

“ประทับจันทร์”: การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ด้วยแนวคิดศิลปะและมรดก
วัฒนธรรม

PRATABCHAN: Development of Creative Product Design
by Art and Cultural Heritage Concepts

ณัฐชา รักษการดี¹ อภิรดี กัญญาประสิทธิ์² และรัชชณีกร แซ่หวัง³
Natasha Ruxgrande¹ Apiradee Kanyaparsit² Ratchaneekorn Sae-Wang³

บทคัดย่อ

การออกแบบผลิตภัณฑ์ “ประทับจันทร์ (PRATABCHAN)” มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานศิลปะอิมเพรสชันนิสม์ (Impressionism) เข้ากับมรดกวัฒนธรรมของชุมชนท่าพระจันทร์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่นในบริบทร่วมสมัย โดยใช้กระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (Creative Design Process) และได้ผลิตภัณฑ์คือ ที่ใส่บัตร (Card Holder) ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากศิลปินอิมเพรสชันนิสม์ ได้แก่ โคลด โมเนต (Claude Monet) และ วินเซนต์ แวนโก๊ะ (Vincent van Gogh) ซึ่งเน้นการใช้แสง สี และบรรยากาศเพื่อถ่ายทอดอารมณ์ สู่ลวดลายผลิตภัณฑ์ 4 แบบ ได้แก่ Impressed with TPC, The Starry Cat, CITU Brightness และ CITU Balcony ซึ่งสะท้อนเอกลักษณ์ของพื้นที่ท่าพระจันทร์

ผลการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่าร้อยละ 94.2 มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อการออกแบบลวดลายและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ สะท้อนว่าผลงานสามารถถ่ายทอดคุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ “ประทับจันทร์” จึงเป็นตัวอย่างของการบูรณาการศิลปะ วัฒนธรรม และจิตสำนึกทางสังคม ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่ใช้ทุนทางวัฒนธรรมสร้างคุณค่าเชิงสังคมและส่งเสริมความยั่งยืนของชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ: ประทับจันทร์ ศิลปะอิมเพรสชันนิสม์ การออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ มรดกวัฒนธรรม, ชุมชนท่าพระจันทร์

ABSTRACT

The product design project “PRATABCHAN” aims to create a cultural product that integrates Impressionist art with the cultural heritage of the Tha Prachan community in Phra Nakhon District, Bangkok, in order to communicate local identity within a contemporary context. The project applies the Creative Design Process to develop a culturally inspired card holder, drawing influence from Impressionist artists Claude Monet and Vincent van Gogh, whose use of

¹ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์; College of Innovation, Thammasat University; Email: natasha.ruxgd@gmail.com

light, color, and atmosphere served as key inspirations for the four design patterns: Impressed with TPC, The Starry Cat, CITU Brightness, and CITU Balcony. Each design reflects distinctive elements of the Tha Prachan area.

A satisfaction survey conducted with users indicated that 94.2% expressed the highest level of satisfaction regarding both the product's design and quality. The findings demonstrate that the project effectively communicates artistic and cultural values through contemporary product design. PRATABCHAN thus exemplifies the integration of art, culture, and social consciousness under the framework of the Creative Economy, utilizing cultural capital to generate social value and promote sustainable community development.

Keywords: PRATABCHAN, Impressionism, Creative Product Design, Cultural Heritage, Tha Prachan Community

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบัน การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงความคิดสร้างสรรค์ ศิลปะ และวัฒนธรรม เพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน (UNCTAD, 2010; UNESCO, 2013) การผสมผสานศิลปะกับวัฒนธรรมท้องถิ่นจึงเป็นแนวทางสำคัญ ในการอนุรักษ์และต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรม ให้สอดคล้องกับบริบทสมัยใหม่ โดยพื้นที่ท่าพระจันทร์เป็นย่านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และบรรยากาศริมแม่น้ำเจ้าพระยาที่สะท้อนชีวิตของผู้คนในชุมชนอย่างมีเสน่ห์ แต่ในปัจจุบัน อัตลักษณ์เหล่านี้กลับถูกมองข้ามจากผู้คนรุ่นใหม่ เนื่องจากขาดการสื่อสารในรูปแบบที่ร่วมสมัยและเข้าถึงง่าย ในขณะเดียวกัน วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ท่าพระจันทร์เอง เป็นสถาบันที่มุ่งเน้นการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ การบูรณาการความรู้จากหลากหลายสาขา และการออกแบบนวัตกรรมที่ตอบโจทย์สังคมยุคใหม่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถสื่อถึง “ความคิดสร้างสรรค์” ควบคู่กับ “รากเหง้าวัฒนธรรมท้องถิ่น” จึงเป็นแนวทางหนึ่งในการเชื่อมโยงตัวตนของวิทยาลัยกับพื้นที่รอบข้าง

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์หลักที่ตอบโจทย์คนยุคใหม่ คือ ที่ใส่บัตร (Card Holder) เป็นตัวกลางในการออกแบบ เนื่องจากเป็นของใช้ขนาดเล็กที่ผู้คนพกติดตัวอยู่เสมอ สามารถสะท้อนบุคลิกของผู้ใช้ได้ และมีความเหมาะสมในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของแบรนด์ในเชิงสัญลักษณ์ (Cross, 2006) ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังตอบสนองต่อแนวคิด “ศิลปะในชีวิตประจำวัน” ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญของการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (Creative Design) ที่มุ่งให้ศิลปะไม่ถูกจำกัดอยู่เพียงในพื้นที่จัดแสดง แต่สามารถเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตจริงของผู้คนได้ในทุกบริบท (Hennessey & Amabile, 2010) การผสมผสานแนวคิดศิลปะอิมเพรสชันนิสม์กับวิถีชุมชนในท้องถิ่น จึงไม่เพียงทำให้เกิดคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ แต่ยังส่งเสริมให้เกิด “คุณค่าทางวัฒนธรรมร่วมสมัย” (Contemporary Cultural Value) ที่มีชีวิตอยู่ในสิ่งของที่ใช้อย่างจริง

การผสมผสานระหว่างคุณค่าทางวัฒนธรรมและประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน ได้รับการออกแบบภายใต้แรงบันดาลใจจากศิลปะอิมเพรสชันนิสม์ (Impressionism) ที่เน้นการถ่ายทอดบรรยากาศ แสง สี และอารมณ์ในช่วงขณะหนึ่งของศิลปินมากกว่าการเลียนแบบความเป็นจริง (Gombrich, 2006; Rewald, 1973) โดยเฉพาะจากผลงานของศิลปินอิมเพรสชันนิสม์ระดับโลก ได้แก่ Claude Monet และ Vincent van Gogh ด้วยการประยุกต์ใช้แนวคิดและเทคนิคทางศิลปะของศิลปินเหล่านี้ มาตีความใหม่

เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่สามารถเชื่อมโยงศิลปะร่วมสมัยกับมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่นและสื่อสารอัตลักษณ์
ของพื้นที่ท่าพระจันทร์วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

แนวคิดดังกล่าวถูกนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (Creative Design
Process) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่สามารถสื่อสารคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ควบคู่กับอัตลักษณ์ทาง
วัฒนธรรมได้อย่างกลมกลืน (Cross, 2006)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่ผสมผสานศิลปะอิมเพรสชันนิสม์กับอัตลักษณ์
ของชุมชนท่าพระจันทร์ ด้วยกระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (Creative Design Process)

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ภายใต้ชื่อ “ประทับจันทร์
(PRATABCHAN)” โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษามุ่งบูรณาการแนวคิดของ ศิลปะอิมเพรสชันนิสม์ (Impressionism) ซึ่งเป็นศิลปะ
สมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในประเทศฝรั่งเศสช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 19 เน้นการถ่ายทอด “ความประทับใจ” ของศิลปิน
ที่มีต่อแสง สี และบรรยากาศ มากกว่าความสมจริงของรูปทรง โดยมักใช้การปาดแปรงอย่างหลวมและ
แสดงอารมณ์ของผู้สร้างสรรค์ (Gombrich, 2006; Rewald, 1973) เข้ากับแนวคิดเรื่อง มรดกวัฒนธรรม
(Cultural Heritage) ทั้งที่เป็นวัตถุ (tangible) และที่จับต้องไม่ได้ (intangible) เช่น สถาปัตยกรรม วัฒน
อาราม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน (UNESCO, 2003)

ในโครงการนี้ มรดกวัฒนธรรมที่ถูกนำมาศึกษาและต่อยอดการออกแบบ คือ ชุมชนท่าพระจันทร์
(Tha Prachan Community) ซึ่งตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์รวมของ
ศิลปะ ศาสนา การค้า และการศึกษา ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวผสมผสานระหว่างความเก่าแก่และความร่วม
สมัย

แนวคิดและเทคนิคของศิลปินอิมเพรสชันนิสม์ ได้แก่ โคลด โมเนต์ (Claude Monet) ผู้เชี่ยวชาญ
ด้านการใช้แสงและสีเพื่อสะท้อนบรรยากาศของธรรมชาติ และ วินเซนต์ แวนโก๊ะ (Vincent van Gogh) ผู้
สื่ออารมณ์ผ่านลวดลายและการปาดแปรงอย่างอิสระ ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบลวดลาย
ผลิตภัณฑ์จำนวน 4 แบบ ได้แก่ Impressed with TPC, The Starry Cat, CITU Brightness และ CITU
Balcony เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของศิลปะและวัฒนธรรมร่วมสมัยในพื้นที่ท่าพระจันทร์

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษา คือ ชุมชนท่าพระจันทร์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นย่านเก่าแก่ที่มี
ความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยเน้นบริเวณท่าเรือท่าพระจันทร์ และพื้นที่โดยรอบของ
วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งเป็นศูนย์กลางแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์

3. ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาและการดำเนินงานออกแบบจัดทำขึ้นระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2568
ครอบคลุมกระบวนการสำรวจข้อมูลทางวัฒนธรรม การวิเคราะห์แนวคิดทางศิลปะ การออกแบบและ
พัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ตลอดจนการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อผลิตภัณฑ์

นิยามศัพท์

1. ศิลปะอิมเพรสชันนิสม์ (Impressionism)

หมายถึง ศิลปะสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในประเทศฝรั่งเศสช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 19 ซึ่งมุ่งเน้นการถ่ายทอด “ความประทับใจ” ที่ศิลปินมีต่อแสง สี และบรรยากาศในช่วงขณะนั้น มากกว่าการแสดงรายละเอียดที่สมจริง โดยมักใช้การปาดแปรงอย่างหลวมและเน้นอารมณ์ของผู้สร้างสรรค์ (Gombrich, 2006; Rewald, 1973)

2. มรดกวัฒนธรรม (Cultural Heritage)

หมายถึง มรดกทั้งที่เป็นวัตถุ (tangible) และที่จับต้องไม่ได้ (intangible) เช่น ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ประเพณี หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นและสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน (UNESCO, 2003)

3. ชุมชนท่าพระจันทร์ (Tha Prachan Community)

หมายถึง พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์รวมของศิลปะ ศาสนา การค้า และการศึกษา โดยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ผสมผสานระหว่างความเก่าแก่และความร่วมสมัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

งานออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ประทับจันทร์ (PRATABCHAN)” พัฒนาขึ้นภายใต้แนวคิดการออกแบบเชิงวัฒนธรรม ซึ่งบูรณาการหลักการของศิลปะอิมเพรสชันนิสม์ (Impressionism) เข้ากับบริบทของมรดกวัฒนธรรมในชุมชนท่าพระจันทร์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่สะท้อนคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์และอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างกลมกลืน

ศิลปะอิมเพรสชันนิสม์เป็นแนวศิลปะสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในประเทศฝรั่งเศสช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 19 โดยมุ่งเน้นการถ่ายทอด “ความประทับใจ” ที่ศิลปินมีต่อแสง สี และบรรยากาศในช่วงขณะนั้น มากกว่าการแสดงรายละเอียดที่สมจริง (Gombrich, 2006; Rewald, 1973) ลักษณะสำคัญของศิลปะอิมเพรสชันนิสม์คือการใช้แสงและเงาเพื่อสะท้อนอารมณ์และบรรยากาศ การใช้สีบริสุทธิ์โดยไม่ผสมสีดำเพื่อให้เกิดความสดใสด้านธรรมชาติ และการปาดแปรงอย่างหลวมที่เผยให้เห็นร่องรอยการเคลื่อนไหวของศิลปิน ซึ่งล้วนสื่อถึงความรู้สึกในช่วงขณะหนึ่งได้อย่างอิสระ ผลงานของศิลปินสำคัญ เช่น โมเนต์ ผู้เน้นการเปลี่ยนแปลงของแสงในธรรมชาติ และแวนโก๊ะที่ใช้การปาดพู่กันและโทนสีจัดจ้านเพื่อถ่ายทอดอารมณ์ ล้วนเป็นแรงบันดาลใจสำคัญที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในโครงการ “ประทับจันทร์” โดยเฉพาะการใช้เทคนิคแสงและสีเพื่อสื่อบรรยากาศของย่านท่าพระจันทร์ในเวลาต่าง ๆ รวมทั้งการสร้างลวดลายที่สะท้อนอารมณ์และความทรงจำของผู้คนในพื้นที่ ผลงานทั้งสี่แบบ ได้แก่ Impressed with TPC, The Starry Cat, CITU Brightness และ CITU Balcony จึงเป็นการตีความศิลปะอิมเพรสชันนิสม์ในบริบทของศิลปะร่วมสมัยไทยที่มีความเชื่อมโยงกับชีวิตจริง

ในด้านมรดกวัฒนธรรม (Cultural Heritage) ตามความหมายขององค์การยูเนสโก (UNESCO, 2003) หมายถึง มรดกทั้งที่เป็นวัตถุ เช่น สถาปัตยกรรม ศิลปกรรม และภูมิทัศน์ ตลอดจนมรดกที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความเชื่อ ประเพณี หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นและสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน พื้นที่ชุมชนท่าพระจันทร์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ที่มีมรดกทั้งสองมิติผสมผสานกันอย่างโดดเด่น ทั้ง อาคารเก่าของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตลาดพระเครื่องริมแม่น้ำเจ้าพระยา และวิถีชีวิตของผู้คนในย่านเก่าแก่ งานออกแบบ “ประทับจันทร์” นำองค์ประกอบทางวัฒนธรรมเหล่านี้มาใช้เป็นแรง

บันดาลใจในการสร้างลวดลาย เช่น การใช้โทนสีทองอมส้มและน้ำเงินเพื่อสื่อถึงบรรยากาศยามเย็นริม
เจ้าพระยาในลวดลาย “Impressed with TPC” การใช้รูปแมวในย่านท่าพระจันทร์เชื่อมโยงกับอารมณ์
ศิลปินแวนโก๊ะ ในลวดลาย “The Starry Cat” การนำองค์ประกอบของอาคารเรียนวิทยาลัยนวัตกรรมมา
ถ่ายทอดในลวดลาย “CITU Brightness” และการใช้รูปประเพณีร้านอาหารในชุมชนท่าพระจันทร์ปรับใช้กับ
สัญลักษณ์วิทยาลัยนวัตกรรมในลวดลาย “CITU Balcony” เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ในเชิงศิลปะร่วม
สมัย

นอกจากนี้ แนวคิดเรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” (Creative Economy) ของยูเนสโก (UNESCO, 2013) ยังเป็นกรอบแนวคิดสำคัญของการพัฒนาโครงการ โดยชี้ให้เห็นว่าศิลปะและวัฒนธรรมสามารถทำ
หน้าที่เป็นทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างยั่งยืนผ่านการ
สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมในประเทศไทย
ที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์และพัฒนาในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ธนิช เลิศชาญฤทธิ, 2550) กระบวนการ
ออกแบบผลิตภัณฑ์ในโครงการนี้อ้างอิงจากกระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (Creative Design
Process) (Cross, 2006) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การสำรวจและทำความเข้าใจบริบท
(Exploration) การนิยามแนวคิดหลักของงานออกแบบ (Conceptualization) การสร้างและพัฒนาแบบ
ต้นแบบ (Prototyping) และการประเมินผลเพื่อปรับปรุง (Evaluation) กระบวนการทั้งหมดนี้ช่วยให้ผลงาน
“ประทับจันทร์” ไม่เพียงสะท้อนคุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังเป็นตัวอย่างของการใช้
กระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมในระดับชุมชนอย่างยั่งยืน
(สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2561)

กระบวนการออกแบบและการพัฒนา

กระบวนการออกแบบและพัฒนา ที่ใส่บัตร (card holder) ตามกระบวนการออกแบบเชิง
สร้างสรรค์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การสำรวจและวิเคราะห์บริบททางวัฒนธรรม (Exploration):

กลุ่มผู้วิจัยได้สำรวจพื้นที่ชุมชนท่าพระจันทร์ ซึ่งเป็นย่านเก่าแก่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีเอกลักษณ์ทาง
วัฒนธรรมโดดเด่นและมีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจและสังคมในอดีตจนถึงปัจจุบัน จากการสำรวจพบว่า
พื้นที่ดังกล่าวมีมรดกวัฒนธรรมทั้ง ที่จับต้องได้ (tangible cultural heritage) เช่น อาคารพาณิชย์เก่าแก่ที่
ยังคงรูปแบบสถาปัตยกรรมดั้งเดิม ตลาดพระเครื่องท่าพระจันทร์ที่เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนพระเครื่องและวัตถุ
มงคลที่มีชื่อเสียงมายาวนาน รวมถึงสถาปัตยกรรมของวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่ง
ตั้งอยู่ภายในพื้นที่เดียวกัน และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนความรู้และความคิดสร้างสรรค์ของคนรุ่นใหม่

นอกจากนี้ ยังพบมรดกทางวัฒนธรรม ที่จับต้องไม่ได้ (intangible cultural heritage) เช่น ความ
ศรัทธาทางศาสนาและจิตวิญญาณที่สะท้อนผ่านการค้าพระเครื่อง การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่าง
ผู้คนหลากหลายกลุ่ม และบรรยากาศแห่ง “ความทรงจำร่วม” ของชุมชนที่ยังคงดำรงอยู่ในชีวิตประจำวัน
ของผู้คนบริเวณท่าพระจันทร์

องค์ประกอบเหล่านี้ได้รับการนำมาวิเคราะห์และตีความเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบลวดลาย
ของผลิตภัณฑ์ที่ใส่บัตร (Card Holder) ภายใต้แบรนด์ “ประทับจันทร์ (PRATABCHAN)” โดยมุ่งเน้นการ
สะท้อนเอกลักษณ์ของย่าน ผ่านการผสมผสานระหว่างศิลปะและวัฒนธรรมในมิติร่วมสมัย อาทิ ความ

งดงามของสถาปัตยกรรมเก่า ความมีชีวิตชีวาของตลาดค้าพระเครื่อง และความสงบงามของแม่น้ำเจ้าพระยาในยามค่ำคืน ซึ่งเป็นภาพจำของผู้คนที่คุ้นเคยกับย่านนี้

นอกจากนี้ จากการสำรวจพฤติกรรมในชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ที่ใส่บัตร (Card Holder) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์วิถีชีวิตของคนเมือง เนื่องจากเป็นของใช้ที่เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย พกพาง่าย และมีฟังก์ชันการใช้งานที่ชัดเจน จึงถูกเลือกให้เป็นหัวใจหลักของโครงการ เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านของใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งสะท้อนแนวคิด “Design for Everyday Life” ที่มุ่งเน้นให้ศิลปะและการออกแบบเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของผู้คน (Cross, 2006)

2. การศึกษาและประยุกต์ใช้แนวคิดทางศิลปะ (Conceptualization):

แนวคิดทางศิลปะที่ถูกนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ “ประทับจันทร์ (PRATABCHAN)” คือศิลปะอิมเพรสชันนิสม์ (Impressionism) ซึ่งมีจุดเด่นในการถ่ายทอด “ความประทับใจในช่วงขณะหนึ่ง” ผ่านการใช้แสง สี และบรรยากาศ โดยไม่มุ่งเน้นความจริงของรูปทรง แต่เน้นการสร้างอารมณ์และความรู้สึกของศิลปินที่มีต่อสิ่งที่เห็นในช่วงเวลาเฉพาะ (Gombrich, 2006; Rewald, 1973) ศิลปะแนวนี้จึงถูกเลือกมาเป็นแนวทางหลักของการออกแบบ เนื่องจากมีความสอดคล้องกับแนวคิดของแบรนด “ประทับจันทร์” ที่ต้องการถ่ายทอดบรรยากาศและอารมณ์แห่งความทรงจำของพื้นที่ท่าพระจันทร์ผ่านของใช้ในชีวิตประจำวัน

แรงบันดาลใจหลักมาจากผลงานของศิลปินอิมเพรสชันนิสม์สำคัญสองท่าน ได้แก่ โคลด โมเนต์ และแวนโก๊ะ โดยงานของโมเนต์มีลักษณะเด่นในการใช้สีและแสงเพื่อบันทึกบรรยากาศของธรรมชาติในแต่ละช่วงเวลา เช่น การใช้เฉดสีที่แตกต่างเพื่อสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของแสงอาทิตย์และผิวน้ำ เทคนิคการปาดแปรงที่โปร่งเบาและการซ้อนชั้นสีของเขาได้กลายเป็นแรงบันดาลใจในการถ่ายทอดความนุ่มนวลของแสงจันทร์ที่สะท้อนบนแม่น้ำเจ้าพระยาในยามค่ำคืน ซึ่งเป็นภาพจำสำคัญของพื้นที่ท่าพระจันทร์ ขณะที่แวนโก๊ะ มีลักษณะเฉพาะในการใช้เส้นพู่กันหมุนวนและสีฉูดฉาด เพื่อแสดงพลังทางอารมณ์และความเคลื่อนไหวของธรรมชาติ เทคนิคดังกล่าวถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบลวดลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อถ่ายทอดความรู้สึกของชีวิตในชุมชนที่ยังคงเคลื่อนไหวและเต็มไปด้วยศิลปะและวัฒนธรรม

นอกจากนี้ กระบวนการออกแบบที่ใส่บัตร ยังใช้การตีความมรดกท้องถิ่นในบริบทใหม่ (Re-contextualization) โดยยกองค์ประกอบทางวัฒนธรรมของชุมชน เช่น วัดมหาธาตุ ตลาดค้าพระเครื่อง ท่าเรือท่าพระจันทร์ และสถาปัตยกรรมเก่าของธรรมศาสตร์ มาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสัญลักษณ์ทางศิลปะร่วมสมัย ลวดลายที่ปรากฏบนผลิตภัณฑ์จึงไม่ใช่การจำลองภาพจริง แต่เป็นการ สร้างความรู้สึกทางวัฒนธรรม เพื่อให้ผู้ใช้สามารถรับรู้ถึงบรรยากาศของพื้นที่โดยไม่จำเป็นต้องมองเห็นรายละเอียดทั้งหมด การตีความในลักษณะนี้ช่วยให้มรดกทางวัฒนธรรมของท่าพระจันทร์ยังคงมีชีวิตอยู่ในสิ่งของสมัยใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดของยูเนสโก (UNESCO, 2003) ที่มองว่า “มรดกวัฒนธรรมมิใช่สิ่งที่หยุดนิ่ง แต่เป็นพลวัตที่สามารถพัฒนาและถ่ายทอดได้ผ่านการสร้างสรรค์”

3. การพัฒนาแนวคิดและต้นแบบ (Prototyping):

จากบริบทด้านวัฒนธรรม ผสมผสานกับแนวคิดศิลปะ ในการพัฒนาที่ใส่บัตร จนสามารถสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ได้ดังต่อไปนี้

1. ชื่อผลิตภัณฑ์ คือ “ประทับจันทร์ (PRATABCHAN)” เกิดจากการผสมผสานความหมายระหว่างคำว่า “ประทับ” และ “จันทร์” โดย “ประทับ” มาจากคำว่า ประทับใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ตราตรึงอยู่ในใจและไม่เลือนหาย ที่ได้ทิพพามาจากแนวคิดอิมเพรสชันนิสม์ ในการถ่ายทอดความรู้สึกของศิลปิน แบบฉับพลันทันใด ขณะที่ “จันทร์” หมายถึง ดวงจันทร์ที่ส่องแสงสะท้อนบนผิวน้ำเจ้าพระยาในยามค่ำคืน ซึ่งเป็นภาพจำของย่านท่าพระจันทร์

ความหมายทั้งสองจึงรวมกันเป็น “ความประทับใจแห่งแสงจันทร์” อันสะท้อนถึงความงาม ความสงบ และความทรงจำอันอบอุ่นในพื้นที่

แนวคิดหลักของแบรนด์ถูกสรุปไว้ในประโยคสัญลักษณ์ “แสงจันทร์สะท้อนเจ้าพระยา ตั้งวันเวลา สะท้อนความทรงจำ” ซึ่งผู้สร้างสรรค์คิดขึ้นเพื่อสื่อถึงความสัมพันธ์ระหว่าง “แสงจันทร์” ที่เป็นสัญลักษณ์ของความงามและความสงบ กับ “แม่น้ำเจ้าพระยา” ซึ่งเป็นหัวใจของพื้นที่ท่าพระจันทร์ อันสะท้อนถึงความทรงจำที่คงอยู่และเคลื่อนไปตามกาลเวลา ประโยคนี้จึงเปรียบเสมือนการหลอมรวมศิลปะและวัฒนธรรมเข้ากับอารมณ์ความทรงจำของผู้คนในพื้นที่ ผลลัพธ์ที่ปรากฏได้แบรนด์ “ประทับจันทร์” จึงไม่ได้เป็นเพียงของใช้ แต่เป็นสื่อที่ถ่ายทอดความงาม ความทรงจำ และอัตลักษณ์ของท่าพระจันทร์อย่างกลมกลืน

2. พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ “ประทับจันทร์” ประเภทที่ใส่บัตร (Card Holder) โดยมีลวดลายหลัก 4 แบบ ได้แก่



1. Impressed with TPC: ถ่ายทอดแสงสีของแม่น้ำเจ้าพระยาในยามเย็น และสัญลักษณ์ของท่าเรือท่าพระจันทร์ ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางของชุมชน ผ่านโทนสีทองอมส้มและน้ำเงินเข้ม ให้ความรู้สึกอบอุ่นและสงบ (วันวิสาข พรมจีน และ อติเทพ แจ้ดนาลาว, 2562)



2. The Starry Cat: ได้แรงบันดาลใจจาก “The Starry Night” โดยผสมสัญลักษณ์แมว ซึ่งเป็นสัตว์ที่พบในย่านท่าพระจันทร์เข้ากับท้องฟ้ายามค่ำ เพื่อสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน



3. CITU Brightness: ใช้แรงบันดาลใจจากอาคารเรียนของวิทยาลัยนวัตกรรม สื่อถึงบรรยากาศการเรียนรู้ ผ่านการใช้สีและเส้นพู่กันที่เคลื่อนไหว



4. CITU Balcony: ถ่ายทอดภาพของระเบียงอาคารเก่าของร้านอาหารที่มองเห็นวิวแม่น้ำ สื่อถึงความทรงจำของผู้คนและการมองชุมชนท่าพระจันทร์เป็นชุมชนริมแม่น้ำเจ้าพระยา ทั้งนี้ การออกแบบแต่ละลวดลายทำหน้าที่เป็นผู้ตีความทางศิลปะ ที่เชื่อมโยงระหว่างอดีตกับปัจจุบันให้ผู้ใช้สามารถสัมผัสอารมณ์ของศิลปะและบรรยากาศของท่าพระจันทร์ผ่านของใช้ในชีวิตประจำวันได้

4. การประเมินคุณค่าและการสื่อสาร (Evaluation):

เมื่อผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนาและจัดจำหน่าย ผู้วิจัยได้มีการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ที่ใส่บัตร “ประทับจันทร์” ในด้านการสื่อสารด้านอัตลักษณ์ ความงดงามของศิลปะ และคุณค่าทางวัฒนธรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงมาก โดยผลการประเมินในแต่ละด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 94.2 ให้คะแนนความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (5 คะแนน) สะท้อนถึงความพึงพอใจต่อการออกแบบลวดลายที่สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชนและการประยุกต์ใช้ศิลปะได้อย่างชัดเจน
2. ด้านบรรจุภัณฑ์ (Packaging) พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 90.4 ให้คะแนนความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (5 คะแนน) แสดงให้เห็นว่าบรรจุภัณฑ์ แสดงความสอดคล้องกับแนวคิดศิลปะและอัตลักษณ์ชุมชนของผลิตภัณฑ์
3. ด้านการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 98 ให้คะแนนความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (5 คะแนน) สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพและความประทับใจในการให้บริการ

4. ด้านคุณภาพของสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 94.1 ให้คะแนนความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด (5 คะแนน) แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของวัสดุและกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน
5. ด้านการจัดส่งสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 96.2 ให้คะแนนความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด (5 คะแนน) สะท้อนถึงระบบการจัดส่งที่รวดเร็ว

นอกจากนี้ ยังมีข้อคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้ซื้อพบว่า ส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญเห็นเชิงบวก โดยเฉพาะความสวยงามของลวดลาย และความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงคุณภาพของวัสดุ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กล่าวโดยสรุป ผลการสำรวจความคิดเห็นสะท้อนให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ “ประทับจันทร์ (PRATABCHAN)” สามารถสื่อสารคุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่มุ่งเน้นการบูรณาการศิลปะ วัฒนธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมผลิตภัณฑ์ได้รับการออกแบบให้สื่อสารคุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรมผ่านการใช้งานในชีวิตประจำวัน พร้อมทั้งมีมิติของความรับผิดชอบต่อสังคม โดยรายได้ส่วนหนึ่งจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ถูกนำไปบริจาคแก่มูลนิธิเด็กอ่อนในสลัม เพื่อสร้างคุณค่าทางจิตสำนึกและความยั่งยืนเชิงชุมชน

การวิเคราะห์และอภิปรายผล

การบูรณาการศิลปะอิมเพรสชันนิสม์กับอัตลักษณ์ของชุมชนท่าพระจันทร์ ได้ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นทั้งในเชิงสุนทรียศาสตร์และสังคม ผลงาน “ประทับจันทร์” ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดมรดกวัฒนธรรมผ่านรูปแบบร่วมสมัย ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงศิลปะและเรื่องราวของชุมชนในชีวิตประจำวันได้อย่างเป็นธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของครอส (Cross, 2006) ที่มองว่าการออกแบบเป็น กระบวนการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ และแนวคิดของเฮนเนสซีและอะมาไบล์ (Hennessey & Amabile, 2010) ที่อธิบายว่าความคิดสร้างสรรค์เกิดจากการเชื่อมโยงระหว่างแรงบันดาลใจ ความรู้ และคุณค่าทางสังคม

จากการวิเคราะห์เชิงแนวคิดดังกล่าว โครงการ “ประทับจันทร์” จึงมิได้มุ่งเพียงการออกแบบเชิงศิลปะเท่านั้น แต่ยังเป็นกรณีศึกษาของการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดการรับรู้คุณค่าของชุมชนและการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมร่วมสมัยในพื้นที่ท่าพระจันทร์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ “ประทับจันทร์ (PRATABCHAN)” ยังสะท้อนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่มุ่งใช้ ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) และ ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เป็นรากฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน โดยการนำศิลปะและวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ (Creative Products) ที่มีทั้งคุณค่าทางสุนทรียะและคุณค่าทางเศรษฐกิจ (UNCTAD, 2010; UNESCO, 2013) แนวคิดนี้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) และการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่มีรากจากวัฒนธรรมของชุมชน (Community-based Creative Economy) (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2561)

ดังนั้น โครงการ “ประทับจันทร์” จึงเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการนำมรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่าพระจันทร์มาสร้างสรรคเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย โดยผสานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ภูมิทัศน์ และเรื่องราวของพื้นที่เข้ากับแนวคิดศิลปะอิมเพรสชันนิสม์ (Impressionism) เพื่อถ่ายทอดคุณค่าทางสังคมในรูปแบบที่เข้าถึงง่ายและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ ผลงานนี้จึงมิใช่เพียงงานศิลปะ แต่ยังเป็น

เครื่องมือในการ “ต่อยอดวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจ” ผ่านกระบวนการออกแบบที่เชื่อมโยง ศิลปะ การผลิต และการตลาด เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ

ในเชิงกระบวนการ โครงการนี้ได้นำแนวคิดการออกแบบเชิงวัฒนธรรม (Cultural-based Design) มาใช้เป็นหลักในการตีความและต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้เกิดคุณค่าใหม่ในเชิงเศรษฐกิจ โดยผลิตภัณฑ์ “ประทับจันทร์” สามารถเป็นต้นแบบของแบรนด์เชิงวัฒนธรรมในระดับท้องถิ่นที่เน้นเอกลักษณ์ของพื้นที่ พร้อมทั้งสอดคล้องกับแนวคิด “เศรษฐกิจฐานชุมชน” (Community-based Creative Economy) ซึ่งให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นในการผลิตและถ่ายทอดเรื่องราว เพื่อให้ชุมชนเป็นเจ้าของมรดกวัฒนธรรมร่วมสมัยอย่างแท้จริง (UNESCO, 2013)

นอกจากนี้ ผลงาน “ประทับจันทร์” ยังสามารถต่อยอดไปสู่การพัฒนากิจกรรมสร้างสรรค์ในระดับย่าน เช่น การจัดนิทรรศการขนาดเล็ก (Mini Exhibition) การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Route) หรือการสร้างผลิตภัณฑ์ร่วมกับร้านค้าและคาเฟ่ในพื้นที่ เพื่อสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม แนวทางดังกล่าวไม่เพียงช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับพื้นที่ แต่ยังช่วยรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนท่าพระจันทร์ให้คงอยู่ในรูปแบบที่มีชีวิตและร่วมสมัย

จากที่กล่าวมา ผลงาน “ประทับจันทร์” จึงเป็นตัวอย่างของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชน ที่ใช้ศิลปะ วัฒนธรรม และการออกแบบเป็นกลไกในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมควบคู่กัน โดยไม่ละทิ้งรากเหง้าและอัตลักษณ์ท้องถิ่น ทั้งยังสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป้าหมายที่ 11 “เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน” ที่มุ่งให้วัฒนธรรมเป็นพลังในการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของผู้คนในระยะยาว กล่าวได้ว่า “ประทับจันทร์” มิใช่เพียงแบรนด์เชิงศิลป์ แต่คือสัญลักษณ์ของการนำอดีตมาสู่ปัจจุบันอย่างมีความหมาย เพื่อสร้างอนาคตที่ยั่งยืน

สรุปผล

การออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ประทับจันทร์ (PRATABCHAN)” เป็นตัวอย่างของการบูรณาการศิลปะและมรดกวัฒนธรรมเข้ากับกระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (Creative Design Process) เพื่อสร้างคุณค่าทางสังคมและสุนทรียศาสตร์ในบริบทร่วมสมัย ผลงานนี้สะท้อนให้เห็นว่า ศิลปะอิมเพรสชันนิสต์ (Impressionism) สามารถถูกตีความใหม่ให้เข้ากับอัตลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างชุมชนท่าพระจันทร์ได้อย่างกลมกลืน ผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สื่อสารความงามแห่งแสง สี และความทรงจำในพื้นที่ที่มีความหมายทางวัฒนธรรม

ผลลัพธ์ของโครงการแสดงให้เห็นว่าการออกแบบที่อิงบริบททางวัฒนธรรมไม่เพียงสร้างความงามเชิงสุนทรียะ แต่ยังช่วยเสริมสร้างความตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชน ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) รวมถึงเน้นการสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์ (Emotional Design) ให้ผู้ใช้รู้สึกถึงคุณค่าทางศิลปะและความผูกพันกับพื้นที่ท่าพระจันทร์ทุกครั้งที่ยกยิบใช้ การนำศิลปะเข้าสู่ชีวิตประจำวัน เช่นนี้ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและความภาคภูมิใจในมรดกวัฒนธรรม โดยเฉพาะในหมู่เยาวชนและนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการต่อยอดแนวคิดการอนุรักษ์ นอกจากนี้ การจัดสรรรายได้ส่วนหนึ่งเพื่อบริจาคแก่ “มูลนิธิเด็กอ่อนในสลัม” ยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงแนวทางการใช้ศิลปะและการออกแบบเพื่อสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) และความยั่งยืนทางวัฒนธรรม

โดยสรุป “ประทับจันทร์” มิได้เป็นเพียงผลิตภัณฑ์เชิงศิลป์ แต่เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ผสมผสานศิลปะ วัฒนธรรม และจิตสำนึกทางสังคมเข้าด้วยกัน อันสามารถเป็นต้นแบบให้กับนักออกแบบรุ่นใหม่ในการพัฒนาแนวทาง “การออกแบบเชิงวัฒนธรรมร่วมสมัย” (Contemporary Cultural Design) ที่ยั่งยืนและมีคุณค่า ทั้งในระดับชุมชน มหาวิทยาลัย และสังคมในวงกว้าง

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอขอบพระคุณ วิทยาลัยนวัตกรรมการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ให้โอกาสในการดำเนินโครงการภายใต้รายวิชา จวอ 202 ศิลปะเพื่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัชนิกร แซ่วัง อาจารย์ผู้สอน ที่ให้คำแนะนำอย่างต่อเนื่องตลอดกระบวนการออกแบบผลงาน “ประทับจันทร์ (PRATABCHAN)” เสร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนขอขอบคุณ มนัสนันท์ ชลภัสสรณ์ ณัฐธิดา นิชาภัทร ตรีทิพ ณัฐนน พรนภา และทีปภรณ์ ตลอดจนผู้คนในชุมชนท่าพระจันทร์ ที่เปิดโอกาสให้ศึกษาเรียนรู้บริบททางวัฒนธรรมและแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- ธนิช เลิศชาญฤทธิ. (2550). *การจัดการมรดกทางวัฒนธรรม: กรุงเทพฯ. คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- วันวิสาข์ พรหมจีน และ อติเทพ แจ้ดนาลาว. (2562). การใช้แสงและสีทางจิตวิทยา เพื่อการออกแบบพัฒนา จาก. *Veridian E-Journal, มหาวิทยาลัยศิลปากร, 12(6)*. สืบค้นจาก <http://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/152907>
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2561). *แผนปฏิบัติการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ [PDF]*. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2568, จาก https://www.cea.or.th/storage/app/media/ITA2567/o8_ActionPlan_2567.pdf
- Cross, N. (2006). *Designerly Ways of Knowing*. Springer-Verlag London.
- Gombrich, E. H. (2006). *The Story of Art* (16th ed.). Phaidon Press.
- Hennessey, B. A., & Amabile, T. M. (2010). Creativity. *Annual Review of Psychology, 61*, 569–598. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.093008.100416>
- Rewald, J. (1973). *The history of impressionism* (4th ed.). Museum of Modern Art.
- UNCTAD. (2010). *Creative economy: A feasible development option*. United Nations. <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-feasible-development-option>
- UNESCO. (2003). *Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage*. UNESCO. <https://ich.unesco.org/en/convention>
- UNESCO. (2013). *Creative economy report 2013: Widening local development pathways*.
- United Nations Development Programme & UNESCO. <https://unctad.org/publication/creative-economy-report-2013>