



คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ดีไซน์เอกโค วารสารวิชาการด้านการออกแบบ

DESIGN ECHO

Vol. 3 No. 2 (2022) : กรกฎาคม - ธันวาคม 2565

ISSN (Print) : 2697-4193

ISSN (Online) : 2773-9325



คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ดีไซน์เอกโค วารสารวิชาการด้านการออกแบบ

DESIGN

ECHO

Vol. 3 No. 2 (2022) : กรกฎาคม - ธันวาคม 2565

ISSN (Print) : 2697-4193

ISSN (Online) : 2773-9325

วารสารดีไซน์เอกโค

วารสารดีไซน์เอกโค เป็นวารสารเพื่อการออกแบบตีพิมพ์และเผยแพร่บทความวิจัยด้านศิลปะประยุกต์ นฤมิตรศิลป์ นิเทศศิลป์ มัณฑนศิลป์ อุตสาหกรรมศิลป์ ศิลปหัตถกรรม บทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารฉบับนี้ จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยจำนวน 3 ท่านต่อหนึ่งบทความ โดยบทความที่พิจารณาตีพิมพ์ในวารสารนี้จะต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ของวารสารอื่น กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขต้นฉบับและการพิจารณาตีพิมพ์ตามลำดับก่อนหลัง

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชุตินาถ ตรีวิบูลย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพันธุ์ รัตนาวะดี

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
คณบดีคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญใจ สุขก้อน

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.พรสอน วงศ์สิงห์ทอง
ศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์
ศาสตราจารย์ ดร.พิชชา อุทิสวรรณกุล
รองศาสตราจารย์อินทิรา นาควัชระ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรธร เพ็ญศิริธร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพิ่มศักดิ์ สุวรรณทัต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกมล ฤงสุวรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยศไกร ไทรทอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตติมา เสือทอง
ดร.อนันต์ สุ่มทุมพุกษ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (เกษียณ)
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศิลปากร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

กองการจัดการ

ฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ (มกราคม - มิถุนายน, กรกฎาคม - ธันวาคม)

สำนักพิมพ์

ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินท์ลักษณ์

10/378 หมู่ที่ 7 ตำบลโคกขาม อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000

โทรศัพท์ 081 810 1419

บทบรรณาธิการ

วารสารดีไซน์เอนคโค เป็นวารสารตีพิมพ์ (Print) และออนไลน์ (Online) เพื่อเผยแพร่บทความวิจัยด้านศิลปะประยุกต์ นฤมิตศิลป์ นิเทศศิลป์ มัณฑนศิลป์ อุตสาหกรรมศิลป์ ศิลปหัตถกรรม ฉบับนี้ เป็นปีที่ 3 ฉบับที่ 2 (เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2565)

บทความวิชาการและบทความรายงานวิจัยที่ลงพิมพ์มีความหลากหลาย ทั้งที่เกี่ยวข้องกับงานด้านด้านศิลปะประยุกต์ นฤมิตศิลป์ นิเทศศิลป์ มัณฑนศิลป์ อุตสาหกรรมศิลป์ ศิลปหัตถกรรม ตลอดจนการสร้างสรรคงานในโลกดิจิทัล ซึ่งทุกบทความผ่านการประเมินจากท่านผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้เกียรติพิจารณาประเมินคุณค่า และความถูกต้องทั้ง 5 บทความ ดังนี้ 1) NFT ART ศิลปะประยุกต์แห่งเทคโนโลยีอุตสาหกรรมแห่งโลกปกติใหม่ 2) การศึกษาและพัฒนาตลาดลายเครื่องจักสานภาคกลางสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย 3) การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่แจ่ม จังหวัดลำปาง 4) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งจากเศษไม้สำหรับสวนพฤกษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ศูนย์การศึกษาสามพร้าว 5) การออกแบบพื้นที่สำหรับร้านค้าด้านธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับในประเทศไทย

ท้ายนี้ทีมกองบรรณาธิการขอขอบคุณ สมาชิกวารสารทุกท่านที่ให้ความสนใจติดตามวารสารดีไซน์เอนคโค ของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาตลอดมา เราขอสัญญาว่าเราจะมุ่งมั่นพัฒนางานวิชาการให้มีคุณภาพเพื่อผู้อ่านอย่างเต็มกำลังความสามารถ เพื่อเป็นการตอบแทนผู้อ่านที่ให้การสนับสนุนมาโดยตลอด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญใจ สุขก้อน

บรรณาธิการ

สารบัญ

NFT ART An applied art of technology, the industry of the new normal <i>Nachaisak chunnapiya</i>	2	NFT ART ศิลปะประยุกต์แห่งเทคโนโลยี อุตสาหกรรมแห่งโลกปกติใหม่ ณชัยศักดิ์ จุณณะปิยะ
Study and development of basketry patterns in the central region for creativity in jewelry products. <i>Chutima Ngampipat</i>	11	การศึกษาและพัฒนาลวดลายเครื่องจักสาน ภาคกลางสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ เครื่องประดับร่วมสมัย ชุติมา งามพิพัฒน์
<i>Public relation media design to promote tourism for Ban Mae Chaem Community, Lampang Province. Chonthida Ketphet</i>	22	การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยว ชุมชนบ้านแม่แจ่ม จังหวัดลำปาง ชลธิดา เกษเพชร
A Decorative product design from wood waste for the botanical garden Udonthani Rajabhat University Education Center Sam Phrao <i>Niwat Muengsuwan, Teerayut Pengcha</i>	31	การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งจากเศษไม้ สำหรับสวนพฤกษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุดรธานี ศูนย์การศึกษาสามพร้าว นิวัฒน์ เมืองสุวรรณ, วีระยุทธ เพ็งชัย
Guidelines for identity design and retail design of Durian Chan shop <i>Piyawan Pinkaew, Patchariya Peungpak</i>	43	แนวทางการออกแบบอัตลักษณ์และตกแต่ง ภายในสำหรับร้านค้าทุเรียนจันทร์ ปิยะวรรณ ปิ่นแก้ว, พัชรียาภรณ์ พึ่งพักตร์

NFT ART ศิลปะประยุกต์แห่งเทคโนโลยีอุตสาหกรรมแห่งโลกปกติใหม่

ณชัยศักดิ์ จุณณะปิยะ

นักวิชาการอิสระแห่งเดิมสุขคาเดมี

Email: dr.nachaisak@gmail.com

Received: May 25, 2022

Revised: Jun 09, 2022

Accepted: Dec 22, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญสามประการ ดังนี้ ประการแรก เพื่ออธิบายความสำคัญและความหมาย ประการสอง เพื่อวิเคราะห์เทคโนโลยีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และประการสุดท้ายเพื่อนำเสนอแนวทางการออกแบบศิลปะประยุกต์ นฤมิตศิลป์ นิเทศศิลป์ มัณฑนศิลป์ อุตสาหกรรมศิลป์ หัตถกรรมศิลป์สู่ NFT ART และต่อยอดสู่พาณิชย์ศิลป์ในระดับสากล

NFT มาจากคำว่า Non-fungible token โดยที่ Non-fungible แปลว่า ไม่สามารถทดแทนกันได้ token หมายถึง เหรียญ ซึ่งในปัจจุบันได้รับการยอมรับในฐานะสินทรัพย์ดิจิทัล เป็นผลงานศิลปะ NFT ART สามารถซื้อขาย แลกเปลี่ยนได้ผ่านเทคโนโลยีบล็อกเชน ซึ่งจากการวิเคราะห์มูลค่าตลาด NFT ART ทั่วโลกมีแนวโน้มเติบโตทั้งโลกต่อเนื่องทุกปีและคาดว่าจะสูงถึง 980 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี ค.ศ. 2028 โดยแนวทางการออกแบบนั้นสิ่งที่นักออกแบบต้องทราบเอกลักษณ์เฉพาะตัวมีอยู่ 3 ลักษณะด้วยกัน ได้แก่ 1) Unique จะระบุลักษณะเฉพาะเอาไว้ 2) Rare จะมีการจำกัดจำนวน 3) Indivisible ไม่สามารถแบ่งเป็นหน่วยย่อยได้ และมีขั้นตอนการต่อยอดสู่พาณิชย์ศิลป์ในระดับสากล ซึ่งมีขั้นตอนการขายทั้งหมด 7 ขั้นตอน และการซื้อทั้งหมด 5 ขั้นตอน ซึ่งมูลค่าของรายได้จากขาย NFT ART โดยศิลปินไทยมีมูลค่าตั้งแต่หลักแสนบาทถึงหลักพันล้านบาท

คำสำคัญ: สินทรัพย์ดิจิทัล ความเป็นเจ้าของศิลปะดิจิทัล, หน่วยแสดงสิทธิ์ความเป็นเจ้าของที่ทดแทนไม่ได้ เทคโนโลยีบล็อกเชน

NFT ART An applied art of technology, the industry of the new normal

Nachaisak chunnapiya

Independent researcher Bangkok

Email: dr.nachaisak@gmail.com

Received: May 25, 2022

Revised: Jun 09, 2022

Accepted: Dec 22, 2022

Abstract

This academic paper has three main objectives. Firstly, to explain the importance and meaning Second, to analyze the relevant industrial technologies. Lastly, to present the design guidelines for applied arts, creative arts, communication arts, decorative arts, and industrial arts. Craft Arts to NFT ART and extending to international art commerce

NFT stands for Non-fungible token, where Non-fungible means non-replaceable, token refers to a coin, which is currently accepted as a digital asset. It is a work of NFT ART can be traded Exchangeable through blockchain technology. According to analysis, the global NFT ART market is likely to grow globally every year and is expected to reach US\$980 billion by 2028. By the way of design, what designers need to know, there are 3 unique characteristics. including 1) Unique It will specify the characteristics. 2) Rare will have a limit on the number. 3) Indivisible cannot be divided into subunits. and there is a process to continue to become an international art commerce which has a total of 7 sales steps and a total of 5 purchase steps, where the value of revenue from the sale of NFT ART by Thai artists ranges from hundreds of thousands of baht to billions of baht.

Keywords: NFT ART, Non-fungible Token, Blockchain

บทนำ

เมื่อโลกเข้าสู่เหตุการณ์โรคโควิดทำให้หอศิลป์ต่าง ๆ ไม่สามารถจัดแสดงได้ ผู้เสพงานศิลปะไม่สามารถไปชมหรือแม้รวมถึงการประมูลงานศิลปะได้ ผู้จัดแสดงผลงานทางศิลปะและศิลปินเองพยายามดิ้นรนอย่างสุดความสามารถเยี่ยงวิถีศิลปินเพื่อหาช่องทางเอาชีวิตรอดโดยอาศัยช่องทางการแสดงศิลปะออนไลน์ทั้งในรูปแบบหอศิลป์ออนไลน์รวมถึงช่องทางดิจิทัลต่าง ๆ ส่วนตัวของศิลปินเองเพื่อจัดแสดงผลงานต่าง ๆ ด้วยการถ่ายรูปภาพงานศิลปะนั้น ๆ และนำขึ้นสู่โลกอินเทอร์เน็ต แต่ก็มีผลเสียตามมาอย่างมากคือผลงานศิลปะนั้นจะถูกลอกเลียนแบบง่ายมากด้วยการโหลดไฟล์ภาพดิจิทัลเหล่านั้นทำให้ศิลปินเองสูญเสียรายได้จากผลงานเหล่านั้นอย่างมหาศาล

ซึ่งหนทางแก้ปัญหาหนึ่งคือการพัฒนาผลงานศิลปะแบบดั้งเดิมเข้าสู่ผลงานศิลปะแบบ NFT ART โดยอาจเป็นผลงานศิลปะที่รังสรรค์ผลงานศิลปะแบบดั้งเดิมเช่นภาพวาดแล้วมีเปลี่ยนให้เป็นรูปแบบดิจิทัลโดยการถ่ายรูป หรือ สร้างสรรค์ในรูปแบบดิจิทัลตั้งแต่แรกด้วยโปรแกรมวาดภาพต่าง ๆ ก็ได้ ซึ่ง NFT ART เรียกอย่างง่ายว่าเป็นศิลปะในรูปแบบดิจิทัล (Digital art) ที่มีการจดลิขสิทธิ์และกำหนดสิทธิ์การเป็นเจ้าของได้คนเดียวเท่านั้นซึ่งไม่สามารถโหลดทำซ้ำได้อีกทั้งยังสะดวกในการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างสะดวกสบายในตลาดกลางซื้อขายผลงาน NFT ART ซึ่งมีมูลค่าในตลาดเติบโตต่อเนื่องทุกปี

จากการพยากรณ์มูลค่าตลาดทั่วโลกของบริษัท adroitmarketresearch พยากรณ์ว่าตั้งแต่ปี ค.ศ. 2018 ไปจนถึงปี ค.ศ.2028 จะมีมูลค่าถึง 980 ล้าน ดอลลาร์สหรัฐโดยเติบโตเฉลี่ยปีละ 30-35% ซึ่งเห็น

ได้ชัดเจนว่า NFT ART จะทวีความสำคัญ และมีบทบาทเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งอนาคตของวงการศิลปะทั้งตัวศิลปินเอง หอศิลป์ ร้านขายผลงานศิลปะจะต้องพัฒนาไปทั้งคุณค่าทางจิตใจที่มีสูงอยู่แล้วแต่จะเพื่อมูลค่าทางตัวเงินมากขึ้นไปด้วย โดยที่เจ้าของศิลปินเองจะได้รับผลตอบแทนอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วยกว่ารูปแบบศิลปะแบบเดิมช่องทางการเผยแพร่แบบเดิม ๆ การเผยแพร่ผลงานศิลปะเพียงเดินชมที่หอศิลป์หาประมูลงานหรือซื้อภาพมาประดับไว้ตามผนังอาคารบ้านเรือนต่าง ๆ มาสู่โลกใบใหม่บนโลกดิจิทัลในโทรศัพท์มือถือที่ทุกคนสามารถเข้าเสพงานศิลปะได้ทุกที่ทุกเวลาทั่วโลกและนำมาไว้ในครอบครองในมือได้อย่างสะดวกสบายมากขึ้นจนเป็นความคุ้นชินเป็นความปกติใหม่ในการเผยแพร่ผลงานศิลปะที่มีทั้งคุณค่ามูลค่าเพิ่มมากขึ้นกว่าแต่เดิม

ดังนั้นวงการศิลปะในประเทศไทยทั้งศิลปินผู้มีชื่อเสียง ศิลปินหน้าใหม่ จึงมีโอกาสมากขึ้นในการนำศิลปะของตนออกแสดงและจัดจำหน่ายได้มากขึ้นและที่สำคัญสามารถจัดแสดงและจัดจำหน่ายได้โดยตรงโดยไม่ต้องอาศัยหอศิลป์เพียงช่องทางเดียวแต่จะต้องเพิ่มช่องทางในตลาดกลางซื้อขายผลงาน NFT ART ทั่วโลกทำให้สะดวกสบายและก้าวสู่การเป็นศิลปินในระดับโลกได้ในที่สุดและนำมาซึ่งรายได้จากทั่วโลกด้วยเช่นกัน ซึ่งผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าในอนาคต NFT ART ของประเทศไทยอาจเป็นส่วนหนึ่งของรายได้หลักในการส่งออกของประเทศไทยเฉกเช่นเดียวกันสินค้าและบริการประเภทอื่น ๆ

ก่อนจะอธิบายต่อไปผู้เขียนขอขยายความเพื่อความเข้าใจของผู้อ่านถึงคำว่า NFT ART ดังนี้

NFT มาจากของสองคำคือคำว่า Non-fungible และ คำว่า Token ซึ่งทั้งสองคำให้ความหมายไว้ดังนี้

Non-fungible หมายถึง ไม่สามารถทดแทน และโทเคน (Token) หมายถึง หน่วยข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อแสดงสิทธิในการร่วมลงทุน หรือสิทธิอื่น ๆ ที่ได้ทำการตกลงกับผู้ออกโทเคน โดยเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ซึ่งจะสร้างขึ้นมาจากวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจง ซึ่ง NFT โดยพื้นฐานเป็นสินทรัพย์ดิจิทัลที่มีคุณสมบัติการแสดงความเป็น “เจ้าของ” ในตัวอยู่แล้ว ซึ่งคล้าย ๆ กับการเป็นเจ้าของ “ลิขสิทธิ์” ในงานศิลปะอื่น ๆ (voathai, 2565)

ซึ่งโทเคน (Token) เป็นสินทรัพย์ดิจิทัลที่มีความเฉพาะตัวและจัดทำในรูปแบบของบล็อกเชน ซึ่งบล็อกเชนเป็นระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตรูปแบบใหม่เท่านั้นที่ใช้ในการรักษาความเป็นเจ้าของของสินทรัพย์นั้น ๆ ด้วย

ดังนั้น NFT Art จึงหมายถึง สินทรัพย์ประเภทผลงานศิลปะดิจิทัลที่ไม่สามารถทดแทนได้และมีสิทธิ์ความเป็นเจ้าของอยู่ในตัวเองเป็นผลงานศิลปะออนไลน์ที่อยู่ในรูปแบบโทเคนเข้ารหัส (Cryptocurrency) ซึ่งสามารถซื้อขาย แลกเปลี่ยนได้ผ่านเทคโนโลยีบล็อกเชนเท่านั้น

โดยที่ NFT Art ไม่ได้มีเพียงในรูปแบบรูปภาพเท่านั้น แต่นั้นหมายถึงงานศิลปะทุกแขนง ซึ่งรวมศิลปะประยุกต์ นฤมิตรศิลป์ นิเทศศิลป์ มัณฑนศิลป์ ทัศนศิลป์ หัตถกรรมศิลป์ เข้ามาออกแบบผสมผสานเป็นหนึ่งเดียวกัน

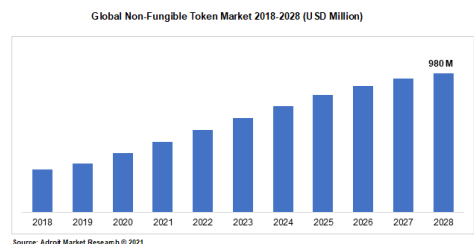
วัตถุประสงค์ของบทความวิชาการ

1. เพื่ออธิบายความสำคัญและความหมาย
2. เพื่อวิเคราะห์เทคโนโลยีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการออกแบบศิลปะประยุกต์ นฤมิตรศิลป์ นิเทศศิลป์ มัณฑนศิลป์ ทัศนศิลป์ หัตถกรรมศิลป์

หัตถกรรมศิลป์สู่ NFT ART และต่อยอดสู่พาณิชย์ศิลป์ในระดับสากล

ความสำคัญ

จากการพยากรณ์ มูลค่าตลาดทั่วโลกของบริษัท adroitmarketresearch พยากรณ์ว่าตั้งแต่ปี ค.ศ. 2018 ไปจนถึงปี ค.ศ.2028 จะมีมูลค่าถึง 980 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเติบโตเฉลี่ยปีละ 30-35% ซึ่งเห็นได้ชัดเจนว่า NFT ART จะทวีความสำคัญดังกล่าว



รูปที่ 1 <https://www.adroitmarketresearch.com/industry-reports/non-fungible-token-market>

ความหมาย

NFT คือการรับรองทางดิจิทัลรูปแบบหนึ่ง ที่ให้การยืนยันผู้ที่เป็นเจ้าของทรัพย์สินที่มีความเฉพาะเจาะจงในวงการคริปโตอาร์ต NFT แต่ละเหรียญจะเป็นตัวแทนการเป็นเจ้าของผลงานศิลปะของแท้ 1 ชิ้น ซึ่งเหรียญ NFT มีอยู่จริงในบล็อกเชน ซึ่งเป็นเทคโนโลยีเดียวกันกับที่ทำให้เกิดสกุลเงินดิจิทัลต่าง ๆ ขึ้นมา อย่าง บิตคอยน์ นอกจากนี้เหรียญ NFT นี้ยังมีรายละเอียดต่าง ๆ อย่างเช่น ผู้ที่สร้างสรรค์ผลงานศิลปะชิ้นนั้นขึ้นมาคือใคร ผลงานถูกขายเมื่อไหร่ และใครซื้อไปบ้าง ซึ่งหมายความว่า แม้ว่าทุกคนสามารถชมสำเนาภาพทางออนไลน์ได้ แต่คนที่ซื้อเหรียญ NFT เพียงคนเดียวเท่านั้นที่พูดได้ว่าเป็นเจ้าของภาพนั้นโดยที่เหรียญเหล่านี้สามารถ

นำไปขายต่อได้และโอนกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของให้แก่อีกคนหนึ่งได้ ขณะที่ศิลปินยังคงเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ทางปัญญาของภาพที่เกี่ยวข้องกับเหรียญ NFT นั้นอยู่ และสามารถที่จะได้รับค่าลิขสิทธิ์ในทุกครั้งที่มีการขายเหรียญนั้นต่อให้กับคนอื่น (ธอร์น, 2022)

วิเคราะห์เทคโนโลยีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

เทคโนโลยี Blockchain เทคโนโลยีอุตสาหกรรมดิจิทัลเพื่อการออกแบบรังสรรค์ศิลปะประยุกต์ นฤมิตรศิลป์ นิเทศศิลป์ มัณฑนศิลป์ อุตสาหกรรมศิลป์ หัตถกรรมศิลป์สมัยใหม่

เทคโนโลยีBlockchain คืออะไร?

แนวคิดของ Blockchain เกิดขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 1991 โดยนักวิทยาศาสตร์นามว่า Stuart Haber และ W. Scott Stornetta ได้เสนอให้ใช้วิธีบันทึกเวลา (Time-Stamps) ลงบนเอกสารดิจิทัล เพื่อให้เอกสารดังกล่าวไม่สามารถถูกเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขได้ จากนั้นในปี ค.ศ. 1992 ได้มีการนำเสนอระบบ Merkle trees^๒ หรือ Hash tree เพื่อให้ สามารถเก็บข้อมูลหรือเอกสารหลาย ๆ ชุดเข้าด้วยกันเป็นบล็อกได้ แต่ระบบนี้ไม่เป็นที่นิยมเท่าไรนักจึงไม่ค่อยมีการใช้งานจริง จนกระทั่งในปี ค.ศ. 2004 นักวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์และผู้เชี่ยวชาญด้านศาสตร์การเข้ารหัสนามว่า Hal Finney ได้คิดค้นระบบที่เรียกว่า Reusable Proof of Work ซึ่งต่อมาได้กลายมาเป็นระบบต้นแบบ (Prototype) ให้กับระบบ Proof of Work ของ Bitcoin Blockchain คือ เทคโนโลยีว่าด้วยระบบการเก็บข้อมูล (Data Structure) ซึ่งไม่มีตัวกลาง แต่ข้อมูลที่ได้รับการปกป้องจะถูกเข้ารหัสและจัดเก็บเป็นสำเนาไว้ในเครื่องของทุกคนที่ใช้ฐานข้อมูล

เดียวกันเสมือนห่วงโซ่ (Chain) โดยทุกคนจะรับทราบร่วมกันว่าใครเป็นเจ้าของและมีสิทธิ์ในข้อมูลตัวจริง เมื่อมีการอัปเดตข้อมูลใด ๆ สำเนาข้อมูลในฐานเดียวกันก็จะอัปเดตตามไปด้วยทันที ทำให้การปลอมแปลงข้อมูลไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะทุกคนต้องรับทราบและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลร่วมกันได้ อีกทั้งไม่มีระบบล่ม และภัยใด ๆ ก็ไม่อาจทำลายอุปกรณ์ในระบบได้พร้อมกัน เช่นเดียวกับการถูกแฮ็กข้อมูลซึ่งต้องทำการแฮ็กทุกเครื่องในฐานเดียวกันพร้อม ๆ กัน หรืออย่างน้อยต้องแฮ็กเครื่องที่ถือสำเนาให้ได้มากกว่า 51% จึงจะแฮ็กได้ สำเร็จเทคโนโลยี Blockchain จึงนับว่ายอดเยี่ยมในแง่ของเครดิต นอกจากนี้ยังเป็นเทคโนโลยีที่เข้ามารองรับการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล เช่น บิทคอยน์ (Bitcoin) ฯลฯ ให้มีความปลอดภัยด้านข้อมูล

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าบล็อกเชนคือ เทคโนโลยีตัวช่วยด้านความปลอดภัย (Security) และความน่าเชื่อถือ (Trust) ในการทำธุรกรรมการเงินโดยไม่ต้องอาศัยคนกลาง ซึ่ง Blockchain ทำงานเสมือนฐานข้อมูลที่ กระจายส่วน ไม่มีการรวมศูนย์ แต่ละฝ่ายสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล (Data) กันโดยตรงได้ ไม่ว่าจะเป็นเงินหรือสิ่งต่าง ๆ ที่มีค่า ในรูปแบบที่ปลอดภัย ในโลกแห่ง ศิลปะประยุกต์ นฤมิตรศิลป์ นิเทศศิลป์ มัณฑนศิลป์ อุตสาหกรรมศิลป์ หัตถกรรมศิลป์สมัยใหม่ จึงสามารถใช้เทคโนโลยีอุตสาหกรรมศิลป์นี้ไปไว้บน Blockchain ที่มาพร้อม Unique และการบันทึกเวลาที่จะมีใครเข้ามาเปลี่ยนแปลงได้ยาก ทำให้ปัญหาที่เดิมมีการฉ้อโกงหรือการดัดแปลงจะหมดไป โดยข้อมูลที่ระบุความเป็นเจ้าของและลิขสิทธิ์จะเปลี่ยนแปลงไม่ได้

**การนำเสนอแนวทางการออกแบบศิลปะประยุกต์
นฤมิตศิลป์ นิเทศศิลป์ มัณฑนศิลป์ ทัศนกรรมศิลป์
หัตถกรรมศิลป์สู่ NFT Art และต่อยอดสู่พาณิชย์ศิลป์
ในระดับสากล**

จากที่กล่าวมาข้างต้น NFT ย่อมาจาก Non-fungible Token ซึ่งเป็นเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีประเภทหนึ่งเช่นเดียวกับ Bitcoin, Ethereum, Litecoin, Binance Coin แต่ NFT จะต่างออกไปตรงที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งแปลตรงตัวจากคำว่า Non-fungible คือไม่สามารถทำซ้ำได้ และไม่สามารถทดแทนกันได้ ดังนั้น NFT แต่ละชิ้น จึงมีเพียงชิ้นเดียวและมีมูลค่าในตัวเอง ดังนั้นตัวงานที่จะนำมาสร้างเป็น NFT ได้นั้น ครอบคลุมทุกรูปแบบ ตั้งแต่ภาพเสียง วิดีโอ กราฟิก หรือสื่ออื่น ๆ ในรูปแบบดิจิทัลก็สามารถเปลี่ยนให้เป็นเหรียญภายใต้ระบบบล็อกเชนได้ โดยวิธีเปลี่ยนชิ้นงานให้กลายเป็นเหรียญนั้นเรียกว่า Minting หรือการนำชิ้นงานขึ้นสู่ระบบบล็อกเชน สามารถทำได้ผ่านแพลตฟอร์ม NFT อย่างเช่น Opensea, Bakerywap, foundation โดยแพลตฟอร์มพวกนี้จะทำหน้าที่คล้าย eBay, Amazon ที่เราสามารถสร้างงาน กำหนดราคา และโพสต์ขาย

ส่วนนักสะสมก็เข้าไปกดประมูลซื้อได้ง่าย ๆ โดยมีข้อแม้คือทั้งคนขายและคนซื้อ NFT จะต้องมีการชำระเงิน คริปโตเคอร์เรนซี เงินในกระเป๋า คริปโตเคอร์เรนซี และบัญชีผู้ใช้งานตามแพลตฟอร์มที่จะเข้าไปโพสต์ซื้อขายนั่นเอง เมื่อมีคนซื้อ NFT ขึ้นไป คน ๆ นั้นจะกลายเป็นเจ้าของเหรียญหรือชิ้นงานนั้น ถือครองสิทธิ์ความเป็นเจ้าของผลงาน สามารถเก็บสะสมไว้หรือขายต่อทำกำไรได้ จะเห็นได้ว่า NFT มีคอนเซ็ปต์ที่ตรงกันกับงานศิลปะ คือมีเพียงหนึ่งเดียว และมีคุณค่าในตัวเอง NFT จึงกลายเป็นแสงสว่างที่ปลายอุโมงค์ของศิลปินยุคใหม่ โดยเฉพาะ

สายดิจิทัลอาร์ต ที่จะสร้างผลงานและสร้างรายได้ให้ตัวเอง (Bizview, 2565)

**สิ่งที่นักออกแบบต้องทราบในความเป็น
เอกลักษณ์เฉพาะตัวของ NFT ART**

ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของ NFT แต่ละโทเคน ซึ่งมีอยู่ 3 ลักษณะด้วยกัน (cointelegraph, 2022) ได้แก่

1. Unique – ข้อมูลต่าง ๆ ของ NFT ชิ้นนั้นจะระบุลักษณะเฉพาะเอาไว้ ซึ่งจะไม่เหมือนชิ้นไหนและไม่มีชิ้นไหนเหมือน คล้ายกับเป็นใบประกาศความเป็นต้นฉบับของ NFT แต่ละชิ้น

2. Rare – แม้ว่าเจ้าของคอลเลกชันจะสามารถผลิต NFT ออกมาแบบไม่จำกัดจำนวน แต่ส่วนใหญ่ในคอลเลกชันชื่อดังจะมีการกำหนดจำนวน NFT เอาไว้แล้ว ยังมีจำนวนจำกัด เมื่อเกิดความต้องการมากขึ้น NFT ชิ้นนั้นก็จะมีราคาสูงตามไปด้วย

3. Indivisible – NFT ไม่สามารถแบ่งซื้อขายเป็นหน่วยย่อยได้ ต้องซื้อขายหรือครอบครองเต็มจำนวนเท่านั้นต่อไปนี้จะยกตัวอย่าง NFT ART ที่มีราคาที่แพงที่สุดในโลกชื่อว่า Everyday: The First 5000 Days มีราคาถึง 69.3 ล้านเหรียญฯ หรือเป็นเงินราว 2,261,952,000 บาท ซึ่งผู้อ่านบทความค้นหาภาพนี้ใน google จะได้รายละเอียดภาพที่สวยงามยิ่งนัก หรือภาพราคาแพงอันดับ 6 ชื่อภาพ Ocean Front: 6 ล้านเหรียญฯ ราว 195,840,000 บาท



รูปที่ 2 Boonmak, 2565

ผลงานศิลปะในซีรีส์ “Everydays” ของศิลปินชื่อ Beeple ภายใต้คอนเซ็ปต์ “เราทำกันทุกวันนี้ได้” โดยภาพ Ocean Front คือการแสดงออกถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากปัญหาโลกร้อน โดยมีต้นไม้อยู่บนตู้คอนเทนเนอร์สำหรับการขนส่งบนเกาะกลางทะเล



รูปที่ 3 Boonmak, 2565

การต่อยอดสู่พาณิชย์ศิลป์ในระดับสากล

ขั้นตอนการขายและซื้องานศิลปะ NFT ART ก่อนการขาย

การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา

กรมทรัพย์สินทางปัญญามีแผนขยายความร่วมมือไปยังแพลตฟอร์มอื่น ๆ ตลอดจนเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการไทยผ่านบริการของศูนย์ให้คำปรึกษาด้านทรัพย์สินทางปัญญา (IPAC) เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องกับ NFT รวมถึงพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 5) ที่รองรับการคุ้มครองงานลิขสิทธิ์ดิจิทัล โดยมีผลใช้บังคับในวันที่ 23 ส.ค. 2565 นี้ซึ่งอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญากล่าวว่า ปัจจุบันตลาดซื้อ-ขายผลงานศิลปะดิจิทัลบนแพลตฟอร์ม NFT ART ทั้งในและต่างประเทศมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับเป็นโอกาสให้ศิลปินและผู้ประกอบการไทยก้าวสู่ตลาดศิลปะดิจิทัล สร้างรายได้และแสดงอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านงานศิลปะอย่างเข้มแข็ง ด้วยองค์ความรู้และบริการด้านลิขสิทธิ์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญาสอดคล้องกับนโยบาย Soft Power ของรัฐบาล ซึ่งกรมทรัพย์สินทางปัญญาเดินทางขับเคลื่อนองค์กรสู่ Smart DIP นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการประชาชนและนักธุรกิจไทยตอบโจทย์ยุคดิจิทัล ไปสู่การนำทรัพย์สินทางปัญญามาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ต่อยอดการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังภาพ (ไอศานนท์, 2565)

ขั้นตอนการขาย

ระบุไว้ 6 ขั้นตอน (thaiartnew, 2565) ดังนี้

1) เตรียมไฟล์ภาพ ซึ่งหากงานศิลปะเป็นภาพวาดให้ถ่ายภาพหรือสแกนเข้าคอมพิวเตอร์ เพื่อแปลงภาพเป็นไฟล์ดิจิทัลหากงานศิลปะเป็นไฟล์ที่มาจากโปรแกรมบนคอมพิวเตอร์อยู่แล้ว สามารถเซฟได้เลยและหากเป็นภาพถ่าย สามารถนำไฟล์จากเมมโมรี่ในกล้องลงคอมพิวเตอร์ได้

2) สมัครเว็บซื้อขายเหรียญดิจิทัล เพื่อการซื้อขาย เช่น Bitkub เป็นต้น

3) โอนเงินเข้าเว็บซื้อขายเหรียญดิจิทัล เพื่อซื้อขายเหรียญดิจิทัล ETH เก็บไว้

4) สมัครสมาชิกเว็บ Crypto Wallet คือ Metamask (สมัครที่ <https://metamask.io>) เพื่อเป็นกระเป๋าเงินสำหรับ รับ-ส่งเงิน ที่ได้จากการขายงานศิลปะในรูปแบบ token จากเว็บไซต์ NFT ART

5) โอนเหรียญดิจิทัล ETH เข้ากระเป๋าเงิน Metamask เพื่อเตรียมไว้ใช้จ่ายค่าแปลงไฟล์ภาพเป็น NFT เรียกว่าค่า “Gas Fee” ซึ่งก็คือค่าธรรมเนียมสำหรับการนำข้อมูลไปลงไว้ในแต่ละระบบ Blockchain

6) เลือกเว็บไซต์ที่ต้องการนำผลงานศิลปะวางขายในรูปแบบ NFT

ขั้นตอนการซื้องานศิลปะ NFT ART

ระบุไว้ 5 ขั้นตอน (thaiartnew, 2565) ดังนี้

1) เข้าเว็บไซต์ที่เปิดซื้อ-ขาย NFT ART และล็อกอินเข้าบัญชี Metamask wallet เพื่อเชื่อมต่อกระเป๋าเงินกับเว็บจำหน่ายภาพ

2) อัปโหลดภาพผลงานศิลปะที่ต้องการจำหน่ายบนเว็บไซต์ ตามขั้นตอนที่กำหนด เช่น ชื่อภาพ รายละเอียดภาพ ราคาจำหน่าย ราคาประมูลเริ่มต้น เลือก Token ที่ต้องการรับชำระ เป็นต้น ซึ่งในการลงจำหน่ายผลงานจะมีค่าธรรมเนียมการลงขาย เป็นค่าการแปลงไฟล์ให้เป็น NFT เรียกว่าค่า “Gas Fee”

3) เมื่อมีผู้สนใจซื้อผลงานจะได้รับเงินเหรียญดิจิทัลเข้าบัญชี Metamask wallet ทันที

4) หากต้องการนำเงินที่ขายได้เปลี่ยนเป็นเงินบาทไทย ให้ทำการโอนจากบัญชี Metamask wallet ไปยังเว็บ ซื้อ-ขายเหรียญดิจิทัล เช่น Bitkub และส่ง

ขายเหรียญในระบบตามอัตรามูลค่าเหรียญในขณะนั้น เพื่อรับเงินบาทไทยเข้าบัญชีธนาคาร

ศิลปินไทยที่สร้างรายได้หลักพันล้านบาท

(Boonmak, 2565)

1) Ape Kids Club ศิลปิน: Kun Vic

แนวคิด: คอลเลกชัน Ape Kids Club 10,000 ชิ้น จับมือกับ Bored Ape Yacht Club แพลตฟอร์ม: opensea มูลค่าการซื้อขาย: 1 พันล้านบาท



รูปที่ 4 Boonmak, 2565

2) Gangster All Star ศิลปิน: The Duang

แนวคิด: NFT Collection เป็นการดัดตัวละคร หันข้างที่มีคอนเซปต์คือ หัวหั่นมาเฟียและลูกน้องในแก๊งและมีคาแรกเตอร์สายบู๊แตกต่างกันออกไป แพลตฟอร์ม: opensea มูลค่าการซื้อขาย: 4.7 ล้านบาท*

3) The Invitation ศิลปิน: IPUTSA

แนวคิด: ภาพที่เกี่ยวกับตัวศิลปินและกระแสคริปโต โดยกิมมิกของภาพคือความละเอียดและสอດแทรกความหมายหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ เข้าไปในภาพ แพลตฟอร์ม: Foundation มูลค่าการซื้อขาย: 1.1 ล้านบาท

4) CryptoFriends ศิลปิน: BleBle158

แนวคิด: ภาพที่เปรียบเสมือนโลกแห่งความจริงกับความฝัน สื่อถึงความไร้ขอบเขตของเทคโนโลยีคริปโต แพลตฟอร์ม: Foundation

มูลค่าการซื้อขาย: 2.8 แสนบาท

5) Reject humanity return to monkey

ศิลปิน: โบว์ ปณิตตา แนวคิด: ละทิ้งความเป็นมนุษย์หวนคืนสู่วานร เป็นภาพวาดสีน้ำมันแนวแฟนตาซีที่ได้รับการจับตามองจากนักสะสมแพลตฟอร์ม: Foundation มูลค่าการซื้อขาย: 1.7 แสนบาท

6) Time to be King ศิลปิน: 1dontknows

แนวคิด: ผลงานแนว Collage Surreal ที่นำภาพไม่ติดลิขสิทธิ์จาก Public Domain มาสร้างผลงานแพลตฟอร์ม: Foundation มูลค่าการซื้อขาย: 1.2 แสนบาท

สำหรับตลาด NFT ไทยถือว่าเติบโตอย่างรวดเร็วล่าสุดมีงาน Bangkok NFT Art Festival 2022 จัดแสดงงาน NFT Art ให้ทั้งนักสะสมและคนทั่วไปเข้ามาเสพมาชมกัน รวมถึงเป็นการส่งเสริมคอมมูนิตี้ของเหล่าศิลปิน NFT ที่มาหาแรงบันดาลใจ พบปะพูดคุยกันซึ่งปัจจุบันมีศิลปินชื่อดัง ไม่ใช่แค่นักวาดแต่รวมไปถึงนักร้อง นักแสดง เข้ามาสร้างสรรค์ผลงาน ในวงการธุรกิจ ก็มีสตาร์ทอัพหลายเจ้าลุกมาจับเทรนด์ NFT สร้างเป็น NFT Marketplace Platform ตลาดไทยและอาเซียน

บทสรุปท้ายบทความ

จากที่กล่าวมาทั้งหมดในบทความนี้ ทางผู้เขียนสรุปได้ว่าวงการศิลปะของไทยควรก้าวออกจากยุคศิลปะแบบดั้งเดิมเข้าสู่ศิลปะในยุคดิจิทัลในปัจจุบันและอนาคต NFT ART จึงเป็นศิลปะประยุกต์แห่งเทคโนโลยีอุตสาหกรรมแห่งโลกปกติใหม่นั้นศิลปินไทยต้องรังสรรค์ผลงานเข้าสู่ระบบดิจิทัลด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่และนำผลงานขายสร้างคุณค่าที่มากด้วยมูลค่าสู่สากล

References

Cointelegraph. (2022). *Nonfungible Tokens Quickguileline*. Cointelegraph. <https://cointelegraph.com/magazine/nonfungible-tokens/>.

Kanpichcha,B. (2022,May 5). *Get to know 6 NFT Thai artists, cutting-edge work, hugevalue*. <https://www.agenda.co.th/bizverse/thai-nft-art/>.

Prapaisri, O. (2022, May6). *Commerce opens a worldview to push intellectual property through the NFT Art market with copyrights*. Bangkokbiznews. <https://www.bangkokbiznews.com/business/998315>.

Rebecca Torn. (2022,May 6). *Digital Art: "Selling crypto art completely changed mylife*. <https://www.bbc.com/thai/international-56405042>.

Thaiartnew. (2022). *How to sell art works through NFT Crypto ART*. Thairatnews. <https://www.Thaiartnews.com/>.

TODAY Bizview. (2022). *Summaryof NFT, updated version of Thailand from the initial knowledge to the artist opportunity workpointtoday*, <https://workpointtoday.com/nft-thailand/>.

voathai. (2022, May 7). *NFT Named Collins Dictionary 'Word of the Year 2021'*. Voathai. <https://www.voathai.com/a/nft-named-word-of-the-year-for-2021/6326616.html>.

wealthmeup. (2022, May 6). *NFT" digital coinwealthmeup*. <https://wealthmeup.com/nonfungibletoken/>.

การศึกษาและพัฒนาลวดลายเครื่องจักสานภาคกลาง สำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย

ชุตินา งามพิพัฒน์

นักวิจัยอิสระ กรุงเทพมหานคร

Email: Kataiboom@gmail.com

Received: Jul 13, 2022

Revised: Dec 22, 2022

Accepted: Dec 22, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษาและพัฒนาลวดลายเครื่องจักสานภาคกลางสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้ 1) ศึกษาลวดลายเครื่องจักสานภาคกลาง 2) เพื่อออกแบบลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจลวดลายเครื่องจักสานภาคกลางสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ และการผสมผสานวัสดุให้มีความร่วมสมัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 28 ปีขึ้นไป กลุ่มเลือกซื้อเครื่องประดับจำนวน 50 คน โดยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเครื่องจักสาน รูปแบบเครื่องจักสาน รูปแบบเครื่องประดับขั้นตอนการผลิต ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการผลิตเครื่องประดับ ลวดลายเครื่องจักสาน ภาคกลางลวดลายลวดลายในการจักสาน แบ่งตามลักษณะการใช้งานได้ 3 ลักษณะคือ 1) ลวดลายพื้นฐาน ถือเป็นลายแม่บทสำหรับการสานทั่วไป มี 6 ลาย คือ ลายขัด ลายสอง ลายสาม ลายตาหลิ่ว ลายขอ ลายบองหยอง 2) ลวดลายพัฒนา เป็นลายที่ช่างจักสานในอดีตได้คิดค้นพัฒนาขึ้นมา มี 5 ลาย คือ ลายบ้า ลายดีด้น ลายเฉลาเกล็ดเต่า ลายดอกชิง ลายดีหล่ม 3) ลวดลายประดิษฐ์ เป็นลวดลายที่คิดค้นประดิษฐ์ จากการประเมินความพึงพอใจพบว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 1 พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.59) และพิจารณาตามหัวข้อ พบว่า ด้านการประยุกต์ลวดลาย และด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.59)

คำสำคัญ: ลวดลาย, เครื่องจักสาน, เครื่องประดับ, การออกแบบลวดลาย, การออกแบบเครื่องประดับ

Study and development of basketry patterns in the central region for creativity in jewelry products.

Chutima Ngampipat

Independent researcher Bangkok

Email: Kataiboom@gmail.com

Received: Jul 13, 2022

Revised: Dec 22, 2022

Accepted: Dec 22, 2022

Abstract

Study and development of basketry patterns in the central region for the creation of contemporary jewelry products. The research objectives were as follows: 1) to study basketry patterns in the central region; 2) to design basketry patterns and to create contemporary jewelry products; 3) to assess the satisfaction of basketry patterns in the central region for jewelry product creation. and the combination of materials to be contemporary The sample group used in the research included people aged 28 years and over, a jewelry selection group of 50 people. wicker pattern jewelry production process Product Characteristics jewelry manufacturing process wicker pattern Central region, patterned patterns in basketry Can be divided into 3 types of usage: 1) Basic patterns regarded as a pattern for general weaving, there are 6 patterns, namely, polka dot pattern, second pattern, third pattern, Ta Liu pattern, Khor pattern, Bong Yong pattern 2) Pattana pattern, a pattern that weavers in the past have developed and developed. Ginger Lai Di Lom 3) Artificial pattern It is a pattern that is invented. From the satisfaction assessment, it was found that the first prototype of contemporary jewelry products was found that the overall satisfaction was at a high level, mean ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.59) and considering the topic. and identity at the highest level ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.59)

Keywords: pattern, basketry, jewelry, pattern design, jewelry design

บทนำ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้มีการสะสมขึ้นมาจากประสบการณ์สภาพสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน และได้มีการถ่ายทอด สืบทอดกันต่อมา และคิดค้นทางวัฒนธรรมพื้นบ้านเหล่านี้มีชื่อเรียกว่า ปรaxyชาวบ้าน หรือผู้รู้ชาวบ้าน สติปัญญาที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์นี้เรียกว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. 2534: 52)

เครื่องจักสานมีความสำคัญสำหรับคนไทยที่ใช้กันทั่วไปแทบทุกครัวเรือนมาตั้งแต่สมัยโบราณ เครื่องจักสานนั้น นอกจากจะสานเป็นภาชนะในรูปร่างต่าง ๆ แล้วยังสานเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันได้อีกด้วย เครื่องจักสานเป็นหนึ่งในภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ทั้งในด้านการอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตและด้านคุณค่าทางจิตใจจากความงาม ความประณีตและความเป็นท้องถิ่นของลายจักสาน อันจะนำไปสู่ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และพัฒนาสร้างสรรค์งานในวงกว้างขึ้น สามารถสร้างเป็นอาชีพเสริม และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. 2532: 129)

ภาคกลางมีพื้นที่กว้างขวางและอุดมสมบูรณ์มากกว่าภาคอื่น ๆ มีวัตถุดิบที่นำมาใช้ทำเครื่องจักสานหลายชนิด และเครื่องจักสานภาคกลาง ส่วนใหญ่จะสัมพันธ์กับสภาพภูมิศาสตร์ท้องถิ่น และชนบประเพณีของประชาชนในท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นอย่างตลัลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคกลาง ที่ดินส่วนใหญ่ ใช้ทำการเกษตร จึงจำเป็นต้องใช้เครื่องมือเครื่องใช้จักสานหลายชนิด โดยเฉพาะบริเวณที่ราบลุ่ม เจ้าพระยา ท่าจีน และแม่กลอง ซึ่งเป็นที่ล่งประชาชนนิยมปลูกไม้ไผ่ไปตามบริเวณหมู่บ้าน และ

ตามหัวไร่ปลายนา และนอกจากนี้ในบริเวณจังหวัดกาญจนบุรี เพชรบุรี ลงไปจนถึงจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีภูเขาตะนาวศรี เป็นแนวเขาที่มีป่าไม้ไผ่อยู่เป็นจำนวนมาก

เครื่องประดับของประเทศไทยตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ถูกสร้างขึ้นมามาไม่ใช้แค่เพื่อแสดงทักษะฝีมืออันวิจิตร หรือเพื่อตกแต่งร่างกายภายนอกเท่านั้น ตามหลักฐานทางโบราณคดีและมานุษยวิทยาเกี่ยวกับศิลปะเครื่องประดับ พอจะสรุปได้ว่า เครื่องประดับเป็นวิธีการแรก ๆ ที่มนุษย์ใช้ในการแสดงออกทางสุนทรียภาพ และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตนเอง ชุมชน และสภาพแวดล้อม

จากปัญหาและเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นการศึกษาและพัฒนาลวดลายเครื่องจักสานภาคกลางสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย ในเรื่องการพัฒนาและเพิ่มขีดจำกัดในด้านผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพ ปัจจัยด้านรูปแบบของงานดีไซน์ การจักสานกับเครื่องประดับที่ร่วมสมัย เกิดผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ และสามารถต่อยอดในเรื่องของตลาดมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาและเรียนรู้ลวดลายเครื่องจักสานภาคกลาง
2. เพื่อออกแบบลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจลวดลายเครื่องจักสานภาคกลางสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและการผสมผสานวัสดุให้มีความร่วมสมัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาตลาดเครื่องจักรกลานภาคกลางสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย โดยกำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับตลาดเครื่องจักรกลานภาคกลาง

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 28 ปีขึ้นไป กลุ่มเลือกซื้อเครื่องประดับ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล จำนวน 50 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling)

2. เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดเครื่องจักรกลานภาคกลาง ประวัติตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ตลาดเครื่องจักรกลาน พื้นที่ของชุมชนจักรกลานภาคกลาง รูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลาน

2.2 แบบประเมินการออกแบบตลาดเครื่องจักรกลานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย

2.3 แบบประเมินความพึงพอใจตลาดเครื่องจักรกลานภาคกลางสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและการผสมผสานวัสดุให้มีความร่วมสมัย

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1 ศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary Research) จากหนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ ต่าง ๆ บทความวารสาร วิทยุ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

3.2 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยได้ขอความร่วมมือจากเครื่องจักรกลานภาคกลาง ในการตอบแบบสอบถาม

3.3 ศึกษาข้อมูล อุปกรณ์ และเครื่องมือในการเครื่องจักรกลาน รูปแบบเครื่องจักรกลาน และรูปแบบเครื่องประดับ

3.4 ศึกษาขั้นตอนกระบวนการผลิตเครื่องจักรกลาน วิธีการจักรกลาน ตลาดตั้งอดีตจนถึงปัจจุบัน

3.5 ศึกษาข้อมูลตลาดเครื่องจักรกลานภาคกลาง จากการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ประสิทธิภาพในการทำงานมากกว่า 10 ปี และสังเกตโดยการเก็บข้อมูล ด้วยการบันทึก การถ่ายภาพ

3.6 ข้อมูลการออกแบบเครื่องจักรกลานภาคกลาง สำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย เช่น เครื่องประดับ ตามกรอบแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่างแบบ (Sketch Design) จำนวน 6 รูปแบบ จากนั้น นำรูปแบบ นำมาประเมินหาความเหมาะสมของรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน

3.7 เก็บข้อมูลการประเมินความพึงพอใจตลาดเครื่องจักรกลานภาคกลางสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและการผสมผสานวัสดุให้มีความร่วมสมัย โดยมีการผสมผสานตลาด กับวัสดุให้เกิดการออกแบบในรูปแบบใหม่

3.8 นำแบบประเมินผลการออกแบบนำไปประเมินความพึงพอใจตลาดเครื่องจักรกลานภาคกลางสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลาน โดยพฤติกรรม

ผู้บริโภคที่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ที่เน้นลักษณะรูปแบบ ลวดลายที่มีความสวยงามและยังคงเอกลักษณ์ ภูมิปัญญาชาวบ้านและการผสมผสานผสมผสานวัสดุให้มีความร่วมสมัย จำนวน 50 คน

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาเกี่ยวกับลวดลายเครื่องจักสาน ภาคกลาง ประวัติตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ลวดลายเครื่องจักสาน พื้นที่ของชุมชนจักสานภาคกลาง ภูมิปัญญาด้านประเภทและรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ซึ่งได้รับการถ่ายทอดมาตั้งแต่อดีต ภูมิปัญญาด้านลวดลายจักสาน

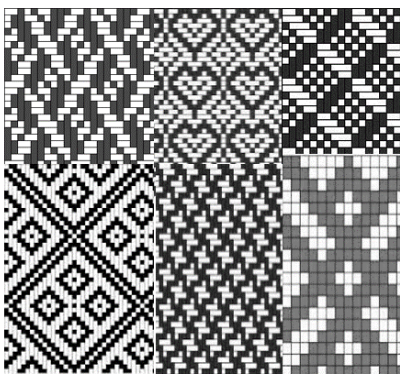
1.1 ลักษณะพื้นที่ เครื่องจักสานภาคกลาง ภาคกลางมีพื้นที่กว้างขวางและอุดมสมบูรณ์มากกว่าภาคอื่น ๆ มีวัตถุดิบที่นำมาใช้ทำเครื่องจักสานหลายชนิดและเครื่องจักสานภาคกลาง ส่วนใหญ่จะสัมพันธ์กับสภาพภูมิศาสตร์ท้องถิ่น และชนบประเพณีของประชาชน ในท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นอย่างดีลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคกลาง ทำให้พื้นที่บริเวณนี้มีความอุดมสมบูรณ์ ที่ดินส่วนใหญ่ ใช้ทำการเกษตร จำเป็นต้องใช้เครื่องมือเครื่องใช้จักสานหลายชนิด โดยเฉพาะบริเวณที่ราบลุ่ม เจ้าพระยา ท่าจีน และแม่กลอง ซึ่งเป็นที่โล่ง ประชาชนนิยมปลูกไม้ไผ่ไว้ตามบริเวณหมู่บ้าน และตามหัวไร่ ปลายนา และนอกจากนี้ในบริเวณจังหวัดกาญจนบุรี เพชรบุรี ลงไปจนถึงจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีภูเขาเตชะนาวศรีเป็นแนวเขาที่มีป่าไม้ไผ่อยู่เป็นจำนวนมาก จากลักษณะดังกล่าว ทำให้บริเวณภาคกลางมีการทำเครื่องจักสานอย่างแพร่หลาย แต่ก็มีเครื่องจักสานส่วนที่ทำด้วยวัตถุดิบอย่างอื่นบ้าง ได้แก่ ใบตาล ใบตาล หวาย ผักตบชวา

1.2 อุปกรณ์ในการทำเครื่องจักสาน ที่ใช้กันทั่วไปมีหลายอย่างได้แก่ ใบเตย ลำเจียกหรือปาหนัน ผักตบชวา ย่านลิเภา กระจุต กก ใบตาล ใบลาน หวาย ไม้ไผ่ แต่ที่นิยมนำมาใช้ทำงานจักสานมากที่สุดคือ ไม้ไผ่และหวาย เนื่องจากคงทน ราคาไม่แพง วัตถุดิบหาได้ง่ายมีอยู่ทั่วไป การทำเครื่องจักสานจะต้องนำวัตถุดิบมาแปรรูปให้เป็นเส้นตอก เพื่อให้สานได้สะดวกและได้รูปทรงตามความต้องการ เช่น นำไม้ไผ่มาจักเป็นตอก นำหวายมาจักเป็นเส้น นำใบตาล ใบมะพร้าว ใบจาก ใบลาน มาฉีกเอาก้านใบออก แล้วจักใบให้มีขนาดตามต้องการ ก่อนที่จะนำมาสานเป็นสิ่งต่าง ๆ เช่น สานเป็นปลาดะเพียน ตักแตน งอก หมวก

1.3 ขั้นตอนการผลิต จักสานแล้วก็ถึงขั้นลงมือสาน ช่างสานจะต้องรู้ว่า ควรใช้ลายสานแบบใดสำหรับเครื่องจักสานแต่ละชนิดเช่น ป่าน้ำชาใช้ลายหนึ่ง กระบุงใช้ลายสาม กระดังใช้ลายขอ ช่างจักสานที่มีความชำนาญมากจะสามารถสานลายต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและคล่องแคล่ว เป็นระเบียบ และสวยงาม ปัจจุบันลวดลายจักสานได้มีการพัฒนา ลวดลายให้ทันสมัย และเกิดจากสร้างสรรค์และจินตนาการและยังคงเอกลักษณ์ของลวดลายแบบดั้งเดิมไว้ องค์ความรู้ที่ปรากฏในหัตถกรรมจักสานมีความครอบคลุมองค์ความรู้ 8 ด้าน ซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่ค่อนข้างสมบูรณ์ ควรแก่การอนุรักษ์หรือสืบทอดและลวดลายจักสาน สามารถพัฒนาและต่อยอดในรูปแบบต่าง ๆ และสามารถจัดเก็บองค์ความรู้ในรูปแบบรูปธรรม และมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาต่อยอดตามยุคสมัย

1.4 ลวดลายลวดลายในการจักสาน แบ่งตามลักษณะการใช้งานได้ 3 ลักษณะคือ ลวดลายพื้นฐานถือเป็นลายแม่บท สำหรับการสานทั่วไป มี 6 ลาย

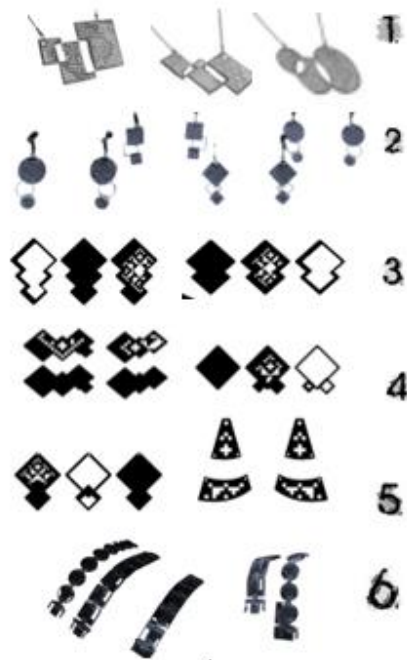
คือ ลายขัด ลายสอง ลายสาม ลายตาหลิ่ว ลายขอ ลายบองหยอง ลวดลายพัฒนา เป็นลายที่ช่างจักสาน ในอดีตได้คิดค้นพัฒนาขึ้นมา ที่ปรากฏทั่วไป มี 5 ลาย คือ ลายบ้ำ ลายดีดำน ลายเฉลาเกล็ดเต่า ลายดอกชิง ลายดีห่อลุ่ม ลวดลายประดิษฐ์ เป็นลวดลาย ที่คิดค้นประดิษฐ์ขึ้นเป็นลักษณะเฉพาะ และผสมผสานวัสดุ ร่วมกับการประยุกต์ลวดลายเกิดจากการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย โดยการออกแบบลวดลายดั้งเดิม เช่น ลายสาม ลายสอง ขึ้นลง ลายดอกพิกุล นำมาดัดทอนลวดลาย เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย และยังคงเอกลักษณ์ รูปแบบเครื่องจักสานไว้ และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ และถ่ายทอดองค์ความรู้ด้าน วัสดุที่ใช้ และขั้นตอนการจักสาน และรูปแบบ เครื่องประดับร่วมสมัยมาสร้างสรรค์บนผลิตภัณฑ์ที่ ออกแบบ ผสานกับแนวคิดหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมของ Osborn ใช้เป็นแนวทางในการ เปลี่ยนแปลงรูปแบบและลวดลายเดิม ๆ ให้เป็นงาน ที่แปลกใหม่



รูปที่ 1 ลวดลายเครื่องจักสาน ภาคกลาง

2. ผลการออกแบบลวดลายเครื่องจักสานและ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย

2.1 ผลการออกแบบลวดลายเครื่องจักสาน และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย โดยนำการออกแบบและนำมาวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยได้ ทำแบบร่าง (SKETCH DESIGN) จำนวน 6 แบบ โดย นำรูปแบบลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย นำไปพบผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้เลือกรูปแบบเกิดความเหมาะสม และตรงกับวัตถุประสงค์ และเกิดการผสมผสานวัสดุ ร่วมกับการประยุกต์ลวดลายเกิดจากการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยมาสร้างสรรค์บน ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ ผสานใช้เป็นแนวทางในการ เปลี่ยนแปลงรูปแบบและลวดลายเดิม ๆ ให้เป็นงาน ที่แปลกใหม่

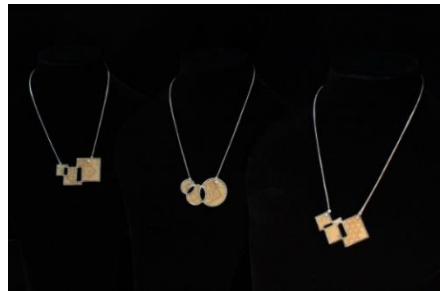


รูปที่ 2 แบบร่าง (SKETCH DESIGN)
จำนวน 6 แบบ

ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ โดยเลือกรูปแบบการออกแบบลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย จำนวน 6 แบบ โดยผู้เชี่ยวชาญได้เลือกรูปแบบที่มีความเหมาะสม และการออกแบบลวดลายและการสร้างสรรค์มีความเหมาะสมมากที่สุด โดยประเมินของผู้เชี่ยวชาญ ในเรื่องรูปแบบการออกแบบลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย ในด้านประโยชน์ใช้สอย ในเรื่องของการผลิต มีความทันสมัยและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยพบว่า รูปแบบการออกแบบลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยที่มีความเหมาะสมมากที่สุด ได้แก่ รูปแบบที่ 1, 2 และ 6 ตามลำดับโดยมีความเหมาะสมจากมากไปหาน้อย โดยรูปแบบที่ได้อันดับที่ 1 ได้แก่ รูปแบบที่ 1 (28 คะแนน) มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 5.00, S.D. = 0.00) อันดับที่ 2 ได้แก่ รูปแบบที่ 2 (26 คะแนน) มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.32), S.D. = 0.59) และอันดับที่ 3 ได้แก่ รูปแบบที่ 6 (25 คะแนน) มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.37), S.D. = 0.59) เพื่อนำไปทำต้นแบบลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย

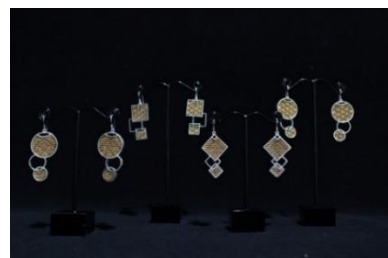
ผลการออกแบบลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยโดยการประเมินหาความเหมาะสมและการออกแบบตามกรอบแนวความคิดของงานวิจัย โดยนำข้อมูลที่ได้มาขึ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์ลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย จำนวน 3 รูปแบบ โดยการนำผลิตภัณฑ์นำไปประเมินหาความเหมาะสม ด้านการออกแบบ ด้านเอกลักษณ์ลวดลายเครื่องจักสาน และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ และ

การสร้างสรรค์มากที่สุด โดยนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบรูปแบบที่ 1 ต้นแบบรูปแบบที่ 2, ต้นแบบรูปแบบที่ 6 เพื่อนำไปขึ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์ การออกแบบลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย



รูปที่ 3 ลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 1

ผลการประเมินความเหมาะสมผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 1 จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ราย พบว่า ต้นแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย โดยรวมอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.59) และพิจารณาตามหัวข้อ พบว่า ด้านการประยุกต์ลวดลาย และด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.59)



รูปที่ 4 ลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 2

ผลการประเมินความเหมาะสมผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 2 จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ราย พบว่า ต้นแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.33, S.D. = 0.59) และพิจารณาตามหัวข้อ พบว่า ด้านการประยุกต์ลวดลาย และด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.59)

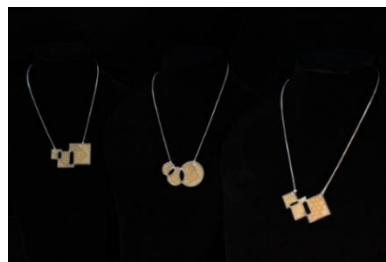


รูปที่ 5 ลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 3

ผลการประเมินความเหมาะสมผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 3 จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ราย พบว่า ต้นแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.34, S.D. = 0.59) และพิจารณาตามหัวข้อ พบว่า ด้านการประยุกต์ลวดลาย และด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.35, S.D. = 0.57)

ผลวิเคราะห์การออกแบบลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยทั้งหมด 3 รูปแบบ จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ราย จะพบว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 1 ต้นแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.59) และพิจารณาตามหัวข้อ พบว่า

ด้านการประยุกต์ลวดลาย และด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.59) รูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =4.33, S.D. = 0.59) และพิจารณาตามหัวข้อ พบว่า ด้านการประยุกต์ลวดลาย และด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.59) รูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 3 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.34, S.D. = 0.59) และพิจารณาตามหัวข้อ พบว่า ด้านการประยุกต์ลวดลาย และด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.35, S.D. = 0.57)



รูปที่ 6 ลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย



รูปที่ 7 ลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย

ผลการประเมินความพึงพอใจแบบประเมินความพึงพอใจเครื่องจักสานภาคกลางสำหรับการ

สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและการผสมผสานวัสดุให้มีความร่วมสมัย นักท่องเที่ยว จำนวน 50 คน ส่วนใหญ่มีความต้องการ การซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์จักสาน ภาคกลางที่มีประโยชน์ใช้สอย ซื่อเป็นของฝากของที่ระลึก และเลือกรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ลดทอนการผสมผสานเครื่องประดับร่วมสมัยมีความสวยงาม เรียบง่าย ราคา

ความพึงพอใจเครื่องจักสานภาคกลางสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและการผสมผสานวัสดุให้มีความร่วมสมัย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการประยุกต์ลดทอน และด้านเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.59) การผสมผสานผลิตภัณฑ์และวัสดุร่วมสมัย อยู่ในระดับมากที่สุด มีเฉลี่ย ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.87) และด้านราคา (Price) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.94)

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย การวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาลดทอนเครื่องจักสานภาคกลางสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย รูปแบบส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบทรงเลขาคณิต มีการผสมผสานระหว่างลดทอนจักสานและเครื่องประดับร่วมสมัย นำมาสร้างสรรค์ โดยลดทอนที่ใช้จะนำเอาลดทอนแม่บทพื้นฐานนำมาพัฒนาเป็นลดทอนที่คิดค้นประดิษฐ์ขึ้นเป็นลักษณะเฉพาะ และผสมผสานวัสดุ ร่วมกับการประยุกต์ลดทอน เกิดจากการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย การออกแบบลดทอนเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย

ทั้งหมด 3 รูปแบบ จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน จะพบว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 1 ต้นแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.59) และพิจารณาตามหัวข้อ พบว่า ด้านการประยุกต์ลดทอน และด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.59) ต้นแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.59) และพิจารณาตามหัวข้อ พบว่า ด้านการประยุกต์ลดทอน และด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.59) ต้นแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 3 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.59) และพิจารณาตามหัวข้อ พบว่า ด้านการประยุกต์ลดทอน และด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.57)

อภิปรายผล วัตถุประสงค์ที่ 1 การศึกษาและพัฒนาลดทอนเครื่องจักสานภาคกลางสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย รูปแบบส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบทรงเลขาคณิต มีการผสมผสานระหว่างลดทอนจักสานและเครื่องประดับร่วมสมัย นำมาสร้างสรรค์ โดยลดทอนที่ใช้จะนำเอาลดทอนแม่บทพื้นฐานนำมาพัฒนา เป็นลดทอนที่คิดค้นประดิษฐ์ขึ้นเป็นลักษณะเฉพาะ และผสมผสานวัสดุ ร่วมกับการประยุกต์ลดทอน เกิดจากการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย การออกแบบลดทอนเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยทั้งหมด 3 รูปแบบ จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านจะพบว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 1 ต้นแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย โดยรวมอยู่ใน

ระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.59) และพิจารณาตามหัวข้อ พบว่า ด้านการประยุกต์ลวดลาย และด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.59) ต้นแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.33, S.D. = 0.59) และพิจารณาตามหัวข้อ พบว่า ด้านการประยุกต์ลวดลาย และด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.59) ต้นแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 3 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.34, S.D. = 0.59) และพิจารณาตามหัวข้อ พบว่า ด้านการประยุกต์ลวดลาย และด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = .35, S.D. = 0.57) สอดคล้องกับงานวิจัย วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ (2526) เรื่องศิลปะเครื่องประดับกล่าวไว้ว่า การออกแบบเครื่องประดับในปัจจุบันเน้นเรื่องความเรียบง่ายของรูปทรง ออกให้สัมพันธ์กับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป และลักษณะของเครื่องประดับที่ดีต้องมีความสัมพันธ์กันระหว่างวัสดุ มีความสวยงาม และนำไปประโยชน์ได้

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อออกแบบลวดลายเครื่องจักสานและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย ทั้งหมด 3 รูปแบบ จะพบว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 1 ต้นแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.59) และพิจารณาตามหัวข้อ พบว่า ด้านการประยุกต์ลวดลาย และด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.59) ต้นแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.33, S.D. = 0.59) และพิจารณาตามหัวข้อ พบว่า ด้านการประยุกต์ลวดลาย

และด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.59) ต้นแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยต้นแบบที่ 3 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.34, S.D. = 0.59) และพิจารณาตามหัวข้อ พบว่า ด้านการประยุกต์ลวดลาย และด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.35, S.D. = 0.57) สอดคล้องกับงานวิจัยของนัฐธีรนนธ์ รอดชื่น ส่วนลายที่ใช้ในงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ได้แก่ ลายขัด ลายเฉลว ลายทแยง ลายพิกล ผู้วิจัยได้ศึกษาและออกแบบโดยประยุกต์ใช้ภูมิปัญญางานจักสานมาทำต้นแบบเพื่อการผลิตงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ จำนวน 15 แบบ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ประเมิน ผลการประเมินต้นแบบพบว่า ต้นแบบมีความเหมาะสมมาก จำนวน 5 แบบ เหมาะสม ปานกลาง จำนวน 10 แบบ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.51 โดยต้นแบบที่ 12 ได้คะแนนเฉลี่ย สูงสุดเท่ากับ 4.30 นำต้นแบบที่คัดเลือก ให้คณะกรรมการ 5 คน วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจลวดลายเครื่องจักสานภาคกลางสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการประยุกต์ลวดลาย และด้านเอกลักษณ์ ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.59) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.47, S.D. = 0.87) และด้านราคา (Price) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.29, S.D. = 0.94)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ การศึกษาและพัฒนาลวดลายเครื่องจักสานภาคกลางสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเรื่อง งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยการช่วยเหลือแนะนำจากหลายฝ่าย ดังนี้

ขอขอบคุณชุมชนเครื่องจักสานภาคกลางที่ให้คำปรึกษาและให้ความอนุเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลการติดต่อประสานงาน และการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่ และทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจนสำรวจลุล่วงไปได้ด้วยดีขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญ ที่สละเวลาในการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องของ แผนการสอน ตรวจทานความถูกต้องของภาษาในการวิจัย ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนที่ให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามเพื่อให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงท้ายที่สุดผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดามารดา และครอบครัว และคู่ชีวิต ตลอดจนบุคคลต่าง ๆ ที่ได้ให้ความช่วยเหลืออีกมาก ผู้วิจัยที่ไม่ได้กล่าวนามได้หมดในที่นี้ ผู้วิจัยมีความรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และในความปรารถนาดีของทุก ๆ ท่าน เป็นอย่างยิ่งจึงกราบขอบพระคุณและขอบคุณไว้ในโอกาสนี้

References

Anuchit Kulmala. (2009). *A study of development guidelines for bamboo woven handicraft products to increase commercial value in the lower northern provinces*. Mahasarakham: Mahasarakham University.

Kriengsak Khiaoman. (2010). *Design and development. wicker products Phanat Nikhom District Chonburi for export to the European market*.

Nattheeranan Rodchuen. (2017). Designing the basketry bamboo products from local wisdom. Community Enterprise basketry local handicrafts. *Art and Architecture Journal Naresuan University* Vol. 8 No. 1.

Nirat Sudsang. (2000). *Industrial design*. Bangkok: Odeon Store Publishing House.

Wannarat Tangcharoen. (2013). *The art of jewelry*. Bangkok: Santisiri.

Wattana Juthawiphat. (2009). *Folk art*. Bangkok : Chulalongkorn University.

Wiboon Leesuwat. (1989). *Wickerworks in Thailand*. Bangkok: Odeon Store.

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ชุมชนบ้านแม่แจ่ม จังหวัดลำปาง

ชลธิดา เกษเพชร

สาขาวิชาศิลปการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Email: chonthida@tsu.ac.th

Received: Nov 30, 2022

Revised: Dec 16, 2022

Accepted: Dec 22, 2022

บทคัดย่อ

ชุมชนบ้านแม่แจ่ม “ดินแดน 3 เผ่าพันธุ์ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ พัฒนาอย่างยั่งยืน” หมู่ที่ 1 ตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง พื้นที่บ้านแม่แจ่ม มีความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ที่ดินทำกิน และมีสภาพภูมิอากาศที่ดี ซึ่งชาวบ้านส่วนใหญ่ทำอาชีพการเกษตร ปลูกพืชเมืองหนาว ชุมชนบ้านแม่แจ่ม จังหวัดลำปาง เป็นชุมชนที่มีประวัติความเป็นมา วิถีชีวิตต่าง ๆ ของผู้คนในชุมชนที่มีเอกลักษณ์ รวมทั้งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และกำลังเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวกำลังให้ความสนใจ ซึ่งยังไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์มากนัก จึงยังไม่เป็นที่รู้จักต่อนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ชุมชนบ้านแม่แจ่มจังหวัดลำปาง โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสม ดำเนินการวิจัยโดยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการลงพื้นที่สำรวจพื้นที่รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก จำนวน 5 คน และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มประชากร ช่วงอายุระหว่าง 20 - 35 ปี จำนวน 100 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวแนววิถีชุมชนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาเที่ยวกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 40 เที่ยวคนเดียวคิดเป็นร้อยละ 6 ในการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก พบว่า 1) ใช้รูปร่างหรือรูปทรงในลักษณะที่เป็นรูปทรงธรรมชาติ หรือ Organic form มีความเหมาะสมในการนำมาใช้ในการออกแบบ 2) บุคลิกภาพทางการออกแบบที่เหมาะสมในการออกแบบ ได้แก่ Natural (เป็นธรรมชาติ) Casual (อิสระ ไม่เป็นทางการ) Lively (มีชีวิตชีวา) 3) ตัวอักษรที่เหมาะสมในการนำมาใช้ในการออกแบบในส่วนพาดหัว ได้แก่ ตัวอักษร แบบไม่มีหัวและแบบตัวเขียนลายมือ ส่วนตัวเนื้อความใช้ ตัวมีหัว 4) ภาพประกอบที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี ควรใช้ภาพถ่าย หรือภาพวาดในรูปแบบดิจิทัลที่เข้ากันได้กับยุคสมัย

คำสำคัญ: การออกแบบกราฟิก, สื่อประชาสัมพันธ์, การท่องเที่ยว, ชุมชนแม่แจ่ม, จังหวัดลำปาง

Public relation media design to promote tourism for Ban Mae Chaem Community, Lampang Province.

Chonthida Ketphet

Program in Art design, Faculty of Fine and Applied Arts, Thaksin University

Email: chonthida@tsu.ac.th

Received: Nov 30, 2022

Revised: Dec 16, 2022

Accepted: Dec 22, 2022

Abstract

Ban Mae Chaem is called a land of 3 races, and it has sustainable development of natural tourism, located at Moo 1, Chae Son Subdistrict, Mueang Pan District. Lampang Province. Mae Chaem Subdistrict area is rich in natural resources and has a good weather. Most of the villagers make a living in agriculture and the produce is cold-season crops. Ban Mae Chaem is a community with a unique history and unique lifestyle of the people. This uniqueness is a tourist attraction. At present, there are not many media presenting about Ban Mae Chaem, including the lack of interest in existing media, causing some tourists to not know about Ban Mae Chaem. This research aims to find a guideline for a media design to promote a tourism of Ban Mae Chaem, Lampang Province. The study used a mixed research method. The research was conducted by collecting qualitative data from field surveys, including interviews with five graphic design professionals, and quantitative data from a population of 100 tourists aged 20-35. The result of the research shows that 1) Most of the tourists in the prefer to travel with a group of friends, accounting for 48%, followed by family trips, accounted for 40 %. Solo travel, accounting for 6%.

Data collection from graphic design experts found that 1) Using organic forms or shapes are suitable for use in designing 2) Design personality: Natural (natural), Casual (independent, informal), Lively. (Lively) 3) Headline font characters are Sanserif and handwritten characters; body texts are serif font. 4) Illustrations that communicate well with the target audience should use photographs. or drawings in digital format.

Keywords: graphic design, public media, tourism, Ban Mae Chaem, Lampang province

บทนำ

การท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกำลังเป็นที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงแต่ได้เยี่ยมชมยังสถานที่นั้น ๆ แต่ยังได้รับประสบการณ์ เรียนรู้วิถีชีวิตต่าง ๆ ของชุมชนนั้น ๆ ผ่านการท่องเที่ยว ในประเทศไทยนั้นมีหลายชุมชนที่ได้รับการเปิดตัวเป็นแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น วิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม ธรรมชาติที่สวยงามที่แตกต่างกันออกไป

บ้านแม่แจ่มเป็นพื้นที่ถิ่นอาศัยของประชาชนหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ที่ได้มาอาศัยอยู่ท่ามกลางขุนเขาอันสลับซับซ้อน มีสายน้ำไหลลัดเลาะผ่านกลางชุมชน จึงได้ชื่อว่าเป็น “ดินแดน 3 เผ่าพันธุ์ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ พัฒนาอย่างยั่งยืน” บ้านแม่แจ่ม หมู่ที่ 1 ตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ตั้งอยู่ในบริเวณพื้นที่ป่าเชิงเขาตอยลังกาทิศเหนือสุด เดิมทีบ้านแม่แจ่ม ขึ้นอยู่กับบ้านขาม เป็นที่อยู่อาศัยชนเผ่าม้งและลาหู่ จากนั้นพ่อฮุยแก้ว-แม่ฮุยเลย ชันเขียว ซึ่งย้ายเข้ามาซื้อที่ดินทำสวนหมั้ว โดยมีคนต่างถิ่นเข้ามาจับจอง ทำให้มีประชากรเพิ่มขึ้นทั้งชนเผ่าม้ง (เย้า) ลาหู่เหลือง (มูเซอ) และคนพื้นเมือง และเนื่องด้วยพื้นที่บ้านแม่แจ่ม มีความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ที่ดินทำกิน และมีสภาพภูมิอากาศที่ดี ปัจจุบันบ้านแม่แจ่ม มีจำนวน 3 ปาก (หมู่บ้าน) ได้แก่ บ้านแม่แจ่ม (คนเมือง) บ้านเย้าแม่แจ่ม (ชาวเมี่ยน) และบ้านป่าคาแม่แจ่ม (ชาวลาหู่) และชาวบ้านส่วนใหญ่ทำอาชีพการเกษตร ปลูกพืชเมืองหนาว เช่น กาแฟ ถั่วแมคคาเดเมีย และ สตรอเบอร์รี่ เป็นต้น ชุมชนบ้านแม่แจ่มยังคงรักษาอัตลักษณ์ของตนเองไว้ได้

เป็นอย่างดี จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจแห่งหนึ่งของจังหวัดลำปาง (ณัฐนันท์, 2553)

ในปี 2561 ได้มีการเปิดตัวชุมชนบ้านแม่แจ่มว่าเป็นชุมชนท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง เพื่อสนับสนุนส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในจังหวัดมากขึ้นและอย่างต่อเนื่อง โดยใช้อัตลักษณ์ของชุมชนเป็นจุดเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวทั้งด้านศิลปะ วัฒนธรรม ภาษา วิถีชีวิต รวมถึงภูมิประเทศอันโดดเด่น มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ภูมิทัศน์สวยงาม อากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี ทำให้บ้านแม่แจ่มเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจแห่งหนึ่งของจังหวัดลำปาง (เชียงใหม่เพรส, 2561)

แม้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวแวะเวียนมาเที่ยวยังชุมชนแม่แจ่มมากขึ้นแต่ก็ยังมีไม่มากนัก จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นก็พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแม่แจ่มนั้นส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ภาคเหนือ หรือจังหวัดใกล้เคียง (สมชาย, 2562) เนื่องจากลำปางเป็นจังหวัดที่เป็นทางผ่านสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถยนต์โดยจุดหมายปลายทางยังจังหวัดอื่นที่เป็นที่นิยมในการท่องเที่ยวมากกว่า เช่น เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน เป็นต้น อีกเหตุผลหนึ่งคือการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนแม่แจ่มนั้น มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์หน่วยงานองค์การบริหารส่วนจังหวัดลำปาง และข้อมูลจากสื่อออนไลน์ผ่านนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวยังชุมชนแม่แจ่ม

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นซึ่งถือว่าสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนแม่แจ่ม จังหวัดลำปางยังมีรูปแบบค่อนข้างน้อย ผู้วิจัยเล็งเห็นประโยชน์ที่จะศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการ

ท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่แจ่มรวมไปถึงให้มีรูปแบบกราฟิกที่ดึงดูดความสนใจต่อผู้อ่าน ที่จะส่งผลให้ชุมชนแม่แจ่ม จังหวัดลำปางเป็นที่รู้จักมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. หาแนวทางในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนแม่แจ่ม จังหวัดลำปาง
2. ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนแม่แจ่ม จังหวัดลำปางที่มีรูปแบบน่าสนใจ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ชุมชนบ้านแม่แจ่ม จังหวัดลำปาง และกรุงเทพมหานคร
2. ขอบเขตด้านประชากรตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก และกลุ่มประชากร ช่วงอายุ 20 – 35 ปี

ระเบียบวิธีวิจัย

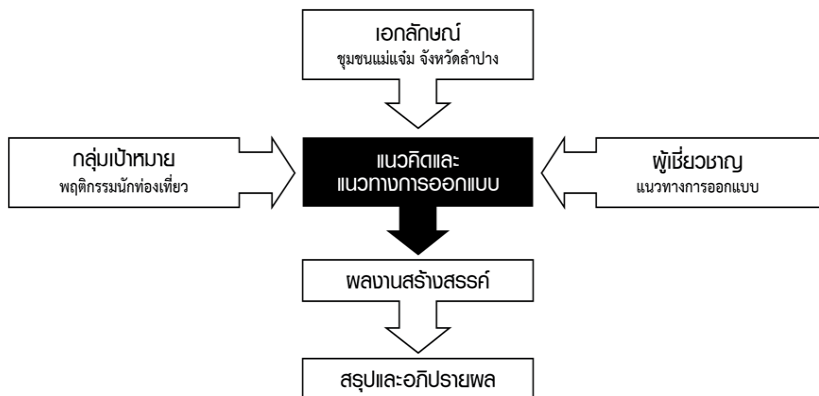
ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผสมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษากระบวนการและหาแนวทางในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ชุมชนแม่แจ่ม โดยแบ่งขั้นตอนออกเป็น

ขั้นตอนที่ 1 การบันทึกข้อมูลการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ ทฤษฎีภูมิ ภาคเอกสารและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง
ขั้นตอนที่ 2 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากคนในพื้นที่ด้วยวิธีการสำรวจ สัมภาษณ์ เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนแม่แจ่ม

ขั้นตอนที่ 3 เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก จำนวน 5 คน และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับความชอบในองค์ประกอบทางการออกแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับกลุ่มประชากรตัวอย่าง (นักท่องเที่ยว) จำนวน 100 คน

ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลและทดลองสร้างสรรค์งานออกแบบ

ขั้นตอนที่ 5 สรุปและอภิปรายผล



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย

แนวคิดและทฤษฎี

ในงานวิจัยนี้เลือกใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ดังนี้

1) แนวคิดเรื่องสื่อบุคลิกภาพ (Kobayashi, 1991) เกี่ยวกับบุคลิกภาพของสื่อที่มีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกมีผลต่อการออกแบบได้จัดแบ่งหมวดหมู่ของสื่อที่สร้างสรรค์บุคลิกภาพ ดังนี้ Natural (ดูเป็นธรรมชาติ) Elegant (สะอาดสะอ้าน สวยแบบผู้ดี) Chic (เก๋ เท่ ทันสมัยแบบผู้ดี) Cool Casual (สบาย ๆ แบบทันสมัย) Dynamic (มีการเคลื่อนไหว ไม่นิ่ง) Dandy (ดูหรูหรา โอ่อ่า งดงาม) Classic (ได้รับความนิยมมาโดยตลอด) Dandy (สำรวย) Modern (ทันสมัย หัวใหม่)

2) แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ภาพประกอบในการออกแบบ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในงานออกแบบ สามารถแยกภาพประกอบได้เป็น 3 ประเภทหลัก ๆ ดังนี้ ประเภทแรก ภาพถ่ายเป็นรูปที่เกิดขึ้นจากกรรมวิธีทางการถ่ายภาพ ใช้ประโยชน์ได้ดีในงาน พิมพ์เพราะภาพถ่ายมีคุณลักษณะเฉพาะตัวหลายอย่าง ทั้งในแง่ความเหมือนจริงและความละเอียดลออ สามารถสร้างสรรค์ได้ตามความรู้สึกการถ่ายภาพเพื่อนำมาใช้ประกอบสิ่งพิมพ์ปัจจุบันประเภทที่สอง ภาพวาดลายเส้นเป็นรูปที่ใช้ประกอบสิ่งพิมพ์มาตั้งแต่ยุคแรก ๆ และยังคงได้รับความนิยมอยู่จนถึงปัจจุบัน มีการใช้เทคนิคการวาดภาพผสมผสานกันหลายอย่าง เช่นการวาดลายเส้นแบบภาพการ์ตูนโดยใช้ดินสอ พู่กัน ปากกาหมึกดำ ฯลฯ ประเภทสุดท้าย ภาพดิจิทัลเป็นรูปที่ผ่านกระบวนการจัดการโดยคอมพิวเตอร์มาแล้วด้วยพัฒนาการของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน ทำให้ภาพทุกชนิดที่จะเข้าสู่ระบบการพิมพ์ต้องผ่านกระบวนการแปลงรูปภาพนั้นให้เป็นภาพดิจิทัล

เสียก่อน เช่น การสแกนภาพ การถ่ายภาพด้วยกล้องดิจิทัล และการสร้างภาพขึ้นใหม่ด้วยคอมพิวเตอร์ เป็นต้น (จิตติมา, 2461)

3) แนวคิดเกี่ยวกับตัวอักษรเพื่อใช้ในการออกแบบ ซึ่งตัวอักษรมีความสำคัญมากต่องานออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ กราฟิก หรือบรรจุภัณฑ์ เพราะตัวอักษรจะทำหน้าที่บอกเล่ารายละเอียดของข้อมูลสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอ หรือแม้กระทั่งเป็นภาพประกอบ โดยการเลือกใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบและการจัดวางตำแหน่งของตัวอักษรที่ ชัดเจน อ่านง่าย ผู้ออกแบบจะต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบในการเลือกตัวอักษรและจัดวางตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษรภาษาไทย แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ ตัวอักษรแบบมีหัว ตัวอักษรแบบไม่มีหัว ตัวอักษรแบบตัวเขียน ตัวอักษรแบบบอลลักษณะ (ขวัญใจ, 2564)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษานำมาตามวัตถุประสงค์การวิจัยปรากฏผลโดยแยกเป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง

1) กลุ่มเป้าหมายผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวน้อยกว่า 20 - 35 ปี กลุ่มคนยุคเจนเออร์ซันวัย ที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง การเที่ยวของพวกเขาจึงค่อนข้างแปลกใหม่ เน้นที่จะเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้น

2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับชุมชนแม่แจ่ม พบว่าร้อยละ 58 ของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเกี่ยวกับการดำเนินวิถีชีวิตของชาวชุมชน รองลงมาต้องการไปเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 38 ต้องการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับชุมชน คิดเป็นร้อยละ 2

3) ในการท่องเที่ยวแนววิถีชุมชนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาเกี่ยวกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 40 เที่ยวคนเดียวคิดเป็นร้อยละ 6

4) กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนแม่แจ่มที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจคือ บรรยากาศและการดำเนินวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในรูปแบบต่าง ๆ ของคนในชุมชนที่มีการรวมกันของชนเผ่าต่าง ๆ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบ สามารถสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

1) ใช้รูปร่างหรือรูปทรงในลักษณะที่เป็นรูปทรงธรรมชาติ หรือ Organic form มีความเหมาะสมในการนำมาใช้ในการออกแบบ

2) บุคลิกภาพทางการออกแบบที่เหมาะสมในการออกแบบ ได้แก่ Natural (เป็นธรรมชาติ) Casual (อิสระ ไม่เป็นทางการ) Lively (มีชีวิตชีวา)

3) ตัวอักษรที่เหมาะสมในการนำมาใช้ในการออกแบบในส่วนพาดหัว ได้แก่ ตัวอักษร แบบไม่มีหัวและแบบตัวเขียนลายมือ ส่วนตัวเนื้อความใช้ตัวมีหัว

4) ภาพประกอบที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี ควรใช้ภาพถ่าย หรือภาพวาดในรูปแบบดิจิทัลที่เข้ากันได้กับยุคสมัย

จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแสดงให้เห็นว่าในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่แจ่ม จังหวัดลำปางนั้น ควรเน้นไปทางภาพถ่ายหรือมีการนำภาพแบบดิจิทัลมาร่วมด้วย และการใช้ตัวอักษร ควรเลือกรูปแบบตัวอักษรที่มีความเรียบง่าย อ่านง่าย หรือจะนำมาประยุกต์ใช้เข้าด้วยกัน ให้ความทันสมัยให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นคนรุ่นใหม่

การประยุกต์ใช้ผลวิจัย

ในการประยุกต์ใช้ผลวิจัยเพื่อนำไปสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่แจ่ม จังหวัดลำปาง ในรูปแบบสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือนำเที่ยว (Travel Guide Book) มีขั้นตอนดังนี้

1) เขียนโจทย์ทางการออกแบบ (Design Brief) โดยนำเสนอแนวคิดที่ใช้ในการออกแบบ (Concept) “WOW นี้ที่แม่แจ่ม” คำว่า ว้าว (WOW) เป็นคำอุทานเวลาเห็นสิ่งที่เป็นอย่างยอดเยี่ยม โดนใจ ซึ่งการออกแบบกราฟิกจะนำเสนอเนื้อหาและเรื่องของชุมชนแม่แจ่มให้بوبปูลาร์ และสื่อสารออกมาให้ดูทันสมัย สดใส โดยคัดเลือกเนื้อหาในส่วนที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เช่น เรื่องราวของวิถีชีวิตกิจกรรมต่าง ๆ และเมื่อกล่าวถึงคำว่า ป๊อป (Pop) แปลว่า เป็นที่นิยม ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แนวทางการสร้างสรรค์งานโดยใช้แรงบันดาลใจจากศิลปะแนวป๊อปอาร์ต (Pop Art)

2) เริ่มต้นออกแบบด้วยการจัดทำแบบร่าง ผู้วิจัยเลือกใช้ภาพประกอบเพื่อเล่าเรื่องราวที่บอกถึงเสน่ห์ชุมชนบ้านแม่แจ่ม ซึ่งชุมชนบ้านแม่แจ่มเป็นชุมชนเล็ก ๆ ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ โดยรอบมีชาวพื้นเมือง ชนเผ่าเย้าและลาหู่อาศัยอยู่ร่วมกัน และคำว่า “WOW” มักจะนึกถึงสีสัน โดยสีจะอิงจากสีผ้าปักของชนเผ่าในชุมชน เพื่อสร้างสีสันให้งานออกแบบดูมีชีวิตชีวา



รูปที่ 2 ภาพแบบร่างหน้าปก
ที่มา: ผู้วิจัย



รูปที่ 3 ภาพแบบร่างหยาบแสดงภาพรวมของ
หนังสือนำเที่ยวชุมชนแม่แจ่ม
ที่มา: ผู้วิจัย

3) เมื่อแก้ไข พัฒนาแบบร่างเสร็จจากนั้นผู้วิจัย
จึงสร้างสรรค์ผลงานแบบสมบูรณ์ด้วยโปรแกรม
คอมพิวเตอร์



รูปที่ 4 ภาพผลงานการออกแบบหนังสือนำเที่ยวชุมชนแม่แจ่ม
ที่มา: ผู้วิจัย

ผู้วิจัยนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบ
สื่ออื่น ๆ โดยเลือกให้รูปแบบของภาพประกอบ การ
นำเสนอเนื้อหาและเรื่องราวให้เป็นรูปแบบเดียวกัน



รูปที่ 4 ภาพประกอบบนแผ่นพับ
ที่มา: ผู้วิจัย



รูปที่ 5 แผ่นพับด้านหน้า-หลัง
ที่มา: ผู้วิจัย

5) การประเมินประสิทธิผลของผลงานออกแบบ
ในประเมินประสิทธิภาพของผลงานออกแบบ
ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามด้วยการใช้แบบสอบถามแบบ
ให้คะแนนค่าเฉลี่ย (Linkert Scale) จากกลุ่มเป้าหมาย
จำนวน 5 คน ถึงความคิดเห็นต่อผลงานออกแบบ



รูปที่ 6 ภาพผลงานแบบสมบูรณ์
ที่มา: ผู้วิจัย

ผลประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับผลงานออกแบบ พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจภาพรวมของผลงานออกแบบอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.8 กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบแนวคิดในการออกแบบ ที่ค่าเฉลี่ย 4.6 กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบภาพประกอบอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.8 กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบเนื้อหาอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.4

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ชุมชนบ้านแม่แจ่ม จังหวัดลำปาง ซึ่งจากผลสรุปของงานวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 หาแนวทางในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนแม่แจ่ม พบว่ากลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวแนววิถีชุมชนที่อยู่ในช่วงอายุ 20-35 ปี นั้น มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบไปกับกลุ่มเพื่อน และชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวที่มอบประสบการณ์และเรียนรู้วิถีชีวิตต่าง ๆ ของคนในชุมชนนั้น ๆ ที่น่าสนใจที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นนั้น ๆ ดังนั้นในการออกแบบจะเลือก

เนื้อหาในประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับวิถีชีวิตในท้องถิ่น เช่น การทำอาชีพปลูกกาแฟ ทอผ้าพื้นถิ่น ความเป็นมาของชนเผ่า ประเพณีที่น่าสนใจ เป็นต้น ในส่วนขององค์ประกอบทางการออกแบบ เลือกใช้องค์ประกอบทางการออกแบบที่กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบ เช่น ภาพประกอบแนวดิจิทัลที่มีสีสันสดใส การจัดวางที่ดูทันสมัย เป็นต้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนแม่แจ่ม ซึ่งหลังจากออกแบบเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลงานออกแบบไปสอบถามความพึงพอใจกับกลุ่มเป้าหมาย พบว่าผลการวิจัยและผลงานสร้างสรรค์ที่ออกแบบ ได้ผลความพึงพอใจอยู่ในระดับดี แสดงให้เห็นว่ารูปแบบขององค์ประกอบในงาน เช่น ลักษณะของภาพประกอบ แนวคิดในการออกแบบ รวมทั้งการนำเสนอเนื้อหานั้นมีความเหมาะสมและช่วยดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาอยู่ คือกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ช่วงอายุ 20 – 35 ปี ในปัจจุบันเรียกนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่า นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย ทำให้เห็นว่า รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบกราฟิกที่สวยงาม จะช่วยดึงดูดความสนใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้มาสนใจข้อมูลที่ต้องการประชาสัมพันธ์ เหมือนเป็นปราการด่านแรกที่กระตุ้นให้คนอ่านอยากติดตามข้อมูลซึ่ง

แตกต่างจากสื่อที่ไม่ได้รับการออกแบบให้เกิดความน่าสนใจ

ดังนั้นหากเป็นแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบใด ๆ ที่พบปัญหาในรูปแบบใกล้เคียงกัน นักออกแบบสามารถนำแนวทางไปใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่คล้ายกันและมีกลุ่มเป้าหมายเดียวกันได้ หากจะนำไปประยุกต์ใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่ต่างกันจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพิ่มเติม

References

Chiangmai Press. (2018). *"Mae Jam" is the name you must come (know) .* Chiangmai press newspaper online. <http://chiangmaipress.com/2018/12/04>

Jitima Suathong. (2018). *Guidelines for illustration design for Kudi Jeen dessert packaging for sales promotion: Suan Sunandha Rajabhat University.*

Khwanchai Sukkon. (2021). *Branding and Packaging Design for Processed Cashew Nuts with cultural Capital of Ranong Province: Suan Sunandha Rajabhat University.*

Natthan, K. (2010). *Guidelines for community potential development to increase the value of agricultural products of Mae Jam village, Mueang Pan district, Lampang province.* Complete Research Report. Office of the Science Promotion Commission Research and innovation.

Shigenobu Kobayashi. (1991). *Color Image Scale.* Japan: Kodansha International.

Somchai Chaimoonwong. (2019). *Factors Affecting the Agrotourism Motivation and Behavior of Thai Tourists. A case study of Ban Mae Chaem Village, Mueang Pan District, Lampang Province: Mae Jo University.*

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งจากเศษไม้สำหรับสวนพฤกษศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ศูนย์การศึกษาสามพร้าว

นิวัฒน์ เมืองสุวรรณ¹, อีระยุทธ เฟื่องชัย²

^{1, 2} สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Email: ²teerayutta16@gmail.com

Received: Dec 01, 2022

Revised: Dec 16, 2022

Accepted: Dec 22, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งจากเศษไม้สำหรับสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาแนวทางการนำเศษไม้มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งสวน 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งสวนจากเศษไม้สำหรับสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว 3) เพื่อประเมินความคิดเห็นของกลุ่มผู้ใช้ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของตกแต่งจากเศษไม้ สำหรับสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว

ผู้ให้ข้อมูลการวิจัย คือ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้านศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่น ด้านการแกะสลักไม้และด้านศิลปะไทย จำนวน 3 คน กลุ่มนักศึกษา บุคลากร และบุคคลทั่วไปที่เข้าชมสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี จำนวน 104 คน เก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องมือคือแบบสัมภาษณ์ และแบบประเมินความพึงพอใจ

ผลการวิจัยพบว่า 1) การนำเศษไม้มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวน ควรเป็นเศษไม้เนื้อแข็ง เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์กลางแจ้ง ไม้เนื้อแข็งจึงมีความแข็งแรง ทนทานต่อสภาพอากาศ โดยไม้ประดู่และไม้แดงมีความเหมาะสมเนื่องจากมีสีสวยงามเหมาะสมสำหรับนำมาแกะสลักได้สวยงาม 2) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวนรูปแบบกึ่งประติมากรรมโดยใช้เทคนิคการแกะสลักมาประยุกต์ใช้กับวิธีการแกะสลักลอยตัวที่มีความสวยงามโดยประยุกต์การออกแบบในสไตล์ร่วมสมัย ได้แรงบันดาลใจมาจากพญานาค เพื่อสื่อถึงความเชื่อถึงการปกป้องคุ้มครองและการเคารพของชาวอีสาน 3) ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลงาน พบว่านักศึกษา ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวนจากเศษไม้รูปแบบกึ่งประติมากรรมสไตล์ร่วมสมัยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50, S.D. = 0.65) ด้านประโยชน์ใช้สอยประติมากรรมไม้แกะสลักรูปพญานาค อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23, S.D. = 0.68) และด้านความสวยงามอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43, S.D. = 0.63)

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ของตกแต่ง, เศษไม้, สวนพฤกษศาสตร์, พญานาค, สไตล์ร่วมสมัย

A Decorative Product Design from Wood Waste for The Botanical Garden Udonthani Rajabhat University Education Center Sam Phrao

Niwat Muengsuwan¹, Teerayut Pengchai²

^{1, 2} Product Design Faculty of Human and Society Udonthani Rajabhat University

Email: ²teerayutta16@gmail.com

Received: Dec 01, 2022

Revised: Dec 16, 2022

Accepted: Dec 22, 2022

Abstract

A research of a decorative product design from wood fragment for the botanical garden Udon Thani Rajabhat University Sampro Center aims to 1) to study the guideline bringing the wood fragment for the decorative product design in the garden 2) to design the decoration product from the wood fragment for a botanical garden Udon Thani Rajabhat University Sam Prow Center and 3) to evaluate the opinion of users toward the decorative product design from the wood fragment for a botanical garden Udon Thani Rajabhat University Sam Prow Center.

The data informants from 3 experts in different fields, namely; the expert in a botanical garden Udon Thani Rajabhat University Sam Prow Center, the expert in product design in the local art and culture, the expert in wood carving and Thai art and the students, ~~and~~ the officers, and the visitors, which visit at the botanical garden Udon Thani Rajabhat University Sam Prow Center, 104 people in total, the research tool for data collect were the interviewing and the satisfaction evaluation.

The results found 1) the decoration product design from the wood fragment should be the hardwood due to the product was set at the outdoor so the hardwood had been strong, weatherproof, owing to Padauk Wood Red Wood as a beautiful color thus they should be suitable for carving with attractively 2) a design of the garden decoration product which the equal part of sculpture style by using a carving technique apply to the attractive pattern carving by applying a design with the contemporary style inspired by King of Nagas that convey to the belief, the protection the respect of Isan people and 3) the satisfaction evaluation towards the product that found the satisfaction of the garden decoration product design as an equal part of the sculpture with contemporary style was at the highest level (mean= 4.50, S.D. = 0.65) in terms of the usefulness of the sculpture and carving of the King

of Nagas was at a high level (mean=4.23, S.D. = 0.68) and in terms of the beauty was at a high level (mean=4.43, S.D. = 0.63).

Keywords: Decorative Product, Wood fragment, Botanical Garden, King of Nagas, Contemporary style

บทนำ

ต้นไม้เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการดำรงชีวิตของมนุษย์ให้มีความสุขในด้านต่าง ๆ ถ้าไม่มีป่าไม้ต้นไม้มนุษย์ก็ไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ ดังนั้น ต้นไม้จึงเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่จะต้องช่วยกันรักษา แต่ผลจากการพัฒนา เศรษฐกิจอุตสาหกรรม และเทคโนโลยีของประเทศ ไทยที่ผ่านมา ทำให้มีการบุกรุก ทำลายป่า ทำลาย ต้นไม้อย่างรุนแรง ทำให้พื้นที่ป่าไม่มีจำนวนต้นไม้ ลดลงเป็นจำนวนมาก ส่งผลเสียหายต่อประเทศเป็น อย่างมากในหลาย ๆ ด้าน ทั้งในเรื่องการขาดแคลน ไม้ใช้สอยภายในประเทศ (วัชรพงศ์ เข้มทอง และ พงษ์เทพ รักผกาวงศ์, 2559: 522) สวนพฤกษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว เป็นพื้นที่สวนจัดสรรอยู่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏ อุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว ลักษณะของสวน นั้นจะเป็นผืนป่าที่ประกอบไปด้วย สระน้ำ และพืชพันธุ์ หลากหลายชนิด เช่น ไม้ยืนต้น ไม้พุ่ม ไม้คลุมดิน ไม้ น้ำ ภายในสวนนั้นมีเศษไม้และรากไม้เก่าที่ผู้วิจัยเห็นว่า สามารถนำมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของตกแต่ง สวนได้ เนื่องจากในมหาวิทยาลัย ราชภัฏอุดรธานี ศูนย์การศึกษาสามพร้าว มีโครงการจัดสวนพฤกษศาสตร์ โดยมีลักษณะเป็นสวนจัดสรรที่มีลักษณะการจัด ตกแต่งที่เรียบง่ายและทันสมัย โดยมีภูมิทัศน์ภายใน สวนประกอบไปด้วย ลานนั่งเล่น ทางเดิน ชุมประตูละลา สระน้ำ ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวนต่าง ๆ เป็นต้น และเป็นพื้นที่สำหรับพักผ่อน สร้างบรรยากาศให้เกิด ความสุข ทางด้านจิตใจ อารมณ์ ความประทับใจ ความตื่นตัว โดยในสวนของการประดับตกแต่งสวน มหาวิทยาลัยต้องการให้มีการตกแต่งสวนที่มีความ สวยงาม ด้วยการผสมผสานศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่น

เพื่อให้เป็นผลงานที่สนองความเป็นแหล่งวัฒนธรรม และความเป็นสวนพฤกษศาสตร์ที่มีอัตลักษณ์ เฉพาะสำหรับผู้สนใจมาศึกษา เข้ามาเที่ยวชมเห็น ความหลากหลายของพันธุ์พืชและเป็นที่พักผ่อน หย่อนใจด้วยการประดับตกแต่งที่สวยงามกลมกลืน (วิบูล เป็นสุข, 2563: สัมภาษณ์)

การนำเอาทรัพยากรมีอยู่หรือวัสดุเหลือใช้ เช่น เศษไม้เก่า โดยการนำเอามาใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่า มากที่สุด เช่น นำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์จากเศษไม้ เก่าในรูปแบบของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดเป็นผลงานใหม่ ๆ และยังสามารถสร้างมูลค่าของวัตถุดิบ ดังนั้นการนำเศษไม้จากสวนพฤกษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว มาใช้ประโยชน์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของ ตกแต่งสวนสไตล์ร่วมสมัยเพื่อให้เข้ารูปแบบการจัด สวนพฤกษศาสตร์ โดยใช้แรงบันดาลใจจากความเชื่อ พื้นถิ่นเรื่องพญานาค มาเชื่อมโยงเข้ากับการออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่สวนพฤกษศาสตร์ ในด้านสถานที่ ด้านความสวยงาม ด้านจิตใจ สำหรับ สวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์ การศึกษาสามพร้าว โดยการสร้างสรรค์ออกแบบ ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวนจากการนำเศษไม้ โดยการ ใช้เทคนิคการแกะสลักไม้มาใช้ในการออกแบบ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในด้านสถานที่ ด้านวัสดุ และเป็นการส่งผลให้คนรุ่นหลังเห็นถึงความสำคัญที่ จะนำเศษไม้มาใช้ให้เกิดประโยชน์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาแนวทางการนำเศษไม้มาใช้ในการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งสวน

2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งสวนจากเศษไม้สำหรับสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้ที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งจากเศษไม้สำหรับสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว

ระเบียบวิธีวิจัย

1. กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรและผู้ให้ข้อมูลดังนี้

1.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้แก่

1) ดร.วิบูล เป็นสุข รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิด้านสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว

2) ผศ.ดร.ธนสิทธิ์ จันทะรี รองคณบดีคณะอาจารย์สาขาออกแบบอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่นผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบและด้านศิลปะวัฒนธรรมพื้น

3) นางสาวชุลีวัลย์ วงศ์บุญ ตำแหน่งนายช่างศิลปกรรม ชำนาญงานผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิด้านการแกะสลักไม้และด้านศิลปะไทย

3.1.2 กลุ่มนักศึกษา บุคลากร และบุคคลทั่วไปที่เข้าชม สวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว จำนวน 104 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สำหรับสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ในด้านขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตแนวโน้มการออกแบบ ประโยชน์ใช้สอย โดยใช้ในการจดบันทึก และบันทึกเสียง

2) แบบสอบถามความพึงพอใจ ด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านความสวยงาม จากนักศึกษา บุคลากร และบุคคลทั่วไปที่เข้าชมสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของตกแต่งจากเศษไม้สำหรับสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ มีขั้นตอนดังนี้

1) รวบรวมข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับวัสดุกรรมวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวนจากเศษไม้เพื่อนำมาวิเคราะห์ สร้างประเด็นการสัมภาษณ์ให้ตรงตามวัตถุประสงค์งานวิจัย

2) นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จแล้วไปปรึกษากับผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบให้ครอบคลุมประเด็นในงานวิจัย

3) ทำการแก้ไขแบบสัมภาษณ์แบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

4) ติดต่อประสานงานกับผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเพื่อขอสัมภาษณ์

5) ทำการสัมภาษณ์ตามกรอบประเด็นงานวิจัย ทั้งนี้โดยการจดบันทึก บันทึกเสียง

6) นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุปตามกรอบประเด็นวิจัย

3.2 การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจ โดยนำแบบสอบถามจากกลุ่มผู้บริโภคนักศึกษาบุคลากรและบุคคลทั่วไปที่เข้าชม

สวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์
การศึกษาสามพร้าว จำนวน 104 ชุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์

นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการ
ออกแบบในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้าน
ศิลปะวัฒนธรรมพื้นถิ่นและการแกะสลักไม้ โดย
ใช้กระบวนการวิเคราะห์เชิงพรรณนาในการสรุป
ประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์การวิจัยด้านการ
ออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งสวนจากวัสดุเศษไม้
ขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิต แนวโน้มการออกแบบ
และประโยชน์ใช้สอย

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม
ความคิดเห็น ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพ
ทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้
ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจ โดยการหา
ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard
Deviation) ของระดับความเหมาะสม ทั้งในด้าน
ประโยชน์ใช้สอย และด้านความสวยงาม โดยนำเสนอ
ผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางและคำบรรยาย
ประกอบ

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาแนวทางการนำเศษไม้มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งสวน

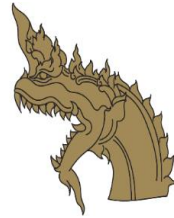
ผู้วิจัยมีแนวคิดที่จะนำเอาเศษไม้เนื้อแข็งเหลือ
ทิ้งภายในสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ
อุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าวมาใช้ในการ

ออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวนรูปแบบกึ่ง
ประติมากรรมด้วยเทคนิคการแกะสลักไม้ จากการ
สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน
สามารถสรุปได้ว่า แนวทางการนำเศษไม้มาใช้ในการ
ออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวน ควรเลือก
ประเภทไม้ที่ใช้คือ ไม้ประดู่และไม้แดง ซึ่งจัดอยู่กลุ่ม
ไม้ประเภทเนื้อแข็ง มีข้อดีคือ แข็งแรง ทนทานต่อ
สภาพอากาศ ทำให้งานแกะสลักไม้นั้นดูโดดเด่นขึ้น
ด้วยสีของเนื้อไม้ และความแข็งของเนื้อไม้ทำให้
ลดทลายของงานแกะสลักนั้น แข็งแรง คง
สวยงาม เนื่องจากเศษไม้ที่ใช้ในการออกแบบนั้นอยู่
ภายในพื้นที่เป็นเวลานานจึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มี
ความกลมกลืนกับพื้นที่ และทนทานต่อสภาพอากาศ

2. ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งสวนจาก เศษไม้สำหรับสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว

2.1 สรุปแนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)

1) แนวคิดทางด้านวัสดุ ผู้วิจัยได้เลือก
เศษไม้เนื้อแข็งที่เหลือทิ้งภายในสวนพฤกษศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสาม
พร้าวมาใช้ในการออกแบบ โดยประเภทไม้ที่เลือกใช้
คือ ไม้ประดู่และไม้แดงโดยไม้ประเภทนี้จะเป็นไม้
พื้นถิ่นจึงเข้ากับสภาพอากาศของพื้นที่ และไม้เนื้อ
แข็งนั้นมีความทนทานต่อสภาพอากาศกว่าไม้ชนิด
อื่น ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ลักษณะรูปร่างและขนาด
ของเศษไม้ประดู่ที่พบในพื้นที่ ซึ่งเลือกจากสภาพไม้
ที่ยังมีสภาพดี มีขนาดเหมาะสมในการนำไปออกแบบ
ดังตัวอย่างภาพดังต่อไปนี้



รูปที่ 2 ลักษณะการถอดแบบพญานาค

3) แนวคิดด้านกลุ่มเป้าหมาย

แนวคิดด้านกลุ่มเป้าหมายของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งจากเศษไม้สำหรับสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว โดยมีลักษณะเป็นสวนจัดสรรที่มีลักษณะของการจัดตกแต่งที่เรียบง่ายและทันสมัย โดยมีภูมิทัศน์ภายในสวนนั้นประกอบไปด้วย ลานนั่งเล่น ทางเดิน ชุมประติมากรรม ศาลา สระน้ำ ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวนต่าง ๆ เป็นต้น และเป็นพื้นที่สำหรับพักผ่อน สร้างบรรยากาศให้เกิดความสุข ทางด้านจิตใจ อารมณ์ ความประทับใจ ความตื่นเต้น

4) แนวคิดด้านการใช้ประโยชน์

สร้างรูปแบบให้เป็นจุดเด่นและจุดสนใจของสวน โดยการดึงเอาพญานาคที่เป็นที่เคารพนับถือของคนภาคอีสานมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวนในรูปแบบกึ่งประติมากรรมให้มีความโดดเด่นและมีความร่วมสมัย โดยการเพิ่มความสวยงามและความโดดเด่นเข้าไปแทนที่บริเวณว่างของสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว ช่วยเสริมสร้างบรรยากาศให้กับพื้นที่ เพิ่มการใช้งานด้านการให้แสงสว่างเพื่อสร้างบรรยากาศในเวลากลางคืน

5) สรุปแนวคิดการออกแบบ (Concept)

แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งจากเศษไม้สำหรับสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสาม

พร้าว มีกระบวนการคิดและวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการออกแบบโดยมีรูปแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวนรูปแบบกึ่งประติมากรรมกลางแจ้ง โดยการนำเศษไม้เนื้อแข็งที่มีอยู่ในพื้นที่มาทำการดัดแปลงรูปทรง โดยทำให้เป็นรูปแบบกึ่งประติมากรรมให้มีความโดดเด่นสวยงามสามารถให้แสงสว่างในตอนกลางคืนได้ โดยรูปทรงได้แรงบันดาลใจมาจากพญานาคเนื่องจากคนภาคอีสานมีความผูกพันกับพญานาคมีความเชื่อเรื่องการเคารพ และปกป้องรักษา โดยการนำรูปทรงของพญานาคของไทยมาใช้ในการออกแบบของเศียร ลวดลาย และรูปทรงในการออกแบบในสไตล์ร่วมสมัยโดยมีการผสมผสานระหว่างรูปทรงที่มีความเรียบง่ายและมีจุดเด่นมาจากพญานาค ด้วยกรรมวิธีการแกะสลักไม้ วัสดุที่ใช้เป็นเศษไม้เนื้อแข็งประเภท ไม้แดงและไม้ประดู่ที่อยู่ในพื้นที่สวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว โดยการนำเศษไม้เหล่านี้นำมาเข้ากระบวนการขัดผิวไม้และเคลือบไม้โดยมีไม้ท่อนใหญ่เป็นโครงสร้างหลัก ใช้เคียวที่ทำจากไม้มีฐานวางผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ และการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ไม้ที่มีลักษณะการจัดวางกลางแจ้งโดยใช้เชลลขาว ขัด และเคลือบแลคเกอร์เพื่อให้เกิดมิติกับผลิตภัณฑ์มากขึ้น เป็นการรักษาเนื้อไม้ให้สามารถใช้งานได้นานยิ่งขึ้น ผลิตภัณฑ์กึ่งประติมากรรมนี้เป็นสวนหนึ่งในการตกแต่งสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว

ให้มีความสวยงามสำหรับบุคคลทั่วไปที่เข้ามาชม
สวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์
การศึกษาสามพร้าว เพื่อสร้างบรรยากาศให้เป็นจุด

สนใจ และจุดเด่นของสวนสำหรับการเข้าชมและ
การถ่ายภาพ

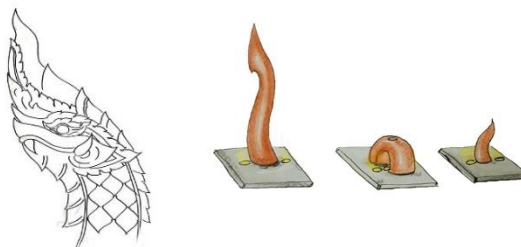


รูปที่ 3 ภาพการวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบ (Mood board)

2.2 การพัฒนาแบบและสร้างต้นแบบ (Design Development and Prototype)

ผู้วิจัยได้การพัฒนาแบบร่างผลิตภัณฑ์
ออกแบบลวดลายเพิ่มเติม ปรับขนาดความหนาของ
ตัวลวดลาย และปรับรูปทรงให้เข้ากับเศษไม้ และ

ออกแบบร่างการจัดวางโดยการปรับเปลี่ยนรูปแบบ
ให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ โดยการดึงเอาลักษณะ
การเลื้อยของของพญานาคมาใช้เป็นแรงบันดาลใจ
ในการออกแบบ เพื่อนำไปสู่กรรมวิธีการผลิตต้นแบบ



รูปที่ 4 แบบร่างขนาดและรูปแบบการจัดวาง



รูปที่ 5 ภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวนกิ่งประติมากรรม

3. ผลการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย

จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามแบบสอบถามการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งจากเศษไม้สำหรับ

สวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว เพื่อสอบถามความพึงพอใจจำนวน 104 ชุด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายความเหมาะสมด้านประโยชน์ใช้สอย (Functionality) ประติมากรรมไม้แกะสลักรูปพญานาค

ความเหมาะสมด้านประโยชน์ใช้สอย (Functionality) ประติมากรรมไม้แกะสลักรูปพญานาค	จำนวน (n=104)		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ความเหมาะสมของขนาดผลิตภัณฑ์ประติมากรรมไม้แกะสลักรูปพญานาค (สูง 180 ซม.ยาว 270 ซม.)	4.12	0.70	มาก
2. รูปแบบผลงานประติมากรรมไม้แกะสลักรูปพญานาคมีความเหมาะสมกับการติดตั้ง	4.07	0.72	มาก
3. ความเหมาะสมของการใช้วัสดุไม้ประดู่และไม้แดงที่มีความแข็งแรงทนทานในการใช้งาน	4.37	0.65	มาก
4. ความเหมาะสมในการเพิ่มการใช้งานการให้แสงสว่างในตอนกลางคืน	4.17	0.71	มาก
5. ความแข็งแรงทนทานของโครงสร้างผลิตภัณฑ์	4.36	0.66	มาก
6. ความเหมาะสมของรูปแบบการจัดวางชิ้นงานกับสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว	4.30	0.69	มาก
รวม	4.23	0.68	มาก

จากตารางที่ 1 ความเหมาะสมด้านประโยชน์ใช้สอย (Functionality) ประติมากรรมไม้แกะสลักรูปพญานาค ภาพรวมความเหมาะสมที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ระดับความคิดเห็นเรียงจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดตามลำดับ ดังนี้ (1) ระดับความคิดเห็นของการใช้วัสดุไม้ประดู่และไม้แดงที่มีความแข็งแรงทนทานในการใช้งาน เหมาะสมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) (2) ความแข็งแรงทนทานของโครงสร้างผลิตภัณฑ์ มีความเหมาะสมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36) (3) ความเหมาะสมของรูปแบบการจัดวางชิ้นงานกับสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ

อุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว มีความเหมาะสมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) (4) ความเหมาะสมในการเพิ่มการใช้งานการให้แสงสว่างในตอนกลางคืน มีความเหมาะสมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) (5) ความเหมาะสมของขนาดผลิตภัณฑ์ประติมากรรมไม้แกะสลักรูปพญานาค (สูง 180 ซม.ยาว 270 ซม.) มีความเหมาะสมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ (6) รูปแบบผลงานประติมากรรมไม้แกะสลักรูปพญานาค มีความเหมาะสมกับการติดตั้ง ความเหมาะสมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายความเหมาะสมด้านความสวยงาม

ความเหมาะสมด้านความสวยงาม	จำนวน (n=104)		ระดับ ความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ความเหมาะสมในการนำเอารูปทรงและจุดเด่นของพญานาคมาใช้ในการออกแบบ	4.46	0.63	มาก
2. ความเหมาะสมในการนำเศษไม้เหลือใช้มาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวนกึ่งประติมากรรม	4.49	0.62	มาก
3. ความเหมาะสมด้านการประยุกต์ใช้เทคนิคการแกะสลักไม้มาใช้ในการออกแบบ	4.42	0.61	มาก
4. การนำเอาสไตรล์ร่วมสมัยมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเด่น และรูปทรงที่เรียบง่าย	4.33	0.71	มาก
5. คุณค่าความสวยงามของรูปแบบ แนวคิด วัสดุไม้และเทคนิคการแกะสลัก	4.51	0.56	มากที่สุด
6. ความเหมาะสมสวยงามโดยรวม	4.37	0.66	มาก
รวม	4.43	0.63	มาก

จากตารางที่ 2 ความเหมาะสมด้านความสวยงาม ภาพรวมความเหมาะสมที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43) ระดับความคิดเห็นเรียงจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดตามลำดับ ดังนี้ (1) คุณค่าความสวยงามของรูปแบบ แนวคิด วัสดุไม้และเทคนิคการแกะสลัก มีความเหมาะสมระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51) (2) ความเหมาะสมในการนำเศษไม้เหลือใช้มาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวนกึ่งประติมากรรม ความเหมาะสมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.49) (3) ความเหมาะสมในการนำเอารูปทรงและจุดเด่นของพญานาคมาใช้ในการออกแบบ ความเหมาะสมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.46) (4) ความเหมาะสมด้านการประยุกต์ใช้เทคนิคการแกะสลักไม้มาใช้ในการออกแบบ ความเหมาะสมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.42) (5) ความเหมาะสมสวยงามโดยรวม ความเหมาะสมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) (6) การนำเอาสไตรล์ร่วมสมัยมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเด่น และรูปทรงที่เรียบง่าย ความเหมาะสมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33)

อภิปรายผล

ในการศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งจากเศษไม้สำหรับสวนพฤกษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ศูนย์การศึกษาสามพร้าว สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวนรูปแบบกึ่งประติมากรรมกลางแจ้งสไตรล์ร่วมสมัย โดยการสื่อความหมายที่มาจากความเชื่อของคนในพื้นที่คือในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีความเคารพเชื่อถือนพญานาคหรือนาค ในบริบทความเป็นสังคมชาวพุทธ เชื่อในความศักดิ์สิทธิ์ การปกป้องคุ้มครอง ซึ่งเป็นความเชื่อที่อยู่ในการรับรู้ของคนทั่วไปมาช้านาน โดยนำมาถ่ายทอดเป็นรูปแบบงานกึ่งประติมากรรมที่มีลักษณะไม่ซับซ้อน และจัดวางให้มีความโดดเด่น กลมกลืนกับพื้นที่สวนพฤกษศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อดุลย์ บุญฉ่ำ (2560) สุนทรียภาพของประติมากรรมร่วมสมัยที่เหมาะสมกับสวนสาธารณะในประเทศไทย มีดังนี้มีเนื้อหาในมุมมองที่ประชาชนรับรู้ได้ง่าย มีความหมายที่ตีความไม่ขัดแย้งกับบริบททางสังคมวัฒนธรรมของพื้นที่

เกิดจากรูปทรงที่มีเอกภาพ เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน ไม่ต้องแปลความหมายที่ยุ่งยาก โดยประติมากรรมแบบเหมือนจริง และแบบกึ่งนามธรรม สุนทรียภาพของสถานที่ บริเวณติดตั้งผลงานต้องมีความสวยงาม การปรากฏชัดของประติมากรรม เกิดจากขนาดวัสดุ สี และลักษณะของรูปทรง โดยฉากหลังต้องไม่รบกวนสายตา ฉากหน้าต้องเป็นที่ว่าง มีมุมมองที่โล่งกว้างสามารถมองเห็นได้ในระยะไกล

2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวนกึ่งประติมากรรมกลางแจ้งโดยใช้เทคนิคการแกะสลักไม้ที่ได้แรงบันดาลใจจากพญานาค โดยนำเอาเทคนิคการแกะสลักไม้ที่เป็นงานฝีมือของช่างไทยที่มีมาแต่โบราณ มาประยุกต์ใช้กับการออกแบบ เพื่อสื่อให้เห็นถึง วิธีการแกะสลักที่ประณีตความสวยงามของการแกะสลักไม้ และสามารถพัฒนารูปแบบของการแกะสลักไม้ให้เกิดรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามและทันสมัย โดยประยุกต์ใช้กับรูปแบบของการออกแบบในสไตล์ร่วมสมัย รูปร่างรูปทรงและการจัดวางผลิตภัณฑ์ ได้แรงบันดาลใจมาจากพญานาคเนื่องจากคนภาคอีสานมีความผูกพันกับพญานาคมีความเชื่อเรื่องการเคารพและปกป้องรักษา โดยจะสื่อถึงความเคารพนับถือ ความสวยงามทางด้านจิตใจ อารมณ์ และสร้างความประทับใจ

3. ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งจากเศษไม้สำหรับสวนพฤกษศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาสามพร้าว เป็นการนำของเหลือซึ่งไม่ได้ใช้ประโยชน์กลับมาใช้ใหม่ (Reuse) ให้เกิดประโยชน์ โดยให้ความสำคัญกับการพิจารณาความเหมาะสมของการนำมาใช้ให้มีความเหมาะสมกับพื้นที่ ซึ่งเป็นพื้นที่สวนพฤกษศาสตร์ที่มีความหลากหลายของธรรมชาติ พืชพรรณไม้และสิ่งมีชีวิต ดังนั้นการพิจารณานำสิ่งของที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ใน

พื้นที่ซึ่งก็คือไม้เนื้อแข็งที่เกิดจากการหักโค่นหรือต้นไม้ตายหรือไม่จากการลักลอบตัดที่ถูกทิ้งไว้หลากหลายชนิด เมื่อผู้วิจัยศึกษาและนำมาวิเคราะห์แล้วพบว่าไม่มีไม้ประดู่ ซึ่งเป็นไม้เนื้อแข็ง ที่มีลักษณะของผิวเนื้อไม้ที่สวยงาม มีความแข็งแรงสามารถนำไปแกะสลักได้ มีลักษณะรูปทรงที่สามารถนำไปสร้างสรรค์เป็นผลงานกึ่งประติมากรรมที่สวยงามได้ โดยออกแบบเป็นนาคที่สะท้อนความเชื่อของคนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลจากการประเมินความคิดเห็นกลุ่มเป้าหมายอยู่ในระดับมากทั้งด้านประโยชน์ใช้สอย (Functionality) และด้านความสวยงาม สอดคล้อง กับแนวคิดการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ของ สิงห์ อินทร์ชูโต (2552) กล่าวถึงสิ่งสำคัญคือต้องรู้จักจินตนาการและดึงคุณสมบัติของเศษขยะต้องพยายามดึงคุณสมบัติเด่น ๆ หรือศักยภาพของวัสดุออกมา เช่น รูปร่าง ความพล้วของวัสดุ ความงามของพื้นผิว สี สัน ความสดใส ในการออกแบบจากวัสดุเหลือใช้ขึ้นสิ่งจำเป็นต้องคำนึงถึงคือคุณสมบัติเฉพาะของวัสดุ กระบวนการผลิตและประโยชน์ใช้สอยเป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสวนรูปแบบกึ่งประติมากรรมจากเศษไม้โดยใช้เทคนิคการแกะสลักไม้ การออกแบบขั้นต้นควรคำนึงถึงขนาดของวัสดุ ลักษณะงานโดยรวม วิเคราะห์คำนวณ ระยะเวลาในการออกแบบ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่ในการทำงานบางกรณีควรมีผู้ช่วยในการทำงานรวมถึงการเคลื่อนย้าย

2. ด้านวัสดุ เนื่องจากวัสดุเป็นไม้เนื้อแข็งและชิ้นใหญ่ก่อนทำงาน ควรมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของวัสดุ สิ่งสำคัญในการแกะสลักไม้คือ ต้องรู้จัก

ทิศทางของเนื้อไม้ หากไม่มีความเข้าใจเรื่องนี้ อาจจะส่งผลกระทบต่อผลงานเป็นอย่างมาก และควรมีความชำนาญในเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการทำงานให้ดีกว่าก่อนลงมือปฏิบัติจริง หรือควรมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านคอยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด หรือหากงานส่วนนั้นต้องใช้ความชำนาญและประสบการณ์ในการทำงานสูง ควรให้ผู้เชี่ยวชาญทำงานในส่วนนั้นแทน เช่น การตัดไม้หรือการเปลาะไม้ การตัดไม้ชิ้นใหญ่ต้องใช้ประสบการณ์และพละกำลังอย่างมาก

3. ด้านการศึกษาข้อมูล ควรศึกษาข้อมูลการใช้เครื่องมือเกี่ยวกับงานไม้และเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการแกะสลักไม้ เพราะการแกะสลักไม้นั้นอาศัยความชำนาญ ใจเย็น เพราะถ้าหากทำพลาดแล้ว จะแก้ไขค่อนข้างลำบาก หากเกิดข้อผิดพลาดบ่อยครั้ง อาจส่งผลกระทบต่อเวลาในการทำงาน ความสวยงาม และความสมบูรณ์แบบของผลงานด้วย

References

- Watcharapong Khemtong and Pongthep Rakphakawong. (2016). Study of tree growth in the tree planting project. Million Kla Maha Auspicious within the area of Pibulsongkram Rajabhat University, shown through Google Maps. *National Academic Conference Report Kamphaeng Phet Rajabhat University Research and Development Institute* No. 3. 3(1): 522; 22 December 2016.
- Singh Intrachooto. (2009). *Reuse, The Art Of Reclaim*. Bangkok: Pha Boonma Co., Ltd.
- Adool Booncham. (2017). *Contemporary Sculptures: Decoding the Body of Aesthetic Knowledge Suitable for Public Parks*. (Doctoral dissertation). Mahasarakham University, Mahasarakham
- Wibul Pensuk. (2020, July 30). *Background and importance of Botanical Garden [Interview] . Sam Phrao Education Center, Udon Thani Rajabhat University.*

แนวทางการออกแบบอัตลักษณ์และตกแต่งภายในสำหรับร้านค้าทุเรียนจันท

ปิยะวรรค์ ปิ่นแก้ว¹, พชรียาภรณ์ พึ่งพักตร์²

^{1, 2}คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email: piyawan.pi@ssru.ac.th

Received: Dec 6, 2022

Revised: Dec 23, 2022

Accepted: Dec 23, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาอัตลักษณ์สำหรับร้านค้าทุเรียนจันท และเสนอแนะการออกแบบตกแต่งภายในร้านค้าทุเรียนจันท ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับทุเรียนจาก จังหวัดจันทบุรี รวมไปถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปที่เป็นสินค้าท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยมีวิธีวิจัยจากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทุเรียนจันทและผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของจังหวัดจันทบุรี วิเคราะห์ข้อมูลและนำมาสังเคราะห์สู่กระบวนการออกแบบ โดยใช้หลักการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและหลักการออกแบบตกแต่งภายในร้านจำหน่ายสินค้า จากนั้นได้สร้างผลงานการออกแบบภาพสามมิติด้วยโปรแกรม Sketch up โดยขอบเขตในงานวิจัยนี้ ได้ทำการออกแบบร้านจำหน่ายทุเรียนจันททั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่ 1) ร้านค้าภายในห้างสรรพสินค้า ขนาดพื้นที่ 201.60 ตารางเมตร 2) ศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) ขนาดพื้นที่ 96.00 ตารางเมตร 3) บูธงานอีเว้นต์ (Booth) ขนาดพื้นที่ 36.00 ตารางเมตร 4) คีออส (Kiosk) ขนาดพื้นที่ 9.00 ตารางเมตร และ 5) 푸๊ดทรัค (Food Truck) ขนาดพื้นที่ 9.78 ตารางเมตร ผลลัพธ์ในงานวิจัยนี้ ได้แนวคิดในการสร้างอัตลักษณ์จากเลือกทุเรียนและอัญมณี ซึ่งเป็นการนำสองสิ่งที่มีชื่อเสียงของจังหวัดจันทบุรี มาสร้างอัตลักษณ์ด้วยการนำรูปร่างและรูปทรงเหลี่ยม มีมุมแหลม ได้แรงบันดาลใจมาจากเปลือกทุเรียนและการเจียระไนอัญมณี มาสร้างภาพลักษณ์ให้มีความทันสมัย ผสมกับสีเหลืองจากทุเรียน ซึ่งเป็นสีหลักในการสร้างอัตลักษณ์และตกแต่งภายในร้านค้าทุเรียนจันททั้ง 5 ประเภท โดยทุกพื้นที่การออกแบบจะมีสีเหลืองเป็นสีองค์กร และรูปร่างของมุมแหลมเหลี่ยม เป็นลวดลายของทุกร้าน ซึ่งแต่ละร้านมีพื้นที่เหมือนกัน ได้แก่ พื้นที่ประกอบของหวานและเครื่องดื่ม พื้นที่ซื้อขาย พื้นที่จัดแสดงสินค้า และพื้นที่นั่งทาน เพื่อให้ตอบสนองต่อการใช้งานของแต่ละพื้นที่และกลุ่มผู้มาใช้บริการ

คำสำคัญ: การออกแบบอัตลักษณ์, การออกแบบร้านค้าปลีก, ออกแบบตกแต่งภายใน

Guidelines for identity design and retail design of Durian Chan shop

Piyawan Pinkaew¹, Patchariya Peungpak²

^{1, 2}Faculty of Industrial Technology, Suansunandha Rajabhat University

Email: piyawan.pi@ssru.ac.th

Received: Dec 6, 2022

Revised: Dec 23, 2022

Accepted: Dec 23, 2022

Abstract

The purpose of this research was to identify identity for Chan durian shops. And suggesting the interior design of the Chan durian shop which is a durian product from Chanthaburi Province Including processed products that are local products to be known more There is a research method for studying and collecting information related to Chanthaburi durian and important products of Chanthaburi province. Analyze data and synthesize it into the design process. by using corporate identity design principles and interior design principles for retail stores Then created a three-dimensional design work with Sketch up program. By the scope of this research. A total of 5 types of Chan durian shops have been designed: 1) Shops in department stores with an area of 201.60 square meters 2) Community Mall with an area of 96.00 square meters 3) Event Booth with an area of 36.00 square meters square meters, 4) Kiosk, with an area of 9.00 square meters, and 5) Food Truck, with an area of 9.78 square meters. The results of this research Get an idea to create an identity from durian shells and gems. which brings two famous things of Chanthaburi province Come to create an identity by bringing shapes and square shapes with sharp corners inspired by durian shells and gem cutting. Let's create a modern image. Combined with yellow from durian. which is the main color in creating the identity and decorating the interior of all 5 types of Chan durian shops, with every design area having yellow as the corporate color and the shape of the acute angle It's the pattern of every shop. Each store has the same space, including a dessert and beverage area. trading area exhibition area and dining area in order to respond to the use of each area and group of users.

Keywords: Identity Design, Retail Design, Interior Design

บทนำ

ทุเรียนเมืองจันทร์หรือทุเรียนจันทบุรี ถือเป็นทุเรียนอีกจังหวัดหนึ่งที่ได้รับคามนิยม มีการเพาะปลูกและส่งออกเป็นจำนวนมาก มีสายพันธุ์ทุเรียนหมอนทองและทุเรียนชะนีเป็นที่ต้องการของตลาด และยังมีการแปรรูปทุเรียนเพื่อให้สามารถทานได้ตลอดปีและทานได้ง่ายมากขึ้น การแปรรูปทุเรียนของจันทบุรีจะเน้นการแปรรูปในปริมาณที่มากนั้นคือ การทำทุเรียนทอดและทุเรียนกวน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีมานาน เป็นอาหารแปรรูปดั้งเดิมของจังหวัด แต่ยังคงขาดความหลากหลายของสินค้า นอกจากนี้แล้วภาพจำเกี่ยวกับทุเรียนจันทน์นั้นยังคงเป็นแค่เพียงตลาดผลไม้ ผลิตภัณฑ์แปรรูปยังมีความต้องการทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยจากการสัมภาษณ์นางตุ๋ จันศิริ และนายพิทักษ์ จันศิริ ชาวสวนทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2563 กล่าวว่า “มีพันธุ์ทุเรียนที่นิยมมากไม่ต่างจากพันธุ์หมอนทอง ได้แก่ ทุเรียนชะนี ทุเรียนพวงมณี ทุเรียนกระดุม และทุเรียนก้านยาว ซึ่งเป็นพันธุ์ที่นิยมรองจากหมอนทอง และคนเมืองจันทน์นิยทานทุเรียนพวงมณีมากขึ้น เนื่องจากราคาถูกกว่า และได้รสชาติใกล้เคียงกัน แต่พวงมณีมีการปลูกน้อยกว่าเป็นที่ต้องการมากขึ้น” นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงราคาขายช่วงปี 63-64 ว่า “ราคาขายช่วงปี 63 จะได้ราคาสูงกว่าปี 64 เพราะปี 64 น้ำและดินดี ทำให้สวนมีผลผลิตออกมาพร้อมกันจำนวนมาก ทำให้ราคารับซื้อถูกลง ส่วนในปี 65 ราคาขายสูงขึ้น แต่ได้ผลผลิตน้อย เพราะมีปริมาณฝนเยอะเกินไป ทำให้ช่วงรุ่นแรกขแงผลผลิตขาดตลาดเล็กน้อย” และยังสามารถเสนอแนะพันธุ์ทุเรียนที่น่าสนใจในการนำมาปลูกสายพันธุ์ใหม่ คือ ทุเรียนมุขังคิง เพิ่งเป็นที่รู้จักในปี 65 นี้” ได้ให้ข้อมูลและความต้องการให้ทุเรียนจันท

และผลิตภัณฑ์จากจันทบุรีเป็นที่รู้จักมากขึ้น เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์อยู่แล้วแต่ยังเป็นเป็นที่นิยม จึงได้นำปัญหานี้มาศึกษาและหาแนวทางแก้ไข โดยผ่านแนวคิดการหาอัตลักษณ์ทุเรียนจันทให้ชัดเจน และหาแนวทางการเพิ่มยอดขายด้วยรูปแบบร้านค้าเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการซื้อขาย การสร้างพื้นที่กิจกรรมภายในร้านค้าให้ดึงดูดและน่าสนใจกับกลุ่มคนสมัยใหม่ ที่มีความต้องการร้านที่ตกแต่งสวยงาม บรรยากาศดี สามารถนั่งทาน เป็นพื้นที่พบปะพูดคุยและพักผ่อนได้ โดยยังสามารถจัดวางสินค้าเพื่อจำหน่ายและการบริการแบบเข้าถึงผู้บริโภคได้ใกล้ชิดขึ้น และยังเป็นการสร้างภาพจำใหม่ให้ทุเรียนจันทผ่านการสร้างอัตลักษณ์ให้จำจดจำ มีจุดเด่นและน่าสนใจ เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้ด้วยการให้บริการและส่งเสริมการขายผ่านรูปแบบของร้านที่หลากหลาย ทั้งเป็นคาเฟ่ การออกบูธ และ Food truck ที่มีการตกแต่งให้ดึงดูดและมีเอกลักษณ์

การวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการหาอัตลักษณ์ของทุเรียนจันท สู่แนวทางที่หลากหลายของร้านจำหน่ายสินค้าทุเรียนจันท เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจผลการออกแบบในงานวิจัยนี้โดยมีพื้นที่จำหน่ายสินค้าในการออกแบบครั้งนี้ทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่ 1) ร้านค้าภายในห้างสรรพสินค้า ขนาดพื้นที่ 201.60 ตารางเมตร 2) ศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) ขนาดพื้นที่ 96.00 ตารางเมตร 3) บูธงานอีเว้นต์ (Booth) ขนาดพื้นที่ 36.00 ตารางเมตร 4) คีออส (Kiosk) ขนาดพื้นที่ 9.00 ตารางเมตร และ 5) 푸๊ดทรัค (Food Truck) ขนาดพื้นที่ 9.78 ตารางเมตร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อหาอัตลักษณ์ของร้านจำหน่ายสินค้าทุเรียนจันท จังหวัดจันทบุรี

2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการออกแบบตกแต่งภายในร้านจำหน่ายสินค้าทุเรียนจันทน์

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดจันทบุรีและทุเรียนจันทน์ จากการสัมภาษณ์นางตุ๋ จันศิริ และนายพิทักษ์ จันศิริ ชาวสวนทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี

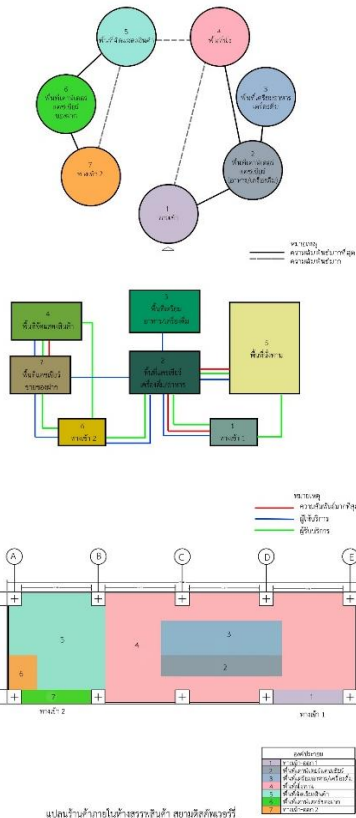
2. ศึกษาวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านการออกแบบอัตลักษณ์และการออกแบบร้านจำหน่ายสินค้า

3. ประมวลผลข้อมูลและสังเคราะห์ข้อมูล หาอัตลักษณ์ของเมืองจันทบุรี เพื่อนำไปสู่กระบวนการออกแบบ

4. กระบวนการออกแบบ ดังนี้ 4.1) วิเคราะห์ประเภทพื้นที่ในการออกแบบ (Site Analysis) 4.2) วิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้งานในแต่ละประเภทพื้นที่การออกแบบ (User Analysis) 4.3 การหาความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอย (Bubble Diagram) 4.4 การหาความสัมพันธ์ของหน้าที่ใช้สอยและเส้นทางสัญจรภายใน (Functional Diagram) 4.5 การแบ่งโซน (Zoning) 4.6 การหาแนวความคิดในการออกแบบ (Concept Design) ดังตัวอย่างกระบวนการออกแบบในรูปที่ 1 ซึ่งแสดงการหาความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอย การหาความสัมพันธ์ของหน้าที่ใช้สอยและเส้นทางสัญจรภายใน และการแบ่งโซน ซึ่งเป็นกระบวนการที่ใช้กับทุกพื้นที่ออกแบบ

5. การออกแบบและสร้างภาพสามมิติด้วยโปรแกรม Sketch Up

6. สรุปผลการออกแบบ



รูปที่ 1 กระบวนการออกแบบตกแต่งภายในร้านทุเรียนจันทน์
ที่มา: ทีมผู้วิจัย

แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity)

ความหมายของอัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) หมายถึง ตัวตนขององค์กรผ่านการรับรู้ภาพลักษณ์ โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่แนบแน่นระหว่างผลิตภัณฑ์และการบริการกับกลุ่มลูกค้า อัตลักษณ์องค์กรเป็นการใช้ชื่อหรือโลโก้ตัวอักษรเพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้การสื่อสาร (Saunders, 2000) นอกจากนี้ อัตลักษณ์องค์กรหมายถึงการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร

อย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เพื่อสร้างความ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รวมถึงความเข้าใจอัน ดีให้เกิดองค์กร บุคลากรต่างๆ ในองค์กร รวมถึง ลูกค้ายขององค์กรนั้น ๆ ด้วย (สหภาพ หาลำเจียก, 2559)

การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

องค์ประกอบของการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ดังนี้

1) โลโก้ (Logo) คือ ตราสัญลักษณ์หรือ เครื่องหมายการค้า ที่เป็นตัวแทนของแบรนด์หรือ องค์กร สามารถสื่อถึงคุณค่าหลักการบางอย่าง ใน รูปแบบที่ตอบบุคลิกและสถานะของแบรนด์

2) รูปแบบตัวอักษรหรือฟอนต์ (Font/ Typography) การใช้ตัวอักษรทำงานเปรียบเทียบ ภาพเพื่อแสดงความหมาย สร้างบุคลิกและน้ำเสียง ของแต่ละองค์กรได้ สามารถเลือกจากแบบตัวอักษร ที่มีอยู่แล้วหรือออกแบบขึ้นใหม่โดยกำหนดจำนวน แบบตัวอักษรและน้ำหนัก (Weight) รวมถึงการ สร้างแบบแผน (Format) ในการจัดวางข้อความ (Typographic System) เพื่อให้ปรับใช้งานได้ตาม ความเหมาะสมในทุกรูปแบบ (Samataph, 2022)

3) ภาพ (Image) เป็นส่วนที่สร้างอัตลักษณ์ ให้น่าสนใจได้ ด้วยการใชรูปร่างที่คล้ายกันแล้วปรับ ให้แตกต่างกัน หรือช่วยขยายใจความสำคัญได้ด้วย การเน้นซ้ำๆ โดยการกำหนดรูปแบบ (Style) ของ ภาพทุกชนิด ที่จะนำมาใช้ในสื่อต่างๆ เช่น ภาพถ่าย ภาพประกอบ ภาพเคลื่อนไหว ฯลฯ โดยเลือกให้ เหมาะกับบุคลิกองค์กรและตอบประโยชน์การใช้งานในแต่ละโอกาส

4) สี (Color Scheme) องค์ประกอบสำคัญ ที่ช่วยให้คนจดจำองค์กรได้มากกว่า 80% การกำหนด

ชุดสี และรหัสสีต่าง ๆ เป็นไปเพื่อความเที่ยงตรง แม่นยำในการใช้งาน

5) รูปร่างและรูปทรง (Shape & Form) สามารถ ใช้ได้ทั้งรูปทรงเรขาคณิต เช่น สี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม วงกลม เป็นต้น และรูปทรงอิสระ เช่น ธรรมชาติ เส้นอิสระ

2. หลักการออกแบบตกแต่งภายในร้านค้า (Retail Design)

การออกแบบร้านค้า หมายถึง ลักษณะทาง สถาปัตยกรรมและรูปแบบการตกแต่งภายในร้านค้า มีวัตถุประสงค์ เพื่อการจัดการพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ สูงสุดและใช้แนวคิดในการออกแบบให้เกิดประสิทธิภาพ สูงสุด เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มผลกำไร โดยคำนึงถึง ตั้งแต่แผนผังของร้านให้เกิดความสะดวก รวดเร็วใน การทำงาน จัดพื้นที่ให้เหมาะสม มีมุมมองทางสัญจร ที่สะดวก จัดวางทุกจุดภายในร้านให้เกิดประโยชน์ ไม่เป็นจุดบอดภายในร้าน (เอกพงษ์ ตรีตรง, 2550)

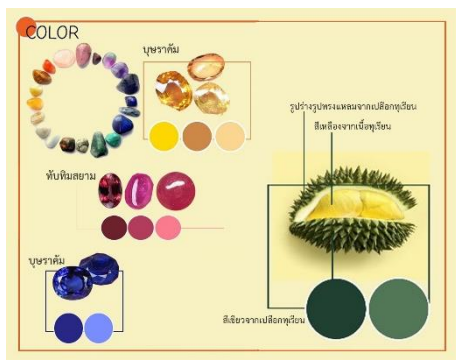
การตกแต่งภายในร้านให้มีบรรยากาศที่ดู น่าสนใจตั้งแต่ครั้งแรกที่เห็นจากบริเวณหน้าร้าน เป็นการสร้างแรงดึงดูด (First impression) เมื่อ ลูกค้าสนใจและอยากเข้ามาใช้บริการ จึงเป็นสิ่ง สำคัญต่อการออกแบบ นอกจากนี้ สิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือระบบหลังร้านหรือครัวปรุงอาหารและบาร์ เครื่องดื่ม โดยแนวคิดแรกคือ การตกแต่งสถานที่ให้ เอื้อต่อการขาย การออกแบบพื้นที่ใช้สอย เช่น การจัดวางโต๊ะและที่นั่ง ให้เหมาะสมกับประเภทและ สไตล์ของอาหาร รวมถึงการเลือกวัสดุที่เหมาะสม ปัจจุบันมีแนวคิดพื้นที่ที่สาม (Third place) เป็น กระแสที่สอดคล้องกับชีวิตของคนรุ่นใหม่ เป็นพื้นที่ สาธารณะที่ใคร ๆ ก็เข้ามาใช้บริการได้ ร้านอาหารที่ ขายเครื่องดื่ม หรือร้านกาแฟ จึงเหมาะสมกับการ

ออกแบบที่มีเคาน์เตอร์สำหรับให้บริการภายในร้าน และซื้อกลับบ้านได้

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยมี 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการหาอัตลักษณ์จากการศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลเมืองจันทบุรี ไปสู่แนวคิดในการออกแบบจาก 2 คำ คือ ทุเรียน (Durian) และอัญมณี (Gems) มาผนวกเข้าด้วยกัน โดยนำสีเหลืองจากทุเรียนมาเป็นสีหลัก และสีรองตามสีของอัญมณีที่มีชื่อเสียงของจันทบุรี ได้แก่ ทับทิมสยาม บุษราคัม และไพฑูริย์ ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 ผลการหาอัตลักษณ์และแนวคิดการออกแบบจากทุเรียนและอัญมณี
ที่มา: ทีมผู้วิจัย

ส่วนที่ 2 ผลการออกแบบตกแต่งภายในร้าน ทุเรียนจันทน์ โดยได้แนวคิดในการออกแบบจาก 2 คำ คือ ทุเรียน (Durian) และอัญมณี (Gems) ที่มีชื่อเสียงของเมืองจันทบุรี มาผนวกเข้าด้วยกัน โดยนำสีเหลืองจากทุเรียนมาเป็นสีหลัก และสีรองตามสีของอัญมณีที่มีชื่อเสียงของจันทบุรี ได้แก่ ทับทิมสยาม บุษราคัม และไพฑูริย์ นอกจากนี้ยังได้นำรูปร่างรูปทรงของเปลือกทุเรียนที่มีรูปทรงเหลี่ยมแหลมมาสร้าง

ลวดลายให้น่าสนใจ เป็นจุดดึงดูดให้กับร้านค้ารวมไปถึงการจัดวางผังเฟอร์นิเจอร์ที่มีแนวคิดให้ผู้มาใช้บริการได้นั่งทานขนมหวานและเครื่องดื่มได้ และยังสามารถชมและเข้าถึงพื้นที่จำหน่ายสินค้าได้ไปในตัว เป็นการวางผังและออกแบบพื้นที่ใช้สอยให้ตอบสนองต่อการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ ที่ทั้งขายของหวานและเครื่องดื่มจากทุเรียนจันทน์และยังสามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์อย่างอื่นได้ด้วย โดยผลการออกแบบในแต่ละพื้นที่ ดังนี้

2.1 ร้านค้าภายในห้างสรรพสินค้า ขนาดพื้นที่ 201.60 ตารางเมตร ตั้งอยู่ Siam Discovery ใช้แนวคิด ทับทิมสยาม มาเป็นแนวคิดรอง เนื่องจากโครงการตั้งอยู่ใจกลางกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นย่านที่มีคนพลุกพล่าน หลากหลาย เป็นที่พบบปะของผู้คนมากมาย และขอบเขตของร้านมีขนาดใหญ่ที่สุด จึงได้มีแนวคิดการจัดวางผังที่มีประตูทางเข้า 2 ทาง คือ ประตูส่วนพื้นที่คาเฟ่และประตูส่วนชั้นวางสินค้า นำรูปร่างเหลี่ยม มุมแหลมมาสร้างจุดเด่นหน้าเคาน์เตอร์ ติดชื่อร้านด้วยตัวอักษรด้านหน้า และตกแต่งเสายภายในร้าน ให้มีบรรยากาศเป็นธรรมชาติ ด้วยต้นไม้และดอกไม้ปลอม ซึ่งประกอบด้วย พื้นที่เคาน์เตอร์แคชเชียร์ พื้นที่เตรียมอาหารและเครื่องดื่ม พื้นที่นั่งทาน พื้นที่จัดแสดงสินค้า และดีสเพลย์ ดังผลการออกแบบรูปที่ 3-4



รูปที่ 3 ผังเฟอร์นิเจอร์ร้านภายในห้างสรรพสินค้า Siam Discovery
ที่มา: ทีมผู้วิจัย

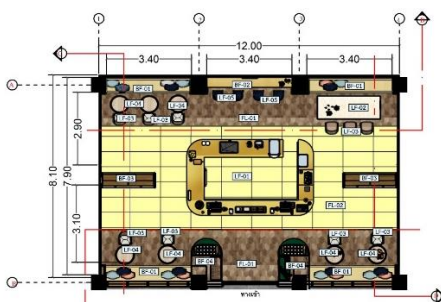


รูปที่ 4 ทศนียภาพพื้นที่เคาน์เตอร์แคชเชียร์ พื้นที่เตรียมอาหาร พื้นที่นั่งทานและวางสินค้า
ที่มา: ทีมผู้วิจัย



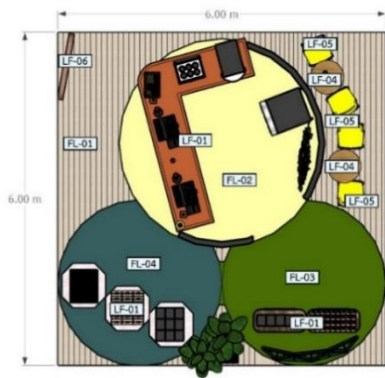
รูปที่ 6 ทศนียภาพพื้นที่เคาน์เตอร์ พื้นที่เตรียมอาหาร และพื้นที่นั่งทานหน้าเคาน์เตอร์
ที่มา: ทีมผู้วิจัย

2.2 ร้านค้าในศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) มีขนาดพื้นที่ 96.00 ตารางเมตร ตั้งอยู่ที่ One Nimman จังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกใช้แนวคิดร่องจากพลอยบุษราคัมสีเหลืองและสีน้ำเงิน นำรูปร่างเหลี่ยมมาใช้หน้าเคาน์เตอร์และตกแต่งเสาภายในร้าน ตกแต่งร้านให้มีสีเขียวและเป็นธรรมชาติ ประกอบด้วย พื้นที่เคาน์เตอร์แคชเชียร์ พื้นที่เตรียมอาหารและเครื่องดื่ม พื้นที่นั่งทาน และพื้นที่จัดแสดงสินค้า โดยการออกแบบดังรูปที่ 5-6



รูปที่ 5 ผังเฟอร์นิเจอร์ร้านภายใน Community Mall,
One Nimman
ที่มา: ทีมผู้วิจัย

2.3 บูธงานอีเว้นต์ (Booth) ขนาดพื้นที่ 36.00 ตารางเมตร ตั้งอยู่ที่ อิมแพ็ค เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี โดยเลือกใช้แนวคิดหลัก Durian Gems ในโทนสีเหลืองและเขียวเป็นหลัก เนื่องจากเป็นบุชชั่วคราว จึงนำเสนอให้มีความทันสมัย สะดุดตาด้วยรูปร่างสามเหลี่ยมแหลมในส่วนผ้าเพดาน ด้านบน เปิดรับมุมมองให้เห็นด้านข้างได้ง่าย และสามารถนั่งทานได้ ประกอบด้วย พื้นที่เคาน์เตอร์แคชเชียร์ พื้นที่เตรียมอาหารและเครื่องดื่ม พื้นที่นั่งทาน และพื้นที่จัดแสดงสินค้า โดยผลการออกแบบดังรูปที่ 7-8



รูปที่ 7 ผังเฟอร์นิเจอร์ร้านค้าบูธงานอีเวนต์
ที่มา: ทีมผู้วิจัย



รูปที่ 8 ทศนียภาพพื้นที่เคาน์เตอร์ ที่นั่งทานและ
พื้นที่จัดวางสินค้า
ที่มา: ทีมผู้วิจัย

2.4 คีออส (Kiosk) ขนาดพื้นที่ 9.00 ตารางเมตร ตั้งอยู่ที่ท่ามหาราช กรุงเทพมหานคร โดยเลือกใช้แนวคิดโรงโหลินสีน้ำเงิน เพื่อให้กลมกลืนกับพื้นที่ตั้งที่ติดกับแม่น้ำ โดยประกอบด้วย พื้นที่เตรียมอาหารและเครื่องดื่มรวมกับพื้นที่แคชเชียร์ มีพื้นที่

นั่งทานหรือนั่งรอแบบเก้าอี้สูงและพื้นที่จัดวางสินค้า โดยผลการออกแบบดังรูปที่ 9-10



รูปที่ 9 ผังเฟอร์นิเจอร์ร้านค้า Kiosk
ที่มา: ทีมผู้วิจัย



รูปที่ 10 ทศนียภาพร้าน Kiosk
ที่มา: ทีมผู้วิจัย

2.5 ฟู้ดทรัค (Food Truck) ขนาดพื้นที่ 9.00 ตารางเมตร ตั้งอยู่ทำงาน Food Truck Mart เซ็นทรัลพลาซ่า รัตนาธิเบศร์ จ.นนทบุรี โดยเลือกใช้แนวคิดรองจากพลอยเขียวส่องแสง เป็นอัญมณีที่หาพบได้

มากในจันทบุรี ประกอบด้วย พื้นที่เตรียมอาหาร และแคชเชียร์ พื้นที่จัดวางสินค้า และพื้นที่นั่งทาน ด้านนอกรถ โดยผลการออกแบบดังรูปที่ 10-11

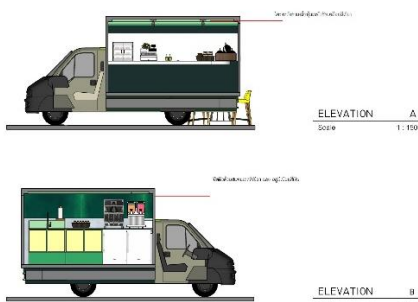


รูปที่ 10 ผังเฟอร์นิเจอร์ร้านค้า Kiosk

ที่มา: ทีมผู้วิจัย



(ก)



(ข)

รูปที่ 11 (ก) ทศนิยมภาพร้าน Food Truck

(ข) รูปด้าน A-B ร้าน Food Truck

ที่มา: ทีมผู้วิจัย

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการออกแบบ แบ่งได้ 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์อัตลักษณ์จากทฤษฎี และข้อมูลจากทุเรียนจันทบุรี ที่ต้องการให้เป็น ที่รู้จักมากขึ้นและจดจำได้ การนำส่วนต่าง ๆ ของลูก ทุเรียนมาเป็นแรงบันดาลใจ ตามหลักการออกแบบ อัตลักษณ์ ซึ่งใช้เรื่องสี (Color) โดยใช้สีเหลืองที่มา จากเนื้อทุเรียนมาเป็นสีหลัก สีรองคือสีเขียวจาก เปลือกทุเรียน ซึ่งเป็นกลุ่มสีที่มีความสว่าง สดใส ผ่อนคลายและสบายตา โดยสีเหลืองช่วยกระตุ้นให้ เกิดการติดต่อสื่อสารและการจดจำ ส่วนสีเขียวให้ ความรู้สึกถึงธรรมชาติ การเติบโตและอุดมสมบูรณ์ และนำรูปร่างรูปทรง (Shape & Form) ที่มีลักษณะ เหลี่ยมแหลมของเปลือกทุเรียนมาเป็นลวดลายใน การตกแต่งภายในด้วย และการเลือกใช้ฟอนต์ (Font/Typography) ที่เรียบง่าย อ่านง่าย และมีความสบาย ผ่อนคลายด้วย ดังรูปที่ 2

ส่วนที่ 2 การจัดวางผังเฟอร์นิเจอร์และพื้นที่ใช้ สอย ด้วยแนวคิดและที่มาของโครงการที่ต้องการให้ ผลิตภัณฑ์ทุเรียนจันทบุรีมีความหลากหลายและเป็นที่ รู้จักมากขึ้น รวมทั้งมีการบริการที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้า ได้ง่ายและทันสมัยปัจจุบัน รูปแบบร้านการ ตกแต่งภายในจึงมีรูปแบบคาเฟ่ หรือพื้นที่สาธารณะ ที่ผู้คนสามารถมาพบปะ พักผ่อน และนั่งทานขนม หวานและเครื่องดื่มจากผลิตภัณฑ์ของจันทบุรีได้ ทุกพื้นที่การออกแบบนอกจากพื้นที่ใช้สอยหลัก ได้แก่ เคาน์เตอร์แคชเชียร์และเตรียมอาหาร จึงมี พื้นที่นั่งทานและพื้นที่จัดวางสินค้าไว้เพื่อบริการด้วย โดยพื้นที่นั่งทานในร้านภายในห้างสรรพสินค้า Siam Discovery และ ร้านภายในศูนย์การค้าชุมชน One Nimman ซึ่งมีพื้นที่มากพอในการจัดที่นั่งให้คน ได้มาใช้เวลาที่ร้าน นั่งพักผ่อน พบปะพูดคุยกันได้

เป็นจำนวนมาก ส่วนรูปแบบที่นั่งของบูธอีเว้นต์ มีการวางพื้นที่นั่งแบบที่นั่งคู่ไว้ด้านข้างของร้าน และวางชั้นจำหน่ายสินค้าไว้ด้านหน้าของร้าน เพื่อให้มองเห็นได้ง่าย แต่ดึงดูดความสนใจของลูกค้า ส่วนร้านคอส ซึ่งตั้งอยู่ท่ามกลางอาคาร เป็นการออกแบบในพื้นที่ขนาดเล็ก จึงจัดวางเก้าอี้สูง 2 ตัว กับเคาน์เตอร์สูง เนื่องจากพฤติกรรมของคนมาซื้อจะไม่รอนาน ไม่ได้นั่งทานนาน และวางม้านั่งยาวไว้ด้านข้างร้าน เพื่อให้เป็นจุดถ่ายภาพได้ กับผนังกระจกวงกลมที่มองเห็นทะลุได้ และร้านฟู้ดทรัค ที่มีขนาดเล็ก และเป็นการสัญจรไปขายได้ตามที่ต่าง ๆ จึงจัดเตรียมที่นั่งไว้ให้ตามความเหมาะสม เพื่อเน้นให้ได้ใช้เวลากับร้านค้าได้ สามารถนั่งรอสินค้าและอาหารได้ เป็นส่วนที่คำนึงถึงการให้สิ่งสะดวกสบายในการให้บริการลูกค้า เป็นต้น ซึ่งตรงตามแนวคิดปัจจุบันที่มีแนวคิดพื้นที่ที่สาม (Third place) เป็นกระแสที่สอดคล้องกับชีวิตของคนรุ่นใหม่

ส่วนที่ 3 การออกแบบตกแต่งภายใน การนำอัตลักษณ์มาใช้ในทุกพื้นที่ ทั้งบรรยากาศสีเหลืองจากทุเรียนและสีเขียวจากเปลือกทุเรียนที่คุมโทนสีหลักของงานออกแบบ ควบคู่ไปกับรูปร่างรูปทรงเหลี่ยม มุมแหลมที่ใช้กับส่วนหน้าเคาน์เตอร์และการตกแต่งเสาเป็นหลัก การแทรกสีรองในพื้นที่น้อยของการออกแบบ สร้างจุดน่าสนใจและมีสีสันได้นอกจากนี้ การสร้างบรรยากาศการตกแต่งภายในยังเน้นความเป็นธรรมชาติที่ได้แรงบันดาลใจจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มากมายของจันทบุรี มาสร้างให้ภายในร้านมีความสดชื่นและสบายตาด้วย

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยนี้ อัตลักษณ์ทุเรียนจันทน์ที่นำมาใช้เป็นส่วนของ สี (Color) ตัวอักษร (Font/Typography) และรูปร่างรูปทรง (Shape & Form) ซึ่งแสดงอัตลักษณ์ผ่านการตกแต่งภายในของร้านทั้ง 5 ประเภท ส่วนแนวทางในการออกแบบร้านขายผลิตภัณฑ์ในด้านพื้นที่ใช้สอย (Function) จากผลการวิจัยที่สำคัญคือ มีพื้นที่นั่งทานอยู่ในทุกรูปแบบ เพื่อให้เห็นถึงลักษณะของการเป็นพื้นที่สาธารณะหรือพื้นที่ที่สาม (Third Place) ที่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย มีบรรยากาศผ่อนคลาย ตอบสนองลูกค้าในปัจจุบันทั้งในรูปแบบที่นั่งทานในร้านได้และสั่งกลับบ้านได้ และการจัดวางชั้นวางสินค้า ซึ่งเน้นในโซนที่มองเห็นง่าย เข้าถึงง่าย เช่น ตำแหน่งหน้าร้าน ด้านหน้าของร้าน โดยเฉพาะรูปแบบร้านประเภทบูธ คอส และฟู้ดทรัค ซึ่งมีพื้นที่ขนาดเล็ก การจัดวางสินค้าไว้ด้านหน้าร้านจึงเหมาะสมที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. การออกแบบอัตลักษณ์เสนอแนะให้เสริมเรื่องโลโก้ (Logo) เพิ่มเข้ามา เพราะจะทำให้เห็นอัตลักษณ์ของร้านทุเรียนจันทน์ได้ชัดมากขึ้น
2. เสนอแนะส่วนการออกแบบตกแต่งจากงานวิจัยนี้คือ ตำแหน่งของชื่อร้านและขนาดของตัวหนังสือที่ยังต้องปรับปรุง เพื่อให้เห็นได้ชัดและง่ายขึ้น การวางตัวอักษร อาจจะวางบนพื้นหลังสีเขียว ไม่วางบนพื้นที่ที่มีลวดลาย ทำให้ตัวอักษรชื่อร้านไม่ชัดเจนหรือโดดเด่นพอ
3. เสนอแนะให้มีการประเมินความคิดเห็นของผลการออกแบบจากผู้อื่นด้วย

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณาจารย์สาขาออกแบบนิทรรศการ และแอนิเมชันสามมิติ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

References

Ekapong Tritrong. (2007). *Shop Design*. Bangkok: Odeon Store Publishing. Farmer Technology. (2020, May 6). *Chanthaburi hybrid durian*. <https://www.technologychaoban.com/>
Mrs.Tu Chansiri and Mr.Pitak Chansiri. (2020). *Interviewees for Chanthaburi farmers*.
Preechaya Kru Kaset, Supatra Lookrak, Piyawan Pinkaew and Kittisak Techakanjanakij. (2020). *A study of local identity in the Northeastern region. for use in designing the physical environment within a building To promote tourism, a case study of community shops*. (Research report). Bangkok: Suan Sunandha Rajabhat University.

Sahapop Halamjiak. (2016). *Design Identity*. Publication and Packaging Design Branch, Suan Sunandha Rajabhat University.
Samatapaph. (2022). *Corporate Identity Design*. Retrieved November 1, 2021, from <https://samatapaph.com/article>
Sumitra Sriwiboon. (2004). *Identity design*. Core Function Publishing House.
Wattana Juthawiphak. (2011). *The art of interior design*. 3rd edition. Bangkok: Pimdee.

วารสารดีไซน์เอคโค

วารสารดีไซน์เอคโค : วารสารเพื่อการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นวารสารตีพิมพ์และเผยแพร่บทความวิจัยด้านศิลปะประยุกต์ นฤมิตศิลป์ นิเทศศิลป์ มัณฑนศิลป์ อุตสาหกรรมศิลป์ ศิลปหัตถกรรม บทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารฉบับนี้จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่านต่อหนึ่งบทความ และต้องได้รับความเห็นชอบจากบรรณาธิการวารสารดีไซน์เอคโค : วารสารเพื่อการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยบทความที่พิจารณาตีพิมพ์ในวารสารนี้จะต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ของวารสารอื่น กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขต้นฉบับและการพิจารณาตีพิมพ์ตามลำดับก่อนหลัง โดยมีข้อเสนอแนะในการส่งบทความดังนี้

การเตรียมต้นฉบับบทความ

ชื่อเรื่อง (Title)	ภาษาไทยและภาษาอังกฤษควรสั้น กระชับ ครอบคลุมเนื้อหาสำคัญ และสื่อความหมายของเรื่องที่อย่างชัดเจน
ชื่อ-นามสกุลของผู้เขียน	ระบุชื่อนามสกุลเต็ม ของผู้เขียนให้ครบทุกคน <u>โดยไม่ต้องใส่คำนำหน้านามใด ๆ</u> ระบุสถานที่ทำงานหรือหน่วยงานที่สังกัดของผู้เขียน, ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
บทคัดย่อ (Abstract)	มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นเนื้อความสรุปสาระสำคัญของเรื่อง ครอบคลุมวัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย และผลสรุป มีความยาวไม่เกิน 300 คำ ให้พิมพ์คอลัมน์เดียว
คำสำคัญ (Keyword)	ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรเลือกคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบทความ จำนวน 3-5 คำ
บทนำ	อธิบายถึงความสำคัญหรือที่มาของปัญหาที่ทำการศึกษา วัตถุประสงค์ และอาจรวมไปถึงวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องบางส่วน
เนื้อเรื่อง	ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย กระชับและชัดเจน
วิธีการวิจัย	อธิบายขั้นตอนการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
ผลการวิจัย	อธิบายผลการทดลองที่พบอย่างชัดเจน ครบถ้วน
สรุปและอภิปรายผล	เป็นการประเมิน การตีความ และการวิเคราะห์ในแง่มุมต่าง ๆ ของผลที่ได้ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ มีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับผลงานผู้อื่นอย่างไร โดยต้องมีการอ้างทฤษฎีหรือผลการศึกษาของผู้อื่นที่เกี่ยวข้องประกอบ

กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)	ระบุสั้น ๆ ว่าได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยและความช่วยเหลือจากแหล่งใดบ้าง
เอกสารอ้างอิง (References)	ให้เขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบ American Psychological Association (APA) ตามรูปแบบที่กำหนด โดยแปลเอกสารอ้างอิง (References) จากภาษาไทยให้เป็นภาษาอังกฤษ
รูปภาพและตาราง	ต้องมีความคมชัดเป็นภาพขาวดำที่ชัดเจน มีคำอธิบายสั้น ๆ ครบถ้วนและเข้าใจ กรณีที่เป็นตาราง ให้ระบุลำดับที่ของตาราง ใช้คำว่า “ตารางที่.....” และอธิบายใส่ไว้เหนือตาราง กรณีที่เป็นรูป ให้ระบุลำดับที่ของรูปใช้คำว่า “รูปที่.....” และมีคำอธิบายใส่ไว้ใต้รูป

การเขียนเอกสารอ้างอิง

American Psychological Association (APA)

การอ้างอิงในเนื้อหา

กรณีที่ผู้เขียนต้องการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเนื้อเรื่องให้ใช้วิธีการอ้างอิงแบบนาม-ปี (author-date in-text citation) มี 3 รูปแบบ ดังนี้

1. (ผู้แต่ง, ปีพิมพ์, เลขหน้า) ไว้ท้ายข้อความที่อ้างอิง เช่น (ฮานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553, น. 35-40)

(McCartney & Phillips, 2006, pp. 498-499) (Murphy, 1999, p. 85)

กรณีที่ไม่มีปรากฏเลขหน้าให้ลงแค่ชื่อผู้แต่งกับปีพิมพ์ไว้ในวงเล็บเดียวกัน

เช่น (ฮานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553)

2. ผู้แต่ง (ปีพิมพ์, เลขหน้า) กรณีมีการระบุชื่อผู้แต่งในเนื้อหาแล้ว ไม่ต้องระบุ ไว้ในวงเล็บท้ายข้อความที่อ้างอิง เช่น ยุทธ ไทยวรรณ (2557, น.45) ได้ศึกษาถึง.....

Kanokon Boonsarngsuk (2002, p. 14) studied.....

กรณีที่ไม่มีปรากฏเลขหน้าให้ลงแค่ชื่อผู้แต่งกับปีพิมพ์โดยลงปีพิมพ์ไว้ในวงเล็บ

เช่น สายชล ทองคำ (2550)

3. ปีพิมพ์ ผู้แต่ง (เลขหน้า) กรณีมีการระบุปีพิมพ์และผู้แต่งในเนื้อหาแล้ว (ปีพิมพ์และผู้แต่งสามารถสลับที่กันได้) ให้ระบุเฉพาะเลขหน้าที่อ้างอิงไว้ในวงเล็บเท่านั้น เช่น ในปี 2551 รังสรรค์ ประเสริฐศรี ได้กล่าวว่า ผู้นำ คือ บุคคลที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ โดยเป็นผู้แสดงบทบาทความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือผู้นำคือ บุคคลซึ่งก่อให้เกิดความมั่นคงและช่วยเหลือบุคคล ต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของกลุ่ม จากความหมายของผู้นำที่กล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า ผู้นำเป็นบุคคลที่มีอำนาจหรืออิทธิพลเหนือบุคคลอื่นในกลุ่มหรือชุมชน เป็นที่ยอมรับและได้รับการเชื่อถือจากสมาชิกของกลุ่มหรือชุมชนที่ต้องปฏิบัติตามเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกลุ่มที่ตั้งไว้ (น. 9)

การอ้างอิงท้ายบทความ

เป็นการรวบรวมเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนบทความได้ใช้อ้างอิงในการเขียนบทความ ****โดยแปลเอกสารอ้างอิงจากภาษาไทยให้เป็นภาษาอังกฤษ**** และจัดเรียงรายการตามลำดับอักษรชื่อผู้แต่ง ตัวอย่างเช่น

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อหนังสือ(ตัวเอียง)*. (พิมพ์ครั้งที่). เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณาธิการ, *ชื่อหนังสือ(ตัวเอียง)*. (เลขหน้าบทความ). เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. *ชื่อวารสาร(ตัวเอียง)*. ปีที่พิมพ์ (ฉบับที่), เลขหน้าบทความ.

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีที่วิจัยสำเร็จ). *ชื่อวิทยานิพนธ์(ตัวเอียง)*. วิทยานิพนธ์ปริญญา(ระดับ) ชื่อสาขาวิชา สังกัดของสาขาวิชา มหาวิทยาลัย.

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความหรือชื่อเรื่องของบท. ใน หรือใน ชื่อ บรรณาธิการ (บ.ก. หรือ Ed. หรือ Eds.), *ชื่อการประชุม* (น. หรือ p. หรือ pp. เลขหน้า). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

การส่งต้นฉบับบทความ

ส่งบทความผ่านระบบ <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jdecho> เท่านั้น หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติม สามารถติดต่อได้ที่ กองบรรณาธิการวารสารดีไซน์เอกโค : วารสารเพื่อการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เลขที่ 1 ถนนอุทองนอก แขวงวชิระ เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 โทรศัพท์ 0 2160 1438 ต่อ 23 โทรสาร 0 2160 1440 Email : fit_journals@ssru.ac.th



คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

DESIGN ECHO