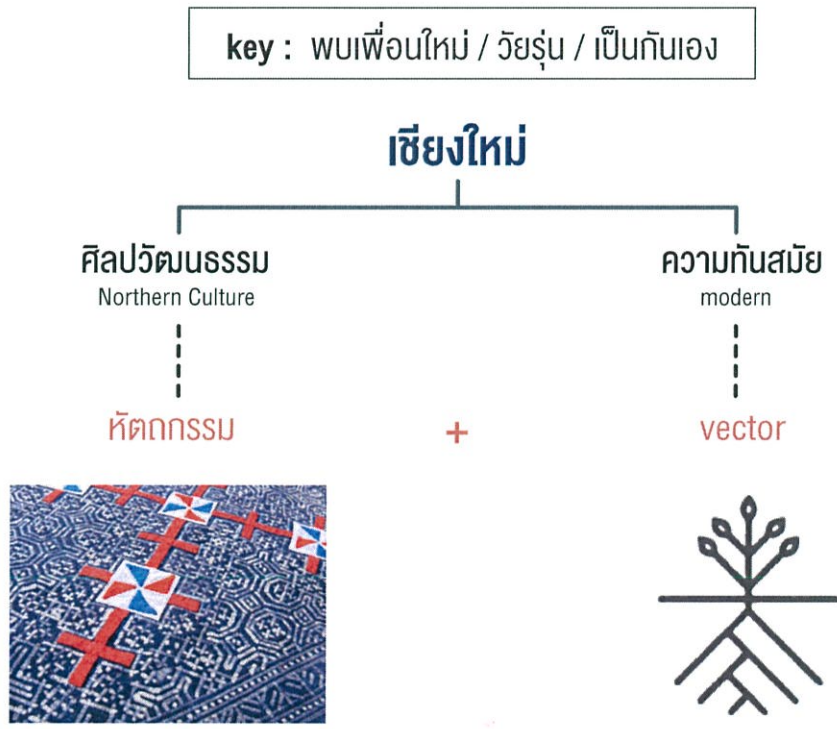
รูปแบบที่นำมาใช้ในการออกแบบกราฟฟิก

จากการสัมภาษณ์สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับโฮสเทลของผู้ประกอบการโฮสเทลและผู้เข้าพักโฮสเทล ก็ได้ความคิดเห็นที่ไปในทิศทางเดียวกัน ดังแผนภาพด้านล่างนี้



ภาพที่ 4.1 ภาพแผนผังสรุปผลการสำรวจความคิดเห็นเจ้าของและผู้เข้าพักโฮสเทล

จากการสรุปผลนี้ ทำให้นำมาสู่ประเด็นสำคัญของโฮสเทลก็คือ ผู้เข้าพักโฮสเทลจะได้พบกับประสบการณ์ใหม่ๆ และมีรูปภาพดีๆ ที่หาไม่ได้จากการพักโรงแรม กลายเป็นแนวความคิดของการออกแบบอัตลักษณ์ของโฮสเทลเชียงใหม่ เริ่มมาจากการหาข้อมูลว่าทำไมคนถึงเลือกมาเที่ยวเชียงใหม่กันมากมาย ซึ่งความเห็นหลักๆ ก็คือ “ เชียงใหม่เป็นเมืองที่ครบครัน มีความทันสมัยและมีศิลปวัฒนธรรมที่อยู่ร่วมกันได้อย่างลงตัว ” จึงใช้งานหัตถกรรมเป็นตัวแทนของด้านศิลปวัฒนธรรม เนื่องจากเชียงใหม่มีความโดดเด่นเรื่องหัตถกรรมหลายอย่าง และการสร้างด้วยมีอนั้นสื่อถึงความเป็นกันเอง ซึ่งตรงกับประเด็นสำคัญที่วางไว้ในตอนแรก ส่วนด้านของความทันสมัยจะแทนด้วย ลายเส้นที่มีความทันสมัย (Graphic Vector) เมื่อนำทั้งสองอย่างมารวมกันก็จะกลายเป็นแนวความคิดหลักของการออกแบบนี้



ภาพที่ 4.2 ภาพแผนผังแนวความคิดในการออกแบบ

การออกแบบสัญลักษณ์

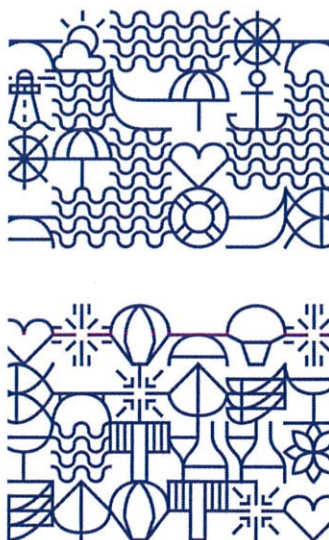
การออกแบบโลโก้และองค์ประกอบต่างๆในงานได้มากจากการตัดทอน ลวดลายของผ้าชาวเขาและอักษรธรรมล้านนาหรือตัวเมือง(เป็นอักษรโบราณที่ชาวเหนือใช้กันในอดีต) ซึ่งนำมาประยุกต์ให้ดูทันสมัยมากขึ้น



ภาพที่ 4.3 ภาพตัวอักษรธรรมล้านนา และโลโก้ที่ดัดแปลงจากตัวอักษรธรรมล้านนา

Graphic Element

การออกแบบ Graphic Element เพื่อใช้เป็นองค์ประกอบกราฟิกในส่วนต่างๆของงานจะนำมาจากมาจากลวดลายต่างๆ ของผ้าชาวเขา



ภาพที่ 4.4 ภาพตัวอย่างแนวทางการออกแบบ Graphic Element

สีที่ใช้ในการออกแบบก็จะนำมาจากสีที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ หรือนำมาจากสีของผ้าที่นิยมใช้กันในเชียงใหม่ โดยเน้นสีที่ดูสนุกสนานและดูเป็นทางการในเวลาเดียวกัน



ภาพที่ 4.5 ภาพตัวอย่างชุดสีที่ใช้ในการออกแบบ

ตัวอักษร

ตัวอักษรที่ใช้ในการออกแบบจะเน้นความเรียบง่าย เป็นสากล ผู้เข้าพักสามารถอ่านได้อย่างเข้าใจตรงกัน แม้จะมาจากหลากหลายประเทศ โดยจะเน้นที่ภาษาอังกฤษเพื่อให้สื่อสารได้กับผู้เข้าพักทุกประเทศ

ตัวอักษรที่ใช้ในหัวข้อ หรือตามป้ายหลักต่างๆ ต้องมีความหนาที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่ายเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าพัก แต่ต้องไม่ดูทึบตันจนเกินไป จะช่วยให้โฮสเทลมีความเป็นกันเองมากขึ้น

RSU - Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 . , ”

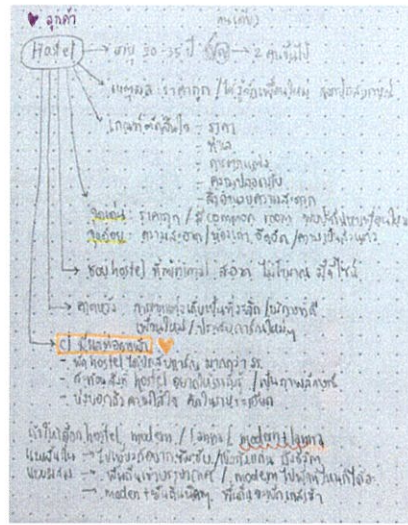
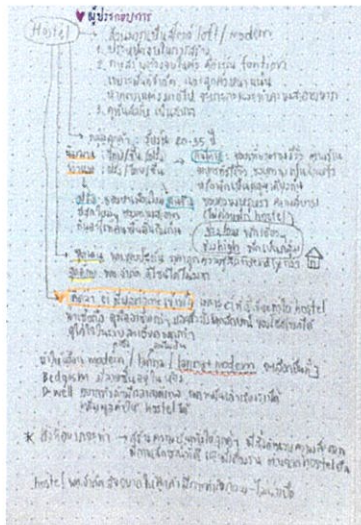
ภาพที่ 4.6 ภาพชุดตัวอักษร RSU - Bold

ตัวอักษรที่ใช้เป็นคำอธิบาย บอกข้อมูล ที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์ แบบฟอร์มต่างๆ จะเน้นความเรียบง่าย สบายตา ดูเป็นระเบียบ เพื่อให้สื่อถึงความสบายในการพักโฮสเทลนี้ และทำให้ผู้เข้าพักอ่านข้อมูลได้ง่าย

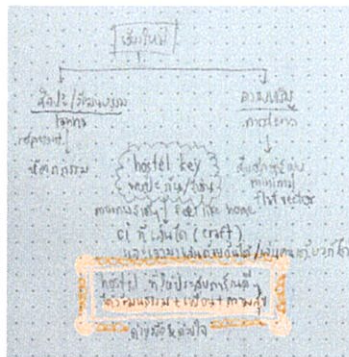
DB Helvethaica X - Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 . , ”

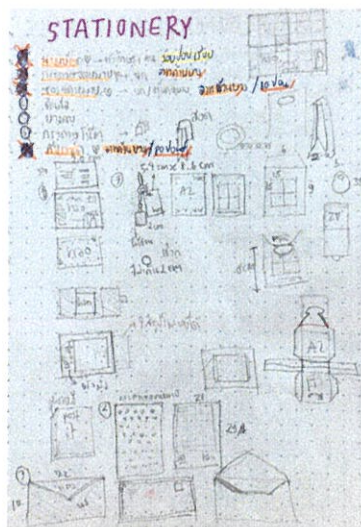
ภาพที่ 4.7 ภาพชุดตัวอักษร DB Helvethaica X - Regular



ภาพที่ 5.2 ภาพการร่างข้อมูล เพื่อกำหนดขอบเขตงาน 2



ภาพที่ 5.3 ภาพการร่างข้อมูล เพื่อกำหนดขอบเขตงาน 3



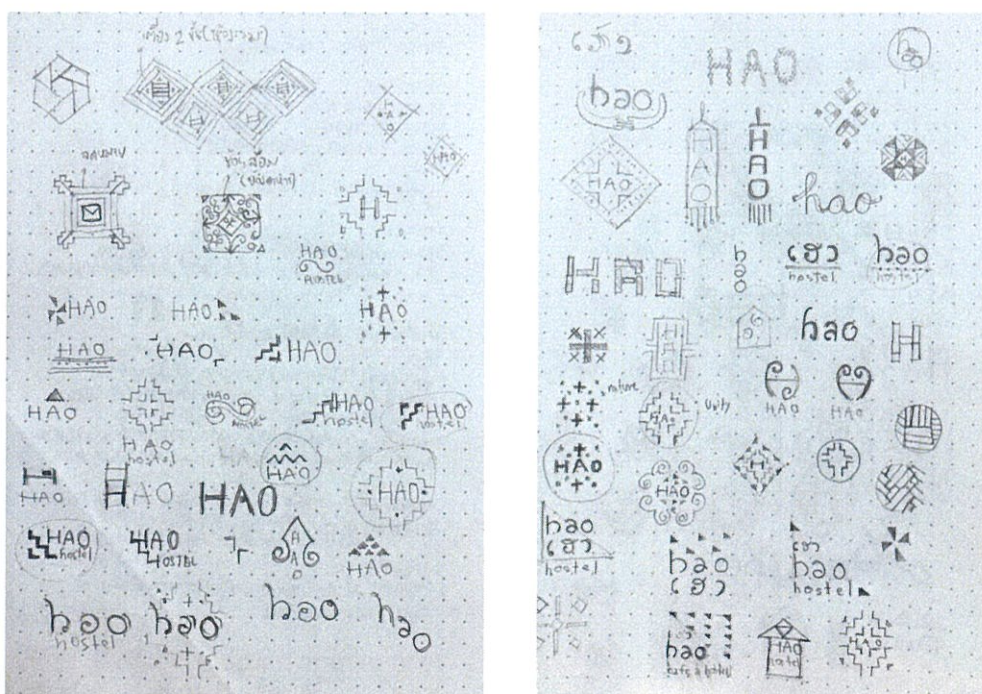
ภาพที่ 5.4 ภาพการร่างข้อมูล เพื่อกำหนดขอบเขตงาน 4

5.2 แบบร่างสัญลักษณ์และกราฟฟิกประกอบ

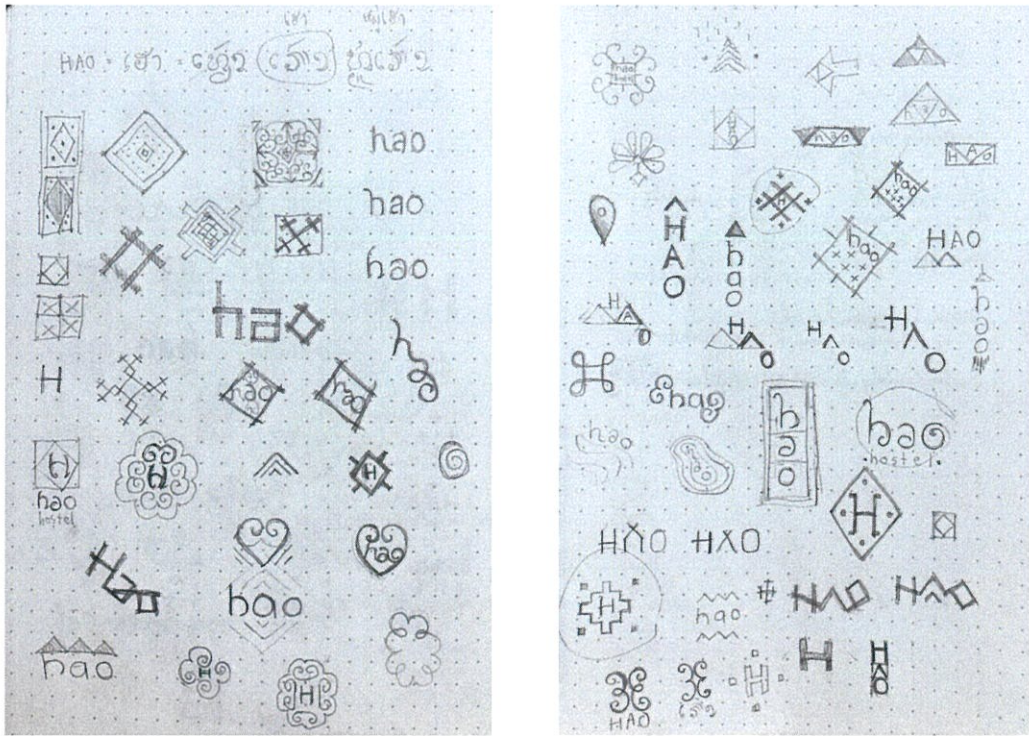
Logo

แนวคิดในการออกแบบ Logo มาจากการนำเอาศิลปวัฒนธรรมของเชียงใหม่มาประยุกต์ใช้ในแบบที่ทันสมัยและเป็นสากลมากขึ้น โดยที่จะใช้ชื่อโฮสเทลว่า “เฮา” หรือ “hao” ซึ่งคำว่าเฮาในภาษาเหนือ หมายถึง พวกเรา ซึ่งสื่อถึงมิตรภาพและประสบการณ์ดีๆ ที่ได้จากโฮสเทล ส่วนการเขียนว่า “hao” ในภาษาอังกฤษนั้นมีการออกเสียงคล้ายคำว่า House ซึ่งแปลว่า บ้าน และในภาษาจีนสามารถอ่านได้ว่า ห่าว ซึ่งมีความหมายว่า ดี โดยแบ่งการออกแบบเป็น 2 แนวทาง คือ

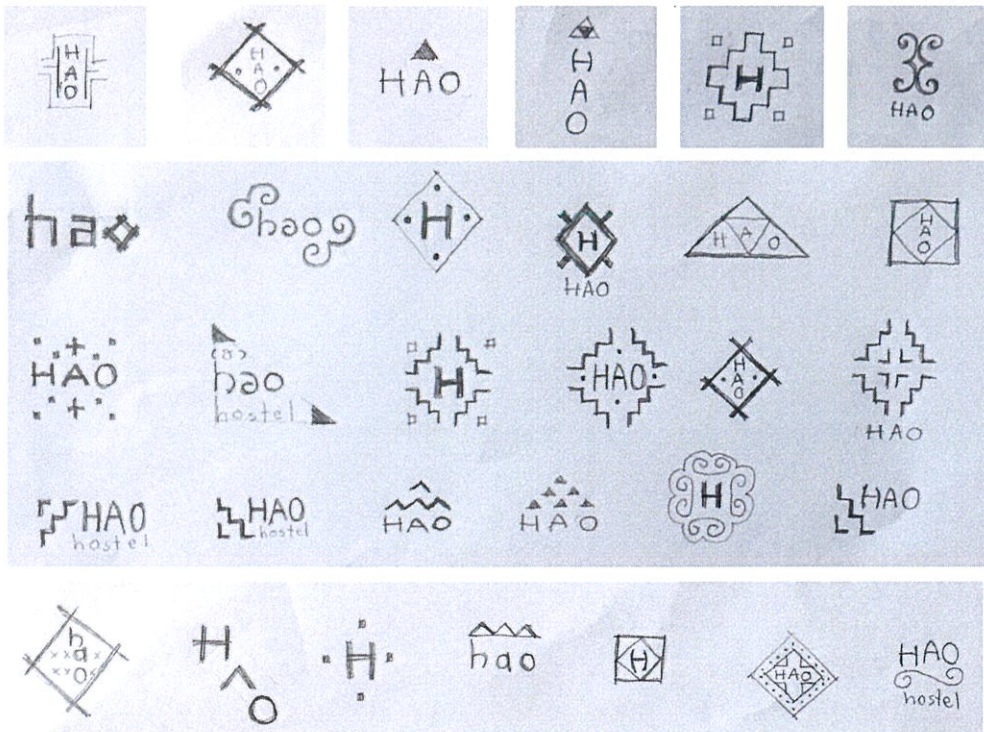
1. ออกแบบโดยใช้ลวดลายของผ้าเขียนเทียนของชาวม้ง
2. ออกแบบโดยใช้การตัดทอนอักษรธรรมล้านนา (ตัวเมือง)



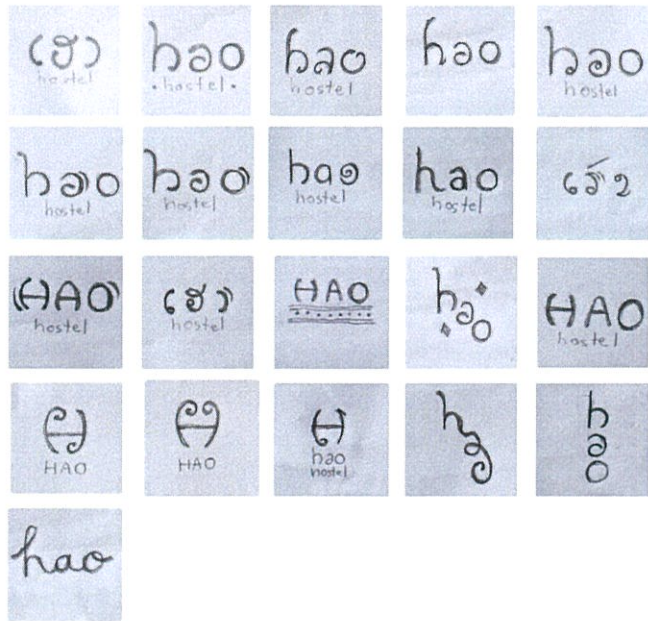
ภาพที่ 5.5 ภาพแบบร่าง Logo 1



ภาพที่ 5.6 ภาพแบบร่าง Logo 2

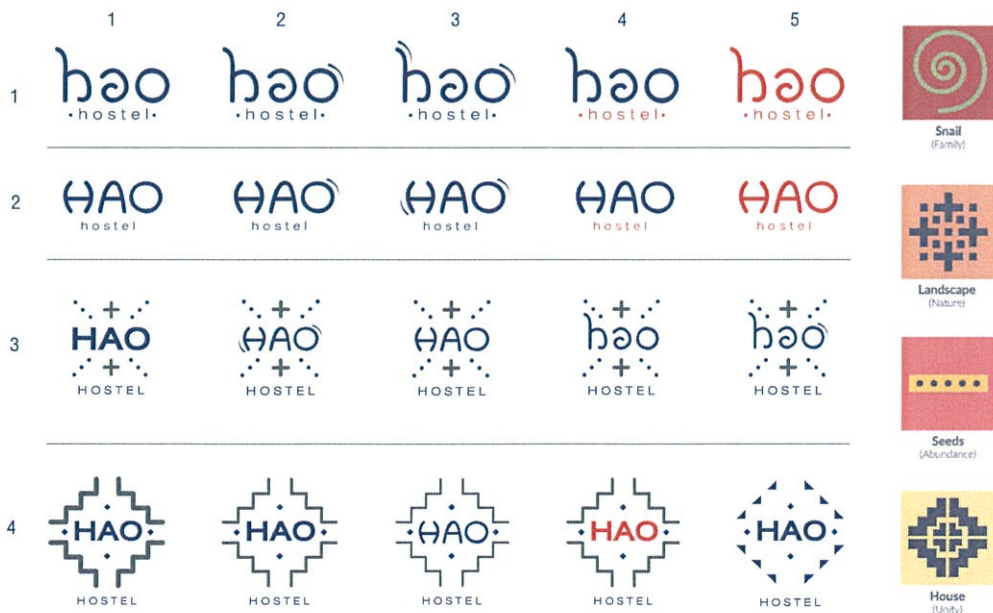


ภาพที่ 5.7 ภาพแบบร่าง Logo แบบแนวทางที่ 1 ที่คัดเลือกมาพัฒนาต่อ



ภาพที่ 5.8 ภาพแบบร่าง Logo แบบแนวทางที่ 2 ที่คัดเลือกมาพัฒนาต่อ

หลังจากร่างแบบร่างบนกระดาษแล้ว จึงนำแบบร่างไปพัฒนาต่อโดยการวาดในโปรแกรม Illustrator โดยทำการสร้างรูปร่างด้วยการจัดวางบนเส้นกริด เพื่อความสมดุล และถูกต้องตามหลักการออกแบบ ทดลองใช้สีต่างๆ และปรับความหนาบาง มุมต่างๆของโลโก้ เพื่อดูความสวยงามและความเป็นไปได้ของโลโก้ที่ได้ออกแบบ ให้ตรงกับแนวความคิดที่วางไว้

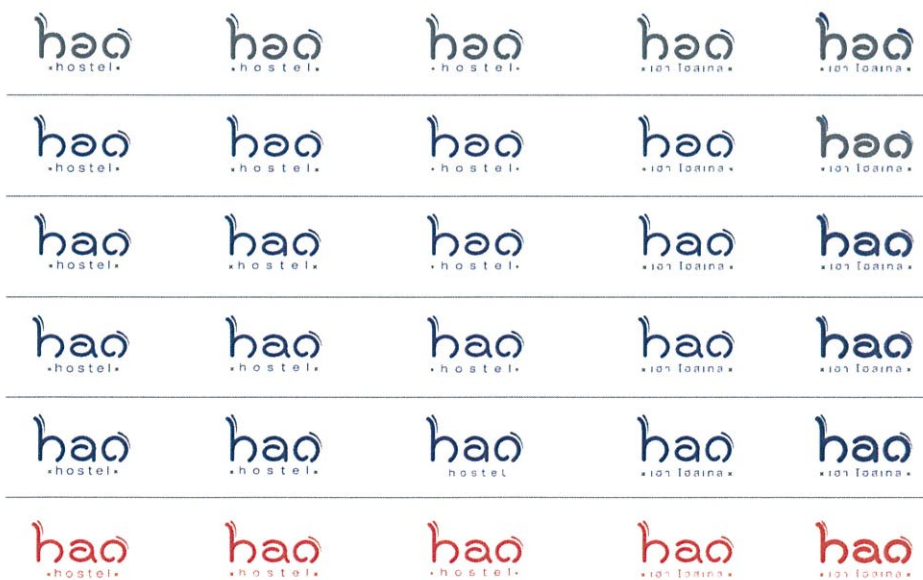


ภาพที่ 5.9 ภาพแบบร่าง Logo ด้วยโปรแกรม Illustrator

เมื่อได้ทำการพัฒนาแบบร่างในคอมพิวเตอร์แล้ว ก็ทำให้เห็นความเหมาะสมของโลโก้แต่ละอันมากขึ้น จากนั้นจึงทำการคัดเลือกโลโก้ที่ได้ออกมา 1 แบบหลัก โดยคัดเลือกจากหลักการออกแบบองค์ประกอบ ความงาม และความเหมาะสมเมื่อนำโลโก้ไปใช้กับ Graphic Element ซึ่งได้เลือกโลโก้ที่ประยุกต์มาจากตัวอักษรธรรมล้านนา ซึ่งมีความเรียบง่าย และสื่อถึงวัฒนธรรมของชาวเหนือ อีกทั้งยังน่าจะกลมกลืนกับลวดลายของ Graphic element อีกด้วย เมื่อคัดเลือกแล้วจึงนำมาพัฒนาต่อให้ลงตัวมากขึ้น



ภาพที่ 5.10 ภาพการพัฒนาแบบร่าง 1



ภาพที่ 5.11 ภาพการพัฒนาแบบร่าง 2

ในการใช้ตัวอักษรบนโลโก้นั้น ได้มีการปรับแต่งให้ตัวอักษรนั้นมีความเหมาะสมไปในทิศทางเดียวกันกับตัวโลโก้ มีการเพิ่มระยะห่างเพื่อให้เกิดความสมดุลกันมากขึ้น

รูปแบบตัวอักษรที่ใช้

DB Helvethaica X - Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

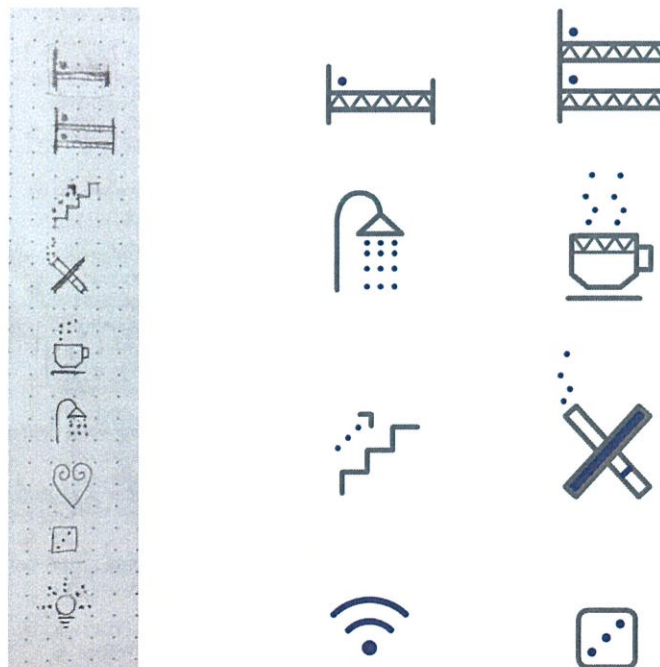
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 . , ”

ภาพที่ 5.12 ภาพตัวอักษรที่ใช้ใน Logo

Icon

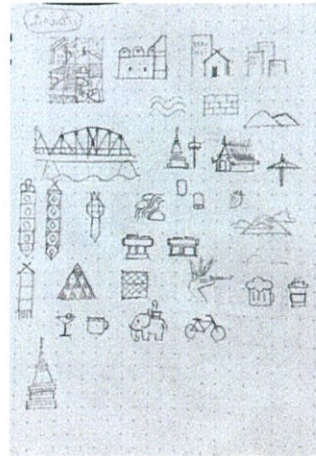
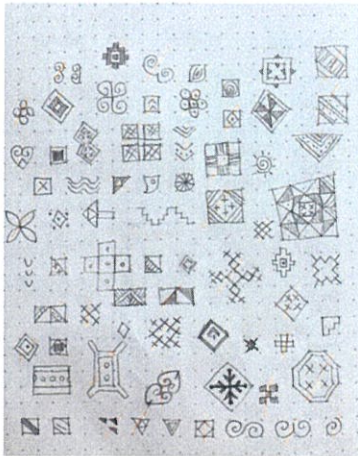
การออกแบบ Icon ที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ของแผนกต่างๆในโฮสเทล รวมไปถึงเป็นสัญลักษณ์สำหรับการเตือน ซึ่งเป็นการนำลวดลายผ้าเขียนเทียนม้งมาตัดทอนให้ดูเรียบง่าย สวยงาม และสื่อสารได้เข้าใจมากขึ้น



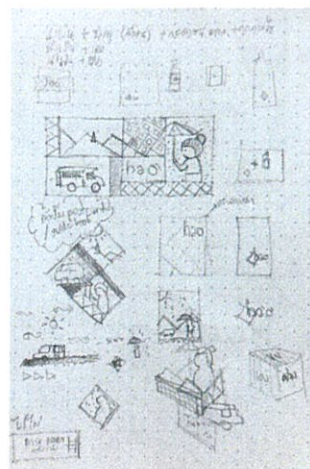
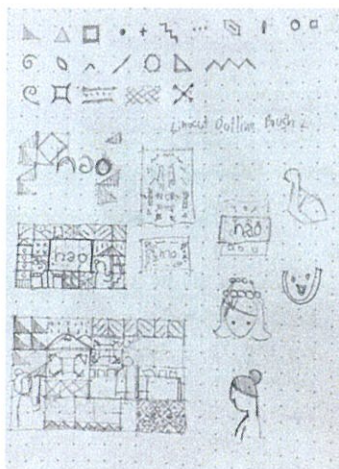
ภาพที่ 5.13 ภาพแบบร่าง Icon บนกระดาษและในโปรแกรม Illustrator

Graphic Element

แนวความคิดในการออกแบบ Graphic Element มาจากลวดลายเขียนเทียนของผ้ามั่ง ที่มีลักษณะคล้ายลายกราฟฟิก นำมาทำให้ดูทันสมัยและสอดแทรกความสนุกสนาน ด้วยการเพิ่มลายต่างๆ ที่เป็นภาพวิถีชีวิตของคนเชียงใหม่เข้าไป ช่วยให้ลายดูไม่ซ้ำหรือน่าเบื่อจนเกินไป



ภาพที่ 5.14 ภาพแบบร่าง Graphic element 1

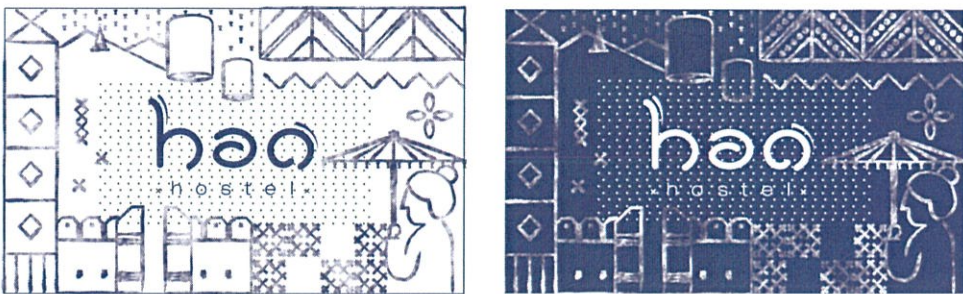


ภาพที่ 5.15 ภาพแบบร่าง Graphic element 2

หลังจากที่ได้ทำการร่างแบบร่างบนกระดาษแล้ว ก็ได้คัดเลือกแบบร่างที่มีความเป็นไปได้ในการออกแบบมา 2 แนวทางใหญ่ๆ และลองทำในโปรแกรม Illustrator เพื่อให้เห็นภาพมากขึ้น แบ่งการออกแบบเป็น 2 แนวทางดังนี้

แบบที่ 1

ลายกราฟฟิก ที่เลียนแบบพื้นผิวของลายเขียนเทียนบนผ้า ซึ่งมีความไม่เท่ากันของน้ำหนักเส้น ทำให้ลายดูไม่ทึบตัน และสื่อถึงผ้าชาวเขาได้อย่างชัดเจน



ภาพที่ 5.16 ภาพ Graphic element แบบที่ 1

แบบที่ 2

ลายกราฟฟิกที่ถูกตัดทอนมาจากลายผ้าเขียนเทียน โดยทำเป็นเส้นที่มีน้ำหนักเท่ากันทั้งหมด ทำให้ภาพลักษณะของงานดูทันสมัยและเป็นสากล และเข้าใจง่าย



ภาพที่ 5.17 ภาพ Graphic element แบบที่ 2

เมื่อลองพิจารณาจากแบบร่างทั้ง 2 แบบ ที่ทำในโปรแกรมเสร็จแล้ว ก็ทำให้ตัดสินใจเลือกแบบร่างแบบที่ 2 มาทำงานจริง เนื่องจากแบบที่ 2 นั้น เมื่อปริ้นออกมาจริงแล้วมีความชัดเจนและสวยงามกว่าแบบแรก ส่วนแบบที่ 1 นั้น เมื่อลองปริ้นผลงานมาดูจริงแล้ว ดูไม่ครบองค์ประกอบ เพราะเส้นขาดๆ หายๆ ทำให้งานดูเก่า และและดูไม่เสร็จสมบูรณ์

5.3 สรุปแบบร่าง

Logo

หลังจากได้พัฒนาแบบร่าง และปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ทำให้ได้โลโก้ที่เสร็จสมบูรณ์ สามารถนำไปใช้กับผลงานจริง

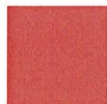


ภาพที่ 5.18 ภาพ Logo

ค่าสี Logo



C = 88 M = 75 Y = 31 K = 16



C = 19 M = 92 Y = 78 K = 8

ภาพที่ 5.19 ภาพค่าสี Logo

5.4 การพิมพ์และผลิตผลงานจริง

ในส่วนของการพิมพ์ผลงานจริงนั้น ได้ลองพิมพ์ผลงานลงบนกระดาษหลายๆแบบ เพื่อให้ได้ผิวสัมผัสที่ต่างกัน โดยมีทั้งแบบเรียบ ขรุขระ หรือการทดลองปั๊มลงบนกระดาษสา หลังจากที่ได้ทดลองพิมพ์จริงแล้ว จึงเลือกใช้กระดาษร้อยปอนด์หยาบ และกระดาษอาร์ตทั้งหนาและบาง โดยเลือกการใช้ให้เหมาะสมกับผลงานชิ้นนั้น เช่น นามบัตร ที่ต้องใช้กระดาษที่มีความแข็ง เพื่อความทนทาน จึงเลือกใช้กระดาษร้อยปอนด์ในการพิมพ์ เพื่อให้มีความแข็งแรงและมีพื้นผิวหยาบเล็กน้อย คล้ายผิวสัมผัสของผ้าเขียนเทียน ที่ไม่ได้มีพื้นผิวเรียบมากนัก



ภาพที่ 5.20 ภาพการพิมพ์ผลงานจริงบนกระดาษแบบต่างๆ

5.5 การถ่ายภาพ

การถ่ายภาพงานที่ผลิตจริงทั้งหมด เพื่อดูองค์ประกอบของงานทั้งหมดว่าไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ และเพื่อนำภาพไปใช้จริงในการนำเสนอการออกแบบกราฟฟิกสำหรับโฮสเทล เชียงใหม่ โดยเลือกใช้แสงธรรมชาติในการถ่าย เพื่อให้งานดูเป็นกันเอง ไม่เป็นทางการจนเกินไป ตามแนวความคิดที่วางไว้



ภาพที่ 5.21 ภาพการถ่ายภาพ 1



ภาพที่ 5.22 ภาพการถ่ายภาพ 2

บทที่ 6

ผลงานสำเร็จ

การออกแบบกราฟฟิกสำหรับโฮสเทลเชียงใหม่ สำเร็จและบรรลุตามเป้าหมาย ตามขอบเขตงานที่กำหนดไว้ ดังต่อไปนี้

6.1 Logo



ภาพที่ 6.1 ภาพ Logo

Logo on grid



ภาพที่ 6.2 ภาพ Logo on grid

Black & White Logo



ภาพที่ 6.3 ภาพ Logo Black & White

Color



ภาพที่ 6.4 ภาพค่าสี Logo

6.2 Typography

RSU - Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 . , ”

ภาพที่ 6.5 ภาพตัวอักษรที่ใช้สำหรับหัวข้อ

DB Helvethaica X - Regular

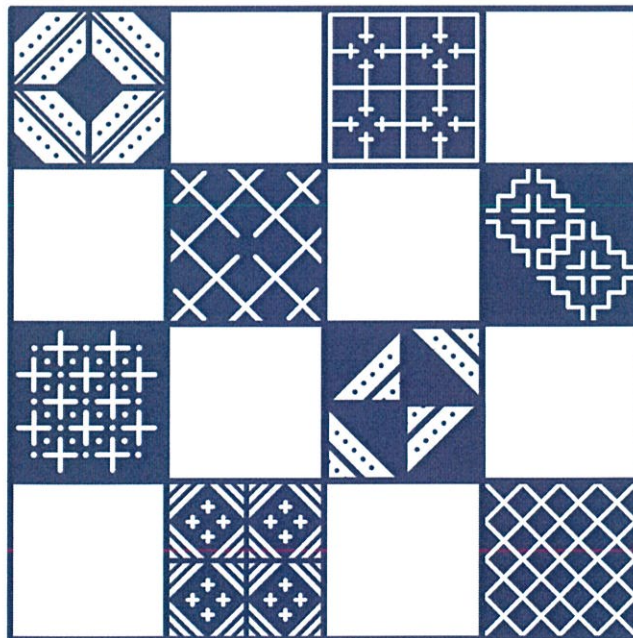
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 . , ”

ภาพที่ 6.6 ภาพตัวอักษรที่ใช้สำหรับข้อมูล

6.3 Graphic Element



ภาพที่ 6.7 ภาพ Graphic Element บางส่วนที่ใช้ในงาน 1



ภาพที่ 6.8 ภาพ Graphic Element บางส่วนที่ใช้ในงาน 2

6.4 Icon



ภาพที่ 6.9 ภาพ Icon ต่างๆ

6.5 Applications

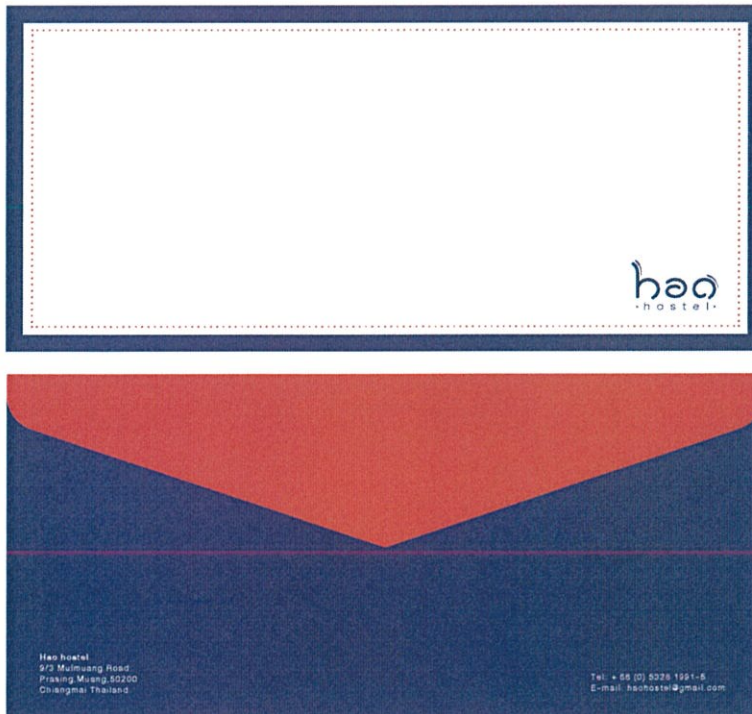
Stationery

นามบัตร



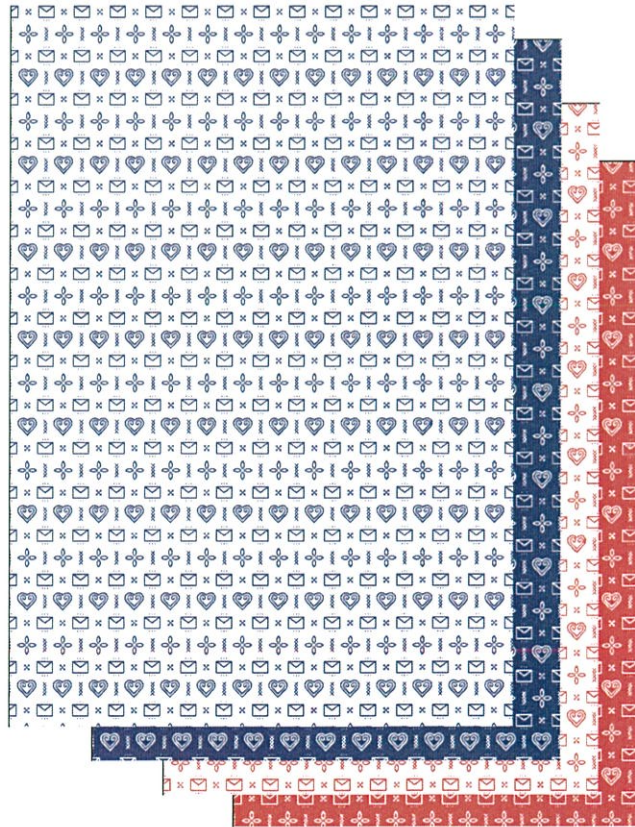
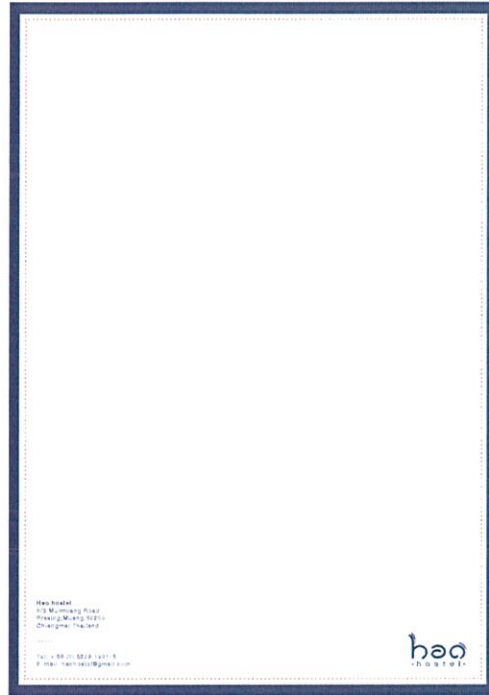
ภาพที่ 6.10 ภาพนามบัตรโฮสเทล

ซองจดหมาย



ภาพที่ 6.11 ภาพซองจดหมาย

กระดาษจดหมาย



ภาพที่ 6.12 ภาพ กระดาษจดหมาย

ซองใส่คีย์การ์ด



ภาพที่ 6.13 ภาพซองใส่คีย์การ์ด

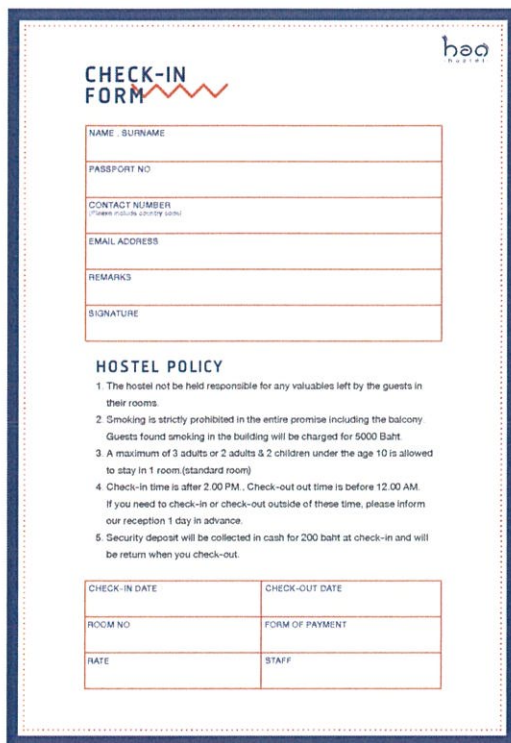
คีย์การ์ด



ภาพที่ 6.14 ภาพคีย์การ์ด

Communication Forms

แบบฟอร์มเข้าพัก



CHECK-IN FORM

หoo
HOSTEL

NAME (SURNAME)
PASSPORT NO
CONTACT NUMBER <small>(Please include country code)</small>
EMAIL ADDRESS
REMARKS
SIGNATURE

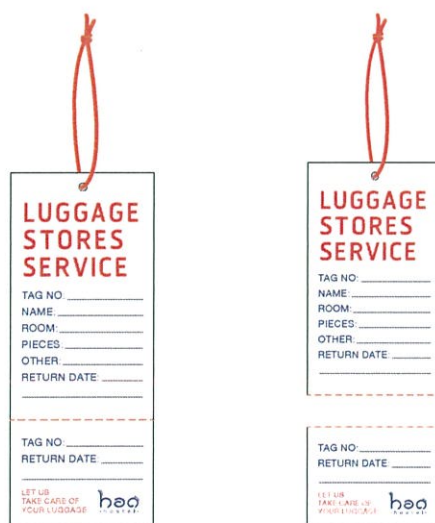
HOSTEL POLICY

- The hostel not be held responsible for any valuables left by the guests in their rooms.
- Smoking is strictly prohibited in the entire premise including the balcony. Guests found smoking in the building will be charged for 5000 Baht.
- A maximum of 3 adults or 2 adults & 2 children under the age 10 is allowed to stay in 1 room (standard room).
- Check-in time is after 2:00 PM. Check-out time is before 12:00 AM. If you need to check-in or check-out outside of these time, please inform our reception 1 day in advance.
- Security deposit will be collected in cash for 200 baht at check-in and will be return when you check-out.

CHECK-IN DATE	CHECK-OUT DATE
ROOM NO	FORM OF PAYMENT
RATE	STAFF

ภาพที่ 6.15 ภาพแบบฟอร์มเข้าพัก

แบบฟอร์มฝากกระเป๋า



LUGGAGE STORES SERVICE

TAG NO: _____
NAME: _____
ROOM: _____
PIECES: _____
OTHER: _____
RETURN DATE: _____

TAG NO: _____
RETURN DATE: _____

LET US TAKE CARE OF YOUR LUGGAGE **หoo** HOSTEL

LUGGAGE STORES SERVICE

TAG NO: _____
NAME: _____
ROOM: _____
PIECES: _____
OTHER: _____
RETURN DATE: _____

TAG NO: _____
RETURN DATE: _____

LET US TAKE CARE OF YOUR LUGGAGE **หoo** HOSTEL

ภาพที่ 6.16 แบบฟอร์มฝากกระเป๋า

Signage

ป้ายห้อง



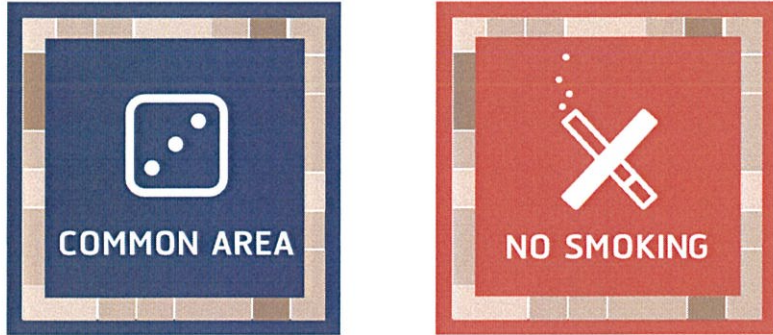
ภาพที่ 6.17 ภาพป้ายห้อง

ป้ายแขวนประตู



ภาพที่ 6.18 ภาพป้ายแขวนประตู

ป้ายแผนกและป้ายเตือน



ภาพที่ 6.19 ภาพป้ายแผนกและป้ายเตือน

ป้ายบอกทาง



ภาพที่ 6.20 ภาพป้ายบอกทาง

ป้ายชื่อโฮสเทล



ภาพที่ 6.21 ภาพป้ายชื่อโฮสเทล

ป้ายบอกทาง



ภาพที่ 6.22 ภาพป้ายบอกทางบนผนัง

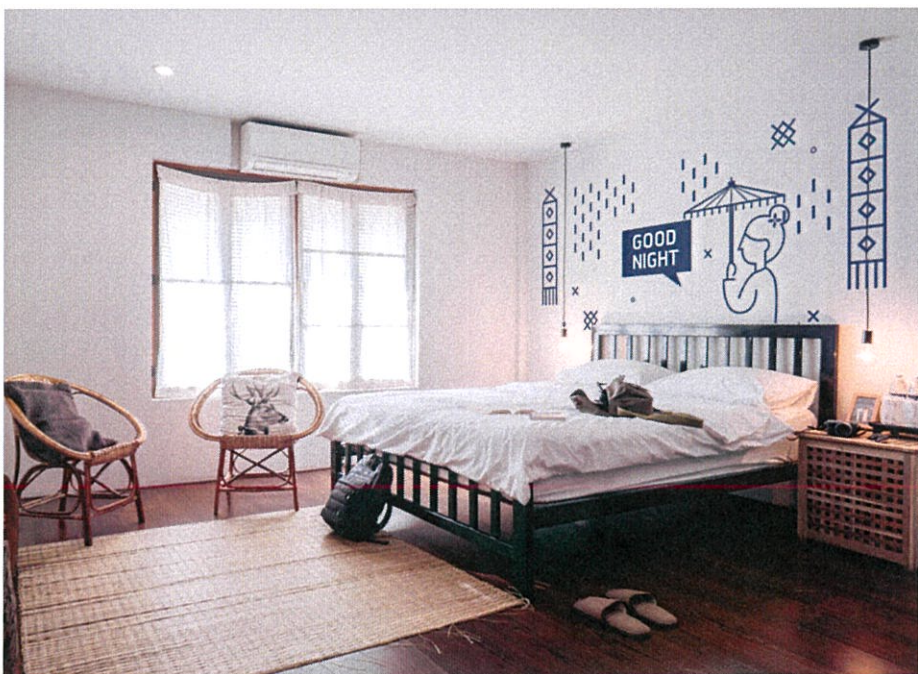
Environmental Graphic

ลายบนพื้น



ภาพที่ 6.23 ภาพลายบนพื้น

ลายบนผนัง



ภาพที่ 6.24 ภาพลายบนผนัง

Uniform

ชุดเครื่องแบบพนักงานชายและหญิง



ภาพที่ 6.25 ภาพชุดเครื่องแบบพนักงานชายและหญิง

ป้ายชื่อพนักงานชายและหญิง

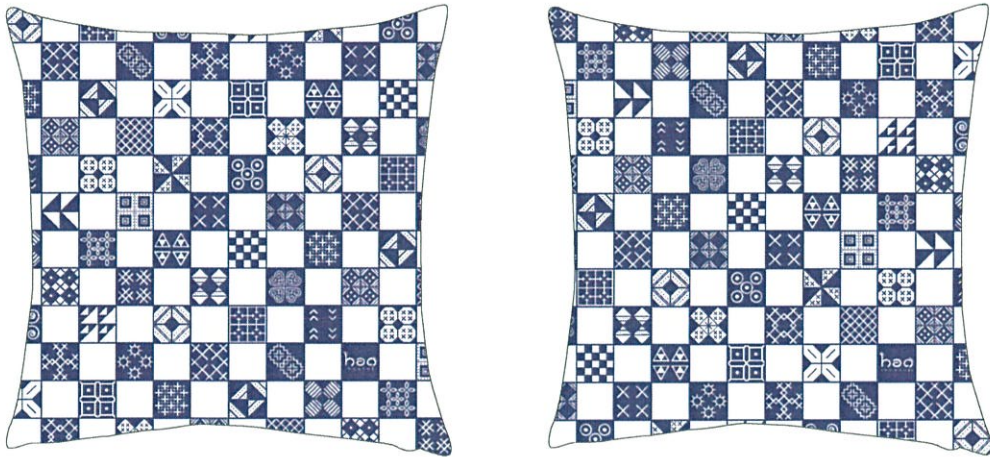


ภาพที่ 6.26 ภาพป้ายชื่อพนักงานชายและหญิง

ของใช้ในโฮสเทล

ของใช้สำหรับห้องนอน

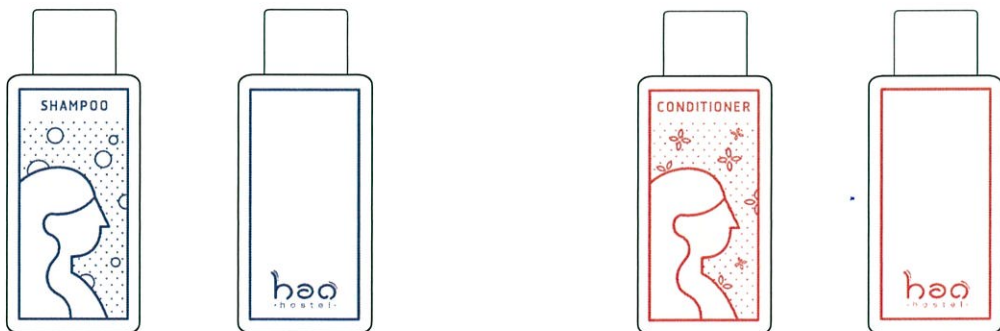
หมอน



ภาพที่ 6.27 ภาพหมอน

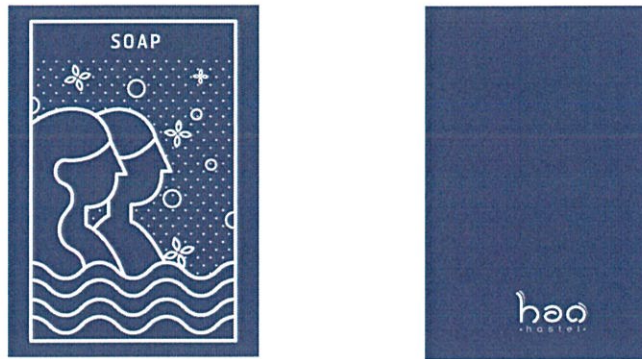
ของใช้สำหรับห้องน้ำ

ขวดแชมพูและขวดครีมนวดผม



ภาพที่ 6.28 ภาพขวดแชมพูและขวดครีมนวดผม

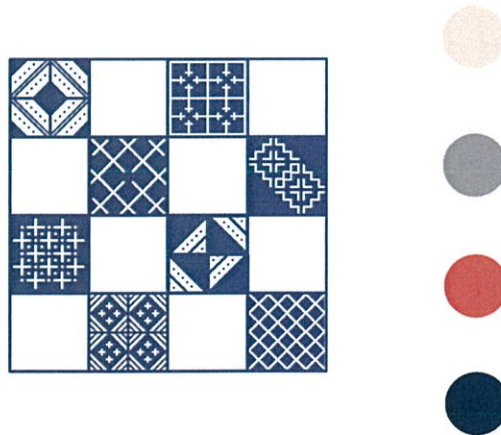
กล่องสบู่



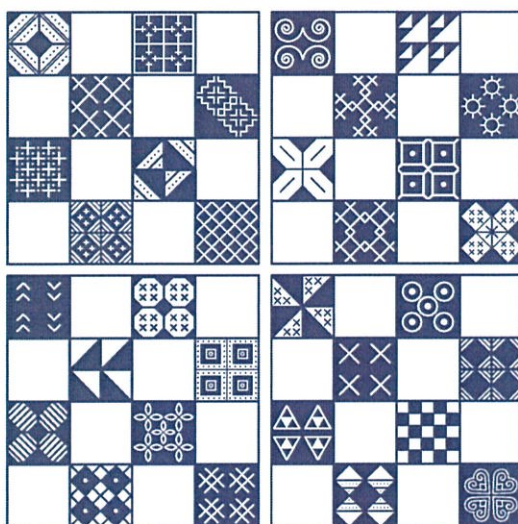
ภาพที่ 6.29 ภาพกล่องสบู่

ของใช้สำหรับห้องอาหาร

แผ่นรองแก้ว

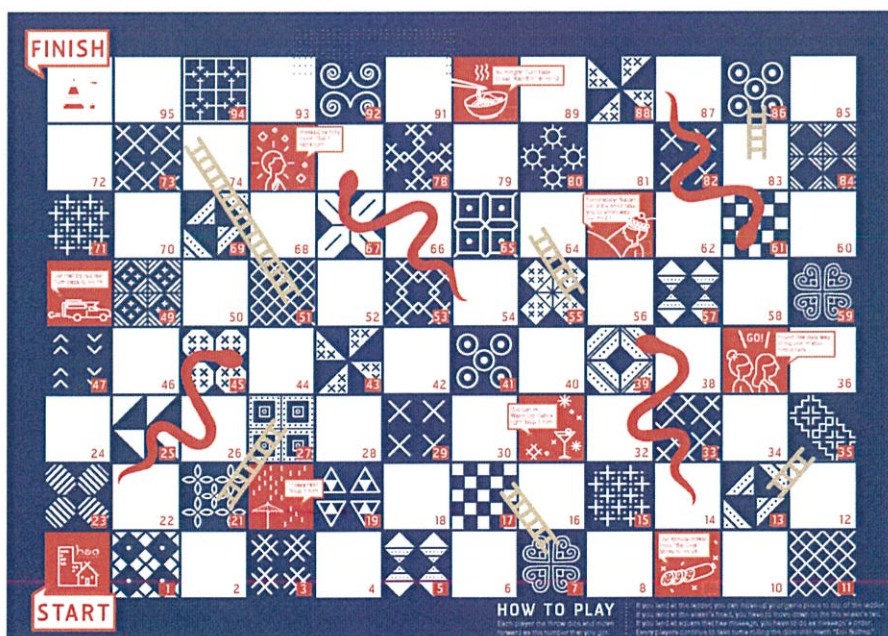


ภาพที่ 6.30 ภาพแผ่นรองแก้วและตัวหมากที่ใช้เดินในเกม



ภาพที่ 6.31 ภาพแผ่นรองแก้วเมื่อนำมาต่อเป็นกระดานหมากรุก

แผ่นรองจาน

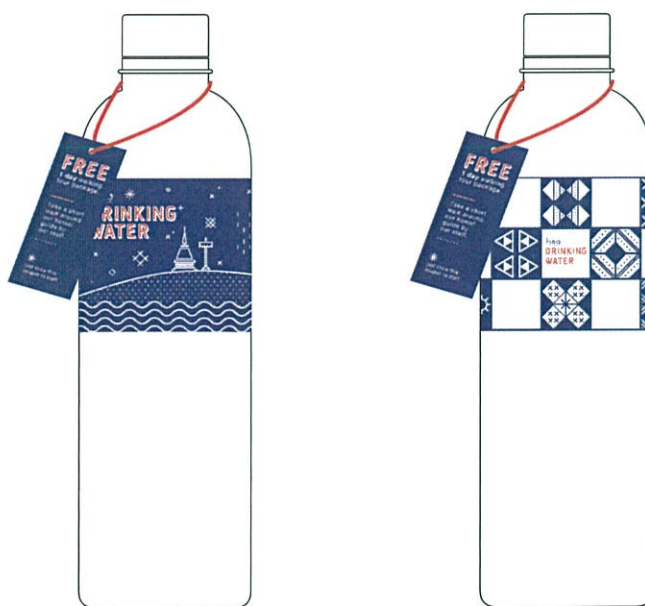


ภาพที่ 6.32 ภาพแผ่นรองจาน

ขวดน้ำดื่ม

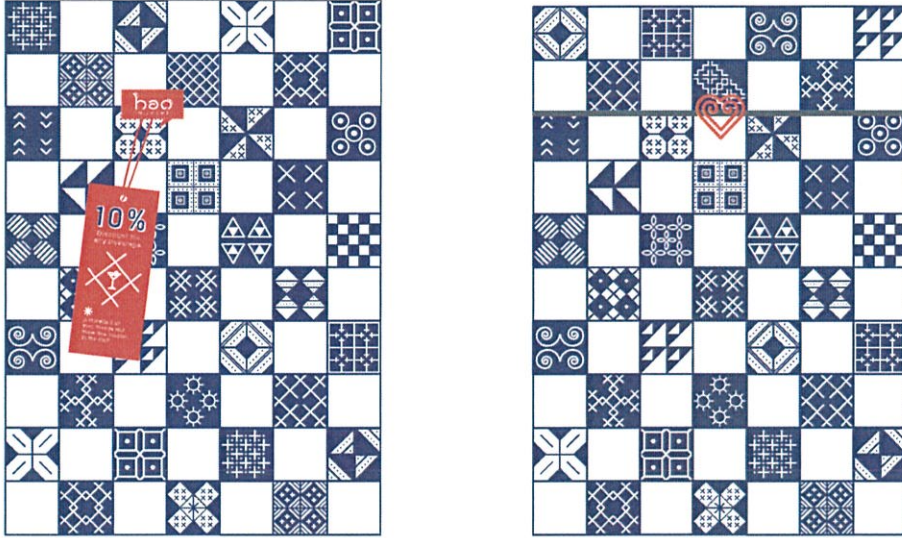


ภาพที่ 6.33 ภาพฉลากขวดน้ำดื่ม



ภาพที่ 6.34 ภาพขวดน้ำดื่ม

ถุงกระดาษ



ภาพที่ 6.35 ภาพถุงกระดาษ

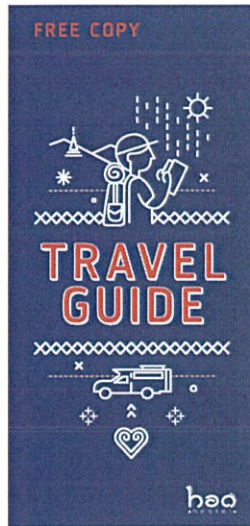
แผ่นป้ายติดถุงและแผ่นป้ายติดขวด



ภาพที่ 6.36 ภาพแผ่นป้ายติดถุงและแผ่นป้ายติดขวด

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

แผ่นพับคู่มือการท่องเที่ยว

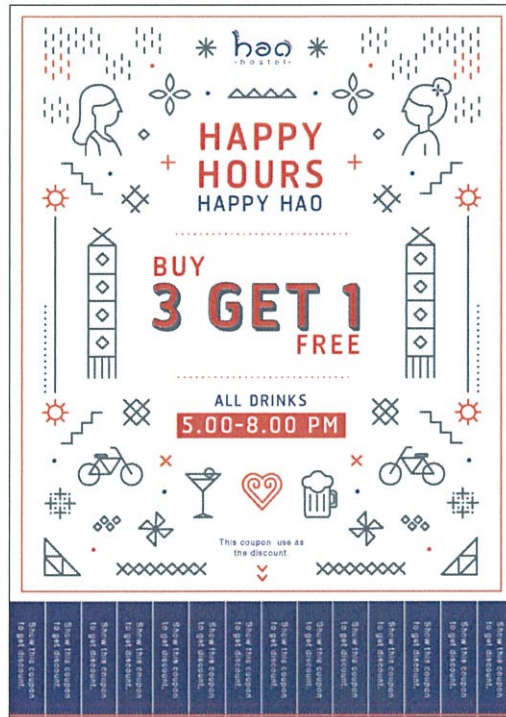


ภาพที่ 6.37 ภาพแผ่นพับคู่มือการท่องเที่ยว



ภาพที่ 6.38 ภาพด้านในและด้านนอกของแผ่นพับคู่มือการท่องเที่ยว

โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์



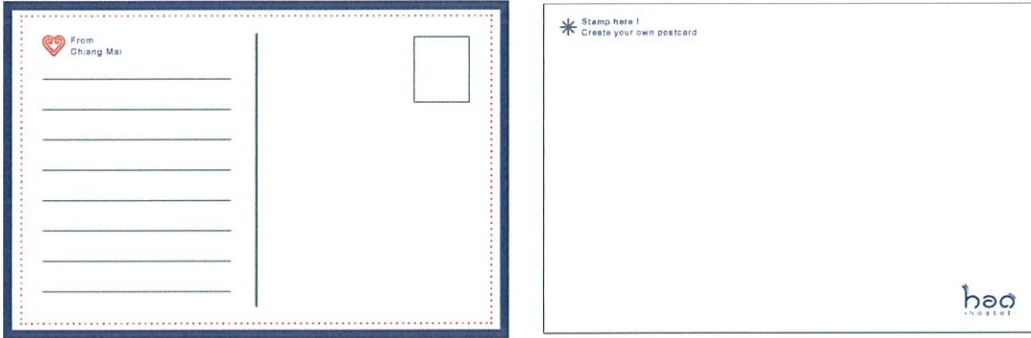
ภาพที่ 6.39 ภาพโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ 1



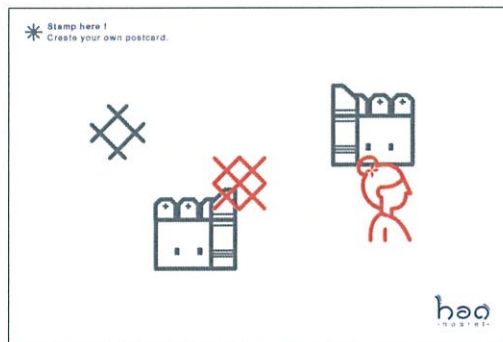
ภาพที่ 6.40 ภาพโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ 2

ของที่ระลึก

โปสการ์ด สติกเกอร์ที่ระลึก



ภาพที่ 6.41 ภาพโปสการ์ด



ภาพที่ 6.42 ภาพโปสการ์ดด้านหลังที่ปั๊มแล้ว



ภาพที่ 6.43 ภาพสติ๊กเกอร์ที่ระลึก

6.6 Corporate Identity ในภาพรวม



ภาพที่ 6.44 ภาพ Stationery



ภาพที่ 6.45 ภาพนามบัตร



ภาพที่ 6.46 ภาพโปสการ์ดและคีย์การ์ด



ภาพที่ 6.47 ภาพป้ายแขวนประตูและหมอน



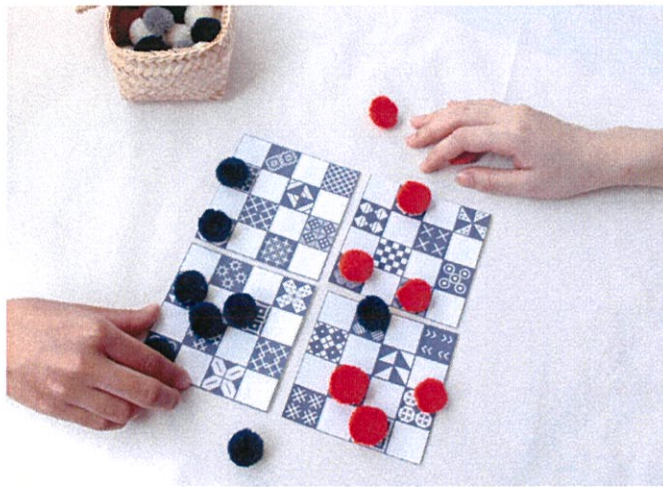
ภาพที่ 6.48 ภาพชุดเครื่องแบบและป้ายชื่อพนักงาน



ภาพที่ 6.49 ภาพเครื่องใช้ในห้องน้ำ



ภาพที่ 6.50 ภาพของใช้ในห้องอาหาร



ภาพที่ 6.51 ภาพการเล่นหมากฮอสบนแผ่นรองแก้ว



ภาพที่ 6.52 ภาพการเล่นเกมบันไดงูบนแผ่นรองจาน



ภาพที่ 6.53 ภาพขวดน้ำดื่ม ถุงกระดาษ และแผ่นป้ายส่วนลด



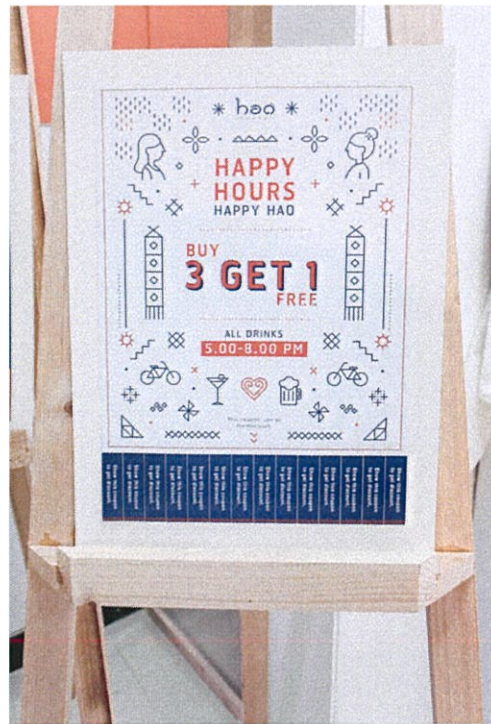
ภาพที่ 6.54 ภาพแผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยว และสติ๊กเกอร์ที่ระลึก



ภาพที่ 6.55 ภาพด้านในแผ่นพับคู่มือการท่องเที่ยว



ภาพที่ 6.56 ภาพด้านนอกแผ่นพับคู่มือการท่องเที่ยว



ภาพที่ 6.57 ภาพโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ทั้ง 2 แบบ



ภาพที่ 6.58 ภาพรวมของงาน Corporate identity 1



ภาพที่ 6.59 ภาพรวมของงาน Corporate identity 2

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

7.1 บทสรุป

การออกแบบกราฟฟิกสำหรับโฮสเทลเชียงใหม่ ได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี การทำงานได้ดำเนินไปตามขั้นตอนตามที่วางไว้ และได้บรรลุเป้าหมายตามจุดประสงค์คือต้องการให้การออกแบบนี้ ช่วยส่งเสริมให้เกิดปฏิสัมพันธ์ของคนในโฮสเทลได้มากขึ้นและทำให้ชาวต่างชาติได้รับรู้ถึงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่ โดยผ่านการออกแบบที่ทันสมัยมากขึ้น แต่ในการดำเนินงานก็ยังมีข้อบกพร่องอยู่ในบางจุด แต่เมื่อมองภาพรวมแล้ว การออกแบบนี้ยังสื่อสารได้ตามจุดประสงค์และทำให้คนทั่วไปเข้าใจได้ง่าย

7.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา

- 7.2.1 การค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับโฮสเทลนั้นค่อนข้างจะหาได้ยาก เพราะยังเป็นธุรกิจที่ค่อนข้างใหม่ในประเทศไทยจึงไม่ค่อยมีข้อมูลที่ลงลึกมากนัก
- 7.2.2 การออกแบบกราฟฟิกที่สอดแทรกความเป็นเชียงใหม่ นั้น ค่อนข้างมีรูปแบบที่ไม่กว้างนัก เพราะเอกลักษณ์สำคัญต่างๆ ของเชียงใหม่ นั้น มักถูกคนนำไปใช้ออกแบบกันมาก จึงต้องพยายามทำให้ไม่ซ้ำกับงานที่เคยมีมา
- 7.2.3 การออกแบบกราฟฟิกสำหรับองค์กรนั้นเป็นงานที่ค่อนข้างเป็นทางการแต่แนวคิดที่ตั้งไว้คือต้องการความสนุกสนานแต่ยังคงเป็นทางการ ทำให้การออกแบบงานนี้ค่อนข้างยาก และต้องลองผิดลองถูกหลายรูปแบบ

7.3 ข้อเสนอแนะ

- 7.3.1 ในการศึกษาข้อมูลต่างๆ ควรลงพื้นที่หรือสัมภาษณ์ผู้รู้จริง ไม่ควรหาข้อมูลแค่จากหนังสือหรืออินเทอร์เน็ต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและตรงประเด็นเพื่อใช้ในการออกแบบ
- 7.3.2 ควรศึกษางานออกแบบต่างๆ ให้มาก เพื่อจะได้มีเห็นจุดเด่นจุดด้อยต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาแนวทางของงานได้ และเพื่อให้ไม่ไปซ้ำกับงานที่เคยมีการออกแบบมา
- 7.2.3 การลองผิดลองถูกและคิดสเก็ตซ์ให้มาก จะช่วยทำให้การทำงานมีคุณภาพมากขึ้น เพราะมีตัวเลือกที่ทำให้มองเห็นข้อดีข้อเสียของงานมากขึ้น

บรรณานุกรม

- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่. รู้จักเชียงใหม่. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.cm-mots.com/aboutus/index/1346643608.html>. (วันที่ค้นข้อมูล : 12 มกราคม 2560).
- ปัทมาพร ท่อชู. การออกแบบตราสัญลักษณ์หรือโลโก้เพื่อธุรกิจ (Logo Design for Business). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=643§ion=4&issues=27>. (วันที่ค้นข้อมูล : 21 มกราคม 2560).
- SANYAINDY. การออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กร. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://sanya-indy.com/identity-design/>. (วันที่ค้นข้อมูล : 21 มกราคม 2560).
- ชนันท์วิไล ธงเชื้อ. ลายปักม้ง. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://chanant5gmailcom.blogspot.com/2011/05/blog-post.html>. (วันที่ค้นข้อมูล : 30 มกราคม 2560).
- reviewchiangmai. ชาติพันธุ์ในล้านนา. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.reviewchiangmai.com/1007-p/>. (วันที่ค้นข้อมูล : 20 กุมภาพันธ์ 2560).
- มูลนิธิกระเจกเงา โครงการพิพิธภัณฑสถานชาวเขาออนไลน์. ชนเผ่าม้ง. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.hilltribe.org/thai/hmong/>. (วันที่ค้นข้อมูล : 20 กุมภาพันธ์ 2560).

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล	ดालัด สมวงศ์
วัน เดือน ปี เกิด	7 สิงหาคม 2536
ที่อยู่ปัจจุบัน	107/2 หมู่ 2 ต.ป่าแดด อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50100
ประวัติการศึกษา	
2553	มัธยมศึกษา โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย จ.เชียงใหม่
2558	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
E - mail	itimsaturday@gmail.com
เบอร์โทรศัพท์	082 - 761 - 7089