

วารสารศิลปกรรมบูรพา

ปีที่ 29 ฉบับที่ 1 : มกราคม - มิถุนายน 2569

ที่ปรึกษาและคณะกรรมการกลั่นกรองบทความทางวิชาการ

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.สันติ เล็กสุขุม
ศาสตราจารย์เกียรติคุณ เสริมศักดิ์ นาคบัว

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ สุชาติ เกาทอง
ศาสตราจารย์เกียรติคุณ พงษ์เดช ไชยบุตร
ศาสตราจารย์เกียรติคุณ พิษณุ ศุภนิมิต

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ปริญญา ตันติสุข

ศาสตราจารย์ ดร.พรสอน วงศ์สิงห์ทอง

ศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์ชัย สายสิงห์

ศาสตราจารย์ ดร.สุภรณ์ ดิษฐพันธ์

ศาสตราจารย์ ดร.ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์

ศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ อธิวัตรพันธ์

ศาสตราจารย์ ดร.เอกชาติ จันอุไรรัตน์

ศาสตราจารย์ ดร.สมพร ฐรี

ศาสตราจารย์ ดร.พัชรา อุทิศวรรณกุล

ศาสตราจารย์ เดชา วราชน

ศาสตราจารย์ ปรีชา เกาทอง

ศาสตราจารย์ สุวิทย์ ธีรศาสตร์

ศาสตราจารย์กมล เผ่าสวัสดิ์

ราชบัณฑิต

ศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะ

(การออกแบบอุตสาหกรรม) พุทธศักราช 2558

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะจิตรกรรม ประติมากรรมและภาพพิมพ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะจิตรกรรม ประติมากรรมและภาพพิมพ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาควิชาอนุมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ คณะโบราณคดี

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาควิชาอนุมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้อำนวยการสำนักรับรองมาตรฐานและประเมิน

คุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน)

คณะจิตรกรรม ประติมากรรมและภาพพิมพ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมงคลธัญบุรี

ภาควิชาอนุมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะ

(ภาพพิมพ์และสื่อผสม) พุทธศักราช 2550

ศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะ

(จิตรกรรม) พุทธศักราช 2552

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ พรวรรณ ดำรง

ศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยโท พิชัย สดพิบาล

ศาสตราจารย์ ทินกร กาษรสุวรรณ

รองศาสตราจารย์ ดร.สาธิต ทิมวัฒนบรรเทิง

รองศาสตราจารย์ ดร.วรลักษณ์ บุญยสุรัตน์

รองศาสตราจารย์ ดร.นิยม วงศ์พงศ์ดำ

รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งโรจน์ ธรรมรุ่งเรือง

รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมศักดิ์ พิกุลศรี

รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ชัย ปิฎกธัต

รองศาสตราจารย์ ดร.เนื่ออ่อน ขว้ทองเขียว

รองศาสตราจารย์ ดร.รงค์กร อนันตศานต์

รองศาสตราจารย์ ดร.สกันธ์ ภู่งามดี

รองศาสตราจารย์จิรพัฒน์ พิตรปรีชา

รองศาสตราจารย์สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ

รองศาสตราจารย์แสงอรุณ กนกพงษ์ชัย

รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร

รองศาสตราจารย์เทพศักดิ์ ทองนพคุณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิสิทธิ์ สิ้นธุภาค

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัฒนพันธุ์ คุรุทะเสน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงนุช ภูมาลี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อชิรัชญ์ ไชยพจน์พานิช

ภาควิชาศิลปการละคร คณะอักษรศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยี

พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คณะจิตรกรรม ประติมากรรมและภาพพิมพ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ภาควิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ คณะโบราณคดี

มหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ภาควิชาดนตรีวิทยา วิทยาลัยดุริยางคศิลป์

มหาวิทยาลัยมหิดล

คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียว

ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยี

พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยี

พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ภาควิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ

คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร



บรรณาธิการที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ภรดี พันธุ์ภากร

รองศาสตราจารย์ ดร. เสกสรรค์ ตันยาภิรมย์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภูวษา เรืองชีวิน

สาขาทัศนศิลป์ ศิลปะการออกแบบ

และการจัดการวัฒนธรรม

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปัทมพันธ์ คุณพูนทรัพย์

สาขาการออกแบบผลิตภัณฑ์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร. ภาณุ สรวรณนิภา

รองศาสตราจารย์ ดร. ธนธร กิตติกาญจน์

รองศาสตราจารย์ ดร. ฉลองเดช คุภาณุมาต

รองศาสตราจารย์ ภัฏจนา ดำใสภี

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

คณะจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยี

พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ผกามาศ สุวรรณนิภา

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เขมพัทธ์ พิชริวิญญ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยี

พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. แชน มังกรวงษ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยี

พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไผ่พิทย์ ภูชีสส์ชวกรณ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อติเทพ แจ้ดินาลาว

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปรีชาวุฒิ อภิระติง

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปราวรณา แซ่ฮ้อ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นฤมล ศิลปะชัยศรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชัยวุฒิ ร่วมฤดีกุล

คณะจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ดร. นิกร กาเจริญ

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

บรรณาธิการฝ่ายศิลปกรรม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จักรกริษฐ์ บัวแก้ว

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

กองบรรณาธิการฝ่ายประสานงาน

นางสาววิมลรัตน์ อึ้งสกุล

นางสาวชุติกาญจน์ ทองนาค

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

กองบรรณาธิการฝ่ายพิสูจน์อักษร

นางสาวนุชวรารักษ์ มณีวงษ์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

กองบรรณาธิการฝ่ายระบบสารสนเทศ

นายมนตรี จำนงค์ศิริกุล

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

เจ้าของ : สำนักงานคณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

โทรศัพท์. 038 102 222, 038 391 042 ต่อ 2510, 2511, 2516

โทรสาร 038 391042

<https://fineart.buu.ac.th/burapha-arts-journal/>



บทบรรณาธิการ

การเริ่มต้นปีพุทธศักราช 2569 นับเป็นช่วงเวลาสำคัญของการก้าวสู่ทิศทางใหม่ทางวิชาการ วารสารศิลปกรรมบูรพาฉบับปฐมฤกษ์ของปี ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการส่งเสริมองค์ความรู้ ด้านศิลปกรรมอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม และ เทคโนโลยีร่วมสมัย วารสารยังคงยึดมั่นในบทบาทการเป็นพื้นที่กลางทางวิชาการที่เปิดกว้างต่อการ นำเสนอแนวคิด การวิจัย และการสร้างสรรค์ในศาสตร์ศิลปะอย่างรอบด้าน

วารสารศิลปกรรมบูรพาให้ความสำคัญกับความหลากหลายขององค์ความรู้และมุมมอง ทางศิลปกรรม โดยเปิดรับบทความที่ครอบคลุมทั้งงานวิจัยเชิงทฤษฎี งานวิจัยเชิงสร้างสรรค์ และ งานวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ในสาขาทัศนศิลป์ การออกแบบ แฟชั่น หัตถศิลป์ ตลอดจนศาสตร์ที่ เกี่ยวเนื่องกับศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ความหลากหลายดังกล่าวมิได้เป็นเพียงการสะท้อนพลักษณ์ ของศิลปกรรมเท่านั้น หากยังเป็นการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ข้ามศาสตร์ อันนำไปสู่ การต่อยอดแนวคิดและการพัฒนางานวิชาการอย่างสร้างสรรค์

ในด้านมาตรฐานทางวิชาการ วารสารได้พัฒนาและยกระดับกระบวนการพิจารณาบทความ อย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับความเข้มข้นในการตรวจประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่ เกี่ยวข้อง เพื่อให้บทความที่ได้รับการตีพิมพ์มีคุณภาพ สอดคล้องกับหลักจรรยาบรรณการวิจัยและ การตีพิมพ์ทางวิชาการ ควบคู่กับการบริหารจัดการกระบวนการผลิตวารสารอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ การเผยแพร่ผลงานเป็นไปตามกรอบระยะเวลาที่กำหนดอย่างเคร่งครัด อันสะท้อนถึงความรับผิดชอบ และความเป็นมืออาชีพของกองบรรณาธิการ

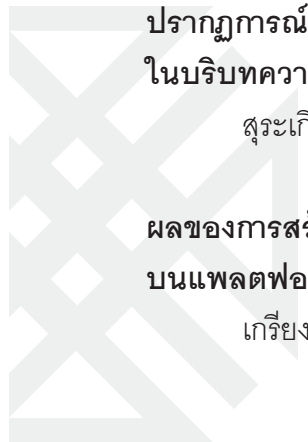
วารสารศิลปกรรมบูรพามุ่งหวังเป็นอย่างยิ่งว่าฉบับนี้จะเป็นจุดเริ่มต้นของปีแห่งพัฒนาการ ทางวิชาการที่เข้มแข็ง และเป็นเวทีทางปัญญาที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์ การแลกเปลี่ยน และการขยาย องค์ความรู้ด้านศิลปกรรมอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งขอเชิญชวนนักวิจัย นักวิชาการ และผู้สร้างสรรค์ ผลงานจากทุกสถาบันร่วมส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อร่วมกันยกระดับคุณภาพ วารสารและแวดวงศิลปกรรมให้ก้าวหน้าอย่างมั่นคงต่อไป

บรรณาธิการ



สารบัญ

การสร้างสรรค์ศิลปะเซรามิกร่วมสมัยภายใต้แนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” Haifeng Zhang ศุภฤกษ์ คณิตวรานันท์ ปิติวรรณน์ สมไทย	11
การใช้ประโยชน์จากเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรสู่การสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงการท่องเที่ยว ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน สุรภา วงศ์สุวรรณ ธานี สุคนธะชาติ	27
การออกแบบของตกแต่งบ้านแบบโมเดิร์นจากผ้าขาว พลาสติกรีไซเคิล โดยได้รับแรงบันดาลใจจากลวดลายขนมปังขิงไทย กัลยาณี เผือกน้ำผล เอกชาติ จันอุไรรัตน์ วีรวัฒน์ สิริเวสมาศ	49
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาหิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี ฝนทิพย์ วรรณนะศิริินทร์ รังสิตสวัสดิ์	71
ปรากฏการณ์อัตลักษณ์ตราสินค้า และกราฟิกเชิงพาณิชย์ ในบริบทความเชื่อเชิงไสยศาสตร์สำหรับผู้บริโภคยุคดิจิทัล สุระเกียรติ รัตนอำนวยศิริ	89
ผลของการสร้างแบรนด์จากผลงานนักศึกษา บนแพลตฟอร์มการขายออนไลน์ เกรียงไกร กองกะนันท์	109



การประยุกต์ใช้สัญลักษณ์ “ต้นไม้”
ในจิตรกรรมจีนโบราณเพื่อการศึกษาศิลปะ 127

Cao Ji Kang

พิชัย สดพิบาล

นรินทรา เกโส

ภาพวัฒนธรรมทางน้ำของชาวไป๋รอบทะเลสาบเอ๋อไห่:
ข้อค้นพบจากแผนที่ซีเอ๋อเหอในพงศาวดารภาพวาดน่านเจ้า 151

Rongqian Yang

Nawat Lertsawaengkit

ตึกแถวย่านถนนศรีมาลา จังหวัดพิจิตร :
พัฒนาการและศักยภาพการปรับใช้ประโยชน์ 171

จิรภาส อินทร์ประสิทธิ์

ธนธร กิตติกานต์

พระพุทธศรีมี วัดโพธิสมภรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี :
วิเคราะห์รูปแบบและกำหนดอายุ 191

พงษ์ศักดิ์ อัครวัฒนากุล

การสำรวจวัฒนธรรมนักษัตรสู่แนวทางการออกแบบ
เครื่องเคลือบร่วมสมัยจึงเต๋อเจิน 207

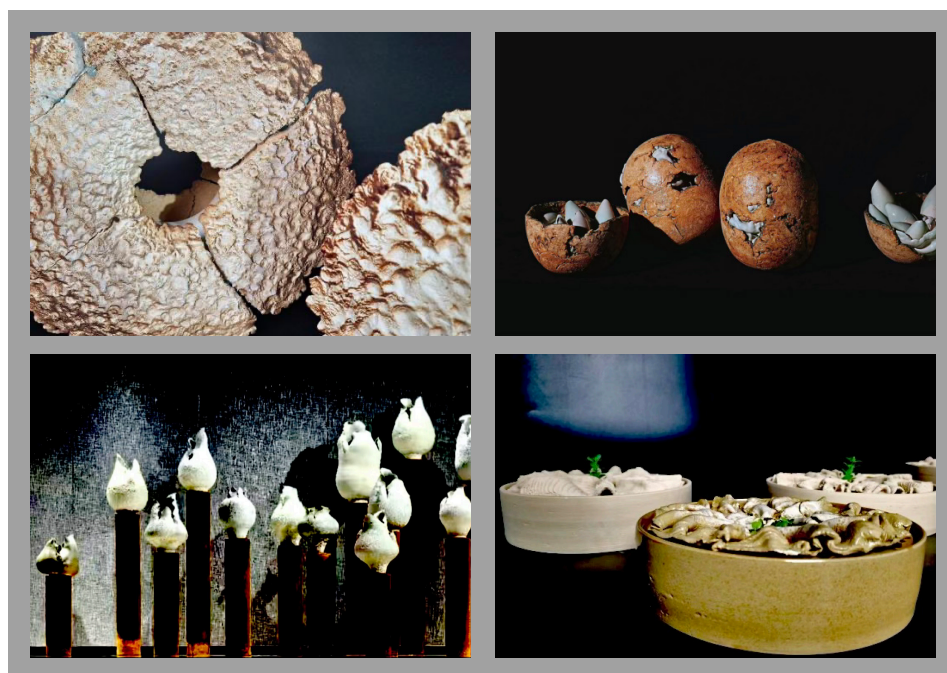
Zhuoxuan Wang

ภาวษา เรืองชีวิน

ภรดี พันธุภากร

การศึกษาแนวคิดการออกแบบทำรำข้อมูลทางประวัติศาสตร์
ในการแสดงชุด ฟ้อนปฐาจิรประภามหาเทวี 227

ณัฐริกา งามดี



การสร้างสรรค์ศิลปะเซรามิกร่วมสมัยภายใต้แนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ”

The Creation of Contemporary Ceramic in Concept “Way of Nature”

Haifeng Zhang¹

ศุภฤกษ์ คณิตวรานันท์¹

ปิติวรรณ สมไทย¹

Received 25 June 2025

Revised 7 July 2025

Accepted 10 July 2025

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ยึดถือแนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” เป็นแกนหลัก และมุ่งหวังที่จะสำรวจการประยุกต์ใช้และการแสดงออกในการสร้างสรรค์งานศิลปะเซรามิกร่วมสมัย โดยทำการวิเคราะห์แนวคิดปรัชญาเต๋าผ่านกรอบทฤษฎีสุนทรียศาสตร์สมัยใหม่ สุนทรียศาสตร์และแนวทางการสร้างสรรค์ของ “วิถีแห่งธรรมชาติ” ในงานศิลปะเซรามิก จุดเด่นของการศึกษาค้นคว้านี้คือการสร้างกระบวนการสร้างสรรค์เชิงตรรกะขึ้นอย่างเป็นระบบ โดยประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1.การกำหนดแนวคิดหลัก 2.การสกัดองค์ประกอบ 3.การสร้างพื้นผิว 4.การถ่ายทอดแนวคิด ซึ่งกระบวนการดังกล่าวมีความสอดคล้องกับหลักปรัชญาเต๋า ทั้งนี้อีกประการหนึ่งคือ การสร้างพื้นผิวเซรามิก ได้แก่ การพิมพ์ลายฉลุ การชุบสี และการตกแต่งด้วยวัสดุต่างชนิด สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์งานเซรามิกที่หลอมรวมสาระทางธรรมชาติกับคุณลักษณะเฉพาะของวัสดุได้อย่างมีประสิทธิภาพดังจะเห็นได้จากผลงานแต่ละชิ้น สุดท้ายนี้งานวิจัยฉบับนี้ได้พัฒนาวิธีการสร้างสรรค์งานเซรามิกร่วมสมัยที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของ “วิถีแห่งธรรมชาติ” ตามแนวคิดลัทธิเต๋า ซึ่งสามารถใช้เป็นทั้งกรอบแนวคิดและแนวทางการปฏิบัติสำหรับการบูรณาการศาสตร์โบราณและศิลปร่วมสมัยอย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: วิถีแห่งธรรมชาติ, ศิลปะเซรามิกร่วมสมัย, ปรัชญาเต๋า, การแสดงออกของพื้นผิว

¹ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

² Faculty of Fine and Applied Arts, Burapha University



Abstract

This study takes the concept of “the Way of Nature” in Taoist philosophy as the core, systematically exploring its practical application and aesthetic expression in contemporary ceramic art creation. By deeply deconstructing Taoist philosophical thoughts and integrating with the theoretical framework of modern aesthetics, this research comprehensively analyzes the aesthetic characteristics and creative paths of the “Way of Nature” in ceramic art. Innovatively, the study constructs a creative logic chain of “theme establishment—element extraction—texture shaping—concept expression”. Through refining the constituent elements of ceramic texture and integrating diverse techniques such as rubbing, scraping, and pasting, it achieves the organic integration of natural images and ceramic materials. Finally, it forms a methodological system for contemporary ceramic art creation based on the “Way of Nature” concept in Taoist philosophy, providing theoretical references and practical paradigms for the cross-disciplinary integration of traditional philosophical thoughts and modern ceramic art practices.

Keywords: Tao of nature, Contemporary ceramic art, Taoist, Texture expression

บทนำ

แนวคิดลัทธิเต๋าเป็นแนวคิดทางวัฒนธรรมและปรัชญาที่สำคัญในจีนโบราณ ซึ่งมีบทบาทเชิงชี้นำต่อการพัฒนาทางประวัติศาสตร์ของจีน “เต๋า” (道) ในปรัชญาจีนดั้งเดิมหมายถึงต้นกำเนิดและกฎเกณฑ์ของการเกิดขึ้นและพัฒนาของสรรพสิ่ง สะท้อนถึงกฎแห่งการพัฒนาตามธรรมชาติ “วิถีแห่งธรรมชาติ” แสดงถึงความเคารพต่อธรรมชาติและดำรงอยู่ตามสภาวะดั้งเดิมของสรรพสิ่ง สื่อถึงความสัมพันธ์อันกลมกลืนระหว่างมนุษย์ สิ่งของ และธรรมชาติ ซึ่งแฝงด้วยจิตวิญญาณของวัฒนธรรมดั้งเดิมของชนชาติจีน และสะท้อนอัตลักษณ์ของยุคสมัย ในมุมมองของศิลปินเซรามิก คำว่า “วิถีแห่งธรรมชาติ” หมายถึงความเคารพต่อธรรมชาติและวัสดุที่ใช้ สะท้อนถึงแนวคิดสำคัญในการสร้างสรรค์ผลงาน ในกระบวนการสร้างสรรค์งานเซรามิก การนำแนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” มาประยุกต์ใช้ คือการให้ศิลปินสัมผัสถึงพลังแห่งดินและต้นกำเนิดของธรรมชาติ เปลี่ยนคำว่า “เต๋า” จากนามธรรมไปสู่รูปธรรม จากสิ่งที่ไม่มีตัวตนให้กลายเป็นสิ่งที่จับต้องได้ เพื่อให้เกิดความกลมกลืนสูงสุดระหว่างมนุษย์กับสิ่งของ มนุษย์กับธรรมชาติ และสิ่งของกับธรรมชาติ

พื้นผิวบนภาชนะเซรามิกเป็นหนึ่งในทางแสดงออกของการตกแต่ง ซึ่งมีเอกลักษณ์ทางศิลปะ ซึ่งเป็นการแสดงออกของการตกแต่งแบบ “วิถีแห่งธรรมชาติ” ในการตกแต่งเซรามิกพื้นผิวบน

ภาชนะเซรามิกเป็นการแสดงออกถึงการตกแต่งผลงานศิลปะที่เป็นเอกลักษณ์ การตกแต่งพื้นผิวนี้มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ในยุคหินใหม่ ชาวจีนเริ่มเสาะหาผลลัพธ์ของการตกแต่งพื้นผิวบนเซรามิก โดยทั่วไปจะเป็นการตกแต่งที่เรียบง่าย เช่น ลวดลายเรขาคณิต ลวดลายเกลียว ลวดลายซิกแซก และลวดลายเชือก กระบวนการที่เกิดจากการขีดเขียน การปั๊ม และเทคนิคอื่น ๆ ด้วยการพัฒนาของเวลาอย่างต่อเนื่องของเทคโนโลยีการผลิตเซรามิก ทำให้เซรามิกเนื้อแข็งที่มีตราประทับและพื้นผิวเซรามิกปรากฏขึ้นทีละส่วน จนถึงปัจจุบันวิธีการตกแต่งพื้นผิวเริ่มมีความหลากหลายมากขึ้น เช่น พื้นผิวที่คัดลอกด้วยลวดลายต่าง ๆ พื้นผิวลายมือ และพื้นผิวที่พิมพ์ด้วยแม่พิมพ์เหล่านี้ได้รับการเสริมแต่งอย่างต่อเนื่อง และเนื้อสัมผัสเซรามิกต่าง ๆ ได้เพิ่มพลังและเสน่ห์ให้กับการสร้างเซรามิก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเกิดขึ้นของเซรามิก สมัยใหม่ได้ให้ศักยภาพอันไร้ขีดจำกัด ในการแสดงออกของพื้นผิว

ในปี 1950 ศิลปะเซรามิกสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในประเทศญี่ปุ่นและประเทศสหรัฐอเมริกาได้ปฏิวัติการเป็นศูนย์กลางเซรามิกที่ครอบงำมานับพันปีและเปลี่ยนแปลงความเข้าใจและข้อจำกัดของศิลปะเซรามิก การเกิดขึ้นของศิลปะเซรามิกสมัยใหม่เป็นผลมาจากการสะสมอย่างต่อเนื่องของประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของผู้คนและการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของสังคม ตั้งแต่นั้นมาศิลปินเซรามิกก็เริ่มเป็นอิสระขึ้น และสามารถแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ปลดปล่อยภาษาศิลปะและพลังการสร้างวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์

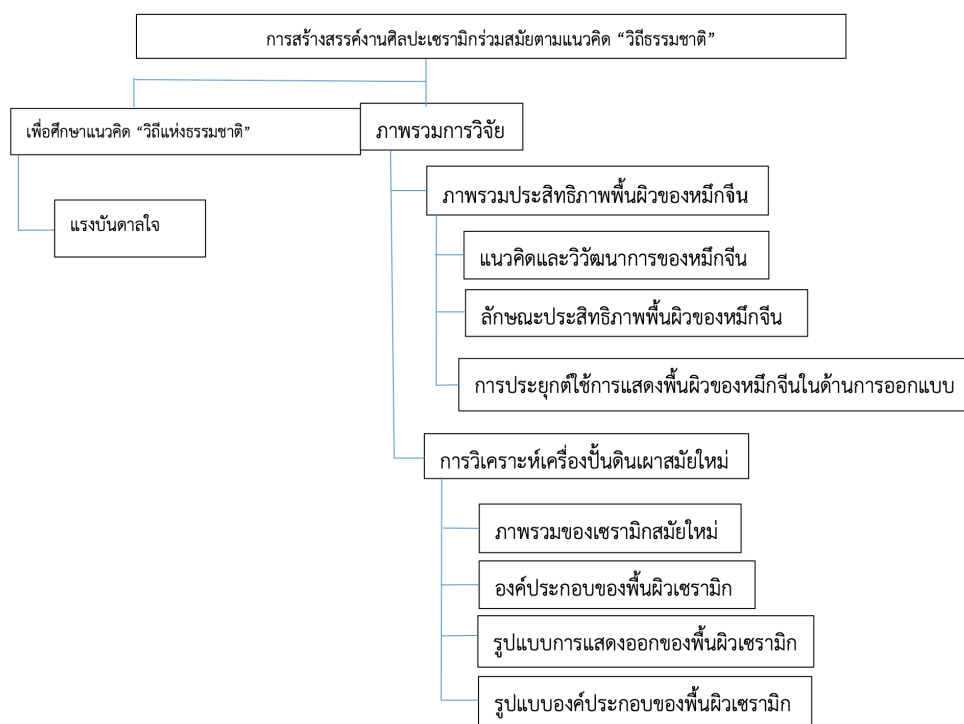
ผู้วิจัยเชื่อว่าจากการวิจัยและสำรวจหัวข้อนี้ ในขณะที่ปรับปรุงการสร้างสรรคศิลปะเซรามิกสามารถรวมองค์ประกอบศิลปะของน้ำหมึกจีนและพื้นผิวที่แสดงถึง “วิถีแห่งธรรมชาติ” ของลัทธิเต๋า ลงในการออกแบบงานศิลปะเซรามิกสมัยใหม่ เพื่อให้เกิดความสามัคคี ระหว่างสิ่งต่าง ๆ และจิตใจ ทำให้เกิดการผสมผสานที่ลงตัวของหมึกจีน พื้นผิวและศิลปะเซรามิกสมัยใหม่ เพื่อแสดงออกถึงแนวคิดสุนทรียศาสตร์ของ “วิถีแห่งธรรมชาติ” ให้กับผลงานเซรามิกร่วมสมัย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาค้นคว้าแนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” เพื่อกระตุ้นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์งานศิลปะ
2. วิเคราะห์การประยุกต์ใช้แนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” ในขอบเขตงานศิลปะ ค้นหาแนวทางและวิธีการออกแบบที่เหมาะสมกับการสร้างสรรค์งานเซรามิกร่วมสมัย
3. สร้างสรรค์ผลงานศิลปะจากแนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” ของลัทธิเต๋า

กรอบแนวคิดและสมมติฐาน

ศึกษาค้นคว้าแนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” เพื่อกระตุ้นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์งานศิลปะ ผลงานการวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการแสดงออกของพื้นผิวในงานศิลปะ สกัดองค์ประกอบพื้นผิวของเครื่องปั้นดินเผา ได้แก่ จุด เส้น ระนาบ และสรุปรูปแบบของโครงสร้างพื้นผิวของเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งรวมถึงความสมดุล การทำซ้ำ ความตึงเครียด จังหวะและท่วงทำนอง ความกลมกลืนและเอกภาพ รวมถึงรูปแบบการแสดงออกทั้งในแง่ของการรับรู้ทางกายสัมผัสและการมองเห็น นำแนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ ผลงานภาษาการออกแบบพื้นผิวเซรามิกเข้ากับการออกแบบเซรามิกร่วมสมัยได้อย่างลงตัว และดำเนินการสร้างสรรค์ผลงานเซรามิกร่วมสมัยให้สมบูรณ์



ตารางที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย
(ที่มา: Zhang Haifeng, 2568)

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตเนื้อหา

งานวิจัยนี้ได้เรียบเรียงศึกษาความเกี่ยวข้องระหว่าง “วิถีแห่งธรรมชาติ” กับพื้นผิวสัมผัสของเครื่องปั้นดินเผา เน้นศึกษาความหมายทางวัฒนธรรมและแนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ของ “วิถีแห่งธรรมชาติ” ตลอดจนการนำแนวคิดนี้มาใช้ในการสร้างสรรค์งานเครื่องปั้นดินเผาพร้อมสมัย เพื่อนำไปสู่การประยุกต์ใช้เทคนิคพื้นผิวสัมผัสของเครื่องปั้นดินเผาในเชิงศิลปะ

1.2 ขอบเขตการสร้างสรรค์

ผลงานศิลปะจะถูกสร้างขึ้นโดยใช้วัสดุเซรามิกเป็นหลัก ภายใต้ธีม “การเจริญเติบโตตามธรรมชาติ และชีวิต” ผสานแนวคิดทางวัฒนธรรมและสุนทรียศาสตร์ของ “วิถีแห่งธรรมชาติ” โดยเลือกใช้เทคนิคพื้นผิวสัมผัสของเครื่องปั้นดินเผาให้เหมาะสม เพื่อถ่ายทอดรายละเอียดของพื้นผิวในผลงาน สุดท้ายผลงานจะถูกนำเสนอในรูปแบบของศิลปะจัดวาง (Installation Art) เพื่อสื่อถึงความกลมกลืนระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ เชิญชวนให้ตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เน้นแนวคิดมนุษยธรรม เคารพชีวิต และสะท้อนปรัชญา “วิถีแห่งธรรมชาติ” อย่างชัดเจน

2. วิธีการวิจัย

2.1 วิธีการวิจัยวรรณกรรม

รวบรวมบทความวิจัยเชิงทฤษฎี วัสดุ และหนังสือเรื่อง “วิถีแห่งธรรมชาติ” และเซรามิกพร้อมสมัยผ่านการอ่านวิเคราะห์ความหมายแฝงและความคิดด้านสุนทรียศาสตร์ของ “วิถีแห่งธรรมชาติ” แยกแยะบริบทการพัฒนาของศิลปะเซรามิกพร้อมสมัยและประสิทธิภาพการใช้งานของพื้นผิวศิลปะเซรามิก และค้นหาจุดบรรจบกันระหว่างการตกแต่งพื้นผิวและการออกแบบงานศิลปะเซรามิกพร้อมสมัย

2.2 วิธีการวิเคราะห์เชิงปฏิบัติ

ในการสร้างสรรค์ผลงานเซรามิกสมัยใหม่ ได้คัดเลือกเทคนิคการถูและขีดข่วนในการแสดงออกของพื้นผิวของน้ำหมึก การซ้อนและการยัดในพื้นผิวของศิลปะเซรามิก ถูกคัดเลือกมาเพื่อการวิเคราะห์เชิงปฏิบัติ ศึกษาความเป็นไปได้ของเทคนิค และกลั่นกรองรูปแบบของพื้นผิวและประสิทธิภาพของผลทางศิลปะในทางปฏิบัติ

การผสมผสานแนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” เข้ากับการสร้างสรรค์เครื่องปั้นดินเผาพร้อมสมัยจะสะท้อนแนวคิดนี้ผ่านรูปทรง พื้นผิว และวัสดุในหลายมิติ ผลงานทั้งสี่ชุดเป็นสัญลักษณ์ของกระบวนการแห่งชีวิตและวัฏจักรที่หมุนเวียนเป็นลำดับขั้น เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง สร้างความหมายที่ลึกซึ้ง แตกต่างจากเครื่องปั้นดินเผาแบบดั้งเดิมที่ขาดเนื้อหาทางศิลปะและมีลวดลายที่ซ้ำซาก ผลงานเหล่านี้มุ่งแสวงหารูปแบบที่กลมกลืนกับธรรมชาติ เต็มไปด้วยจังหวะ และมีมิติของความซับซ้อนที่สะท้อนถึงความลึกซึ้งทางสายตา แนวคิดนี้ไม่เพียงแต่ช่วยเสริมสร้างทฤษฎีและแนวปฏิบัติของ



เครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัย แต่ยังเป็นการส่งเสริมการเผยแพร่และประยุกต์ใช้แนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” ในบริบทระดับโลก

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. แนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” ของลัทธิเต๋า

“วิถีแห่งธรรมชาติ” เป็นการตีความที่ดีที่สุดตามแนวคิดของลัทธิเต๋านักคิดชาวจีนโบราณเล่า จื้อ ซึ่งสนับสนุนการปฏิบัติตามธรรมชาติและค่านิยมธรรมชาติที่แท้จริง สนับสนุน “ความสามัคคีของธรรมชาติและมนุษย์” และเชื่อว่ามนุษย์กับธรรมชาติ ควรจะรวมกันเป็นหนึ่ง ในการสืบทอดและพัฒนาการของวัฒนธรรมจีน การตระหนักรู้ใน “วิถีแห่งธรรมชาติ” ได้กลายเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของรูปแบบการคิดของวัฒนธรรมประจำชาติดั้งเดิมอย่างค่อยเป็นค่อยไป และยังคงส่งผลกระทบต่อประเทศและชาติตะวันตกอีกหลายประเทศในความคิด

ลัทธิเต๋ามีอิทธิพลอย่างมากและไม่สามารถลบทิ้งในกฎการสร้างสรรค์และสุนทรียศาสตร์ของวัฒนธรรมและศิลปะ สามารถเข้าใจลักษณะพื้นฐานของศิลปะและสุนทรียภาพได้ดีขึ้น นอกจากนี้สุนทรียศาสตร์ของลัทธิเต๋าและวัฒนธรรมลัทธิเต๋ายู่ในสายเลือดเดียวกัน วัฒนธรรมของ “ลัทธิเต๋า” หล่อเลี้ยงทฤษฎีสุนทรียศาสตร์แบบจีนดั้งเดิมและยังประทับรอยประทับทางจิตวิญญาณของลัทธิเต๋อย่างลึกซึ้งในการคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์และการสร้างสรรค์ศิลปะแบบจีนดั้งเดิม

“วิถีเต๋าแห่งธรรมชาติ” เป็นแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ที่พัฒนาขึ้นโดยเล่าจื้อและอิงตามทฤษฎีของ “ลัทธิเต๋า” โดยถือเต๋าและธรรมชาติเป็นกฎแห่งความงามสูงสุด และกลายเป็นแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์และแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ของตะวันออก ในทัศนะของลัทธิเต๋าคคุณค่าทางศิลปะอยู่ที่การประพาศธรรม มนุษย์กับธรรมชาติมีความกลมกลืน และมนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ ลัทธิเต๋ามีเพียงแต่ให้ความสำคัญต่อเสรีภาพและการปลดปล่อยธรรมชาติของมนุษย์ แต่ยังชี้ให้เห็นด้วยว่าทุกสิ่งมีต้นกำเนิดมาจากธรรมชาติ มนุษย์ต้องเชื่อฟังธรรมชาติ และความหมายที่แท้จริงของกฎธรรมชาติไม่สามารถทำลายได้ จะชี้ให้เห็นถึงแนวความคิดทางศิลปะที่เป็นธรรมชาติสำหรับการพัฒนาการออกแบบของเราในปัจจุบัน

2. การประยุกต์พื้นผิวที่สะท้อนแนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” ของลัทธิเต๋าด้านศิลปะ

ประสิทธิภาพของพื้นผิวเป็นการแสดงออกอย่างเป็นรูปธรรมของแนวคิดเรื่อง “วิถีแห่งธรรมชาติ” พื้นผิว หมายถึง พื้นผิวธรรมชาติที่แสดงในสถานะต่าง ๆ เช่น ความหยาบหรือความเรียบ เนื่องจากการจัดเรียง การจัดระเบียบ และโครงสร้างของวัตถุและพื้นผิว การใช้พื้นผิวเป็นสิ่งที่พบได้ทั่วไปในการวาดภาพและการออกแบบสมัยใหม่ วัสดุและพื้นผิวที่แตกต่างกันสามารถสร้างเอฟเฟกต์ศิลปะที่แตกต่างกัน และจากนั้นสร้างความรู้สึกทางสายตาที่แตกต่างกันซึ่งสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการเพิ่มระดับภาพและสะท้อนถึงอารมณ์และความหมายแฝงของงาน

ศิลปะหมึกเป็นภาพวาดจีนโบราณชนิดหนึ่ง มีหลายวิธีในการแสดงพื้นผิวในงานศิลปะด้วยหมึก เทคนิค ที่ใช้กับกระดาษ น้ำ ปากกา และหมึกสามารถนำมาสร้างพื้นผิวที่สมบูรณ์ได้ ตัวอย่างเช่น ในงานศิลปะหมึกแบบดั้งเดิม การเปลี่ยนแปลงของจังหวะแปรงถูกนำมาใช้ และเอฟเฟกต์พื้นผิวของชั้นของรอยแปรงสามารถเกิดขึ้นได้โดยใช้จุด การกระเด็น การถู การเกี่ยว และการหัก นอกจากนี้ยังสามารถหารูปแบบพื้นผิวหมึกที่ต้องการได้ด้วยการพิมพ์ การย้อมสี และการประมวลผลกระดาษ เท็กซ์เจอร์ของหมึกและ Wash Art เป็นรูปแบบหมึกและ Wash Texture ที่มีเอกลักษณ์ซึ่งแสดงออกมาในรูปของหมึกและ Wash Art และเป็นศูนย์รวมของแนวคิดด้านสุนทรียะของ “เต๋า” นั่นคือ ความงามของธรรมชาติ วิถีแห่งธรรมชาติ หมึกละลายในน้ำและคราบบนกระดาษ วัสดุของการวาดภาพด้วยหมึกมาจากธรรมชาติแต่สูงกว่าธรรมชาติ “เต๋า” ของการวาดภาพด้วยหมึกต้องผสมผสานผู้คน ธรรมชาติ และเทคนิคการวาดภาพเข้าด้วยกันเพื่อสร้างความกลมกลืนในระดับที่สูงขึ้น

3. “วิถีแห่งธรรมชาติ” ในงานเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัย

งานเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัยเป็นศิลปะแขนงหนึ่งที่เกิดขึ้นภายใต้แนวคิดและรูปแบบใหม่ ได้รับอิทธิพลจากกระแสศิลปะสมัยใหม่และแนวคิดศิลปะล้ำสมัย โดยใช้วัสดุเซรามิกเป็นหลัก หรือผสมผสานกับวัสดุอื่น ๆ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานศิลปะในรูปแบบเฉพาะตัวที่สอดคล้องกับรสนิยมทางสุนทรียศาสตร์ของผู้คนในยุคปัจจุบัน งานเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัยให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดมุมมองด้านสุนทรียะ นุคลิกภาพ ความคิด อารมณ์ และค่านิยมของศิลปิน ตลอดจนการแสวงหาแนวทางใหม่ ๆ ในการนำเสนอรูปแบบ เทคนิค วัสดุ และกระบวนการสร้างสรรค์

หลังจากยุค 90 เป็นต้นมา งานเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัยของจีนได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว มีศิลปินรุ่นใหม่เกิดขึ้นมากมาย เช่น Ly Pingshan Dai Yuting Xiong kaibo และ Xu Runhui ซึ่งต่างมุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลงานด้วยความหลงใหลในการทดลองและพัฒนาแนวคิดทางศิลปะ ทั้งในด้านแนวคิดการสร้างสรรค์ เทคนิคการแสดงออก พื้นผิวสัมผัส การใช้วัสดุผสม และกระบวนการเผาเซรามิก จนสามารถสร้างผลงานที่โดดเด่นได้อย่างเป็นรูปธรรม การปรากฏตัวของงานเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัยได้จุดประกายให้ศิลปินรุ่นเยาว์และผู้สนใจศิลปะเซรามิกมีแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์มากขึ้น พวกเขาได้ทดลองเทคนิคใหม่ ๆ ผสมผสานรูปแบบและแนวคิดที่หลากหลาย เกิดการแลกเปลี่ยนทางศิลปะที่น่าสนใจ ส่งผลให้งานเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัยสามารถแสดงออกถึงพลังแห่งศิลปะสมัยใหม่ได้อย่างมีชีวิตชีวาและเปี่ยมไปด้วยเสน่ห์

งานเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัยมุ่งเน้นการแสดงออกที่สอดคล้องกับยุคสมัยและความหลากหลายของศิลปะ โดยพยายามสะท้อนรสนิยมด้านสุนทรียศาสตร์ของศิลปะร่วมสมัย และถ่ายทอดความรู้สึกต่อชีวิตและสังคมปัจจุบัน ในด้านสไตล์การตกแต่งนั้น ให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์และความเป็นตัวตนของศิลปินอย่างสูงสุด เพื่อให้สามารถแสดงออกถึงจิตสำนึกและอัตลักษณ์ได้อย่างเต็มที่ เทคนิคการตกแต่งในงานเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัยมีความหลากหลายและซับซ้อน สามารถพัฒนาเป็นรูปแบบศิลปะและแนวทางการตกแต่งที่แตกต่างกันไป ในด้านการใช้วัสดุ งานเครื่องปั้นดินเผา



ร่วมสมัยได้ก้าวข้ามข้อจำกัดของการใช้วัสดุเซรามิกแบบดั้งเดิม โดยนำดินเหนียว ไฟเบอร์ ไม้ กระดาษ และวัสดุอื่นๆ เพื่อเสริมพลังในการแสดงออกของศิลปะเซรามิกให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ศิลปินมักเน้นการใช้พื้นผิววัสดุให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นธรรมชาติและสอดคล้องกับแนวคิดของตนเอง ศิลปินยังใช้วิธีที่เหมาะสมกับอัตลักษณ์และแนวคิดของผลงาน เช่น การติดปะ (Collage) การกดพิมพ์ (Imprinting) การบีบอัด (Extruding) การขว้างป่น (Throwing) การแกะสลัก (Carving) และการขูดขีด (Scraping) เพื่อสร้างพื้นผิวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อีกทั้ง เพื่อให้เกิดรูปแบบที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ศิลปินมักใช้รอยแตกร้าว (Crackle) การแตกร้าว (Fracture) หรือรอยแตกแบบธรรมชาติ (Crazing) ซึ่งในงานเซรามิกดั้งเดิมอาจถือเป็นข้อบกพร่อง แต่ในศิลปะร่วมสมัย กลับถูกนำมาใช้เป็นองค์ประกอบทางศิลปะเพื่อสร้างพื้นผิวที่เต็มไปด้วยเสน่ห์แห่งธรรมชาติและเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ในงานเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัย การนำแนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” มาใช้ ได้เปิดมุมมองใหม่ให้แก่ศิลปินในการสร้างสรรค์งานที่ก้าวข้ามขอบเขตของเครื่องปั้นดินเผาแบบดั้งเดิม ศิลปินแสดงออกถึงแนวคิดนี้ผ่านการ รักษาร่องรอยทางธรรมชาติและพื้นผิวสัมผัส เน้นย้ำความบังเอิญในกระบวนการเผา และบูรณาการเทคนิคดั้งเดิมเข้ากับกระบวนการสร้างสรรค์สมัยใหม่ ผลงานที่เกิดขึ้นสะท้อนถึงการหลอมรวมระหว่างธรรมชาติและมนุษย์อย่างกลมกลืน นอกจากเป็นการสืบทอดมรดกศิลปะเซรามิกแบบดั้งเดิมแล้ว ผลงานเหล่านี้ยังเป็นการสำรวจและพัฒนานวัตกรรมในงานเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัยอีกด้วย

4. การวิเคราะห์ผลงาน

ผลงานสร้างสรรค์นี้ใช้แนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” โดยอาศัยการจัดวางจุด เส้น และระนาบ ผสมผสานกับกฎแห่งความงามในการออกแบบ ทำให้สามารถสะท้อนถึงแก่นแท้ของงานเครื่องปั้นดินเผาแบบดั้งเดิม พร้อมทั้งสอดแทรกแนวคิดศิลปะร่วมสมัยเข้าไปได้อย่างลงตัว ผลงานแต่ละชิ้นถ่ายทอดแนวคิดเกี่ยวกับชีวิตอย่างลึกซึ้ง พร้อมกับสะท้อนปรัชญาของ “วิถีแห่งธรรมชาติ”

4.1 “วัฏจักร”

ผลงานชิ้นนี้มุ่งเน้นไปที่แนวคิดเรื่องการก่อกำเนิดและวัฏจักรแห่งชีวิต ถ่ายทอดภาพของสรรพสิ่งที่หมุนเวียนเปลี่ยนผ่านไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด โครงสร้างของผลงานเกิดจากองค์ประกอบของจุด เส้น และระนาบ ซึ่งถูกนำมาผสมผสานเข้ากับพื้นผิวลวดลายลายนิ้วมือที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้เกิดมิติทางสัมผัสและทางสายตาที่หลากหลาย นิ้วมือที่กดลงบนเนื้อดินสะท้อนถึง “จุด” ร่องรอยที่คล้ายเส้นเลือดแสดงถึง “เส้น” ส่วนรูปทรงกลมทำหน้าที่เป็น “ระนาบ” ซึ่งทั้งหมดถูกสอดประสานกันอย่างเป็นธรรมชาติ ในแง่ขององค์ประกอบทางศิลปะ ผลงานนี้ใช้เทคนิคผสมผสานและการทำซ้ำ พร้อมทั้งยึดหลักความงามของจังหวะและท่วงทำนอง เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ทางสายตาที่กลมกลืนและเป็นหนึ่งเดียวกัน

ในส่วนของการเลือกวัสดุ ผลงานนี้เลือกใช้ดินที่มีพื้นผิวหยาบเพื่อสร้างพื้นผิวที่เป็นธรรมชาติ

เทคนิคการขึ้นรูปผสมผสานระหว่างการขึ้นรูปด้วยแป้นหมุนและการประกอบแผ่นดินเข้าไว้ด้วยกัน ทำให้เกิดรูปทรงที่มีพลังและมีความตึงเครียดเชิงศิลปะ นอกจากนี้ เทคนิคการกลายนิ้วมือไม่เพียงช่วยเพิ่มมิติทางสัมผัส แต่ยังสร้างเอฟเฟกต์พื้นผิวที่โดดเด่นในเชิงศิลปะร่วมสมัย ทำให้ผลงานแสดงออกถึงพลังและความคิดที่ชีวิตชีวา



ภาพที่ 2: ผลงานชื่อ “วัฏจักร”
(ที่มา: Zhang Haifeng, 2568)

4.2 “ฝ่าแผ่นดิน”

มุ่งเน้นการเกิดและการเติบโตของสรรพชีวิต การจับภาพพลังและความงามของช่วงเวลาที่ชีวิตแตกหน่อจากดิน ผ่านองค์ประกอบของจุด เส้น และพื้นที่ ผสมผสานกับคุณสมบัติและพื้นผิวธรรมชาติของดิน เพื่ออบมิติทั้งทางสายตาและการสัมผัสให้กับผลงาน ความรู้สึกของเมล็ดทรายในดินเป็น “จุด” เส้นขอบที่เรียบง่ายแต่เป็น “เส้น” และรูปทรงโดยรวมเป็น “พื้นที่” ทั้งสามองค์ประกอบประสานกันอย่างลงตัว สร้างภาษาเชิงศิลปะที่กลมกลืนและมีความเป็นหนึ่งเดียว ในการจัดองค์ประกอบ รูปแบบการใช้งานจะเน้นการสร้างสมดุลและการตัดกัน ตามหลักความงามของจังหวะและสัมผัสในการเลือกใช้วัสดุ ผลงานชิ้นนี้ใช้ดินที่มีพื้นผิวหยาบ ผ่านกระบวนการขึ้นรูปด้วยแม่พิมพ์และเทคนิคการกลาย ทำให้เกิดลวดลายแตกร้าว ซึ่งสะท้อนถึงความเรียบง่ายและความหนักแน่นของผืนแผ่นดิน อีกทั้งยังเพิ่มเอกลักษณ์ให้กับศิลปะเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัย ด้านในของผลงานใช้ดินเนื้อละเอียดเพื่อให้เกิดพื้นผิวที่เนียนนุ่ม อันเป็นการสร้างความแตกต่างที่ชัดเจนระหว่างภายนอกและภายใน การผสมผสานกันระหว่างพื้นผิวตามธรรมชาติของดินกับลวดลายแตกร้าวไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มมิติทางสัมผัสให้กับผลงานเท่านั้น แต่ยังช่วยสื่อถึงแนวคิดเรื่องชีวิตที่แตกหน่อและเติบโตขึ้นจากผืนดินอีกด้วย



ภาพที่ 3: ผลงานชื่อ “ฟ้าแผ่นดิน”
(ที่มา: Zhang Haifeng, 2568)

4.3 “เบ่งบาน”

ผลงานมุ่งเน้นไปที่การเจริญเติบโตของธรรมชาติและการเบ่งบานของชีวิต โดยสร้างรูปทรงของดอกไม้ตูม เผยช่วงเวลาที่น่าประทับใจตั้งแต่การก่อกำเนิดจนถึงการผลิบาน ใช้องค์ประกอบของจุด เส้น และพื้นผิว ถูกนำมาใช้ร่วมกับพื้นผิวตามธรรมชาติของดินและเทคนิคการปั้นด้วยมือ เพื่อเพิ่มมิติทั้งทางสายตาและการสัมผัส รายละเอียดของดอกไม้ตูมถูกใช้เป็น “จุด” เส้นขอบที่ไหลลื่นเป็น “เส้น” และรูปร่างโดยรวมของผลงานเป็น “พื้นผิว” ซึ่งทั้งสามองค์ประกอบนี้สอดคล้องประสานกันจนเกิดเป็นภาษาทางศิลปะที่กลมกลืน

ในด้านการจัดวางองค์ประกอบในพื้นที่ มีการใช้เทคนิคสมดุลและการทำซ้ำ โดยอิงตามหลักความงามของจังหวะและท่วงทำนอง เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ทางสายตาที่เป็นเอกภาพและสมดุล

สำหรับการเลือกใช้วัสดุ ผลงานนี้ใช้ดินที่มีพื้นผิวหยาบเป็นหลัก ผ่านกระบวนการขึ้นรูปโดยวิธีขุดดินเป็นชั้น ๆ เพื่อสร้างรูปร่างที่เต็มไปด้วยพลังแห่งชีวิต เทคนิคการกดและบีบด้วยนิ้วมือไม่เพียงแต่เพิ่มพื้นผิวที่ให้ความรู้สึกทางสัมผัสที่โดดเด่น แต่ยังสร้างลวดลายเฉพาะตัวของศิลปะเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัย ช่วยเสริมให้ผลงานมีความรู้สึกถึงการเติบโตที่เป็นธรรมชาติ เปี่ยมด้วยชีวิตชีวาและพลังแห่งการขยายตัว



ภาพที่ 4: ผลงานชื่อ “เบ่งบาน”
(ที่มา: Zhang Haifeng, 2568)

4.4 “ไม้แห้งคีนซีพ”

ผลงานมุ่งเน้นไปที่วัฏจักรของธรรมชาติและกำเนิดใหม่ โดยสร้างรูปทรงทางศิลปะของไม้แห้งที่กลับมามีชีวิตอีกครั้ง ถ่ายทอดพลังและความงดงามของชีวิตที่เปี่ยมขึ้นจากความเรียบง่ายขององค์ประกอบของจุด เส้น และพื้นผิว ถูกนำมาใช้ร่วมกับพื้นผิวตามธรรมชาติของดินและเทคนิคการปั้นด้วยมือ เพื่อเพิ่มมิติ

ทั้งทางสายตาและการสัมผัส รายละเอียดของลวดลายไม้แห้งถูกใช้เป็น “จุด” เส้นขอบที่บิดโค้งผิดรูปเป็น “เส้น” และรูปร่างโดยรวมของผลงานเป็น “พื้นผิว” ซึ่งทั้งสามองค์ประกอบนี้สอดคล้องประสานกันจนเกิดเป็นภาษาทางศิลปะที่กลมกลืนและสมดุล

สำหรับการเลือกใช้วัสดุ ผลงานนี้ใช้ดินเหนียวละเอียดเป็นหลัก ผ่านกระบวนการขึ้นรูปโดยการยี้ด ดัด บิด และบีบอัด เพื่อสร้างพื้นผิวที่มีรอยยับย่น ซึ่งสะท้อนถึงความเก่าแก่และผ่านกาลเวลาของไม้แห้ง พร้อมทั้งเพิ่มเอกลักษณ์ของศิลปะเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัย การผสมผสานกันระหว่างพื้นผิวที่มีรอยยับกับความเป็นธรรมชาติของดิน ไม่เพียงแต่เพิ่มมิติทางสัมผัสให้กับผลงานเท่านั้น แต่ยังช่วยขับเน้นแนวคิดเรื่องไม้แห้งที่กลับมาแตกหน่อและผลิบานอีกครั้ง แสดงถึงพลังแห่งการเกิดใหม่ของชีวิต



ภาพที่ 5: ผลงานชื่อ “ไม้แห้งคีนซีพ”

(ที่มา: Zhang Haifeng, 2568)

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้ได้ดำเนินการศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับการประยุกต์แนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” ในการสร้างสรรค์งานเซรามิกร่วมสมัย โดยได้ผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การอธิบายเชิงทฤษฎีและการขยายแนวคิดสุนทรียศาสตร์ของ “วิถีแห่งธรรมชาติ”

ผู้วิจัยได้เริ่มต้นจากคัมภีร์โบราณของลัทธิเต๋า เช่น “คัมภีร์เต๋าเต๋อจิง” และ “จวงจื๊อ” ทำการวิเคราะห์ถึงแนวคิดหลักอย่าง “เต๋าดำเนินตามธรรมชาติ” “ความเป็นหนึ่งเดียวระหว่างธรรมชาติกับมนุษย์” และ “ไม่กระทำอะไร แต่ก็ไม่มีความล้มเหลว” เพื่อวางรากฐานทางปรัชญาให้แก่งานสร้างสรรค์



เชรามิกร่วมสมัย งานวิจัยได้เปิดเผยถึงเนื้อหาทางสุนทรียศาสตร์ของแนวคิดนี้ ได้แก่ ความงามของความเรียบง่าย การเกิดร่วมกันของความว่างเปล่าและความมีอยู่ จังหวะที่มีชีวิตชีวา ฯลฯ ซึ่งล้วนเป็นแนวทางในการขึ้นด้านความงามสำหรับงานศิลปะเชรามิก และเมื่อบูรณาการกับสุนทรียศาสตร์เชิงนิเวศในยุคปัจจุบัน จึงทำให้ “วิถีแห่งธรรมชาติ” มีความหมายร่วมสมัยยิ่งขึ้น โดยเน้นย้ำว่าศิลปะควรส่งผ่านแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน และผลักดันให้ศิลปะเชรามิกเปลี่ยนจากการแสดงฝีมือเชิงช่าง ไปสู่การเป็นสื่อกลางทางวัฒนธรรมเชิงนิเวศ

2. การประยุกต์แนวคิดและนวัตกรรมในวิธีการสร้างสรรค์

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความเป็นสากลของแนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” ในแวดวงศิลปะ และสกัดแนวทางสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับงานเชรามิกร่วมสมัยออกมา 4 แนวทางหลัก ได้แก่ 1.ด้านการออกแบบรูปทรง มีการเลียนแบบลักษณะตามธรรมชาติอย่างเป็นรูปธรรม (เช่น กระแสน้ำ การเติบโตของพืช) หรือถอดองค์ประกอบออกมาอย่างเป็นนามธรรมจากกฎเกณฑ์ธรรมชาติ (เช่น วงจักรชีวิต) เพื่อมอบความลื่นไหลและพลังชีวิตให้แก่ผลงาน 2.ด้านการแสดงออกของพื้นผิว มีการใช้เทคนิคเคลือบแตกลาย การขูดขีด หรือการเผาให้แตก เพื่อถ่ายทอดสัมผัสธรรมชาติ เช่น เปลือกไม้ หินผา และถ่ายทอดจังหวะของการเปลี่ยนแปลงในธรรมชาติผ่านลวดลายพื้นผิวแบบนามธรรม 3.ด้านการเลือกวัสดุ มีการก้าวข้ามข้อจำกัดของดินแบบดั้งเดิม ผสมผสานวัสดุอย่างโลหะหรือวัสดุย่อยสลายได้ทางธรรมชาติ เพื่อสำรวจบทสนทนาระหว่างวัสดุธรรมชาติกับวัสดุที่มนุษย์สร้างขึ้น 4.ด้านนวัตกรรมเชิงกระบวนการ เปิดรับความบังเอิญของกระบวนการ เช่น การทุบ การเผาให้แตก เพื่อเสริมแนวคิด “ธรรมชาติกับคนสร้างร่วมกัน” ในการสร้างสรรค์ผลงาน แนวทางเหล่านี้เป็นการพลิกโฉมวิถีคิดและกระบวนการสร้างสรรค์งานเชรามิกร่วมสมัยให้มีความเชื่อมโยงกับธรรมชาติอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น

3. การทดสอบเชิงปฏิบัติและการนำเสนอผลงาน

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด “การก่อตัว — การถือกำเนิด — การเติบโต — วงจักร” เป็นแกนกลางในการสร้างสรรค์ผลงานเชรามิกจำนวน 4 ชุด เพื่อปฏิบัติการแนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” อย่างเป็นระบบ ผลงานได้นำเสนอกฎเกณฑ์ของวงจักรชีวิตธรรมชาติในรูปแบบที่จับต้องได้ ผ่านการเปลี่ยนแปลงของรูปทรงที่เปิด-ปิด หักเหและพลิกผัน พื้นผิวที่มีทั้งหยาบกร้านและชุ่มชื้น รวมถึงการผสมผสานของวัสดุที่แข็งกับอ่อน ทั้งหมดนี้ไม่เพียงแต่สะท้อนเอกลักษณ์ทางศิลปะของผู้วิจัย หากยังขบเน้นความหมายทางวัฒนธรรมของ “วิถีแห่งธรรมชาติ” ให้ลุ่มลึกยิ่งขึ้น และเป็นตัวอย่างที่สามารถเห็นได้จริงของการแปลงแนวคิดให้เป็นรูปธรรม



ผลสรุปและข้อเสนอแนะ

ควรศึกษาเชิงลึกด้านการผสมผสานองค์ประกอบจากธรรมชาติเข้ากับวัสดุเซรามิก เพิ่มการวิจัยเกี่ยวกับการผสมผสานระหว่างวัสดุธรรมชาติกับดินเซรามิก เพื่อสำรวจคุณสมบัติอันเป็นเอกลักษณ์ของวัสดุ นำมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานเครื่องปั้นดินเผาที่มีพื้นผิวตามธรรมชาติและมีความค่าทางนิเวศวิทยาสร้างสรรค์เทคนิคเครื่องปั้นดินเผาใหม่ ๆ เพื่อสะท้อนแนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” ส่งเสริมให้ศิลปินก้าวข้ามข้อจำกัดของเทคนิคดั้งเดิม และพัฒนาเทคนิคการเผา การตกแต่ง และกระบวนการผลิตใหม่ที่จะช่วยถ่ายทอดแนวคิดธรรมชาติออกมาในรูปแบบแปลกใหม่

1. ส่งเสริมการวิจัยแบบบูรณาการ ควรบูรณาการงานศิลปะเซรามิกเข้ากับศาสตร์แขนงอื่น ๆ เช่น นิเวศวิทยา ธรณีวิทยา และสุนทรียศาสตร์ เพื่อขยายขอบเขตแนวคิดและวิธีการสร้างสรรค์งานศิลปะ

2. เรียบเรียงแนวคิดทฤษฎีงานเซรามิกภายใต้แนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” รวบรวมและสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับ การสร้างสรรค์งานเซรามิกตามแนวคิด “วิถีแห่งธรรมชาติ” โดยสรุปลักษณะเฉพาะ กฎเกณฑ์ และวิธีการสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนา ระบบทฤษฎีที่สมบูรณ์

บรรณานุกรม

- Ding, L. (2005). Aesthetic anthropological study of natural beauty. Guangxi Normal University Press.
- Dong, P., & He, Y. (1993). Special techniques of Chinese painting. Tianjin People's Fine Arts Publishing House.
- Kan, L. (2013). On “cognition” and modern ceramic art (Master's thesis, Jingdezhen Ceramic Institute, Jiangxi).
- Peng, F. (2014). On Laozi (Vol. 76). People's Publishing House.
- Shui, T. (1999). Ink wash painting in the new century. Art Research.
- Sun, L. (2008). On the natural sentiment in ceramic art creation (Master's thesis, Jingdezhen Ceramic Institute, Jiangxi).
- Wang, H. (2010). On the aesthetic characteristics of the “process” in modern ceramic art creation (Master's thesis, Jingdezhen Ceramic Institute, Jiangxi).
- Wang, Q. (2011). Research on natural beauty in modern ceramic art [Master's thesis, Jingdezhen Ceramic Institute, Jiangxi].
- Wang, Y. (2010). On the ontological language characteristics of modern ceramic art (Master's thesis, Jingdezhen Ceramic Institute, Jiangxi).



- Yan, Z. (2013). The beauty of nature. Writers Publishing House.
- Yi, Y. (2008). On the artistic characteristics of traditional Chinese ink wash symbols
(Master's thesis, Hunan Normal University).
- Yu, N. (2012). Research on the natural form language in ceramic design art
(Master's thesis, Shenyang Ligong University).
- Zhang, F. (2003). History of foreign arts and crafts. Central Compilation & Translation Press.
- Zheng, N. (2001). Japanese ceramics. Heilongjiang Fine Arts Publishing House.
- Zhuangzi. (2014). Xiaoyao You. People's Publishing House.







การใช้ประโยชน์จากเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรสู่การสร้างสรรค ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงการท่องเที่ยว ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

Utilizing agricultural waste materials to create souvenir products for
tourism based on the concept of a circular economy

สุรภา วงศ์สุวรรณ¹

ธานี สุนธะชาติ¹

Received 8 February 2025

Revised 5 October 2025

Accepted 8 October 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาทุนทางธรรมชาติของพืชเศรษฐกิจในชุมชนบ้านถ้ำเสือ จังหวัดเพชรบุรี ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์หลังการเก็บเกี่ยวเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน และ (2) พัฒนาด้านแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การวิจัยใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) กลุ่มตัวอย่างได้แก่ คนในชุมชนบ้านถ้ำเสือ นักออกแบบ และนักท่องเที่ยว รวม 340 คน เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยแบบสอบถาม แบบประเมิน ความพึงพอใจ และการวิเคราะห์วัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment: LCA)

ผลการวิจัยพบว่า พืชเศรษฐกิจที่มีศักยภาพสูงสุดคือ “กล้วยน้ำว้า” เนื่องจากมีปริมาณมาก เหลือทิ้งสูง และสามารถนำ “กากกล้วย” มาใช้ในการพัฒนาเป็นวัสดุแปรรูปได้ง่ายโดยไม่ต้องใช้ สารเคมี พบว่าผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่พัฒนาขึ้น เช่น กระเป๋าสะพาย ของใส่อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และของตกแต่งบ้าน ได้รับความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.40, SD = 0.03) การออกแบบ ผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับเทคนิคสมัยใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบเชิงนิเวศ (Eco-Design) และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงแนวทางการต่อยอด เช่น การผสมเส้นใยจากพืชเศรษฐกิจอื่น (ตาลโตนดหรือมะพร้าว) เพื่อพัฒนาวัสดุผสม และการเคลือบพื้นผิวด้วยฟิล์มบุกผสมกลีเซอริน เพื่อ เพิ่มความทนทานของผลิตภัณฑ์

โดยสรุป การวิจัยครั้งนี้สะท้อนศักยภาพของชุมชนบ้านถ้ำเสือในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ เชิงนิเวศจากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร ซึ่งสามารถต่อยอดเป็นต้นแบบเชิงพาณิชย์ สนับสนุน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: วัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร, ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก, เศรษฐกิจหมุนเวียน, ชุมชนบ้านถ้ำเสือ

¹ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

² Faculty of Architectural Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon



Abstract

This research sought to (1) examine the natural capital of economic crops in the Ban Tham Sue community, Phetchaburi Province, that can be utilized post-harvest for the development of souvenir products aligned with the circular economy concept, and (2) create prototype souvenir products from agricultural waste materials to augment value creation and foster ecotourism. The research utilized a mixed-methods approach that integrated quantitative surveys with participatory action research (PAR). The sample had 340 individuals, including local community members, designers, and visitors. Research instruments including questionnaires, satisfaction assessments, and Life Cycle Assessment (LCA) for product design.

The results indicated that Nam Wa banana is the most promising commercial crop owing to its abundance, substantial agricultural residue, and appropriateness for repurposing as “banana sheath” material without chemical treatment. The created prototypes, including shoulder bags, electronic cases, and ornamental objects, attained a high satisfaction level (mean = 4.40, SD = 0.03). The design process amalgamated indigenous knowledge with modern methodologies, conforming to eco-design principles and optimizing resource use. The study additionally suggested potential avenues, including the amalgamation of banana fibers with other indigenous fibers (toddy palm or coconut) to produce hybrid natural materials, and the application of a konjac–glycerin film on the surface to enhance durability and moisture resistance.

This research underscores the Ban Tham Sue community’s capacity to produce eco-friendly items from agricultural waste, serving as a paradigm for sustainable community development. The results enhance the creative economy, augment local resources, and bolster ecotourism by adhering to circular economy principles.

Keywords: Agricultural waste, Souvenir items, Circular economy, Ban Tham Sue community



บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจสังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้สำคัญที่นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ กระแสเงินตราไหลเวียนในประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคของประเทศ

ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570) ให้ความสำคัญแก่การพลิกฟื้นการท่องเที่ยวไทยเพื่ออนาคตที่ดีกว่าสำหรับทุกคน (Building Forward a Better Tourism for All) โดยคำนึงถึงประโยชน์ของ 3 กลุ่มหลักดังต่อไปนี้ 1] ประชาชน: การท่องเที่ยวไทยจะมุ่งเน้นไปที่ผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม (Social Impact) ที่ประชาชนไทยและนักท่องเที่ยวจะได้รับประโยชน์ร่วมกัน 2] รายได้: การท่องเที่ยวไทยยังคงมุ่งเน้นไปที่ผลกระทบทางเศรษฐกิจ (Economic Impact) มุ่งเน้นไปที่การดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงจากหลากหลายประเทศอย่างสมดุล 3] ความยั่งยืน: การรักษาความอุดมสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อมและการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการบริหารจัดการจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและต่อ ยอดทรัพยากรสิ่งแวดล้อมไทยและเอกลักษณ์ไทยให้เข้ากับยุคสมัยอย่างยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566) (Tourism Authority of Thailand, 2023) ดังรายงานว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทย มีระยะเวลาพำนักร้อยละเฉลี่ยอยู่ที่ 9.12 วัน มีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนที่ 37,279 บาท หรือมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 4,079 บาท แม้ไม่มีการเก็บข้อมูลเรื่องการซื้อสินค้าที่ระลึก แต่ก็พอจะประเมินการได้ว่านักท่องเที่ยวคนหนึ่งน่าจะใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกคนละไม่ต่ำกว่าหนึ่งพันบาท นั่นหมายถึงรายได้จากธุรกิจของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจะมีมูลค่าไม่น้อยกว่า 1 หมื่นล้านบาทต่อปี ถ้าเพียงสักครึ่งรายได้นี้จะกระจายไปสู่วิสาหกิจชุมชน กลุ่มสตรีหรือกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ซึ่งอยู่ในชุมชนใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ ก็จะช่วยสร้างเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างมหาศาล ภาครัฐจึงควรมีส่วนให้การสนับสนุนความรู้ในการพัฒนาสินค้าของที่ระลึก เพื่อการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง (กระทรวงวัฒนธรรม, 2558) (Ministry of Culture, 2015) ด้วยศักยภาพของชุมชนต้นแบบอย่าง “ชุมชนบ้านถ้ำเสือ” อำเภอเกรงกระจาน จังหวัดเพชรบุรี เป็นหมู่บ้านที่อยู่ท่ามกลางภูเขาและแม่น้ำเพชรบุรี อุดมไปด้วยสวนเกษตรและป่าไม้เขียวชอุ่ม ผลไม้ที่มีชื่อเสียง คือ ทุเรียนถ้ำเสือ เงาะ มังคุด และมีผลิตภัณฑ์ขึ้นชื่อ เช่น ทองม้วนน้ำตาลโตนด นอกจากนี้ชุมชนยังมีธนาคารต้นไม้ ที่ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน มีความพร้อมด้านที่พักโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ลานกางเต็นท์ริมแม่น้ำเพชรบุรี และร้านอาหารชุมชน อีกทั้งกิจกรรมที่สนุกสนานมากมาย ปัจจุบันได้รับการประกาศโดยคณะกรรมการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เรื่องกำหนดเขตพื้นที่ในท้องถิ่นหรือชุมชนเพื่อให้มัคคุเทศก์ซึ่งได้รับการยกเว้นคุณสมบัติทำหน้าที่มัคคุเทศก์ และได้รับรางวัลหมู่บ้านท่องเที่ยวสำหรับจัดกิจกรรมเอาต์ดิง

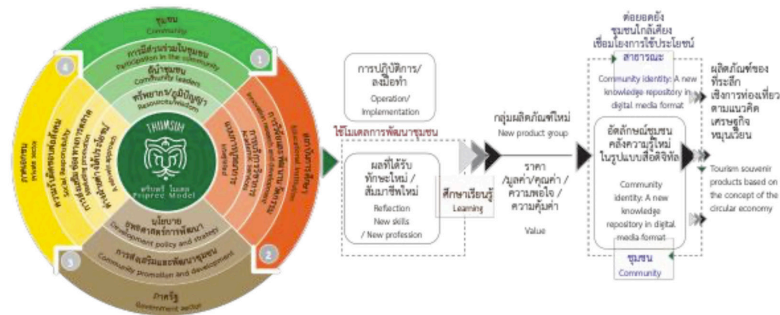


ยอดเยี่ยม อันดับที่ 2 (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2565) (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization)), 2022) และนี่คือความน่าสนใจในความเป็นบริษัทชุมชนที่มีต้นทุนทรัพยากรทางธรรมชาติที่คุ้มค่า ชุมชนบ้านถ้ำเสืออยู่ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี มีการเกษตรโดยรวมที่มีพืชเศรษฐกิจคือ 1] ต้นตาล 336,027 ไร่ที่พบมากเป็นอันดับที่สองของประเทศรองจากจังหวัดสงขลา และเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดเพชรบุรี แต่ปัจจุบันมีจำนวนลดน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากต้นตาลนั้นเป็นต้นไม้ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วน ทำให้ชาวบ้านหันมาตัดต้นตาลขายเพิ่มรายได้มากยิ่งขึ้นตลอดจนไม่มีใครคิดที่จะอนุรักษ์ต้นตาลที่เป็นต้นไม้คู่เมืองเพชรบุรีให้คงอยู่เท่าใดนัก 2] สับปะรด 76,475 ไร่ และ 3] กล้วย 49,681 ไร่ ตามลำดับ (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเพชรบุรี, 2562) (Phetchaburi Provincial Agriculture and Cooperatives Office, 2019) แม้จังหวัดเพชรบุรีมีพืชเศรษฐกิจหลากหลาย แต่กาบกล้วยน้ำว้าเป็นวัสดุที่เหลือทิ้งมากที่สุดในพื้นที่ชุมชนบ้านถ้ำเสือและยังไม่ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นระบบ จึงเป็นโจทย์สำคัญของการวิจัยนี้ กาบกล้วยน้ำว้าเป็นวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรในท้องถิ่นที่สามารถใช้ประโยชน์ต่อยอดสร้างงานหัตถอุตสาหกรรมเชิงนิเวศสำหรับชุมชน เพิ่มรายได้ให้ครัวเรือน และยกระดับความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงต้องระดมความคิด เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี รวมถึงการพัฒนาความรู้ใหม่ให้เกิดเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ เกิดนวัตกรรมการเรียนรู้ในระดับชุมชน ยกกระดับเศรษฐกิจฐานรากพร้อมที่จะแข่งขันและนำไปสู่การพัฒนาชุมชน และลดปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชน การแข่งขันเพื่อให้ตนเองอยู่รอด เพื่อปรับเปลี่ยนระดับชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีกว่าเดิม การเพิ่มศักยภาพเพื่อยกระดับความเป็นอยู่ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้หลักการ Circular Economy หรือ เศรษฐกิจหมุนเวียน จะให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียจากการผลิต และบริโภคหรือการเก็บเกี่ยวของพืชเศรษฐกิจของชุมชน ด้วยการนำวัตถุดิบที่ผ่านการผลิตและบริโภคแล้วเข้าสู่กระบวนการผลิตใหม่ (Re-material) หรือนำมาใช้ซ้ำ (Reuse) โดย 1] วัตถุดิบถูกใช้นั้นใช้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด 2] ทรัพยากรที่นำมาใช้ ต้องมาจากทรัพยากรที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ 3] รักษาความหลากหลายทางชีวภาพ 4] อนุรักษ์วัฒนธรรมและชุมชน 5] ไม่ทำร้าย ความเป็นอยู่และสุขภาพของทุกคน 6] ไม่ได้วัดทุกอย่างด้วยตัวเลขแต่วัดด้วยคุณค่าทางจิตใจ 7] ระบบทุกอย่างต้องปรับเปลี่ยนได้ (กรีนไทยแลนด์, 2564) (Greenpeace Thailand, 2021) โดยใช้วัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้าน นำวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน รวมถึงการใช้กรรมวิธีในการผลิตแปรรูปให้เป็น “วัสดุใหม่” หรือที่เรียกว่า “วัสดุร่วมสมัย” สู่งานนวัตกรรมหัตถศิลป์สร้างสรรค์ให้เป็นงานผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่า เกิดมูลค่า เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำหรับพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. การศึกษาบริบทของทุนทางธรรมชาติ พืชเศรษฐกิจ แปรรูปสู่ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงการท่องเที่ยว ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของจังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจากเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร สู่การออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง จังหวัดเพชรบุรี

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นรูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการ (Methodology) : เป็นการวิจัยที่มุ่งหาข้อเท็จจริงและข้อสรุปเชิงปริมาณ การใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขเป็นหลักฐานยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบและสรุปต่าง ๆ มีการใช้เครื่องมือที่มีความเป็นปรนัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น แบบสอบถามแบบทดสอบ การสังเกต
2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการ (Methodology) : การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research - PAR) โดยสะท้อนความจริงสอดคล้องกับการปฏิบัติในบริบทของกรอบแนวคิด ร่วมเสนอแนวความคิดในการสร้างกระบวนการองค์ความรู้ใหม่ เพื่อปรับปรุงชีวิตความเป็นอยู่และการทำงานของชุมชน ด้วยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการเป็นหลัก

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ตามข้อมูลสถิติ ประกอบด้วยประชากรจากอำเภอแก่งกระจาน 25,988 คน และอำเภอบ้านลาด 50,316 คน ทั้งสองอำเภอเป็นพื้นที่ในการทำวิจัย 2 กลุ่มชุมชนบ้านถ้ำเสือ และ



ศูนย์การเรียนรู้สวนตลาดลุงนอม (กระทรวงสาธารณสุข, 2563)

กำหนดกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1) แบบสอบถามก่อนการออกแบบ เก็บข้อมูลก่อนการออกต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และปัจจัยของการสร้างรูปแบบของผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างเป็นคนในพื้นที่ และผู้ที่สนใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จำนวน 150 คน เพื่อประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับพืชเศรษฐกิจและวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรที่เหมาะสมต่อการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก วัสดุที่คัดเลือกแล้วจึงถูกนำมาทดลองขึ้นรูปในระดับห้องปฏิบัติการ เพื่อทดสอบความเหมาะสมทางกายภาพและศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

2) แบบสอบถามสำหรับการออกแบบ เก็บข้อมูลสำหรับการออกต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแบบเจาะจง สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักออกแบบ นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และนักการตลาด จำนวน 30 คน

3) ประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจหลังจากการออกแบบ สำหรับกลุ่มตัวอย่างในชุมชนบ้านถ้ำเสือ นักท่องเที่ยวภายในพื้นที่และนอกพื้นที่ ผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบ นักศึกษาที่มีความรู้ด้านการออกแบบ ด้วยกลุ่มตัวอย่าง 340 คน โดยยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนขึ้นได้ 95% (± 5) (Taro Yamane, 1969)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือ

1. ภาคเอกสารเกี่ยวข้องกับบริบทของงานอัตลักษณ์ชุมชนบ้านถ้ำเสือ พืชเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ เช่น วัฒนธรรม วิถีความเป็นอยู่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. แบบสอบถามในส่วนที่เกี่ยวข้องผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และปัจจัยของการสร้างรูปแบบของการพัฒนาการตลาด รวมถึงความเหมาะสม สำหรับการเลือกใช้วัสดุ โครงสร้าง และกราฟิกที่จะพัฒนาเป็นงานออกแบบ

3. แบบประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจหลังจากการออกแบบ สำหรับกลุ่มประชากรตัวอย่าง เพื่อเป็นแนวทางในการหาปัจจัยในการออกแบบ

หลักการสำหรับการสร้างเครื่องมือ ใช้การวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ LCA (Life Cycle Assessment) ตั้งแต่เริ่มวงจรชีวิตจนถึงสิ้นสุดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ โดยใช้เครื่องมืออ้างอิงหลักการประเมินผลการออกแบบ (Eco Evaluation Model) พร้อมแบบประเมินวัฏจักรของผลิตภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการ และการพัฒนาแบบ โดยใช้หลักการพัฒนามาตรฐานที่ใช้หลักการ Circular Economy หรือ เศรษฐกิจหมุนเวียน จะให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียจากการผลิตและบริโภค หรือการเก็บเกี่ยวของพืชเศรษฐกิจของชุมชน ด้วยการนำวัสดุที่ผ่านการผลิตและบริโภคแล้วเข้าสู่กระบวนการผลิตใหม่ (Re-material) หรือนำมา

ใช้ซ้ำ (Reuse) โดย 1] วัตถุดิบถูกใช้นั้นใช้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด 2] ทรัพยากรที่นำมาใช้ ต้องมาจากทรัพยากรที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ 3] รักษาความหลากหลายทางชีวภาพ 4] อนุรักษ์วัฒนธรรม และชุมชน 5] ไม่ทำร้าย ความเป็นอยู่และสุขภาพของทุกคน 6] ไม่ได้วัดทุกอย่างด้วยตัวเลขแต่วัดด้วยคุณค่าทางจิตใจ 7] ระบบทุกอย่างต้องปรับเปลี่ยนได้ โดยใช้วัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน รวมถึงการใช้กรรมวิธีในการผลิตแปรรูปให้เป็น “วัสดุใหม่” หรือที่เรียกว่า “วัสดุร่วมสมัย” ผลงานนวัตกรรมหัตถศิลป์สร้างสรรค์ให้เป็นงานผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สร้างคุณค่าของงานให้เกิดมูลค่าได้ อีกหนึ่งปัจจัยสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบ (กรีน ไทยแลนด์, 2564) (Greenpeace Thailand, 2021) ที่มีความง่าย – ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ควรสร้างขึ้นด้วยเครื่องมือที่ง่ายต่อการเข้าใจและซ่อมแซมได้ง่าย คำนึงถึงทรัพยากรที่นำมาใช้ การผลิตต้องเข้าใจถึงคุณค่าของทรัพยากรทั้งหมดและทำอย่างไรที่จะสงวนรักษาและใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพและลดการเกิดของเสีย มุ่งถึงเป้าหมายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องถูกออกแบบมาให้สามารถใช้งานได้อย่างยาวนาน และขยายอายุการใช้งานเพื่อลดการซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยผลิตภัณฑ์ต้องมีความทนทาน สามารถซ่อมแซมได้ ใช้ซ้ำได้ สามารถประกอบใหม่ได้ และสามารถนำมารีไซเคิลได้ ขั้นตอนการออกแบบและการผสมวัสดุยังต้องคำนึงถึงการที่ผลิตภัณฑ์หมดอายุการใช้งานและการกำจัดขั้นสุดท้าย ใช้งานได้หลากหลาย – วิศวกรรมย้อนกลับและโมดูลาร์ เป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยให้สามารถซ่อมแซมและใช้งานผลิตภัณฑ์ได้ ออกแบบให้มีความสากล ผลิตในระดับท้องถิ่น – เป็นการนำเอาองค์ความรู้การผลิตแบ่งปันไปทั่วโลก โดยกำหนดให้กระบวนการผลิตกระจายอยู่ใกล้กับพื้นที่ที่มีความต้องการใช้ เน้นความยั่งยืนที่แท้จริงเพื่อป้องกันและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์เพื่อปกป้องโลกของเรา และป้องกันและลดผลกระทบของชิ้นส่วนและวัสดุให้น้อยที่สุด จัดหาชิ้นส่วนและวัสดุในท้องถิ่น หลีกเลี่ยงการสร้างขยะและการผลิตที่สิ้นเกินเปิดรับข้อมูลหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อสร้างมาตรฐานให้สามารถซ่อมแซมและส่งเสริมวัฒนธรรมซึ่งก็คือ ไม่เสียค่าใช้จ่าย – มีข้อมูลให้ทุกคนได้เข้าถึงอย่างทั่วถึง แก้ไขได้ – ทุกคนสามารถแก้ไขข้อมูลบางอย่างได้เพื่อเปิดรับการเรียนรู้สิ่งใหม่ – เป็นนวัตกรรมที่เปิดใช้งานร่วมกันโดยถูกต้องตามกฎหมายและสามารถแก้ไขหรือเข้าไปเรียนรู้เพิ่มเติมได้

วิธีการหาคุณภาพและผลคุณภาพเครื่องมือฯ

การสร้างเครื่องมือ ศึกษาเอกสารจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการสร้างเครื่องมือสำหรับงานวิจัยเป็นแบบสอบถามและแบบแสดงความคิดเห็น โดยมีองค์ประกอบการวิเคราะห์ด้านเป้าหมายหลัก คือการปรับเปลี่ยนความต้องการของกลุ่มประชากรตัวอย่างให้อยู่ในรูปของข้อกำหนดของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอย่างเป็นระบบ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการออกแบบนั้นสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน ที่สามารถสร้างงานภายในครัวเรือน หรือการรวมกลุ่มของชุมชน แบบชุมชนมีส่วนร่วมได้ โดยใช้เครื่องมือประเมินผลการออกแบบ ดังนี้

1] แบบสอบถามก่อนการออกแบบ เก็บข้อมูลก่อนการออกต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และปัจจัยของการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์แบบเจาะจง



เป็นคนที่สนใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จำนวน 150 คน

2] แบบสอบถามสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแบบเจาะจงประเมินวัฏจักรของผลิตภัณฑ์เป็นการสอบถามแบบเจาะจงจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักออกแบบ นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ นักศึกษา ด้านการออกแบบ และนักการตลาด จำนวน 30 คน และ

3] แบบประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจ หลังจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เลือกใช้วิธีการสุ่มแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) (ชาย โพธิ์สิตา, 2552) (Chai Phosita, 2019) เนื่องจากมีขั้นตอนและวิธีการไม่ซับซ้อนจุดมุ่งหมายของการเลือกตัวอย่างแบบนี้ไม่ใช่ให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนแต่ให้ได้ตัวอย่างที่เหมาะสมกับแนวคิด จากกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 20 - 60 ปี ในอำเภอชุมชนบ้านถ้ำเสือและชุมชนใกล้เคียง นักท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่ และผู้ที่สนใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จำนวน 340 คน

เครื่องมือสำหรับงานวิจัยที่สร้างได้ผ่านการพิจารณา จากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบหาความสอดคล้อง ระหว่างคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด เพื่อหาค่าความจริง การตรวจโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาความตรงของเครื่องมือวิจัยที่ใช้วัดแต่ละจุดประสงค์ ด้วยเทคนิคการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม กับสิ่งที่ต้องการวัด (Index Item Of Congruent : IOC) ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้มีผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน โดยมีเกณฑ์ดังนี้ 1 หมายถึง สอดคล้อง 0 หมายถึง ไม่แน่ใจ -1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง โดยใช้สูตรคำนวณ IOC ให้ R เป็นผลคูณคะแนนของผู้เชี่ยวชาญ n เป็นผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด (สุวิมล ติรภานันท์, 2557)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์บริบทของชุมชน ทุนจากทรัพยากรในท้องถิ่น และปัจจัยด้านการออกแบบ
2. สังเคราะห์ในส่วนของวัสดุเพื่อแปรรูปให้เป็นวัสดุใหม่ และออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยสร้างสรรค์ตามกรอบของงานวิจัยที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลนำผลสรุปข้อมูลจากแบบทดสอบในการศึกษา และพัฒนาการออกแบบ จนได้กระบวนการที่ชัดเจนจากกลุ่มประชากรในระดับขั้นของการพัฒนา และนำมาพัฒนาให้เป็นไปในทิศทางตามรูปแบบที่นิยมในปัจจุบัน
3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ที่ได้รับกลับคืนมาจากกลุ่มตัวอย่าง ก่อนนำไปวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อจัดทำแบบจำลองผลิตภัณฑ์
4. เมื่อได้ผลของการสำรวจและทำการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจัดต้นแบบสำหรับการสร้างองค์ความรู้และถ่ายทอดงานวิจัย ซึ่งสามารถเป็นต้นแบบในพัฒนาชุมชน รวมถึงผลสรุปทดสอบความพึงพอใจจากเข้าร่วมอบรมของกลุ่มตัวอย่าง แล้วบันทึกสรุปผลการวิจัย
5. ผลสรุปเพื่อพัฒนาการออกแบบ ผู้วิจัยใช้กรอบเพื่อเป็นแนวทางในการทำงานวิจัยตามวัตถุประสงค์

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่เลือกใช้

เมื่อรวบรวมแบบสำรวจและตรวจข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ แล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง และแปลผลบรรยายดังต่อไปนี้

1. นำข้อมูลจากแบบสอบถามก่อนการออกแบบ เก็บข้อมูลแนวคิดจากเครื่องมือสำหรับงานวิจัย สรุปในส่วนของสมบัติของวัสดุ หาค่าร้อยละและสรุปผลแบบพรรณนา และทำการสร้างสร้งงานต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการสำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จำนวน 10 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการ
2. นำแบบสอบถามสำหรับการออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เก็บข้อมูลจำนวน 10 แบบ ประเมินวัฏจักรของผลิตภัณฑ์ที่ได้นำมาออกแบบ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักออกแบบ นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและนักการตลาด สำหรับพัฒนาแผนการตลาดระดับชุมชน เพื่อเลือกรูปแบบที่จะพัฒนา ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับภาคสนามจำนวน 6 แบบ พร้อมทดสอบการใช้งาน
3. นำต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับภาคสนาม จำนวน 6 ต้นแบบ ประเมินความพึงพอใจผลการออกแบบ ด้วยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิธีการสุ่มเป็นผู้ตอบแบบประเมินมาหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
4. การประเมินความเหมาะสมหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยมีเกณฑ์ ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสังเกต และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการสังเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อหาข้อกำหนดการออกแบบ (Design Criteria) ก่อนสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์"

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาบริบทของทุนทางธรรมชาติ พืชเศรษฐกิจ แปรรูปสู่ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงการท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของจังหวัดเพชรบุรีมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาบริบทของทุนทางธรรมชาติพืชเศรษฐกิจแปรรูปสู่ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ลำดับ No.	ข้อมูลการสำรวจ	N = 150	
		จำนวน Quantity	ร้อยละ Percent
1.	ท่านคิดว่าชุมชนบ้านถ้าเลือกมีวิธีการประกอบอาชีพใดเป็นอาชีพดั้งเดิม		
	- ทำนา	81	54.50
	- เก็บตาล (ขึ้นตาล)	55	36.40
	- การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา	00	0.00
	- ทำขนม	14	9.10
	- ค้าขาย	0	0.00
	- การทอผ้า	0	0.00
	- การจักสาน	0	0.00
	- ช่างทอง	0	0.00
	รวม (Total)	150	100.00
2.	ท่านคิดว่าในชุมชนบ้านถ้าเลือกมีวัตถุดิบ หรือทรัพยากรทางธรรมชาติอะไรที่โดดเด่นมากที่สุด		
	- ข้าว	0	0.00
	- อ้อย	0	0.00
	- ข้าวโพด	0	0.00
	- มะพร้าว	0	0.00
	- กล้วยหอมทอง	0	0.00
	- กล้วยน้ำว้า	150	100.00
	- มะนาว	0	0.00
	- ชมพู่	0	0.00
	- ตาล	0	0.00
	- อื่น ๆ	0	0.00
	รวม	150	100.00
3.	ท่านคิดว่าในชุมชนบ้านถ้าเลือกมีพืชเศรษฐกิจ และทรัพยากรทางธรรมชาติชนิดใดที่สามารถใช้ประโยชน์หลังจากการเก็บเกี่ยวแปรรูปและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้		
	- ข้าว	0	0.00
	- อ้อย	0	0.00
	- ข้าวโพด	0	0.00
	- มะพร้าว	0	0.00
	- กล้วยหอมทอง	0	0.00
	- กล้วยน้ำว้า	150	100.00
	- มะนาว	0	0.00
	- ชมพู่	0	0.00
	- ตาล	0	0.00
	- อื่นๆ	0	0.00
	รวม	150	100.00

ลำดับ No.	ข้อมูลการสำรวจ	N = 150	
		จำนวน Quantity	ร้อยละ Percent
4.	พืชเศรษฐกิจ และทรัพยากรทางธรรมชาติชนิดใดที่สามารถใช้ประโยชน์หลังจากการเก็บเกี่ยวชนิดใดในชุมชนบ้านถ้ำเสือที่เป็นจุดเด่นที่แสดงถึงความเป็นพื้นที่ของชุมชนบ้านถ้ำเสือมากที่สุด		
	- ข้าว	0	0.00
	- อ้อย	0	0.00
	- ข้าวโพด	0	0.00
	- มะพร้าว	0	0.00
	- กล้วยหอมทอง	14	9.10
	- กล้วยน้ำว้า	136	90.90
	- มะนาว	0	0.00
	- ชมพู่	0	0.00
	- ตาล	0	0.00
	- อื่นๆ	0	0.00
	รวม	150	100.00
5.	ปัจจัยในการเลือกซื้อของที่ระลึก		
	- ด้านการขนส่ง (น้ำหนัก)	0	0.00
	- ด้านความงาม	14	9.10
	- ด้านความคงทนแข็งแรง	136	90.90
	- ด้านประโยชน์ใช้สอย	136	90.90
	- ด้านราคา	0	0.00
	- ด้านความรู้สึทางจิตใจ	0	0.00
	รวม (Total)	150	100.00
6.	ท่านคิดว่าแนวโน้มผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ใช้วัสดุจากการประโยชน์หลังจากการเก็บเกี่ยวของพืชเศรษฐกิจของชุมชน ที่มีความเหมาะสมและมีเอกลักษณ์เฉพาะ สามารถจะดึงดูดนักท่องเที่ยวสู่ชุมชนบ้านถ้ำเสือได้		
	- อาหารคาว	0	0.00
	- หมวก ผ้าพันคอ	0	0.00
	- แม่เหล็กติดตู้เย็น	0	0.00
	- เครื่องประดับ	0	0.00
	- กระเป๋าผ้า	41	27.30
	- อาหารแปรรูปไม้ไผ่กลุ่มสินค้าของที่ระลึก	0	0.00
	- งานศิลปะและของตกแต่งบ้าน ของที่ระลึก	109	72.70
	- งานโปสการ์ด โปสเตอร์	0	0.00
	- เสื้อยืด	0	0.00
	- แก้ว	0	0.00
	รวม	150	100.00

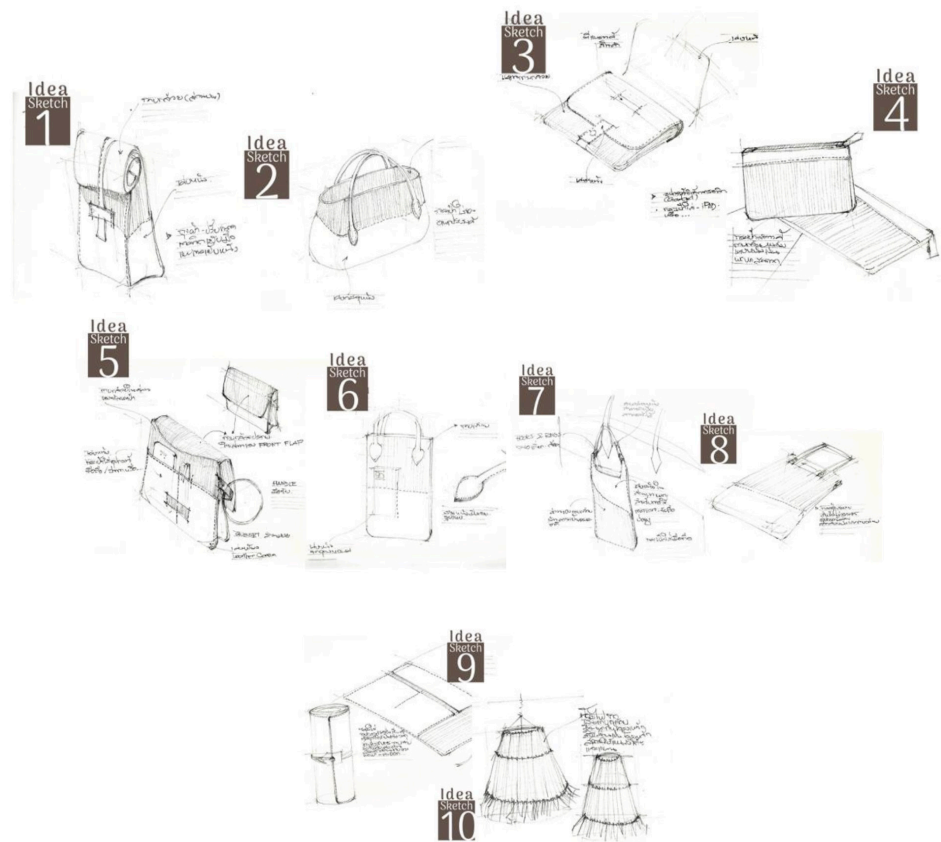
ลำดับ No.	ข้อมูลการสำรวจ	N = 150	
		จำนวน Quantity	ร้อยละ Percent
7.	ท่านคิดว่าแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ใช้วัสดุจากการประโยชน์หลังจากการเก็บเกี่ยวของพืชเศรษฐกิจของชุมชน ที่สามารถสร้างสรรค์เป็นประเภทใดมากที่สุด		
	- ประเภทผ้า และเครื่องแต่งกาย	75	16.50
	- ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก	90	19.00
	รวม	463	100.00
8.	หากเศษวัสดุเหลือใช้ที่เป็นวัสดุจากประโยชน์หลังจากการเก็บเกี่ยวของพืชเศรษฐกิจของชุมชน ใช้กากกล้วยพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก		
	- กระเป๋ารักษ์โลก	0	0.00
	- กระบอกน้ำ	27	18.20
	- แก้วน้ำ	14	9.00
	- ซองใส่อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่	40	27.40
	- กระเป๋าสะพาย	55	36.40
	- ซองใส่อุปกรณ์เครื่องเขียน	14	9.00
	รวม (Total)	150	100.00
9.	สีประจำท้องถิ่นของชุมชนบ้านถ้าเสือท่านคิดว่าเป็นสีที่สื่อเอกลักษณ์ของชุมชนคือสีอะไร		
	- สีม่วง	14	9.00
	- สีแสด	44	30.00
	- สีเหลือง	38	26.00
	- สีชมพู	14	9.00
	- สีฟ้า	14	9.00
	- อื่น ๆ	26	17.00
	รวม (Total)	150	100.00
10.	หากมีกลุ่ม หรือศูนย์การฝึกอบรมที่มีการจัดทำขึ้นเพื่อประโยชน์สาธารณะ ท่านสนใจ – เข้าร่วมหรือไม่		
	- สนใจเข้าร่วม	150	100.00
	- ไม่สนใจเข้าร่วม	0	0.00
	รวม (Total)	150	100.00

ผลสรุปตารางที่ 1 การศึกษาบริบทของทุนทางธรรมชาติพืชเศรษฐกิจ แปรรูปสู่ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงการท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ชุมชนบ้านถ้าเสือมีอาชีพหลักคือทำนา (54.5%) รองลงมาคือเก็บตาล (36.4%) และทำขนม (9.1%) พืชเศรษฐกิจสำคัญคือกล้วยน้ำว้า ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้ ประชาชนให้ความสำคัญต่อประโยชน์ใช้สอยและความคงทนของของที่ระลึก (90.9%) แนวโน้มผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมคือของตกแต่งบ้าน และของใช้จากวัสดุเหลือใช้ โดยนิยมใช้กากกล้วย

ทำกระเป๋าสะพาย ของใส่อุปกรณ์ และกระบอกน้ำ สีประจำท้องถิ่นที่สื่อเอกลักษณ์ชุมชนคือสีแดง รองลงมาคือสีเหลือง

โดยชุมชนมีศักยภาพในการพัฒนาและสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวคิด เศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ทรัพยากรท้องถิ่น และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่าง ยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี

2. ผลการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร ผู้การ ออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ใกล้เคียง จังหวัดเพชรบุรี ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 10 แบบ ดังภาพที่ 2 ซึ่งพัฒนาเป็นต้นแบบ ระดับห้องปฏิบัติการดังภาพที่ 3



ภาพที่ 2 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype)

ที่มา: (สุรภา วงศ์สุวรรณ, 2566)(Surapa Wongsuwan, 2023)



ภาพที่ 3 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการ
ที่มา: (สุรภา วงศ์สุวรรณ, 2566)(Surapa Wongsuwan, 2023)

การประเมินผลการออกแบบและการวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในขั้นตอนของ
การออกแบบ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักออกแบบ นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
และนักการตลาดสำหรับพัฒนาแผนการตลาดระดับชุมชน ได้ผลตามตารางที่ 1 ใช้ระดับคะแนน 1
ถึง 6 ที่มีความเหมาะสมที่สุดสำหรับพัฒนาด้านแบบ

ตารางที่ 2 ผลการประเมินรูปแบบความพึงพอใจของงานต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 10 ต้นแบบ

ลำดับ	ข้อมูลการสำรวจ	N=340		ระดับความพึงพอใจ
		$\bar{X}$	SD	
	ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ระดับห้องปฏิบัติการ แบบที่ 1	4.46	0.57	มาก
	ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ระดับห้องปฏิบัติการ แบบที่ 2	4.63	0.49	มากที่สุด
	ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ระดับห้องปฏิบัติการ แบบที่ 3	4.48	0.68	มาก
	ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ระดับห้องปฏิบัติการ แบบที่ 4	4.43	0.72	มาก
	ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ระดับห้องปฏิบัติการ แบบที่ 5	4.36	0.71	มาก
	ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ระดับห้องปฏิบัติการ แบบที่ 6	4.40	0.85	มาก
	ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ระดับห้องปฏิบัติการ แบบที่ 7	4.40	0.56	มาก
	ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ระดับห้องปฏิบัติการ แบบที่ 8	4.33	0.66	มาก
	ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ระดับห้องปฏิบัติการ แบบที่ 9	4.50	0.62	มากที่สุด
	ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ระดับห้องปฏิบัติการ แบบที่ 10	4.30	0.70	มาก
รวม		4.43	0.10	มาก

ผลสรุปตารางที่ 2 การประเมินความพึงพอใจต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่า 1] ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการแบบที่ 1 มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย = 4.46 2] ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการแบบที่ 2 มีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย = 4.63 3] ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการแบบที่ 3 มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย = 4.48 4] ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการแบบที่ 4 มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย = 4.43 5] ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการแบบที่ 5 มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย = 4.36 6] ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการแบบที่ 6 มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย = 4.40 7] ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการแบบที่ 7 มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย = 4.40 8] ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการแบบที่ 8 มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย = 4.33 9] ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการแบบที่ 9 มีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย = 4.50 10] ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการแบบที่ 10 มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย = 4.30 พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับห้องปฏิบัติการที่มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด 1 ถึง 6 พัฒนาแบบและสร้างต้นแบบเพื่อการประเมินวัฏจักรของต้นแบบจำลองผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ดังรูปที่ 4

การใช้ประโยชน์จากเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรสู่การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงการท่องเที่ยว ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน



ภาพที่ 4 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับภาคสนาม
ที่มา: (สุรภา วงศ์สุวรรณ, 2566)(Surapa Wongsuwan, 2023)
30 กันยายน 2566 ณ กรุงเทพฯ (30 September 2023 in Bangkok)

ตารางที่ 2 ผลการประเมินวัฏจักรของต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ระดับภาคสนาม ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จำนวน 6 แบบ

ลำดับ	ข้อมูลการสำรวจ	N=340		ระดับความพึงพอใจ
		$\bar{X}$	SD	
1.	การเลือกวัสดุที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย			
1.1	วัสดุไม่เป็นพิษ วัสดุไม่เป็นสารอันตราย (ไม่ปนเปื้อน)	4.46	0.57	มาก
1.2	ใช้วัสดุหมุนเวียน	4.63	0.49	มากที่สุด
1.3	ใช้วัสดุรีไซเคิล	4.48	0.68	มาก
1.4	วัตถุดิบที่ง่ายต่อการรีไซเคิล	4.43	0.72	มาก
1.5	วัสดุที่ใช้พลังงานในการผลิตต่ำ	4.36	0.71	มาก
1.6	วัตถุดิบที่ผลิตง่าย	4.40	0.85	มาก
	รวม	4.46	0.67	มาก
2.	การเลือกใช้วัสดุ			
2.1	น้ำหนักของงานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.30	0.70	มาก
2.2	ความเหมาะสม ปริมาตร ขนาด เพื่อการขนส่ง	4.40	0.56	มาก
2.3	ชนิดของวัสดุ	4.33	0.66	มาก
2.4	สามารถใช้งานได้หรือสามารถรีไซเคิลได้	4.50	0.62	มากที่สุด
	รวม (Total)	4.38	0.63	มาก

3.	ใช้กระบวนการผลิตที่เหมาะสม			
3.1	การใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยลงต่อสิ่งแวดล้อม	4.30	0.70	มาก
3.2	การลดจำนวนกระบวนการผลิตให้น้อยลง	4.40	0.56	มาก
3.3	การลดของเสียในกระบวนการผลิต	4.33	0.66	มาก
3.4	กระบวนการผลิตที่สามารถผลิตได้แบบตามสั่งซื้อ	4.50	0.62	มากที่สุด
	รวม	4.38	0.63	มาก
4.	อายุการใช้งานที่เหมาะสม			
4.1	เพิ่มความน่าเชื่อถือ	4.40	0.56	มาก
4.2	ความทนทาน	4.33	0.66	มาก
	รวม	4.37	0.07	มาก
5.	ลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบงานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก			
5.1	การใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเหมาะสมกับบริบทของชุมชน	4.46	0.57	มาก
5.2	การใช้วัสดุผสมสำหรับผลิตภัณฑ์ต้นแบบงานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.60	0.49	มากที่สุด
5.3	การใช้ภาพประกอบและลวดลาย	4.36	0.66	มาก
5.4	การใช้โทนสีในรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบงานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.46	0.62	มาก
5.5	ความสัมพันธ์และสำคัญทางด้านจิตใจกับลูกค้า	4.46	0.68	มาก
5.6	ความเหมาะสมการเลือกวัสดุผสมกับวัสดุหลัก	4.33	0.66	มาก
5.8	วัสดุความเหมาะสมในการใช้ประโยชน์ต่อการใช้งาน	4.63	0.61	มากที่สุด
5.9	ความแข็งแรง ปกป้อง สำหรับการใช้งาน	4.53	0.57	มากที่สุด
	รวม	4.44	0.61	มาก
6.	ระบบการจัดการหลังหมดอายุการใช้งานที่เหมาะสม			
6.1	วัสดุของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสามารถรีไซเคิลได้	4.43	0.62	มาก
6.2	วัสดุเมื่อหมดอายุการใช้งานส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยลงต่อสิ่งแวดล้อม	4.36	0.71	มาก
6.3	วัสดุของงานหัตถอุตสาหกรรมง่ายต่อการคัดแยกวัสดุก่อนนำทิ้ง	4.26	0.82	มาก
6.4	งานหัตถอุตสาหกรรมสามารถฝังกลบของเสียจากผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย	4.43	0.77	มาก
	รวม	4.37	0.73	มาก



7.	ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตใช้และจำหน่ายได้จริง	4.43	0.77	มาก
	รวม	4.43	0.77	มาก

ผลสรุปตารางที่ 2 พบว่า การประเมินวัฏจักรของต้นแบบจำลองผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 1] การเลือกวัสดุที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย มีระดับความพึงพอใจระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย = 4.46 2] การเลือกใช้วัสดุ มีระดับความพึงพอใจระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย = 4.38 3] ใช้กระบวนการผลิตที่เหมาะสม มีระดับความพึงพอใจระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย = 4.38 4] อายุการใช้งานที่เหมาะสม มีระดับความพึงพอใจระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย = 4.37 5] ลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบงานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย = 4.44 6] ระบบการจัดการหลังหมดอายุการใช้งานที่เหมาะสม มีระดับความพึงพอใจระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย = 4.37 (SD = 0.73) 7] ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตใช้และจำหน่ายได้จริง มีระดับความพึงพอใจระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย = 4.43

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า การใช้ประโยชน์จากเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านถ้ำเสือ จังหวัดเพชรบุรี มีความสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดของเสียจากกระบวนการผลิต โดยชุมชนมีวัตถุดิบหลักคือ “กล้วยน้ำว้า” ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่พบมากที่สุดในพื้นที่และมีเศษวัสดุเหลือทิ้งจากการเกษตรในปริมาณสูง และมีการตัดทิ้งหลังจากการเกี่ยว การเลือกจากกล้วยน้ำว้ามาเป็นวัสดุต้นแบบจึงมาจากเกณฑ์ด้านความพร้อมของวัตถุดิบ ความสะดวกในการแปรรูป และคุณสมบัติทางกายภาพที่มีความเหนียวและยืดหยุ่นสูง สามารถรีด ขึ้นรูป และเย็บด้วยมือได้ง่ายโดยไม่ต้องพึ่งสารเคมี ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบเชิงนิเวศ (Eco-design) ที่ให้ความสำคัญต่อกระบวนการผลิตที่ใช้พลังงานต่ำ (กรีน ไทยแลนด์. 2564)

ในขณะเดียวกัน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับพืชเศรษฐกิจอื่นในจังหวัด เช่น ตาลโตนม มะพร้าว และสับปะรด พบว่าพืชเหล่านี้แม้มีคุณค่าเชิงวัฒนธรรม แต่ยังมีข้อจำกัดทางกายภาพ เช่น ความชื้นสูง เส้นใยหนา และการย่อยสลายที่ช้ากว่ากล้วยน้ำว้า ทำให้ไม่เหมาะสมต่อการนำมาใช้เป็นวัสดุหลักในระยะต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Aveanty Miagina et al. (2021) ที่เสนอว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรท้องถิ่นควรเริ่มจากวัสดุที่มีความพร้อมและสามารถนำไปต่อยอดได้จริงในระดับชุมชนก่อน เพื่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและลดความเสี่ยงในกระบวนการผลิต

ผลการพัฒนาและประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ทั้ง 10 แบบ พบว่ามีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.40, SD = 0.03) แสดงถึงความเหมาะสมของแนวทางการออกแบบที่ผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การเย็บมือ การถักสาน และการย้อมสีธรรมชาติ เข้ากับกระบวนการออกแบบร่วมสมัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด “Colour, Material and Finish Design

(CMF)” ของ Liliana Becerra (2016) ที่ให้ความสำคัญต่อการใช้วัสดุธรรมชาติ สี และพื้นผิว เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มทางจิตวิญญาณแก่ผู้บริโภค ในส่วนของแนวทางการต่อยอดผลการวิจัย ผู้วิจัยเสนอให้มีการทดลองเพิ่มเติมโดยการผสมเส้นใยจาก “ตาลโตนด” หรือ “ใบตาล” ร่วมกับกากกล้วย เพื่อสร้างวัสดุผสม (Hybrid Fiber Material) ที่มีความแข็งแรงและยืดหยุ่นมากขึ้น รวมถึงการประยุกต์เทคนิคใหม่ เช่น การกดร้อน (Hot Press Forming) การอัดเยื่อขึ้นรูป (Pulp Molding) และการเคลือบพื้นผิวด้วยฟิล์มจากบุกและกลีเซอริน ซึ่งงานวิจัยของ ชาลีดา บรมพิชัยชาติกุล (2559) ได้ยืนยันว่าฟิล์มจากบุกมีคุณสมบัติช่วยเพิ่มความทนทานและกันชื้นของวัสดุธรรมชาติได้ดี จึงเป็นแนวทางที่สามารถต่อยอดเชิงอุตสาหกรรมได้ในอนาคต

นอกจากนี้ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ กานต์สินี วงศ์เรือน และคณะ (2565) ที่กล่าวถึงการยกระดับมูลค่างานหัตถกรรมให้กลายเป็น “งานหัตถศิลป์ร่วมสมัย” โดยเน้นการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานในการสร้างสรรค์งานออกแบบ ผู้พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ของชุมชน ผลการวิจัยครั้งนี้จึงไม่เพียงสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในเชิงพาณิชย์เท่านั้น แต่ยังเป็นตัวอย่างของการบูรณาการศาสตร์การออกแบบ วัสดุศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่มีความหมายเชิงสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า “กล้วยน้ำว้า” คือจุดเริ่มต้นของการสร้างวัสดุหมุนเวียนจากพืชเศรษฐกิจในจังหวัดเพชรบุรี ที่สามารถขยายผลสู่การใช้พืชชนิดอื่นในอนาคตได้ เพื่อสร้างความหลากหลายทางวัสดุ งานออกแบบ และอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เชิงนิเวศ ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนของชุมชนและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ข้อเสนอแนะการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการต่อยอดจากโครงการ “บ้านถ้าเสือเมืองพิริบพิริโมเดล สำนวนวิถีชุมชน” โดยมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรให้เกิดมูลค่าเพิ่มและสร้างอาชีพในชุมชน ผลการดำเนินงานแสดงให้เห็นว่าชุมชนมีศักยภาพในการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นและภูมิปัญญาพื้นบ้านเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์เชิงนิเวศที่ยั่งยืน ในระยะต่อไปควร (1) ขยายการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและต่อยอดเชิงพาณิชย์ โดยทดลองผสมเส้นใยจากพืชเศรษฐกิจอื่น เช่น ตาลโตนดหรือมะพร้าวเพื่อพัฒนาวัสดุผสมที่แข็งแรงและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (2) ศึกษาเทคนิคการเคลือบพื้นผิววัสดุด้วยฟิล์มจากบุกผสมกลีเซอรินเพื่อเพิ่มความทนทานและกันความชื้นของผลิตภัณฑ์ (ชาลีดา บรมพิชัยชาติกุล, 2559) และ (3) ส่งเสริมให้ชุมชนสร้างแบรนด์ของตนเอง พร้อมพัฒนากลยุทธ์การตลาดเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

กล่าวโดยสรุป การบูรณาการองค์ความรู้ด้านการออกแบบ วัสดุศาสตร์ และการตลาด จะเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรให้เกิดคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระดับชุมชน.



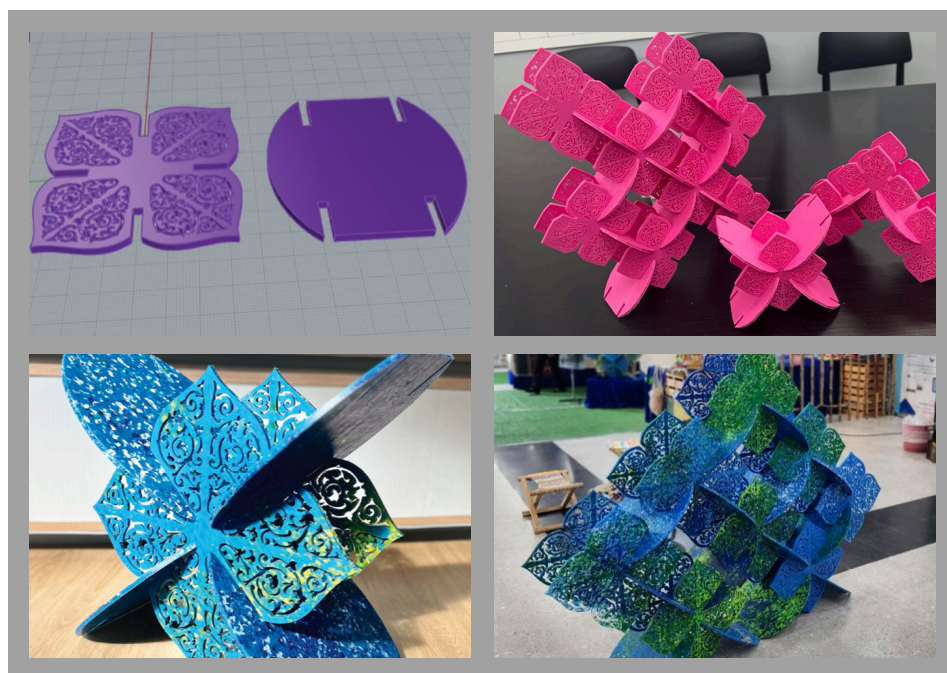
กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ให้การสนับสนุนจัดสรรงบประมาณด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ผ่านกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประเภท Basic Research Fund สำหรับเงินทุนโครงการวิจัย และขอขอบคุณคณะกรรมการบัณฑิตยกรรมการศาสตร์และการออกแบบ รวมถึงผู้เชี่ยวชาญและทีมงานวิจัยที่ร่วมดำเนินงานนำไปสู่ผลลัพธ์ของความสำเร็จของงานวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวัฒนธรรม. (2558). ฝากไทย ถอดรหัสเสน่ห์ของที่ระลึก เพื่อการท่องเที่ยว.
หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร. <https://anyflip.com/ipphi/kzul>
- กระทรวงสาธารณสุข. (2563). ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดเพชรบุรี. http://pbio.moph.go.th/oldweb/public/data_31012565.pdf
- กานต์สินี วงศ์เรื่อน, วรสิทธิ์ ตันตินิพันธ์กุล และบรรศักดิ์ เพชรานนท์. (2565). แนวทางการพัฒนาคุณค่างานหัตถกรรม สู่มูลค่างานหัตถศิลป์ด้วยเศรษฐกิจ สร้างสรรค์และนวัตกรรมบนฐานชุมชน. วารสารวิชาการรับใช้สังคม มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลล้านนา, 7(1). <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JsesRMUTL/article/view/1216>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) ฉบับประชาชน https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/ranong/download/article/article_20230418122435.pdf
- กรีน ไทยแลนด์. (2564). เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ดีต่อสิ่งแวดล้อมจริง ๆ หรือไม่? (วันที่ 7 กรกฎาคม 2566). <https://www.greenpeace.org/thailand/story/17209/plastic-slows-the-circular-economy/>
- คุณากร วานิชยวิรุฬห์ (แปล) John Howkins. (2553). นิเวศของความคิดสร้างสรรค์. บริษัท อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2552). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. อัมรินทร์พริ้นติ้งฯ.
- ชาลีดา บรมพิชัยชาติกุล. (2559). การใช้ประโยชน์จากบุก. In. Retrieved from <http://www.arda.or.th/datas/file/frman06.pdf>
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเพชรบุรี. (2562). ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดเพชรบุรี (ธันวาคม 2562). Retrieved 30 ธันวาคม 2563, from <https://www.opsmoac.go.th/phetchaburi-dwl-files-421891791794>

- สุรภา วงศ์สุวรรณ. (2566). การใช้ประโยชน์จากเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรสู่การสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงการท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน [JPG](Adobe Illustrator 2023, Issue).
- สุรภา วงศ์สุวรรณ. (2564). บ้านถ้ำเสือเมืองพริบพรีโมเดล สุนัขวัดวิจิตรชุมชนเพื่องานออกแบบหัตถอุตสาหกรรม แบบชุมชนมีส่วนร่วม (Publication Number 59810061_4151707850). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุวิมล ตีรภานันท์. (2557). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ (12 ed.). โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2565). ชุมชนบ้านถ้ำเสือ (บ้านถ้ำเสือโฮมสเตย์). Retrieved 20 มิถุนายน 2566 from <https://smartdastaapp.dasta.or.th/place/1602?lang=th>
- อาชัญ นักสอน. (2560). ศิลปะการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม. ทริปเพิ้ล กรุ๊ป.
- Aveanty Miagina, Hernansi Biso, and Esther Kembauw. (2021). Sustainable development through the One Village One Product (OVOP) approach for local commodities. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science,
- Liliana Becerra. (2016). The Fundamental Principles of Colour, Material, and Finish Design (CMF). Frame Publishers.
- Taro Yamane. (1969). Statistics An Introductory Analysis (2nd ed.). Harper & Row NY.
- Yamane, T. (1969). Statistics An Introductory Analysis (2nd ed.). Harper & Row NY.



การออกแบบของตกแต่งบ้านแบบโมดูลาร์จากฝาขวดพลาสติกรีไซเคิล โดยได้รับแรงบันดาลใจจากลวดลายขนมปังขิงไทย

Modular Home Décor Design from Recycled Plastic Bottle Caps Inspired
by Thai Gingerbread Fretwork Patterns

กัลยาณี เพ็ญนำผล¹

เอกชาติ จันอุไรรัตน์¹

วีรวัฒน์ สิริเวสมาศ¹

Received 12 June 2025
Revised 6 August 2025
Accepted 15 August 2025

Abstract

This research investigates the potential of repurposing plastic bottle caps into modular home décor items, inspired by traditional Thai gingerbread fretwork patterns that highlight the beauty of local craftsmanship. Utilizing a Creative Practice-Based Research approach, the study emphasizes design and experimentation. High-Density Polyethylene (HDPE) and Polypropylene (PP) plastic bottle caps are recycled through a melting process to create sheets, which are then used to craft modular fretwork patterns. These patterns are CNC-cut to produce prototypes suitable for shelves, light partitions, or other decorative elements. The prototypes are assessed for their cultural significance and sustainability through a modular design framework, alongside Siu's Outer-Intermediate-Inner Structure concept.

The evaluation conducted by four experts and six end-users demonstrated that the modular design utilizing recycled plastic bottle caps effectively met the research objectives, particularly regarding material quality, structural integrity, and usability. The design received a score of 4.00 (S.D. = 0.00) for structural strength and an impressive 4.50 (S.D. = 0.50) for assembly flexibility. Its versatility was similarly well-rated, achieving a score of 4.50 (S.D. = 0.50). User feedback highlighted the ease of assembly, which scored 3.83 (S.D. = 0.69), and noted good flexibility for reconfiguration, receiving a score of 4.17 (S.D. = 0.69). Aesthetic appeal earned the highest score of 4.50 (S.D. = 0.50). Suggestions for improvement included enhancing structural strength, adding safety features, and developing a supporting base system, indicating potential areas for future development.

Keywords: Modular Design, Plastic Bottle Caps, Gingerbread Fretwork, Home Décor

¹ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร



Introduction

Plastic bottle caps play a crucial role in packaging by sealing, opening, and preserving beverages. However, despite their functional benefits, they present a significant environmental challenge, especially as small plastic waste in marine ecosystems. According to Geyer, Jambeck, and Law (2017), a mere 9% of all plastic ever produced has been recycled; 79% has ended up in landfills or the natural environment, while 12% has been incinerated. Moreover, plastic bottle caps are the third most frequently found litter item during global beach cleanups, with over 20 million pieces collected (Boonstra & van Hest, 2017). A report by Fletcher, March, Roberts, and Shiran (2023) highlights that the shape and size of bottle caps often lead marine animals to mistake them for food, resulting in ingestion and, ultimately, death. Additionally, plastic caps are made from rigid materials that can take hundreds of years to decompose, causing them to accumulate in the environment and break down into microplastics, which disrupt marine food chains.

Most bottle caps are composed of thermoplastic plastics, which can be recycled; however, the percentage that makes it into the recycling system remains low. Often, these caps are not processed in the same recycling stream as PET bottles (Gall et al., 2020). Recently, there has been a growing focus on recycling waste materials, such as plastic bottle caps, to create new products that possess both functional and aesthetic qualities. This concept is particularly enhanced when integrated with modular design, which emphasizes the creation of parts or modules that can be assembled, disassembled, and reconfigured in various ways. Modular design also facilitates ease of repair and part replacement while promoting better recycling prospects in the future, establishing it as a vital component of sustainable design processes (Li et al., 2022; Mazidah et al., 2024).

Melting plastics for reprocessing can pose risks to both health and the environment if not managed properly in terms of temperature and processes. Inappropriate temperatures during the melting or burning of certain plastics can release harmful volatile compounds, such as dioxins or furans (Hopewell et al., 2009). In this research, we implemented effective preventive measures, including controlling the melting temperature for specific types of plastics (HDPE and PP) within a safe range of 120–180 °C. Furthermore, we ensured an open space with adequate ventilation and selected equipment equipped with precise temperature control systems to safeguard the well-being of workers and the surrounding environment.

Despite the growing trend of utilizing waste materials in creative design, there are still constraints in creating products that meet the standards of aesthetics, safety, and usability. In some instances, these products may not match the quality of newly manufactured materials, particularly in the realm of home decoration (Kim, Do-Seung, & Jang, 2020). Furthermore, there is a scarcity of creative research that combines recycled materials with Thai cultural identity. To address this gap, the researcher suggests integrating traditional Thai gingerbread fretwork patterns, which are significant for their decorative, functional, and place-making attributes, into the design process.

Gingerbread fretwork is a distinctive style of woodcutting that draws inspiration from Western Victorian art and has been adapted to reflect the Thai context during the reigns of Kings Rama V and VI. These intricate patterns showcase the exceptional craftsmanship of Thai artisans and are commonly found in traditional Thai homes, historic commercial buildings, and the palaces of local nobility. They represent a unique blend of local architecture and foreign influence. Utilizing gingerbread fretwork as a design inspiration not only honors cultural heritage but also revitalizes cultural values through contemporary creation.

This research aims to investigate the potential of plastic bottle caps as a material for modular home décor, inspired by the unique patterns of Thai gingerbread fretwork. These designs are characterized by continuity, intricate detailing, and symmetry, aligning with modular design principles that emphasize assembly, adaptation, and reuse. The objective is to develop a design that balances functional, aesthetic, and cultural values in a systematic manner.

The research utilizes Siu's Outer-Intermediate-Inner Structure framework to analyze the various dimensions of perception and usage of the product. The Outer level addresses physical characteristics such as patterns and shapes; the Intermediate level pertains to practical applications, including assembly, modification, and utility in various contexts; while the Inner level reflects spiritual values, memories, and connections to local culture. This approach enhances the design's significance, meaningfully integrating modular structure with cultural identity.





Research Objectives

- 1.To study the potential of recycled plastic bottle caps as a material for modular home décor design.
- 2.To design modular home décor components using recycled plastic bottle caps, inspired by traditional Thai gingerbread fretwork patterns.

Hypothesis

1. The material derived from recycled plastic bottle caps has the potential to be effectively transformed into modular home décor materials, demonstrating suitability in terms of structure, strength, and aesthetics.
2. The design of modular components based on Thai gingerbread fretwork patterns can create home décor items that reflect cultural identity while responding to the concept of efficient resource use.

Conceptual Framework

The conceptual framework of this research intricately weaves together three essential components to develop a design that emphasizes material, functionality, and cultural significance. The process begins with the recycling of waste materials, such as plastic bottle caps, and applies modular design principles that promote circular economy practices by facilitating product reassembly and enhancing its lifespan. Inspiration is drawn from the elaborate patterns of Thai gingerbread fretwork, which serves as a vital aspect of cultural heritage and resonates seamlessly with the tenets of modular design. This approach is further enriched by the incorporation of the Outer–Intermediate–Inner Structure framework, enabling the assessment and articulation of deeper values related to social context, emotion, and cultural identity.



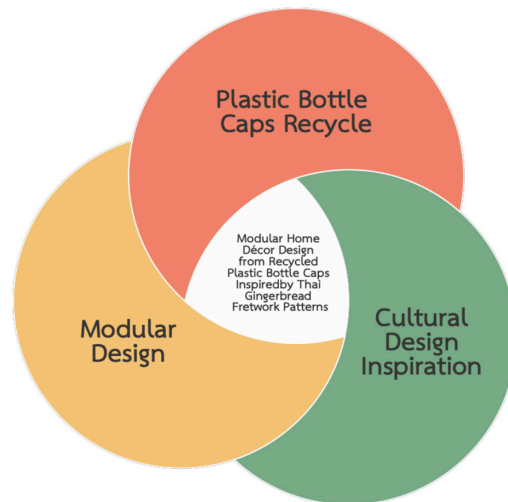


Figure 1. Conceptual framework

Source: Created by the author (Phueaknamphol, 2025)

1. Plastic Bottle Caps Recycling

Most plastic bottle caps are fabricated from materials such as Polypropylene (PP) or High-Density Polyethylene (HDPE), both of which are thermoplastics with melting points ranging from approximately 120 to 180°C. These materials can be melted and reformed without significantly altering their fundamental properties. They are lightweight, impact-resistant, and structurally robust when layered or stacked. Additionally, they are flexible in design, allowing for various shapes and sizes, and can be cut or carved into intricate patterns without becoming brittle (Aroonsrimorakot, 2020).

When bottle caps are melted and reformed into plastic sheets, they lend themselves well to modern technologies like CNC and laser cutting. These materials also facilitate modular assembly processes, such as drilling holes or joining corners, making them ideal for the design of home décor items that require disassembly, reassembly, or adaptation in diverse ways.

Recycling plastic bottle caps not only mitigates waste accumulation in the environment but also reduces the risk of these caps becoming hazardous marine debris. In the realm of interior design, using recycled bottle caps extends the material's lifespan, enhances its economic value, and promotes awareness of resource conservation. The surfaces of plastic sheets derived from melted bottle caps exhibit unique patterns and colors based on the



original cap hues, providing an opportunity to create distinctive artistic features for products. This characteristic aligns seamlessly with home décor design that emphasizes both aesthetic appeal and environmental sustainability.

2. Modular Design

The concept of modular design emphasizes the creation of components as smaller, interchangeable units or modules that can be disassembled, modified, repaired, or upgraded in specific parts, and reused in new configurations. This approach is vital in the context of the circular economy as it minimizes resource consumption by allowing for disassembly and improvements or part replacements without the need for complete re-manufacturing (Wongtongsanguan, 2022; Li et al., 2022; Mazidah et al., 2024).

3. Cultural Design Inspiration

Inspiration drawn from cultural heritage plays a crucial role in the design of creative products that embody both identity and social value (Keativipak, 2017; Wang, Z., 2022). This is especially pertinent in a time when product development trends emphasize sustainability, addressing both resource efficiency and cultural preservation. This aligns with the concept of a circular economy focused on responsible resource use alongside the enrichment of cultural values (Kim et al., 2020; Gall et al., 2020). Consequently, designers can leverage cultural heritage as a foundational element to create works infused with emotional depth, meaning, and social significance (Burke, Wallis, & Gorman, 2021).

The Outer–Intermediate–Inner Structure framework proposed by Siu (2003, as cited in Qin & Ng, 2020) serves as a useful tool for analyzing and adapting cultural symbols for contemporary products. The Outer level addresses physical attributes such as patterns, colors, or cultural motifs; the Intermediate level pertains to usage that reflects the consumer's lifestyle; and the Inner level connects to spiritual values or emotional ties. Furthermore, products inspired by cultural heritage can offer enhanced economic value and emotional resonance for users while simultaneously establishing market differentiation (Hsu, Lin, & Lin, 2011).

Research Methodology

The research design for this study is rooted in Creative Practice-Based Research, emphasizing the experimentation and development of home décor products crafted from recycled plastic bottle caps. This work draws inspiration from Thai gingerbread fretwork

patterns and employs modular design principles. The process unfolds in several stages, including the collection and preparation of recycled plastic bottle cap materials, analysis of gingerbread fretwork patterns, and the design of home décor products utilizing modular design principles. Each step is detailed as follows:

1. Collection and Preparation of Recycled Plastic Bottle Cap Materials

The researcher selected a method for transforming plastic bottle caps through melting and molding, utilizing heat to reshape the plastic into new products. The primary emphasis is on preserving the identity of Thai gingerbread fretwork patterns, which are intricate cut-out designs found on wood. A notable characteristic of these patterns is their function as light channels and their continuous, lace-like connections. By melting the plastic into thin sheets that mimic wood, the researcher enables precise cutting or perforation, facilitating the replication of this distinctive design.

Used plastic bottle caps, sourced from household waste, are collected and sorted by color before being thoroughly cleaned to eliminate dirt and stains. This cleaning process involves washing with environmentally friendly detergents, rinsing with clean water, and sun-drying to prepare the material for further use. Once cleaned, the plastic bottle caps are crushed to reduce their size, making the molding process more manageable. The color variations of the bottle caps depend on the packaging manufacturer, with white, blue, and green being the most common hues.



Figure 2. Crushed plastic bottles and bottle caps

Source: Photograph by the author (Phueaknamphol, 2025)



When bottle caps are melted and pressed using a heat press machine at a temperature of 180 °C, they produce a plastic sheet measuring 50 cm in width, 50 cm in length, and 1 cm in thickness. The width of the plastic molding mold determines the dimensions of the sheet. This plastic sheet serves as the foundation for creating patterns on the workpiece. The production of this sheet is supported by the community enterprise group “Transforming Waste into Value, Save the Sea, Charm of Ban Amphoe,” located in Chonburi Province.



Figure 3. The plastic press machine and the plastic produced from the pressing process
Source: Photograph by the author (Phueaknamphol, 2025)

2. Analysis of Gingerbread Fretwork

Gingerbread fretwork is a distinctive form of woodcutting that gained popularity during the Victorian era (1837–1901) and became prevalent in European architecture, as well as in countries influenced by Western culture. These patterns are marked by their interconnecting curved shapes, resembling lace, and often showcase the intricate beauty of Gothic art. Common motifs include tulips, spiral vines, geometric designs, and teardrops (Kuamsup, 2017).

In Thailand, the introduction of gingerbread fretwork patterns coincided with the transformation of traditional Thai houses during the reign of King Chulalongkorn (Rama V), following His Majesty’s visit to Europe. This artistic style merged with local architectural elements and gained popularity for decorating royal palaces, noble residences, and government buildings. These intricate patterns not only enhanced the aesthetic appeal of structures but also symbolized the cultural exchange occurring between nations at the time. Additionally, they served as ventilation openings, contributing to the regulation of internal temperatures within the homes.

The gingerbread fretwork patterns examined in this research were collected by the researcher from House No. 129 in the Chanthaboon Riverside Community. This house is noteworthy as an example of mixed architectural styles, reflecting influences from Thai, Chinese, Vietnamese, and Western cultures, particularly evident in its exquisite gingerbread fretwork. This location, part of a community with a history spanning over 300 years, was once a bustling trade area along the Chanthaburi River, recognized for its commerce in gems and other goods. The architectural design of House No. 129, with its orientation facing the street at the front and the river at the back, exemplifies the semi-commercial house style that was prevalent during the reigns of Kings Rama V and VI (Phueaknamphol, Joneurairatana, & Sirivesmas, 2024).

A striking feature of the house is the decorative wooden fretwork placed above the ventilation openings on the second floor as well as above the doors and windows, which adds both artistic and cultural significance. This fretwork showcases the craftsmanship of Vietnamese artisans of Chinese descent residing in the area, making House No. 129 a tangible representation of the cultural and aesthetic diversity within the community. The researcher identified gingerbread fretwork patterns located at the ventilation openings on both the first and second floors, on the doors of the second floor, and as decorative trusses within the house itself.

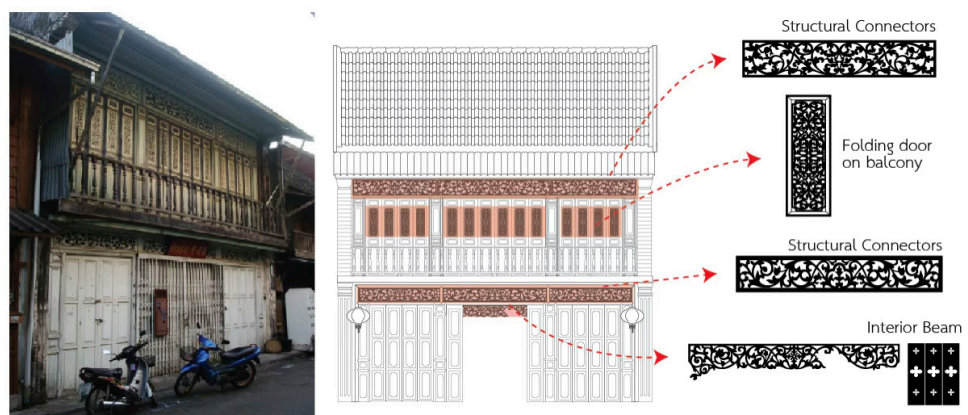


Figure 4. The gingerbread fretwork patterns found in House No. 129

Source: Photograph and illustration by the author (Phueaknamphol, 2025)

The researcher incorporated the pattern from the gingerbread fretwork on the second-floor ventilation openings with the decorative trusses inside the house. The main



motifs found, such as coil stems, flower blooms, flower buds, and leaves, were utilized in the design. The symmetry, characterized by equal balance on both the left and right sides—a key feature of gingerbread fretwork patterns—was applied and controlled to ensure that the cut-out design could support the weight.

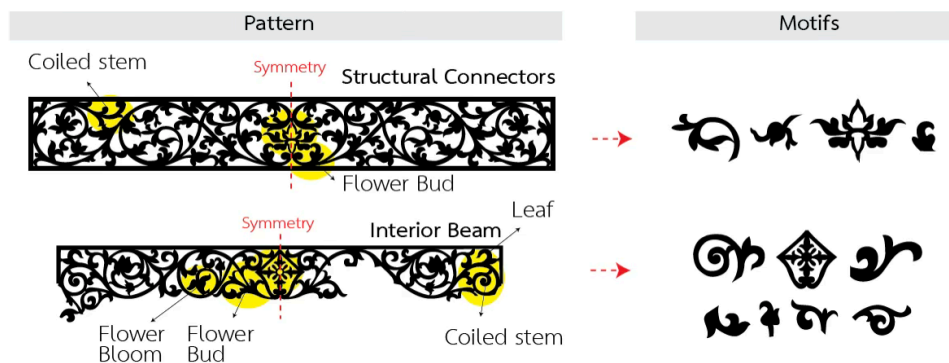


Figure 5. Analysis of the gingerbread fretwork patterns found in House No. 129

Source: Illustration by the author (Phueaknamphol, 2025)

3. The Design of the Shelf Using Modular Design Principles

3.1 Design: The unique characteristics of gingerbread fretwork patterns—such as their symmetry, graceful curves, and the seamless flow of lines—were utilized in organizing the elements of the modular design draft. The designer opted to use the structure of these patterns to shape the cut-outs, which can function as channels for light or as storage spaces. The forms created by the fretwork also affect the weight-bearing capacity of the piece and the arrangement of the modules. Experiments were carried out to strategically position the main design elements, including flowers, stems, and vines, in locations that would enhance both the strength and balance of the shelf. This approach not only improved stability but also created dynamic shadows when placed in actual spaces, all while maintaining the delicate essence of the gingerbread fretwork patterns and their intricate, lace-like connections.



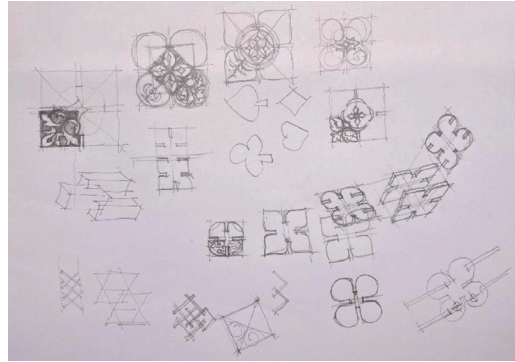


Figure 6. Pattern draft

Source: Drawing by the author (Phueaknamphol, 2025)

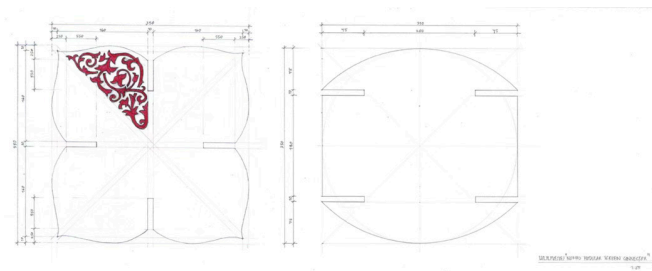


Figure 7. Production design

Source: Drawing by the author (Phueaknamphol, 2025)

3.2 Prototype Testing: After finalizing the draft design, we developed a production design that established the ideal size and spacing for the patterns. The design was then imported into Rhino3D to evaluate the arrangement of the patterns, specify dimensions, and assess overall functionality.

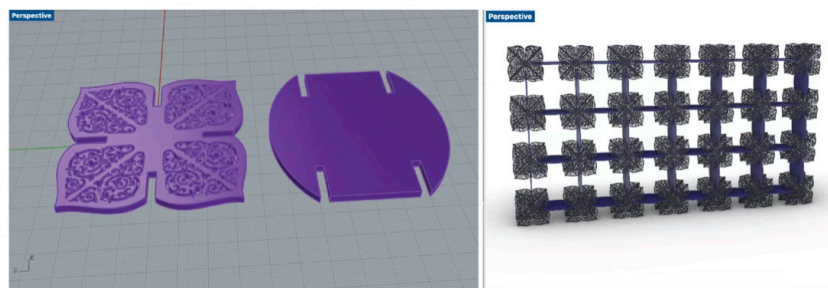


Figure 8. 3D modeling using Rhino3D software

Source: Created by the author (Phueaknamphol, 2025)



Following that, a 3D printer was utilized to develop a prototype for evaluating the assembly and layout of the modular design, while also investigating viable configurations with visually appealing attributes.

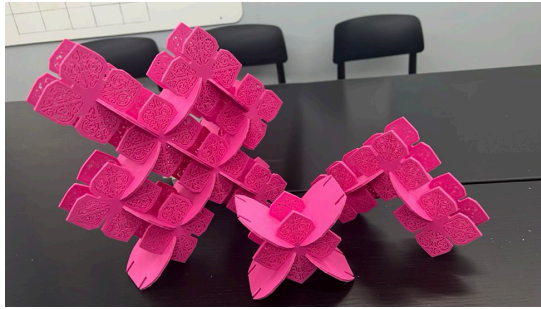


Figure 9. Testing the modular assembly

Source: Photograph by the author (Phueaknamphol, 2025)

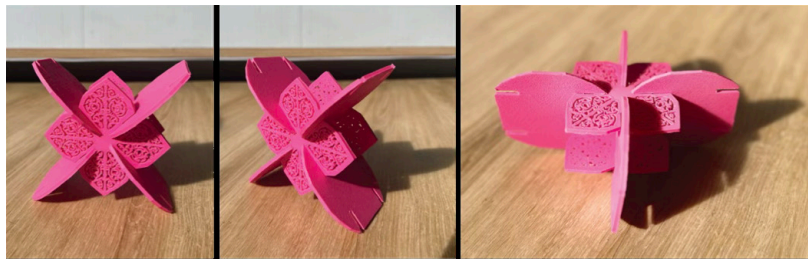


Figure 10. Testing the arrangement of the work

Source: Photograph by the author (Phueaknamphol, 2025)

3.3 Production: The process involves cutting the pattern onto a plastic sheet with a CNC machine. The resulting imperfect plastic pieces are then gathered and assembled.



Figure 11. CNC laser cutting of plastic sheets

Source: Photograph by the author (Phueaknamphol, 2025)

Research Results

1. Usage of the Design: This design serves a dual purpose as both a storage solution and a decorative element for interior spaces. Each modular unit comprises a total of six plastic sheets: two patterned sheets and four plain connecting sheets that form the main structure, enhancing durability. The versatility of each modular unit allows it to function as a wall decoration, an installation for interior lighting, or a small shelf. When multiple modular units are combined, they can be expanded into a room divider or a large decorative wall.

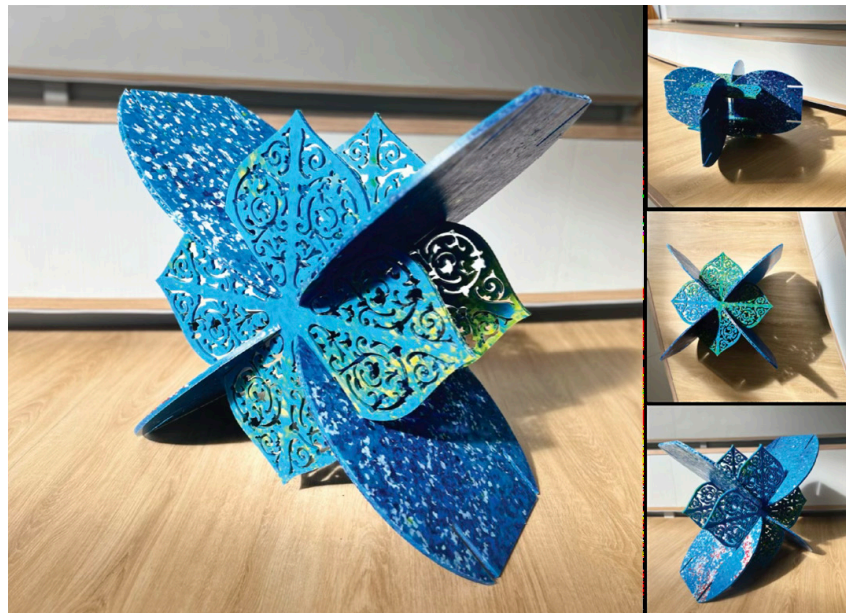


Figure 12. Design work

Source: Photograph by the author (Phueaknamphol, 2025)



Figure 13. Design work and usage

Source: Photograph by the author (Phueaknamphol, 2025)



2. Materials and Production Process: This project utilizes two patterned plastic sheets, each measuring 35 cm in width, 35 cm in length, and 1 cm in thickness, with an approximate weight of 438 grams per sheet. Therefore, the total weight for both sheets amounts to $438 \text{ grams} \times 2 = 876 \text{ grams}$. Given that the average weight of a single plastic bottle cap is 1.2 grams, this means the project requires approximately $876 \div 1.2 = 730$ bottle caps.

In addition, four connecting plastic sheets, also measuring 35 cm in width, 35 cm in length, and 1 cm in thickness, are used. Each of these sheets weighs about 706 grams, resulting in a total weight of $706 \text{ grams} \times 4 = 2,824 \text{ grams}$. Using the average weight of one plastic bottle cap, this portion of the project requires approximately $2,824 \div 1.2 = 2,353.33$ bottle caps.

In summary, the final product consists of two patterned plastic sheets and four connecting plastic sheets, with a total weight of 3,700 grams and a cumulative use of approximately 3,083.33 plastic bottle caps.



Figure 14. Weighing the design to calculate plastic usage
Source: Photograph by the author (Phueaknamphol, 2025)

Table 1 Plastic Characteristics and Quantity Used in the Design

Topic	Quantity	Size (cm)	Weight (grams)
Full plastic sheet	1 sheet	50 wide x 50 long x 1 thick	2017 g
Patterned plastic sheet	1 sheet	35 wide x 35 long x 1 thick	438 g
Connecting plastic sheet	1 sheet	35 wide x 35 long x 1 thick	706 g
Bottle cap	1 cap	3 in diameter x 0.8 in height	1.2 g

This research utilized a range of technologies to create works from recycled plastic bottle caps. The process involved melting and molding the caps to reduce their size and transform them into a material suitable for various applications. CNC machining was employed to carve intricate, precise patterns into the plastic sheets, drawing inspiration from gingerbread fretwork. The Rhino3D software was essential for drafting patterns, testing

layouts, and adjusting dimensions to ensure they were appropriate for practical use. This approach enhanced the design process, allowing for refinement and customization to meet specific requirements. Additionally, a 3D printer was used to produce prototypes that tested the feasibility of the pattern arrangements and modular design, facilitating an evaluation of assembly and functionality before actual production.

Conclusion and Discussion

1. Results of the Modular Design Utilizing Recycled Plastic Bottle Caps

The prototype, crafted by melting and molding recycled plastic bottle caps, features a modular design. Each modular unit includes two patterned sheets and four structural connecting sheets. These units can function independently (e.g., as a storage shelf or lighting installation) or be combined for various applications (e.g., as a room divider or decorative wall). The total weight of each modular unit is approximately 3,700 grams, incorporating approximately 3,083 plastic bottle caps.

2. Results of Expert and User Evaluations

To evaluate the material properties, structure, and design concept of the prototype, four experts with over five years of experience in product design were engaged. They assessed the modular piece using a questionnaire that included seven key criteria, rated on a five-point satisfaction scale. The results of the evaluation are summarized in Table 2.

Table 2. Expert Evaluation Results (n = 4)

Evaluation Criteria	Mean	Standard Deviation (S.D.)	Evaluation Result Level
Material strength	4.00	0.00	Excellent
Structural strength when assembled	4.25	0.83	Good
Disassembly system	4.50	0.50	Excellent
Safety in use	3.75	0.43	Good
Flexibility in use	4.50	0.50	Excellent
Flexibility in assembly/expansion	4.75	0.43	Excellent
Clarity of the assembly system	4.00	0.50	Excellent



The design received ratings ranging from good to excellent across all criteria, with strengths in assembly flexibility and expandability. This highlights the practical potential of modular design for user applications. Although there were some suggestions to reinforce the attachment points for larger applications and to further improve the pattern elements, the overall assessment suggests that the design is well-suited for practical use and holds significant promise for product development.

To evaluate the suitability of the prototype for practical use, the research involved testing the design with a group of six users. Participants were tasked with assembling, disassembling, and using the product in various ways, and then completed an evaluation regarding usability, convenience, aesthetics, and overall satisfaction. The evaluation results are summarized in Table 3.

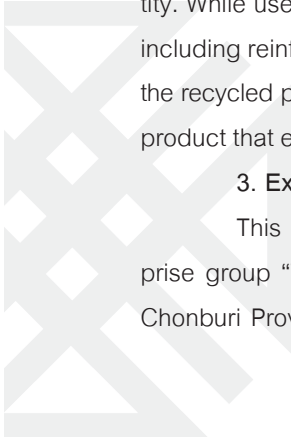
Table 3 Results of Real-World Testing by Users (n = 6)

Evaluation Criteria	Mean Score	Standard Deviation (S.D.)	Evaluation Result Level
Understanding of usage	2.67	1.89	Average
Ease of assembly and disassembly	3.83	0.69	Good
Flexibility in changing usage configurations	4.17	0.69	Excellent
Weight suitability for indoor use	4.17	0.69	Excellent
Aesthetic appeal and distinctiveness of the pattern	4.50	0.50	Excellent
Connection to Thai culture through the pattern	4.50	0.50	Excellent

The design received a high level of satisfaction, particularly in terms of usability, assembly flexibility, and the aesthetic appeal of the pattern, which clearly reflects Thai identity. While user understanding of how to use the product varied, additional suggestions—including reinforcing the connection points, refining the edges and corners, and improving the recycled plastic surface—underscore the design’s potential to evolve into a home décor product that effectively meets the needs of users.

3. Exhibition and Field Testing

This research project was presented in collaboration with the community enterprise group “Transforming Waste into Value, Save the Sea, Charm of Ban Amphoe” in Chonburi Province. The objective was to assess the feasibility of using recycled plastic



bottle caps in the design of modular home décor. The exhibition took place at the Ban Suan Municipal Public Hall in Chonburi City on June 10, 2025, as part of the Marine Waste Management exhibition. This practical demonstration aimed to evaluate the potential of recycled plastic bottle caps as a material for modular home décor components while also raising awareness among community members about its applications.

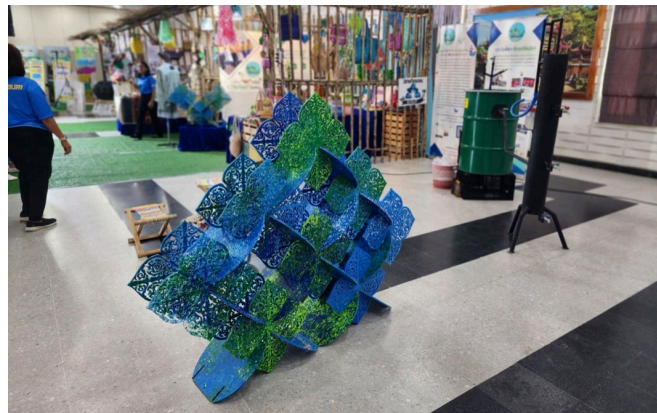


Figure 14. The work was displayed at the Marine Waste Management exhibition at Ban Suan Municipal Public Hall in Chonburi City.

Source: Photograph by the author (Phueaknamphol, 2025)

The research findings indicate that recycled HDPE and PP plastic bottle caps can be converted into sheets suitable for home décor items through a melting and molding process. This technique allows for precise control over the material's properties. The resulting product is strong, lightweight, and designed for easy disassembly and reassembly. Furthermore, it is compatible with CNC pattern-cutting technology. Feedback from industry experts and end users has been overwhelmingly positive, underscoring the material's appropriateness for contemporary product design, particularly in terms of functionality and environmental impact.

For the prototype design, drawing inspiration from Thai gingerbread fretwork patterns in a modular format, the product can be adapted for various applications, including shelves and light partitions. The patterns have been thoroughly analyzed and refined to align with the modular concept, ensuring both structural integrity and aesthetic appeal, while also effectively conveying cultural values. This research meets its objectives in both material and cultural design aspects, showcasing the potential for future development into tangible products.



4. Discussion

The findings of this research correspond with the established objectives and hypotheses, demonstrating that recycled plastic bottle caps possess adequate structural and aesthetic qualities for development into modular home décor components. By melting and molding the plastic bottle caps into smooth sheets, followed by CNC machine carving, the material achieves a uniform texture, enhanced strength, and practical suitability, thus validating the first hypothesis of this study. From a cultural perspective, the design embodies Thai identity through gingerbread fretwork patterns inspired by traditional Thai woodcarving architecture, characterized by symmetry and continuous lines. These design elements resonate with the principles of modular design, which prioritize connectivity, expansion, and rhythmic reconfiguration. When applied to recycled materials, this approach yields products that offer both functional and aesthetic value while also encapsulating social and emotional dimensions, particularly in evoking memories and connections at the Inner level of Siu's Outer-Intermediate-Inner Structure. At the Outer level, the product showcases cultural identity through the visible gingerbread fretwork pattern. At the Intermediate level, the modular design accommodates various user interactions, such as arranging, installing, or disassembling. At the Inner level, the connection to historic homes in the community fosters emotional attachment and shared memories, especially among individuals with ties to the area or cultural heritage.

The analysis conducted by both experts and users supports the concept of modular flexibility, highlighting the design's adaptability for various applications. This aspect also embodies the principles of circular design, which emphasizes the reuse of resources to maximize value. Additionally, the prototype successfully meets material, structural, and cultural requirements, resonating with the work of Jamroenpuek (2024), who explored the potential of using recycled plastic materials in modular design for decorative applications. Moreover, the ability to disassemble and create patterns that reflect individual identity closely aligns with Srikhongchan's (2022) proposal for modular design aimed at enhancing product flexibility in confined spaces.

This research has certain limitations, including the energy required for melting plastic sheets, dependence on specialized production technologies, and the necessity for tools that are appropriate for community-level use. Additionally, enhancing the connection points to better support weight may be required, and conducting long-term environmental testing represents a crucial area for future inquiry. Nonetheless, the findings indicate that

recycled plastic bottle caps hold promise as a versatile material that can reflect local culture while yielding products that excel in functionality, aesthetics, and social value.

Recommendations

1. The development of small-scale production systems capable of efficiently and sustainably processing plastic bottle caps is essential. This could involve designing mobile plastic melting machines or DIY kits for everyday users, which would promote the sustainable reuse of waste materials and create local employment opportunities.
2. Furthermore, it is important to study the long-term durability of materials made from recycled plastic bottle caps, assessing their resistance to sunlight, heat, humidity, and impact to determine their suitability for real-world applications. Conducting Life Cycle Assessments (LCAs) would also provide valuable insights into the environmental impact of these materials.
3. In addition, strategies to communicate the value of these products through storytelling should be developed. For instance, incorporating QR codes that detail the design process, source of materials, or inspiration drawn from gingerbread fretwork patterns would enhance emotional engagement and elevate the cultural value of the products, making them more meaningful.

References

- Aroonsrimorakot, S. (2020). The Study of Recycle Process of Plastic Bottle and Texturing Process by Integration with Debris Netting, Rope, Nets and Foam Buoy. *Burapha Arts Journal*, 22(2), 90–103. retrieved from <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/buraphaJ/article/view/241940>
- Boonstra, M., & van Hest, F. (2017). The findings of the first survey into plastic bottle cap pollution on beaches in the Netherlands. The North Sea Foundation. https://www.bottlebill.org/images/PDF/Dutch%20study%20on%20caps_Doppenrapport_EN_2017_DEF_small.pdf
- Burke, H., Wallis, L. A., & Gorman, A. C. (Eds.). (2021). *RECYCLE(D): Objects and their afterlives*. Wallis Heritage Consulting. https://www.researchgate.net/publication/355484496_RECYCLED_Objects_and_Their_Afterlives



- Fletcher, S., March, A., Roberts, K., & Shiran, Y. (2023). Turning off the tap: How the world can end plastic pollution and create a circular economy. United Nations Environment Programme. https://www.researchgate.net/publication/370825570_Turning_off_the_Tap_How_the_world_can_end_plastic_pollution_and_create_a_circular_economy
- Gall, M., Schweighuber, A., Buchberger, W., & Lang, R. W. (2020). Plastic bottle cap recycling—Characterization of recyclate composition and opportunities for design for circularity. *Sustainability*, 12(24), 10378. <https://doi.org/10.3390/su122410378>
- Geyer, R., Jambeck, J. R., & Law, K. L. (2017). Production, use, and fate of all plastics ever made. *Science Advances*, 3(7), e1700782. <https://doi.org/10.1126/sciadv.1700782>
- Hopewell, J., Dvorak, R., & Kosior, E. (2009). Plastics recycling: Challenges and opportunities. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 364(1526), 2115–2126. <https://doi.org/10.1098/rstb.2008.0311>
- Hsu, C.-H., Lin, C.-L., & Lin, R. (2011). A study of framework and process development for cultural product design. In P. L. P. Rau (Ed.), *Internationalization, Design and Global Development: Proceedings of the 4th International Conference, IDGD 2011, Held as Part of HCI International 2011, Orlando, FL, USA, July 9–14, 2011* (pp. 55–64). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-21660-2_7
- Jamroenpuek, P. (2024). The branding innovation of partywear for consciouslites from value added recycle by using modular concept. *Journal of Fine and Applied Arts Research*, 11(2), 163–177. <https://doi.org/10.60101/faraa.2024.265254>
- Keativipak, K. (2017). Develop product design through the Industrial Crafts Design Framework (Grow - Reborn). *Journal of Fine and Applied Arts Khon Kaen University*, 9(2), 333–366. retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fakku/article/view/114568>
- Kim, K.-B., Do-Seung, C., & Jang, J.-S. (2020). A study of product design using recycled materials. *International Journal of Advanced Smart Convergence*, 9(1), 70–81. <https://doi.org/10.7236/IJASC.2020.9.1.70>
- Kuamsup, P. (2017). *Stick-style fretwork: The beauty of the Rattanakosin period*. Bangkok: Office of Archaeology, Fine Arts Department.
- Li, S., Li, L., Zhang, T., & Huang, Y. (2022). Modular design realization and application. *Journal of Sensors*, 2022, Article ID 7192152. <https://doi.org/10.1155/2022/7192152>
- Mazidah, M., Widiyanto, A., Sukesu, K., Suwignyo, H., & Dewi, E. P. (2024). Design optimization through modular and eco-friendly components. *Management and Production Engineering Review*, 15(1), 45–55. <https://doi.org/10.2478/mspe-2024-0029>

- Phueaknamphol, K., Joneurairatana, E., & Sirivesmas, V. (2024). Composition of gingerbread fretwork: Case studies of Chanthaboon waterfront community. *NAJUA: History of Architecture and Thai Architecture*, 21(2), 1–22. <https://doi.org/10.69598/najuahata.21.2.274768>
- Qin, Z., & Ng, S. (2020). Culture as inspiration: A metaphorical framework for designing products with traditional cultural properties (TCPs). *Sustainability*, 12(17), 7171. <https://doi.org/10.3390/su12177171>
- Srihongchan, T. (2022). Modular system for outdoor furniture in Larn Hin Korn Wat Panyanant Ram area. *Art and Architecture Journal Naresuan University*, 13(2), 71–85. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ajnu/article/view/248880/172324>
- Wang, Z. G. (2022). Shaping traditional Chinese culture in contemporary fashion: 'Guochao' as a rising aesthetic and the case study of the designer brand Angel Chen. *International Journal of Humanities and Social Sciences*, 16(3), 102–110. *World Academy of Science, Engineering and Technology*. <https://publications.waset.org/10012449/pdf>
- Wongtongsanguan, J. (2022). Emotional attachment: Redesign fashion waste for longevity [Doctoral dissertation, Silpakorn University]. Silpakorn University Institutional Repository. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/4098>



การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาดิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี

Product Design for Mixed-Alternative Tourism in a Community: A Case Study of
Baan Kao Din High Stay Community Enterprise, Sriracha District, Chonburi Province

Received 22 January 2025
Revised 22 July 2025
Accepted 1 August 2025

พนทิพย์ วรรณนะศิริินทร์ รังสิตสวัสดิ์¹

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานที่สอดคล้องกับทรัพยากรในพื้นที่ของวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาดิน High Stay อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี และ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการสังเกต ร่วมกับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณผ่านแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยอ้างอิงหลักการพัฒนาเชิงพื้นที่แบบมีส่วนร่วม (Participatory Development) และแนวคิดการออกแบบประสบการณ์ (Experience Design) ผลการวิจัยพบว่า 1) การท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนต้องอาศัยทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมของชุมชน และโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว และ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบในกิจกรรมต้นแบบ “Food & Fun @ Chaiyo Farm” ที่นำเสนอการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การทำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น อาทิ การทำไวน์มัลเบอร์รี่ น้ำพริกกะปิ และน้ำพริก ลุยสวนสมุนไพร ซึ่งช่วยเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวเข้ากับวิถีชีวิตของชุมชน นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพผ่านการบริโภคผักออร์แกนิก และกิจกรรมสร้างสรรค์ศิลปะจากธรรมชาติ เช่น การทำผ้าย้อมสีจากใบไม้ ซึ่งส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและยั่งยืนนั้นช่วยเสริมสร้างประสบการณ์เชิงคุณค่าระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน จากการศึกษาพบว่าชุมชนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีความหมาย ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่และมีเอกลักษณ์ ส่งผลให้เกิดการสร้างงานและรายได้เสริมให้แก่คนในชุมชน โดยการประเมินความพึงพอใจจากผู้เข้าร่วมพบว่ามีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับสูง ทั้งด้านสถานที่ บริการ และกิจกรรม แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์นี้สามารถสร้างความเข้มแข็งและความมั่นคงให้แก่ชุมชนในระยะยาว อีกทั้งยังสามารถเป็นต้นแบบและขยายผลสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชนอื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้อย่างเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสาน, วิสาหกิจชุมชน, การพัฒนาผลิตภัณฑ์, การมีส่วนร่วม, ความยั่งยืน

¹ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

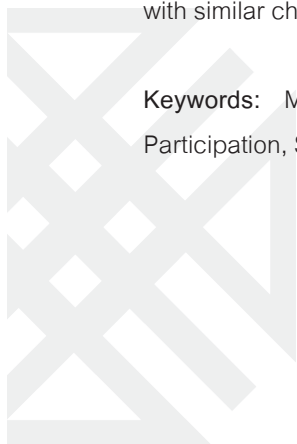


Abstract

Tourism plays a vital role in driving the economy and generating income for communities. This research aims to 1) study the development approach of mixed-alternative tourism that aligns with the local resources of the Baan Kao Din High Stay Community Enterprise, Sriracha District, Chonburi Province, and 2) develop tourism-supporting products with a focus on community participation and sustainable use of resources. A mixed-methods research design was employed, comprising qualitative data collection through interviews, focus group discussions, and observation, along with quantitative data from questionnaires. The data were analyzed based on principles of participatory development and experience design.

The results revealed that: 1) an appropriate model of mixed-alternative tourism for the community context requires sustainable utilization of local resources, community engagement, and infrastructure that supports tourism; and 2) the development of a prototype activity, “Food & Fun @ Chaiyo Farm,” offered learning and experiential opportunities through activities such as the creation of local products—mulberry wine, shrimp paste chili dip, and herbal chili paste—which helped connect tourists with the community’s way of life. Additional activities included health promotion through organic vegetable consumption and creative art workshops using natural materials, such as eco-printing with leaves, which promote meaningful experiences and the sustainable use of local resources. The study found that the community could develop high-quality and meaningful tourism products that meet the needs of tourists seeking unique and authentic experiences. This has led to job creation and additional income for local residents. Satisfaction evaluations from participants showed a high level of satisfaction across areas including location, service, and activities. The proposed product development approach can foster long-term resilience for the community and serve as a practical model for expanding mixed-alternative tourism in other communities with similar characteristics.

Keywords: Mixed-Alternative Tourism, Community enterprise, Product development, Participation, Sustainability



บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างมากสำหรับเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้และสร้างงานมากมายในหลายประเทศทั่วโลก การมีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มั่นคงและเจริญเติบโตจึงเป็นเป้าหมายสำคัญของยุทธศาสตร์ของชาติ ส่งผลให้นโยบายและกลยุทธ์เพื่อพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่กระตุ้นให้มีการบริโภคทางด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น ในขณะที่นักท่องเที่ยวและผู้บริโภคนั้นมีความต้องการและความสนใจที่หลากหลายต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น ความต้องการประสบการณ์ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม การผสมผสานระหว่างรูปแบบของการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนซึ่งกลายเป็นแนวโน้มที่สำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบัน จากปัจจัยและแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น จึงก่อให้เกิดการแสวงหาแนวทางใหม่ ๆ ในการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวให้เกิดเป็นแหล่งทรัพยากรที่เป็นเอกลักษณ์เพื่อเป็นแหล่งรายได้ให้เกิดขึ้น

แนวทางของการจัดการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานนั้นได้รับการอธิบายและใช้งานในวงการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางที่อธิบายแนวทางการท่องเที่ยวที่ผสมผสานกิจกรรมและประสบการณ์ท่องเที่ยวที่หลากหลายและครบวงจรในระหว่างการเดินทางของนักท่องเที่ยว เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่คัดสรรรูปแบบกิจกรรมให้เหมาะสมกับทรัพยากรของพื้นที่ สามารถสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์และน่าจดจำให้กับนักท่องเที่ยวได้ โดยพิจารณาจากความต้องการหรือพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและทำให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวคิดใหม่ซึ่งเหมาะสมกับพื้นที่นั้น ๆ

วิสาหกิจชุมชนบ้านเขาหิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี เกิดจากการรวมกลุ่มใหม่ของสมาชิกที่มีแนวคิดที่จะพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชน ผ่านกิจกรรมชุมชนที่ได้ริเริ่ม เรียนรู้ในการพัฒนาศักยภาพเฉพาะตนที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ทั้งการพัฒนาการแปรรูปสินค้าทางการเกษตร การผลิตสินค้าผ้าปักมือ และการพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นภายในชุมชน แต่แนวคิดดังกล่าวยังไม่ได้รับการพัฒนาเพื่อรองรับด้านการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ โดยพบว่า มีปัจจัยที่มีอิทธิพลและปัญหาต่าง ๆ ทั้งการวางแผนและบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวในชุมชน โครงสร้างพื้นที่ที่เป็นปัจจัยสำคัญเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ที่ดีและมีคุณภาพในการใช้บริการ การสร้างแผนการตลาดที่เหมาะสม การเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์ท่องเที่ยว การจัดการการเรียนรู้และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างความร่วมมือในชุมชนและการทำงานร่วมกันหน่วยงานภายนอกที่สามารถส่งเสริมความเข้มแข็งและการพัฒนาในชุมชนใหม่ได้ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาพื้นที่สู่การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากข้อมูลความสำคัญของที่มาและปัญหาข้างต้น จึงเป็นที่มาของโครงการวิจัยนี้ที่มุ่งเน้นเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานที่จะสอดคล้องกับทรัพยากร

ของพื้นที่ที่มีอยู่ให้เหมาะโดยมีวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาดิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี เป็นกรณีศึกษา เนื่องจากเป็นชุมชนที่จัดตั้งขึ้นใหม่ และมีคุณสมบัติด้านกายภาพ ซึ่งได้แก่ กิจกรรมทางเศรษฐกิจ วิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อม รวมถึงพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถสนับสนุนการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้ เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืนผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชน และเป็นแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่นด้วยการบูรณาการท่องเที่ยวชุมชนท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชนที่สอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสำหรับวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาดิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาดิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี

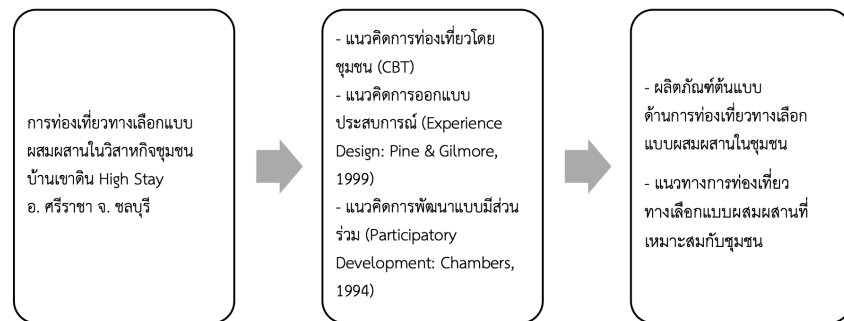
คำถามวิจัย

1. องค์ประกอบสำคัญใดบ้างเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานสำหรับชุมชน
2. วิสาหกิจชุมชนบ้านเขาดิน High Stay อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี เหมาะสมกับรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในลักษณะใด
3. แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานสำหรับวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาดิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี เป็นอย่างไร

คำถามวิจัย

การศึกษาและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานสำหรับวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาดิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี ดำเนินการภายใต้กรอบแนวคิดหลัก 3 ประการ ได้แก่ แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) ผสานกับแนวคิดการออกแบบประสบการณ์ (Experience Design: Pine & Gilmore, 1999) และแนวทางการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (Participatory Development: Chambers, 1994) โดยกรอบแนวคิดนี้ใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนบ้านเขาดิน High Stay ซึ่งเน้นองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมของชุมชน

และการจัดโครงสร้างและประสบการณ์ที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชุมชน กรอบแนวคิดนี้ใช้วิเคราะห์ข้อมูลจากกิจกรรมต้นแบบและผลการประเมินความพึงพอใจ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และส่งเสริมเศรษฐกิจในชุมชนอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: ฝนทิพย์ วรรณะศิริพันธ์ รังสิตสวัสดิ์, 2565

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) ซึ่งเป็นวิจัยที่มุ่งเน้นการนำผลจากการรวบรวมข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชน โดยมีวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาหิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี เป็นพื้นที่ตัวอย่างที่มีจุดประสงค์เพื่อสนับสนุนและปรับปรุงความเป็นอยู่ของสมาชิกของชุมชนให้ดีขึ้น โดยงานวิจัยนี้ได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การกำหนดประชากร และเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้เลือกใช้การวิจัยประยุกต์ (Applied Research) โดยแบ่งประเภทงานวิจัยตามวัตถุประสงค์คือ การมุ่งนำผลมาใช้ในการปรับปรุงความเป็นอยู่ของสมาชิกชุมชนให้ดีขึ้น และมุ่งนำผลจากการวิจัยมาให้เกิดประโยชน์ (สินธะวา คามดิษฐ์, 2556) ซึ่งใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ซึ่งประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ที่มีทั้งข้อมูลปฐมภูมิ (Documentary Research) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้าเอกสาร และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยประกอบด้วย 2 วัตถุประสงค์ ได้แก่

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานโดยชุมชนสำหรับวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาหิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้ข้อมูลจากสมาชิกชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผนการดำเนินการวิจัย



ขั้นตอนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Literature Review) ซึ่งเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดด้านการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ที่นำไปสู่การพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสาน และเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวสำหรับวิสาหกิจชุมชน การระดมสมอง (Brainstorming) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ร่วมกับการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) สำหรับการพัฒนาและออกแบบการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานโดยชุมชน

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับการใช้ในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 4 การประเมินความพึงพอใจจากผู้ร่วมกิจกรรม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพจากความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของผู้ใช้ข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ

- 1) ตัวแทนสมาชิกวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาหิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี จำนวน 2-5 คน
- 2) กลุ่มนักศึกษาด้านการออกแบบ จำนวน 3-6 คน

โดยพิจารณาเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับการเลือกตัวอย่าง ตามสะดวก (Convenience Sampling) ที่เป็นตัวแทนในการให้ข้อมูลสำคัญ สะดวก และรวดเร็วในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับแนวทางในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานโดยชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาหิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยนี้เป็นทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ซึ่งใช้ข้อมูลจากสมาชิกชุมชน ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผนการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสังเกต (Observation) และการสัมภาษณ์ (Interview) ความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 4 การประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภค

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมตัวอย่าง คือ

- 1) ตัวแทนนักท่องเที่ยวผู้เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวตัวอย่างโดยวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาหิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี จำนวน 5-10 คน

โดยพิจารณาเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับการเลือกตัวอย่าง ตามสะดวก (Convenience Sampling) ที่เป็นตัวแทนในการให้ข้อมูลสำคัญ สะดวก และรวดเร็วในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับแนวทางในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกแบบ

ผสมผสานโดยชุมชนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว

1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ ประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) การสังเกตการณ์ (Observation) การระดมสมอง (Brainstorming) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) มีรายละเอียด ดังนี้

1.2.1 การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) การค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อศึกษาทฤษฎี แนวคิด และแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยว

1.2.2 การสังเกต (Observation) ใช้วิธีสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยนักวิจัยเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการทำงาน การประชุม และการมีส่วนร่วมของสมาชิก

1.2.3 การระดมสมอง (Brainstorming) เป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อกำหนดแนวทางและแนวคิดที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน

1.2.4 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ใช้การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างแน่นอน เพื่อเก็บข้อมูลความคิดเห็น ทศนคติ และความต้องการของสมาชิกชุมชน โดยเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

1.2.5 การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่ได้รับการคัดเลือก โดยมีผู้ดำเนินการสนทนาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการท่องเที่ยว

1.2.6 แบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินความคิดเห็นและความต้องการเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนา

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและผลงานการออกแบบในการวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชนบ้านเขาหิน High Stay

1.1 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาและพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชนที่สอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสมสำหรับวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาหิน High Stay อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี พบว่าองค์ประกอบสำคัญที่เป็นปัจจัยในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสาน ได้แก่

- 1) ทรัพยากรท้องถิ่นที่สามารถแปรรูปหรือสร้างมูลค่าเพิ่ม
- 2) การมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกกระบวนการ
- 3) โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 แสดงผลลัพธ์จากปัญหาและการแก้ไขที่อยากให้เกิดขึ้นในอนาคต

ปัญหา	การแก้ไขที่อยากให้เกิดขึ้นในอนาคต
1) การขาดความรู้และทักษะในการจัดการการท่องเที่ยว 2) การขาดการสนับสนุนจากภาครัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง 3) การรักษาสสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว	1) การวางแผนและวิธีการดำเนินการที่เป็นระบบ 2) มีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อให้ได้แนวทางที่เหมาะสมและยั่งยืน

จะเห็นได้ว่าปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาดิน High Stay มีความสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน แต่กระบวนการพัฒนานี้มีความซับซ้อนและต้องการการวางแผนและการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานที่เหมาะสมกับทรัพยากรชุมชนบ้านเขาดิน High Stay ควรเน้นการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน มีการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอน และการสร้างประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ โดยต้องปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การบริหารจัดการและการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของชุมชน ดังนั้น แนวทางการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชนที่สอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสำหรับวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาดิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี จึงสามารถสรุปได้ ดังต่อไปนี้

1.1.1 การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อความยั่งยืน

ทรัพยากรสำคัญของชุมชน ได้แก่ ทรัพยากรทางธรรมชาติ เช่น สมุนไพร ผักผลไม้ ออร์แกนิกและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่สามารถพัฒนาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน โดยการนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาปรับใช้

1.1.2 การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน

การจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน เช่น การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อต่อยอดแนวทาง และการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่ยั่งยืน

1.1.3 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สอดคล้องกับแนวทางการท่องเที่ยวทางเลือก เช่น การสร้างจุดบริการนักท่องเที่ยว เส้นทางศึกษาธรรมชาติ และการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว

1.2 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสาน ในชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาดิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนควรมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น สินค้าหัตถกรรม อาหารพื้นบ้าน และกิจกรรมเชิงประสบการณ์ การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงสถานที่สำคัญภายในชุมชนเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สามารถเพิ่มมูลค่า และสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้

1.2.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น การพัฒนาของที่ระลึกจากสมุนไพร และการออกแบบแพ็คเกจท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ช่วยส่งเสริมให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง

1.2.2 การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว โดยการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นเฉพาะตัว เช่น เส้นทางสุขภาพ เส้นทางวัฒนธรรม และเส้นทางการเรียนรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน

1.3 ผลงานการออกแบบ

การออกแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนมุ่งเน้นการสร้างแพ็คเกจที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย การปรับปรุงพื้นที่ให้รองรับการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เช่น งานแสดงสินค้าท้องถิ่น เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น



ภาพที่ 2: ภาพผลงานการจัดกิจกรรมต้นแบบ Food & Fun @ Chaiyo Farm
ที่มา: ฝนทิพย์ วรรณะศิริินทร์ รังสิตสวัสดิ์, 2565

การประเมินความพึงพอใจจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม Food & Fun @ Chaiyo Farm เป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยให้ทราบถึงประสบการณ์และความคิดเห็นของผู้เข้าร่วม เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาปรับปรุงและพัฒนากิจกรรมในอนาคต สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมได้ดียิ่งขึ้น และช่วยให้กิจกรรมมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว จากการประเมินผลความพึงพอใจมีรายละเอียด ดังนี้

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับข่าวสารการจัดกิจกรรมต้นแบบจากการประชาสัมพันธ์ Word of Mouth (การบอกต่อ) โดยเหตุผลของการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม เพราะผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมมาก่อน จึงต้องการที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และกิจกรรม Food & Fun @ Chaiyo Farm เป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ ซึ่งกิจกรรมที่ผู้เข้าร่วมชื่นชอบ คือ กิจกรรมการสาธิตในการทำอาหารและผลิตภัณฑ์ของชุมชน ได้แก่ การทำไวน์มัลเบอร์รี่ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมยังประทับใจในตัวของกิจกรรมที่ตนเองเข้าร่วม รวมถึงการประทับใจในสถานที่และบรรยากาศโดยรวมภายในงาน โดยมีคะแนนความพึงพอใจด้านสถานที่ในการจัดกิจกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.75 และมีภาพรวมกิจกรรมเกี่ยวกับสถานที่ในทิศทางที่ดี นอกจากนี้ยังมีคะแนนความพึงพอใจด้านการบริการ การอำนวยความสะดวก และการต้อนรับ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.75 ภาพรวมในด้านการบริการ

การอำนวยความสะดวก และการต้อนรับ อยู่ในเกณฑ์ดี อาหารอร่อย ทำให้ผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจมาก และความพึงพอใจในด้านการจัดกิจกรรม วัน และระยะเวลาของกิจกรรม ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.5 ในการจัดกิจกรรมเป็นไปอย่างเรียบง่ายและเป็นกันเอง ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมประทับใจในงาน Food & Fun @ Chaiyo Farm เป็นอย่างมาก

ตารางที่ 2 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ปัจจัยการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (เต็ม 5)	ระดับความพึงพอใจ
ความหลากหลายของกิจกรรม	4.7	สูงมาก
คุณภาพการบริการ	4.5	สูง
สภาพแวดล้อม	4.3	สูง
ราคาและความคุ้มค่า	4.2	ปานกลาง-สูง

หมายเหตุ: การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณในตารางนี้ใช้การวัดความพึงพอใจแบบ Likert Scale 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Rensis Likert (1932) ซึ่งเป็นเป็นมาตรฐานที่ใช้ในการวัดเจตคติในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยระดับความพึงพอใจ ในตารางนี้แปลผลตามเกณฑ์ของ Best (1977) ดังนี้: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ “สูงมาก” ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง “สูง” ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง “ปานกลาง” ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง “น้อย” ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง “น้อยมาก”

1.3.1 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

- 1) ส่งเสริมการอบรมและพัฒนาทักษะให้กับสมาชิกชุมชน
- 2) เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
- 3) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

สรุปผลการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชนที่สอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสำหรับวิสาหกิจชุมชน High Stay อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผนการดำเนินการวิจัยจากการศึกษาวิจัยทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานโดยชุมชนสำหรับวิสาหกิจชุมชน High Stay อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและกำหนดปัญหา หรือประเด็นต่าง ๆ ให้ครอบคลุม เพื่อใช้ในการช่วยให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงแต่ดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ยังสร้างมูลค่าและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชนของวิสาหกิจชุมชนบ้าน

เขาหิน High Stay มีความซับซ้อนและต้องการการวางแผนและการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครให้นักท่องเที่ยว และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว นอกจากนี้การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การจำหน่ายสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวสามารถเสริมสร้างความสามัคคีและการทำงานร่วมกัน รวมถึงการส่งเสริมให้ชุมชนเห็นคุณค่าและรักษาวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติของตนเอง ซึ่งมีความท้าทายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวจะต้องครอบคลุมทุกขั้นตอน ตั้งแต่การระบุทรัพยากร การออกแบบและพัฒนากิจกรรม การสร้างเครือข่ายและการทำการตลาด การติดตามและประเมินผล

ขั้นตอนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Literature Review) เพื่อนำมาเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดด้านการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสาน จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า วิสาหกิจชุมชนบ้านเขาหิน High Stay เป็นการท่องเที่ยวแบบผสมผสานซึ่งรวมเอาทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ทรัพยากรหลักของชุมชนมีสภาพแวดล้อมและธรรมชาติที่เอื้อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ นอกจากนี้ชุมชนมีเอกลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตได้ มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและอาหารผ่านกิจกรรมต่าง ๆ มีการทำเกษตรกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมและเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตทาง



การเกษตรจึงเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานโดยชุมชนสำหรับวิสาหกิจชุมชน High Stay อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

ขั้นตอนที่ 3 การระดมสมอง (Brainstorming) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview), และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อพัฒนาและออกแบบการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานโดยชุมชน เป็นขั้นตอนสำคัญในการรวบรวมข้อมูลจากการพูดคุยสนทนาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนั้นยังมีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อรวบรวมข้อมูลที่ละเอียดและเชิงลึกเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน

สรุปผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1 ได้ว่า วิสาหกิจชุมชนบ้านเขาดิน High Stay มีการท่องเที่ยวแบบผสมผสานที่เน้นการใช้ทรัพยากรในชุมชนอย่างยั่งยืน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและความหมายสามารถสร้างรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวช่วยให้ชุมชนสามารถรักษาทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองได้อย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาดิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลจากสมาชิกชุมชน ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดำเนินการใน 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผนการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยมีการระบุและประเมินอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านเขาดิน เพื่อเข้าใจลักษณะเฉพาะตัวที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว เช่น ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงกระบวนการศึกษาการทำอาหารและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

ขั้นตอนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการการระดมสมอง (Brainstorming) โดยรวบรวมความคิดเห็นและแนวทางการพัฒนาจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว โดยจัดกิจกรรมระดมสมองร่วมกับสมาชิกและผู้ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนั้นยังมีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการเก็บข้อมูลจากสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว โดยสัมภาษณ์ตัวแทนสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเพื่อรับฟังความคิดเห็น ทศนคติ และความสนใจ และมีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่มเพื่อใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อใช้ในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยการจัดกิจกรรม “Food & Fun @ Chaiyo Farm” ซึ่งมีการสาธิตการทำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การส่งเสริมสุขภาพจากผักออร์แกนิกและการสร้างสรรค์งานศิลปะจากธรรมชาติในชุมชน

ขั้นตอนที่ 4 การประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภค จากเข้าร่วมกิจกรรม “Food & Fun @ Chaiyo Farm” โดยประเมินความพึงพอใจจากผู้เข้าร่วม เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนากิจกรรม

ในอนาคต ผลลัพธ์จากการจัดกิจกรรม “Food & Fun @ Chaiyo Farm” ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบของวิสาหกิจ เช่น การทำไวน์มัลเบอร์รี่ การทำน้ำพริกกะปิ และน้ำพริกลุยสวนสมุนไพร นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมสุขภาพจากการปลูกผักออร์แกนิกส์และเรียนรู้สมุนไพรในชุมชน มีการสร้างสรรค์งานศิลปะจากธรรมชาติ เช่น การทำผ้าย้อมสีจากใบไม้ เพื่อสร้างรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และงานฝีมือ โดยมีการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมในด้านสถานที่ การบริการ การอำนวยความสะดวก และการจัดกิจกรรม ซึ่งได้รับคะแนนความพึงพอใจในระดับสูง การจัดกิจกรรม “Food & Fun @ Chaiyo Farm” ส่งเสริมการท่องเที่ยว การสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นในชุมชนบ้านเขาดินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาดิน High Stay อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี เป็นการใช้ศักยภาพของชุมชนในการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชน และการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน มีกระบวนการดำเนินงานเป็นขั้นตอนเริ่มจาก กระบวนการวางแผนและการออกแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่เป็นขั้นตอนที่สำคัญ เนื่องจากต้องคำนึงถึงเอกลักษณ์ของชุมชน ซึ่งรวมถึงประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม จากการประเมินและระบุอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งขั้นตอนนี้ช่วยให้สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เป็นอย่างดี จากการวางแผนและออกแบบผลิตภัณฑ์สามารถต่อยอดการดำเนินงานวิจัยได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการใช้วิธีการสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึกช่วยให้สามารถเข้าใจความคิดเห็นและทัศนคติของสมาชิกชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างครอบคลุม นอกจากนี้การจัดกิจกรรมระดมสมองและการสนทนากลุ่มเป็นการรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งช่วยให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อจัดกิจกรรม Food & Fun @ Chaiyo Farm เป็นตัวอย่างของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่เน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีกิจกรรมหลัก ๆ คือ การสาธิตการทำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น การทำไวน์มัลเบอร์รี่ การทำน้ำพริกกะปิ และการทำน้ำพริกลุยสวนสมุนไพร ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน มีการส่งเสริมสุขภาพจากการบริโภคผักออร์แกนิก ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เรียนรู้วิธีการปลูกผักออร์แกนิก และการใช้สมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ รวมถึงมีการสร้างสรรค์งานศิลปะจากธรรมชาติ โดยการทำผ้าย้อมสีจากใบไม้ ซึ่งช่วยส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยมีการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอนาคต จากการประเมินผลพบว่าผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจในระดับสูง ทั้งในด้านสถานที่ การบริการ การอำนวยความสะดวก และการจัดกิจกรรม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชน โดยมีวิสาหกิจ



ชุมชนบ้านเขาดิน High Stay อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี เป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด ส่งเสริมการท่องเที่ยว การสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน กิจกรรม Food & Fun @ Chaiyo Farm เป็นตัวอย่างที่ดีของการผสมผสานการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การส่งเสริมสุขภาพ และการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ทำให้ผู้เข้าร่วมได้สัมผัสประสบการณ์ที่มีคุณค่าและสร้างความเชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน

กระบวนการดำเนินงานวิจัยเริ่มต้นจากการวางแผนและออกแบบกิจกรรมโดยการศึกษาบริบทและอัตลักษณ์ของชุมชน จากนั้นใช้การสัมภาษณ์ สังเกต และการสนทนากลุ่มเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอนมีส่วนช่วยให้กิจกรรมตอบโจทย์ความต้องการอย่างแท้จริง กิจกรรมที่จัดขึ้นสามารถเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวเข้ากับวิถีชีวิตของชุมชน สร้างความพึงพอใจให้กับผู้เข้าร่วมในระดับสูงทั้งด้านสถานที่ บริการ และกิจกรรม

ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนควรให้ชุมชนมีบทบาทสำคัญในกระบวนการตัดสินใจและดำเนินงาน (Asker et al., 2010) นอกจากนี้ ยังสัมพันธ์กับแนวคิดการออกแบบประสบการณ์ (Experience Design: Pine & Gilmore, 1999) ที่เน้นการสร้างกิจกรรมที่สามารถตอบโจทย์ทั้งอารมณ์ ความรู้สึก และคุณค่าของนักท่องเที่ยว โดยกิจกรรม “Food & Fun @ Chaiyo Farm” ได้ผสมองค์ประกอบทั้งสองแนวคิดดังกล่าวไว้อย่างลงตัว

ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานของ นฤมล เรืองสกุล (2563) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนในการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวมีผลอย่างมากต่อความยั่งยืนและการสร้างอัตลักษณ์ในแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น ในขณะเดียวกัน งานวิจัยนี้แตกต่างจากแนวคิดบางส่วนที่เน้นการใช้แหล่งทุนภายนอกเป็นตัวขับเคลื่อนหลัก โดยแสดงให้เห็นว่า “ทุนในชุมชน” คือหัวใจของการพัฒนาที่แท้จริง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด สามารถสรุปองค์ประกอบสำคัญที่เป็นคำตอบของสมมุติฐานข้อที่ 1 ได้แก่ การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดโครงสร้างกิจกรรมที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับวิถีชีวิตของชุมชน องค์ประกอบทั้งสามนี้ไม่เพียงแต่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดเท่านั้น แต่ยังสามารถตอบปัญหาเชิงบริบทที่ระบุไว้ในตารางที่ 1 ได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งเรื่องอัตลักษณ์ที่คลุมเครือ ความร่วมมือที่ไม่เป็นระบบ และข้อจำกัดของพื้นที่กิจกรรม

สุดท้ายนี้ ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถสังเคราะห์เป็นแนวทางที่นำไปปรับใช้ในชุมชนอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้ โดยเฉพาะชุมชนที่มีทุนวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติที่เด่นชัด ข้อเสนอเชิงนโยบาย ได้แก่ การส่งเสริมให้ชุมชนเป็นเจ้าของกิจกรรมท่องเที่ยวของตน การสนับสนุนองค์ความรู้ และการตลาด และการสร้างเครือข่ายเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชน เพื่อขยายผลการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ผลการวิจัยนี้ทำให้ได้ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชน โดยมีวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาหิน High Stay อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี ซึ่งสามารถนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ดังนี้

1.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1.1 การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นและองค์กรต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวโดยการร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว และองค์กรพัฒนาเอกชน หน่วยงานการศึกษา เพื่อให้ได้การสนับสนุนด้านงบประมาณ ความรู้ และทรัพยากร

1.1.2 การใช้เทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์และการตลาด ควรใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์และการตลาด เพื่อเพิ่มการเข้าถึงนักท่องเที่ยว โดยการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมในวงกว้าง เพื่อช่วยเพิ่มความน่าสนใจและความสะดวกสบายในการเข้าถึงข้อมูล

1.1.3 ควรพัฒนางิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงและไม่ซ้ำใคร เช่น การทำกิจกรรมเชิงเกษตร การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เพื่อสร้างความทรงจำที่น่าประทับใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมถึงการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

บรรณานุกรม

เก็จกนก เอื้องวงศ์, & พิชิต ฤทธิ์บุญ. (2556). การวิจัยทางการบริหารการศึกษา. นนทบุรี:

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

จิตติ มงคลชัยอรัญญา. (2556). การท่องเที่ยวโดยชุมชน: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ:

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

นฤมล เรืองสกุล. (2563). การท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการสร้างอัตลักษณ์ในพื้นที่ท่องเที่ยวท้องถิ่น.

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 15(2), 45–59.

วัชรินทร์ อินทพรหม. (2563). การทบทวนวรรณกรรมสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ. วารสารวิชาการ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 1(9)

สินธะวา คามดิษฐ์. (2556). แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สุภาวงศ์ จันทวานิช. (2549). วิธีกรวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



- Asker, S., Boronyak, L., Carrard, N., & Paddon, M. (2010). Effective community based tourism: A best practice manual. Sustainable Tourism Cooperative Research Centre.
- Chambers, R. (1994). Participatory rural appraisal (PRA): Analysis of experience. *World Development*, 22(9), 1253–1268. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90003-5](https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90003-5)
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 1–55.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press.
- UNWTO. (2022). *Tourism trends 2022*. Retrieved from <https://www.unwto-tourismacademy.ie.edu/2021/08/tourism-trends-2022>
- World Economic Forum. (2022). *International travel levels tipped to soar again in 2022*. Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2022/06/international-travel-2022-covid19-tourism>







ปรากฏการณ์อัตลักษณ์ตราสินค้า และกราฟิกเชิงพาณิชย์ ในบริบทความเชื่อเชิงไสยศาสตร์สำหรับผู้บริโภคยุคดิจิทัล

The Phenomenon of Brand Identity and Commercial Graphics in the Context of Supernatural Beliefs for Consumers in the Digital Era

สุระเกียรติ รัตนอำนวยศิริ¹

Received 1 May 2025
Revised 7 September 2025
Accepted 8 September 2025

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับ ปรากฏการณ์อัตลักษณ์ตราสินค้า และกราฟิกเชิงพาณิชย์ ในบริบทความเชื่อ ที่เชื่อมโยงกับสัญญาณความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ และการประยุกต์ทฤษฎีการออกแบบเชิงอารมณ์ สำหรับผู้บริโภคยุคดิจิทัล การศึกษานี้ผู้เขียนใช้การวิเคราะห์เอกสารและกรณีศึกษา จากงานวิจัย หรือการศึกษาผ่านตราสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสัญญาณความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ บทความนำเสนอบริบทของการออกแบบกราฟิกในค่านิยมความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล มีเนื้อหาครอบคลุมเกี่ยวกับความสำคัญของการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล, การออกแบบเพื่อสร้างความผูกพันทางอารมณ์, การขับเคลื่อนของภูมิปัญญาไสยศาสตร์ร่วมสมัยกับวิถีชีวิตของคนไทย และการประยุกต์สัญญาณความเชื่อเชิงไสยศาสตร์สู่การสร้างสรรคอัตลักษณ์ตราสินค้า และการออกแบบกราฟิกเชิงพาณิชย์ บทความนี้มุ่งเน้นการแสดงให้เห็นถึงปรากฏการณ์แนวทางการสร้างสรรค์อัตลักษณ์ตราสินค้าที่สามารถปรับกลยุทธ์ด้านการตลาด และการออกแบบกราฟิก โดยพิจารณาความสำคัญของรูปแบบสัญลักษณ์ทางไสยศาสตร์ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรม, รสนิยม, ค่านิยมความต้องการกับกลุ่มผู้บริโภคยุคดิจิทัล พร้อมทั้งแสดงให้เห็นว่าสัญญาณความเชื่อเชิงไสยศาสตร์จากอดีตจนถึงปัจจุบัน ยังคงเป็นสัญญาณที่แสดงออกถึงการแสวงหาความปลอดภัย และความมั่นคงในชีวิต ท่ามกลางความไม่แน่นอน เป็นสิ่งชี้ความต้องการภายในจิตใจด้วยการพึ่งพาความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางจิตใจในโลกยุคดิจิทัล

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ตราสินค้า, การออกแบบกราฟิกเชิงพาณิชย์, การออกแบบเชิงอารมณ์, สัญลักษณ์ความเชื่อทางไสยศาสตร์

¹ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี



Abstract

This academic article presents the concept of brand identity and commercial graphic design within the context of beliefs, particularly connecting with the semiotics of superstition, while applying the theory of emotional design for digital-age consumers. The study employs document analysis and case studies drawn from research or investigations of brands associated with the semiotics of superstition. The article situates graphic design within the values and beliefs of consumers, emphasizing its influence on consumption behavior in the digital era. The content encompasses the significance of brand identity design in the digital age, the role of design in fostering emotional attachment, the integration of contemporary supernatural wisdom with Thai lifestyle, and the application of superstition-based semiotics in the creation of brand identity and commercial graphic design. The article highlights the phenomenon of brand identity creation that can strategically inform marketing and graphic design practices by considering the importance of superstition-based symbols in alignment with the behaviors, tastes, and value systems of digital-age consumers. Furthermore, it demonstrates that the semiotics of superstition, from historical to contemporary contexts, continues to symbolize the pursuit of security and stability amidst uncertainty, reflecting the innate human desire to rely on supernatural beliefs for psychological reassurance in the digital era.

Keywords: Brand identity, Commercial graphic design, Emotional design, Mystical belief symbols

บทนำ

ธุรกิจที่มีรากฐานมาจากความเชื่อกำลังมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้น ดังที่ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปี 2567 แสดงว่า เป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นในประเทศไทย และคาดว่าจะสร้างรายได้มหาศาลอย่างต่อเนื่อง เงินสะพัดในธุรกิจกลุ่มนี้ราว 10,000-15,000 ล้านบาท (วิจัยกรุงศรี, 2567) ธุรกิจดังกล่าวได้ถูกปรับให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตยุคใหม่ มีการเปิดกว้างต่อความเชื่อในรูปแบบใหม่ ๆ และมีวิถีชีวิตที่มีการผสมผสานระหว่างความเชื่อ และเทคโนโลยีที่กลมกลืนกัน เช่น ธุรกิจเครื่องรางของขลัง เครื่องประดับสายมู วอลเปเปอร์มือถือเสริมดวง รวมถึงบริการด้านการพยากรณ์ ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสอดคล้องกับการใช้ชีวิตประจำวัน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2568)

พลวัตการเปลี่ยนแปลงทางสังคมนี้นำไปสู่การพัฒนาตราสินค้าด้วยสัญลักษณ์ความเชื่อที่

เป็นองค์ประกอบหลักของตราสินค้า โดยเฉพาะในบริบทของสังคมไทยซึ่งมีรากฐานวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับความเชื่อเชิงไสยศาสตร์มาอย่างยาวนาน ประกอบกับการแข่งขันทางการตลาดที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ (Experience Creation) ให้แก่ผู้บริโภค การสร้างสรรค์อัตลักษณ์ตราสินค้าจึงจำเป็นต้องมีมากกว่าความงามเชิงทัศนยะ ต้องสามารถสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่, น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อให้ตราสินค้าโดดเด่นกว่าคู่แข่งในตลาด สามารถสื่อสารคุณค่า และสะท้อนความรู้สึกร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างลึกซึ้ง

การสร้างประสบการณ์ให้แก่ผู้บริโภค ด้วยการสร้างความสัมพันธ์ทางอารมณ์ระหว่างผู้ใช้กับผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ด้วยทฤษฎีการออกแบบเชิงอารมณ์ (Emotional Design) มีเป้าหมายหลัก คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้ในขณะที่กำลังใช้งานผลิตภัณฑ์หรือบริการ (UPSILL UX, 2022) การออกแบบในลักษณะนี้ไม่ได้มุ่งเพียงประสิทธิภาพการใช้งานเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงการสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ระหว่างผู้ใช้ และผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะเมื่อการออกแบบเกี่ยวข้องกับความรู้สึก ซึ่งมีศักยภาพสูงในการกระตุ้นความรู้สึกและสร้างความผูกพันทางจิตใจระหว่างตราสินค้า และผู้บริโภค หลักการดังกล่าวช่วยให้การออกแบบสามารถตอบสนองความต้องการและรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความเชื่อ (beliefs) และอารมณ์ (Emotion) องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์อย่างซับซ้อนและลึกซึ้ง โดยเฉพาะบริบทของพฤติกรรมผู้บริโภค ความเชื่อหลัก (Core beliefs) หรือเรียกว่า รูปแบบความคิด เป็นสมมติฐานเชิงลึกที่ฝังอยู่ในจิตใจของแต่ละบุคคล ความเชื่อหลักนี้อยู่ภายในจิตใจจนไม่สามารถตระหนักถึงได้ ความเชื่อเหล่านี้แสดงออกผ่านความคิด, อารมณ์ และรูปแบบพฤติกรรม (Cooks Campbell, 2023) ความเชื่อเป็นเสมือนกรอบทางความคิด หรือการตีความสำหรับการประเมินสถานการณ์บางอย่าง และสามารถกระตุ้นอารมณ์ได้ เช่น เมื่อเกิดความเชื่อจากสัญลักษณ์บางอย่างที่สามารถช่วยป้องกันภัย ความเชื่อนั้นจะกระตุ้นอารมณ์ทางบวก เช่น ความมั่นใจ, ความสบายใจ หรือความหวัง เป็นต้น ในขณะที่อารมณ์เชิงบวกที่เกิดขึ้นจากความเชื่อ จะช่วยส่งเสริมให้ความเชื่อนั้นมั่นคงกลายเป็นวงจรของการรับรู้ที่เชื่อมโยงกันอย่างลึกซึ้ง

แนวทางการออกแบบกราฟิกที่ผสมผสานภูมิปัญญาด้านไสยศาสตร์ (Superstition Wisdom) จึงไม่สามารถทำได้เพียงแค่การใช้สัญลักษณ์ภายนอกเท่านั้น นักออกแบบจำเป็นต้องเข้าใจรากฐานของความเชื่อที่อยู่เบื้องหลังอย่างแท้จริง เพื่อจะสามารถสร้างประสบการณ์ที่สื่อสารอารมณ์ได้ตรงกับความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างสรรค์อัตลักษณ์ตราสินค้า และการออกแบบกราฟิกเชิงพาณิชย์จากสัญญาณของความเชื่อเชิงไสยศาสตร์จึงไม่ใช่เพียงเครื่องมือเชิงการตลาด แต่คือสื่อกลางในการเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมความเชื่อ และอารมณ์ของผู้บริโภคในยุคที่จิตวิญญาณและเทคโนโลยีสามารถอยู่ร่วมกันได้

การพัฒนาอัตลักษณ์ตราสินค้า และการออกแบบกราฟิกเชิงพาณิชย์ สำหรับผู้บริโภคยุคดิจิทัล ที่เติบโตมาพร้อมกับกระแสโลกาภิวัตน์ และเทคโนโลยีดิจิทัล ได้ส่งผลต่อค่านิยม และการเลือกผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ปัจจัยเหล่านี้ทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่แตกต่างจากอดีต โดยเฉพาะใน



มิติของการเลือกผลิตภัณฑ์ หรือตราสินค้าที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่สะท้อนตัวตน (Perceived personal brand) ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์อาจมีราคาที่ดีหรือคุณภาพที่สูง ตัวอย่างผู้บริโภคยุคดิจิทัล เช่น กลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นซียังคงไม่เลือกบริโภคสินค้านั้น หากไม่สามารถสะท้อนตัวตนหรือคุณค่าในแบบที่ต้องการ (MarketSource, 2021) เป็นต้น กลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นซีเลือกตราสินค้าที่สามารถสะท้อนตัวตน (identity) และสามารถเล่าเรื่องที่สร้างความผูกพันในเชิงวัฒนธรรม หรือแม้แต่ในบริบทของความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ร่วมสมัย ทำให้การออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้า และการออกแบบกราฟิกเชิงพาณิชย์กลายเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ต้องเข้าใจแง่มุมทางอารมณ์ และจิตวิญญาณของผู้บริโภค การบูรณาการสัญลักษณ์ความเชื่อกับการออกแบบเชิงอารมณ์จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในโลกการตลาดยุคใหม่ ที่ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการทางรสนิยมด้านความงามเท่านั้น แต่ยังสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีเชื่อมโยงกับความรู้สึก และจิตวิญญาณของผู้บริโภคได้อย่างลึกซึ้ง การนำเสนออัตลักษณ์ตราสินค้า และการออกแบบกราฟิกเชิงพาณิชย์ที่สะท้อนความเป็นตัวตน และความเชื่อทางจิตวิญญาณของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นสิ่งที่เสริมศักยภาพเชิงธุรกิจให้ตราสินค้าสามารถดึงดูด และสร้างความผูกพันกับผู้บริโภคได้อย่างยั่งยืน

แม้ว่าอัตลักษณ์ตราสินค้า และกราฟิกเชิงพาณิชย์ที่ประยุกต์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์จะปรากฏในธุรกิจของไทย แต่ยังขาดการศึกษาเชิงวิชาการที่อธิบายถึงบทบาทของการประยุกต์สัญลักษณ์ความเชื่อเหล่านี้ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในมิติการสร้างความผูกพันทางอารมณ์ และคุณค่าทางจิตใจ บริบทของการออกแบบกราฟิกเพื่อการพาณิชย์ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงตามความต้องการ และรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย สัญลักษณ์ความเชื่อหลายอย่างถูกลดทอน หรือปรับเปลี่ยนรูปแบบดั้งเดิมให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตในโลกดิจิทัล งานศึกษาที่มีเน้นเพียงด้านการตลาด หรือวัฒนธรรมความเชื่อด้านใดด้านหนึ่ง ขณะที่การบูรณาการยังไม่ปรากฏอย่างชัดเจน ดังนั้นจึงพบช่องว่างทั้งเชิงทฤษฎี และเชิงปฏิบัติ ที่ต้องการคำอธิบาย การออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าและกราฟิกเชิงพาณิชย์ ที่สามารถนำสัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์มาปรับใช้เพื่อสร้างคุณค่า และตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เนื้อหา

การศึกษานี้ ผู้เขียนใช้การวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) และกรณีศึกษา (Case Study) ใช้วิธีการค้นคว้าจากงานวิจัย หรือวิเคราะห์ผ่านตราสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ เพื่อทำความเข้าใจประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้า และการออกแบบกราฟิกเชิงพาณิชย์ในบริบทที่เชื่อมโยงกับสัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ สำหรับผู้บริโภคในยุคดิจิทัล โดยเริ่มจากการพิจารณาความสำคัญของการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความแตกต่างและคุณค่าของตราสินค้า จากนั้นศึกษาทฤษฎีการออกแบบเชิงอารมณ์ (Emotional Design) ที่มุ่งสร้างความผูกพันทางอารมณ์ระหว่างผู้บริโภคและ

ผลิตภัณฑ์ ต่อยอดด้วยการสำรวจการขับเคลื่อนของภูมิปัญญาไทยศาสตร์ร่วมสมัยที่สอดแทรกอยู่ในวิถีชีวิตคนไทย และการประยุกต์ใช้สัญญาณความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ในการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้า และกราฟิกเชิงพาณิชย์สำหรับผู้บริโภคยุคดิจิทัล เพื่อชี้ให้เห็นแนวโน้ม, บริบท และศักยภาพในการเชื่อมโยงมิติความเชื่อกับการออกแบบสื่อเชิงพาณิชย์อย่างเป็นระบบ

ความสำคัญของการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล

การสร้างสรรค้อัตลักษณ์ตราสินค้า (Brand Identity) กล่าวคือ การสร้างตัวตน และจุดยืนของตราสินค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค โดยเฉพาะในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ที่เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสาร และการนำเสนอเรื่องราวของตราสินค้าได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้น การสร้างสรรค้อัตลักษณ์ตราสินค้าที่ชัดเจน และแตกต่าง ช่วยสร้างความสัมพันธ์ทางอารมณ์กับกลุ่มเป้าหมาย และเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถเชื่อมโยงประสบการณ์ที่มีคุณค่า และสร้างความผูกพันระยะยาวกับผู้บริโภคได้ การให้ความสำคัญกับการลงทุนสร้างสรรค้อัตลักษณ์ตราสินค้า และการสื่อสารทางการตลาดจะมีความสำคัญ และมีแนวโน้มสูงขึ้นภายหลังปี ค.ศ. 2024 (Forbes Communications Council, 2024) เนื่องจากธุรกิจกำลังฟื้นตัวจากผลกระทบของการแพร่ระบาดจากโรคระบาด, การควบรวมธุรกิจ และการปรับภาพลักษณ์องค์กร (Rebranding)

การเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ ยุคเทคโนโลยีดิจิทัลที่ข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่าย แนวทางการสร้างสรรค้อัตลักษณ์ตราสินค้าไม่เพียงแต่ต้องสะท้อนถึงคุณค่าของตราสินค้า แต่ยังสามารถสร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับผู้บริโภคได้อย่างลึกซึ้ง การใช้สัญลักษณ์สื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัลจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้บริโภค (มนชญา สระบัว และสศิริ ทศนวัฒน์, 2022) จากรูปแบบการบริโภคเพื่อการใช้งานเพียงอย่างเดียว (Passive Consumption) สู่พฤติกรรมการบริโภคแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Active Consumption) ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลไม่เพียงบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานเท่านั้น แต่เลือกบริโภคตราสินค้าที่สามารถสะท้อนตัวตน และสร้างประสบการณ์ที่เหนือกว่า ทำให้ผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ และตัวตน (Self-transformation, Epiphanies) รวมถึงการมีประสบการณ์ที่มากกว่าการใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว (Schmitt, 2011)

ตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ และภาพลักษณ์ที่โดดเด่น มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เนื่องจากตราสินค้าเหล่านี้ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอยเท่านั้น แต่ยังสะท้อนอัตลักษณ์ และรสนิยมของผู้บริโภค ที่ต้องการแสดงออกต่อสังคมผ่านการบริโภคเชิงสัญญาณ ผลมผลานกับการสร้างแรงจูงใจทางด้าน (Arnould & Thompson, 2005; Belk, 1988; ชิชยรัลย์ ศิริโปล และ ทิตพงษ์ สุทธิรัตน์, 2021)

ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล เช่น กลุ่มเจนเอเรชั่นซี เติบโตมาในยุคดิจิทัล เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่ง



ของชีวิตประจำวัน มีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลอย่างรวดเร็ว ให้ความสำคัญกับความจริงจัง ความหลากหลาย และความรับผิดชอบต่อสังคม มีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคตราสินค้าที่สอดคล้องกับคุณค่า และสามารถสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายมากกว่าการโฆษณาเชิงพาณิชย์เพียงอย่างเดียว สื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) เช่น อินสตาแกรม (Instagram) หรือติ๊กต็อก (TikTok) เป็นต้น ได้ถูกพัฒนาเป็นช่องทางหลักในการค้นหา และการตัดสินใจเลือกตราสินค้าของผู้บริโภคในปัจจุบัน กลายเป็นช่องทางที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ของตราสินค้า ผู้บริโภคยุคดิจิทัล กลุ่มเจนเอชเอ็นซีเติบโตมากับเทคโนโลยี มีความสามารถเข้าถึงข้อมูลอย่างรวดเร็ว และใช้สื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการสืบค้นและตัดสินใจเลือกตราสินค้าในปัจจุบัน

การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลต่อผู้บริโภค และการสร้างสรรค์อัตลักษณ์ตราสินค้า แนวทางการสร้างสรรค์ตราสินค้าที่ไม่สามารถพึ่งพาได้เพียงการสร้างภาพลักษณ์ หรือสื่อสารผ่านสัญญาณแบบดั้งเดิม แต่ต้องมีการออกแบบเชิงกลยุทธ์ที่ครอบคลุมทั้งการสื่อสารตัวตน, ความรู้สึก และองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่สามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับจิตวิญญาณ (Pine & Gilmore, 1998) การมุ่งสร้างความผูกพันทางการออกแบบ ด้วยทฤษฎีการออกแบบเชิงอารมณ์ผ่านการออกแบบสื่อที่หลากหลาย ที่เน้นการสร้างความผูกพันทางจิตใจ และประสบการณ์ที่มีความหมาย ไม่ใช่เพียงรูปลักษณ์หรือความสะดุดตาในการใช้งาน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายอย่างยั่งยืนแก่ผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

Emotional Design: การออกแบบเพื่อสร้างความผูกพันทางอารมณ์

การออกแบบเชิงอารมณ์ (Emotional Design) มาจากหนังสือ Emotional Design : Why We Love (Or Hate) Everyday Things โดย Don Norman เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้บริโภค และตราสินค้า (Norman, 2004) โดยเน้นให้ผู้บริโภครู้สึกเชื่อมโยง และผูกพันกับตราสินค้าในระดับจิตใจ ไม่ใช่เพียงแค่การใช้งานที่สะดวก หรือเพียงรูปลักษณ์ที่สวยงามเท่านั้น ผลลัพธ์ที่ดีจะสามารถดึงดูดผู้คนให้เข้ามาใช้งาน และการใช้งานที่ดีจะส่งผลดีต่ออารมณ์ของผู้ใช้ด้วยกัน (Norman, 2004)

มิติของการออกแบบเชิงอารมณ์ โดย Don Norman (2004) ได้นำเสนอแนวคิด Emotional Design โดยแบ่งปฏิกิริยาของมนุษย์ต่อการออกแบบออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1) ระดับวิสเซอร์ล (Visceral Level) การตอบสนองในระดับสัญชาตญาณ เช่น ความรู้สึกต่อสี, รูปทรง, กลิ่น หรือเสียงที่เกิดขึ้นทันที เป็นต้น 2) ระดับบีเฮเวียล (Behavioral Level) ความพึงพอใจที่เกิดจากการใช้งานผลิตภัณฑ์ เช่น ความง่าย, ความสะดวก, หรือความแม่นยำ เป็นต้น และ 3) ระดับรีเฟล็กทีฟ (Reflective Level) การสะท้อนถึงคุณค่าทางจิตใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์, การตีความจากประสบการณ์ส่วนตัว, การเชื่อมโยงกับความหมาย และคุณค่าทางอารมณ์ เช่น ความภูมิใจ, ความทรงจำ หรือค่านิยมส่วนบุคคลที่สะท้อนผ่านตราสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ โดยตัวอย่างการวิเคราะห์อัตลักษณ์การออกแบบกราฟิกของตราสินค้าแฟชั่น ร่วมกับมิติของการออกแบบเชิงอารมณ์ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 : การวิเคราะห์อัตลักษณ์การออกแบบกราฟิกของตราสินค้าแฟชั่น ร่วมกับมิติของการออกแบบเชิงอารมณ์ ของตราสินค้าชาแนล และไนกี้

ตราสินค้า	ชาแนล (Chanel)	ไนกี้ (Nike)
ลักษณะการออกแบบกราฟิก	ตัวอักษรแบบแซนส์เซอริฟ (Sans Serif), การจัดวางสมมาตร, ระยะการเว้นช่องไฟพอเหมาะ, เหนือกาลเวลา (Timeless), การใช้สีขาว และดำ	ตัวอักษรแบบแซนส์เซอริฟ (Sans Serif), ตัวหนา (Bold), ขนาดใหญ่เด่นชัด, การใช้สัญลักษณ์ swoosh (Swoosh), การเคลื่อนไหว, การใช้สีดำ
ระดับวิสเซอร์ล (Visceral Level)	ให้ความรู้สึกสะอาด, หูรหาคาลาสสิก, สร้างการจดจำ, กระตุ้นความประทับใจ	ให้ความรู้สึกเท่, แข็งแรง, ทันสมัย, กระตุ้นพลัง และการเคลื่อนไหว
ระดับบีเอเวียรัล (Behavioral Level)	ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้, ใช้งานง่าย, สอดคล้องกับภาพลักษณ์	ให้ความรู้สึกเหมือนนักกีฬาในชีวิตจริง, ใช้งานสะดวกสบาย
ระดับรีเฟล็กทีฟ (Reflective Level)	สะท้อนอัตลักษณ์ผู้บริโภค, สร้างความรู้สึกภูมิใจ, ยกระดับคุณค่าตนเอง	สะท้อนการเป็นนักกีฬา, ความเชื่อมั่นในตัวเอง, จิตวิญญาณนักต่อสู้

จากตารางการวิเคราะห์อัตลักษณ์การออกแบบกราฟิกของตราสินค้าแฟชั่น ร่วมกับมิติของการออกแบบเชิงอารมณ์ ของตราสินค้าชาแนล และไนกี้ แสดงให้เห็นว่าการสร้างสรรค์กราฟิกไม่ได้เพียงแค่นำมาสร้างภาพลักษณ์ที่สวยงาม แต่ช่วยสร้างความผูกพันทางอารมณ์ที่เชื่อมโยงผู้บริโภคตั้งแต่ความรู้สึกแรกสัมผัสไปจนถึงการสะท้อนตัวตนของผู้บริโภค

แนวคิดทั้งสามมิติของการออกแบบเชิงอารมณ์ตามแนวคิดของ Norman (2004) สามารถช่วยขยายความเข้าใจด้านการออกแบบกราฟิกเชิงพาณิชย์ (Commercial Graphic Design) เพื่อให้ นักออกแบบกราฟิกเข้าใจถึงลักษณะการสร้างความรู้สึกผูกพันระหว่างผู้บริโภคกับตราสินค้า และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราสินค้า ผ่านการออกแบบกราฟิกเชิงพาณิชย์ด้วยความเชื่อมโยงทางอารมณ์ การเชื่อมโยงระหว่างผู้บริโภค และตราสินค้าเกิดขึ้น ก็มีแนวโน้มที่จะพัฒนาความรู้สึกที่ดี และผูกพันกับตราสินค้ามากขึ้น (EthosApp, 2025) ทำให้นักออกแบบสามารถประยุกต์สู่ ภาวะความเชื่อเชิงไสยศาสตร์เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์และคุณค่าทางจิตใจของผู้บริโภคที่มีรสนิยม และความต้องการเปลี่ยนไปตามยุคสมัย ผ่านกราฟิกเชิงพาณิชย์ สร้างสรรค์ผลงานเพื่อตอบสนองในระดับจิตวิญญาณ สร้างความพึงพอใจจากการใช้งาน และสะท้อนคุณค่าทางจิตใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการออกแบบที่มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ทางอารมณ์กับผู้บริโภค

การขับเคลื่อนของภูมิปัญญาไสยศาสตร์ร่วมสมัย กับวิถีชีวิตของคนไทย

ภูมิปัญญาไสยศาสตร์ที่อยู่ร่วมกันในวิถีชีวิตคนไทย ถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ กราฟิกเชิงพาณิชย์ และอัตลักษณ์ตราสินค้า โดยการบูรณาการสู่ภาวะความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ที่ช่วยสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ และคุณค่าทางจิตใจให้กับผู้บริโภค ทั้งนี้ ลักษณะรูปแบบของ สัญญะความเชื่อมีการเปลี่ยนแปลงตามบริบททางสังคม และยุคสมัยที่ส่งผลต่อแนวทางการออกแบบ กราฟิกเชิงพาณิชย์ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละยุค



ภูมิปัญญาด้านไสยศาสตร์ (Superstition Wisdom) เป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านที่พัฒนาขึ้นตามกาลเวลาจากความเชื่อในสิ่งเหนือธรรมชาติ มีบทบาทสำคัญในสังคมไทยมาอย่างยาวนาน ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ ประกอบด้วย “ความเชื่อ” หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่ยึดมั่น และยอมรับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจมีเหตุผลหรือไม่มีเหตุผล และ “ไสยศาสตร์” หมายถึง ตำราทางไสย วิชาทางไสย ซึ่งเกี่ยวข้องกับเวทมนตร์คาถา เป็นถ้อยคำศักดิ์สิทธิ์ที่ปกริกรรมเพื่อให้บรรลุผลตามความประสงค์ โดยมีรากฐานจากลัทธิพราหมณ์ (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2567) ศาสตราจารย์ พระยาอนุมานราชธน (ยง เสฐียรโกเศศ) (2525) กล่าวถึงไสยศาสตร์ไว้ในชีวิตชาวไทยว่า ไสยศาสตร์ หมายถึง ความเกรงขามในสิ่งที่เข้าใจว่าอยู่เหนือธรรมชาติ หรือในสิ่งลึกลับ อันไม่สามารถทราบได้ด้วยเหตุผลตามหลักของวิทยาศาสตร์ และสิ่งนั้นอาจให้ หรือให้ร้ายแก่ผู้ที่เชื่อก็ได้ เมื่อมีความเชื่อ และความรู้สึกเช่นนี้แล้ว ก็สำแดงความเชื่อ และความรู้สึกนั้นออกเป็นรูปพิธีตรอง อันเนื่องด้วยคาถาอาคม และเวทย์มนต์คาถา เพื่ออำนวยประโยชน์ให้แก่ตนทั้งทางดีและชั่ว (รัตนภรณ์ เวียสุวรรณ, 2533) สำหรับภาษาอังกฤษ คำว่า “ไสยศาสตร์” มักแปลว่า “เมจิก” (Magic) หรือ “ซูเปอร์สติชัน” (Superstition) ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อในสิ่งที่พิสูจน์ไม่ได้ โดยเมจิกมุ่งเน้นการกระทำเพื่อบังคับหรือเปลี่ยนแปลงสิ่งเหนือธรรมชาติ และส่วนซูเปอร์สติชันเน้นที่ความเชื่อส่วนบุคคลซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมและวัฒนธรรม (รัตนภรณ์ เวียสุวรรณ, 2533)

ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ไม่เพียงแต่เป็นความรู้เกี่ยวกับเวทมนตร์คาถา และการปกริกรรมเพื่อบรรลุผลตามความประสงค์ แต่ยังเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการควบคุม หรือป้องกันสิ่งที่ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยหลักการทางวิทยาศาสตร์ การทำความเข้าใจเรื่องไสยศาสตร์เป็นเรื่องของความเชื่อส่วนบุคคล ที่สะท้อนให้เห็นถึง วิธีการที่คนในสังคมพยายามควบคุมสิ่งที่ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยเหตุผล หรือหลักการทางวิทยาศาสตร์ มาจนถึงปัจจุบัน (วนิดา ขำเขียว, 2552)

อิทธิพลของลักษณะความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ กับสังคมไทยในปัจจุบัน พระชลญาณมุนี (2564) ได้ศึกษา และสรุปปรากฏการณ์ทางความเชื่อที่เกิดขึ้นในสังคมไทยยุคปัจจุบันได้ หลายลักษณะ เช่น ความเชื่อเรื่องผี ความเชื่อในวิญญาณ, ความเชื่อตามบรรพบุรุษ, ความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา, ความเชื่อเรื่องเทพเจ้า, ความเชื่อตามคำเล่าลือ, ความเชื่อตามคำโฆษณา, ความเชื่อเพราะความศักดิ์สิทธิ์, ความเชื่อเกี่ยวกับการรักษาโรค, ความเชื่อเกี่ยวกับความสุข และความเชื่อเกี่ยวกับความรัก เป็นต้น

อิทธิพลของความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ต่อสังคมไทยในปัจจุบันสะท้อนความต้องการพึ่งพิงทางใจของมนุษย์ ซึ่งเกิดจากการรับรู้ผ่านประสบการณ์ ความรู้สึก และการเรียนรู้ทางสังคม โดยเฉพาะในบริบทของสังคมไทยที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม สัญลักษณ์เหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือทางจิตวิญญาณที่ใช้เพื่อเสริมสิริมงคล หรือป้องกันภัยอันตราย แต่ยังสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน (พิรวัส อินทวิ และคณะ, 2020)

การขยายตัวของความเชื่อในสัญลักษณ์ทางไสยศาสตร์ ในรูปแบบของวัตถุมงคลไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะในสังคมไทยเพียงเท่านั้น อีกทั้งยังปรากฏในวัฒนธรรมความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ของหลาย

ประเทศทั่วโลก เช่น การให้พระแซงหนิว (Che Kung Miu) เพื่อขอพรด้านโชคลาภในเขตบริหารพิเศษฮ่องกง (Hong Kong Special Administrative Region) ของสาธารณรัฐประชาชนจีน (People's Republic of China), การขอพรจากเทพเจ้าจันทรา (เยว้เหล่าเยว้) ในสาธารณรัฐจีน (Republic of China หรือ ไต้หวัน), การพกพาเครื่องรางโอมามิโริ (Omamori) ในประเทศญี่ปุ่น, การเชื่อสัญลักษณ์นำโชคอย่างเกือกม้า (Horseshoe หรือ Lucky Horseshoe) ในสหราชอาณาจักร และไอร์แลนด์เหนือ (United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland), สัญลักษณ์ของเครื่องรางตาข่ายดักฝัน (Dreamcatcher) ของกลุ่มอเมริกันอินเดียน (Native American) โดยเฉพาะชนเผ่าโอจิเบเว (Ojibwe), ความเชื่อเรื่องสัญลักษณ์ของเครื่องรางดวงตาปีศาจ (Evil Eye) ในประเทศกรีซ (Greece) และในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง (Middle East) เป็นต้น

ในยุคดิจิทัล สัญลักษณ์ทางไสยศาสตร์ไม่ได้จำกัดในมิติด้านศาสนา หรือพิธีกรรม แต่ได้เข้าสู่ชีวิตประจำวันของคนไทยในรูปแบบใหม่ที่มีความร่วมสมัย เช่น การใช้เครื่องรางที่มีรูปแบบทันสมัย, การสีกยันต์ในสไตลโมเดิร์น หรือแม้กระทั่งการออกแบบอัตลักษณ์ตราสัญลักษณ์ที่แฝงความหมายเชิงสัญลักษณ์จากความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ เพื่อสร้างความรู้สึกร่มเย็นใจ และปลอดภัยให้กับผู้ใช้งาน (พรธชา เครือคล้าย และ นพดล อินทร์จันทร์, 2023) สัญลักษณ์ที่เคยถูกจำกัดในมิติของศาสนา และความเชื่อถูกเปลี่ยนแปลงบริบทเพื่อให้เข้ากับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ ที่แม้จะอยู่ท่ามกลางเทคโนโลยี และความทันสมัยแต่ก็ยังต้องการสิ่งยึดเหนี่ยวทางจิตใจ

วิวัฒนาการสัญลักษณ์ทางไสยศาสตร์ในมิติด้านศาสนาในสังคมไทย เช่น พระเครื่อง มีวิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย จากเครื่องรางของขลังในสมัยก่อนกรุงศรีอยุธยา (ประมาณพุทธศตวรรษที่ 18) ที่เป็นสัญลักษณ์ความเชื่อในพลังอำนาจที่ปกป้องคุ้มครองให้ปลอดภัยจากภัยอันตราย วัสดุที่ใช้เป็นทองสัมฤทธิ์ หรือทองคำ และมีลวดลายที่สื่อถึงพลังความศักดิ์สิทธิ์ของพระพุทธเจ้า และความเชื่อท้องถิ่น (เกริกเกียรติ ไพบูลย์ศิลป์, 2549) ภายหลังสมัยกรุงศรีอยุธยา (พ.ศ. 1893-2310) การทำพระเครื่องมีความประณีตสูงขึ้น การใช้วัสดุที่หลากหลาย มีการทำพระเครื่องเพื่อการทำบุญ สืบทอดพระพุทธศาสนา ต่อมาในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ช่วงสมัยรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อความเชื่อเกี่ยวกับพระเครื่องจากฐานะสัญลักษณ์แห่งศรัทธาในพระพุทธศาสนา ขยายความหมายไปสู่การตอบสนองต่อความต้องการด้านโชคลาภ และความมั่งคั่งของผู้บูชาในยุคปัจจุบัน (เกริกเกียรติ ไพบูลย์ศิลป์, 2549)

อีกหนึ่งสัญลักษณ์ทางไสยศาสตร์ที่มีบทบาทสำคัญในความเชื่อของสังคมไทย เช่น ตะกรุด ที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านวัสดุ, รูปแบบ และบทบาทการใช้งานตามยุคสมัย ได้แก่ ช่วงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น (ช่วงระยะ พ.ศ. 2325-2400) ตะกรุดนิยมสร้างจากโลหะ, ทองเหลือง หรือเหล็ก โดยมีลักษณะเป็นกระบอกขนาดเล็ก บรรจุยันต์ หรือคาถาเพื่อป้องกันภัย และเสริมโชคลาภ ต่อมา ช่วงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนกลาง ถึงช่วงปลาย (ช่วงระยะ พ.ศ. 2400-2475) มีการพัฒนาตะกรุดให้มีลวดลาย และการตกแต่งที่สวยงามมากขึ้น เพื่อสะท้อนถึงสถานะทางสังคมของผู้ครอบครอง จนถึงสมัยตะกรุดได้รับการออกแบบให้มีความทันสมัย ประดับตกแต่งด้วยอัญมณีและสร้างสรรค



เป็นเครื่องประดับ เช่น สร้อยข้อมือ เพื่อให้เหมาะสมกับวิถีชีวิต สะท้อนความเป็นตัวตน และช่วยเสริมความเชื่อด้านการปกป้อง และเสริมโชคชะตา (ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ, 2020)

จากความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ในอดีต สู่คำว่า “มูเตลู” หรือ “สายมู” มีรากฐานจากภาพยนตร์อินโดนีเซียเรื่อง Penangkal limu Teluh (ค.ศ.1979) (นฤพนธ์ ดัวงวิเศษ, 2565 อ้างถึงใน innnews) แต่ในสังคมไทยได้ผ่านการเปลี่ยนแปลงความหมาย (Semantic Shift) กลายเป็นกระแสความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ร่วมสมัยที่ผสมผสานเข้ากับวิถีชีวิตเมือง ลดทอนความลึกลับและความร้ายแรงจากอดีต และกลายเป็นสิ่งที่เข้าถึงได้ง่ายสำหรับผู้บริโภครุ่นใหม่ที่แสวงหาความหวังและกำลังใจจากสิ่งเหนือธรรมชาติ ปรากฏการณ์นี้ยังได้รับแรงขับเคลื่อนจากบุคคลมีชื่อเสียง ดารา นักแสดง และอินฟลูเอนเซอร์ที่ใช้เครื่องรางของขลังในฐานะเครื่องประดับหรือประกอบพิธีกรรมเสริมโชคชะตา (ธิดารัตน์ สมบุญ, 2566 อ้างถึง เกษม เพ็ญภินันท์)

ปัจจุบัน การมูเตลูกลายเป็นองค์ประกอบทางวัฒนธรรมร่วมสมัย ที่ผสมผสานจิตวิญญาณเข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภค ความเชื่อในมูเตลู (ความเชื่อในเชิงไสยศาสตร์) ไม่ใช่เพียงการสวมใส่ หรือครอบครองวัตถุมงคล แต่ยังรวมถึงพิธีกรรม และการปฏิบัติตนเหมือนกับในอดีตอีกด้วย เช่น การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์, การประกอบพิธีทางศาสนา และการปฏิบัติตามข้อกำหนดของความเชื่อ เป็นต้น การมูเตลูไม่เพียงเป็นความเชื่อในมิติทางไสยศาสตร์เท่านั้น แต่ยังกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมร่วมสมัยที่ผสมผสานจิตวิญญาณกับการบริโภคในโลกยุคใหม่

การขับเคลื่อนความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ในยุคดิจิทัล เกิดขึ้นจากปัจจัยการขยายตัวของสังคมเมือง และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่งผลให้ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ได้รับการปรับเปลี่ยนรูปแบบวิถีปฏิบัติ และการสื่อสารให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตร่วมสมัย ปรากฏการณ์ของวิถีปฏิบัติทางความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ในรูปแบบสัญลักษณ์บนพื้นที่ดิจิทัล เช่น ตราสินค้าระวิภา (RAVIPA) ภายใต้คอลเล็กชัน Reminder Collection สร้อยข้อมือศักดิ์สิทธิ์ที่ผสมผสานความเชื่อทางจิตวิญญาณเข้ากับแฟชั่นสมัยใหม่ THE STANDARD TEAM, 2021), วอลเปเปอร์มูเตลูของมูเตเวิร์ล (Mootae World) เป็นนวัตกรรมที่เปลี่ยนการพกพาเครื่องรางแบบดิจิทัล สามารถปรับแต่งตามความเชื่อ และความต้องการของผู้ใช้แก่ผู้บริโภคยุคดิจิทัล (Ad Addict, 2022) เป็นต้น การสร้างสรรค์กราฟิกวอลเปเปอร์เสริมดวงชะตาในยุคดิจิทัล ไม่เพียงแต่เป็นสัญลักษณ์ หรือเครื่องรางทางวัตถุมงคลทางจิตใจ แต่ยังสะท้อนถึงการต่อสู้กับความไม่แน่นอนในชีวิตด้วยการพึ่งพาสิ่งเหนือธรรมชาติผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล (ศิริภัสสร สุรกีรติกุล, 2566), การใส่เสื้อสีตามวันเพื่อเสริมมงคล หรือการใช้เทคโนโลยีโลกเสมือนจริง (Virtual Reality) เพื่อสักการะองค์เทพ 24 ชั่วโมง เป็นต้น

ปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงวิถีปฏิบัติด้านความเชื่อที่มีรูปแบบทันสมัยในยุคดิจิทัล ไม่เพียงแต่การบริโภคเพื่อความสวยงามเท่านั้น แต่แสดงออกถึงความศรัทธา การสร้างความหวังและความรู้สึกมั่นใจในระดับจิตวิญญาณ ผ่านการสร้างสัญลักษณ์เชิงไสยศาสตร์ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งมีความแตกต่างจากวิถีปฏิบัติด้านความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ในอดีต สะท้อนถึงการปรับตัวของความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ที่ตอบสนองความต้องการในระดับจิตวิญญาณยุคดิจิทัล และการดำรงอยู่ของความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ในยุคปัจจุบัน

ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ในสังคมไทยยุคดิจิทัล อาจกล่าวได้ว่า ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ไม่ได้ลดลงตามความทันสมัยของเทคโนโลยี หากแต่ถูกเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตด้านความเชื่อ โดยการประยุกต์ใช้สัญลักษณ์และเครื่องรางต่างๆ ให้อยู่ในรูปแบบที่กลมกลืน กับวิถีชีวิตอย่างร่วมสมัย เช่น วอลเปเปอร์มือถือเพื่อเสริมดวงชะตาที่กลายเป็นวัตถุมงคลใหม่ในโลกออนไลน์, การตั้งชื่อผู้ใช้งานบนโซเชียลมีเดียที่มีสัญลักษณ์ หรือตัวเลขมงคล หรือแม้กระทั่งการจัดพิธีบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ผ่านการไลฟ์สดริมฝั่ง (live streaming) เป็นต้น

บริบทของสัญญาณความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ในสังคมไทย ได้ขยายความหมายมากขึ้นจากอดีต เกิดขึ้นจากผลกระทบหลายปัจจัยทั้งด้านวัฒนธรรม, เศรษฐกิจ และสังคม ปัจจุบันความเชื่อด้านไสยศาสตร์ไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เพียงในกรอบของวัฒนธรรม, ศาสนา, ความลึกลับ หรือความเชื่อพื้นบ้านที่ไม่สามารถพิสูจน์ได้ทางวิทยาศาสตร์ หากยังสามารถตีความเชิงนัยทางสังคม และจิตวิญญาณในฐานะเครื่องมือสร้างความมั่นใจ ความหวัง และความมั่นคงภายในจิตใจ ท่ามกลางสภาวะแวดล้อมที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอน และการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์เหล่านี้จึงดำรงอยู่ในรูปแบบที่ยืดหยุ่น และสามารถปรับตัวให้เข้ากับวิถีชีวิตสมัยใหม่ได้

การขับเคลื่อนของ “ภูมิปัญญาความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ร่วมสมัย” กับวิถีชีวิตของคนไทย จึงไม่ได้เกิดจากความล้าหลังของวัฒนธรรม แต่กลับเป็นการปรับตัวของระบบความเชื่อที่ยืดหยุ่น และสามารถตอบสนองต่อความต้องการทางอารมณ์ และจิตวิญญาณของผู้คนในยุคดิจิทัลได้อย่างมีนัยสำคัญ สัญญะจากความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ต่าง ๆ เช่น ตะกรุด, ยันต์, พระเครื่อง หรือเครื่องราง ถูกประยุกต์ให้อยู่ในบริบทของผลิตภัณฑ์ และการบริการในยุคสมัยใหม่ รวมไปถึงการนำเสนอในโลกดิจิทัล ทั้งในรูปแบบแอปพลิเคชัน หรือพื้นที่เสมือนจริง (Virtual Space) ซึ่งเป็นพื้นที่ของคนรุ่นใหม่อย่างเจนเนอเรชั่นซี ที่มีวิถีชีวิต และปฏิสัมพันธ์ผ่านเทคโนโลยีเป็นหลัก

การประยุกต์สัญญาณความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ สู่ออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้า และการออกแบบกราฟิกเชิงพาณิชย์ สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นซี

การออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้า (Brand Identity Design) เป็นกระบวนการสำคัญสำหรับการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองบางอย่างเพื่อการอธิบายตัวตน อันเป็นการสร้างความเหมือน หรือความแตกต่างจากผู้อื่น สะท้อนผ่านการบริโภคสัญญาณที่แฝงอยู่ในวัตถุ หรือผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถสื่อสารถึงตัวตนที่ผู้บริโภคต้องการนำเสนอ (สิริปริยา, 2566)

การประยุกต์สัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ (Superstitious Symbols) สำหรับการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้า และการออกแบบกราฟิกเชิงพาณิชย์ เป็นแนวทางที่สามารถสร้างตัวตนที่ผูกพันทางอารมณ์ ด้วยสัญลักษณ์ (Symbol) ที่มีความหมายเชื่อมโยงกับค่านิยมของผู้บริโภค

ปัจจุบันยุคดิจิทัล สัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ได้เปลี่ยนแปลงจากความเชื่อทางศาสนา หรือพิธีกรรมในอดีต กลายเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ, การสื่อสารเชิงธุรกิจ และการตลาด



สมัยใหม่ สัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ได้รับการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละยุคสมัย เพื่อแสดงออกถึงความต้องการ และความศรัทธา โดยในยุคปัจจุบัน ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลมีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ทั้งด้านรูปแบบและการทำงาน เช่น พระเครื่องรูปแบบมินิมอล, วัตถุของขลังที่กลมกลืนกับการแต่งกาย, วัตถุมงคลปีเถาะที่ประยุกต์เป็นเครื่องประดับ เป็นต้น การประยุกต์สัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์สร้างความดึงดูดแก่ผู้บริโภคที่เชื่อในพลังเหนือธรรมชาติที่เกิดจากรากฐานทางวัฒนธรรมอย่างร่วมสมัย ส่งผลให้ตราสินค้าสามารถสร้างความสัมพันธ์ระดับจิตวิญญาณแก่ผู้บริโภค สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่าธรรมเนียมการบริโภคจากวัฒนธรรมความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ยังคงแทรกซึมอยู่ในปัจจุบัน

หลักการวิเคราะห์สัญลักษณ์จากทฤษฎีของฌ็อง โบดริยาร์ด (Jean Baudrillard) (1968) ในหนังสือ the system of objects ชี้ให้เห็นประเด็นการวิเคราะห์ “สัญลักษณ์ในฐานะความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ และวัตถุ” (ศิริปริยา กันตะปิติ, 2566 อ้างถึง กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2553, น. 463-464) โดยวิเคราะห์ว่า วัตถุไม่ใช่เพียงสิ่งที่มนุษย์บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐาน แต่ยังเป็นตรรกะของการบริโภค (logic of consumption) ที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ผ่านสัญลักษณ์ที่ซับซ้อนระหว่างผู้บริโภค และวัตถุ ได้แก่ ตรรกะมูลค่าใช้สอย (logic of use value), ตรรกะมูลค่าการแลกเปลี่ยน (logic of exchange value), ตรรกะมูลค่าการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (logic of symbolic exchange value) และ ตรรกะของมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ (logic of sign value) ในตรรกะของมูลค่าเชิงสัญลักษณ์นี้วัตถุกลายเป็นสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสารความหมาย และสร้างความแตกต่างทางสังคม (เมื่อสถานะของวัตถุถูกเปลี่ยนเป็นสัญลักษณ์ที่ช่วยให้ผู้บริโภคสร้างตัวตนและสถานภาพทางสังคม)

มิติของกระบวนการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้า และการออกแบบกราฟิกเชิงพาณิชย์ที่เชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ และอารมณ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล จากการศึกษาศึกษาที่สามารถประยุกต์ใช้สำหรับการพัฒนาแนวทางการออกแบบ ไม่เพียงแต่พิจารณาด้านการออกแบบเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงอารมณ์และความเชื่อของผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดยมีองค์ประกอบหลายมิติประกอบร่วมกัน ได้แก่

1) มิติความหมายของสัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ การใช้สัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อเชิงไสยศาสตร์สามารถกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกในระดับจิตวิญญาณของผู้บริโภค ซึ่งอาจทำให้เกิดความรู้สึกเชิงบวก หรือเชิงลบ และกระตุ้นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีความเชื่อเกี่ยวกับโชคลาภหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (Singh, 2021)

2) มิติด้านการสร้างสรรคงานออกแบบ เช่น ด้านองค์ประกอบการออกแบบกราฟิก (Graphic Design Elements) มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารความหมายทางจิตวิทยา เช่น การเลือกสี (Color) ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายตามบริบททางวัฒนธรรมความเชื่อ จึงเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการสื่อสารที่มีความหมายและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค (Interaction Design Foundation - IxDF, 2021)

3) มิติด้านรูปแบบที่เหมาะสมกับรสนิยมสมัยใหม่ การประยุกต์ใช้สัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ในรูปแบบที่ทันสมัยเป็นกุญแจสำคัญในการดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคในยุคดิจิทัล การออกแบบที่เหมาะสมกับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของผู้บริโภคมีผลสำคัญในการดึงดูดผู้บริโภคในตลาดที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Olavarrieta & Friedmann, 2020)

การนำเสนอสัญญาณจากความเชื่อเชิงไสยศาสตร์สำหรับผู้บริโภคยุคดิจิทัล กรณีกลุ่มผู้บริโภค

เจนเอเรชั่นซี ที่เติบโตมากับเทคโนโลยีดิจิทัล และอินเทอร์เน็ต ที่มีพฤติกรรม, ค่านิยมเฉพาะ และการมีประสบการณ์ดิจิทัลที่รวดเร็ว(Digital First) (Mancini, 2024) สิ่งเหล่านี้สะท้อนผ่านการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ การนำเสนอสัญญาณความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ ไม่เพียงแต่ตอบสนองความงามในเชิงทัศนคติ แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงกับความเชื่อ และค่านิยมส่วนบุคคลออกแบบต้องคำนึงถึงการสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์ที่เชื่อมโยงในระดับจิตใจ และตัวตนการใช้แนวคิดการออกแบบเชิงอารมณ์

จึงกลายเป็นกุญแจสำคัญในการออกแบบที่สามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มเจนเอเรชั่นซีได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การผสมผสานระหว่างความเชื่อดั้งเดิมกับเทคโนโลยี, การเลือกรูปแบบสัญญาณเชิงไสยศาสตร์ที่สะท้อนตัวตนและค่านิยมส่วนบุคคล, การเลือกสัญญาณเชิงไสยศาสตร์ในบริบทของการแสดงออกบนพื้นที่ดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างตัวตน หรือความมั่นใจ หรือการเลือกสัญญาณเชิงไสยศาสตร์ภายใต้แนวคิดความยั่งยืน เป็นต้น

การพัฒนาสัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ให้เหมาะสมกับผู้บริโภคยุคดิจิทัล โดยเฉพาะมิติของการออกแบบกราฟิกเชิงพาณิชย์ นักออกแบบต้องคำนึงถึงหลายปัจจัย เช่น การบูรณาการออกแบบกับเทคโนโลยีที่ยังคงความหมายของสัญญาณเชิงไสยศาสตร์, การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์, การแสดงค่านิยมความเชื่อส่วนบุคคลในบริบทโลกดิจิทัล เป็นต้น ที่สามารถเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันได้ การออกแบบที่สร้างประสบการณ์จากสัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ที่ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการในเชิงความงามตามยุคสมัย และการใช้งาน แต่ยังมีคามหมายทางจิตวิญญาณที่สอดคล้องกับความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายช่วยสร้างประสบการณ์ที่ลึกซึ้ง และยั่งยืนในตลาดเชิงพาณิชย์

กรณีศึกษาการสร้างสรรค์อัตลักษณ์ตราสินค้าเครื่องประดับจากวัสดุซิลเวอร์เคลย์ ด้วยแนวคิด

ภูมิปัญญาด้านไสยศาสตร์ สำหรับกลุ่มเจนเอเรชั่นซี พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจเรื่องความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ด้านโชคลาภ, การเงิน และการเรียน โดยการใช้สัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเสริมโชค และพลังบวกในชีวิต แนวทางการออกแบบด้านรูปแบบตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสมควรเป็นเครื่องหมายภาพ หรือเครื่องหมายที่ไม่มีคามหมายโดยตรง และด้านรูปแบบเครื่องประดับที่เหมาะสมเป็นรูปแบบเชิงศิลปะสร้างสรรค์ที่สามารถตอบสนองความต้องการแบบยูนิเซ็กซ์ (Unisex) หรือเหมาะสมกับทุกเพศ (วิชฎาดา สิ้นสุริยะ, 2567)



กรณีศึกษาการสร้างสรรควอลเปเปอร์เครื่องรางดิจิทัลได้รับอิทธิพลจากวิวัฒนาการเครื่องรางของขลังในอดีต การสร้างสรรค์เครื่องรางดิจิทัลวอลเปเปอร์เสริมดวงลวดลายพระพิฆเนศที่เชื่อมโยงกับประติมากรรมรูปเคารพ และสัญลักษณ์เชื่อเรื่องการขจัดอุปสรรค และประทานความมั่งคั่ง เมื่อพื้นที่ความเชื่อปรากฏอยู่ในรูปแบบเครื่องรางดิจิทัลที่ทันสมัย การสร้างสรรค์จึงปรับให้เหมาะสมตามยุคสมัย เพื่อการเพิ่มสุนทรียศาสตร์ และดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็น (ศิริภัสสร สุรกีรติกุล, 2566)

กระบวนการประยุกต์สัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ กับการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้า และการออกแบบกราฟิกเชิงพาณิชย์ สำหรับผู้บริโภคกลุ่มยุคดิจิทัล เป็นกลยุทธ์ที่สามารถสื่อสารการสร้างควมหวัง, สร้างความเชื่อมั่น และการปกป้องจากสิ่งที่ไม่แน่นอน ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภค และตราสินค้า ตามแนวคิดของ Norman (2004) ระดับการรับรู้เชิงอารมณ์ในระดับที่ลึกซึ้งที่ตอบสนองต่อค่านิยมส่วนบุคคล กลายเป็นเครื่องมือที่บ่งบอกอัตลักษณ์ของผู้บริโภคในระดับที่มองเห็นได้ และระดับที่แฝงอยู่ในจิตใต้สำนึก เป็นกลไกการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตราสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

การสร้างสรรค์อัตลักษณ์ตราสินค้า และกราฟิกเชิงพาณิชย์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ และอารมณ์ของผู้บริโภคยุคดิจิทัล เป็นแนวทางการออกแบบที่ต้องคำนึงถึงหลายมิติร่วมกัน เช่น มิติด้านความหมายของสัญลักษณ์ที่สะท้อนความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ และกระตุ้นอารมณ์เชิงบวก, มิติด้านองค์ประกอบทางการออกแบบกราฟิกที่สื่อสารผ่านองค์ประกอบทางการออกแบบที่ตอบสนองความงาม และความทันสมัย, มิติด้านประสบการณ์ทางอารมณ์ที่เชื่อมโยงกับตัวตน และค่านิยมของผู้บริโภคยุคดิจิทัล เป็นต้น ซึ่งการประยุกต์ใช้สัญลักษณ์เชื่อรูปแบบร่วมสมัยเช่นนี้ ช่วยส่งเสริมให้การสร้างสรรค์อัตลักษณ์ตราสินค้ามีความหมายลึกซึ้ง ตอบสนองความต้องการด้านอารมณ์ และจิตวิญญาณ สามารถสร้างคุณค่าให้แก่ตราสินค้าได้อย่างยั่งยืนในบริบทของผู้บริโภคยุคดิจิทัล

บทสรุป

บทความนี้สรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์สัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ในการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้า และกราฟิกเชิงพาณิชย์สำหรับผู้บริโภคยุคดิจิทัล โดยเน้นการเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมความเชื่อพื้นบ้านกับประสบการณ์ทางอารมณ์ และตัวตนของผู้บริโภค การศึกษาชี้ให้เห็นว่าแม้บริบทสังคมและเทคโนโลยีจะเปลี่ยนแปลงไป รูปแบบสัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ยังคงสามารถปรับตัวให้เข้ากับวิถีชีวิตร่วมสมัย สื่อสารความหมายเชิงจิตวิญญาณ และสร้างความผูกพันทางอารมณ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทางการสร้างสรรค์อัตลักษณ์ตราสินค้า และกราฟิกเชิงพาณิชย์ ที่เชื่อมโยงกับสัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ สำหรับผู้บริโภคยุคดิจิทัล สามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อนักออกแบบ

พิจารณาเชื่อมโยงสามมิติหลัก ได้แก่ ความหมายของสัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์, องค์ประกอบ การออกแบบกราฟิก, และประสบการณ์ทางอารมณ์ของผู้บริโภค การนำสัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ มาประยุกต์ให้เข้ากับบริบทสมัยใหม่ หรือร่วมกับเทคโนโลยียุคดิจิทัล ช่วยสร้างความเชื่อมโยงทาง จิตวิญญาณ และอารมณ์

ทำให้ผู้บริโภครู้สึกผูกพันสะท้อนตัวตนได้ในระดับลึก ผลการศึกษายังยืนยันว่า การประยุกต์ สัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ในรูปแบบร่วมสมัย เช่น ตราสินค้าเครื่องประดับจากความเชื่อ หรือ วอลเปเปอร์เครื่องรางดิจิทัล ไม่เพียงแต่ตอบสนองของความงามและความทันสมัย แต่ยังตอบสนอง อารมณ์ และจิตวิญญาณของผู้บริโภคยุคดิจิทัล

สัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์จากอดีตจนถึงปัจจุบัน มีลักษณะการใช้รูปแบบสัญลักษณ์ (symbol) สำหรับการสื่อสาร เพื่อสร้างการรับรู้ และความศรัทธาของพลังอำนาจเหนือธรรมชาติที่ แฝงความหมายดั้งเดิม แต่อิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงจากเศรษฐกิจ และสังคมในปัจจุบัน ส่งผล ต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบสัญลักษณ์ดั้งเดิมในอดีตสู่การสร้างสรรคูปแบบใหม่อย่างร่วมสมัย ตามบริบททางสังคม สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่า รูปแบบสัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ไม่เพียงแต่ ยังคงรักษาความหมายดั้งเดิมเกี่ยวกับความศรัทธา และพลังเหนือธรรมชาติ แต่ยังสามารถปรับ รูปแบบได้ตามการเปลี่ยนแปลงจากบริบททางสังคม และสามารถสะท้อนมุมมองทางความเชื่อระดับ จิตวิญญาณ และตัวตนของผู้ใช้งานในปัจจุบัน

แนวทางการพิจารณาออกแบบกราฟิกสัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ ต้องวิเคราะห์ บริบททางวัฒนธรรมอย่างรอบด้าน เช่น ความหมายดั้งเดิม, การเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย และ ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น นักออกแบบควรทดลองปรับรูปแบบสัญลักษณ์ให้ร่วม สมัยที่สามารถใช้งานได้จริง และต้องระมัดระวังไม่ให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อค่านิยม หรือวัฒนธรรม ดั้งเดิม การปรับรูปแบบนี้สามารถรวมทั้งการออกแบบกราฟิก, อัดลัษณ์ตราสินค้า และประสบการณ์ ดิจิทัล โดยเน้นการสร้างสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงอารมณ์และตัวตนของผู้บริโภคยุคดิจิทัลอย่างเหมาะสม และมีความหมายเชิงวัฒนธรรม เช่น การรูปแบบการสร้างสรรคเครื่องราง หรือสัญลักษณ์เชิงไสยศาสตร์ ที่สามารถปรากฏในวอลเปเปอร์ดิจิทัล, เครื่องประดับ หรือผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองวิถีชีวิตของผู้บริโภค ในยุคดิจิทัล เป็นต้น

ภายใต้การพิจารณาระหว่าง แนวทางการออกแบบเชิงอารมณ์ และการออกแบบอัตลักษณ์ ตราสินค้า หรือกราฟิกเชิงพาณิชย์ที่ผสานสัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ ช่วยสร้างประสบการณ์ เชื่อมโยงกับตัวตน และค่านิยมส่วนบุคคลของผู้บริโภคยุคดิจิทัล ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า การออกแบบ เชิงอารมณ์ในระดับปริเฟล็กซ์ทึฟ สามารถตอบสนองต่อความรู้สึกและค่านิยมส่วนบุคคล พร้อมทั้ง สร้างสัญลักษณ์ที่สะท้อนทั้งวัฒนธรรมและความเชื่อเฉพาะตัวของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน ช่วยส่งเสริม ให้แนวทางการออกแบบเข้าถึงความรู้สึก และแรงจูงใจที่เกิดจากความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ เช่น การ สร้างความรู้สึกมั่นใจ เสริมโชค หรือการปกป้องจากสิ่งไม่แน่นอน เป็นต้น

แนวทางการทดลอง และสร้างสรรค์การประยุกต์สัญลักษณ์ความเชื่อเชิงไสยศาสตร์ในการออกแบบ



อัตลักษณ์ตราสินค้า และกราฟิกเชิงพาณิชย์สำหรับผู้บริโภคยุคดิจิทัล สำหรับนักออกแบบ ควรพิจารณาการศึกษาเปรียบเทียบผลงานออกแบบระหว่างการใช้สัญลักษณ์แบบดั้งเดิม และแบบร่วมสมัย เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบต่อความรู้สึกเชิงอารมณ์ของผู้บริโภค เช่น การใช้สัญลักษณ์โซคลาบบแบบดั้งเดิม กับรูปแบบร่วมสมัยที่ปรับให้เหมาะกับวิถีชีวิตในยุคดิจิทัล เป็นต้น เพื่อตรวจสอบแนวทางการออกแบบที่สามารถสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์ และความผูกพันได้ในระดับใด การเก็บข้อมูลเหล่านี้สามารถนำไปปรับปรุงแนวทางการออกแบบ เพื่อตอบสนองต่อด้านความงาม ความหมาย และคุณค่าทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตราสินค้าในเชิงพาณิชย์ได้

คำประกาศการใช้ปัญญาประดิษฐ์

ระหว่างการจัดทำผลงานนี้ ผู้เขียนได้ใช้ ChatGPT ของ OpenAI เพื่อช่วยเรียบเรียงและปรับภาษาวิชาการให้ชัดเจนและเหมาะสม โดยไม่ได้ใช้เครื่องมือดังกล่าวในการสร้างเนื้อหาใหม่ แทนผู้เขียน หลังการใช้ผู้เขียนได้ตรวจสอบ แก้ไข และรับผิดชอบเนื้อหาทั้งหมดด้วยตนเอง

Declaration of AI Usage

During the preparation of this work, the author utilized OpenAI's ChatGPT to assist in organizing and refining academic language for clarity and appropriateness. The tool was not used to generate new content on behalf of the author. Following its use, the author reviewed, edited, and assumes full responsibility for all content.

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2568). 10 ธุรกิจที่โดดเด่นและน่าจับตามอง ปี 2568. Retrieved from [\[https://www.dbd.go.th/news/1729012568\]](https://www.dbd.go.th/news/1729012568)(<https://www.dbd.go.th/news/1729012568>)
- เกริกเกียรติ ไพบูลย์ศิลป์. (2549). กำเนิดและวิวัฒนาการของพระเครื่องในสังคมไทยตั้งแต่สมัยก่อนกรุงศรีอยุธยาถึงปัจจุบัน. (ภาคนิพนธ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:274103
- ชีษะวัธน์ ศิริโปล์, ทิตพงษ์ สุทธิรัตน์. (2564). วัฒนธรรมการบริโภคตราสินค้ากับการนิยามตัวตนและอัตลักษณ์ของผู้บริโภคผ่านการเลือกซื้อตราสินค้า. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร. พระนคร, 6(2), 77–91.
- ฉัตรรัตน์ สมบุญ. (2566). มองอย่างเข้าใจ ไสยศาสตร์ในวิถีเมือง ตัวช่วยรับมือโลกป่วนและความเปลี่ยนแปลง. สืบค้นจาก <https://www.chula.ac.th/highlight/144639/>
- นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ. (2565). มูเตลู: มานุษยวิทยาของเครื่องรางของขลังและโซคลาภ. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). <https://sac.or.th/portal/th/article/detail/328>

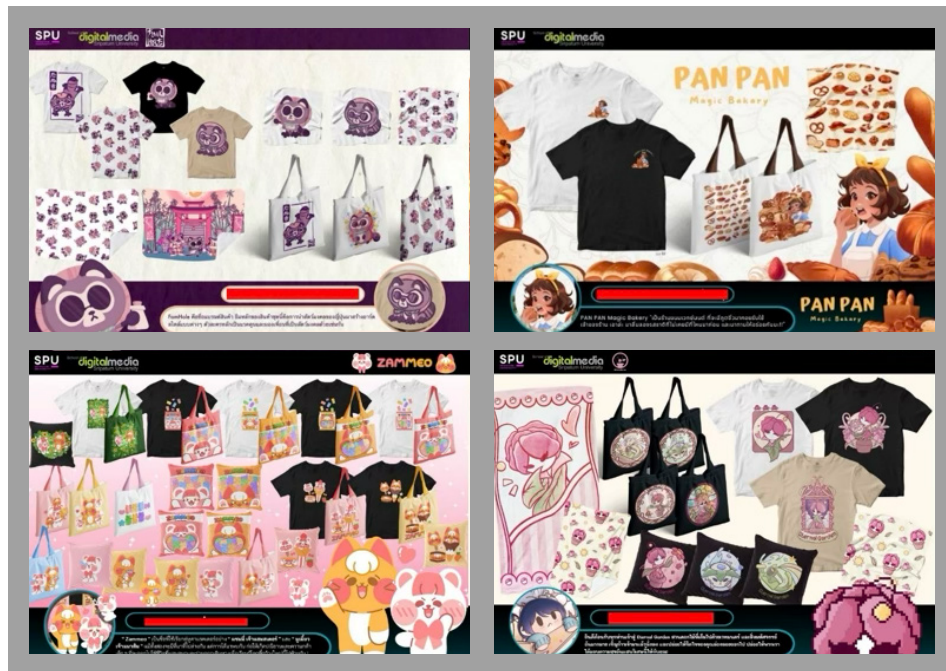
- พรรษา เครือคล้าย, นพดล อินทร์จันทร์. (2566). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากลายสักยันต์ไทย สำหรับกลุ่มคนเจนเอเรชั่นวาย. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร, 3(2), 99–115. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/issc/article/view/250660>
- พีรวัส อินทวิ, สุทัศน์ ประทุมแก้ว, พระครูโกศลวิহারคุณ และจักรกฤษ ทองมี. (2563). บทบาทของ พระพุทธศาสนาต่อวิถีชีวิต พิธีกรรม และความเชื่อของคนอีสาน. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 9(2), 123–139. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/254158>
- พระชลญาณมุนี. (2564). ปรากฏการณ์ทางความเชื่อของคนไทยในยุคปัจจุบัน. วารสารวิทยาลัยสงฆ์ นครลำปาง, 10(3), 250–265. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NBJ/article/view/254710/174172>
- มนชญา สระบัว และสทิธ ทัศนวัฒน์. (2565). แนวทางการออกแบบสื่อสาร เพื่อสร้างประสบการณ์ผู้ใช้ในการตลาดดิจิทัลยุคใหม่. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 6(1), 45–58. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/276184>
- รัตนารณ เวียสุวรรณ. (2533). ไสยศาสตร์ที่ปรากฏในวรรณกรรมท้องถิ่นภาคใต้. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สาขาวิชาภาษาไทย).
- วิจัยกรุงศรี. (2567). มูเตลู ผู้บริโภคไทยกับธุรกิจแห่งศรัทธา. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/Muteluh-2024>
- วิชญาดา สินสุริยะ. (2567). การสร้างสรรค์อัตลักษณ์ตราสินค้าเครื่องประดับจากวัสดุซิลเวอร์เคลย์ ด้วยแนวคิดภูมิปัญญาด้านไสยศาสตร์ สำหรับกลุ่มเจนเอเรชั่นซี. (โครงการปริญญาศิลปบัณฑิต). ภาควิชาโครงการร่วมบริหารหลักสูตรมีเดียอาตส์และเทคโนโลยีมีเดีย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- วนิดา ขำเขียว. (2552). ไสยศาสตร์เป็นที่พึ่งของคนในสังคมไทยจริงหรือ. ใน วนิดา ขำเขียว (บ.ก.), วารสารมนุษยศาสตร์ปริทรรศน์, 29(1), ก–42.
- ศิริปรียา กันตะปิติ. (2566). การบริโภคเชิงสัญลักษณ์เครื่องรางของขลังของคนรุ่นใหม่: กรณีศึกษาแบรนด์ “RAVIPA”. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารศึกษา). คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริภัสสร สุวักขิตกุล. (2566). วอลเปเปอร์เสริมดวง: สัญลักษณ์แห่งความเชื่อในยุคดิจิทัล (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการมรดกวัฒนธรรม และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์, วิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ. (2563). เครื่องประดับจากเครื่องราง การเดินทางครั้งใหม่ของ “ตะกรุด”. สืบค้นจาก https://infocenter.git.or.th/business-info/business-info-20201204?utm_source=chatgpt.com



- Ad Addict. (2022). เจาะลึกเบื้องหลังมูเตเวิร์ลผู้นำเทรนด์วอลเปเปอร์ กับ Founder ทั้ง 5 ชาติ ผู้ขายบริการมูให้เข้ากับโลกยุคปัจจุบัน. <https://adaddictth.com/interview/MootaeWorld>
- Blake Morgan. (2020). 50 Stats All Marketers Must Know About Gen-Z. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2020/02/28/50-stats-all-marketers-must-know-about-gen-z/#5f55efc076d0>
- Camphouse. (2024, March 12). Gen Z trends 2025: What marketers need to know. retrieved from <https://camphouse.io/blog/gen-z-trends>
- Cooks-Campbell, A. (2023). Shift your core beliefs to unlock your full potential. BetterUp. retrieved from <https://www.betterup.com/blog/core-beliefs>
- EthosApp. (2025). The role of emotional design in enhancing user and customer satisfaction. retrieved from <https://ethosapp.com/blog/the-role-of-emotional-design-in-enhancing-user-and-customer-satisfaction/>
- Forbes Communications Council. (2024). Why brand identity is more important than ever in 2024. Forbes. retrieved from <https://www.forbes.com/councils/forbescommunicationscouncil/2024/01/23/why-brand-identity-is-more-important-than-ever-in-2024/>
- Mancini, A. (2024). Gen Z Consumer Behavior & Shopping Habits. Impact. retrieved from <https://www.impactmybiz.com/blog/gen-z-consumer-behavior/>
- MarketSource. (2021). Gen Z and the future of retail. Allegis Group. retrieved from <https://www.marketsource.com/wp-content/uploads/2021/07/Gen-Z-and-the-Future-of-Retail-0221F.pdf>
- Norman, D. A. (2004). Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. Basic Books.
- Olavarrieta, S., & Friedmann, R. (2020). Logo selection and modification guidelines: An empirical international validation in Chile. *Estudios de Administración*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.5354/0719-0816.2007.56416>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105. <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>
- Schmitt, B. (2011). Experience marketing: Concepts, frameworks and consumer insights. *FoundationsandTrends®inMarketing*, 5(2), 55-112. <https://doi.org/10.1561/17000000027>
- Singh, T. (2021). The effect of superstition on consumer behavior: How superstition influences purchasing decisions. (Capstone project). University Honors, University of California, Riverside.
- THE STANDARD TEAM. (2021). เบื้องหลังความรุ่งโรจน์ท่ามกลางวิกฤตของ RAVIPA แบรินด์จิวเวลรี่ไทย สู่อการเป็นเบอร์ 1 ในธุรกิจ และเบอร์ 1 ยอดขายในทุก E-Commerce. <https://thestandard.co/ravipa-jewelry/>

UPSKILL UX. (2022). Emotional Design (การออกแบบทางอารมณ์) คืออะไร?. Medium.
retrieved from <https://medium.com/upskill-ux/emotional-design-%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B9%81%E0%B8%9A%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%93%E0%B9%8C->





ผลของการสร้างแบรนด์จากผลงานนักศึกษาบนแพลตฟอร์มการขายออนไลน์

Results of Branding Design in Student Projects for Online Sale Platforms

เกรียงไกร กงกะนันท์¹

Received 8 July 2025
Revised 29 October 2025
Accepted 25 November 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อผลของการสร้างแบรนด์จากผลงานนักศึกษาบนแพลตฟอร์มการขายออนไลน์ โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงพรรณนาและเชิงปฏิบัติการ กลุ่มตัวอย่างคือ ผลงานของนักศึกษา คณะดิจิทัลมีเดีย 20 คน จากรายวิชา DGA461 ที่ได้เรียนรู้กระบวนการออกแบบแบรนด์ การใช้กลยุทธ์ตลาดดิจิทัล และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่านักศึกษาสามารถสร้างแบรนด์ที่มีอัตลักษณ์ชัดเจน ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย และสร้างการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการใช้ Facebook, LINE Shop และ Shopper เป็นช่องทางหลัก ซึ่งไม่เพียงช่วยเพิ่มยอดขาย แต่ยังเสริมสร้างทักษะด้านการตลาดดิจิทัลอย่างรอบด้าน การวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงแนวทางในการบูรณาการองค์ความรู้กับทักษะเชิงปฏิบัติเพื่อเตรียมความพร้อมให้นักศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล

คำสำคัญ: การสร้างแบรนด์, ผลงานนักศึกษา, การตลาดดิจิทัล, อัตลักษณ์แบรนด์, แพลตฟอร์มออนไลน์

¹ คณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม



Abstract

The objective of this is to design a learning experience that develops students' skills of building brands from their own works and presenting them effectively through on-line sales platforms, using descriptive and action research processes. The sample group included 20 digital media students from the DGA461 course who have studied on brand design process, digital marketing strategy implementation, and consumer behavior analysis. The research results revealed that students were able to create brands with clear identities, attract target groups, and effectively create engagement on online platforms, especially using Facebook, LINE Shop, and Shopper as the main channels, which not only helped increase sales but also enhanced comprehensive digital marketing skills. This research suggested an approach of integration of knowledge with practical skills to prepare students as entrepreneurs in the digital age.

Keywords: Branding, Student Projects, Digital Marketing, Brand Identity, Online Platforms

บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่ธุรกิจต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วต่อเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค การตลาดออนไลน์ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการขายธุรกิจและสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน โดยเฉพาะในสาขาการออกแบบและสื่อสร้างสรรค์ซึ่งต้องอาศัยความเข้าใจทั้งด้านศิลปะและกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ (Brand Identity) ที่มีเอกลักษณ์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันรายงานของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP, 2567) ระบุว่าธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทยเติบโตขึ้นกว่า 18% ต่อปี และมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องในกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยเฉพาะนักศึกษาที่ต้องการต่อยอดผลงานของตนเองสู่ผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ในแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับงานวิจัยนี้ได้เลือกใช้ Shopper ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซของไทยที่พัฒนาขึ้นเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยและนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม ผ่านช่องทาง shopper.co/digitalmediaspu เป็นพื้นที่ทดลองสร้างร้านค้าและจำหน่ายผลงานจริงของนักศึกษาเพื่อศึกษาการพัฒนาอัตลักษณ์แบรนด์ในบริบทของตลาดออนไลน์ร่วมสมัย

อย่างไรก็ตาม จากการดำเนินการสอนในรายวิชาการสร้างแบรนด์และการตลาดดิจิทัลพบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจในกระบวนการเชื่อมโยงระหว่าง “แนวคิดเชิงออกแบบ” กับ “การสร้างแบรนด์ในตลาดจริง” ปัญหานี้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้ (Experiential Learning) ที่เน้นการลงมือปฏิบัติจริง เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้จาก

กระบวนการคิด วิเคราะห์ ออกแบบ และนำเสนอผลงานของตนในสภาพแวดล้อมที่ใกล้เคียงกับธุรกิจจริง ซึ่งเป็นแนวทางที่ยังไม่ถูกศึกษาอย่างเป็นระบบในบริบทของการศึกษาด้านศิลปะและสื่อดิจิทัลในประเทศไทย งานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ของนักศึกษามุ่งเน้นในด้าน “การพัฒนามลิตภัณฑ์” หรือ “การออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์” แต่ยังขาดการวิเคราะห์เชิงลึกถึงประสบการณ์การเรียนรู้ และทักษะที่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการสร้างแบรนด์ของนักศึกษา ดังนั้นงานวิจัยเรื่อง “การออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้เพื่อพัฒนาการสร้างแบรนด์นักศึกษาผ่านแพลตฟอร์มการขายออนไลน์” จึงมุ่งศึกษากระบวนการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ที่ส่งผลต่อความสามารถของนักศึกษาในการสร้างแบรนด์ที่มีอัตลักษณ์ชัดเจน พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลลัพธ์ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค การตอบสนองต่อแบรนด์ และศักยภาพของนักศึกษาในการต่อยอดสู่ผู้ประกอบการดิจิทัลรุ่นใหม่

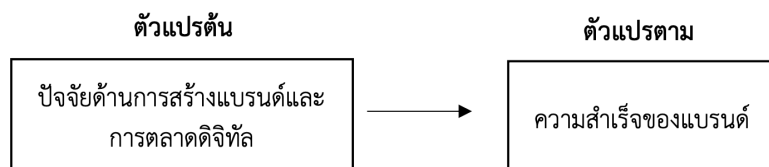
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้เพื่อพัฒนาผลงานการสร้างแบรนด์จากผลงานนักศึกษาสู่แพลตฟอร์มการขายออนไลน์” มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อออกแบบและประเมินกระบวนการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning Process) ที่ช่วยพัฒนาทักษะการสร้างแบรนด์ของนักศึกษาให้สามารถเชื่อมโยงความรู้ด้านการออกแบบกับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลได้อย่างเป็นระบบเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาทักษะด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ให้กับนักศึกษา
2. เพื่อประเมินผลลัพธ์ของการสร้างแบรนด์จากผลงานนักศึกษาว่าสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคบนแพลตฟอร์มการขายออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาทักษะการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ให้แก่นักศึกษาและสถาบันการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการบูรณาการเรียนรู้อย่างปฏิบัติจริงกับหลักสูตรด้านศิลปะและสื่อดิจิทัล

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างแบรนด์ของนักศึกษาและแนวทางการพัฒนาทักษะการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ โดยแบ่งเป็นองค์ประกอบหลัก ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษากระบวนการสร้างแบรนด์ของนักศึกษาในบริบทของการตลาดออนไลน์ ยุคดิจิทัล โดยเน้นการพัฒนาอัตลักษณ์แบรนด์ การใช้กลยุทธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ ความเป็นที่จดจำ และมูลค่าแบรนด์ อันนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันและเข้าสู่แพลตฟอร์มการขายออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1. ทฤษฎีการสร้างแบรนด์และการตลาดออนไลน์

การสร้างแบรนด์และการตลาดออนไลน์เป็นกลยุทธ์สำคัญในยุคดิจิทัลที่ช่วยสร้างความแตกต่างและดึงดูดผู้บริโภค โดยการสร้างแบรนด์มุ่งเน้นการกำหนดตัวตนผ่านองค์ประกอบ เช่น โลโก้และสโลแกน ส่วนการตลาดออนไลน์ช่วยให้แบรนด์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางผ่านสื่อดิจิทัล การผสานทั้งสองแนวทางช่วยเสริมภาพลักษณ์และสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับผู้บริโภค

1.1 แนวคิดการสร้างแบรนด์ (Branding Concept)

การสร้างแบรนด์คือกระบวนการกำหนดทิศทาง จุดยืน และภาพลักษณ์ของธุรกิจผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น วิสัยทัศน์ แก่นแท้ ตำแหน่ง และคำมั่นสัญญาที่แบรนด์ต้องการสื่อถึงผู้บริโภค โดยมีการออกแบบเอกลักษณ์แบรนด์ผ่านโลโก้ สโลแกน สี และกราฟิก เพื่อสร้างการจดจำและสื่อสารตัวตนของแบรนด์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย (ณัฐา ชางชูโต, 2559)

1.2 การสร้างคุณค่าแบรนด์ (Brand Value Creation)

การสร้างคุณค่าแบรนด์ในยุคดิจิทัลต้องมุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง โดยเข้าใจความต้องการเชิงลึก สร้างคุณค่าร่วมกัน และกำหนดกลยุทธ์ที่มีขีดความสามารถในการแข่งขัน ควบคู่กับการรักษาความเคลื่อนไหวของแบรนด์ในสื่อออนไลน์และสร้างเสน่ห์ที่เข้าถึงใจผู้บริโภค ผ่านกิจกรรมที่เชื่อมโยงแบรนด์กับชีวิตประจำวันของลูกค้า รวมถึงการทำกิจกรรมเพื่อสังคมบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (สุรเดช สุเมธาวีวัฒน์, 2565)

1.3 การสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ (Brand Identity and Equity)

การสร้างอัตลักษณ์แบรนด์คือการกำหนดลักษณะเฉพาะที่ทำให้แบรนด์โดดเด่นและจดจำได้ โดยประกอบด้วยอัตลักษณ์ด้านภาพ เช่น โลโก้และสี อัตลักษณ์ด้านเสียง เช่น สโลแกน หรือจingle อัตลักษณ์ด้านพฤติกรรม เช่น วิธีการสื่อสาร และอัตลักษณ์เชิงอรรถประโยชน์ที่สะท้อน

ความรู้ ความเชี่ยวชาญของบุคลากร ซึ่งทั้งหมดนี้ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและเสริมความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์ (กันยิกา ชอว์, และคณะ, 2567)

1.4 การตลาดผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing)

การตลาดผ่านสื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในบริบทที่สื่อสังคมออนไลน์และการซื้อขายสินค้าออนไลน์ในประเทศไทยเติบโตอย่างรวดเร็ว ธุรกิจต่าง ๆ เช่น สายการบิน ได้นำแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่าง Facebook, YouTube และ Line มาใช้ในการสื่อสารและให้บริการ ซึ่งสะท้อนถึงการยอมรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในวงกว้างและตอกย้ำบทบาทของการตลาดดิจิทัลในการสร้างคุณค่าและความพึงพอใจต่อแบรนด์ (ธาดาธิเบศร์ ภูทอง และ จิโรจ โชติศิริคุณวัฒน์, 2561)

1.5 ประสบการณ์แบรนด์ (Brand Experience)

ประสบการณ์แบรนด์คือการสร้างคุณค่าและความประทับใจที่แตกต่างให้ผู้บริโภคผ่านทั้งคุณค่าทางหน้าที่และทางอารมณ์ โดยอาศัยการรับรู้ทางประสาทสัมผัส เช่น กลิ่น เสียง หรือสัมผัส เพื่อสร้างความเชื่อมโยงที่ลึกซึ้งและจดจำได้ยาวนาน ซึ่งต้องอาศัยการออกแบบอย่างพิถีพิถันให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า จนเกิดเป็นประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์และตราตรึงใจผู้บริโภค (เสริมยศ ธรรมรักษ์, 2559)

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาทฤษฎีและแนวคิดด้านการสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัล เพื่อเสริมทักษะให้สามารถนำเสนอผลงานผ่านตลาดออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นการสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ การวางกลยุทธ์การตลาด และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างตรงจุด

2.1 ทฤษฎีการตลาดออนไลน์

ทฤษฎีการตลาดออนไลน์เป็นหัวใจของธุรกิจยุคดิจิทัล โดยใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น โซเชียลมีเดีย โฆษณาแบบชำระเงิน และเนื้อหาที่มีคุณค่า เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สร้างปฏิสัมพันธ์ และเพิ่มยอดขาย ทั้งยังสามารถวัดผลและปรับกลยุทธ์ได้อย่างรวดเร็ว จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องเข้าใจเพื่อให้ประสบความสำเร็จในตลาดปัจจุบัน

2.1.1 การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing)

การตลาดเชิงเนื้อหาเป็นกลยุทธ์ที่มุ่งสร้างและเผยแพร่เนื้อหาที่มีคุณค่าและตอบใจความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเปลี่ยนผู้สนใจให้กลายเป็นลูกค้าจริง โดยต้องเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค วางแผนเนื้อหาให้มีความน่าเชื่อถือและกระตุ้นการมีส่วนร่วม พร้อมเผยแพร่ในรูปแบบและช่องทางที่เข้าถึงง่าย เพื่อสร้างความผูกพัน การซื้อซ้ำ และการบอกต่อในระยะยาว (สายสุนีย์ เกษม และคณะ, 2566)

2.1.2 การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing)

การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้และความผูกพันกับผู้บริโภค



โดยใช้เนื้อหาหลากหลาย เช่น ภาพ วิดีโอ และข้อความที่น่าสนใจ พร้อมตอบสนองต่อความคิดเห็นของลูกค้าอย่างรวดเร็วเพื่อเสริมความเชื่อมั่นและพึงพอใจต่อแบรนด์ กลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในช่องทางนี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจออนไลน์สร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้าได้ (นภารัตน์ พฤษสุราลัย และ สุธี ฝาบุญมี, 2565)

2.1.3 การโฆษณาผ่านการค้นหา (Search Engine Marketing-SEM)

การตลาดบนอินเทอร์เน็ตเป็นกลยุทธ์สำคัญในการขยายฐานลูกค้าอย่างรวดเร็วและประหยัดต้นทุน โดยเฉพาะการโฆษณาผ่านเสิร์ชเอนจิน เช่น Google (SEM) ที่ช่วยเพิ่มการมองเห็นของแบรนด์ในผลการค้นหา รวมถึงเทคนิคอื่น ๆ อย่างการแกล้งลิงก์ การใช้ META TAG และเครือข่ายเว็บไซต์ ซึ่งช่วยเพิ่มการเข้าถึงโดยไม่ต้องลงทุนสูง ทั้งนี้ ผู้โฆษณาจำเป็นต้องวางแผนเนื้อหาและงบประมาณให้รอบคอบเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่คุ้มค่า (ชาลิต เติรยาภิรมย์, 2551)

2.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า (Customer Data Analytics)

การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง ช่วยสนับสนุนการวางกลยุทธ์การตลาด การปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้าแบบเฉพาะบุคคล และการตัดสินใจทางธุรกิจอย่างแม่นยำ โดยใช้เทคโนโลยี เช่น AI และ Machine Learning ในการคาดการณ์แนวโน้มและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Supattanawaree Thipcharoen, 2014)

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์จากผลงานนักศึกษา

การสร้างแบรนด์จากผลงานนักศึกษาเป็นแนวทางที่ได้รับความสนใจในวงการศึกษไทย โดยมุ่งหวังให้ผลงานสามารถต่อยอดในเชิงพาณิชย์และสร้างโอกาสทางอาชีพ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมักเน้นกลุ่มนักศึกษาด้านศิลปะ การออกแบบ และสื่อสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทั้งในตลาดแรงงานและธุรกิจ ตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อนี้ ได้แก่

2.2.1 การสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ของผลงานนักศึกษาด้านศิลปะ

ในงานวิจัยของ ประติมา ธัญบุรณ์ตระกูล (2565) เรื่อง “การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ศิลปะโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในรายวิชาสื่อและวัสดุทางศิลปะ เพื่อส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะของนักศึกษาศิลปศึกษา” มีการศึกษาการพัฒนาการเรียนรู้ศิลปะโดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อให้นักศึกษาสร้างสรรค์ผลงานที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างมีเอกลักษณ์ ส่งเสริมความเข้าใจในบริบทชุมชนและสามารถต่อยอดสู่การสร้างแบรนด์ส่วนบุคคล ซึ่งเป็นทักษะสำคัญในการนำเสนอผลงานในเชิงพาณิชย์

2.2.2 การสร้างแบรนด์จากผลงานนักศึกษาผ่านการสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชน

ในงานวิจัยของ เมธาวิ จำเริญ (2564) เรื่อง “อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การสร้างและสื่อสารแบรนด์ กรณีศึกษา การแสดงรำไท่นกพิทิต” ได้ศึกษาการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้การเล่าเรื่อง (Storytelling) จากการแสดงพื้นบ้านของชุมชนกรุงชิง มาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ เช่น ขนมดอกจอกนกพิทิต พร้อมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการ

ออกแบบและสื่อสารแบรนด์ ผลวิจัยพบว่า การเล่าเรื่องร่วมกับการมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยสร้างแบรนด์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและสร้างความผูกพันในใจผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 การวิเคราะห์แนวโน้มของการขายออนไลน์ในปัจจุบัน

การขายออนไลน์เติบโตอย่างรวดเร็วจากเทคโนโลยีดิจิทัลและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยมีปัจจัยสำคัญ ได้แก่ การขยายตัวของแพลตฟอร์ม E-commerce ขนาดใหญ่ การใช้สื่อสังคมออนไลน์และมีอิทธิพลต่อการซื้อขาย การตลาดแบบวีวและปากต่อปาก การนำ AI และระบบอัตโนมัติมาช่วยบริการลูกค้า ระบบโลจิสติกส์ที่รวดเร็ว และกลยุทธ์ Personalization ซึ่งทั้งหมดมีบทบาทสำคัญในการผลักดันความสำเร็จของธุรกิจออนไลน์ในยุคปัจจุบัน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงพรรณนาและวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสร้างแบรนด์จากผลงานนักศึกษาและประเมินประสิทธิภาพของการตลาดออนไลน์ โดยกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาคณะดิจิทัลมีเดียในรายวิชา DGA461 เตรียมโครงงานดิจิทัลมาร์เก็ต ภาควิชาปีที่ 1 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 20 คน ที่มีความสนใจในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดแบรนด์ส่วนตัว ผ่านการทดลองใช้แพลตฟอร์ม Shopper และ LINE Shop พร้อมโปรโมทผลงานผ่าน Facebook ผลลัพธ์ที่ได้สะท้อนถึงความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภค ความสามารถในการสื่อสารแบรนด์ และศักยภาพในการต่อยอดเชิงพาณิชย์อย่างแท้จริง ซึ่งมีวิธีในการดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากสื่อ หนังสือ และงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ โดยเน้นประเด็นสำคัญ 3 ด้านดังนี้:

1. ศึกษาแนวคิดด้านการสร้างแบรนด์ เช่น Branding, Brand Identity และ Brand Equity เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจองค์ประกอบที่ช่วยสร้างความโดดเด่นและอัตลักษณ์ของแบรนด์
2. ศึกษากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่เหมาะสมกับการโปรโมทแบรนด์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Social Media Marketing, Content Marketing และ SEM เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
3. ศึกษากรณีตัวอย่างแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จจากแหล่งวิชาการ เช่น ฐานข้อมูล ThaiJo เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับกลยุทธ์การตลาดของผลงานนักศึกษาให้สอดคล้องกับบริบทจริง

3.2 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยดำเนินการในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 ระหว่างเดือนกรกฎาคม-พฤศจิกายน 2567 ณ ห้องเรียนรายวิชา DGA461 คณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม โดยใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากกลุ่มนักศึกษามีคุณลักษณะตรงตาม



วัตถุประสงค์การวิจัย คือมีความสนใจในการสร้างแบรนด์จากผลงานของตนเองและต้องการทดลองขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

1. กลุ่มนักศึกษาคณะดิจิทัลมีเดียในรายวิชา DGA461 ภาคเรียนที่ 1/2567 จำนวน 20 คน ที่สนใจสร้างแบรนด์จากผลงานของตนเองและนำเสนอผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Shopter และ LINE Shop โดยทำหน้าที่ในการออกแบบแบรนด์และทดสอบกลยุทธ์ทางการตลาด

2. กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคจำนวน 100 คน ที่สนใจงานสร้างสรรค์ เช่น ศิลปะและงานออกแบบ ซึ่งใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง Facebook และทำหน้าที่ในการทดลองตลาดเพื่อประเมินการรับรู้และตอบสนองต่อแบรนด์ของนักศึกษา

3.3 แบบแผนของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาและวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยใช้รูปแบบการทดลองเบื้องต้น (Pre-experimental Research) กับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาที่สนใจพัฒนาแบรนด์ของตนเองและทดลองการตลาดออนไลน์ โดยใช้วิธีการทดลองกลุ่มเดียว วัดผลหลังการทดลอง (One-group post-test design) ซึ่งมีแบบแผนการวิจัยดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การวัดผลประสิทธิภาพการสร้างแบรนด์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	ประสิทธิภาพการสร้างแบรนด์	เกณฑ์	ระดับ
n	t	31-40	ดีมาก
		21-30	ดี
		11-20	พอใช้
		0-10	ควรปรับปรุง

ความหมายของสัญลักษณ์ในแบบแผนของการวิจัย

n แทน กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาที่เข้าร่วมทดลองสร้างแบรนด์และทดลองการตลาดออนไลน์
 t แทน คะแนนประเมินประสิทธิภาพการสร้างแบรนด์และการตลาดออนไลน์หลังการทดลอง
 ในการทดลองนี้ กลุ่มตัวอย่างจะได้รับการวัดประสิทธิภาพการสร้างแบรนด์และการตอบสนองจากกลุ่มผู้บริโภค โดยใช้เกณฑ์การประเมินที่กำหนด เพื่อวัดผลการตอบสนองและความสำเร็จของแบรนด์

3.4 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ระยะหลัก ได้แก่ ระยะที่ 1 คือการออกแบบและพัฒนากลยุทธ์การสร้างแบรนด์ โดยเริ่มจากการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ออกแบบกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ เลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม และจัดทำเครื่องมือประเมิน เช่น แบบสอบถามและเกณฑ์วัดผลแบรนด์ ส่วนระยะที่ 2 เป็นการทดลองใช้กลยุทธ์โดยให้นักศึกษานำแบรนด์เข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ พร้อมติดตามผลตอบสนองของกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากยอดขาย การมีส่วนร่วม และประเมินประสิทธิภาพการสร้างแบรนด์เพื่อสรุปผลและแนวทางการพัฒนาต่อไป

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ได้แก่

(1) แบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มผู้บริโภคเกี่ยวกับการรับรู้ ทัศนคติ และความพึงพอใจต่อแบรนด์ของนักศึกษา

(2) แบบสัมภาษณ์ เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกจากนักศึกษาเจ้าของแบรนด์และผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นที่กระบวนการสร้างแบรนด์ กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ และผลตอบรับจากกลุ่มเป้าหมาย

(3) การสังเกตการณ์พฤติกรรมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น การกดไลก์ แชร์ หรือแสดงความคิดเห็น เพื่อวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค ทั้งนี้ยังมีการใช้แบบประเมินการสร้างแบรนด์ (Branding Evaluation Form) เพื่อวัดองค์ประกอบต่าง ๆ ของแบรนด์ เช่น ความเป็นเอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ ความสม่ำเสมอ และการมีส่วนร่วม โดยใช้มาตราส่วนลิเคิร์ต 5 ระดับ เพื่อประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของแบรนด์นักศึกษานบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้สำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มผู้บริโภคเกี่ยวกับการรับรู้ ความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแบรนด์ของนักศึกษา เช่น ความน่าสนใจของสินค้า การออกแบบ และความน่าเชื่อถือ โดยเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากนักศึกษาที่สร้างแบรนด์ เพื่อทำความเข้าใจประสบการณ์การเรียนรู้ กระบวนการสร้างแบรนด์ และอุปสรรคในการสื่อสารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล รวมถึงสัมภาษณ์ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ตรงกับแบรนด์ เพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์และความน่าสนใจของผลงาน ทั้งนี้ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ถูกนำมาวิเคราะห์ร่วมกับผลเชิงปริมาณเพื่อสะท้อนภาพรวมของการเรียนรู้ของนักศึกษาได้อย่างครอบคลุมและเป็นระบบ โดยมีตัวอย่างถ้อยคำของผู้ให้ข้อมูล เช่น “การออกแบบโลโก้หลังจากวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ทำให้เข้าใจตัวตนของแบรนด์มากขึ้น” หรือ “การทดลองขายจริงช่วยให้เห็นความสำคัญของการสื่อสารแบรนด์ที่ตรงกับอารมณ์ลูกค้า”

3. การสังเกตการณ์ (Observation) ใช้เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายต่อแบรนด์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น การกดไลก์ แชร์ แสดงความคิดเห็น และพฤติกรรมการซื้อ เพื่อประเมินระดับความสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ

3.7 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมด้วยแบบประเมินการสร้างแบรนด์ และแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภค มาวิเคราะห์ตามลำดับ ดังรายละเอียดต่อไปนี้:

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

นำคะแนนที่ได้จากแบบประเมินการสร้างแบรนด์ มาวิเคราะห์ข้อมูล หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) หาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำมาเทียบกับเกณฑ์ระดับ ผลคะแนนการวัดทักษะอยู่ในเกณฑ์เฉลี่ย 3.5-4.49 = ดี ขึ้นไป ถือว่าผ่าน



ตารางที่ 2 เกณฑ์การประเมินระดับประสิทธิภาพการสร้างแบรนด์

เกณฑ์	ระดับ
4.50 – 5.00	ดีมาก
3.50 - 4.49	ดี
2.50 - 3.49	ปานกลาง
1.50 - 2.49	พอใช้
ต่ำกว่า 1.50 ลงไป	ควรปรับปรุง

คะแนนที่ได้จากการประเมินจะถูกนำไปเทียบกับเกณฑ์ดังกล่าว เพื่อพิจารณาว่าคะแนนการประเมินของแบรนด์อยู่ในระดับใด หากคะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ “ดี” ขึ้นไป จะถือว่าผ่านเกณฑ์ความสำเร็จของการสร้างแบรนด์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม สัมภาษณ์ และการทดลองการตลาดออนไลน์ เพื่อประเมินปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการสร้างแบรนด์จากผลงานนักศึกษา โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ตอน คือ

(1) การพัฒนากระบวนการสร้างแบรนด์ที่เน้นการออกแบบคาแรกเตอร์ สี และแนวคิดเพื่อสร้าง Brand Identity ที่ชัดเจน และ

(2) การประเมินประสิทธิภาพแบรนด์จากความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย การมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์มดิจิทัล และผลตอบสนองเชิงยอดขาย ทั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และตัวแปร t เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบและนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการพัฒนากลยุทธ์แบรนด์ในอนาคต

4.1 กระบวนการสร้างและพัฒนาแบรนด์จากผลงานนักศึกษา

กระบวนการสร้างแบรนด์จากผลงานนักศึกษาเป็นขั้นตอนสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและน่าจดจำ โดยนักศึกษาได้นำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาแบรนด์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและแนวทางการตลาดยุคดิจิทัล ซึ่งครอบคลุมทั้งการออกแบบโลโก้ คาแรกเตอร์ สี และการใส่แนวคิดเฉพาะตัวเพื่อสะท้อนบุคลิกของแบรนด์

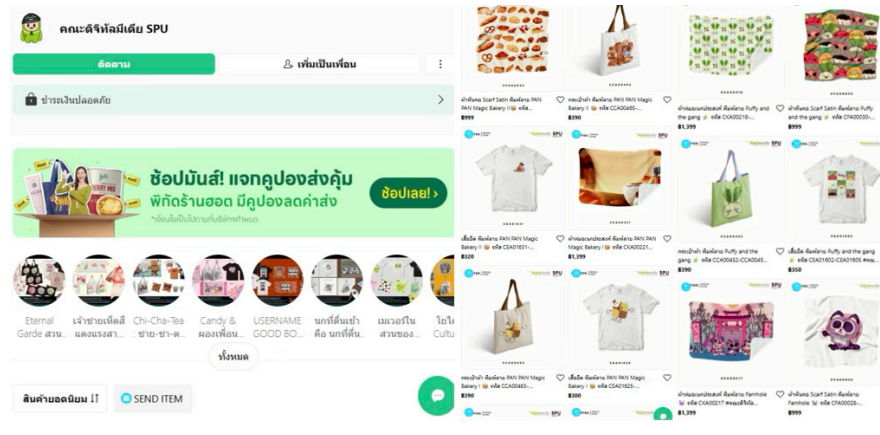
4.1.1 การพัฒนาตัวตนของแบรนด์ (Brand Identity)

การพัฒนาตัวตนของแบรนด์เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและแตกต่าง โดยประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่

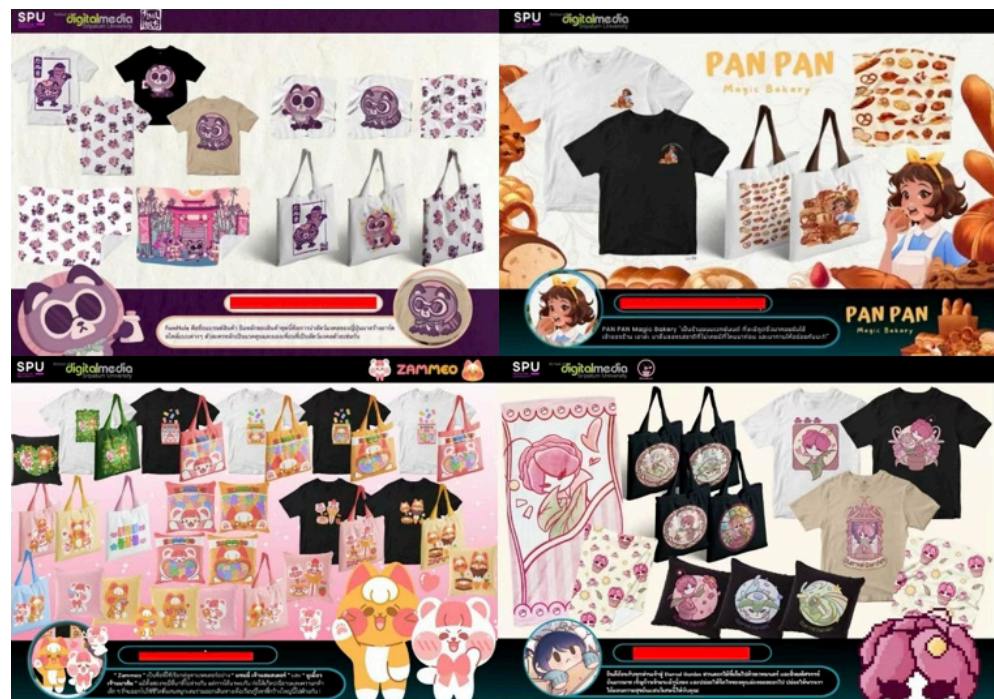
1. การออกแบบคาแรกเตอร์ ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนของแบรนด์ที่สะท้อนบุคลิกและคุณค่าผ่านรูปลักษณ์และอารมณ์ที่เข้าถึงง่ายและน่าจดจำ
2. การใช้สีที่สื่อความหมาย เพื่อถ่ายทอดอารมณ์และสร้างความสอดคล้องกับภาพลักษณ์แบรนด์ ทั้งยังช่วยให้ผู้บริโภครับรู้และจดจำแบรนด์ได้ง่าย
3. การใส่แนวคิดที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ความยั่งยืน หรือความเป็นตัวของตัวเอง

ซึ่งช่วยเชื่อมโยงแบรนด์กับผู้บริโภคในระดับอารมณ์ และส่งเสริมความภักดีในระยะยาว

การพัฒนาองค์ประกอบทั้งสามส่วนนี้ ช่วยให้แบรนด์สามารถสร้างตัวตนที่ชัดเจน น่าจดจำ และมีความหมาย ทำให้สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและยั่งยืนกับกลุ่มเป้าหมายได้



ภาพที่ 2 แพลตฟอร์ม Shoper



ภาพที่ 3 ตัวอย่างผลงานนักศึกษา



4.1.2 การพัฒนากลยุทธ์การตลาดออนไลน์

นักศึกษาได้พัฒนากลยุทธ์การตลาดออนไลน์เพื่อโปรโมทแบรนด์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางดิจิทัล โดยใช้ Shopter และ LINE Shop เป็นช่องทางขายหลัก และใช้ Facebook กับ Instagram เป็นเครื่องมือในการสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วม โดยมีแนวทางสำคัญได้แก่

- 1) การออกแบบหน้าร้านบนแพลตฟอร์มขายให้ใช้งานสะดวกและน่าสนใจ
- 2) การสร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียที่สื่อถึงตัวตนแบรนด์ เช่น ภาพ วิดีโอ และเรื่องราวสินค้า
- 3) การใช้โฆษณาออนไลน์เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายผ่าน Facebook และ Instagram Ads
- 4) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาและแจกของรางวัล เพื่อเพิ่มการรับรู้และยอดขาย

ทั้งนี้ กลยุทธ์เหล่านี้ช่วยให้นักศึกษาเข้าใจการทำตลาดออนไลน์ในเชิงปฏิบัติ และสามารถต่อยอดแบรนด์ในโลกดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.2 ผลการประเมินประสิทธิภาพของแบรนด์และการตอบสนองจากกลุ่มผู้บริโภค

การวิจัยประเมินประสิทธิภาพของแบรนด์และการตอบสนองของผู้บริโภคผ่านแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลจาก Facebook, Instagram, Shopter และ LINE Shop โดยสรุปผลได้ 3 ด้านคือ:

1. การรับรู้และความพึงพอใจของผู้บริโภค ผู้บริโภคตอบรับแบรนด์ของนักศึกษาในแง่ของการออกแบบ เอกลักษณ์ และคุณภาพของสินค้า
2. การมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การใช้กลยุทธ์โปรโมทต่าง ๆ ทำให้เกิดการกดไลค์ แชร์ และแสดงความคิดเห็นในระดับสูง สะท้อนการเข้าถึงและจดจำแบรนด์ที่เพิ่มขึ้น
3. ยอดขายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการขาย โดยยอดขายสอดคล้องกับการตอบสนองของกลุ่มเป้าหมายในโลกออนไลน์

ตารางที่ 3 ผลการประเมินประสิทธิภาพของแบรนด์และการตอบสนองจากกลุ่มผู้บริโภค

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	เกณฑ์การ ประเมิน
1. การรับรู้และความพึงพอใจต่อแบรนด์			
ความชัดเจนในการสื่อสารภาพลักษณ์แบรนด์	3.68	0.65	ดี
การออกแบบที่ดึงดูดและมีคุณภาพ	3.50	0.50	ดี

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	เกณฑ์การ ประเมิน
2. การตอบสนองจากกลุ่มผู้บริโภค			
การกดไลค์และแชร์บนแพลตฟอร์มออนไลน์	3.62	0.56	ดี
3. ประสิทธิภาพของการขาย			
ยอดขายบนแพลตฟอร์ม Shopper และ LINE Shop	3.51	0.50	ดี
ความถี่ในการซื้อซ้ำ	3.57	0.50	ดี
4. พินิจจากการสัมภาษณ์			
ความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้า	3.65	0.64	ดี
ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง	3.53	0.54	ดี
รวมค่าเฉลี่ยทั้งหมด	3.58	0.56	ดี

จากผลการประเมินตารางที่ 3 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านอยู่ที่ 3.58 ซึ่งจัดอยู่ในระดับ “ดี” โดยเฉพาะด้านความชัดเจนและเอกลักษณ์ของแบรนด์ที่มีค่าเฉลี่ย 3.68 และการออกแบบที่ดึงดูดที่ 3.5 สะท้อนว่าภาพลักษณ์ของแบรนด์ได้รับการตอบรับเชิงบวก การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคผ่านสื่อออนไลน์อยู่ที่ 3.5 ขณะที่ด้านยอดขายและความถี่ในการซื้อซ้ำได้ค่าเฉลี่ย 3.51 และ 3.57 ตามลำดับ แสดงถึงศักยภาพในการรักษาลูกค้า ส่วนการสัมภาษณ์พบว่าความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าอยู่ที่ 3.65 และข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงอยู่ที่ 3.53 ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนถึงความสำเร็จโดยรวมของแบรนด์ที่นักศึกษาได้พัฒนาขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาผลของการสร้างแบรนด์จากผลงานนักศึกษาบนแพลตฟอร์มการขายออนไลน์ โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติผ่านแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ เพื่อประเมินประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาดและการสร้างแบรนด์ ผลการสังเคราะห์ข้อมูลสะท้อนถึงความสำเร็จด้านการรับรู้แบรนด์ ความพึงพอใจของผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมในสื่อออนไลน์ ซึ่งไม่เพียงแสดงถึงศักยภาพของนักศึกษาในการพัฒนาแบรนด์ แต่ยังเป็นแนวทางในการปรับปรุงการเรียนการสอนและการต่อยอดสู่ธุรกิจดิจิทัลที่ตอบโจทย์ตลาดในยุคปัจจุบัน

1. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษาการสร้างแบรนด์จากผลงานนักศึกษาเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยสรุปได้ว่า

- (1) กระบวนการสร้างแบรนด์เริ่มจากการกำหนดอัตลักษณ์ผ่านการออกแบบที่มีความคิดสร้างสรรค์และการเล่าเรื่อง ช่วยให้แบรนด์เชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน
- (2) ปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จ ได้แก่ การใช้กลยุทธ์ตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ผู้บริโภค และการสร้างปฏิสัมพันธ์บนโซเชียลมีเดีย ซึ่งช่วยสร้างความผูกพันกับแบรนด์



(3) ผลลัพธ์จากการประเมินพบว่า นักศึกษาสามารถประยุกต์ความรู้สู่การปฏิบัติงานจริงบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับธุรกิจดิจิทัลในอนาคต

2. อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยนี้พบว่า การสร้างแบรนด์จากผลงานนักศึกษาช่วยพัฒนาทักษะด้านการตลาดดิจิทัลอย่างรอบด้าน โดยนักศึกษาสามารถออกแบบแบรนด์ที่มีอัตลักษณ์ชัดเจน ใช้กลยุทธ์การตลาดบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook และ LINE Shop ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเข้าใจหลักการโปรโมตและสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม การประเมินจากกลุ่มเป้าหมายสะท้อนให้เห็นถึงความพึงพอใจทั้งด้านภาพลักษณ์แบรนด์ ความน่าเชื่อถือ และยอดขายที่เติบโตต่อเนื่อง โดยเฉพาะแบรนด์ที่มีความสร้างสรรค์และความสม่ำเสมอในการสื่อสาร

นอกจากนี้ ผลวิจัยยังชี้ให้เห็นถึงการบูรณาการความรู้ด้านการออกแบบ การตลาด และเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล พร้อมเน้นย้ำความสำคัญของการมีส่วนร่วมระหว่างนักศึกษา ชุมชน และผู้ประกอบการ ซึ่งช่วยเสริมสร้างทักษะการคิดวิเคราะห์ การทำงานเป็นทีม และการพัฒนาแบรนด์ที่มีรากฐานจากอัตลักษณ์ท้องถิ่น การวิจัยนี้จึงสามารถใช้เป็นต้นแบบให้แก่สถาบันการศึกษาในการวางแผนการเรียนการสอนที่เชื่อมโยงการเรียนรู้กับโลกธุรกิจจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

3.1.1 การสร้างแบรนด์จากผลงานนักศึกษาสู่แพลตฟอร์มการขายออนไลน์ ควรส่งเสริมให้นักศึกษาได้พัฒนาทักษะการสร้างแบรนด์ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและช่องทางการตลาดออนไลน์ เช่น การออกแบบภาพลักษณ์ การเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ทันสมัย

3.1.2 ควรสนับสนุนการจัดเวิร์คช็อปหรือกิจกรรมพัฒนาทักษะด้านการสร้างแบรนด์ที่เน้นการทำงานร่วมกับชุมชน เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้การนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาใช้เป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์

3.1.3 ผู้สอนควรมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการนำผลงานนักศึกษาเข้าสู่ตลาดออนไลน์ โดยใช้เกณฑ์ที่สะท้อนถึงการพัฒนาแบรนด์และการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น ยอดขาย การรับรู้แบรนด์ และความพึงพอใจของผู้บริโภค

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีเสริมการสร้างแบรนด์ เช่น AI หรือ AR เพื่อช่วยให้แบรนด์ที่นักศึกษาพัฒนาสามารถสร้างความแตกต่างในตลาดออนไลน์

3.2.2 ควรมีการวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับผลกระทบของการใช้ชุมชนเป็นฐานในการสร้างแบรนด์ของนักศึกษา เพื่อสำรวจว่ากระบวนการนี้สามารถสร้างมูลค่าให้กับทั้งแบรนด์และชุมชนได้มากน้อยเพียงใด

3.2.3 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพของแพลตฟอร์มการขายออนไลน์ต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับผลงานนักศึกษาในแต่ละประเภท เช่น แพลตฟอร์มที่เน้นการขายสินค้าศิลปะหรืองานฝีมือ

3.2.4 ควรทำการวิจัยที่เชื่อมโยงระหว่างการสร้างแบรนด์ของนักศึกษากับการเสริมสร้างทักษะผู้ประกอบการ เพื่อให้นักศึกษาสามารถนำความรู้ไปต่อยอดเป็นธุรกิจที่ยั่งยืนในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

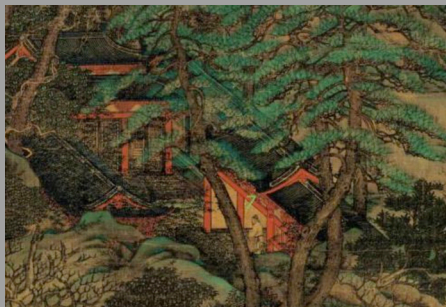
- กันยิกา ชอว์, มาสิรี กล่อมแก้ว, และ ธนวิทย์ เจียรวิจิตร. (มกราคม-เมษายน 2567). การเล่าเรื่องเนื้อหาเศรษฐกิจเพื่อสร้างอัตลักษณ์แบรนด์บุคคลผ่าน TikTok. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 16(1), 263-264. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/269457/181961>
- ชวลิต เติรยาภิรมย์. (มิถุนายน-พฤศจิกายน 2551). การตลาดบนอินเทอร์เน็ต. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัย ฟาร์อีสเทอร์น, 2(1), 13-16. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU/article/view/27038/22967>
- ณัฐา นางชูโต. (สิงหาคม 2559). การวิเคราะห์ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อสื่อสารแบรนด์. วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, 8(2), 93-114. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JBSD/article/view/65708>
- ธาดาทิเบศร์ ภูทอง, และ จิโรจ โชติศิริคุณวัฒน์. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2561). ผลกระทบของการตลาดผ่านสื่อสังคมและดิจิทัลต่อคุณค่าของตราสินค้าและความผูกพันของผู้ใช้บริการสายการบิน. วารสาร Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 11(2), 2055-2056. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/144035/106564>
- นภารัตน์ พฤกษ์สุราลัย, และ สุธี เผ่าบุญมี. (มกราคม-กุมภาพันธ์ 2565). การวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมของเว็บไซต์ขายของออนไลน์. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 42(1), 69-72. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sujthai/article/view/254476/173651>
- ประติมา ธัญบุญถนัดระกุล. (มกราคม-มิถุนายน 2565). การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ศิลปะโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในรายวิชาสื่อและวัสดุทางศิลปะ เพื่อส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะของนักศึกษาศิลปศึกษา. วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย, 14(1), 83-99. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/suedureasearchjournal/article/view/256195/174911>
- เมธวี จำเนียร. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2564). อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การสร้างและสื่อสารแบรนด์กรณีศึกษา การแสดงรำไท่นนทพิทิต. วารสารราชพฤกษ์, 19(2), 1-12. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/Ratchaphruekjournal/article/view/250722/171644>



- สายสุนีย์ เกษม, ณัฐมาน สุพล, ทรวงชนก รัชชะเจริญ, และ ฉัตรชัย สุพรรณบรรจง. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2566). การตลาดเชิงเนื้อหาเพื่อเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายให้กลายเป็นลูกค้า. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 33(2), 227. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pyu/article/view/269503/180242>
- สุรเดช สุเมธาวีวัฒน์. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2565). การสร้างแบรนด์ในการตลาดดิจิทัล. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, 16(2), 107-119. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU/article/view/258071/171462>
- เสริมยศ ธรรมรักษ์. (สิงหาคม 2559). ประสบการณ์แห่งแบรนด์บนโลกดิจิทัล: คน สาระ และ เทคโนโลยี. วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, 8(2), 37-56. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JBSD/article/view/65703/53720>
- Supattanawaree Thipcharoen. (มิถุนายน-พฤศจิกายน 2557). The Entrepreneur's Opportunities in Big Data Era โอกาสของผู้ประกอบการในยุคอภิมหาข้อมูล. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, 8(1), 22-34. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU/article/view/26645/22585>







การประยุกต์ใช้สัญลักษณ์ “ต้นไม้” ในจิตรกรรมจีนโบราณเพื่อการศึกษาศิลปะ

Application of the “Tree” Symbol in Ancient Chinese Painting for Art Education

Cao Ji Kang¹พิชัย สดพิบาล¹นรินทร์า เกส¹

Received 3 December 2025

Revised 29 May 2025

Accepted 11 June 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณค่าทางวัฒนธรรมและศิลปะของสัญลักษณ์ต้นไม้ในจิตรกรรมจีนโบราณ และศึกษาการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมในด้านการศึกษาศิลปะยุคใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1.วิเคราะห์ความหมายเชิงสัญลักษณ์ภาพจิตรกรรมต้นไม้จีนโบราณ ในแต่ละยุคสมัย ตั้งแต่ปี 475 ก่อนคริสตกาล ถึง ค.ศ. 1912 (ยุคราชวงศ์จั้นกั๋วถึงหมิง-ชิง) 2.ประยุกต์ใช้ในการศึกษาศิลปะร่วมสมัย เพื่อการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบสหวิทยาการ โดยการศึกษาจากประวัติศาสตร์ศิลปะ วิเคราะห์สัญลักษณ์วิทยา และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประวัติศาสตร์ศิลปะจีนในยุคจั้นกั๋วถึงราชวงศ์ฮั่น (475 ปีก่อนคริสตกาล – ค.ศ. 220) ได้รับอิทธิพลจากจริยธรรมลัทธิเต๋าและขงจื้อ แสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง ในสมัยราชวงศ์ถัง (ค.ศ. 618–907) เน้นภาพทิวทัศน์ธรรมชาติที่สมจริง ในยุคราชวงศ์ซ่ง (ค.ศ. 960–1279) ภาพจิตรกรรมบทกวีนักปราชญ์มีการใช้การเปรียบเทียบอุปมาสื่อถึงความสันโดษและการหลุดพ้น และในยุคสมัยราชวงศ์หมิงและชิง (ค.ศ. 1368–1912) ใช้ต้นไม้เป็นอุปมาถึงจิตวิญญาณกล่าวถึงการวิวัฒนาการที่สะท้อนถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างอุดมการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละยุคสมัย

การศึกษาศิลปะการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมในด้านการศึกษาศิลปะยุคใหม่มีการออกแบบการสอนเชิงนวัตกรรมที่มีการผสมผสานเทคโนโลยีเพื่อนำไปพัฒนาหลักสูตรสาขา การผสมผสานการวิเคราะห์สัญลักษณ์ในภาพจิตรกรรมจีนโบราณเข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ช่วยเพิ่มความมีส่วนร่วมในห้องเรียน และเชื่อมโยง

ภูมิปัญญาวัฒนธรรม งานวิจัยนี้นำเสนอกรอบแนวคิดสำหรับการศึกษาศิลปะที่ผสมผสานมรดกวัฒนธรรมกับแนวปฏิบัติวัฒนธรรม พร้อมข้อเสนอแนะในการพัฒนาทรัพยากรการศึกษาศิลปะที่ครอบคลุม และการประเมินผลที่หลากหลายเพื่อยกระดับผลลัพธ์ทางการเรียนการสอนในยุคปัจจุบัน

คำสำคัญ: การประยุกต์, สัญลักษณ์ต้นไม้, จิตรกรรมจีนโบราณ การศึกษาศิลปะ

¹ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี



Abstract

This study systematically explores the cultural and artistic value of the tree symbol in ancient Chinese painting and investigates its innovative application in modern art education. The research objectives include 1. analyzing the symbolic significance and artistic expressions of the symbol across historical periods from 475 BCE to 1912 CE (Warring States to Ming-Qing dynasties) 2. validating the efficacy of integrating the symbol into contemporary art education for cultural heritage preservation and creative transformation. Employing interdisciplinary research methods grounded in art history, Symbolology, and educational theories, the findings reveal that during the Warring States to Han dynasty (475 BCE–220 CE), the tree symbol intertwined with Taoist and Confucian ethics represented familial prosperity; the Tang dynasty (618–907 CE) emphasized realistic depictions of natural landscapes; the Song dynasty (960–1279 CE) saw literati painting flourish where withered trees symbolized solitude and transcendence; and the Ming-Qing dynasties (1368–1912 CE) utilized trees as metaphors for scholarly reclusiveness. This evolution reflects dynamic interactions between socio-cultural ideologies and artistic styles.

In educational practice, an innovative pedagogical model integrating virtual reality and augmented reality technologies, themed creative competitions, and interdisciplinary curricula was designed, combining traditional symbols with modern technologies, enhancing classroom interactivity and bridging traditional wisdom with contemporary artistic expression. This study provides a theoretical framework for art education that harmonizes cultural heritage with innovative practices. Future recommendations include optimizing the allocation of educational resources, strengthening professional training for educators, and establishing a diversified evaluation system to enhance pedagogical outcomes.

Keywords: Innovative Application, Tree Symbol, Ancient Chinese Painting, Art Education



บทนำ

งานจิตรกรรมภาพต้นไม้เป็นหลักฐานที่สะท้อนการรับรู้เชิงประสบการณ์โดยตรงของมนุษย์ยุคโบราณ ที่มีการอ้างอิงประวัติศาสตร์จีน วรรณกรรม ปรัชญา และคัมภีร์โบราณ ผลงานภาพวาดต้นไม้ไม่ได้นำเสนอเพียงในลักษณะธรรมชาติวิทยาเท่านั้นหากแต่ทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์สื่อความหมาย ที่แฝงไว้ด้วยนัยทางวัฒนธรรมและจิตวิญญาณอย่างลึกซึ้ง เช่น ในภาพแกะสลักจากราชวงศ์ใต้เรื่อง นักปราชญ์ทั้งเจ็ดแห่งป่าหวิหลินและหรงซีซี ล้วนมีรูปลักษณะงดงามเฉพาะและแฝงความหมายสัญลักษณ์ถึงพลังชีวิต การให้กำเนิด และความเข้มแข็งอดทน มโนทัศน์ทางพุทธศาสนาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความเคารพธรรมชาติของชาวจีนโบราณ อุดมคติทางสุนทรียศาสตร์ และแนวคิดทางปรัชญาว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างฟ้ากับมนุษย์ ด้วยการสื่อความเชิงสัญลักษณ์เช่นนี้ ศิลปินจึงสามารถถ่ายทอดความหมายเรื่องความเจริญรุ่งเรืองของครอบครัว ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมการเมือง ตลอดจนจริยธรรมทางวัฒนธรรม ส่งผลให้ภาพต้นไม้กลายเป็นภาพวาดที่สื่อความหมายศิลปะที่เชื่อมโยงระหว่างรูปธรรมกับนามธรรม ระหว่างจารีตกับนวัตกรรม การศึกษาเกี่ยวกับสัญลักษณ์ภาพจิตรกรรมจะช่วยพัฒนาการทางศิลปะวัฒนธรรมเป็นการหล่อหลอมองค์ความรู้ใหม่ในวิชาศิลปศึกษา ด้วยการสืบสานภูมิปัญญาเดิม ควบคู่กับการส่งเสริมมุมมองเชิงนวัตกรรมเพื่อการสืบทอดมรดกวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์คุณค่าทางวัฒนธรรมและศิลปะที่แฝงอยู่ในสัญลักษณ์ต้นไม้ในจิตรกรรมจีนโบราณ พร้อมทั้งสำรวจแนวทางการประยุกต์ใช้เชิงนวัตกรรมในบริบทการเรียนการสอนศิลปะร่วมสมัย โดยอาศัยการวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์ และการนำเสนอรูปแบบภาพของสัญลักษณ์ในแต่ละยุคสมัย ประกอบกับการสังเคราะห์ข้อมูลที่สัมพันธ์กัน ได้แก่ การวิเคราะห์คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ในเนื้อหาของจิตรกรรมจีนโบราณ ภาพต้นไม้ไม่ได้เป็นเพียงการเลียนแบบธรรมชาติ หากแต่เป็นสัญลักษณ์ที่สะท้อนความหมายทางวัฒนธรรมลึกซึ้ง ครอบคลุมถึงแนวคิดทางปรัชญา จักรวาลวิทยาทางศาสนา และสัญลักษณ์โครงสร้างทางสังคม เพื่อถอดรหัสพัฒนาการเชิงสัญลักษณ์ของมโนทัศน์นี้เป็นระบบ งานวิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์เปรียบเทียบงานจิตรกรรมในแต่ละราชวงศ์ โดยระบุลักษณะเฉพาะทางศิลปะผ่านการวิเคราะห์ประวัติศาสตร์นำไปสู่การสร้างตารางพัฒนาการเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งมีการบันทึกการเปลี่ยนแปลงของการนำเสนอเชิงรูปแบบบทบาทเชิงสัญลักษณ์ ส่งเสริมการบูรณาการระหว่างการศึกษาศิลปะและมรดกทางวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. วิเคราะห์ความหมายเชิงสัญลักษณ์ภาพจิตรกรรมต้นไม้จีนโบราณ ในแต่ละยุคสมัย ตั้งแต่ปี 475 ก่อนคริสตกาล ถึง ค.ศ. 1912 (ยุคราชวงศ์จิ้นกั๋วถึงหมิง-ซิง)
2. ประยุกต์ใช้กับศิลปะร่วมสมัย เพื่อการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์



กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิเคราะห์คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมเชิงลึกเกี่ยวกับความสำคัญทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและการใช้สัญลักษณ์ต้นไม้ในภาพวาดโบราณของจีน โดยสำรวจมิติทางปรัชญา ศาสนา และสุนทรียศาสตร์ในผลงานจิตรกรรมที่มีการสะท้อนถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมและสังคม เป็นการวิเคราะห์และตีความการพัฒนาการของภาพวาดที่มีการใช้สัญลักษณ์ในแต่ละยุคสมัยทางประวัติศาสตร์ศิลปะจีน รวมถึงการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ในการเรียนการสอนศิลปะนำมาวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการรับรู้ทางสุนทรียศาสตร์ของผู้เรียนผ่านสัจวิทยา เพื่อเสนอแนวทางการบูรณาการองค์ความรู้ด้านศิลปะจีนโบราณกับการศึกษาในยุคปัจจุบัน

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยจิตรกรรมต้นไม้จีนโบราณที่เขียนขึ้นในช่วง 475 ปีก่อนคริสตกาล จนถึง ค.ศ. 1912 โดยเน้นที่ราชวงศ์ซ่ง (ค.ศ. 960–1279) วิเคราะห์ผลงานศิลปะ 4 คน คือ Gu Kaizhi, Wang Wei, Li Cheng และ Ni Zan โดยวิเคราะห์คุณลักษณะด้านรูปแบบและเทคนิคภาพต้นไม้ ในประเภทผลงานภาพวาดทิวทัศน์ โดยการวิเคราะห์ความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่ในงานศิลปะ การสะท้อน ความคิดเชิงปรัชญา และบริบททางสังคมวัฒนธรรม และการประเมินศักยภาพทางการสอนผ่านการใช้ทฤษฎีสัจวิทยาและการวิเคราะห์เชิงประจักษ์อย่างเป็นระบบของภาพวาดในการคัดเลือกผลงาน โดยคำนึงถึงความสำคัญทางประวัติศาสตร์ คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ ความคิดริเริ่มทางศิลปะ และความสามารถ ในการนำไปใช้ในการพัฒนาการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลทางโบราณคดี ในพิพิธภัณฑ์ และบันทึกเอกสาร จากกรณีศึกษาการถอดรหัสสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม วิธีการในการเชื่อมโยงสัญลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ กับการวิจัยด้านการศึกษาศิลปะสมัยใหม่

ตารางที่ 1 รายละเอียดงานจิตรกรรมจีนโบราณที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก

ลำดับ	ราชวงศ์	ชื่อผลงาน	ศิลปิน	ปีที่สร้าง	แหล่งที่มา / สถานที่จัดเก็บ
1	ราชวงศ์ใต้ (ค.ศ. 420–589)	ปราศรัยเจ็ดท่าน แห่งป่าทงไผ่	ไม่ปรากฏชื่อ	ชุดพบจากสุสานสมัย ราชวงศ์ใต้	พิพิธภัณฑ์หนานจิง
2	ราชวงศ์ถัง (ค.ศ. 713–756)	ศาลาและเรือใบ	หลี่ ซื่อซุ่น	ยุครุ่งเรืองแห่ง ราชวงศ์ถัง	พิพิธภัณฑ์กู้กง ไทเป

ลำดับ	ราชวงศ์	ชื่อผลงาน	ศิลปิน	ปีที่สร้าง	แหล่งที่มา / สถานที่จัดเก็บ
3	ราชวงศ์ ถังใต้ (ค.ศ. 937–975)	ภาพวรรณกรรม ในสวน	โจว เทวินจู้	ราชวงศ์ถังใต้	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ปักกิ่ง
4	ราชวงศ์ซ่ง เหนือ (ศตวรรษ ที่ 11)	ตกลาปริมฝั่ง แม่น้ำ	สวี เต้าหนิง	สมัยซ่งเหนือ	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ไทเป
5	ราชวงศ์ซ่ง เหนือ (ศตวรรษที่ 11)	ฟังเสียงฉิน	จ้าว เจ๋อ	สมัยซ่งเหนือ	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ปักกิ่ง
6	ราชวงศ์หยวน (ค.ศ. 1345)	สุภาพบุรุษทั้ง หก	หนี่ ซาน	ค.ศ. 1345	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ไต้หวัน
7	ราชวงศ์หยวน (ค.ศ. 1350)	เขาฟูหลู่	หวง กงหวัง	ค.ศ. 1350	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ไทเป
8	ราชวงศ์หมิง ตอนปลาย (ค.ศ. 1598–1652)	นักปราชญ์ ผู้สันโดษ	เฉิน หงโส่ว	ยุคหมิงตอนปลาย	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ไต้หวัน
9	ราชวงศ์หมิง ตอนกลาง (ค.ศ. 1427–1509)	ตกลาเพียง ลำพังในแม่น้ำ หนาว	เสี้ยน โจว	ยุคหมิงกลาง	คอลเลกชันส่วนตัว
10	ราชวงศ์ชิง ตอนต้น (ค.ศ. 1642–1707)	ต้นฉบับ จิตรกรรมและ อักษรแห่งชิง เซียง	ซือ เทา	ยุคชิงตอนต้น	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ไทเป

เกณฑ์การคัดเลือกผลงานให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยครอบคลุมทั้งโบราณวัตถุ เช่น ภาพปราชญ์เจ็ดท่านแห่งป่าหลงไผ่ และผลงานจิตรกรรมนักปราชญ์ชั้นครู เช่น สุภาพบุรุษทั้งหก การวิเคราะห์ผลงานทางประวัติศาสตร์ช่วยวางรากฐานที่ชัดเจนในการถอดรหัสทางวัฒนธรรมของสัญลักษณ์ต้นไม้อันสู่การประยุกต์ใช้ในการศึกษาศิลปะได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ นำหลักทฤษฎีสัญญวิทยา เพื่อวิเคราะห์ถอดรหัสความหมายในจิตรกรรมจีนโบราณ และยังเป็นแนวคิดหลักที่สนับสนุนการประยุกต์ใช้ในด้านการศึกษาศิลปะศาสตร์ที่ศึกษาระบบสัญลักษณ์และกระบวนการสร้างความหมายทางทฤษฎีจากแนวคิดของนักภาษาศาสตร์และ



นักศึกษาศาสตรสำคัญ ได้แก่ เฟอร์ดินานด์ เดอ โซซูร์, เพียร์ซ และ โรลิ่งด์ บาร์ตเสนอว่าเครื่องหมายประกอบด้วยสององค์ประกอบ ได้แก่ “ผู้บ่งชี้” ซึ่งเป็นรูปแบบทางกายภาพ เช่น เสียงหรือภาพ และ “สิ่งที่ถูกบ่งชี้” ซึ่งคือเนื้อหาความหมาย แนวคิดนี้เน้นว่าความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองส่วนมิได้เป็นธรรมชาติ แต่เกิดจากข้อกำหนดทางสังคม เพียร์ซเสนอว่าเครื่องหมายมีโครงสร้างแบบสามส่วน ได้แก่ 1.representamen (รูปสัญลักษณ์ภายนอก) 2.object (สิ่งที่หมายถึง) และ 3.interpretant (ความหมายที่เกิดจากการตีความ) โดยจำแนกเครื่องหมายออกเป็น ไอคอน (icon) อิงตามความเหมือน เช่น ภาพวาดต้นไม้ที่สมจริง ดัชนี (index) สื่อถึงสิ่งที่สัมพันธ์กันเชิงเหตุผล เช่น ต้นไม้แห้งที่บ่งบอกฤดูกาล สัญลักษณ์ (symbol) ความหมายตามข้อตกลงทางวัฒนธรรม เช่น ต้นสนแทนความอดทน

แนวคิดทฤษฎีที่ได้จากโรลิ่งด์ บาร์ตส์สำรวจความหมาย โดยแยกแยะระหว่าง ความหมายตรง (denotation) เช่น ต้นไม้ที่เห็นในภาพจิตรกรรม ความหมายแฝง (connotation) ความหมายเชิงวัฒนธรรม เช่น ต้นไม้สื่อถึงความกลมกลืนระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติในปรัชญาโบราณพร้อมทั้งวิเคราะห์กระบวนการ การเข้ารหัส-ถอดรหัส (encoding/decoding) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญของการสื่อสารผ่านสัญลักษณ์ในการนำไป ประยุกต์ใช้ในการศึกษาศิลปะสมัยใหม่ผ่านหลักฐานเชิงประจักษ์และแนวทางการสอนที่สร้างสรรค์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อให้ครอบคลุมทั้งการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและการประเมินเชิงประจักษ์ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1.1 คัดเลือกเอกสารต้นฉบับและสื่อศิลปะศึกษาภาพจิตรกรรมจีนโบราณตั้งแต่ช่วง 475 ปีก่อนคริสตกาล ถึง ค.ศ. 1912 ซึ่งแสดงสัญลักษณ์ต้นไม้รวบรวมข้อมูลจากบทความทางวิชาการ วรรณกรรมทางปรัชญา และงานวิจารณ์ศิลปะ

1.2 วิเคราะห์เชิงเนื้อหา ใช้วิธีวิเคราะห์เพื่อจำแนกความหมายเชิงสัญลักษณ์ของต้นไม้ในแต่ละช่วงเวลา และวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อตรวจสอบความหมาย การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อความวิเคราะห์ภาษาศิลป์ในวรรณกรรมและคำอธิบายภาพเพื่อสะท้อนอารมณ์และโลกทัศน์ที่แฝงอยู่ในสัญลักษณ์ต้นไม้

2. การประเมินผลเชิงประจักษ์ด้านการศึกษา

2.1 ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้สร้างชุดกิจกรรมหรือแผนการสอนที่บูรณาการสัญลักษณ์ต้นไม้เข้ากับเนื้อหาวิชาศิลปะร่วมสมัย เช่น การวาดภาพแนวตีความ การวิเคราะห์ภาพ หรือการสร้างสื่อดิจิทัล

2.2 ดำเนินกิจกรรมกับนิสิตระดับอุดมศึกษาในสาขาศิลปศึกษา แล้วเก็บข้อมูล

และวัดผลโดยใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อวัดผลด้านความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และทัศนคติที่มีต่อการบูรณาการมรดกทางวัฒนธรรมในการเรียนรู้ และการวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพประมวลผลข้อมูลเชิงสถิติเบื้องต้นควบคู่กับการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อ ประเมินความเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้เรียน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การส่งเสริมความเข้าใจในบริบทประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของสัญลักษณ์ต้นไม้ การวิเคราะห์ความหมายเชิงสัญลักษณ์และการแสดงออกทางศิลปะของต้นไม้ตั้งแต่ยุครัฐสงคราม ถึงราชวงศ์หมิง-ซึ่งช่วยสร้างความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับคุณค่า ความเชื่อ และโลกทัศน์ของสังคมจีน ในแต่ละยุคสมัย ทั้งในแง่ภูมิศิลปะ ปรัชญา และวัฒนธรรม
2. การอนุรักษ์และถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมผ่านการศึกษาศิลปะ ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้การสอนศิลปะที่ส่งเสริมการ ตระหนักรู้วัฒนธรรม โดยเฉพาะการบูรณาการสัญลักษณ์ต้นไม้ในรูปแบบที่ร่วมสมัย เป็นการสืบทอด องค์ความรู้ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการตีความเชิงสัญลักษณ์ของผู้เรียนสามารถนำไป พัฒนาการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์กับโลกยุคปัจจุบัน

การศึกษาวิเคราะห์วิวัฒนาการเชิงประวัติศาสตร์ของสัญลักษณ์ต้นไม้ในจิตรกรรมจีน

ในบริบททางวัฒนธรรมของจีนต้นไม้มิได้เป็นเพียงองค์ประกอบของภูมิทัศน์ธรรมชาติ เท่านั้น หากแต่ยังทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์เชิงจิตวิญญาณที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับ จักรวาลอย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะในจิตรกรรมจีนถูกใช้เป็นส่วนกลางในการถ่ายทอดแนวคิดทางปรัชญา ศาสนา และคุณค่าทางสังคมอย่างหลากหลาย จึงนับเป็นหนึ่งในหัวใจสำคัญของประวัติศาสตร์สัญลักษณ์ (semiotic history) ของศิลปะจีน ทั้งในแง่การใช้เชิงรูปธรรมและนามธรรม

การศึกษาวิวัฒนาการของสัญลักษณ์ในจิตรกรรมจีนสามารถจำแนกได้เป็น 5 ยุคสำคัญ ทางประวัติศาสตร์ ดังต่อไปนี้

1. ยุคก่อนราชวงศ์ฉิน (ก่อน 221 ปีก่อนคริสต์ศักราช) ในช่วงก่อนการรวมแผ่นดินของจีน ภาพต้นไม้ปรากฏในศิลปะบนภาชนะดินเผาและวัตถุพิธีกรรม โดยมักสื่อถึงแนวคิดเรื่อง ต้นไม้ศักดิ์สิทธิ์ (Sacred Tree) อันเป็นศูนย์กลางของจักรวาลหรือชีวิต เช่น ต้นไม้แห่งชีวิต (Tree of Life) ที่เชื่อมโยง ระหว่างโลกมนุษย์ เทวะ และวิญญาณ
2. ยุคราชวงศ์ฮั่น (206 ปีก่อนคริสต์ศักราช – ค.ศ. 220) สัญลักษณ์ต้นไม้เริ่มปรากฏอย่าง ชัดเจนในงานจิตรกรรมฝาผนังสุสาน ภาพพิมพ์หิน และงานแกะสลัก โดยมักสื่อถึงความเป็นอมตะ และการเวียนว่ายตายเกิด ตัวอย่างสำคัญคือการปรากฏของ ต้นหลิงจื่อ (Lingzhi) ซึ่งถือเป็น สัญลักษณ์ของชีวิตนิรันดร์ พลังแห่งการฟื้นฟู และสุขภาพอันเป็นอมตะ



3. ยุคราชวงศ์ถัง (ค.ศ. 618 – 907) ศิลปะในยุคนี้เจริญรุ่งเรืองอย่างมาก โดยเฉพาะจิตรกรรมแนวธรรมชาตินิยม (naturalism) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากลัทธิเต๋าและพุทธศาสนาต้นไม้เป็นสื่อความหมายถึงความสมดุล ความกลมกลืน และความสงบนิ่ง เช่น ต้นสน (pine) ที่เป็นตัวแทนของคุณธรรม ความเข้มแข็ง และอายุยืน

4. ยุคราชวงศ์ซ่ง (ค.ศ. 960 – 1279) แนวคิด ชานสูยฮว่า (Shan Shui Hua) หรือ จิตรกรรมภูเขา-สายน้ำเป็นแนวทางหลักของจิตรกรรมยุคนี้ ต้นไม้กลายเป็นองค์ประกอบสำคัญในการจัดองค์ประกอบภาพเพื่อแสดงถึงความสง่างามของธรรมชาติ และยังสะท้อนแนวคิดแบบขงจื้อ เช่น ความเรียบง่าย ความอ่อนน้อม และปัญญา

5. ยุคราชวงศ์ชิง (ค.ศ. 1644 – 1912) ในช่วงปลายของประวัติศาสตร์ศิลปะจีนภาพต้นไม้ถูกใช้ในเชิงนามธรรมมากขึ้น โดยมีความหมายเชิงปรัชญาและการตีความทางจิตวิญญาณ เช่น ภาพต้นไม้ที่โค้งงอแต่ไม่หัก ซึ่งสะท้อนแนวคิดเรื่องความยืดหยุ่น การอดทนต่อแรงกดดัน และความมั่นคงภายในจิตใจ

การจำแนกประเภทของสัญลักษณ์ต้นไม้ในจิตรกรรมจีน

ต้นไม้ในจิตรกรรมจีนไม่เพียงทำหน้าที่เป็นองค์ประกอบทางทัศนศิลป์เท่านั้น แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายหลากหลายตามบริบททางวัฒนธรรม ปรัชญา และสังคม โดยสามารถจำแนกประเภทของสัญลักษณ์ต้นไม้ได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ดังนี้

1. ต้นไม้แห่งชีวิตและจักรวาล

ต้นไม้ประเภทนี้สื่อถึงความเชื่อเรื่องชีวิตนิรันดร์ การเวียนว่ายตายเกิด และความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับจักรวาล ตัวอย่างเด่นคือ ต้นหลังจื่อ (Lingzhi Tree) ซึ่งพบได้บ่อยในจิตรกรรมยุคราชวงศ์ฮั่นและศิลปะพุทธ โดยต้นหลังจื่อได้รับการยกย่องว่าเป็นต้นไม้แห่งเทพเจ้าที่มอบพลังแห่งชีวิตนิรันดร์และสุขภาพอันยั่งยืน

2. ต้นไม้เชิงสัญลักษณ์ทางคุณธรรม

ในแนวทางนี้ ต้นไม้ถูกใช้เพื่อสะท้อนคุณธรรม ความกล้าหาญ และลักษณะนิสัยของบุคคล เช่น ต้นสน (Pine Tree) เป็นสัญลักษณ์ของความมั่นคง ความอดทน และการดำรงอยู่ในทุกฤดูกาล ต้นเหมย (Plum Blossom) แสดงถึงความมุ่งมั่น ความงามที่มั่นคงแม้ในฤดูหนาว ต้นไผ่ (Bamboo) สะท้อนความอ่อนน้อมแต่แข็งแกร่ง และเป็นตัวแทนของคุณธรรมแบบขงจื้อ โดยเฉพาะในกลุ่มปัญญาชน

3. ต้นไม้ในบริบทของปรัชญาธรรมชาติ

ต้นไม้ในภาพจิตรกรรมภูมิทัศน์ (Shan Shui Hua) ไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงฉากหลังหากแต่สื่อถึงสมดุลระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ ตามแนวคิดของลัทธิเต๋าและเซนต้นไม้ในบริบทนี้จึงกลายเป็นสื่อกลางของความสงบสติ และการอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม

4. ต้นไม้เชิงสัญลักษณ์ทางสังคมและการเมือง

ในช่วงปลายราชวงศ์ โดยเฉพาะในสมัยราชวงศ์ชิง การใช้สัญลักษณ์ต้นไม้ในงานจิตรกรรมเริ่มสะท้อนนัยทางการเมืองและสังคม เช่น ต้นสนในบริเวณพระราชวังกลายเป็นสัญลักษณ์ของอำนาจ ความมั่นคง และอุดมการณ์ของจักรพรรดิ ภาพต้นไม้แห้งหักโค่น หรือหลดล้มมักสะท้อนถึงความเสื่อมถอยของราชวงศ์ และการเปลี่ยนผ่านของระเบียบสังคม

นอกจากนี้จากการศึกษาภาพเขียนบนหินและเครื่องปั้นดินเผาโบราณยังพบว่ามีการใช้รูปต้นไม้เพื่อแสดงถึงความเคารพและการบูชาลัทธิธรรมชาติ อันสะท้อนความเชื่อดั้งเดิมที่ฝังลึกในจิตวิญญาณของชาวจีนในแต่ละยุคสมัย



ภาพที่ 1 (ซ้าย) ภาพวาด บนหินยุคหินใหม่บูซาเทพเจ้าจิจิน แม่ทัพเหลียนหยุนกั๋ง มณฑลเจียงซู

ภาพที่ 2 (ด้านขวา) ภาพเขียนหินยุคหินใหม่เทพสุริยะ คานจี้ หยวน มณฑลยูนนาน

แหล่งที่มา:ฐานข้อมูลวิชาการพิพิธภัณฑ์มณฑลเจียงซี

การแสดงออกทางจิตรกรรมของนักปราชญ์จีนบทบาทในการถ่ายทอดอุดมคติและอารมณ์

ในประวัติศาสตร์ศิลปะจีนการใช้สัญลักษณ์ไม้ได้จำกัดเพียงบทบาทของการบูชาหรือการแสดงออกถึงพลังแห่งธรรมชาติตามความเชื่อดั้งเดิมเท่านั้นหากแต่ในยุคสมัยของนักปราชญ์และจิตรกรจีน โดยเฉพาะในช่วงราชวงศ์ซ่งถึงราชวงศ์ชิงสัญลักษณ์ของต้นไม้ได้รับการพัฒนาให้เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึก และอุดมคติทางปรัชญาอย่างลึกซึ้ง จิตรกรซึ่งมักดำรงสถานะเป็นนักปราชญ์ในคราวเดียวกัน ได้ใช้การเขียนภาพต้นไม้เพื่อสะท้อนความเข้าใจเชิงอภิปรัชญาเกี่ยวกับชีวิตความไม่เที่ยง และสภาวะทางจิตวิญญาณ ตัวอย่างเช่น การวาด ต้นไม้เหี่ยวเฉาหรือถูกลมพัดใช้เป็นสัญลักษณ์ของความไม่เที่ยงแห่งชีวิต และภาวะยอมรับการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติในทางกลับกันการวาดต้นไม้ที่เจริญเติบโตอย่างสมบูรณ์มักสื่อถึงความหวังความเจริญรุ่งเรือง และศรัทธาในพลังแห่งชีวิต

การเลือกชนิดของต้นไม้ ลักษณะการпадพุ่มกัน รูปแบบของกิ่งก้าน และบรรยากาศโดยรวมล้วนมีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับโลกทัศน์ของผู้วาด และมักแฝงปรัชญาแห่งความสันโดษการครองตนอย่างเรียบง่ายหรือแม้กระทั่ง การวิพากษ์วิจารณ์สังคมในเชิงนามธรรม ผ่านองค์ประกอบ



ธรรมชาติ ดังนั้นต้นไม้ในจิตรกรรมของนักปราชญ์จีนจึงมิใช่เพียงวัตถุในธรรมชาติแต่เป็นสื่อเชิงสัญลักษณ์ที่ทรงพลังในการเชื่อมโยงจิตวิญญาณศิลปะ และปรัชญาเข้าไว้ด้วยกันอย่างแนบแน่น



ภาพที่ 3 ภาพม้วนกระดาษผลงานวรรณกรรม โจวเหวิน จู ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
แหล่งที่มา: ฐานข้อมูลวิชาการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางศิลปะในแต่ละช่วงประวัติศาสตร์

การวาดภาพต้นไม้ก็มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันไป ในสมัยราชวงศ์ถัง ภาพวาดต้นไม้มักจะเน้นไปที่ ความสมจริงโดยเน้นที่รายละเอียด ในขณะที่ในสมัยราชวงศ์ซ่ง ภาพวาดต้นไม้จะเน้นที่การสร้างอารมณ์ มากกว่ารูปแบบและจิตวิญญาณจากการวิเคราะห์ภาพวาดในแต่ละช่วงเวลา การศึกษาค้นคว้านี้เผยให้เห็นถึง วิวัฒนาการการวาดภาพที่มีการใช้ของสัญลักษณ์ภาพต้นไม้ ในการแสดงออกทางศิลปะตั้งแต่การแสดงออกเชิงรูปธรรมในศิลปะยุคแรกจนถึงการแสดงออกเชิงนามธรรมซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการของศิลปะการวาดภาพของจีนโบราณ



ภาพที่4 (ซ้าย) ศาลา Jiangfan หลี่ซือ ชุน ราชวงศ์ถัง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติไทเป

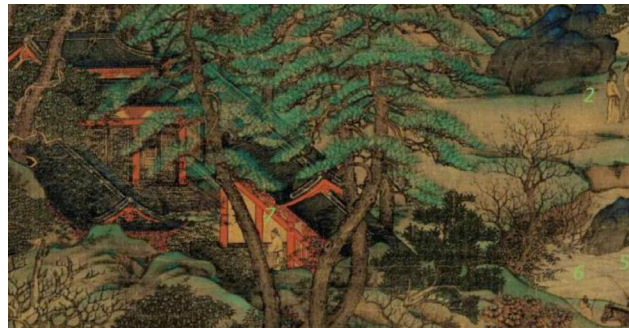
ภาพที่5 (ด้านขวา) Xu Daoning ราชวงศ์ซ่งเหนือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติไทเป

แหล่งที่มา: ฐานข้อมูลวิชาการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

การวิเคราะห์สัญลักษณ์ความงามตามธรรมชาติในภาพวาดจีนโบราณ

ในงานจิตรกรรมจีนโบราณ ต้นไม้หลากหลายชนิดได้รับการพรรณนาอย่างประณีต เพื่อแสดงออกถึงความงามของธรรมชาติ ความอุดมสมบูรณ์ และความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งในเชิงรูปธรรมและนามธรรมต้นไม้แต่ละชนิดมีนัยยะเชิงสัญลักษณ์ที่เฉพาะเจาะจง เช่น ต้นสน (Pine Tree) แสดงถึงความมั่นคง ความยืดหยุ่น และการไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ด้วยรูปลักษณะที่สูงใหญ่และอายุยืนยาว จึงมักปรากฏในภาพทิวทัศน์เพื่อสื่อถึงคุณธรรมของนักปราชญ์หรือบุรุษผู้มั่นคง

ต้นหลิว (Willow Tree) เป็นตัวแทนของความอ่อนโยน อ่อนหวาน และความรักใคร่ ด้วยเส้นสายที่พลิ้วไหวและสง่างาม สะท้อนถึงความงามที่แผ่พลังอย่างสงบ ตัวอย่างผลงาน ภาพศาลาเจียงฟาน ของ หลี่ซือซุน (Li Sixun) จิตรกรราชสำนักในสมัยราชวงศ์ถัง ได้แสดงการพรรณนาอย่างพิถีพิถันของต้นไม้หลากหลายชนิด ภายในฉากภูมิทัศน์ที่ประกอบด้วยศาลาริมน้ำ ภูเขา แม่น้ำ และต้นไม้หลากสีส่น เทคนิคการใช้สีฟ้าและเขียวที่ได้จากแร่ธรรมชาติ เช่น มาลาไคต์ และ ลาพิสลาซูลี เป็นลักษณะเฉพาะของสกุลศิลปะราชสำนักถังที่มุ่งเน้นความสง่างาม และพลังแห่งธรรมชาติภาพจิตรกรรมนี้ไม่เพียงแต่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองของยุคถึง หากยังสะท้อน แนวคิดทางลัทธิเต๋า ที่มองว่าธรรมชาติคือพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และสมดุล ช่วยส่งเสริมสุนทรียภาพแห่งภูมิทัศน์ให้เชื่อมโยงกับจิตวิญญาณของมนุษย์



ภาพที่ 6 ศาลา Jiangfan หลี่ ซือซุน ราชวงศ์ถัง ที่พิพิธภัณฑ์พระราชวังแห่งชาติไทเป
แหล่งที่มา: ฐานข้อมูลวิชาการพิพิธภัณฑ์มณฑลเจียงซี

วิเคราะห์ศาสนาและปรัชญาที่สะท้อนผ่านสัญลักษณ์ในจิตรกรรมจีน

สัญลักษณ์ต้นไม้ในจิตรกรรมจีนโบราณไม่เพียงสะท้อนความงามทางธรรมชาติ หากยังเป็นตัวแทนของแนวคิดทางศาสนาและปรัชญา โดยเฉพาะในศาสนาพุทธ และลัทธิเต๋า ซึ่งให้ความสำคัญกับแนวคิดเรื่องการหลุดพ้นและการยกระดับจิตวิญญาณศาสนาพุทธภาพต้นโพธิ์เป็นสัญลักษณ์ของการตรัสรู้ของพระพุทธเจ้า สื่อถึงปัญญาและการหลุดพ้นจากวัฏสงสารลัทธิเต๋าภาพต้นไม้สะท้อนความเป็นอมตะและการเข้าถึงเต๋าหรือธรรมชาติอันบริสุทธิ์ต้นไม้ในจิตรกรรมยังสะท้อน วัฏจักรชีวิตการเกิด เติบโต เสื่อม และตายซึ่งเป็นแนวคิดหลักในปรัชญาจีนโบราณ เช่น ใน



ภาพ Fishing Alone on a Cold River โดยเฉินโจว แห่งราชวงศ์หมิง ต้นไม้เปล่าเปลี่ยวและชาวประมงโดดเดี่ยวแสดงถึงความสงบภายในและการค้นหาความหมายของชีวิต



ภาพที่ 7 Gaoshi Tu Chen Hongshou ราชวงศ์หมิง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
แหล่งที่มา: ฐานข้อมูลวิชาการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

การสืบทอดวัฒนธรรมผ่านสัญลักษณ์ต้นไม้ในจิตรกรรมจีน

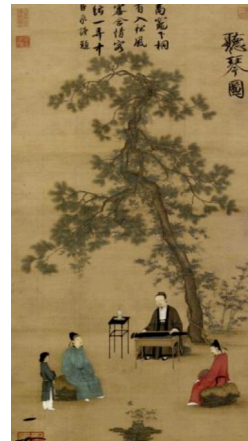
ภาพวาดต้นไม้ไม่ได้เป็นเพียงฉากหลังในงานศิลปะ แต่ทำหน้าที่ถ่ายทอดคติความเชื่อ ความศักดิ์สิทธิ์ และอุดมคติทางปรัชญาของชาวจีนในแต่ละยุคสมัย สัญลักษณ์แห่งความศักดิ์สิทธิ์ และจักรวาลต้นไม้ เช่น ต้นโพธิ์ ต้นไผ่ และเจ็ญมู่ ปรากฏในตำนานและพิธีกรรมสื่อถึงพลังลึกลับ ความอุดมสมบูรณ์ และความเชื่อมโยงระหว่างฟ้า ดิน และมนุษย์เป็นตัวแทนของคุณธรรมและการปกป้อง ต้นสน ไม้ และเหมย ถูกเชื่อมโยงกับความมั่นคง ความอดทน และความแข็งแกร่งทางจิตวิญญาณ เป็นเครื่องมือถ่ายทอดอุดมคติของจิตรกร เช่น ในภาพสุภาพบุรุษทั้งหก ในยุคราชวงศ์หยวน ซึ่ง ต้นไม้เหี่ยวเฉาถูกใช้สื่อความรู้สึกสูญเสียและการครุ่นคิดถึงมิตรภาพ อีกทั้งยังมีบทบาทในนิทานพื้นบ้านและตำนาน เช่น ตำนานงูขาวได้ต้นหลิว สื่อถึงความรัก ความผูกพัน และความทรงจำร่วมของสังคม ด้วยบทบาททั้งในศิลปะ พิธีกรรม และวรรณกรรม ต้นไม้จึงเป็นสื่อกลางสำคัญในการสืบทอดความทรงจำทางวัฒนธรรมและจิตวิญญาณของชาติ สัญลักษณ์ต้นไม้ในจิตรกรรมจีนไม่เพียงแสดงถึงการเคารพธรรมชาติ แต่ยังช่วยเชื่อมโยงอดีตกับปัจจุบันในการศึกษาศิลปะและการถ่ายทอดมรดกวัฒนธรรม



ภาพที่ 8 ภาพวาดหกสุภาพบุรุษหนี่ซานราชวงศ์หยวน พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
แหล่งที่มา: ฐานข้อมูลวิชาการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

การวิเคราะห์องค์ประกอบทางศิลปะภาพต้นไม้ในจิตรกรรมจีนโบราณ

ภาพต้นไม้ในจิตรกรรมจีนโบราณมีองค์ประกอบที่มีนัยยะสำคัญทั้งในด้านสุนทรียภาพ และปรัชญา ภาพวาดต้นไม้สะท้อนถึงโลกทัศน์ของศิลปินที่มองธรรมชาติไม่เพียงเป็นสิ่งสวยงาม หากแต่เป็นสิ่งที่มีชีวิต มีจิตวิญญาณ และแฝงไว้ด้วยความหมายลึกซึ้งทางจิตใจและวัฒนธรรม ในแง่ขององค์ประกอบทางศิลปะ ศิลปินจีนโบราณมักใช้เทคนิคการวาดเส้นอย่างเรียบง่ายแต่เปี่ยม ด้วยพลังในการถ่ายทอดรูปทรงของต้นไม้ กิ่งก้านและลำต้นถูกเรียงร้อยให้สอดคล้องกับจังหวะของ ภาพ ถ่ายทอดความอ่อนช้อยหรือแข็งแกร่งตามลักษณะเฉพาะของพันธุ์ไม้และอารมณ์ของศิลปิน เส้นสายเหล่านี้ไม่เพียงแสดงทักษะทางเทคนิคของศิลปิน หากยังสะท้อนถึงสมาธิและความเข้าใจ ในธรรมชาติอันลึกซึ้ง โครงสร้างของต้นไม้ในภาพวาดมักเป็นแกนหลักในการกำหนดองค์ประกอบ โดยรวมของภาพ ซึ่งอาจทำหน้าที่เป็นจุดศูนย์กลางเพื่อดึงดูดสายตาของผู้ชมและชี้นำการรับรู้สู่ แนวคิดหรืออารมณ์ที่ศิลปินต้องการถ่ายทอด ความตั้งใจในการจัดวางต้นไม้ในบริบทของภูมิทัศน์ เช่น ภูเขา แม่น้ำ หรือศาลา ยังช่วยสร้างความสมดุล และลำดับชั้นทางสายตาในภาพ ต้นไม้ใน จิตรกรรมจีนโบราณมิใช่เพียงองค์ประกอบ ประกอบฉาก หากแต่เป็นเครื่องมือที่ศิลปินใช้ในการ แสดงออกถึงอารมณ์ ความคิด ปรัชญา และอุดมคติผ่านรูปทรงองค์ประกอบ และลีลาการใช้พู่กันจึง อาจกล่าวได้ว่าต้นไม้เป็นสัญลักษณ์ทางศิลปะที่เชื่อมโยงมนุษย์กับธรรมชาติ และสะท้อนถึงความ งามตามแนวคิดแบบตะวันออกได้อย่างลึกซึ้ง



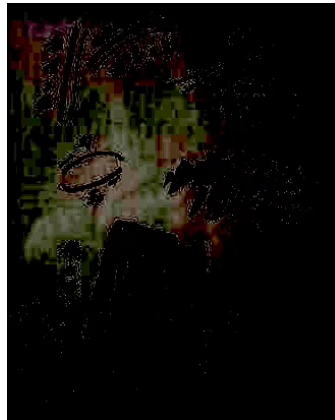
ภาพที่ 9 ภาพจำวเจ้อ ราชวงศ์ซ่ง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
แหล่งที่มา: สำนักข้อมูลวิชาการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

เทคนิคการวาดเส้นและพู่กันภาพต้นไม้ในจิตรกรรมจีนโบราณ

ในจิตรกรรมจีนโบราณ การวาดเส้นถือเป็นหัวใจสำคัญในการถ่ายทอดความหมายเชิงสัญลักษณ์ ของต้นไม้ เส้นแต่ละเส้นมิได้เป็นเพียงรูปลักษณะของธรรมชาติ หากแต่สะท้อนถึงอารมณ์บรรยากาศ และปรัชญาในเชิงลึกของศิลปิน เส้นที่พลิ้วไหวของกิ่งหลิว แสดงออกถึงความอ่อนโยนและเศร้า ใน



ขณะที่เส้นที่หยาบและขรุขระของกิ่งสน บ่งบอกถึงความแข็งแกร่งและอดทน เส้นที่มีลักษณะทางพื้นผิวต่างกันเช่นนี้ จึงถูกใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างอารมณ์และการตีความเชิงจิตวิญญาณในภาพวาด ศิลปินจีนโบราณมักใช้เทคนิคพู่กันหลากหลายรูปแบบในการวาดต้นไม้ ทั้งการแตะ การลงหมึก และการปัดพู่กัน ซึ่งล้วนมีบทบาทในการสร้างพื้นผิว รูปร่าง และมิติของต้นไม้ในภาพ เทคนิคการแต้มจุดนิยมใช้เพื่อแสดงความชุ่มชื้นของใบไม้ รวมถึงการเพิ่มความลึกผ่านการจัดชั้นจุดอย่างมีจังหวะ ในขณะที่เทคนิคการวาดหมึก ซึ่งใช้พู่กันขนาดใหญ่ลงสีอย่างรวดเร็วและมีพลัง ช่วยให้ภาพดูมีความเคลื่อนไหวและความเป็นธรรมชาติอย่างไม่ปรุงแต่ง เทคนิคการใช้เส้นและพู่กันในจิตรกรรมจีนโบราณมิใช่เพียงกระบวนการสร้างภาพทางกายภาพของต้นไม้ แต่เป็นภาษาศิลปะที่แสดงออกถึงอารมณ์ ความคิด และสภาวะทางจิตวิญญาณของศิลปิน



ภาพที่ 10 คำอธิบายเทคนิคการวาดภาพของจีน
แหล่งที่มา: โซเซียลมีเดียจีน ไม่ทราบผู้เขียน

การใช้สีและสัญลักษณ์ทางทัศนธาตุในจิตรกรรมจีนโบราณ

การใช้สีในจิตรกรรมจีนโบราณไม่เพียงแต่มีบทบาทด้านความสวยงาม หากยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการแสดงออกถึงอารมณ์ความรู้สึก และแนวคิดเชิงสัญลักษณ์สีและน้ำหมึกถูกนำมาใช้เพื่อสร้างบรรยากาศทางอารมณ์ สื่อถึงความสงบ สุขุม หรือแม้แต่ความลึกซึ้งของธรรมชาติ องค์ประกอบทางทัศนธาตุ เช่น สีอ่อน สีเข้ม ความโปร่งใส และการทับซ้อนของเฉดสี ล้วนเป็นภาษาทางศิลปะที่จิตรกรใช้ถ่ายทอดโลกทัศน์ของจิตรกร ในการใช้น้ำหมึกแบบดั้งเดิมจิตรกรมักใช้การควบคุมระดับความเข้มของสีและการซ้อนชั้นสีเพื่อสร้างมิติและพื้นผิวของต้นไม้ ตัวอย่างที่โดดเด่นได้แก่ภาพวาด Dwelling in the Fuchun Mountains โดย Huang Gongwang ศิลปินในสมัยราชวงศ์หยวน ซึ่งนำเสนอทิวทัศน์ของภูเขา ป่าไม้ และต้นไม้ ด้วยการใช้โทนสีหมึกที่หลากหลาย ผสานกับเทคนิคการแรเงาและการทับซ้อน ทำให้ภาพมีความสมจริงและสง่างามในเชิงศิลปะโทนสีที่ใช้ในจิตรกรรมจีนโบราณมักเน้นความเรียบง่ายและสงบสุข สีอ่อนและเฉดสีหมึกที่เบาบางช่วยสื่อถึง

ความลึกซึ้งทางอารมณ์และสภาวะภายในของจิตรกร อันเป็นการสะท้อนแนวคิดแบบตะวันออกเกี่ยวกับความว่าง ความกลมกลืน และการดำรงอยู่ร่วมกับธรรมชาติ การใช้สีและทัศนธาตุในจิตรกรรมจีนโบราณเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ที่เต็มไปด้วยความหมายเชิงสัญลักษณ์ ทั้งในระดับศิลปะและวัฒนธรรม ช่วยให้ผลงานศิลปะมีความสมบูรณ์ ทั้งทางด้านอารมณ์ สุนทรียภาพ และการสื่อความหมายอย่างลึกซึ้ง



ภาพที่ 11 (ซ้าย) ภูเขาฟูซุน หวงกง หวาง ราชวงศ์ชิง พิพิธภัณฑ์พระราชวังไทเป
ภาพที่ 12 (ขวา) ภาพวาดชิงเซียง ซีเต้า ราชวงศ์หมิง พิพิธภัณฑ์พระราชวังแห่งชาติ ไทเป
แหล่งที่มา:ฐานข้อมูลวิชาการพิพิธภัณฑ์มณฑลเจียงซี

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในมิติเชิงนวัตกรรมของการประยุกต์ใช้สัญลักษณ์ต้นไม้นในจิตรกรรมจีนโบราณภายใต้บริบทของการศึกษาศิลปะ งานวิจัยฉบับนี้ได้ดำเนินการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interviews) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 6 ท่านจากหลากหลายสาขาวิชา ได้แก่ ศาสตราจารย์ด้านศิลปะศึกษา การภัณฑารักษ์ในงานจิตรกรรมจีนโบราณ นักวิจัยศิลปะวัฒนธรรม นักบริหารจัดการด้านศิลปะ และศิลปินผู้สืบทอดมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม

การสัมภาษณ์ดังกล่าวมุ่งเน้นการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญใน 4 ประเด็นสำคัญ ได้แก่

1. นัยทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของสัญลักษณ์ต้นไม้นในจิตรกรรมจีนโบราณ ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทเชิงสัญลักษณ์ของต้นไม้นในฐานะตัวแทนของธรรมชาติ ปรัชญา และจิตวิญญาณของยุคสมัย

2. แนวทางการประยุกต์ใช้ในการศึกษาศิลปะร่วมสมัย โดยเน้นการเชื่อมโยงความรู้เชิงวัฒนธรรมเข้ากับกระบวนการเรียนรู้ของนักเรียนและผู้เรียนศิลปะในยุคปัจจุบัน

3. การนำนวัตกรรมร่วมสมัยมาผสมผสานกับสัญลักษณ์ดั้งเดิม เพื่อสร้างสรรค์แนวทางใหม่ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ โดยไม่ละทิ้งรากฐานทางวัฒนธรรม

4. กลยุทธ์การบริหารจัดการทางศิลปะ เพื่อการอนุรักษ์และเผยแพร่ผลงานศิลปะที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ โดยเฉพาะในบริบทของสถาบันการศึกษา พิพิธภัณฑ์ และองค์กรด้านศิลปวัฒนธรรม



ตารางรายชื่อผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์

ลำดับ	ชื่อ	ตำแหน่ง/ความเชี่ยวชาญ
1	ศาสตราจารย์จางเล่อ	นักวิชาการด้านการศึกษาศิลปะ/อาจารย์มหาวิทยาลัย
2	ซุน จินยี่	ภัณฑารักษ์ในพิพิธภัณฑ์ศิลปะ
3	หวงปิน	ศิลปินผู้เชี่ยวชาญด้านจิตรกรรมแผ่นภาพจีนโบราณ
4	ศาสตราจารย์จางปิง	นักวิชาการด้านการศึกษาวัฒนธรรม/อาจารย์มหาวิทยาลัย
5	เจิ้งเผิง	ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการศิลปะ ผู้อำนวยการสถาบันศิลปะ
6	หลี่ ขวนจุน	ผู้สืบทอดมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการวาดภาพต้นไม้แบบดั้งเดิม

ตารางที่ 2 หัวข้อในการสัมภาษณ์

Interview Topic
Opening introduction: Please briefly introduce your work experience and professional field. 1 Understanding of the symbol 'tree' (1)Based on your professional knowledge, how do you understand the cultural connotations and symbolic meanings of the “tree” symbol in ancient Chinese painting?Can you provide examples of its changes in different historical periods or painting genres? (2)In your opinion, what role does the “tree” symbol play in conveying the emotions and thoughts of the painter? 2 The connection between research in professional fields and the symbol of “tree” (1)How did you pay attention to and apply the knowledge related to the “tree” symbol in ancient Chinese painting during your research or teaching process? (2)Can you share some specific cases you know to illustrate the importance of the “tree” symbol in artistic creation or research? 3 Insights into the Symbol of “Tree” in Contemporary Art Creation (1)What innovative ways have you observed the use of the “tree” symbol in contemporary art creation?What is the significance of these innovations in inheriting and developing the cultural value of the “tree” symbol? (2)In your field of vision, which contemporary artists have shown outstanding performance in using the symbol of “tree”?What are the characteristics of their works worth paying attention to? 4. Views on the symbol of “tree” in art education (1)What positive effects do you think incorporating the symbol of “tree” into art education has on cultivating students' artistic literacy? (2)How to guide students to deeply understand and appreciate the charm of the “tree” symbol in ancient painting in art education practice? (3)What challenges and problems do you think exist in the current teaching of the “tree” symbol in art education?How should we improve? 5.Suggestions on Art Management Strategies in “Tree” Symbol Education (1) In your opinion, how should art management strategies optimize the allocation of “tree” symbol art education resources (including human resources, material resources, and financial resources)? (2) How to promote the professional development of teachers in the teaching of “tree” symbols through art management strategies? (3) Do you have any suggestions for establishing an effective teaching evaluation system to assess the effectiveness of teaching the “tree” symb

ผลการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ แบ่งเป็น 5 ประเด็น ดังนี้

1. ความเข้าใจและการรับรู้เชิงสัญลักษณ์

1.1 นัยทางวัฒนธรรมและความหมายเชิงสัญลักษณ์ ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 ท่านต่างมีความเข้าใจในระดับลึกซึ้งเกี่ยวกับบริบททาง ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของสัญลักษณ์ โดยเสนอให้มีการวิจัยเชิงลึกมากขึ้นผ่านการบูรณาการองค์ความรู้ข้ามสาขา เช่น การวิเคราะห์ทางปรัชญา ประวัติศาสตร์ สังคม การศึกษาเปรียบเทียบข้ามวัฒนธรรม และการศึกษาวัตถุจริงในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อสำรวจ พัฒนาการของสัญลักษณ์ในแต่ละยุคสมัยและแนวคิดปะทะที่แตกต่างกัน

1.2 บทบาทในการถ่ายทอดอารมณ์และความคิดของศิลปิน ผู้เชี่ยวชาญยอมรับว่าสัญลักษณ์เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ศิลปินใช้ในการถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก และแนวคิดเชิงปรัชญา พร้อมแนะนำให้ศิลปินรุ่นใหม่ศึกษาความหลากหลายและพลวัตของสัญลักษณ์นี้ เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์ผลงานที่สะท้อนอัตลักษณ์ร่วมสมัย และการบูรณาการข้ามศาสตร์ เช่น การออกแบบ สถาปัตยกรรม และภูมิสถาปัตยกรรม

2. การประยุกต์ใช้ในงานวิจัยและการสอน

2.1 การใช้งานในบริบทวิชาชีพ ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดได้ใช้ความรู้เกี่ยวกับสัญลักษณ์ต้นไม่ในงานวิจัยและการเรียนการสอน โดยเสนอให้จัดตั้งฐานข้อมูลวรรณกรรมและกรณีศึกษาเพื่อเป็นแหล่งอ้างอิง พร้อมทั้งพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย เช่น เวิร์กช็อป การจัดนิทรรศการ และการศึกษานอกสถานที่ เพื่อส่งเสริมความคิดวิเคราะห์และความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา

2.2 กรณีศึกษาที่สะท้อนความสำคัญ มีการแบ่งปันกรณีศึกษาที่ชี้ให้เห็นว่าสัญลักษณ์มีบทบาทสำคัญในการสะท้อนคุณค่าทางศิลปะ สุนทรียะ และความหมายเชิงวัฒนธรรมในบริบทต่าง ๆ โดยเฉพาะเมื่อเชื่อมโยงกับประเด็นทางสังคมร่วมสมัย

3. การประยุกต์ใช้อย่างสร้างสรรค์ในศิลปะร่วมสมัย

3.1 การสังเกตแนวทางนวัตกรรม ผู้เชี่ยวชาญมีมุมมองต่อการใช้สัญลักษณ์ในงานศิลปะร่วมสมัย และเสนอให้มีการรวบรวมผลงานสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการวิจัยต่อยอด รวมถึงส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และประเมินคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมของผลงาน

3.2 ศิลปินร่วมสมัยและลักษณะเด่นของผลงาน มีการกล่าวถึงศิลปินที่มีผลงานโดดเด่นในการใช้ภาพวาดต้นไม่เป็นสื่อในการสื่อสารระหว่างความเก่าและใหม่ โดยแนะนำให้ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายวิชาการและสนับสนุนการวิจัยเชิงทฤษฎีเพื่อสร้างแนวทางที่มั่นคงในวงการศิลปะร่วมสมัย

4. ผลกระทบของการบูรณาการสัญลักษณ์ต้นไม่ ในการศึกษาศิลปะ

4.1 พัฒนาความรู้ความสามารถทางศิลปะของนักเรียน ผู้เชี่ยวชาญเห็นพ้องกันว่ากระบวนการสัญลักษณ์ในหลักสูตรศิลปะส่งผลดีต่อการพัฒนาอรรถสทงสุนทรียะและความเข้าใจในมรดกทางวัฒนธรรมของนักเรียน

4.2 แนวทางการสอน แนะนำให้ใช้วิธีการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เช่น การจัดบริบทการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ และการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการสร้างความรู้เข้าใจอย่างลึกซึ้ง



4.3 แนวทางแก้ไข เครื่องมือการสอน รวมถึงการขาดระบบประเมินที่มีมาตรฐาน โดยเสนอให้มีการพัฒนาหลักสูตรและตำราเรียนอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งออกแบบระบบประเมินผลการเรียนรู้ อย่างรอบด้าน

5. กลยุทธ์การบริหารจัดการทางศิลปะสำหรับการศึกษาเชิงสัญลักษณ์

5.1 การจัดสรรทรัพยากร ควรวางกลยุทธ์ในการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านบุคลากร งบประมาณ และสื่อการเรียนการสอน พร้อมเสนอให้ภาครัฐมีบทบาทเชิงนโยบาย ในการสนับสนุนการศึกษาเชิงศิลปะ

5.2 การพัฒนาวิชาชีพครู ควรจัดตั้งระบบฝึกอบรมและสนับสนุนการเติบโตทางวิชาชีพ ของครูศิลปะ ส่งเสริมให้ครูสามารถพัฒนาวิธีการสอนที่เหมาะสมกับบริบทของผู้เรียน

5.3 ระบบประเมินผลการสอน เสนอให้สร้างระบบประเมินผลที่มีความชัดเจนและมีหลัก วิชาการ สามารถสะท้อนผลสัมฤทธิ์ของการเรียนการสอนได้อย่างแม่นยำ และนำผลการประเมินมา ใช้ในการปรับปรุงหลักสูตรและการสอน

ข้อเสนอและข้อคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นของการวิจัยเชิงลึก การบูรณาการความรู้ข้ามศาสตร์ การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และการวางระบบการจัดการที่มี ประสิทธิภาพ ซึ่งจะเป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับการประยุกต์ใช้สัญลักษณ์ต้นไม้ในการศึกษา ศิลปะ ทั้งในแง่ของการอนุรักษ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทศิลปะร่วมสมัย

แนวคิดการประยุกต์ใช้ในการศึกษาด้านศิลปะ

ต่อไปนี้เป็นแนวทางประยุกต์ใช้ความหมายทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางศิลปะของ สัญลักษณ์ต้นไม้จากภาพวาดจีนโบราณ เพื่อเสริมสร้างทักษะด้านสุนทรียศาสตร์ของผู้เรียน ตลอดจนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และความคิดเชิงวิพากษ์ระหว่างการเรียนรู้วัฒนธรรมและนวัตกรรม สร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการเรียนรู้ที่เน้นการเรียนรู้แบบองค์รวมและการประยุกต์ใช้ความรู้ ในบริบทร่วมสมัย



ตารางที่ 3 การประยุกต์ใช้ความหมายทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางศิลปะของสัญลักษณ์ต้นไม้จากภาพวาดโบราณ ในการศึกษาด้านศิลปะ

โครงการ	เนื้อหา	รายละเอียดเพิ่มเติม
แนวคิดหลัก	มรดกทางวัฒนธรรมและนวัตกรรม	ด้านการสืบทอดวัฒนธรรม: หลักสูตรเน้นการใช้สัญลักษณ์ต้นไม้ในจิตรกรรมจีนโบราณเป็นทรัพยากรการเรียนรู้ เพื่อให้นักเรียนเข้าใจบริบททางประวัติศาสตร์และความหมายเชิงวัฒนธรรม ด้านการประยุกต์เชิงนวัตกรรม: สนับสนุนให้นักเรียนสำรวจรูปแบบการแสดงออกใหม่ของสัญลักษณ์ต้นไม้ในศิลปะร่วมสมัย และพัฒนาความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์
	การเสริมสร้างทักษะด้านสุนทรียภาพ	ด้านประสบการณ์ด้านสุนทรียะ: นักเรียนจะได้รับการส่งเสริมให้พิจารณาองค์ประกอบศิลป์ ในผลงานจิตรกรรม เพื่อพัฒนาเสริมสร้างทักษะด้านสุนทรียภาพ นักเรียนจะได้รับการสอนให้ใช้สัญลักษณ์ต้นไม้เป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์งานศิลปะ เพื่อถ่ายทอดความรู้สึกและมุมมองสร้างสรรค์
	การพัฒนาความคิดเชิงวิพากษ์	ด้านการเปรียบเทียบทางประวัติศาสตร์และสมัยใหม่: นักเรียนได้รับการแนะนำให้เปรียบเทียบการใช้สัญลักษณ์ต้นไม้ในแต่ละยุคสมัย เพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกทางประวัติศาสตร์ ด้านการวิจารณ์ศิลปะ: นักเรียนได้รับการกระตุ้นให้วิเคราะห์เชิงวิพากษ์เกี่ยวกับการใช้สัญลักษณ์ต้นไม้ในศิลปะร่วมสมัย เพื่อพัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีเหตุผล



โครงการ	เนื้อหา	รายละเอียดเพิ่มเติม
เนื้อหาและวิธีการสอน	เนื้อหาการเรียนการสอน	แนะนำพัฒนาการทางประวัติศาสตร์และบริบททางวัฒนธรรมของสัญลักษณ์ “ต้นไม้” ในจิตรกรรมจีนโบราณ ถ่ายทอดเทคนิคการใช้พู่กันและหมึกจีนในการถ่ายทอดรูปทรงและพื้นผิวของต้นไม้ สนับสนุนให้นักเรียนทดลองแสดงออกทางศิลปะในรูปแบบใหม่ที่เกี่ยวข้องกับต้นไม้ในบริบทร่วมสมัย
	วิธีการสอน	วิเคราะห์ผลงานจิตรกรรมจีนที่มีสัญลักษณ์ต้นไม้เพื่อให้เข้าใจคุณลักษณะทางศิลปะ ออกแบบกิจกรรมสร้างสรรค์โดยใช้ต้นไม้เป็นหัวข้อหลักเพื่อกระตุ้นจินตนาการ จัดเวทีอภิปรายเกี่ยวกับความหมายทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางศิลปะของ ต้นไม้เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนแนวคิด
การออกแบบหลักสูตร	โครงสร้างหลักสูตร	ระดับพื้นฐาน: แนะนำความรู้พื้นฐานและลักษณะทางศิลปะของสัญลักษณ์ ต้นไม้ ระดับขั้นสูง: เจาะลึกความหมายเชิงวัฒนธรรมและคุณค่าทางสุนทรียะ ระดับภาคปฏิบัติ: เน้นแนวการสร้างสรรค์ผลงานโดยใช้สัญลักษณ์ ต้นไม้
การประเมินหลักสูตร	การประเมินผลการเรียนรู้	การประเมินระหว่างกระบวนการ: ให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการเรียนรู้และความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียน การประเมินผลลัพธ์: พิจารณาจากผลงานสร้างสรรค์ของนักเรียน โดยเน้นที่การแสดงออกทางศิลปะและความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม

โครงการ	เนื้อหา	รายละเอียดเพิ่มเติม
ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในการเรียนรู้	ทรัพยากรการเรียนการสอน	รวบรวมวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ต้นไม้สำหรับการศึกษาและการอ้างอิง จัดแสดงภาพจิตรกรรมจีนคลาสสิกที่มีสัญลักษณ์ ต้นไม้เพื่อใช้ในการสังเกตและวิเคราะห์
	สภาพแวดล้อมทางการศึกษา	จัดเตรียมห้องศิลปะที่มีวัสดุและเครื่องมือพร้อมสำหรับการสร้างสรรค์งาน ใช้สื่อดิจิทัล เช่น เทคโนโลยีโลกเสมือนเพื่อส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยที่ได้สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าทางสัญลักษณ์และศักยภาพในการประยุกต์ในฐานะสัญลักษณ์ต้นไม้ในจิตรกรรมจีนโบราณ ทั้งในด้านการถ่ายทอดความคิด ความเชื่อ และอารมณ์ของศิลปินในแต่ละยุคสมัย รวมถึงการบูรณาการเข้ากับการศึกษาศิลปะร่วมสมัยอย่างสร้างสรรค์ โดยสามารถอภิปรายในประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. ความหลากหลายของความหมายเชิงสัญลักษณ์ในบริบทประวัติศาสตร์

การศึกษาพบว่าต้นไม้ไม่ได้เป็นเพียงองค์ประกอบในภาพวาดเท่านั้น แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ที่สะท้อนแนวคิดทางจริยธรรม ปรัชญา และสภาพสังคมในแต่ละช่วงเวลา ยกตัวอย่างเช่น การแสดงภาพต้นไม้ในยุคราชวงศ์ซ่งที่มีลักษณะเขียวแห้ง แสดงถึงความโดดเดี่ยวและการแสวงหาความหลุดพ้นทางจิตวิญญาณเป็นการแสดงภาวะภายในของมนุษย์ ดังนั้น สัญลักษณ์ ต้นไม้ในบริบทนี้จึงมีนัยที่ลึกซึ้งและซับซ้อน โดยการวิเคราะห์ในงานวิจัยนี้ช่วยขยายความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างศิลปะและอุดมการณ์ในสังคมจีนโบราณได้อย่างชัดเจน

2. การเชื่อมโยงระหว่างภูมิปัญญาโบราณกับศิลปะร่วมสมัย

การออกแบบรูปแบบการเรียนรู้ที่ประยุกต์ใช้สัญลักษณ์ต้นไม้ร่วมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้สร้างพื้นที่ใหม่ให้กับการเรียนรู้ที่เน้นทั้งการอนุรักษ์และการสร้างสรรค์ มุ่งส่งเสริมทั้งทักษะทางสุนทรียะ ความคิดเชิงวิพากษ์ และการตีความที่หลากหลาย ผลการทดลองในงานวิจัยนี้ยังแสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงมรดกทางวัฒนธรรมเข้ากับประสบการณ์ร่วมสมัย พวกเขาจะมีระดับของการมีส่วนร่วมสูงขึ้น รวมถึงมีแนวโน้มในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ชัดเจนยิ่งขึ้น



ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้สัญลักษณ์ “ต้นไม้” ในจิตรกรรมจีนโบราณเพื่อการศึกษา
วิชาศิลปะ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เชิงปฏิบัติ และเชิงวิชาการ ดังนี้

1.การบูรณาการมรดกทางวัฒนธรรมในนโยบายหลักสูตรศิลปะระดับชาติ

ควรมีการผลักดันนโยบายที่สนับสนุนให้มรดกวัฒนธรรมด้านทัศนศิลป์ เช่น สัญลักษณ์ใน
จิตรกรรมโบราณ ถูกบรรจุในหลักสูตรศิลปะระดับชาติโดยเฉพาะในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์
วัฒนธรรมการออกแบบ และประวัติศาสตร์ศิลปะ เพื่อสร้างฐานความรู้ด้านวัฒนธรรมที่มั่นคงแก่ผู้เรียน
ในทุกระดับการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการหรือหน่วยงานด้านการวิจัยควรส่งเสริมการจัดทำคลัง
สื่อดิจิทัลทางศิลปะที่เชื่อมโยงระหว่างสื่อโบราณกับเทคโนโลยีใหม่ เช่น สื่อ VR/AR ที่ใช้สำรวจผล
งานศิลปะโบราณ และกิจกรรมเชิงปฏิสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์

2.การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้แบบสหวิทยาการ

ผู้สอนควรประยุกต์ใช้แนวคิดของการเรียนรู้แบบสหวิทยาการ โดยผสมองค์ความรู้จาก
ประวัติศาสตร์ ศิลปะ จิตวิทยา และเทคโนโลยี เพื่อให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ ตีความ และ
สร้างสรรค์ผลงานที่เชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมกับบริบทร่วมสมัยได้อย่างมีนัยสำคัญ ควรมี
การจัดเวิร์กช็อปหรือแล็บศิลปะเชิงทดลองในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา เพื่อให้นักศึกษาได้ทดลอง
สร้างสรรค์ผลงานที่ใช้สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมร่วมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ อาทิ งานแอนิเมชัน
งานสื่อประสม หรือศิลปะอินเทอร์แอคทีฟ

3.การศึกษาวัฒนธรรมระดับนานาชาติ

งานวิจัยในอนาคตควรศึกษาสัญลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น “ต้นไม้” ในบริบทของจิตรกรรม
จากวัฒนธรรมนานาชาติ อาทิ ไทย ญี่ปุ่น อินเดีย หรือโลกตะวันตก เพื่อค้นหาแนวโน้มของการแปล
ความหมายเชิงวัฒนธรรมและผลต่อการสื่อสารทางศิลปะในระดับโลก การวิจัยการบูรณาการสัญลักษณ์
ทางวัฒนธรรมในการเรียนรู้ศิลปะในระยะยาว ทั้งด้านพฤติกรรมผู้เรียน เจตคติที่มีต่อมรดก
วัฒนธรรม และความสามารถในการผลิตผลงานสร้างสรรค์ในโลกปัจจุบัน การใช้สัญลักษณ์ และ
อิทธิพลของวัฒนธรรมต่อกระบวนการคิดสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติ

เอกสารอ้างอิง

- Fan, C. (2022). Research on art communication management in Northeast China in the first
half of the 20th century [Doctoral dissertation, Nanjing Arts Institute].
- Li, Y. (2022). Practical analysis of the concept of “five education” in junior high school
classroom management. Basic Education Forum, (31), 108, 110.
- Luo, J. (2022). Research on “double-line” integration teaching mode of art appreciation

courses in colleges and universities. *Beauty and Times* (in Chinese), (10), 105–107.

Wang, Y. (2023). Kindergarten management strategies in the context of the integration of “five education”. *Jiangxi Education*, (19), 92–93.

Wu, H. (2022). *Chinese painting: Ancient to Tang* (pp. 1–224). Shanghai People’s Publishing House.

Wu, H. (2023). *Chinese painting: Ancient to Southern Song* (pp. 1–376). Shanghai People’s Publishing House.

Zhang, L. (2023). The penetration strategy of aesthetic education in college student management. *Popular Literature and Art*, (24), 116–118.

Zheng, Z. (2022). Research on the “curricularization” of junior high school art after-school service under the perspective of aesthetic education [Doctoral dissertation, Southwest University].



ภาพวัฒนธรรมทางน้ำของชาวไป๋รอบทะเลสาบเอ๋อไห่:
ข้อค้นพบจากแผนที่ซีเอ๋อเหอในพงศาวดารภาพวาดน่านเจ้า



ภาพวัฒนธรรมทางน้ำของชาวไป๋รอบทะเลสาบเอ๋อไห่: ข้อค้นพบจากแผนที่ซีเอ๋อเหอในพงศาวดารภาพวาดน่านเจ้า

Visualizing the Bai Water Culture around Erhai:
Insights from the Xi'er He Map of The Illustrated History of Nanzhao

Rongqian Yang ¹

Nawat Lertsawaengkit ²

Received 15 April 2025
Revised 19 November 2025
Accepted 24 November 2025

Abstract

The Xi'er He Map at the end of The Illustrated History of Nanzhao is one of the earliest visual records of how Bai communities around Erhai understood water and spiritual power. The map combines the lake, spatial directions, and water-deity figures, turning ideas about water, the water system and spatial order into a visible form. This study reads the map as a visual text and focuses on its main symbols: snakes, fish, and conch shells. The interpretation draws on the scroll's text and on Bai myths from the Erhai region. The analysis identifies a symbolic system in which snakes act as protectors of boundaries; fish represent growth and abundance and conch shells mark stability and order. These symbols show how Bai people linked water, life, and community. The study also highlights the use of visual texts to understand water culture, as images can carry memory and identity, and suggests that future work may compare this map with Naga imagery in the Mekong Basin to explore shared patterns in regional water beliefs.

Keywords: The Illustrated History of Nanzhao, Bai Water Culture, Xi'er He Map

¹ Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University, Thailand

² Faculty of Arts, Silpakorn University, Thailand



Introduction

In China, The Illustrated History of Nanzhao is sometimes called The Historical Painting of Nanzhao or The Historical Painting of the Restoration of Nanzhao. The work comprises two scrolls, an “Illustration Volume” with 13 sheets and a “Text Volume” with 9 sections. Together, these volumes combine visual and written narratives, representing an early form of pictorial documentation in Bai culture (Li, 1967). The scroll was created to record the history and cosmology of the Bai Kingdom in the Dali region. Originally preserved in the royal archives of the Nanzhao court, the scroll disappeared for several centuries. No records of its whereabouts exist from the Song, Yuan or Ming dynasties (960-1644). It resurfaced during the Qing period and is now housed at the Arashiyama Museum in Kyoto, Japan (Yang & Wang, 2018; Yang, 2022; Zhang, 2024). Today, it remains an invaluable source for understanding the early history and Bai culture formation of the Bai people around Erhai Lake. Scholarly study of The Illustrated History of Nanzhao began with Chapin (1944), who dated the scroll to the twelfth or thirteenth century based on its imagery. While scholars continue to debate whether the current illustrations are original or later reproductions, most agree the work dates to the Dali Kingdom period or earlier (Wen, 2001, p.2). Based on the painting’s themes and style, many attribute it to the reign of Emperor Shunchengzhen of Nanzhao(897-902), which gives the scroll its current title. The relationship between the illustrations and texts has puzzled researchers, as they do not fully align with existing historical records. Some scholars interpret the images as oral myths or legends, while others consider them “the most precious historical materials on the early religious history of Nanzhao” (Wang, 1992, pp. 186-204). Research has since expanded to include questions of textual authenticity, historical context, artistic features, iconography, and religious meaning.

The Illustration of the Xi'er He Map appears at the end of The Illustrated History of Nanzhao and serves as an essential component linking the scroll’s major themes. Scholars have interpreted this illustration in various ways. Yang (2002) argued that it confirms the Han-era tradition of snake worship in Yunnan. Hou (2002) focused on the text describing rituals involving fish and conch offerings to river gods, suggesting these were meant to “appease disasters” and may relate to Han cosmological beliefs about life and death. Yang and Wang (2018) identified the intertwined red snakes as the “ancestral serpent” still worshipped by the Bai people, linking the image to ancestor veneration. He (2019) saw the

illustration as evidence of aquatic deity worship in the Erhai region, representing primitive animal totems of local inhabitants. Yang (2022) connected the snakes to flood narratives, interpreting the image as twin deities calming the waters.

Earlier scholarship has focused mainly on artistic or religious interpretations of The Illustration of the Xi'er He Map, while few studies have examined it from the perspective of Bai water culture. This study is situated within the broader historical context of the Nanzhao and Dali periods, when the Tea-Horse Road connected Yunnan with Southeast and Central Asia, facilitating extensive cultural exchange (Zhang, 2024). As the earliest surviving paper record from Yunnan (Yang, 2022), The Illustrated History of Nanzhao offers crucial evidence for understanding how visual imagery functioned as a medium of cultural expression in this region. The discussion briefly mentions Naga water culture in Thailand as a reference point for possible future research, contributing to the broader understanding of water culture across the Mekong region.

Objective

1. To analyze how the Xi'er He Map visualizes Bai Water Culture around Erhai through the symbols of snakes, fish, and conch.
2. To interpret the cultural meanings of these symbols in relation to Bai identity, belief systems, and ecological worldview.
3. To examine the broader relevance of these symbols in the Mekong region and suggest directions for comparative cultural research.

Conceptual Framework

The conceptual framework starts from the research objectives. It brings together three methods: documentary analysis, non-participant observation, and semiotic analysis. These methods create a three-level pathway for reading The Xi'er He Map. Figure 1 shows how the research objectives link to the methods. It also shows how the semiotic framework guides the interpretation. Together, they help explain how the symbolic system of Bai Water Culture around Erhai is constructed.

ภาพวัฒนธรรมทางน้ำของชาวไป๋รอบทะเลสาบเอ๋อไห่:
ข้อค้นพบจากแผนที่ซีเอ๋อเหอในพงศาวดารภาพวาดน่านเจ้า

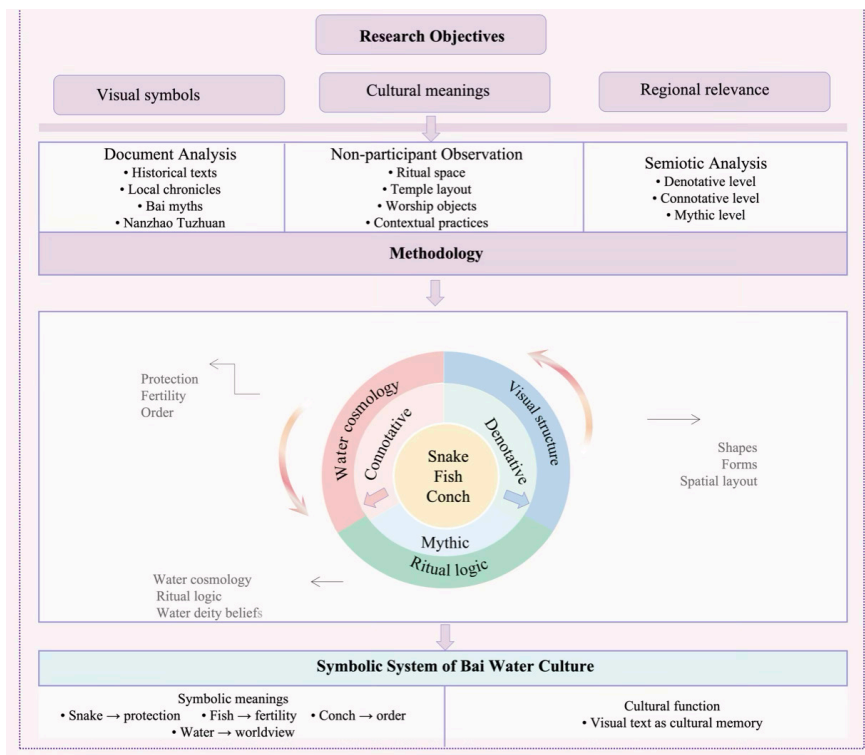


Figure 1 conceptual framework
(Owner, Rongqian Yang)

Methodology

This study employs qualitative research methods, integrating documentary analysis, observational fieldwork, and semiotic analysis to examine how Bai Water Culture around Erhai is represented in the Xi'er He Map.

1. Documentary Analysis

This method involves reviewing historical texts, local gazetteers, mythological accounts, and existing scholarship related to Bai water-deity worship in the Erhai region. The Xi'er He Map in The Illustrated History of Nanzhao serves as the core visual text. Additional sources such as Nanzhao Yeshe, Bai Gu Tong Ji and Dali Zhi are examined to understand the historical background and cultural context of water-related symbolism. High-resolution reproductions of The Illustrated History of Nanzhao are used to identify visual elements and symbolic patterns relevant to Bai water culture.

2. Non-Participant Observation

To supplement the documentary analysis, this study employed non-participant observation at selected Bai water-deity worship spaces around Erhai, such as the Dragon King Temple in Gusheng Village. The observations focused on the ritual environment, spatial layout, symbolic objects, and the material setting of water-deity worship, rather than on human behavior. This method serves to contextualize the visual logic found in the Xi'er He Map and provides contemporary cultural references. The observational data are used only as background context and do not enter the visual comparison or the semiotic analysis, so as to maintain consistency with the study's focus on historical visual texts.

3. Semiotic Analysis

This study adopts a semiotic approach to interpret the visual symbols in the Xi'er He Map. The analysis proceeds on three interpretive levels. The first focuses on the denotative features of the images, including the forms, spatial positions, and compositional relationships of the snake, fish, and conch shells. The second level interprets their connotative meanings by linking these symbols with Bai myths, water-deity beliefs, and local cultural practices. The third level examines the broader symbolic structure shaped by mythic narratives, which helps reveal how early Bai communities conceptualized water, life, and communal order. This three-level structure provides a clear analytical foundation and aligns the visual reading of the map with established semiotic theory.

Research Results

3.1 Generation of Visual Texts: Overview of the Xi'er He Map

1.1 Extracting Bai Water Culture around Erhai from The Illustrated History of Nanzhao

To understand the water culture of the Bai communities around Erhai, it is necessary to look at the history and visual system behind the Illustrated History of Nanzhao. During the Nanzhao period, the people living in the Erhai basin were Bai (Fang, 2001), and their social and economic life had already moved beyond the stage of primitive society. Buddhism, Daoism, and various local religious traditions were also emerging or spreading across the region at that time (He, 2019). This context also shows why the Xi'er He Map is more than a simple illustration: it reflects how Bai communities used visual forms to make sense of water, ritual, and the world around them.

According to the preface of The Illustrated History of Nanzhao: "I hereby order that the holy teachings are promoted and practiced in this great nation, which came from above



... benefiting the present and later generations, eliminating disasters, and bringing blessings ... (Wang, 1992) . This suggests that the Illustrated History of Nanzhao was most likely created under official sponsorship. Its purpose was not only to present the Guanyin founding myth but also to use visual imagery to announce the unity of political and spiritual authority in the Nanzhao kingdom (He, 2019; Zhang & Yin, 2024). The scroll provided an important visual and symbolic foundation for the Bai people's worldview around Erhai, especially the formation of water culture and the integration of multiple religious traditions.

The scroll is organized into three main parts.

The first part (Figure 2) tells the story of Xinuluo, a farmer who received help from Guanyin in the form of an Indian monk and later established the Nanzhao kingdom in Weishan :



Figure 2 Xinuluo establishes the Nanzhao Kingdom

Source: <https://www.yunnanexplorer.com/static/download/nanzhao/nanzhaotuzhuan.pdf>

(Owner, Ludwig M Brinckmann)

The second part (Figure 3) describes the ritual of worshipping the Iron Pillar and recounts how the pillar enabled the ruler of the Bai Kingdom, Zhang Lejin Qiu, to yield the throne to Xinuluo.



Figure 3 The Bai ruler cedes the throne

Source: <https://www.yunnanexplorer.com/static/download/nanzhao/nanzhaotuzhuan.pdf>

(Owner, Ludwig M Brinckmann)

The third part (Figure 4) narrates the moment when Guanyin revealed her true form at the Xi'er River.



Figure 4 Avalokiteśvara manifests at the Xi'er Rive

Source: <https://www.yunnanexplorer.com/static/download/nanzhao/nanzhaotuzhuan.pdf>

(Owner, Ludwig M Brinckmann)

Throughout the scroll, both visual description and narrative description appear side by side. The presence of lotus flowers, Garuda-like golden birds, and cloud patterns, together with the local legend of the Garuda controlling the waters of Erhai, the cloud motifs in Benzhu temples, and the lotus offerings in religious spaces, shows that these images are



not only artistic decoration. They also symbolize sacred beings and forces associated with water. Guanyin's appearance at the Xi'er River, the ancient name of Erhai, further reflects a worldview centered on the lake itself. Through water as a medium and Buddhism and political power as sources of legitimacy, the scroll created a visual language that later shaped Bai beliefs about water deities, Benzhu worship, and ecological concepts.

Taken together, the Illustrated History of Nanzhao is not only a key historical document for understanding Nanzhao. It is also an early visual text for tracing how Bai Water Culture around Erhai formed around Erhai and may represent the foundational imagery through which the “water-human-deity” relationship was imagined in the region.

3.1.2 The Xi'er He Map as a Visual Text of Bai Water Culture

The Xi'er He Map appears at the end of the Illustrated History of Nanzhao. Some scholars have noted that it continues the symbolic language used throughout the scroll to express the sacred nature of Nanzhao's political power. This visual strategy further reinforced the legitimacy of the Nanzhao kingdom and presented an auspicious vision of the Erhai landscape (Zhang & Yin, 2024). During the Nanzhao and Dali Kingdom periods, Erhai was regarded as a “sacred lake” (Yang & Wang, 2018). For this reason, the prominent use of water imagery and water-deity symbols in the Xi'er He Map (Figure 5) highlights the sacred status of Erhai even more clearly.



Figure 5 “Xi'er He Map”

Source: <https://www.yunnanexplorer.com/static/download/nanzhao/nanzhaotuzhuan.pdf>

(Owner, Ludwig M Brinckmann)

The text volume of the Xi'er He Map recorded: "The Xi'er He , the western river looks like an ear, namely Erhai Lake. It rules the sound of wind and reflects the shadow of Mount Fusang, with many auspicious trees conforming to the Five Constants, which suppresses the sound of the ear. Secondly, the river god has a gold bell and a goldfish. The goldfish has a white forehead and wheels on its head, entwined by a venomous snake. Residing on its left and right, they form the two ears. Sacrifices are offered to them, which is believed to eliminate disasters." The textual section of the scroll clearly states that the water deity of Erhai was composed of the "Golden Conch" and the "Golden Fish." This provides a direct description of how the concept of the Erhai water deity was understood during the Nanzhao period.

Due to space constraints, the author does not elaborate extensively here but instead fully transcribes the content of the image, annotated with Chinese Pinyin.

北弥直怯江	North Mízhíqiè river
西东	West East
西洱河者西河如耳即	Xĭě Hé, the Xīhé is like an ear, meaning the ear[-shaped] large lake.
大海之耳也河神有	There are river spirits: a golden conch and a golden fish.
金螺金鱼也金鱼白	The golden fish has a white head, above the head is a wheel, poisonous snakes
头头上有轮爰，毒	wind around it, left and right are divided into two rivers.
蛇绕之居之左右分	
为二河也	
龙尾江	Lóngwěi river
矣辅江	Yǐfǔ river
南	South

The West Ear River, the western river looks like an ear, namely the ear of the great sea. The goldfish has a white forehead and wheels on its head, entwined by a venomous snake. Residing on its left and right, they form the two rivers.

The scroll explicitly marked the east, west and south. The bottom was east, the top was west, and left was south. There was a big seal in the south and wave patterns in the upper east. The scroll depicted two intertwined snakes. The left snake raised its head high and the right snake lowered its head slightly. Coiled by them there were a goldfish on the left and a gold snail on the right. Apart from the snakes, fish, Conch and three rivers, there



was also Erhai Lake. The water gods of Erhai Lake were the goldfish and gold snail. The painting reinforces this water-deity structure through a visual format. The directions of east, south, and west are marked to indicate spatial orientation. Two intertwined snakes form the visual focus and encircle the Golden Fish and the Golden Conch. The fish on the left and the conch on the right are not perfectly symmetrical, but their shapes and visual weight create a sense of complementarity and dynamic balance. The map also labels waterways such as Longwei River and Yifu River, which reflect how people at the time understood the symbolic structure of the Erhai water system. At the bottom of the image, layers of water lines with different thicknesses portray waves and flowing water, emphasizing the sacred and dynamic nature of the lake. Together, these elements create a visual structure centered on water.

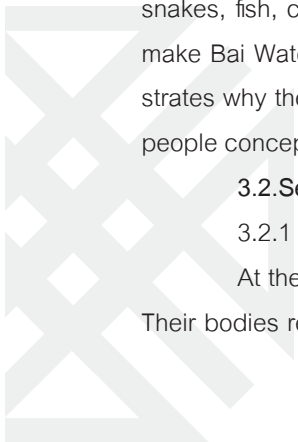
There are many local stories around Erhai from the Nanzhao and Dali Kingdom periods in which Buddhist monks or Achali monks subdue giant serpents. These stories are recorded with relatively clear historical contexts (He, 2019) and form an important part of the belief system that shapes Bai Water Culture around Erhai. Wang (1996) Regarding the fish and Conch in The Xi'er He Map in The Illustrated History of Nanzhao, ancient books recorded: "The deepest and longest ones of the branches inserting into Erhai from Mount Cangshan were the eastern one towards the city and the one towards Xizhou. The god of the southern branch was shaped like a goldfish with gold coins on its head, while the god of the northern one was shaped like a jade snail. If the two creatures appeared, it would be an auspicious omen." These records align closely with the snakes, fish, and conch depicted in the Xi'er He Map. This suggests that the map was not simply a drawing of a natural water landscape, but a visual text that systematized the Erhai water-deity concept through symbolic imagery.

Taken together, the textual and pictorial sections show how the Xi'er He Map uses snakes, fish, conch shells, flowing water patterns, river names, and spatial orientation to make Bai Water Culture around Erhai more concrete and visually legible. It also demonstrates why the map serves as an important visual source for understanding how the Bai people conceptualized the water deity of Erhai.

3.2.Semiotic Analysis of Snakes, Fish, and Conch in The Xi'er He Map

3.2.1 Snakes as Water God Symbols

At the center of the Xi'er He Map, two serpents appear in curved, crossing lines. Their bodies rest above the water patterns and create a steady sense of movement. The



serpents surround the golden fish and the golden conch, forming an enclosed visual space. Their heads meet at the top, and their tails touch at the bottom. One serpent lifts its head slightly with its mouth closed, which gives it a firm and alert look. The other serpent lowers its head a little and opens its mouth, leaning toward the conch in a gentler pose.

The paired serpents serve three main visual roles. They create a boundary by shaping an inside and an outside within the composition. They act as protectors by enclosing the fish and the conch like guardians, turning the center of the painting into a symbolic home for the water deity. Their curved bodies also respond to the flow of the water lines. This connection highlights a larger idea about water, life, and cyclical movement within the visual structure.

Although the textual volume does not explicitly depict snake as water deities, their prominent presence in the pictorial scroll indicates that snakes functioned symbolically within the Bai water belief system. This discrepancy between visual representation and textual omission provides an important entry point for semiotic analysis. Mirzoeff (1999) notes that images can express ideas that written text often avoids. This helps explain why the written section of the scroll does not name serpents as water deities, yet the painting places them at the center. The serpents function as part of the visual power structure. Their bodies circle and enclose the golden fish and golden conch, creating a sense of protection. Within this visual logic, the serpents mark and guard the water deity's space. Studies on Bai Water Culture around Erhai also point out that serpents carry protective and boundary-keeping meanings in local belief.

Scholarly research on southern ethnic group reveals a long-standing tradition of snakes worship. From the Dian Kingdom's snake knob gold seal with to Han dynasty records identifying "Dian" as a snake worship community, snakes were widely regarded as water gods, rain gods, and protective spirits across the region (Huo, 2002). Studies show that people lived around Erhai Lake 3,000 years ago, practicing agriculture, fishing, hunting, and raising animals (Zhang, 1990). The area developed rice cultivation techniques early, becoming one of Asia's first rice-growing regions (Yang, 1986,). These communities were settled rice farmers whose dependence on water for agriculture strengthened the cultural link between water and serpent deities (Zhang, 1990). Since agriculture depends on water, the region's climate suited snakes and pythons, leading early residents to worship them as gods, making snakes the primary water deities of Erhai Lake before the Nanzhao period (Zhao, 1991).



Stories from the Erhai region further reinforce the sacred role of serpents. In the well-known tale of the Daheitian deity, a green serpent removes the poison from the deity's body and saves the people from a deadly plague. This gives the serpent an association with healing and purification. Another story from Lvtou Village tells of a child who first appeared as a serpent and later transformed into a small yellow dragon at the age of three. He defeated an evil black dragon that caused floods and was later honored as the Dragon King of Erhai. These narratives show that serpents are more than guardians of the water. They are linked to natural power, cosmic order, and even political legitimacy, making them a central symbol in the Bai people's understanding of water and life around Erhai.

3.2.2. Fish as Signs of Fertility and Water Abundance

On the left side of the Xi'er He Map, a full-bodied and clearly outlined fish can be seen. Its head is painted in white and faces the center of the composition. A round white mark is drawn on its forehead, with a coin-sized dot placed above it. This feature may suggest the auspicious "gold coin" or "gold wheel" motif described in early texts. The body is outlined with thick strokes, and the outer contour is slightly reinforced to separate the fish from the surrounding water lines and the bodies of the two snakes. The fish is positioned slightly higher than the conch on the right, and the two form a balanced left-right relationship across the image. Its solid outline and full shape convey vitality. The forehead symbol is the fish's only detailed feature and marks its sacred identity. Placed near the center of the map and surrounded by the snakes, the fish is presented as a core divine figure under their protection. The inscription above identifies it as a "golden fish," a form of the river deity.

In the Xi'er He Map, the golden fish symbolizes abundance and the vitality of life. Its full shape reflects the local expectation of good harvests in both farming and fishing around Erhai Lake. Because it occupies the central position and is encircled by the snakes, it becomes the "central water deity" in the composition. The meaning of the fish is closely tied to agricultural and fishing practices. During the Nanzhao period, people around Erhai relied on farming and fishing for their livelihood (Zhang, 1990; Yang, 1986). In this visual context, the fish points to plentiful water, prosperous resources, and the natural cycle of aquatic life.

In local mythology, the fish becomes a cultural symbol associated with water, life, and order. Early texts often describe fish as water gods, rain-bringing spirits, or signs of an abundant year. For example, the Classic of Mountains and Seas records that the appearance of a white-foreheaded fish foretells a great harvest (Yuan, 1980). In the Bai Water Culture

around Erhai, fish are not only food sources but also understood as manifestations of water deities. As the most common animal in water, fish was enshrined as water god (Zhang, 1982; Xiang, 1999). The Bai ancestors around Erhai Lake regarded fish as incarnations of water gods, as one of their main objects of worship. The image of the fish also appears widely in Bai ritual practices. It is used in ceremonies such as life-release offerings, weddings, and seasonal festivals. In weddings, it symbolizes blessings for fertility and prosperity. In rain-praying or harvest rituals, it represents water, renewal, and abundance. Over time, these practices formed a stable cultural pattern in which the fish became closely linked to the idea of water deities and the cycle of life.

3.2.3 Concha as Symbols of Protection and Water Order

The right side of the Xi'er He Map shows a clearly outlined conch. It is white and shaped like a spindle or a small tower, with fine, tightly curved lines. The tip bends slightly upward, creating a closed and stable form. Compared with the golden fish on the left, the conch has simpler lines and a more regular outer shape. It appears still and quiet, without any sense of movement. Because of its closed form, it suggests stability. The spiral pattern is clear and follows the natural structure of aquatic shells. Its position on the right balances the fish on the left, making it one of the visual centers of the composition. The conch is placed inside the two circling serpents, which gives it a sacred and protected status. In the text of the scroll, the "golden conch" is identified directly as the water deity of the Xi'er River.

The form of the conch carries strong symbolic meaning. Its enclosed shell, inward spiral, and calm posture make it a sign of protection and an emblem of water order. Within the composition, it works almost like an anchor point. The movement of the serpents and the flow of the water lines seem to settle around it, giving the conch the role of a stabilizing center in the visual structure.

Bai scholar Yang Qiong in Qing Dynasty recorded in Miscellany of Yunnan: "On the Red Island east of the sea there was a Buddhist temple. The rocks beside the temple were snail shaped. The rock Conch would cry at midnight, bringing about strong winds. When the monks in the temple heard the sounds, they would strike bells to warn boatmen. The boatmen made annual monetary offerings to the monks regularly. Thus, boats seldom capsized there." (Fang, 2001) Here the rock Conch could predict storms. Through their sounds, they informed people whether they could sail or not. In effect, rock Conch functioned as water gods here, managing the waves to prevent disasters for Bai people, protecting their safety of life (Yang, 2021). In Heyicheng Village, there was once a "Snail God Temple".



Every year during the Third Month Fair, Bai worshippers around Erhai Lake had to stay overnight at the Benzhu Temple Erhe Temple in Heyicheng Village and the “Snail God Temple”, where women would find some small Conch and shellfish, string them into necklaces and hang them on their chests, resembling pregnant bellies and implying the wish for women to reproduce offspring (Yang,2021).

3.3 The Symbolic System of Bai Water Culture around Erhai in the Xier River Map
The Xier River Map places the snake, the fish, and the conch in the same visual center. Their positions and the enclosed layout create a system of meaning shaped by water. Based on semiotic analysis, this study identifies three symbolic functions. They relate to protection, growth, and order. Together they show how Bai communities around Erhai understood water, life, and the structure of the world.

1. The snake as a symbol of protection

Two snakes' curve around the fish and the conch. Their bodies form a clear boundary between the inner and outer space. The flowing shape of the snakes matches the movement of the water lines in the background. This gives the snake the meaning of strength, protection, and the renewal of water. As the outer layer of the composition, the snakes act as a protective frame.

2. The fish as a symbol of growth

The fish appears at the center of the map. It is the only creature with clear details, including a round mark on its forehead. Its full shape and central position point to ideas of abundance, rainfall, and agricultural vitality. The visual emphasis placed on the fish makes it a symbol of life and nourishment.

3. The conch as a symbol of order

The conch has a steady form and clean lines. It creates a closed and balanced structure. Its quiet and stable appearance represents calm water, household peace, and social harmony. It serves as an inner point of stability within the composition.

The Xier River Map shows a layered symbolic structure. The snakes act as the outer guardians. The fish represents the center of growth. The conch stands for stability and inner order. This structure reflects the water culture shaped by farming and fishing around Erhai. Local people respected water, feared its force, and lived in close connection with it.

The map does not only present mythic figures. It shows a set of cultural ideas that were reinforced through daily life, rituals, and social values. The snake reflects the role of

water as a protective force. The fish expresses the cycle of rainfall and the idea of abundance. The conch represents the ability to sense changes in water and to maintain order. Together these symbols show how Bai communities perceived nature, organized production, and made ethical decisions. Bai Water Culture around Erhai therefore contains layers of identity, belief, cosmology, and ecological thought. This helps explain why the idea of a water deity was part of everyday life rather than an abstract concept.

Conclusion and Discussion

4.1 Symbolic Meanings and Cultural Implications: How Visual Motifs Shape Bai Identity, Belief, and Cosmology

The Xier River Map places snakes, fish, and conch shells within a water-centered structure. Through this arrangement, Bai understandings of nature, spirits, and social order are fixed in visual form. Mirzoeff argues that visual culture does not simply record reality but offers a way of organizing and interpreting the world. Seen in this light, the composition reflects Bai ideas about the connection between water, life, and order.

The snakes encircle the fish and the conch. Their flowing and enclosed shape strengthens the link between water, ancestral spirits, and protective forces. The fish stands for abundance and the life that water sustains. The conch, with its stable and regular form, represents calm water and the order of family and community. Following Mitchell's view of images, these figures are not literal depictions of animals. They are cultural images shaped by social meaning and made expressive through position, line, and combination.

Hall's theory of representation also helps explain this structure. The snake, fish, and conch do not reproduce an "actual" water deity. Instead, they take part in the ongoing construction of collective identity. The snake reflects ancestral power and the force of water. The fish carries the memory of agricultural cycles. The conch connects water to ideas of stability and social ethics. Through repeated visual use, these symbols create a shared framework of identity and belief.

For this reason, the symbolic system in the Xier River Map presents the natural world as an ordered and meaningful structure. It also reinforces ecological values that have long shaped Bai life, including respect for water, awareness of its danger, and the need to live in harmony with it.



4.2 Regional Comparison and Cultural Significance: Connections Between Bai Water Culture around Erhai and the Naga Traditions of Mainland Southeast Asia

From a regional perspective, the snake-shaped water deities of the Bai communities around Erhai share clear structural similarities with Naga traditions in the Mekong Basin. In both regions, the snake functions as a key symbol linked to water flow, rainfall, and the rhythm of life. It acts as a guardian, a regulator, and a bridge between humans and spiritual forces. This suggests that snake-shaped water deities are not isolated or local occurrences. Instead, they form part of a wider cultural pattern found across Southwest China and mainland Southeast Asia.

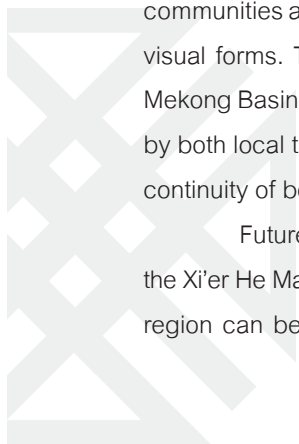
Mirzoeff's idea of visibility as a form of knowledge and power helps explain this shared structure. Images of water deities in both regions give shape to how communities understand natural forces. They help organize ideas about the world and how it works. This is also why the snake stands at the visual center in both traditions. It expresses the power of water and the order that water brings to social life.

There are also notable differences. The Bai snake deity is closely tied to local nature worship and later absorbed elements of Buddhism, indigenous religion, and regional beliefs during the Nanzhao and Dali periods. In contrast, Naga imagery in mainland Southeast Asia is shaped by Hindu and Buddhist cosmology. It often includes features such as multiple heads, jewels, and snake crowns. These differences show that water culture follows a shared logic across the region, but each society interprets and develops its symbols through its own religious traditions, social structures, and visual styles.

Recommendations

By interpreting the Xi'er He Map, we gain a clearer understanding of how Bai communities around Erhai expressed their ideas about nature, life, and social order through visual forms. The map also shows that water-related beliefs in the Erhai region and the Mekong Basin did not develop in isolation. Instead, they formed a cultural structure shaped by both local traditions and long-term regional exchanges. This structure reflects a shared continuity of belief and a set of common cultural ideas across these areas.

Future research can continue from a visual-culture perspective. Materials such as the Xi'er He Map, the Zhang Shengwen Buddhist Scroll, and Naga imagery from the Mekong region can be examined together. Such comparisons can help explain how local water



deities were reshaped during the spread of Buddhism and through regional interactions. They may also help trace a wider visual lineage of water culture that links Southwest China and mainland Southeast Asia.

References

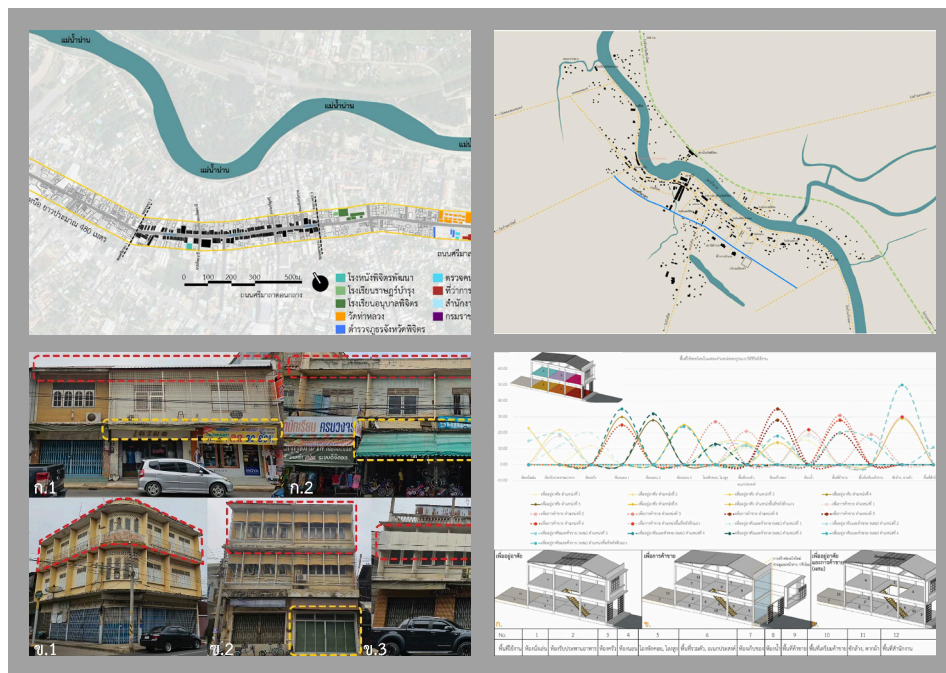
- Fang, G. Y. (2001). 云南史料丛刊 (全13册) [Yunnan historical data series]. Yunnan University Press.
- He, Z. J. (2019). 《南诏图传》“西洱河图”宗教内涵研究 [A study on the religious connotations of “The Xi'er He Map Map” in The Illustrated History of Nanzhao]. *Religious Studies Review*, 7, 556–564.
- Hou, C. (2002). 白族心史-白古通记 [A new history of the Bai ethnic group]. Yunnan Nationalities Publishing House. <https://doi.org/10.27811/d.cnki.gdixy.2021.000111>
- Li, L. C. (1967). 南诏大理国新资料的综合研究 [A comprehensive study of new materials on the Nanzhao and Dali Kingdoms]. Museum of Institute of Ethnology, Academia Sinica.
- Mirzoeff, N. (1999). *An introduction to visual culture*. Routledge.
- Wang, N. S. (1980). 《南诏中兴二年画卷》考释 [Textual research on “Biography of the Nanzhao Painting”] *Journal of National Museum of China*. 136-148+214-216. CNKI:SUN:ZLBK.0.1980-00-016.
- Wang, S. W. (1996). 云南古佚书钞 [Yunnan valley lost book banknotes]. Yunnan People's Publishing House.
- Wen, Y. C. (2001). 《南诏图传文字卷》考释 [An examination and explanation of the literal volume of The Illustrated History of Nanzhao] *The Illustrated History of Nanzhao*. *Studies in World Religions*, 1(1), 2.
- Wenley, A. G. “A Radiocarbon Dating of a Yunnanese Image of Avalokiteśvara.” *Ars Orientalis*, 4 (1961): 35–40.
- Yang, C. (1986). 大理经济发展史稿 [Dali economic development history draft]. The Nationalities Publishing House of Yunnan.
- Yang, D. A., & Yang, Y. X. (2020). 龙王的嬗变：白族水神信仰体系的人类学透视 [The evolution of the Loong King: An anthropological perspective of the Bai's water god belief system]. Social Sciences Academic Press (China). <https://book.acos.one/read/81612/epub#epubcfi/6/2!/4/1:0>
- Yang, R. (2021). 神圣之水：大理古生村白族水崇拜研究 [Sacred water: A study of Bai



- water-worship in Gusheng Village, Dali] (Doctoral dissertation).
- Yang, S. (2022). A study of the Nanzhao Illustrated Chronicle: With a discussion on the imagery of “Records of the Xier River” [南诏图传考述——兼论“西洱河记”图像]. *Jingu Wenchuang*, (16), 53–55. <https://doi.org/10.20024/j.cnki.cn42-1911/r.2022.16.017>
- Yang, Y., & Wang, D. (2018). 《南诏图传·洱海图》与白族的“祖先蛇”崇拜 [“The Erhai Map in the Nanzhao Pictorial Biography and the Bai people’s ancestor-snake worship”]. *Journal of Kunming University*, (4), 8.
- Zhang, Jiaxin. (2024). 南诏图传图文叙事研究 [A study on the narrative of images and text in The Illustrated History of Nanzhao] (Master’s thesis). Yunnan Normal University.
- Zhang, Q., & Yin, X. (2024). 从本土佛教文献看云南地域文化的中原根脉 [Viewing the Central Plains Roots of Yunnan Regional Culture through Indigenous Buddhist Literature]. *Dharma*(Journal of the Buddhist Academy of China) (1), 56–62.
- Zhang, X. L. (1982). 白族对鱼和海螺的原始崇拜初探 [A preliminary study on the primitive worship of fish and conch of Bai] *Social Sciences in Yunnan*, 6(1), 79–82.
- Zhang, Z. Q. (1990). 中国西南民族考古 [Ethnic archaeology of Southwest China]. Yunnan People’s Publishing House.
- Zhao, L. (1991). 论白族龙文化 [On the Loong culture of Bai]. Yunnan University Press.







ตึกแถวย่านถนนศรีมาลา จังหวัดพิจิตร: พัฒนาการและศักยภาพการปรับใช้ประโยชน์

Shophouses in the Srimala Road Neighbourhood, Phichit: Historical-Physical Development and Adaptive Reuse Potential

จิรภาส อินทร์ประสิทธิ์¹

ธนธร กิตติกานต์¹

Received 4 June 2025
Revised 24 August 2025
Accepted 8 September 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาพัฒนาการของถนนศรีมาลาและประเมินศักยภาพการปรับใช้ประโยชน์อาคารตึกแถว (adaptive reuse) โดยมีเป้าหมายสองประการ 1) อธิบายการเปลี่ยนผ่านเชิงประวัติศาสตร์กายภาพของถนนศรีมาลาและอาคารตึกแถวช่วง พ.ศ. 2482–2519 2) วิเคราะห์ศักยภาพการปรับใช้ของตึกแถวจากหลักฐานภาคสนาม โดยอ่านการใช้สอยปัจจุบันและสังเคราะห์ต้นแบบที่สอดคล้องบริบทร่วมสมัย งานศึกษาในย่านยังเน้นเรื่องศาสนาและการท่องเที่ยว แต่ยังขาดการศึกษาด้านสถาปัตยกรรมตึกแถวที่เชื่อมอดีตกับการใช้สอยปัจจุบัน การวิจัยครอบคลุมช่วงถนนตอนกลางยาว 780 เมตร สำรวจตึกแถว 127 หน่วย มุ่งเน้นอาคารสองชั้นในยุคโมเดิร์นช่วงต้นและยุคโมเดิร์น เก็บข้อมูลเชิงกายภาพและการใช้งานด้วยแบบสอบถามและสัมภาษณ์ รวมถึงวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบในกลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิเคราะห์ 93 หน่วย ผลการศึกษาพบรูปแบบการใช้สอย 3 ประเภท ได้แก่ ค้าขาย 24.73% อยู่อาศัย 44.09% และผสม 31.18% ผู้ใช้งานมีแนวโน้มปรับปรุงทั้งภายนอกและภายในโดยคงเฉพาะองค์ประกอบภายนอกที่สำคัญต่อภาพลักษณ์อาคาร ส่วนความต้องการปรับภายในเด่นคือ พื้นที่อำนวยความสะดวกต่อการอยู่อาศัย เช่น ห้องน้ำ พื้นที่รวมตัวที่ยืดหยุ่นของครอบครัว และการเพิ่มประสิทธิภาพพื้นที่ค้าขาย เพื่อรองรับกิจกรรมร่วมสมัย จากข้อเท็จจริงดังกล่าว งานเสนอแนวทางคงองค์ประกอบภายนอกที่สำคัญ และปรับพื้นที่ใช้งานใหม่พร้อมต้นแบบตามรูปแบบการใช้สอย เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการให้ใหม่กับคุณค่าดั้งเดิมของย่านถนนศรีมาลา

คำสำคัญ: การปรับใช้ประโยชน์, พัฒนาการตึกแถวถนนศรีมาลา

¹ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



Abstract

This study examines the development of Srimala Road and evaluates the adaptive reuse potential of its shophouses. It has two aims: (1) to explain the historical and physical transitions of Srimala Road during B.E. 2482–2519 (1939–1976); and (2) to analyse the reuse potential of the shophouses based on field evidence by reading current patterns of use and synthesising templates suited to the contemporary context. Prior studies in the district have largely focused on religion and tourism, while research that connects shophouse architecture with present-day use remains limited. The research covers the middle section of the road (780 metres), surveying 127 shophouses with an emphasis on two-storey early modern and modern examples. Physical and use data were collected through questionnaires and interviews, and a comparative analysis was conducted on 93 analysable cases. The findings identify three current use types: commercial (24.73%), residential (44.09%), and mixed use (31.18%). Users tend to carry out both exterior and interior alterations whilst retaining only exterior elements important to the building's appearance. Interior priorities centre on enhancing residential amenities (e.g. bathrooms and flexible family gathering space) and improving the efficiency of ground-floor retail to support contemporary activities. On this basis, the study proposes preserving key exterior elements and reconfiguring interiors, with template options aligned to existing use types, in order to balance new functions with the district's original values.

Keywords: Adaptive reuse, Srimala Road shophouse development

บทนำ

อาคารตึกแถวเป็นรูปแบบสถาปัตยกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเมืองของประเทศไทยหลายทศวรรษที่ผ่านมา ตึกแถวมิได้ทำหน้าที่เพียงเป็นที่อยู่อาศัย หากแต่ยังสะท้อนระบบเศรษฐกิจครอบครัวและวิถีชีวิตของผู้คนในฐานะอาคารอเนกประสงค์ ที่ผสมผสานพื้นที่ค้าขายกับการอยู่อาศัยภายในอาคารเดียวกัน คุณลักษณะดังกล่าวทำให้ตึกแถวกลายเป็นสัญลักษณ์ของเมืองดั้งเดิมหลายแห่ง และยังคงมีอิทธิพลต่อภูมิทัศน์เมืองจนถึงปัจจุบัน

ถนนศรีมาลา จังหวัดพิจิตร สะท้อนพลวัตดังกล่าวได้อย่างเด่นชัด พื้นที่นี้มีพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับการค้าและการตั้งถิ่นฐานมาตั้งแต่อดีต ช่วงแรก การค้าขายในย่านนี้พึ่งพาเส้นทางคมนาคมทางน้ำและการตั้งถิ่นฐานริมน้ำ อาคารยังคงมีลักษณะพื้นถิ่นและสอดคล้อง

กับวิถีชีวิตริมน้ำ ต่อมาเมื่อมีการตัดถนนศรีมาลา ได้เปลี่ยนโครงสร้างของย่านอย่างสำคัญ ถนนกลายเป็นแกนกลางใหม่ของการค้าและการอยู่อาศัย ส่งผลให้พื้นที่รอบถนนพัฒนาเป็นย่านเศรษฐกิจที่คึกคักขึ้น กระทั่งเข้าสู่ยุคตึกแถวโมเดิร์นเข้ามาแทนที่อาคารดั้งเดิมและกลายเป็นแบบแผนหลักของสถาปัตยกรรมในย่านนี้ ตึกแถวจึงเป็นทั้งหลักฐานทางประวัติศาสตร์และองค์ประกอบสำคัญของเมืองพิจิตร

ในปัจจุบัน ตึกแถวบนถนนศรีมาลากำลังเผชิญความเปลี่ยนแปลงครั้งใหม่ อาคารบางส่วนเสื่อมโทรมหรือถูกทิ้งร้าง บทบาททางเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมลดน้อยลง ขณะเดียวกันความต้องการใช้สอยของผู้อยู่อาศัยรุ่นใหม่กลับมีความซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้น ทั้งในด้านที่อยู่อาศัย กิจกรรมเชิงพาณิชย์ และกิจกรรมสร้างสรรค์ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสะท้อนความท้าทายที่ตึกแถวต้องเผชิญ นั่นคือการรักษารูปแบบดั้งเดิม ขณะเดียวกันต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบททางสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว

ถนนศรีมาลาเป็นแกนเศรษฐกิจสังคมของพิจิตรตั้งแต่ก่อนและหลังการตัดถนน พ.ศ. 2482 จนถึงยุคตึกแถวโมเดิร์น แต่การศึกษาเชิงสถาปัตยกรรมพื้นที่เฉพาะของย่านยังมีจำกัด งานนี้จึงใช้ฐานข้อมูลภาคสนามจำนวน 93 ตัวอย่าง เชื่อมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์กับหลักฐานการใช้สอยปัจจุบัน เพื่อประเมินศักยภาพการปรับใช้ประโยชน์อย่างมีหลักฐานรองรับ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพัฒนาการเชิงประวัติศาสตร์ กายภาพของถนนศรีมาลาและอาคารตึกแถวในย่านศึกษาช่วง พ.ศ. 2482-2519
2. วิเคราะห์และประเมินศักยภาพการปรับใช้ประโยชน์ (adaptive reuse) ของตึกแถวจากหลักฐานภาคสนาม โดยอ่านรูปแบบการใช้สอยปัจจุบัน และสังเคราะห์ต้นแบบการปรับใช้ให้สอดคล้องบริบทร่วมสมัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดนี้เชื่อมโยง พัฒนาการอดีตของย่านเข้ากับหลักฐานการใช้สอยปัจจุบัน เพื่อหาทางเลือกการปรับใช้ใหม่ ของตึกแถวบนถนนศรีมาลาอย่างมีเหตุผลรองรับ เริ่มจากสำรวจการเปลี่ยนผ่านของย่านจากทางน้ำสู่การมีอยู่ของถนน และองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่พบในตึกแถว นำมาเชื่อมโยงกับข้อมูลภาคสนาม จำนวน 93 ตัวอย่าง ทั้งสัดส่วนการใช้ ความต้องการปรับปรุงภายในและภายนอก และทำที่ต่อการเก็บภาพลักษณ์ภายนอกอาคาร เพื่อสรุปศักยภาพการปรับใช้ประโยชน์ตึกแถว ที่สมดุลระหว่างการใช้งานใหม่กับบริบทเดิมของย่าน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. พื้นที่ศึกษาและขอบเขตเชิงพื้นที่

ภาพที่ 2 พื้นที่ศึกษาคือถนนศรีมาลาตอนกลาง ระยะ 780 เมตร สํารวจสองฝั่งถนน ครอบคลุมด้วยกลุ่มอาคารตึกแถว เพื่ออ่านสภาพกายภาพและรูปแบบการใช้สอยร่วมสมัยในบริบทเดียวกัน

2. กรอบเวลาและเหตุผล

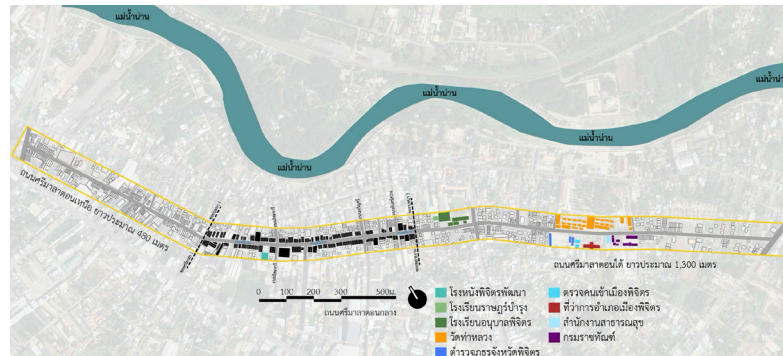
กำหนดกรอบเวลา พ.ศ. 2482-2519 เพื่อครอบคลุมจุดเปลี่ยนโครงสร้างย่านจากการตัดถนนศรีมาลา พ.ศ. 2482 ซึ่งเปลี่ยนแกนการตั้งถิ่นฐานจากริมน้ำสู่ถนนโดยตรง พ.ศ. 2482-2519 เป็นช่วงที่ตึกแถวคอนกรีตสองชั้น รูปแบบโมเดิร์นช่วงต้นและโมเดิร์น ก่อรูปและใช้จริงหนาแน่น ทำให้เปรียบเทียบคุณลักษณะสถาปัตยกรรมได้เป็นชุดเดียว และตัดที่ พ.ศ. 2519 เพื่อหลีกเลี่ยงอิทธิพลหลัง พ.ศ. 2520 ซึ่งเริ่มมีตึกแถวรูปแบบอื่น ที่มีวัสดุและองค์ประกอบสมัยใหม่มากขึ้น อาจทำให้ข้อมูลไม่เป็นเนื้อเดียว

3. ประชากรและการคัดเลือกตัวอย่าง

สำรวจภาคสนามอาคารตึกแถว 127 หน่วย เน้นที่อาคาร 2 ชั้นยุคโมเดิร์นช่วงต้นและยุคโมเดิร์น ที่ค้นพบมากที่สุดในพื้นที่ คัดชุดวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าถึงได้ 93 หน่วยสำหรับแบบสอบถามและสัมภาษณ์ ครอบคลุมการใช้สอย 3 รูปแบบ โดยผู้ให้ข้อมูลต้องอาศัยหรือใช้อาคารไม่น้อยกว่า 10 ปี และเป็นเจ้าของ ผู้เช่า หรือทายาทที่ทราบข้อมูลทั้งกายภาพและการใช้สอย

4. แหล่งข้อมูลและเครื่องมือ

ใช้เอกสารรวมถึงแผนที่ประวัติศาสตร์ยืนยันพัฒนาการย่าน, สํารวจเชิงสถาปัตยกรรมรายหลังถ่ายภาพ วัดระยะ บันทึกรายละเอียด, แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ผู้ใช้งานปัจจุบันในชุด 93 หน่วย โดยผู้ให้ข้อมูลให้ความยินยอมและไม่เปิดเผยตัวตน



ภาพที่ 2 ขอบเขตพื้นที่ศึกษา

ที่มา: ผู้วิจัย

5. ตัวชี้วัดเชิงสถาปัตยกรรมและประเด็นบันทึก

ตัวชี้วัดเชิงสถาปัตยกรรมในงานนี้หมายถึงรายการคุณลักษณะที่สังเกตและวัดซ้ำได้ของตึกแถว เช่น เปลือกอาคาร องค์ประกอบตกแต่ง ผังอาคาร ตำแหน่งพื้นที่ใช้งานที่เปลี่ยนไม่ได้ และคุณภาพของพื้นที่ใช้งาน ซึ่งผู้วิจัยบันทึกด้วยเกณฑ์เดียวกันทุกหลัง แล้วจัดเป็นข้อมูลเชิงเปรียบเทียบเพื่อนำไปวิเคราะห์ร่วมกับความต้องการปรับปรุงของผู้ใช้งานและสังเคราะห์ข้อเสนอการปรับใช้ประโยชน์ที่เหมาะสมกับบริบทศรีมาลา

6. การจัดการข้อมูลและหลักฐานประกอบ

จัดชุดข้อมูลกายภาพ การใช้สอย ความต้องการให้อยู่ในชุดเดียวกัน ทำสถิติเชิงพรรณนาและแผนภาพสนับสนุน โดยอ้างอิงแผนภูมิสรุปจากการบันทึก เพื่อให้เทียบข้ามอาคารได้อย่างเป็นระบบ

7. วิเคราะห์และสังเคราะห์สู่แนวทางการปรับใช้ประโยชน์

วิเคราะห์สัดส่วนการใช้สอยและตำแหน่งกายภาพที่มีการเลือกซ้ำ จากนั้นสังเคราะห์ศักยภาพการปรับใช้ใหม่ ความเหมาะสมพื้นที่ใช้งานใหม่กับรูปแบบผังเดิม, ความพร้อมเชิงกายภาพ, และทำที่ผู้ใช้งานต่อการปรับปรุงภายใน ภายในนอกและการคงรูปลักษณะภายนอก โดยใช้ค่าร้อยละมากที่สุดของแต่ละค่าความต้องการ เพื่อได้ข้อเสนอที่ใช้งานได้จริงและเคารพบริบทของย่านศรีมาลา

ผลการศึกษาและวิเคราะห์

ผลการศึกษาและวิเคราะห์แบ่งการนำเสนอออกเป็น การวิเคราะห์อาคารตึกแถวในอดีตช่วง พ.ศ. 2482–2519 เพื่อเข้าใจบริบทเชิงสถาปัตยกรรมและการใช้งานตึกแถวในพื้นที่ถนนศรีมาลา วิเคราะห์การใช้ประโยชน์ในปัจจุบัน เพื่อตีความศักยภาพของอาคารเหล่านี้ในการปรับใช้ประโยชน์ใหม่

1. พัฒนาการของย่านถนนศรีมาลา (พ.ศ. 2482–2519)

พื้นที่ถนนศรีมาลาในจังหวัดพิจิตรมีจุดเริ่มต้นจากการขยายตัวของเมืองพิจิตรจากแนวแม่น้ำน่านเดิมสู่พื้นที่ที่เชื่อมต่อกับระบบคมนาคมทางบก โดยเฉพาะอย่างยิ่งรถไฟสายเหนือซึ่งเปิด

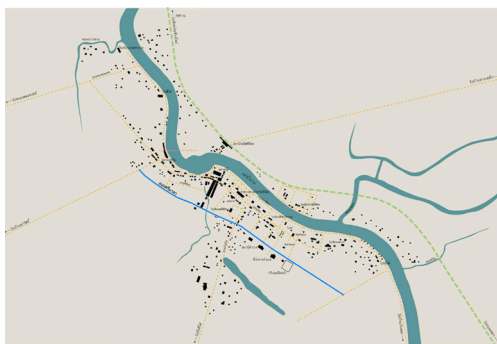


ใช้งานเมื่อ พ.ศ. 2448 เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตั้งถิ่นฐานและการพัฒนาพื้นที่พาณิชย์กรรมใหม่บริเวณใกล้เคียงสถานีรถไฟและพื้นที่ตอนกลางของเมืองพิจิตรในเวลาต่อมา การพัฒนาย่านศรีมาลาจึงสามารถแบ่งออกเป็นลำดับขั้นของยุคสมัยโดยอิงจากเหตุการณ์ตัดถนนและการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสถาปัตยกรรม ดังนี้

1.1 ยุคที่ 1 ก่อนการตัดถนนศรีมาลา (ก่อน พ.ศ. 2482)

พื้นที่เมืองพิจิตรในช่วงก่อน พ.ศ. 2482 มีการตั้งถิ่นฐานหลักบริเวณริมแม่น้ำน่าน โดยเฉพาะในคู้แม่แม่น้ำที่เหมาะสมแก่การขนส่งและการทำการเกษตรแบบน้ำท่วมถึง ชุมชนในพื้นที่จึงมีลักษณะเป็นตลาดค้าข้าวสำคัญที่เชื่อมโยงกับตลาดกลางในกรุงเทพฯ การเปิดการค้าเสรีตามสนธิสัญญาเบาว์ริง พ.ศ. 2398 ทำให้ข้าวกลายเป็นสินค้าส่งออกสำคัญและส่งผลกระทบต่อขยายพื้นที่ทำนาในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2550) ไม่เพียงเมืองพิจิตรเท่านั้น เมืองอื่นใกล้เคียงก็มีการเติบโตจนกลายเป็นชุมชนขนาดใหญ่จากการเป็นตลาดค้าข้าวที่สำคัญ เช่น ตะพานหิน บางมูลนาก เป็นต้น (จิราภรณ์ สถาปนาวรรณะ, 2546)

ชุมชนเมืองพิจิตรจึงมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ทั้งไทยภาคกลาง ไทยอีสาน ไท-ลาว รวมถึงกลุ่มชาวจีนอพยพที่เข้ามาช่วงการสร้างทางรถไฟสายเหนือช่วง พ.ศ. 2464 ชาวจีนเหล่านี้มีบทบาทอย่างมากในกิจการค้าข้าว โรงสี ต่อเรือ และงานก่อสร้าง โดยเฉพาะกลุ่มชาวจีนแต้จิ๋วและไหหลำ (เพียงใจ เจริญโสพล, 2537) โครงสร้างเศรษฐกิจของเมืองพิจิตรในระยะนี้จึงสัมพันธ์กับเครือข่ายโรงสีข้าวที่ตั้งตามแนวแม่น้ำและทางรถไฟ ซึ่งมีบทบาทต่อการตั้งถิ่นฐานและรูปแบบอาคารที่เกิดขึ้นภายหลังงานของ วิษณุ หอมนาน (2559) ยังเน้นว่า บริบทของเมืองพิจิตรในฐานะจุดศูนย์กลางของเครือข่ายเศรษฐกิจท้องถิ่นมีรากฐานมาจากระบบการค้าข้าวและโรงสีที่ควบคุมโดยกลุ่มพ่อค้าจีน ซึ่งตั้งถิ่นฐานการค้าในย่านริมน้ำและขยายตัวเข้าสู่แนวถนนใหม่เมื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางบกเกิดขึ้น



ภาพที่ 3 แผนที่แสดงความหนาแน่นของชุมชนและรูปแบบการตั้งถิ่นฐานที่เปลี่ยนจากริมน้ำสู่พื้นที่แนวถนน
หมายเหตุ. ปรับปรุงจาก แผนที่บริเวณเมืองพิจิตร พ.ศ. 2503, โดย หน่วยวิจัยแผนที่และเอกสาร
ประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2566, <https://www.facebook.com/photo/?fbid=538913431723531&set=a.406383231643219>

1.2 ยุคที่ 2 หลังการตัดถนนศรีมาลา (หลัง พ.ศ. 2482)

การย้ายที่ว่าการอำเภอพิจิตรมาอยู่ที่หลังวัดท่าหลวงใน พ.ศ. 2482 เป็นเหตุการณ์สำคัญที่นำไปสู่การตัดถนนศรีมาลาเพื่อเชื่อมต่อกับพื้นที่ราชการ (หวน พินธุพันธ์, 2520) จาก ภาพที่ 3 การพัฒนาเส้นทางนี้จึงกลายเป็นแกนเศรษฐกิจใหม่ของเมืองพิจิตร โดยเฉพาะบริเวณช่วงกลางถนนซึ่งเป็นจุดกระจายตัวของชุมชน การตั้งถิ่นฐานใหม่บริเวณนี้ยังสัมพันธ์กับบทบาทของศาลเจ้าพ่อขุนแก้ก-เจ้าพ่อหลวงกง ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางจิตวิญญาณของชาวจีนแต่จิวในพื้นที่ จากการสำรวจของผู้วิจัย ถนนศรีมาลามีความยาวโดยรวมประมาณ 2,560 เมตร โดยพื้นที่ตอนกลางของถนนซึ่งมีระยะประมาณ 780 เมตร มีความหนาแน่นของตึกแถวเก่ามากที่สุด โดยเฉพาะอาคารสองชั้นที่ปลูกสร้างในช่วง พ.ศ. 2482-2519 จำนวน 127 หน่วย ซึ่งเป็นกลุ่มอาคารที่ยังคงเค้าโครงดั้งเดิมไว้มากที่สุด

1.2.1 ยุคที่ 2.1 ยุคสถาปัตยกรรมโมเดิร์นช่วงต้น (พ.ศ. 2482-2500)

อาคารในยุคนี้มักเป็นตึกแถวปูน 2 ชั้น โครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก มีเปลือกอาคารเรียบง่าย เน้นใช้เส้นสายแนวตั้งและแนวนอน ได้รับอิทธิพลจากตึกแถวบนถนนราชดำเนินในกรุงเทพฯ กลุ่มผู้สร้างส่วนมากเป็นพ่อค้าชาวจีนจากกรุงเทพฯ ที่เข้ามาลงทุน และต่อมาขายให้กับชาวจีนในพื้นที่เพื่อใช้ประกอบกิจการต่าง ๆ เช่น ร้านขายของชำ ร้านขายยา ร้านถ่ายภาพ เป็นต้น อาคารเหล่านี้ตั้งขนานไปกับแนวถนน และมีพื้นที่เปิดหน้าร้านแบบต่อเนื่อง

1.2.2 ยุคที่ 2.2 ยุคสถาปัตยกรรมโมเดิร์น (พ.ศ. 2500-2519)

ในช่วงต้นทศวรรษ 2500 ตึกแถวบนถนนศรีมาลาเริ่มพัฒนารูปแบบทางสถาปัตยกรรมและเทคโนโลยีมากขึ้น เช่น การสร้างตึกแถว 3-4 ชั้น มีดาดฟ้าแบนราบ มีองค์ประกอบเปลือกอาคาร เช่น ช่องแสงแนวนอน บล็อกช่องลม และกันสาดคอนกรีต อาคารเหล่านี้มักปรากฏบริเวณหัวมุมถนนหรือแทรกตัวในช่องว่างระหว่างตึกเดิม สะท้อนความรุ่งเรืองของเศรษฐกิจพาณิชย์กรรมในช่วงนั้น และแสดงถึงความพยายามในการใช้ประโยชน์พื้นที่อย่างเต็มที่

ถนนศรีมาลาช่วง พ.ศ. 2482-2519 จึงเป็นภาพแทนของการเปลี่ยนผ่านจากเมืองริมน้ำสู่เมืองสมัยใหม่ที่ยึดโยงกับระบบถนน รถไฟ และพาณิชย์กรรมในระดับท้องถิ่น ซึ่งสะท้อนผ่านรูปแบบของอาคาร พฤติกรรมของผู้คน และลักษณะการใช้งานพื้นที่อย่างกลมกลืน ลักษณะเด่นของอาคารในแต่ละช่วงสะท้อนการปรับตัวของผู้คนในพื้นที่ต่อบริบทที่เปลี่ยนไป ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนวัสดุ การเปลี่ยนลักษณะเปลือกอาคาร การขยายพื้นที่ขายของ หรือการใช้พื้นที่แนวตั้งที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตแบบพึ่งพาแรงงานภายในครอบครัว ตึกแถวจึงไม่เพียงเป็นอาคาร หากแต่เป็นหน่วยวัดของความเปลี่ยนแปลงเชิงวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีที่พัดผ่านเมืองเล็กอย่างพิจิตรในช่วงเวลากว่าครึ่งศตวรรษ

2. ลักษณะสถาปัตยกรรมของอาคารตึกแถวในพื้นที่ศึกษา

จากการสำรวจตึกแถว ในบริเวณถนนศรีมาลาตอนกลาง พบว่าส่วนใหญ่เป็นตึกแถวก่ออิฐฉาบปูน 2 ชั้น มีการออกแบบที่ตอบสนองการค้าขายควบคู่กับที่อยู่อาศัยรวมถึงยังคงรูปแบบการใช้



งานดั้งเดิมบางส่วน ลักษณะสถาปัตยกรรมของอาคารเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการของเมืองพิจิตรในช่วงเปลี่ยนผ่านจากเมืองริมน้ำสู่เมืองถนน ภาพที่ 4 ซึ่งอยู่ในช่วงเวลาการเติบโตของสถาปัตยกรรมสมัยใหม่หรือโมเดิร์น ที่สามารถแบ่งได้เป็น 2 ระยะสำคัญ ดังนี้

2.1 ตึกแถวยุคโมเดิร์นช่วงต้น (พ.ศ. 2482–2500) ภาพที่ 4 ก.1 และ ก.2

อาคารกลุ่มนี้ก่อสร้างในช่วงหลังการตัดถนนศรีมาลาไม่นาน และอยู่ในช่วงเริ่มต้นของกระแสสถาปัตยกรรมโมเดิร์นในประเทศไทย โดยมีลักษณะการออกแบบผสมผสานแนวคิดรูปแบบตามการใช้งาน กับภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัสดุที่หาได้ในพื้นที่ ลักษณะเด่น ได้แก่ อาคารสูง 2 ชั้น โครงสร้างระบบเสาแกนคอนกรีต ผนังก่ออิฐฉาบปูน แผ่นฝ้าภายในแนวลึก ใช้พื้นที่ต่อเนื่องจากหน้าร้านสู่ที่พักอาศัย ชั้นล่างเปิดโล่งสำหรับค้าขาย, ชั้นบนเป็นพื้นที่พักอาศัยของเจ้าของ, ช่องเปิดหน้าอาคารใช้บานเฟี้ยมไม้หรือเหล็กเปิดเต็มความกว้างหน้าตึก, หลังคาทรงจั่วต่ำหรือเพิงหมาแหงน มุงกระเบื้องว่าวหรือลอนขนาดเล็ก สำหรับตึกแถวในช่วงเปลี่ยนผ่านไปยังยุคโมเดิร์น

ภาพที่ 4 ก.2 เส้นประแดง มีการใช้แผงกันหลังคา (parapet) ภาพที่ 5 สำหรับการบดบังหลังคาให้รูปด้านอาคารมีความเรียบร้อย อาคารกลุ่มนี้มักสร้างต่อเนื่องแนวถนน สร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวของชุมชนในเชิงสายตาและพฤติกรรมการใช้สอย และแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาเมืองที่ขับเคลื่อนโดยผู้ประกอบการรายย่อย



ภาพที่ 4 รูปแบบตึกแถวโมเดิร์นช่วงต้นและตึกแถวโมเดิร์น
ที่มา: ผู้วิจัย

2.2 ตึกแถวยุคโมเดิร์น (พ.ศ. 2500–2519) ภาพที่ 4 ข.1 ข.2 และ ข.3

หลัง พ.ศ. 2500 เป็นต้นมา ตึกแถวในพื้นที่เริ่มแสดงลักษณะของสถาปัตยกรรมโมเดิร์นเต็มอย่างชัดเจนมากขึ้น สะท้อนอิทธิพลของการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความต้องการของกิจการยุคใหม่ และเทคโนโลยีวัสดุก่อสร้างที่ทันสมัยขึ้น ลักษณะเด่น ได้แก่ อาคารสูง 3–4 ชั้น โครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก, แบ่งพื้นที่ใช้สอยอย่างเป็นสัดส่วน ชั้นล่างค้าขาย ชั้นบนพักอาศัยหรือเก็บของ, หลังคาแบน (flat roof) ต่อเติมเป็นดาดฟ้าได้ มีบันไดทางขึ้นดาดฟ้าจากภายใน, เปิดออกอาคารเรียบง่าย

มีเส้นสายแนวนอนและแนวตั้ง ครีบกั้นแดด กันสาดคอนกรีต ตึกแถวในช่วงเวลานี้สะท้อนการเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบอาคารที่เป็นพื้นที่ชีวิตแบบผสมผสาน ไปสู่การออกแบบที่มุ่งเน้นประโยชน์ใช้สอยเฉพาะด้านในเชิงพาณิชย์ และเปิดรับกระแสวัฒนธรรมแบบเมืองใหญ่เข้ามาในพื้นที่จังหวัดอย่างพิจิตรทั้งสองยุค เป็นภาพแทนของพัฒนาการทางสถาปัตยกรรมในพื้นที่ศึกษา ภาพที่ 4 เส้นประสี่เหลี่ยม องค์ประกอบบางอย่าง สะท้อนถึงความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตและระบบเศรษฐกิจในแต่ละยุคสมัยที่เกิดขึ้น

3. การใช้งานในปัจจุบันและแนวโน้มการปรับเปลี่ยน

จากการสำรวจอาคารตึกแถวจำนวน 127 หน่วยบริเวณถนนศรีมัลลาลาตอนกลางในปัจจุบันพบว่าลักษณะการใช้งานมีความหลากหลาย โดยสามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภทหลัก ตามตารางที่ 1

การใช้งานในปัจจุบันสะท้อนถึงบริบทของชุมชนที่กำลังเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงจากหลายด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และกายภาพของเมืองพิจิตร โดยเฉพาะการลดบทบาทของเมืองริมน้ำและรถไฟเดิม และการขยายตัวของกิจกรรมเศรษฐกิจออกไปสู่บริเวณนอกเขตเมือง ส่งผลให้ตึกแถวบางส่วนในพื้นที่ศึกษาขาดการใช้งานต่อเนื่องหรือถูกทิ้งร้างบางส่วน

อาคารที่ยังคงใช้งานในลักษณะอยู่อาศัยและค้าขาย มักเป็นกิจการขนาดเล็กที่มีลักษณะครอบครัว เช่น ร้านขายของชำ ร้านซ่อมจักรยาน ร้านตัดผม หรือธุรกิจพื้นถิ่นบางประเภท อาคารเหล่านี้มีแนวโน้มคงสภาพเดิมมากกว่ากลุ่มอื่น เนื่องจากยังมีผู้อยู่อาศัยและดูแลรักษา ในขณะที่กลุ่มอาคารที่ใช้เพื่ออยู่อาศัยเพียงอย่างเดียวหรือไม่ได้ใช้งานแล้ว มักแสดงให้เห็นถึงการเสื่อมโทรมของโครงสร้าง บางแห่งมีการต่อเติมหรือดัดแปลงอย่างไม่สอดคล้องกับโครงสร้างเดิม เช่น การปิดเปลือกอาคารเดิมหรือการต่อเติมชั้นดาดฟ้า

ตารางสำรวจอาคารถนนศรีมัลลาลาตอนกลาง โดยวิธีสังเกตการณ์ภาคสนาม						
ลำดับ	ประเภทอาคาร	1 ชั้น	2 ชั้น	3 ชั้น	มากกว่า 3 ชั้น	รวมประเภท
1	บ้านร้านค้า	4	127	44	10	185
1.1	การใช้งานเพื่อธุรกิจ	4	29	13	7	
1.2	การใช้งานเพื่อการอยู่อาศัย		60	5	2	
1.3	การใช้งานแบบผสม		38	26	1	
2	อาคารเดี่ยว	5	2	1	9	17
3	อาคารพาณิชย์	8	7	4	11	30
รวมอาคารทั้งหมด	232	หน่วย		*หมายเหตุ: สำรวจ ณ วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ.2566		

ตารางที่ 1 กลุ่มอาคารที่ศึกษา (กรอบสี่เหลี่ยม) ที่พบบนถนนศรีมัลลาลาตอนกลาง
ที่มา: ผู้วิจัย

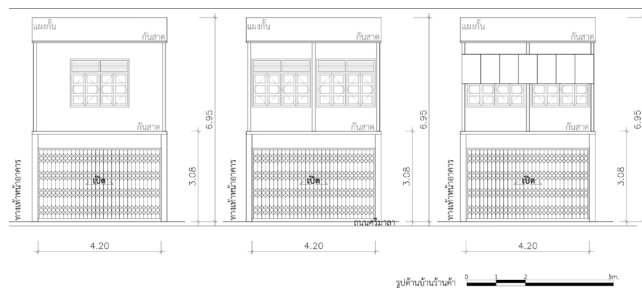


แม้จะพบว่าอาคารบางหลังเริ่มได้รับการปรับปรุง เช่น การเปิดเป็นร้านเครื่องดื่ม ร้านหนังสือ ร้านอาหาร หรือสตูดิโอขนาดเล็ก แต่ยังมีจำนวนไม่มากนัก ส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในรูปแบบดั้งเดิมที่มีศักยภาพแต่ยังไม่ได้ได้รับการพัฒนา จากภาพรวมนี้ สามารถกล่าวได้ว่าพื้นที่ศึกษายังมีศักยภาพแฝง สำหรับการปรับใช้ประโยชน์อาคาร โดยเฉพาะอาคารที่ยังคงโครงสร้างและเปลือกอาคารดั้งเดิมได้ค่อนข้างสมบูรณ์

4. การประเมินศักยภาพของอาคารตึกแถวในการปรับใช้ประโยชน์

4.1 ลักษณะเชิงกายภาพที่เอื้อต่อการปรับใช้

จากการสำรวจอาคารตึกแถวจำนวน 127 หน่วยในพื้นที่ศึกษาพบว่า อาคารส่วนใหญ่ยังคงโครงสร้างดั้งเดิมไว้ได้ในระดับที่น่าพอใจ โดยเฉพาะตึกแถวยุคโมเดิร์นช่วง พ.ศ. 2500–2519 ที่ใช้โครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก สามารถรองรับการดัดแปลงภายในโดยไม่กระทบเสถียรภาพของอาคาร ทั้งรูปแบบเปลือกของอาคารที่มีความต่อเนื่องตามแนวนอน ยังเอื้อต่อการออกแบบกิจกรรมเชิงพาณิชย์ใหม่ ๆ เช่น ร้านกาแฟหรือร้านขายของท้องถิ่น โดยไม่ต้องรื้อหรือเปลี่ยนรูปลักษณะภายนอกมากนัก



ภาพที่ 5 รูปด้านตึกแถวจากกลุ่มสำรวจที่ยังคงความดั้งเดิมของเปลือกอาคาร
ที่มา: ผู้วิจัย

ผังอาคารแนวลึก ช่วยให้สามารถแยกส่วนกิจกรรมด้านหน้าและด้านหลังได้ดี องค์ประกอบสถาปัตยกรรมบางอย่าง เช่น ช่องแสง ประตูเหล็กดัด และเปลือกอาคาร ยังคงอยู่และสามารถปรับใช้ร่วมกับกิจกรรมร่วมสมัยได้อย่างน่าสนใจ

4.2 ปัจจัยจำกัดและข้อท้าทายในการปรับใช้

แม้สภาพกายภาพโดยรวมยังดี แต่การใช้งานใหม่ในอาคารเหล่านี้ยังมีอุปสรรคบางประการ เช่น อาคารหลายหลังมีการดัดแปลงผิดวิธีในอดีต เช่น การก่ออิฐปิดเปลือกอาคาร การต่อเติมดาดฟ้า โดยไม่คำนึงถึงระบบโครงสร้าง รวมถึงปัญหาการเสื่อมโทรมของระบบไฟฟ้า ประปา ทำให้การลงทุนเพื่อการใช้งาน สำหรับผู้ใช้งานใหม่มีความเสี่ยง หากไม่วางแผนร่วมกับเจ้าของเดิมหรือชุมชน

4.3 รูปแบบการใช้ใหม่ที่เหมาะสม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในพื้นที่พบว่า อาคารตึกแถวเก่าสามารถรองรับฟังก์ชันใหม่ได้

หลายรูปแบบ ทั้งในเชิงธุรกิจ การท่องเที่ยว และกิจกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่ พื้นที่ทำงานร่วม บ้าน สำนักงานขนาดเล็ก คาเฟ่และร้านอาหาร ที่เน้นการตกแต่งเปลือกอาคารดั้งเดิม แกลเลอรีหรือพื้นที่จัดนิทรรศการขนาดย่อมในอาคารแนวลึก ห้องพักสำหรับนักเดินทางเพื่อการแข่งขันกีฬาเนื่องจากเมืองพิจิตรมีสนามจักรยานสราญจิตมั่งคั่งสุข กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงเป็นทางเลือกเชิงเศรษฐกิจ แต่ยังสามารถเชื่อมโยงกับท้องถิ่นได้โดยตรง (พีรยา บุญประสงค์, 2565)

5. ความต้องการและแนวโน้มการปรับใช้ประโยชน์อาคารจากมุมมองผู้ใช้งาน

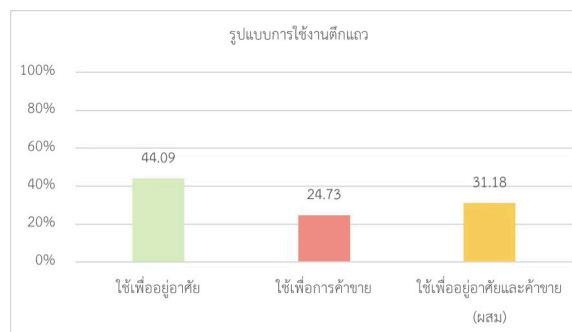
จากจำนวนอาคารเป้าหมายทั้งหมด 127 หน่วย ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ใช้งานอาคารตึกแถวได้ 93 หน่วย บนถนนศรีมลาตอนกลาง พบว่าแม้ผู้ใช้งานจำนวนมากยังคงใช้อาคารตามวัตถุประสงค์เดิม แต่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในการปรับเปลี่ยนการใช้งานทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้ตอบโจทย์วิถีชีวิตและเศรษฐกิจร่วมสมัย

ผู้วิจัยจึงได้จำแนกมิติของความต้องการและแนวโน้มในการใช้ประโยชน์อาคารเหล่านี้ออกเป็นประเด็นย่อย เพื่อสะท้อนภาพรวมของการใช้งานในปัจจุบัน ตลอดจนศักยภาพในการพัฒนาอาคารตึกแถวในพื้นที่ศึกษาให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้สอยที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต

5.1 ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้งานอาคารตึกแถว

จากการเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์เชิงลึกในพื้นที่ถนนศรีมลาตอนกลาง ภาพที่ 6 พบว่าผู้ใช้งานอาคารตึกแถวในปัจจุบันสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 กลุ่มหลักตามลักษณะการใช้งาน ได้แก่ กลุ่มเพื่อการค้าขาย กลุ่มเพื่ออยู่อาศัย และกลุ่มใช้งานผสม ซึ่งสะท้อนภาพรวมของการใช้สอยพื้นที่ ที่ยังคงต่อเนื่องมาจากรากฐานดั้งเดิมของชุมชน แต่มีการเปลี่ยนแปลงบางส่วนให้สอดคล้องกับเงื่อนไขของวิถีชีวิตยุคใหม่

กลุ่มเพื่อการค้าขาย จำนวน 23 หน่วย คิดเป็น ร้อยละ 24.73 อาคารเหล่านี้มักถูกใช้งานเป็นร้านค้าดั้งเดิมของครอบครัว เช่น ร้านขายของชำ ร้านขายวัสดุก่อสร้าง ร้านถ่ายรูป ฯลฯ ลักษณะทางกายภาพของตึกแถวในกลุ่มนี้มักมีการปรับพื้นที่ชั้นล่างให้เปิดโล่งเพื่อแสดงสินค้าและรับลูกค้า ขณะที่พื้นที่ชั้นบนบางส่วนถูกแปลงเป็นพื้นที่เก็บของหรือใช้พักอาศัยชั่วคราวในบางกรณี



ภาพที่ 6 สัดส่วนรูปแบบการใช้งาน

ที่มา: ผู้วิจัย



กลุ่มเพื่อยู่ออาศัย จำนวน 41 หน่วย คิดเป็น ร้อยละ 44.09 เป็นกลุ่มที่พบมากที่สุด สะท้อนถึงการเปลี่ยนบทบาทของตึกแถวจากพื้นที่เศรษฐกิจมาเป็นพื้นที่ส่วนตัวของครอบครัว ผู้ใช้งานในกลุ่มนี้มักดัดแปลงชั้นล่างที่เคยเป็นพื้นที่ค้าขายให้เป็นพื้นที่นั่งเล่น ห้องครัว หรือที่จอดรถ ขึ้นอยู่กับจำนวนสมาชิกครอบครัวและความต้องการใช้พื้นที่อย่างยืดหยุ่น

กลุ่มใช้งานผสม จำนวน 29 หน่วย คิดเป็น ร้อยละ 31.18 อาคารประเภทนี้สะท้อนลักษณะดั้งเดิมของ ตึกแถว ซึ่งผสมระหว่างพื้นที่ค้าขายและอยู่อาศัยในอาคารเดียวกัน โดยทั่วไปจะพบว่าชั้นล่างยังคงใช้เพื่อการค้า ส่วนชั้นบนใช้เพื่อยู่ออาศัยของเจ้าของหรือครอบครัว การออกแบบภายในมักมีการประนีประนอมระหว่างความสะดวกของการใช้งานเชิงพาณิชย์และความเป็นส่วนตัวของครอบครัว

จากข้อมูลข้างต้นสามารถตีความได้ว่า ตึกแถวในย่านถนนศรีมาลา ยังคงมีพลวัตที่สอดคล้องกับลักษณะของอาคารอเนกประสงค์ ตามแบบฉบับของตึกแถวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความยืดหยุ่นของรูปแบบสถาปัตยกรรมที่ตอบสนองต่อวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

5.2 อุปสรรคและปัญหาในการใช้งานอาคารเดิม

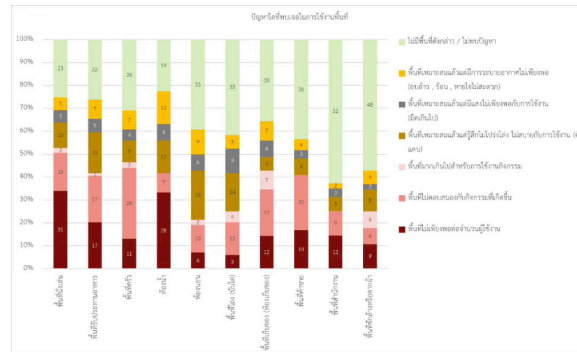
แม้ว่าอาคารตึกแถวบนถนนศรีมาลาตอนกลางจะยังคงถูกใช้งานในลักษณะที่ใกล้เคียงกับเดิมในเชิงหน้าที่ แต่จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ผู้ใช้งานจำนวนไม่น้อยประสบกับอุปสรรคในด้านต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและการดำเนินกิจกรรมภายในอาคารในระยะยาว โดยปัญหาที่พบสามารถจำแนกออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ใช้งาน และปัญหาทางกายภาพของตัวอาคาร

5.2.1 ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ใช้งาน

จากภาพที่ 7 พบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่พื้นที่ภายในอาคารมีข้อจำกัดเมื่อเทียบกับความต้องการในปัจจุบัน โดยเฉพาะกลุ่มที่ใช้งานอาคารเพื่อยู่ออาศัยเพียงอย่างเดียวหรือใช้งานแบบผสมผสาน ปัญหาหลักที่พบบ่อย ได้แก่ พื้นที่ใช้สอยไม่เพียงพอ การจัดสรรพื้นที่ไม่เหมาะสมกับฟังก์ชันการใช้งานในชีวิตประจำวัน เช่น ไม่มีพื้นที่สำหรับซักล้าง พื้นที่ครัวและพื้นที่รับประทานอาหารคับแคบ รวมถึงการขาดความเป็นส่วนตัวระหว่างพื้นที่สาธารณะกับพื้นที่ส่วนตัว

5.2.2 ปัญหาทางกายภาพของอาคาร

จากผลการสำรวจ ผู้ใช้งานจำนวนมากให้ความเห็นว่าอาคารมีความทรุดโทรมหรือมีองค์ประกอบบางประการที่ไม่ตอบโจทย์ต่อสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน เช่น การระบายอากาศไม่ดี การได้รับแสงธรรมชาติน้อย การรั่วซึมหรือขึ้นแฉะในบางฤดู ระบบไฟฟ้าและประปาไม่รองรับการใช้งานสมัยใหม่ อีกทั้งวัสดุก่อสร้างบางส่วนเริ่มเสื่อมสภาพ ทำให้ต้องมีการซ่อมแซมหรือเสริมความแข็งแรงอยู่เป็นระยะ

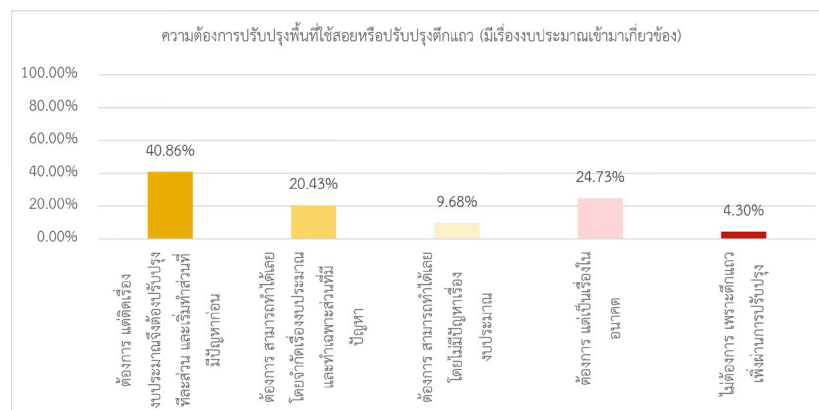


ภาพที่ 7 ปัญหาการใช้งานด้านพื้นที่
ที่มา: ผู้วิจัย

ผลจากปัญหาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า ตึกแถวในพื้นที่ศึกษากำลังเผชิญกับความท้าทายในการรองรับการใช้งานตามบริบทยุคใหม่ ซึ่งแม้ตัวอาคารจะยังสามารถใช้งานได้โดยโครงสร้างหลักไม่เสียหาย แต่ปัญหาย่อยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นซ้ำซาก อาจเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้ผู้ใช้งานพิจารณาการปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนการใช้ประโยชน์ของอาคารในอนาคต

5.3 ความต้องการและแนวโน้มของฟังก์ชันใหม่

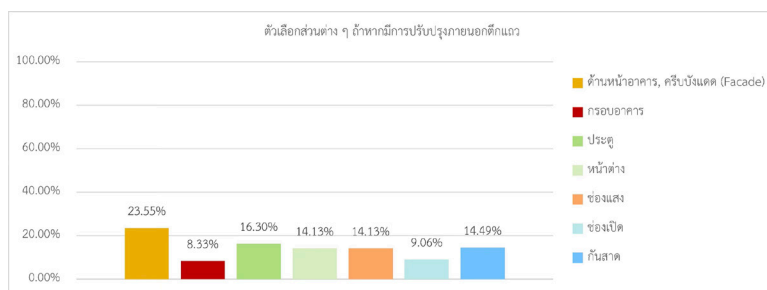
จากผลการสำรวจผู้ใช้งานตึกแถวในย่านถนนศรีมาลาจำนวน 93 หน่วย พบว่า แม้ผู้ใช้งานจำนวนมากยังคงใช้อาคารตามวัตถุประสงค์เดิม แต่มีแนวโน้มที่สะท้อนถึงศักยภาพในการปรับเปลี่ยนฟังก์ชันให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มเจ้าของอาคารรุ่นใหม่หรือทายาทรุ่นถัดไป ที่เริ่มตระหนักถึงคุณค่าของตึกแถวในฐานะทรัพยากรเชิงพื้นที่สำหรับกิจกรรมรูปแบบใหม่



ภาพที่ 8 แนวโน้มสถานะการปรับปรุง
ที่มา: ผู้วิจัย



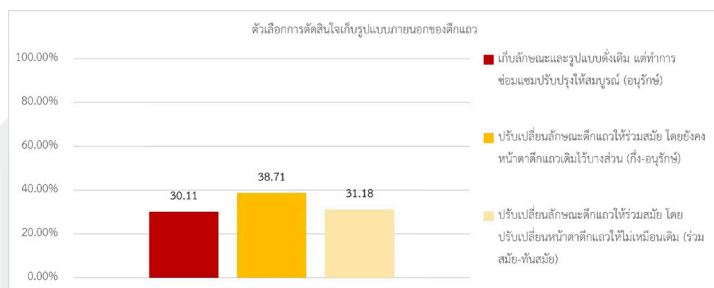
จากข้อมูลใน ภาพที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 38 หน่วย หรือ ร้อยละ 40.86 ต้องการปรับปรุงฟังก์ชันของอาคารแต่ติดปัญหาเรื่องงบประมาณ ขณะที่ 23 หน่วย หรือ ร้อยละ 24.73 แสดงแนวโน้มต้องการปรับเปลี่ยนในขนาดอันใกล้ และอีก 19 หน่วย หรือ ร้อยละ 20.43 ต้องการและสามารถดำเนินการปรับปรุงได้ทันที แม้จะมีข้อจำกัดบางประการด้านทรัพยากร สะท้อนให้เห็นว่า ความต้องการในการเปลี่ยนแปลง กำลังเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของพลวัตอาคารในย่านนี้



ภาพที่ 9 ความต้องการปรับปรุงองค์ประกอบภายนอก
ที่มา: ผู้วิจัย

เมื่อเจาะลึกถึงแนวโน้มในการ ปรับปรุงภายนอกอาคาร ตามภาพที่ 9 ผู้ตอบแบบสอบถามระบุความต้องการเฉพาะเจาะจงในบางจุด ได้แก่ การปรับเปลี่ยนหน้าต่างหรือประตู เพื่อให้สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น รองรับลูกค้าหรือผู้ใช้งานรุ่นใหม่ รวมถึงการเพิ่มเติมกันสาดบริเวณหน้าร้าน ซึ่งเป็นฟังก์ชันที่สะท้อนความตั้งใจในการเปลี่ยนพื้นที่ส่วนหน้าของอาคารให้กลายเป็นพื้นที่เชิงสาธารณะมากขึ้น เช่น ร้านกาแฟหรือพื้นที่บริการต่าง ๆ

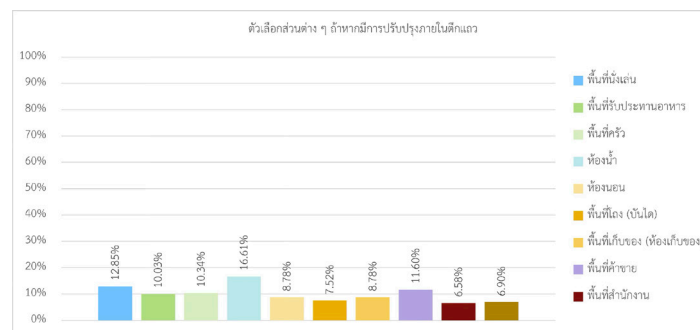
ภาพที่ 10 ยังเสริมประเด็นเรื่อง การตัดสินใจเก็บรักษารูปลักษณ์ภายนอกของตึกแถว ซึ่งสะท้อนเจตนารมณ์ด้านการอนุรักษ์ โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 ราย หรือร้อยละ 38.71 เลือกแนวทางกึ่งอนุรักษ์ ซึ่งหมายถึงการปรับเปลี่ยนเปลือกอาคารโดยยังคงเค้าโครงเดิมไว้บางส่วน สะท้อนให้เห็นถึงความพยายามในการประนีประนอมระหว่างคุณค่าทางสถาปัตยกรรมดั้งเดิมกับความต้องการใช้งานใหม่ อันเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทชุมชนเมืองเก่า



ภาพที่ 10 แนวโน้มการตัดสินใจคงรูปแบบเปลือกอาคารภายนอก
ที่มา: ผู้วิจัย

5.4 ความต้องการและพื้นที่เป้าหมายในการปรับปรุงภายในตึกแถว

จากผลการสำรวจ โดยไม่แยกรูปแบบการใช้งานของตึกแถว ภาพที่ 11 พบว่าผู้ใช้งานให้ความสำคัญกับการปรับปรุงพื้นที่ภายในอาคารอย่างชัดเจน พื้นที่ที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดคือ ห้องน้ำ ร้อยละ 16.61 รองลงมาคือ พื้นที่นั่งเล่น ร้อยละ 12.85 ซึ่งทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของการพักผ่อน และการพบปะสังสรรค์ภายในครอบครัว ภาพรวมสะท้อน ลำดับความสำคัญใหม่ ที่เริ่มจากสุขอนามัย และพื้นที่รวมตัวของครอบครัว ก่อนต่อด้วยพื้นที่ทำมาหากินและพื้นที่บริการรอง



ภาพที่ 11 พื้นที่ใช้งานเก่าและใหม่ที่ต้องการปรับปรุง
ที่มา: ผู้วิจัย

ในลำดับถัดมา คือ พื้นที่ค้าขาย (ร้อยละ 11.60) ที่มักต้องการการปรับปรุงเพื่อเสริมภาพลักษณ์และรองรับลูกค้ากลุ่มใหม่ ตามด้วย พื้นที่รับประทานอาหาร (ร้อยละ 10.39) และ พื้นที่ครัว (ร้อยละ 10.34) ซึ่งเกี่ยวพันโดยตรงกับการประกอบอาหารและวิถีชีวิตของครอบครัว นอกจากนี้ยังมีพื้นที่เก็บของ (ร้อยละ 8.78) และ ห้องนอน (ร้อยละ 8.78) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ตอบโจทย์ด้านการจัดเก็บ และความเป็นส่วนตัวของผู้อยู่อาศัย

ส่วนพื้นที่ที่มีการกล่าวถึงในสัดส่วนน้อยกว่า ได้แก่ พื้นที่โรงบริเวณบันได (ร้อยละ 7.52) และ พื้นที่ซักล้าง/ตากผ้า (ร้อยละ 6.90) แม้จะมีความต้องการปรับปรุงน้อยกว่า แต่ก็ยังเป็นองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อความสะดวกในการอยู่อาศัย

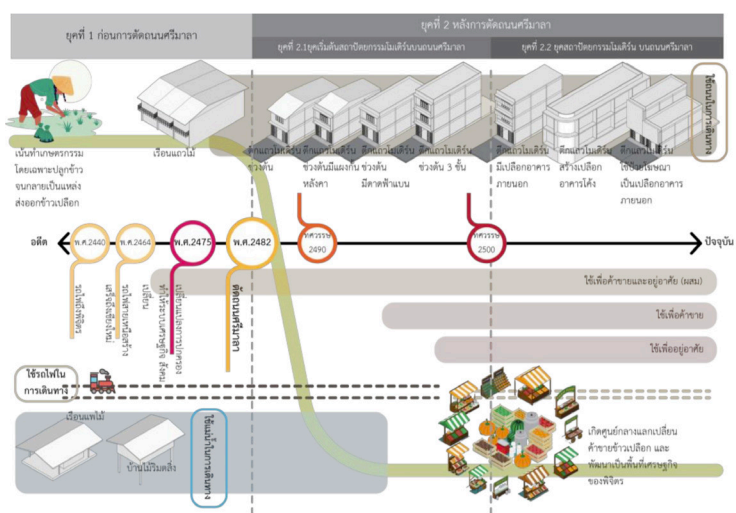
ภาพรวมของข้อมูลชี้ให้เห็นว่า ความต้องการปรับปรุงพื้นที่ภายในไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง แต่กระจายไปทั้งในด้านสุขอนามัย ความสะดวกสบาย ความเป็นระเบียบ และการรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การปรับปรุงตึกแถวเก่าในพื้นที่นี้จึงควรคำนึงถึงลำดับความสำคัญของพื้นที่ต่าง ๆ ควบคู่กับการคงเอกลักษณ์ของอาคาร เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและความต้องการของผู้ใช้งานในยุคปัจจุบัน

หลักฐานเชิงกายภาพของตึกแถว เมื่อเชื่อมกับข้อมูลการใช้สอยและท่าทีของผู้ใช้งาน แสดงให้เห็นสมดุลที่เป็นไปได้ระหว่าง การปรับใช้ใหม่กับการคงภาพลักษณ์ย่าน บนฐานข้อเท็จจริงของถนนศรีมาลา มากกว่าการอาศัยกรอบทฤษฎีทั่วไป

บทสรุป

ผลการศึกษาและการวิเคราะห์พัฒนาการของถนนศรีมาลาและอาคารตึกแถวในพื้นที่แสดงให้เห็นถึงพลวัตของการเปลี่ยนผ่านที่สัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับโครงสร้างทางประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ และสังคมของเมืองพิจิตร ในระยะแรกย่านนี้ดำรงบทบาทสำคัญ ในฐานะศูนย์กลางการค้าบนฐานคมนาคมทางน้ำ

การตั้งถิ่นฐานและรูปแบบอาคารยังสะท้อนลักษณะพื้นที่ถิ่นที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตริมน้ำ ภาพที่ 12 เมื่อการตัดถนนศรีมาลาเข้ามาแทนที่ ระบบการค้าขายเปลี่ยนผ่านจากพื้นที่น้ำสู่พื้นที่ถนน ถนนสายนี้จึงกลายเป็นแกนกลางใหม่ของการพัฒนาเมือง และขับเคลื่อนให้พื้นที่โดยรอบกลายเป็นย่านเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ ในช่วงถัดมา ตึกแถวยุคโมเดิร์นได้เข้ามาแทนที่อาคารพื้นถิ่นดั้งเดิม และกลายเป็นสถาปัตยกรรมหลักที่ผสมผสานบทบาทเชิงพาณิชย์และการอยู่อาศัยภายในอาคารเดียวกัน อันสะท้อนถึงการสืบทอดระบบเศรษฐกิจครอบครัวควบคู่กับการรับอิทธิพลทางวัฒนธรรมจีน

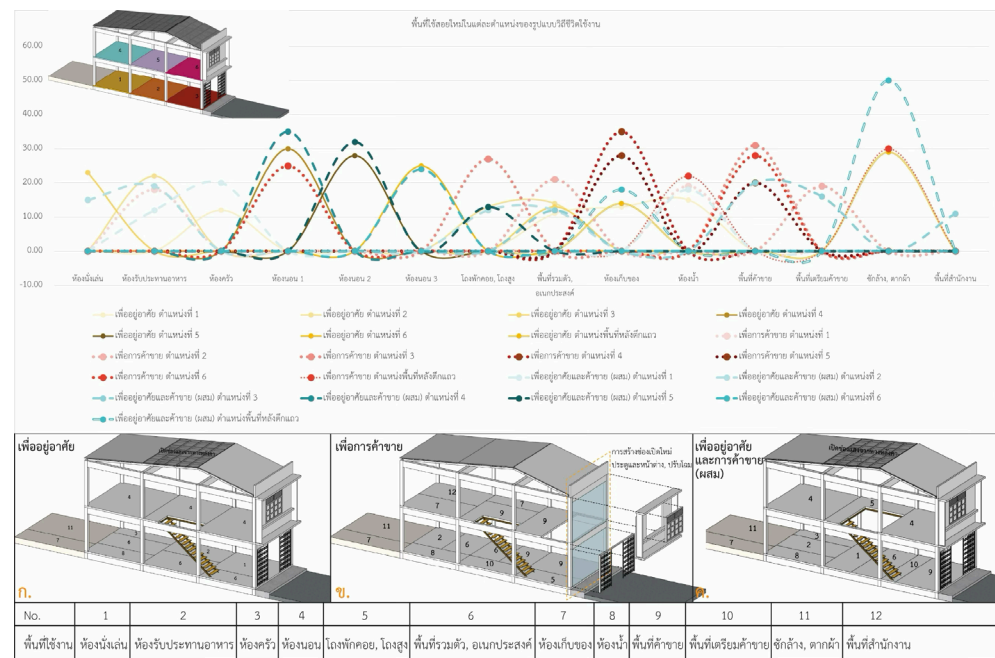


ภาพที่ 12 สรุปพัฒนาการ
ที่มา: ผู้วิจัย

ภาพที่ 13 เมื่อพิจารณาถึงความต้องการปรับประโยชน์พื้นที่ใช้สอยใหม่ จากจำนวน 93 ตัวอย่าง พบว่ายังคงสะท้อนทั้งความต่อเนื่องและการปรับตัวของอาคาร สามารถจำแนกเป็นสามกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเพื่อการค้าขาย ซึ่งยังคงรักษาทบทางร้านค้าดั้งเดิม แต่เริ่มปรับพื้นที่ชั้นล่างให้สอดคล้องกับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ร่วมสมัย มีการเปลี่ยนภาพลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับกิจกรรมทางการค้าขาย กลุ่มเพื่อยอยู่อาศัยที่ปรับเปลี่ยนฟังก์ชันภายในให้สอดคล้องกับความต้องการของครอบครัวสมัยใหม่ โดยเฉพาะห้องครัว ห้องน้ำ และพื้นที่พักผ่อน ขณะเดียวกันได้รับ

พื้นที่ชั้นล่างซึ่งเคยเป็นพื้นที่การค้าให้กลายเป็นพื้นที่ส่วนตัวของครอบครัว รวมถึงการแก้ไขปัญหาแสงสว่างไม่พอด้วยการเปิดช่องแสงจากทางหลังคา และกลุ่มใช้งานผสมที่ยังคงผสมผสานบทบาทเชิงพาณิชย์และที่อยู่อาศัย แต่เปิดรับกิจกรรมร่วมสมัย เช่น พื้นที่ทำงานร่วมกันหรือพื้นที่กิจกรรมชุมชน พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์รูปลักษณะภายนอก เพื่อเชื่อมโยงอัตลักษณ์ดั้งเดิมกับพลวัตใหม่ของพื้นที่ แต่ยังคงการแก้ไขปัญหาด้านการอยู่อาศัยด้วยการเปิดช่องแสงจากหลังคาและการเปิดพื้นที่โถงสูงเพื่อตอบสนองต่อกิจกรรมทางด้านการค้าขาย ที่กินพื้นที่ถึงช่วงกลางของตึกแถว

กล่าวโดยสรุป พัฒนาการของถนนศรีมาลาและอาคารตึกแถวในพื้นที่นี้ มิได้เป็นเพียงกระบวนการเปลี่ยนผ่านด้านรูปแบบสถาปัตยกรรมเท่านั้น หากแต่ยังสะท้อนถึงการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมที่เชื่อมต่อกับยุคการค้าทางน้ำสู่ยุคการค้าบนถนนด้วยตึกแถวยุคโมเดิร์น และดำรงอยู่จนถึงปัจจุบัน ขณะเดียวกัน การใช้งานในปัจจุบันยังบ่งชี้ศักยภาพของตึกแถวในการปรับใช้ประโยชน์เชิงพื้นที่รูปแบบใหม่ โดยสามารถสร้างสมดุลระหว่างการตอบสนองต่อเศรษฐกิจและวิถีชีวิตสมัยใหม่ได้อย่างมีนัยสำคัญ



ภาพที่ 13 แนวทางการปรับประโยชน์พื้นที่ใช้สอยใหม่เบื้องต้นทั้ง 3 รูปแบบจากกลุ่มตัวอย่าง
ที่มา: ผู้วิจัย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ใช้งานสามารถเริ่มจากการปรับประโยชน์ใช้สอยพื้นที่ใหม่ ที่เห็นการเปลี่ยนแปลงได้ชัดเจนแต่ใช้งบประมาณต่ำ โดยยึดแนวทางใน ภาพที่ 13 ปรับพื้นที่ใช้งานภายในเบื้องต้น ขณะเดียวกันแนะนำให้ เพอร์มิเตอร์ลอยตัว เพื่อแบ่งและผสานพื้นที่ให้สลับรูปแบบการใช้งานได้มากกว่า 1 รูปแบบการใช้งานต่อ 1 บล็อกการใช้งาน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ขยายพื้นที่ศึกษาจากถนนศรีมาลา สู่พื้นที่อื่นข้างเคียง เพื่อศึกษาพัฒนาการสถาปัตยกรรมรูปแบบอื่นที่เกิดขึ้นก่อนการตัดถนนศรีมาลา ไม่ว่าจะเป็นเรือนแถวไม้ เรือนไม้ เรือนแพ อาคารราชการ เกวียนน้ำวน รวมถึงสถาปัตยกรรมทางศาสนา เช่น ศาลเจ้า วัด เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2550). เศรษฐกิจหมู่บ้านไทยในอดีต. สำนักพิมพ์สร้างสรรค์.
จิราภรณ์ สถาปนะวรรณนะ. (2546). เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านภาคเหนือตอนล่าง: ลักษณะ พัฒนาการ และการปรับตัว. สำนักพิมพ์สร้างสรรค์.
พริยา บุญประสงค์. (2565). การออกแบบโครงการเพื่อการปรับเปลี่ยนการใช้สอยในอาคารเก่า = Brief for Changing of Use of Old Buildings. สำนักพิมพ์สละพิมพ์การ.
เพียงใจ เจริญโสพล. (2537). บทบาทชาวจีนทางการผลิตและการค้าข้าวในบริเวณภาคเหนือตอนล่างของ ประเทศไทยหลังการสร้างเส้นทางรถไฟสายเหนือ พ.ศ. 2448-2488 [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
วิษณุ หอมน่าน. (2559). การศึกษาสถาปัตยกรรมโรงสีข้าวในจังหวัดพิจิตร [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
หวน พันธุพันธ์. (2520). พิจิตรของเรา. สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พิษณุโลก.
หน่วยวิจัยแผนที่และเอกสารประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2566). แผนที่บริเวณอำเภอเมืองพิจิตร พ.ศ. 2503. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/photo/?fbid=538913431723531&set=a.406383231643219>





พระพุทธรัศมี วัดโพธิสมภรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี : วิเคราะห์รูปแบบและกำหนดอายุ

Phra Phuttha Rassami Wat Phothi Sombhorn, Udon Thani : Style Analysis and Dating

Received 11 December 2024

Revised 29 September 2025

Accepted 30 September 2025

พงษ์ศักดิ์ อัครวัฒนากุล¹

บทคัดย่อ

“พระพุทธรัศมี” พระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัยประดิษฐานในอุโบสถวัดโพธิสมภรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ตามประวัติกล่าวว่าพระธิดาแห่งกษัตริย์ล้านช้างสร้างถวายเป็นพุทธรูปบูชาแก่วัดในเมืองหนองคาย ในปีพ.ศ. 2460 วัดโพธิสมภรณ์ได้อัญเชิญพระพุทธรัศมีจากเมืองหนองคายมาประดิษฐานเป็นพระประธานในอุโบสถ ต่อมาเจ้าคุณธรรมเจดีย์ถวายนามพระพุทธรูปว่า พุทธรัศมี พระพุทธรัศมีปรากฏจารึกที่ฐานระบूपี จ.ศ.1065 ซึ่งตรงกับปี พ.ศ. 2246 และแสดงพุทธลักษณะแบบศิลปะล้านช้าง บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รูปแบบศิลปกรรมและกำหนดอายุด้วยวิธีวิจัยประวัติศาสตร์ศิลปะ เพื่อหาคำตอบว่าพระพุทธรัศมีวัดโพธิสมภรณ์แสดงพุทธลักษณะศิลปะล้านช้าง สกุลช่างเวียงจันทน์แท้จริงหรือไม่

พุทธลักษณะสำคัญของพุทธรูปศิลปะล้านช้างที่มีอายุในช่วงพุทธศตวรรษที่ 22 - 23 คือ พระพักตร์ป้อม พระหูเหลี่ยมเล็กน้อย พระรัศมีเป็นเปลวขนาดใหญ่ประดับอัญมณี พระเกศาเม็ดเล็ก พระเนตรเปิดหรือลงต่ำ พระขนงโก่งเป็นสันยกขึ้นมาเป็นเส้นคู่ ปลายพระนาสิกตัดตรง พระโอษฐ์บานริมพระโอษฐ์บนเป็นร่องเล็กน้อย พระวรกายค่อนข้างอวบอ้วน พระอุระแบน ครองจีวรห่มเฉียงเห็นเม็ดพระศันทั้ง 2 ข้าง นิ้วพระหัตถ์ใหญ่ ปลายนิ้วพระหัตถ์ทั้ง 4 ยาวเสมอกัน พระสังฆาฏิยาวจรดพระนาภี ซึ่งพระพุทธรูปกลุ่มนี้มีประวัติการสร้างเกี่ยวข้องกับกษัตริย์หรือราชวงศ์ล้านช้างในช่วงพุทธศตวรรษที่ 23 ที่ปรากฏจำนวนมากในเวียงจันทน์ สปป.ลาว ตัวอย่างพระพุทธรูปสำคัญ เช่น พระเจ้าองค์ดื้อ วัดองค์ดื้อมะหาวิหาน วัดอินแปง เวียงจันทน์ สปป.ลาว การสร้างพระพุทธรูปสำริดระยะหลังนิยมประดับอัญมณีบนพระรัศมีของพระพุทธรูป ตัวอย่างเช่น พระรัศมีพระพุทธรูปหลวงพ่พระใสที่วัดโพธิ์ชัย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

ผลการศึกษาพบว่า พระพุทธรัศมี วัดโพธิสมภรณ์ แสดงพุทธลักษณะสำคัญของศิลปะล้านช้าง คือ พระรัศมีเป็นเปลวขนาดใหญ่ประดับอัญมณี เพชรพลอยแก้วสีต่าง ๆ พระขนงโก่งเป็นสันยกขึ้นมาเป็นเส้นคู่ ปลายพระนาสิกตัดตรง พระโอษฐ์บาน ริมพระโอษฐ์บนเป็นร่องเล็กน้อย ปลายนิ้วพระหัตถ์ทั้ง 4 ยาวเสมอกัน พระวรกายบางพระอุระแบน พระสังฆาฏิเป็นแผ่นแบนยาวถึงพระนาภี ซึ่งกำหนดอายุไว้ที่ต้นพุทธศตวรรษที่ 23 สอดรับการจารึกปรากฏที่ฐานพระพุทธรัศมีปี พ.ศ. 2246 ดังนั้น พระพุทธรัศมีในอุโบสถวัดโพธิสมภรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จึงเป็นพระพุทธรูปศิลปะล้านช้าง สกุลช่างเวียงจันทน์ และเป็นพระพุทธรูปสำคัญและมีคุณค่าทางศิลปกรรมของชาวจังหวัดอุดรธานีจวบจนปัจจุบันพระพุทธรูปโบราณสืบไป

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี



คำสำคัญ: พระพุทธรัศมี, วัดโพธิ์สมภรณ์, อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

Abstract

“Phra Phuttha Rassami” is bronze Buddha statue in the Mara-Vijaya position at Wat Phothi Sombhorn, Udon Thani. According to history, the daughter of the King of Lan Xang built it as an offering to a temple in Nong Khai. In year 2460 B.E. Wat Phothi Sombhorn invited Phra Phuttha Rasami from Nong Khai to be enshrined as the principal Buddha image in the ordination hall. Later, Chao Khun Thamma Chedi gave the name of the Buddha status as Phutta Rassami. Phra Phutta Rassami has an inscription at the base indicating the year C.S.1065, which corresponds to the year 2246 B.E. and shows the Lan Xang art style.

This article aims to analyze the artistic form of Phra Puttha Rassami and determine its age using art historical research methods to find an answer of whether Phra Phuttha Rassami of Wat Phothi Sombhorn truly reflects the characteristics of Lan Xang art, Vientiane school.

The important characteristics of the Buddha statues of Lan Xang art during the 22nd -23rd Buddhist century are oval-shaped face with a slightly sharp chin, the lotus flower halo decorated with pearls on the top of the Buddha, spiral curls of hair, the eyes were open and narrowed, eyebrows were arched and raised in double lines, The tip of the nose is straight, the lips are thin, the upper lip has a slight groove, the body is rather plump body and flat chest, wearing a robe that is wrapped diagonally, showing both nipples, big fingers, tips of all four fingers are of equal length, the sangkhati is long and reaches the navel. This group of Buddha statues has a history of creation related to the Lan Xang Kings or dynasty during the 23rd Buddhist century which are found in large numbers in Vientiane, Lao PDR. Examples of important Buddha images include Phra Chao Ong Tue, Wat Ong Tue Maha Vihan, Wat Inpeng, Vientiane, Lao PDR. In the later period of bronze Buddha statues, it was popular to decorate the Buddha's halo with gems, for example, the halo of Luang Pho Phra Sai at Wat Pho Chai, Mueang District, Nong Khai Province.

The study results found that the Phra Phuttha Rassami of Wat Phothi Sombhorn displays important Buddhist characteristics of Lan Xang art which are the halo is a large flame decorated with gems, diamonds, and glass of various colors. The eyebrows are arched and raised in double lines. The tip of the nose is straight, the lips are thin, and the upper lip has a slight groove, tips of all four fingers are of equal length, the body is rather

plump body and flat chest, the sangkhati is long and reaches the navel. This is dated to the beginning of the 23rd Buddhist century, which is consistent with the inscription at the base of Phra Phuttha Rassami in the year 2246 B.E. Therefore, the Buddha status at Wat Phothi Sombhorn, Mueang District, Udon Thani Province is a Buddha statue in Lan Xang art, Vientiane style, and is an important Buddha image with artistic value for the people of Udon Thani Province up until the present.

Keywords: Phra Phuttha Rassami, Wat Phothi Sombhorn, Mueang District, Udon Thani Province.

บทนำ

อุดรธานีเป็นจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนของไทยที่มีประวัติความเป็นมายาวนานและเป็นที่ทราบกันว่าพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงประจักษ์ศิลปาคมก่อตั้งจังหวัดอุดรธานีปี พ.ศ.2436 และครั้งต่อมาพระยาศรีสุริยราชวรานุวัตร ข้าหลวงเทศาภิบาลมณฑลอุดรได้วางผังเมืองอุดรธานีและสร้างวัดขึ้นใหม่ชื่อ วัดโพธิสมภรณ์ สังกัดธรรมยุติกนิกายและมีเสนาสนะสำคัญประกอบด้วย อุโบสถ ศาลาการเปรียญ เจดีย์และปูชนียวัตถุ คือ พระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัยพระประธานประดิษฐานในอุโบสถนามว่า พระพุทธรค์มี และพระพุทธรูปศิลาประดิษฐานผนังด้านนอกหลังอุโบสถ (กรมการศาสนา, 2534: 303) วัดโพธิสมภรณ์จึงถือเป็นวัดสำคัญในจังหวัดอุดรธานี โดยเฉพาะพระพุทธรค์มีเป็นพระพุทธรูปสำริดขนาดใหญ่มีประวัติกล่าวว่าพระนางเขียวค้อมเป็นผู้สร้าง ต่อมาในปี พ.ศ.2460 ได้อัญเชิญพระพุทธรค์มีจากเมืองหนองคายมาประดิษฐานเป็นพระประธานในอุโบสถ นอกจากนั้นที่มามีชื่อพระพุทธรค์มีเกิดเหตุการณ์เจ้าพระคุณธรรมเจดีย์เดินจงกรมใกล้อุโบสถ มองเห็นลำแสงพุ่งออกอุโบสถเป็นลำแสงออกจากพระประธานในอุโบสถ เจ้าพระคุณธรรมเจดีย์จึงถวายนาม “พุทธรค์มี” (ศูนย์ข้อมูลกลางทางวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2554)

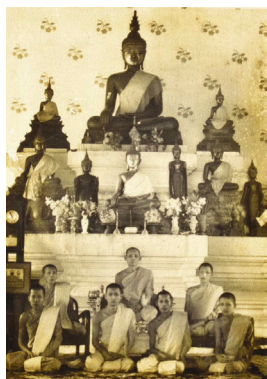
ด้วยประวัติความเป็นมาพระพุทธรค์มี วัดโพธิสมภรณ์ จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจศึกษาในรูปแบบศิลปกรรมพระพุทธรค์มี เนื่องจากพระพุทธรูปมีจารึกที่ฐานระบุปี จ.ศ. 1065 ตรงกับพ.ศ. 2246 มีพุทธลักษณะปางมารวิชัยศิลปะล้านช้าง เช่น พระพักตร์รูปไข่ พระเนตรกว้าง พระหนุมนเต็มแหลมเล็กน้อย พระรัศมีเป็นเปลวขนาดใหญ่ประดับ อัญมณีเพชรพลอยแก้วสีต่าง ๆ พระขนงโค้งเป็นเส้นยกขึ้นมาเป็นเส้นคู่ พระนาสิกปลายตัดตรง พระโอษฐ์ยิ้มเล็กน้อย พระอุระเห็นเม็ดพระถันทั้ง 2 ข้าง และเป็นพระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัยขนาดใหญ่มีความงดงามเพียงองค์เดียวในจังหวัดอุดรธานี ปัจจุบันยังไม่มี การตรวจสอบรูปแบบศิลปกรรมและประวัติอย่างแท้จริง บทความนี้มุ่งศึกษาวิเคราะห์รูปแบบศิลปกรรมและกำหนดอายุพระพุทธรค์มีรวมถึงประวัติความเป็นมา เพื่อเป็นข้อมูลความรู้ใหม่อันจะเกิดประโยชน์ในการนำไปเผยแพร่ศิลปกรรมพื้นถิ่นให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

ประวัติวัดโพธิสมภรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

วัดโพธิสมภรณ์ สร้างเมื่อปี พ.ศ. 2448 – 2449 โดยพระยาศรีสุริยราชวรานุวัตรร่วมกับประชาชนและสมเด็จพระสังฆราชเจ้า พระเจ้าวรวงศ์เธอกรมหลวงชินวรสิริวัฒน์ได้ประทานนามชื่อวัดว่า “วัดโพธิสมภรณ์” ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมาปี พ.ศ. 2460 และปี พ.ศ. 2466 เจ้าพระยามุนตริได้สร้างอุโบสถ (กรมการศาสนา, 2535: 303) เป็นรูปแบบทรงโรง(รูปที่ 1) จึงอัญเชิญพระพุทธรูปสำริดขนาดใหญ่จากหนองคายมาประดิษฐานในอุโบสถ (เสรี ชุ่มยวง, 2543: 148) คือ พระพุทธศรีมุนีแห่ง ในปี พ.ศ. 2510 ได้บูรณปฏิสังขรณ์อุโบสถทั้งหลัง (จังหวัดอุดรธานี, 2565 : 87) จากข้อสังเกตภาพถ่ายเก่าปี พ.ศ. 2503 (รูปที่ 2) พระพุทธศรีมุนีไม่ปรากฏซุ้มเรือนแก้วที่คล้ายกับพระพุทธรูปศิลปะสุโขทัย จึงสันนิษฐานว่าซุ้มเรือนแก้วครอบองค์พระพุทธรศรีมุนีทำเพิ่มเติมช่วงบูรณปฏิสังขรณ์อุโบสถใหม่ (รูปที่ 3) ซึ่งสันนิษฐานว่าซุ้มเรือนแก้วพระพุทธรศรีมุนีทำขึ้นตามความนิยมเช่นเดียวกับอุโบสถวัดต่าง ๆ ที่นิยมสร้างพระพุทธรูปชินราชจำลองเป็นพระประธานในอุโบสถ ขณะที่วัดโพธิสมภรณ์กลับทำซุ้มเรือนแก้วครอบองค์พระพุทธรศรีมุนีเป็นพระพุทธรูปโบราณเพื่อความงดงามยิ่งขึ้นก็อาจเป็นไปได้



ภาพที่ 1: ภาพถ่ายเก่าบูรณปฏิสังขรณ์อุโบสถวัดโพธิสมภรณ์ ปี พ.ศ. 2510
ที่มา : จังหวัดอุดรธานี (2558)



ภาพที่ 2: ภาพถ่ายเก่าภายในอุโบสถประดิษฐานพระพุทธศรีมุนีไม่ปรากฏซุ้มเรือนแก้ว พ.ศ. 2510
ที่มา : จังหวัดอุดรธานี (2558)



ภาพที่ 3: อุโบสถใหม่วัดโพธิสมภรณ์ ภายในประดิษฐานพระพุทธรัศมี พระประธาน
ที่มา : พงษ์ศักดิ์ อัครวัฒนากุล

รูปแบบศิลปกรรมพระพุทธรัศมีพระประธานในอุโบสถวัดโพธิสมภรณ์

พระพุทธรัศมีพระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัยขนาดใหญ่ขนาดหน้าตัก 1.55 เมตร สูง 2.30 เมตร ประทับนั่งเหนือฐานกลีบบัวปรากฏจารึก จ.ศ.1065 ตรงกับปี พ.ศ. 2246 (รัชช ปุณณทก, 2530 : 351) และลักษณะทางศิลปกรรม คือ พระพักตร์รูปไข่ พระนลาฏกว้าง พระหูแหลมเล็กน้อย พระเกศาเป็นเม็ดแหลม พระรัศมีเป็นเปลวขนาดใหญ่ประดับเพชรพลอยแก้วสีต่าง ๆ เม็ดเล็ก ๆ พระขนงโค้งเป็นสันยกขึ้นมาเป็นเส้นคู่ พระนาสิก เป็นสันคมปลายพระนาสิกตัดตรง พระโอษฐ์บางริมพระโอษฐ์บนเป็นร่องเล็กน้อยทรงแย้มพระโอษฐ์เล็กน้อย พระกรรณใหญ่ยาวเป็นเส้นวง พระวรกายสูง ปลายนิ้วพระหัตถ์ทั้ง 4 ยาวเสมอกัน ครองจีวรห่มเฉียง พระสังฆาฏีแผ่แบนยาวจรดถึงพระนาภี (รูปที่ 4)



พระพุทธรัศมีประดิษฐานในอุโบสถ



พระพุทธรัศมีปางพระราชมุนี
ที่มา : พระราชญาณมุนี:17

ภาพที่ 4: พระพุทธรัศมี พระประธานภายในอุโบสถ วัดโพธิสมภรณ์ จังหวัดอุดรธานี
ที่มา : พงษ์ศักดิ์ อัครวัฒนากุล

เมื่อศึกษารูปแบบพระพุทธรูป มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มพระพุทธรูปปางมารวิชัยศิลปะล้านช้าง พุทธศตวรรษที่ 22 – 23 ซึ่งปรากฏในอีสานของไทยและเวียงจันทน์ สปป.ลาว มีลักษณะสำคัญ คือ พระพักตร์รูปไข่ ปลายพระหูเหลี่ยม พระนลาฏกว้าง พระเกศาเล็กแหลม พระนาสิกยาว ค่อนข้างเล็ก พระเนตรเปิดเห็นพระจักขุ พระโอษฐ์บางแถมพระโอษฐ์หรือยิ้มแบบล้านช้าง พระกรณยาว พระรัศมีรูปเปลว พระสังฆาฏิแผ่นแบนยาวถึงพระนาภี ประทับบนฐานบัวปลายงอน พบตัวอย่างสำคัญเช่น กลุ่มพระพุทธรูปองค์คือ วัดศรีชมภู องค์คือ อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย พระพุทธรูปองค์คือ วัดไชยะพน และพระพุทธรูปสำริดจากหอพระแก้ว เวียงจันทน์ สปป.ลาว พระพุทธรูปดังกล่าว(รูปที่ 5) ล้วนมีประวัติเกี่ยวข้องกับกษัตริย์ล้านช้างเป็นผู้สร้าง (ศักดิ์ชัย สายสิงห์, 2555: 186) อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตรูปแบบพระพุทธรูป วัดโพธิสมภรณ์ ที่พบว่ามีลักษณะแตกต่างกับกลุ่มพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างพุทธศตวรรษที่ 22 – 23 บางประการ กล่าวคือ พระรัศมีเป็นเปลวขนาดใหญ่ประดับเพชร พลอย แก้วสีต่าง ๆ ไม่มีกรอบพระพักตร์หรือไฉพระศก ฐานกลีบบัวซ้อนกันที่ไม่ใช่ฐานบัวปลายงอน รวมถึงขนาดพระพุทธรูปเป็นพระพุทธรูปสำริดขนาดใหญ่หากเทียบกับพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างระหว่างพุทธศตวรรษที่ 22 – 23 ที่ปรากฏในอีสานของไทยและสปป.ลาว ปรากฏไม่กี่องค์ที่นอกเหนือพระพุทธรูปสำคัญในสมัยล้านช้างที่กล่าวมาข้างต้น จากประเด็นดังกล่าว รูปแบบพระพุทธรูป วัดโพธิสมภรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี แสดงให้เห็นลักษณะศิลปะล้านช้างบางประการ ดังนั้นจึงเป็นประเด็นศึกษาเปรียบเทียบพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างที่มีอายุใกล้เคียงกันเพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น



ภาพที่ 5: ตัวอย่างพระพุทธรูปสำริดศิลปะล้านช้าง
ที่มา : พงษ์ศักดิ์ อัครวัฒนากุล

ประเด็นศึกษาพระพุทธรูปศิลปะล้านช้าง

จากการศึกษาพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 20 - 23 ที่พบหลักฐานชัดเจนที่สุด คือ พระพุทธรูปที่สร้างในสมัยพระเจ้าไชยเชษฐาธิราชปลายพุทธศตวรรษที่ 21 ถึงต้นพุทธศตวรรษที่ 22 ส่วนใหญ่นิยมสร้างพระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัยแสดงให้เห็นอิทธิพลศิลปะล้านนา คือ พระพักตร์เล็ก พระนลาฏแคบ พระขนงโก่งมาก พระเนตรเล็กและปลายชี้ขึ้น พระหูเป็นปมเกือบเป็นวงกลม นิ้วพระหัตถ์เล็กเรียวและยาวเสมอกัน ซึ่งภายหลังปรากฏรูปแบบเฉพาะที่เกิดการผสมผสานระหว่างพระพุทธรูปศิลปะล้านช้าง และศิลปะล้านนากลายเป็นลักษณะเฉพาะในสมัยพระเจ้าไชยเชษฐาธิราช ตัวอย่าง พระพุทธรูปองค์นี้

มีประวัติกล่าวว่า พระเจ้าไชยเชษฐาธิราช โปรดฯ ให้สร้างพระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัยขนาดใหญ่เรียกพระองค์นี้ว่าได้แนวคิดจากพระเจ้านันทบุรีศิลปะล้านนา (ศักดิ์ชัย สายสิงห์, 2555) นอกจากนั้นยังพบพระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัยหลายองค์มีประวัติกล่าวว่าสร้างในสมัยพระเจ้าไชยเชษฐาธิราช เช่น พระพุทธรูปหลวงพ่พระใส พระสุก พระเสริม เป็นต้น สังเกตได้ว่าพระพุทธรูปดังกล่าวมีลักษณะคล้ายกัน ได้แก่ พระพักตร์รูปไข่ พระเกศาเป็นเม็ดเล็ก พระรัศมีเป็นเปลวใหญ่ ชายพระสังฆาฏีเป็นแผ่นยาวจรดพระนาภี นิ้วพระหัตถ์ทั้ง 4 ยาวเสมอกัน และมีฐานรองรับพระพุทธรูปเป็นฐานบัวปลายงอน

อย่างไรก็ดีผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่า พระพุทธรูปปางมารวิชัยที่สร้างในสมัยพระเจ้าไชยเชษฐาธิราชปรากฏพระรัศมีประดับอัญมณีเพชรพลอย และพระรัศมีจะแยกจากพระเศียร ส่วนฐานบัวคว่ำ – บัวหงายแยกจากองค์พระพุทธรูปเรียกว่าฐานบัวปลายงอนเป็นที่นิยมในศิลปะล้านช้าง (รูปที่ 6) ประเด็นดังกล่าวได้ตรวจสอบพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างที่มีอายุก่อนพุทธศตวรรษที่ 21 ไม่ปรากฏการประดับอัญมณีส่วนพระรัศมีและฐานรองรับพระพุทธรูปจะเชื่อมกับองค์พระพุทธรูป อาจสันนิษฐานว่าพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างที่ปรากฏงานประดับอัญมณีส่วนพระรัศมีอาจได้แรงบันดาลใจจากพระพุทธรูปศิลปะเชียงแสน ซึ่งพบหลักฐานสำคัญ คือ พระรัศมีพระเจ้าล้านตื้อ จัดแสดงพิพิธภัณฑสถาน โดยรูปแบบพระรัศมีพระเจ้าล้านตื้อเป็นเปลวขนาดใหญ่ปรากฏร่องกลมๆ มีลายล้อมรอบขนาดใหญ่จนถึงขนาดเล็กไล่เรียงไปตามเปลวพระรัศมีคล้ายว่าร่องกลมๆ ดังกล่าว สันนิษฐานว่าเป็นร่องรอยประดับอัญมณีเพชรพลอยมาก่อน (รูปที่ 7)

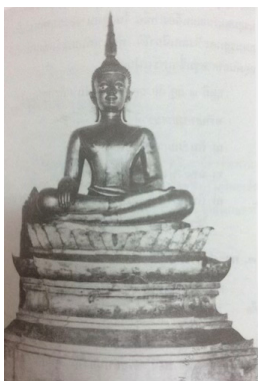


ภาพที่ 6: พระพุทธรูปหลวงพ่พระใส วัดโพธิ์ชัย จังหวัดหนองคาย ศิลปะล้านช้างพุทธศตวรรษที่ 21
ที่มา : พงษ์ศักดิ์ อัครวัฒนากุล



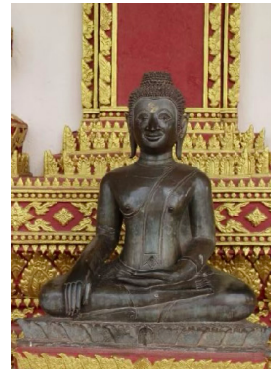
ภาพที่ 7: พระวัดมีพระเจ้าล้านตื้อ จัดแสดงที่พิพิธภัณฑสถาน ปรากฏร่องรอยประดับอัญมณี
ที่มา : เพจล้านนาประเทศ เข้าถึงเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2568

เมื่อพิจารณาพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างปรากฏงานประดับอัญมณีส่วนพระวัดมีเป็นเม็ดพลอยกลม ๆ อาจเริ่มความนิยมในสมัยพระเจ้าไชยเชษฐาธิราช ซึ่งเอกสารทางประวัติศาสตร์กล่าวว่าพระเจ้าไชยเชษฐาธิราชปกครองล้านนาเป็นเวลา 2 ปี และเมืองเชียงแสนก็เป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักรล้านนา (ศักดิ์ชัย สายสิงห์, 2556: 17) อาจเป็นไปได้ว่าการทำพระวัดมีประดับอัญมณีพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างได้แรงบันดาลใจศิลปะเชียงแสน สำหรับฐานรองรับพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างจะนิยมทำฐานสูงเป็นฐานบัวคว่ำ – บัวยางและปลายกลีบบัวด้านข้างตัวขึ้นเรียกฐานบัวปลายงอนในการทำฐานบัวปลายงอนศิลปะล้านช้างพัฒนามาจากศิลปะล้านนาที่พบพระพุทธรูปปางมารวิชัยประทับนั่งฐานกลีบบัวปลายยกขึ้นหรือปลายงอนได้รับความนิยมในช่วงพุทธศตวรรษที่ 21 ซึ่งพระพุทธรูปกลุ่มนี้ได้อิทธิพลมาจากศิลปะล้านนา (ศักดิ์ชัย สายสิงห์, 2564: 100) ปรากฏตัวอย่างพระพุทธรูปหลวงพ่อพระใส วัดโพธิ์ชัย จังหวัดหนองคาย ดังนั้น รูปแบบพระพุทธรูปสร้างในสมัยพระเจ้าไชยเชษฐาธิราชได้สืบทอดในสมัยต่อมาได้ปรากฏพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างอย่างแท้จริง (รูปที่ 8)

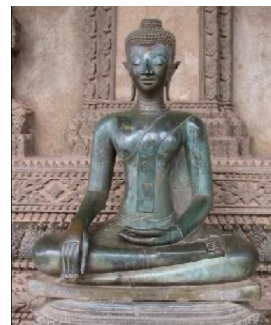


ภาพที่ 8: ภาพถ่ายเก่าแสดงฐานพระพุทธรูปหลวงพ่อพระใส วัดโพธิ์ชัย จังหวัดหนองคาย
ที่มา : สารานุกรมวัฒนธรรมไทย

ในงานวิจัยของศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชัย สายสิงห์ ได้กำหนดพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างช่วงปลายพุทธศตวรรษที่ 22 ถึงกลางพุทธศตวรรษที่ 23 เป็นกลุ่มศิลปะล้านช้างอย่างแท้จริง ซึ่งค้นพบพระพุทธรูปในสมัยพระยาสุริยวงศาธรรมิกราชถึงพระเจ้าไชยเชษฐาธิราชที่ 2 (ศักดิ์ชัย สายสิงห์: 192) ปัจจุบันอยู่ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอพระแก้ว นครเวียงจันทน์ สปป.ลาว (รูปที่ 9) ลักษณะทางศิลปกรรมคล้ายกับพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างพุทธศตวรรษที่ 21 บางประการ กล่าวคือ พระพักตร์ป้อม พระนลาฏกว้าง มีขอบไรพระศก พระหนุเสี้ยมเล็กน้อย พระรัศมีเป็นเปลวขนาดใหญ่ พระนาสิกใหญ่ พระโอษฐ์แสดงเส้นขอบและปลายพระโอษฐ์ทั้ง 2 ข้างตัวตั้งขึ้นเรียกว่าอัมแบบล้านช้าง พระกรรณขนาดใหญ่ ยาวมากและเป็นเส้นวงหลายชั้น พระวรกายอวบอ้วนเล็กน้อย พระอุระแบนให้เม็ดพระถันทั้งสองข้าง พระสังฆาฏีเป็นแผ่นใหญ่ยาวจรดพระนาภีปลายตัดตรง และลักษณะโดดเด่นพระพุทธรูปสมัยพระยาสุริยวงศาธรรมิกราช เช่น นิ้วพระหัตถ์ใหญ่และปลายนิ้วพระหัตถ์ทั้ง 4 ยาวเสมอกัน พระนาสิกมีสันคมและใหญ่ วรกายยาวสูง บั้นพระองค์บางเป็นต้น สังเกตว่าพระพุทธรูปส่วนใหญ่ไม่มีพระรัศมีเนื่องจากพระรัศมีแยกส่วนจากพระเศียรและฐานบัวแยกจากพระพุทธรูป ตัวอย่างสำคัญ พระพุทธรูปปางมารวิชัย และพระพุทธรูปปางเปิดโลกที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอพระแก้ว นครเวียงจันทน์ สปป.ลาว (รูปที่ 10)



ภาพที่ 9: พระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัยพุทธศตวรรษที่ 22 พพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอพระแก้ว เวียงจันทน์ สปป.ลาว
ที่มา : พงษ์ศักดิ์ อัครวัฒนากุล



ภาพที่ 10: พระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัยพุทธศตวรรษที่ 23 พพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอพระแก้ว เวียงจันทน์
สปป.ลาวที่มา : พงษ์ศักดิ์ อัครวัฒนากุล

สำหรับพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างพุทธศตวรรษที่ 23 ที่พบตัวอย่างพระพุทธรูปปางมารวิชัย พระพุทธรูปองค์นี้ วัดไชยะพน นครเวียงจันทน์ สปป.ลาว ปรากฏข้อความจารึกว่าสร้างในสมัย พระเจ้าไชยเชษฐาธิราชที่ 2 (สุรศักดิ์ ศรีสาอาง, 2545: 217) (รูปที่ 11) ซึ่งเป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัยขนาดใหญ่แสดงลักษณะสำคัญ คือ พระรัศมีเป็นเปลวใหญ่ตรงพระรัศมีปรากฏร่องรอยประดับ อัญมณีปัจจุบันสูญหายแล้ว พระเกศาเป็นเม็ดเล็กคล้ายหนามขนุนมีไรพระศก พระขนงโก่งเป็น สันยกขึ้นมาเป็นเส้นคู่ พระอุระแบนเห็นเม็ดพระถันมีฐานวงกลมทั้ง 2 ข้าง พระสังฆาฏิเป็นแผ่น ใหญ่ทำเป็นเส้นลวดลายและปลายพระสังฆาฏิแยก นิ้วพระหัตถ์ใหญ่ปลายนิ้วพระหัตถ์ทั้ง 4 ยาว เสมอกัน นอกจากนั้นยังพบพระพุทธรูปปางมารวิชัยเป็นหลักฐานสำคัญ คือ พระพุทธรูปหลวงพ่อกองแสง วัดท่าครกเรือ อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย (รูปที่ 12) แสดงลักษณะสำคัญ พระรัศมี เป็นเปลวประดับอัญมณี พระพักตร์มน พระหนุแหลม สังฆาฏิแผ่นยาวใหญ่จรดพระนาภี บนแผ่น สังฆาฏิทำเป็นเส้นขอบแลเห็นพระถันทั้ง 2 ข้าง นิ้วพระหัตถ์ใหญ่ปลายนิ้วพระหัตถ์ทั้ง 4 ยาวเสมอกัน มีฐานรองรับเป็นบัวปลายอนที่แยกจากองค์พระพุทธรูปปรากฏจารึกสร้างปี พ.ศ. 2286 พระพุทธรูป องค์นี้มีอายุปลายพุทธศตวรรษที่ 23 ที่ยังคงสืบทอดรูปแบบพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างพุทธศตวรรษที่ 22

สงวน รอดบุญ (2545) กล่าวว่าการสร้างพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างพุทธศตวรรษที่ 23 ส่วนมาก เป็นสกุลช่างเวียงจันทน์ และมีลักษณะทางศิลปกรรมคล้ายกัน ที่สำคัญสมัยพระยาสุริยวงศาธรรมิกราชถึงพระเจ้าไชยเชษฐาธิราชที่ 2 ไม่นิยมสร้างพระพุทธรูปขนาดใหญ่และมีลักษณะท้องถิ่นไปแล้ว



ภาพที่ 11: พระพุทธรูปปางมารวิชัยพุทธศตวรรษที่ 23 วัดไชยะพน เวียงจันทน์ สปป.ลาว
ที่มา : พงษ์ศักดิ์ อัครวัฒนากุล



ภาพที่ 12: พระพุทธรูปปางมารวิชัย วัดท่าครก อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย
ที่มา : พงษ์ศักดิ์ อัครวัฒนากุล

วิเคราะห์รูปแบบศิลปกรรมและกำหนดอายุพระพุทธรูปพุทธศรี วัดโพธิสมภรณ์ จังหวัดอุดรธานี

จากเอกสารกล่าวถึงความเป็นมา พระพุทธศรีเป็นพระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัยขนาดใหญ่ เดิมประดิษฐานที่หนองคายและปรากฏจารึกที่ฐานระบุปี พ.ศ. 2246 ภายหลังได้อัญเชิญมาไว้ อุโบสถวัดโพธิสมภรณ์ในปี พ.ศ. 2460 นอกจากนั้นประวัติยังกล่าวว่า พระนางเขียวค้อมเป็นผู้สร้าง พระพุทธศรี แต่ในประเด็นนี้ เมื่อตรวจสอบเอกสารทางประวัติศาสตร์ไม่ปรากฏชื่อพระนางเขียวค้อม ในสมัยล้านช้างแต่อย่างใด แม้มีการกล่าวว่าพระนางเขียวค้อมเป็นพระธิดาของพระเจ้าสิริบุญสาร แต่เอกสารชิ้นต้นก็ไม่ได้กล่าวไว้ชัดเจน (บุญช่วย ศรีสวัสดิ์, 2503 : 253) อย่างไรก็ตามชื่อพระนางเขียวค้อม กลับปรากฏในตำนานและเชื่อมโยงกับวัดนางเขียวค้อม (สารานุกรมอีสาน, 2542 : 593) ซึ่งกล่าวว่า พระนางเขียวค้อมเป็นพระสนมพระยาสุริยวงศาธรรมิกราช ครั้นต่อมาพระนางเขียวค้อมได้บวชที่ วัดใต้ฝั่งขวาแม่น้ำโขงจนกระทั่งเสียชีวิตแล้วสร้างเจดีย์เป็นชื่อของพระนางเอง (สารานุกรมอีสาน, 596) ปัจจุบัน คือ วัดนางเขียวค้อม อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย เมื่อพิจารณาประวัติพระนางเขียวค้อมและจารึกบอกปีสร้างพระพุทธศรีที่พบว่าจารึกที่ฐานไม่สอดคล้องกับประวัตินางเขียวค้อม สร้างพระพุทธศรี หากกล่าวว่าพระนางเขียวค้อมเป็นพระสนมในสมัยพระยาสุริยวงศาธรรมิกราช ซึ่งพระองค์ครองราชย์ระหว่างพ.ศ. 2181 - พ.ศ. 2238 แต่จารึกที่ฐานพระพุทธศรีระบุปี พ.ศ. 2246 ตรงกับรัชกาลของพระเจ้าไชยเชษฐาธิราชที่ 2 ครองราชย์ราวพุทธศตวรรษที่ 23 โดยผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าการปกครองทั้ง 2 พระองค์มีระยะเวลาห่างกันเพียง 3 ปี ดังนั้น จารึกปีสร้างที่ฐานพระพุทธศรีมีความเป็นไปได้มากกว่าประวัติกล่าวว่าพระนางเขียวค้อมสร้างพระพุทธศรี ซึ่งเป็นแนวทางวิเคราะห์รูปแบบศิลปกรรมและกำหนดอายุให้ชัดเจนขึ้น

เมื่อพิจารณารูปแบบพระพุทธรูปศรี วัดโพธิสมภรณ์ พบว่ามีลักษณะแตกต่างกับพระพุทธรูป



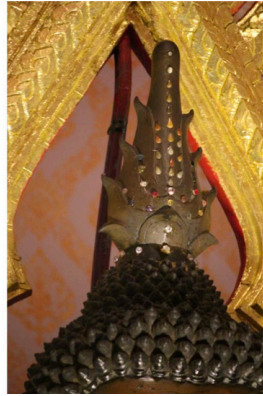
ศิลปะล้านช้างพุทธศตวรรษที่ 22 บางประการ กล่าวคือ ส่วนพระนลาฏของพระพุทธรูปไม่มีขอบไร พระศก พระหูเสียมเล็กน้อย พระโอษฐ์ทรงแย้มสรวลเล็กน้อย พระอุระแบนเห็นเม็ดพระถันเล็กทั้ง 2 ข้าง ซึ่งลักษณะโดยทั่วไปพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างพุทธศตวรรษที่ 22 นิยมทำขอบไรพระศก พระหูเสียมแหลม พระอุระแบนทำเม็ดพระถันซ้อนกันเป็นแผนกลมทั้ง 2 ข้าง ตัวอย่าง พระพุทธรูปปางมารวิชัยที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์หอพระแก้ว สปป.ลาว นอกจากนั้นพบว่าพระรัศมีของพระพุทธรูป วัดโพธิสมภรณ์ เป็นเปลวขนาดใหญ่ปลายเปลววัดขึ้นและพระรัศมีประดับอัญมณีเป็นเม็ดกลมเล็ก ๆ และเม็ดคล้ายงาคาดว่าเป็นเม็ดพลอยสีต่าง ๆ ประเด็นดังกล่าวยังไม่มีการศึกษาถึงข้อเท็จจริงและพบว่าการสร้างพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างระยะหลังนิยมทำพระรัศมีประดับอัญมณี (รูปที่ 13)

สำหรับการดำเนินการทำพระรัศมีประดับอัญมณีพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างปรากฏตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 21 สันนิษฐานว่าเป็นอิทธิพลสืบทอดมาจากศิลปะเชียงแสนและปรากฏพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างระยะหลังจำนวนหลายองค์ประดับอัญมณีพระรัศมีส่วนใหญ่ พบพระพุทธรูปที่เวียงจันทน์ และภาคอีสานตอนบนของไทย ตัวอย่าง พระพุทธรูปหลวงพ่ทองแสน วัดท่าครก อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย การประดับอัญมณี

พระรัศมีพระพุทธรูปหลวงพ่ทองแสนจะประดับพลอยตามรูปเปลวพระรัศมีเป็นเม็ดพลอยสีต่าง ๆ ดังนั้น การประดับอัญมณีพระรัศมีของพระพุทธรูป วัดโพธิสมภรณ์ คล้ายกับพระรัศมีพระพุทธรูปหลวงพ่ทองแสน วัดท่าครกเรือ จังหวัดหนองคายและอีกหลายองค์ที่เวียงจันทน์ สปป.ลาว อาจสันนิษฐานเป็นผู้มีเชื้อสายเวียงจันทน์รุ่นราวคราวเดียวกัน (สงวน รอดบุญ : 171) (รูปที่ 14)

อย่างไรก็ดีผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าการสร้างพระพุทธรูปศิลปะล้านช้างขนาดใหญ่พุทธศตวรรษที่ 22 – 23 ปรากฏน้อยมาก โดยเฉพาะพระพุทธรูปที่สร้างสมัยพระเจ้าไชยเชษฐาธิราชที่ 2 ปรากฏตัวอย่างพระพุทธรูปปางมารวิชัยที่มีขนาดใกล้เคียงกับพระพุทธรูป วัดโพธิสมภรณ์ คือ พระพุทธรูปปางมารวิชัย วัดไชยะพน นครเวียงจันทน์ สปป.ลาว แสดงลักษณะพระนลาฏมีขอบไรพระศก พระรัศมีเป็นเปลวขนาดใหญ่มีร่องรอยประดับอัญมณี ขอบพระโอษฐ์หนาเย็บแบบล้านช้าง พระถันทั้ง 2 ข้างเป็นเม็ดซ้อนกัน 2 ชั้น พระสังฆาฏิแผ่นใหญ่ปลายแยกยาวจรดพระนาภี นิ้วพระหัตถ์ทั้ง 4 ยาวเสมอกัน นั่งขัดสมาธิราบเหนือฐานหน้ากระดานเกลี้ยงปรากฏจารึกข้อความกล่าวถึง พระเจ้าไชยเชษฐาธิราชที่ 2 สร้างปีพ.ศ. 2257 (รูปที่ 14)

ซึ่งลักษณะแตกต่างกับพระพุทธรูปที่ทำเม็ดพระถันเล็กเป็นปุ่มทั้ง 2 ข้าง พระสังฆาฏิแผ่นแบนยาวจรดพระนาภี ประทับนั่งขัดสมาธิราบเหนือฐานกลีบบัวซ้อนกันและจารึกระบุเฉพาะปีสร้าง ไม่มีข้อความใดเลย (รูปที่ 15)



ภาพที่ 13: พระรัศมีประดับอัญมณีพระพุทธรัศมี วัดโพธิสมภรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
ที่มา : พงษ์ศักดิ์ อัครวัฒนากุล



พระรัศมีประดับอัญมณีพระพุทธรูป วัดท่าครกเรือ
จังหวัดหนองคาย



พระรัศมีประดับอัญมณีพระพุทธรูป วัดอินแปลง
เวียงจันทน์ สปป.ลาว

ภาพที่ 14: พระรัศมีประดับอัญมณีพระพุทธรูปศิลปะล้านช้าง
ที่มา : พงษ์ศักดิ์ อัครวัฒนากุล



ภาพที่ 15: พระพุทธรูปปางมารวิชัย วัดไชยะพูน เวียงจันทน์ สปป.ลาว
ที่มา : พงษ์ศักดิ์ อัครวัฒนากุล



ภาพที่ 16: พระพุทธรัศมี วัดโพธิสมภรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
ที่มา : พงษ์ศักดิ์ อัครวัฒนากุล

ในการกำหนดอายุพระพุทธรัศมี วัดโพธิสมภรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ที่ปรากฏจารึก
ระบุปีสร้างจึงเป็นหลักฐานที่มีความเป็นไปได้มากกว่าประวัติกล่าวถึงพระนางเขียวค้อมสร้าง
พระพุทธรัศมี โดยรูปแบบพระพุทธรัศมีแสดงให้เห็นลักษณะบางประการที่สืบทอดรูปแบบศิลปะล้านช้าง
เช่น พระรัศมี เป็นเปลวขนาดใหญ่ นิ้วพระหัตถ์ทั้ง 4 ยาวเสมอกันที่พบกลุ่มพระพุทธรูปศิลปะล้าน
ช้างพุทธศตวรรษที่ 22 และลักษณะบางส่วนแสดงให้เห็นลักษณะเฉพาะ คือ พระรัศมีประดับอัญมณี
พระพักตร์ป้อม พระหนุเหลี่ยมเล็กน้อย พระโอษฐ์บางและทรงแย้มพระสรวลเล็กน้อย ประทับนั่งเหนือ
ฐานกลีบบัวซ้อนกันที่ไม่ใช่ฐานบัวปลายงอน ซึ่งสันนิษฐานว่าการสร้าง พระพุทธรัศมีเป็นฝีมือช่าง
เวียงจันทน์ สังเกตได้จากพระรัศมีประดับอัญมณีเป็นเปลวขนาดใหญ่ พระสังฆาฏิเน้นลวดลาย
พระหัตถ์ใหญ่ ดังนั้น พระพุทธรัศมี วัดโพธิสมภรณ์ มีอายุช่วงกลางพุทธศตวรรษที่ 23 สอดคล้องกับ
จารึกที่ฐานระบุปีพ.ศ. 2246 อยู่ระหว่างรัชกาลพระเจ้าไชยเชษฐาธิราชที่ 2 ปกครองเวียงจันทน์

บทสรุป

“พระพุทธรัศมี” พระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัยเป็นพระประธานประดิษฐานภายในอุโบสถ
วัดโพธิสมภรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งประวัติกล่าวว่าได้อัญเชิญมาจากหนองคาย เป็น
พระพุทธรูปที่สร้างในสมัยล้านช้างที่กล่าวสืบทอดกันว่านางเขียวค้อมเป็นผู้สร้าง จากการวิเคราะห์
ประเด็นดังกล่าวพบว่าชื่อนางเขียวค้อมกลับไม่ปรากฏในเอกสารชั้นต้นแต่อย่างใดเลย แต่ชื่อนาง
เขียวค้อมกลับปรากฏในตำนานที่อ้างอิงกับประวัติศาสตร์ล้านช้างซึ่งเป็นประเด็นคลุมเครือ
หาข้อสรุปไม่ชัดเจน เนื่องจากจารึกที่ฐานพระพุทธรัศมีระบุปี จ.ศ. 1065 ตรงกับปี พ.ศ. 2246 เป็น
ช่วงรัชกาลพระเจ้าไชยเชษฐาธิราชที่ 2 ปกครองเวียงจันทน์ ดังนั้นรูปแบบศิลปกรรมพระพุทธรัศมี
แสดงลักษณะศิลปะล้านช้างสกุลช่างเวียงจันทน์ คือ พระรัศมีประดับอัญมณี ส่วนพระนลาฏของ
พระพุทธรัศมีไม่มีขอบโพระศก พระหนุเหลี่ยมเล็กน้อย พระโอษฐ์ทรงแย้มสรวลเล็กน้อย พระอุระแบน

เห็นเม็ดพระถันเล็กทั้ง 2 ข้าง ปลายนิ้วพระหัตถ์ทั้ง 4 เสมอกัน เมื่อประมวลผลวิเคราะห์รูปแบบศิลปกรรมพระพุทธรณ์ที่มีอาจเป็นไปได้ว่าพระพุทธรูปสร้างขึ้นกลางพุทธศตวรรษที่ 23 สอดคล้องกับจารึกที่ฐานพระพุทธรณ์มีตรงกับปี พ.ศ. 2246 ราวรัชกาลพระเจ้าไชยเชษฐาธิราชที่ 2 ปกครองเวียงจันทน์

อาจกล่าวได้ว่าพระพุทธรณ์มีศิลปะล้านช้างเป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัยขนาดใหญ่ที่พบเพียงองค์เดียว ซึ่งสมัยพระเจ้าไชยเชษฐาธิราชที่ 2 ไม่นิยมสร้างพระพุทธรูปขนาดใหญ่ สอดคล้องกับเหตุการณ์ประวัติศาสตร์อาณาจักรแบ่งเป็น 3 ฝ่าย อยู่ในช่วงศึกสงครามเวียงจันทน์ทำให้พระพุทธรูปจำนวนมากถูกทิ้งร้างและบางส่วนได้อันเชิญไว้ฝั่งไทย และสันนิษฐานว่าพระพุทธรณ์มีสร้างขึ้นเมื่อครั้งพื้นที่หนองคายอยู่เขตปกครองเวียงจันทน์ ด้วยพุทธลักษณะพระพุทธรณ์มีพระพุทธรูปปางมารวิชัยสำริดมีความงดงามจึงเป็นผลเหตุที่ได้เชิญมาประดิษฐานที่อุโบสถวัดโพธิสมภรณ์ แสดงถึงคุณค่าศิลปกรรมศิลปะล้านช้างที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์สืบไป

บทนำ

กรมการศาสนา. (2535). ประวัติวัดทั่วราชอาณาจักร เล่ม 10. กรมการศาสนา.

จังหวัดอุดรธานี. (2565). สมุดภาพจังหวัดอุดรธานี. บริษัทพิมพ์ จำกัด.

ธวัช ปุณโณทก. (2530). ศิลปจารึกอีสานสมัยไทย-ลาว : ศึกษาทางด้านอักษรวิทยาและ

ประวัติศาสตร์อีสาน (พิมพ์ครั้งที่ 3). คุณพินอักษรกิจ.

บุญช่วย ศรีสวัสดิ์. (2547). ราชอาณาจักรลาว. โรงพิมพ์ธรรมสาร.

ศักดิ์ชัย สายสิงห์. (2555). เจดีย์ พระพุทธรูป ฐานแท่น ลีปะลาวและอีสาน. อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.

สงวน รอดบุญ. (2545). พุทธศิลปะลาว. บริษัทโรงพิมพ์เดียนตุลา จำกัด.

สุรศักดิ์ ศรีสำอาง. (2545). ลำดับกษัตริย์ลาว. บริษัทโจเซฟ ปรีนติ้ง จำกัด.

เสรี อุ๋นยวง. (2543). อุดรธานี. บริษัท เอส พี เอฟพริ้นติ้ง กรุป จำกัด.

ศูนย์ข้อมูลกลางทางวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2554). พระพุทธรณ์มี. <http://m-culture.in.th/album/68747/พระพุทธรณ์มี>



การสำรวจวัฒนธรรมนักษัตรสู่แนวทางการออกแบบเครื่องเคลือบร่วมสมัยจิ่งเต๋อเจิ้น

An Investigation of Zodiac Culture towards Contemporary Design Approaches for Jingdezhen Ceramics

Zhuoxuan Wang¹

ภาษา เรืองชีวิน¹

ภรดี พันธุมกร¹

Received 28 March 2024
Revised 7 September 2024
Accepted 8 September 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบททางวัฒนธรรมและสัญลักษณ์ของนักษัตรในเครื่องเคลือบดินเผาจิ่งเต๋อเจิ้น 2) ศึกษาการจัดการและพัฒนาแบรนด์ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เครื่องเคลือบนักษัตร และ 3) นำเสนอแนวทางการออกแบบเครื่องเคลือบนักษัตรจิ่งเต๋อเจิ้นร่วมสมัย การดำเนินการวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการศึกษาเอกสาร การสำรวจภาคสนาม และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมนักษัตรจีนในเมืองจิ่งเต๋อเจิ้นมีประวัติศาสตร์ยาวนานและเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญ ในด้านการจัดการแบรนด์ ผลการวิเคราะห์ SWOT และส่วนประสมการตลาด (7Ps) นำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ “ยี่เหนียน (Yi Nian)” ที่เน้นการผสมผสานศิลปะดั้งเดิมเข้ากับไลฟ์สไตล์สมัยใหม่ สำหรับแนวทางการออกแบบ พบว่าการใช้รูปทรงเรขาคณิตและการลดทอนรายละเอียด (Simplification) เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันมากที่สุด ผลการประเมินประสิทธิภาพของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด การอภิปรายผลชี้ให้เห็นว่าการสำรวจคุณค่าทางวัฒนธรรมสู่การออกแบบเชิงนวัตกรรมเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมนักษัตร, เครื่องเคลือบนักษัตรจิ่งเต๋อเจิ้น, การออกแบบร่วมสมัย, การจัดการแบรนด์

¹ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา



Abstract

This research aims to: 1) study the cultural context and symbolism of the zodiac in Jingdezhen porcelain; 2) investigate the management and development of brands for creative zodiac porcelain products; and 3) propose contemporary design approaches for Jingdezhen zodiac porcelain. The study employs a mixed-methods research approach. The qualitative component involves documentary research, field investigations, and in-depth interviews with 5 experts. The quantitative component utilizes questionnaires collected from a sample of 400 consumers.

The findings reveal that Chinese zodiac culture in Jingdezhen has a long history and serves as a significant cultural capital. Regarding brand management, SWOT analysis and the 7Ps marketing mix led to the creation of the “Yi Nian” brand identity, which focuses on integrating traditional art with modern lifestyles. As for design approaches, the use of geometric shapes and simplification is the most preferred by contemporary consumers. The efficiency evaluation of the developed product designs shows a high level of appropriateness. The discussion highlights that transforming cultural values into innovative designs is a key mechanism for enhancing competitiveness and sustainably preserving cultural heritage.

Keywords: Zodiac Culture, Jingdezhen Zodiac Ceramics, Contemporary Design, Brand Management

บทนำ

วัฒนธรรมนักษัตร (Zodiac Culture) หรือที่รู้จักกันในนาม “ปีเกิด” เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ที่มีความสำคัญและหยั่งรากลึกในวิถีชีวิตของชาวจีนมาอย่างยาวนาน โดยมีต้นกำเนิดจากระบบการนับเวลาที่เรียกว่า “กิ่งก้านแห่งโลกทั้งสิบสอง” (Twelve Earthly Branches) ซึ่งเชื่อมโยงสัตว์สิบสองชนิดเข้ากับสัญลักษณ์ประจำปี วัฒนธรรมดังกล่าวไม่ได้เป็นเพียงเครื่องหมายบอกเวลา แต่ยังสะท้อนถึงปรัชญาความเชื่อเรื่องความเป็นสิริมงคล โชคลาภ และสัญลักษณ์ทางจิตวิญญาณที่อยู่คู่กับชาวจีนซึ่งถือเป็น “ลูกหลานของเยียนและหวง” มาโดยตลอด ดังที่ หวัง จุน (Wang Jun, 2017) ได้ระบุว่านักษัตรคือสัญลักษณ์แห่งชีวิตที่มอบความหมายอันเป็นมงคลและเป็นดังไข่มุกที่เปล่งประกายในคลังสมบัติวัฒนธรรมจีน



ภาพที่ 1 : ศิลปสองนักซ์ตร
ที่มา: Han Meilin

ในบริบทของศิลปะจีน วัฒนธรรมนักซ์ตรได้กลายเป็นแรงบันดาลใจสำคัญในการสร้างสรรค์งานประณีตศิลป์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน “เมืองจิ้งเต๋อเจิ้น” (Jingdezhen) ซึ่งได้รับการขนานนามว่าเป็นเมืองหลวงแห่งเครื่องเคลือบดินเผาของโลก ด้วยประวัติศาสตร์การผลิตที่ยาวนานกว่าพันปีและความพร้อมของดินขาว (Kaolin) ทำให้เครื่องเคลือบนักซ์ตรจากจิ้งเต๋อเจิ้นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งในด้านเทคนิคการเขียนลายใต้เคลือบ (Underglaze) และการแกะสลักที่มีความประณีตสูง อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตสมัยใหม่ ผลิตรภัณฑ์เครื่องเคลือบนักซ์ตรดั้งเดิมกำลังเผชิญกับความท้าทายสำคัญ เนื่องจากรูปแบบศิลปะดั้งเดิมบางประการอาจไม่ตอบโจทย์รสนิยมและความต้องการของผู้บริโภครุ่นใหม่ ซึ่งหันมาให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ที่มีความเรียบง่าย ทันสมัย และมีฟังก์ชันการใช้งานที่สอดคล้องกับชีวิตประจำวันมากขึ้น

ปัญหาสำคัญที่พบคือ แม้วัฒนธรรมนักซ์ตรจะมีความแข็งแกร่งในเชิงสัญลักษณ์ แต่การนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบร่วมสมัย (Contemporary Design) ยังคงมีจำกัด ผลิตรภัณฑ์ส่วนใหญ่มักเน้นการลอกเลียนแบบรูปแบบดั้งเดิม ทำให้ขาดความสดใหม่และการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) ที่ชัดเจน ส่งผลให้ขีดความสามารถในการแข่งขันลดลง ดังนั้น การศึกษาเพื่อหาแนวทางการออกแบบใหม่ๆ ที่สามารถบูรณาการ “คุณค่าดั้งเดิม” เข้ากับ “รสนิยมสมัยใหม่” จึงเป็นเรื่องเร่งด่วน

งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งเน้นไปที่การสำรวจบริบททางวัฒนธรรมนักซ์ตรในเมืองจิ้งเต๋อเจิ้น เพื่อนำข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามและการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคมาพัฒนาเป็นแนวทางการออกแบบเครื่องเคลือบร่วมสมัย โดยให้ความสำคัญกับการจัดการแบรนด์ภายใต้ชื่อ



“ยี่เหนียน (Yi Nian)” เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผลิตภัณฑ์ การวิจัยนี้ไม่เพียงแต่เป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่ยังเป็นแนวทางปฏิบัติในการสืบทอดและ ส่งเสริมแก่นแท้ของวัฒนธรรมและจิตวิญญาณของชาติให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนในสังคมร่วมสมัยสืบไป

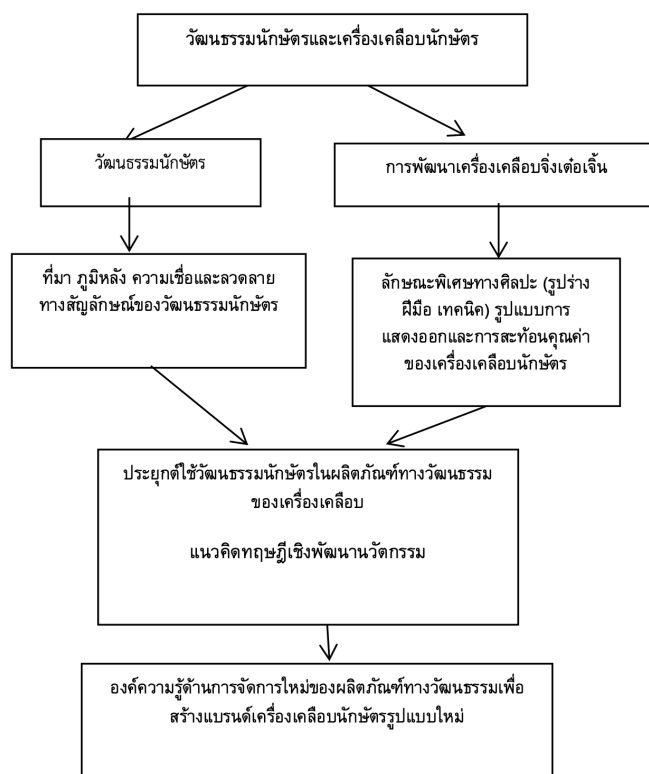
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาที่มา ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ นัยยะเชิงสัญลักษณ์ และคติความเชื่อของ วัฒนธรรมนักษัตรจีน
2. เพื่อสำรวจและวิเคราะห์รูปแบบสุนทรียศาสตร์ เทคนิคการผลิต และสถานการณ์ปัจจุบัน ของการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักษัตรในเมืองจื๋อเต๋อเงิน
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการออกแบบและการจัดการแบรนด์ผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักษัตร ร่วมสมัยด้วยแนวคิดนวัตกรรมสร้างสรรค์

กรอบแนวคิด

ในการศึกษาเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้วางกรอบแนวคิดเพื่อเชื่อมโยงการสำรวจทุนทางวัฒนธรรมไป สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการแบรนด์อย่างเป็นระบบ โดยบูรณาการแนวคิดสำคัญ 3 ส่วน ดังนี้

- 1) การสำรวจและวิเคราะห์ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital): ศึกษาที่มา นัยยะเชิงสัญลักษณ์ และมรดกภูมิปัญญาที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ของวัฒนธรรมนักษัตรจีนใน บริบทของเครื่องเคลือบจื๋อเต๋อเงิน เพื่อทำความเข้าใจ “คุณค่าดั้งเดิม” ที่เป็นรากฐานของงาน ศิลปกรรม
- 2) ลักษณะพิเศษทางศิลปะและรูปแบบการแสดงออกของวัฒนธรรมนักษัตรในศิลปะ เครื่องเคลือบจื๋อเต๋อเงิน
- 3) กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative Design Process): การประยุกต์ ใช้ทฤษฎีการออกแบบร่วมสมัย โดยเน้นการลดทอนรูปทรง (Simplification) และการสื่อสารความหมาย เชิงสัญลักษณ์ใหม่ เพื่อสร้างสรรค์แบรนด์ผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักษัตรที่มีประสิทธิภาพและเป็น ที่ยอมรับของผู้บริโภค



ภาพที่ 2 : กรอบแนวคิด

ที่มา: ผู้วิจัย (2567)

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. **วิธีการวิจัยเอกสาร** ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมนักร้องและประเภทของเครื่องเคลือบจากเอกสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ หนังสือ และฐานข้อมูลออนไลน์ เพื่อสร้างพื้นฐานทางแนวคิดและกรอบทฤษฎีสำหรับการประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์

2. **วิธีการสำรวจภาคสนาม** ผู้วิจัยลงพื้นที่สำรวจ ณ พิพิธภัณฑ์ องค์กร และโรงงานที่เกี่ยวข้องในเมืองจื๋อเงิน เพื่อศึกษาศิลปะเครื่องเคลือบนักร้องในสถานที่จริง วิเคราะห์สถานการณ์การตลาด และแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน โดยใช้การสังเกตและการรวบรวมกรณีศึกษาจริงเพื่อสรุปเส้นทางการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางศิลปะ

3. **วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก** แล้วสำรวจเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบ และผู้แทนจากองค์กรที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการใช้



แบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงของเครื่องเคลือบ
นักร้อง ตลอดจนแนวโน้มตลาดของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ 3 ด้าน
ได้แก่ 1) ด้านวิชาการ: ศาสตราจารย์เฉา ชุนเซิง (Cao Chunsheng) อาจารย์ที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเครื่องเคลือบจื๋อเต๋อเงิน 2) ด้านการผลิต: จาง จิงฮุย (Zhang Jinghui) ประธานสมาคม
ประติมากรรมจื๋อเต๋อเงิน ผู้มีความเชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์และผลิตผลิตภัณฑ์นักร้อง 3) ด้าน
การออกแบบและการจัดการ: อวี่ จื่อเซา (Yu Zhichao) ผู้ก่อตั้งและนักออกแบบแบรนด์ชือตูหลี่อู่
(Chidu Liwu) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์ ณ สถานประกอบการจริงเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์
และแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักร้องในเมืองจื๋อเต๋อเงินให้ครอบคลุมทั้งมิติ
วิชาการ การผลิต และการออกแบบ

นอกจากนี้ ในด้านการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคและการตลาด ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถาม
เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในย่านถนนวัฒนธรรมสร้างสรรค์เถาซีชว่น (Taoxi-
chuan) และมหาวิทยาลัยเครื่องเคลือบจื๋อเต๋อเงิน โดยดำเนินการผ่านการแจกแบบสอบถามใน
พื้นที่ร่วมกับการสำรวจทางออนไลน์ เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงสถิติเกี่ยวกับความต้องการของตลาด
และแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักร้องให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

4. วิธีการวิจัยแบบสหวิทยาการ เป็นการบูรณาการองค์ความรู้และทฤษฎีจากหลากหลาย
สาขาวิชา ได้แก่ ด้านประวัติศาสตร์ศิลปะ สังคมศาสตร์ การบริหารจัดการ และการตลาด มาผสม
ผสานในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเสนอรูปแบบการจัดการแบรนด์และนวัตกรรมการออกแบบเครื่อง
เคลือบนักร้องร่วมสมัยที่เหมาะสมที่สุด

กรอบแนวคิด

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็น
กรอบแนวคิดและบรรทัดฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็นประเด็นหลัก ดังนี้:

1. วัฒนธรรมนักร้องในฐานะมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ผู้วิจัย
ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าและนัยยะทางสัญลักษณ์ของนักร้องจีน ซึ่งถือเป็นมรดก
ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ที่ฝังรากลึกในสังคมฮวาเซี่ย
โดยการศึกษาวรรณกรรมของ หวัง จุน (Wang Jun, 2017) พบว่าวัฒนธรรมนักร้องเป็นสัญลักษณ์
แห่งชีวิตที่สะท้อนผ่านศิลปะหลายแขนง โดยเฉพาะในเครื่องเคลือบจื๋อเต๋อเงิน ซึ่งการทบทวนส่วนนี้
ช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจถึง “แก่นแท้” ของลวดลายที่จะนำมาใช้ในการออกแบบร่วมสมัยโดยไม่สูญเสีย
คุณค่าดั้งเดิม

2. แนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและการจัดการแบรนด์ จากการศึกษา
แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พบว่าเป็นการบูรณาการระหว่างทุนทางวัฒนธรรมและ

นวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ในมิติของการสร้างแบรนด์ เฉียว ชุนหยาง (Qiao Chun Yang, 2005) ระบุว่าแบรนด์ไม่ใช่เพียงเครื่องหมายการค้าแต่เป็นการผสมผสานระหว่างสัญลักษณ์ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เพื่อสร้างความประทับใจในใจผู้บริโภค การทบทวนวรรณกรรมส่วนนี้ชี้ให้เห็นว่าการ พัฒนาแบรนด์ “ยี่เหนียน” (Yi Nian) จำเป็นต้องใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมนักซ์ตรมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ ที่แตกต่าง

3. ทฤษฎีการจัดการผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและกลยุทธ์การตลาด การจัดการผลิตภัณฑ์ ทางวัฒนธรรมมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปเนื่องจากต้องตอบสนองความต้องการทาง จิตวิญญาณ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) และการวิเคราะห์สภาพ แวดล้อม (SWOT Analysis) เพื่อเป็นเครื่องมือในการระบุความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในย่าน วัฒนธรรมเถาซีชวน โดยมุ่งเน้นที่การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์และผู้บริโภคผ่านเทคโนโลยี สมัยใหม่และช่องทางออนไลน์

4. แนวคิดด้านสุนทรียศาสตร์และนวัตกรรมการออกแบบร่วมสมัย ผู้วิจัยได้ศึกษา หลักสุนทรียศาสตร์และการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ เพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาต้นแบบ เครื่องเคลือบนักซ์ตร โดยมุ่งเน้นการใช้อุปกรณ์ประกอบศิลปร่วมสมัยและการลดทอนรูปทรง (Simplification) เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดระดับสากล และทำให้วัฒนธรรมดั้งเดิมสามารถดำรงอยู่ ได้ในวิถีชีวิตปัจจุบัน

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง การสำรวจวัฒนธรรมนักซ์ตรสู่แนวทางการออกแบบเครื่องเคลือบร่วม สมัยจึงต่อเจ็น ผู้วิจัยสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ภูมิหลังทางวัฒนธรรมและนัยยะเชิงสัญลักษณ์ของนักซ์ตรจีน

เดิมนักซ์ตรจีนเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเวลาซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด กับการนับปี เดือน และวัน ตามจารีตประเพณีโบราณของจีน โดยมีการจัดแบ่งระบบการนับออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ 1) กิ่งก้านสวรรค์ทั้งสิบ (Ten Heavenly Stems) ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่บรรพบุรุษ ชาวจีนใช้บันทึกการเปลี่ยนแปลงรอบปี 2) กิ่งก้านโลกทั้งสิบสอง (Twelve Earthly Branches) หรือ ระบบที่ใช้เรียกแทน 12 ชั่วโมงในหนึ่งวัน โดย 1 ชั่วโมงเทียบเท่ากับ 2 ชั่วโมงในปัจจุบัน ซึ่งในแต่ละ ชั่วโมงจะมีการกำหนดสัตว์ที่เป็นตัวแทนในการเคลื่อนไหวแตกต่างกันไป นำไปสู่การรวมตัวกัน ระหว่างนักซ์ตรและกิ่งก้านโลกทั้งสิบสองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และ 3) กิ่งก้านเจี่ยจือทั้งหกสิบ (Sixty Jiazi) อันเป็นวิธีการนับปีแบบโบราณที่เกิดจากการจับคู่ระหว่างกิ่งก้านสวรรค์และกิ่งก้านโลก จนเกิดเป็นวัฏจักรที่ครบรอบในทุก 60 ปี ระบบการนับเวลาเหล่านี้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายใน การบันทึกเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์และปรากฏเป็นหลักฐานในบันทึกลายลักษณ์อักษรของ มนุษยชาติมาอย่างยาวนาน โดยสัญลักษณ์รูปสัตว์ทั้ง 12 ชนิด ได้แก่ หนู วัว เสือ กระต่าย มังกร งู



ม้า แพะ ลิง ไก่ สุนัข และหมู ถูกเรียกรวมว่า “นักขัตตรจีน” ซึ่งจะสลับหมุนเวียนคู่ไปกับระบบกึ่งก้านเจี๋ยจื๋อต่อเนื่องกันไปในทุกปี

วัฒนธรรมนักขัตตรจีนยังรากลึกและเติบโตจากวิถีชีวิตพื้นบ้านจนกลายเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมที่ไร้พรมแดนด้านชนชั้นและอาชีพ โดยชาวจีนทุกคนต่างมีนักขัตตรประจำตัวที่เป็นสัญลักษณ์เฉพาะบุคคลไปตลอดชีวิต สัญลักษณ์เหล่านี้ถูกสร้างสรรค์ขึ้นจากสัตว์ในสภาพแวดล้อมที่คุ้นเคยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการบันทึกปีเกิดและคำนวณอายุ ขณะเดียวกันยังปรากฏอย่างแพร่หลายในปฏิทินจันทรคติเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติในวิถีเกษตรกรรม ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดระหว่างความเชื่อและการนำไปใช้งานจริงในชีวิตประจำวัน ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรมนักขัตตรยังคงความแข็งแกร่งและขยายขอบเขตเจียมนัยยะอย่างต่อเนื่อง ในฐานะที่เป็นทั้งสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เคารพบูชาและสื่อกลางในการสะท้อนชะตากรรมของมนุษย์ นำไปสู่การเป็นหัวข้อหลักในการตกแต่งและการแสดงออกทางอารมณ์ที่ได้รับความนิยมอย่างไม่เสื่อมคลาย นอกจากนี้ วัฒนธรรมนักขัตตรยังเปรียบเสมือนภาพสะท้อนทางจิตวิญญาณที่แฝงด้วยความหมายอันเป็นมงคลตามลักษณะของสัตว์ทั้ง 12 ชนิด ซึ่งบูรณาการเข้ากับมิติด้านวัตถุและจิตใจอย่างเข้มข้น มรดกทางวัฒนธรรมนี้ไม่เพียงแต่ฉายภาพวัฒนธรรมพื้นบ้านของจีนผ่านประวัติศาสตร์นับพันปี แต่ยังแผ่ขยายอิทธิพลไปทั่วโลกในฐานะเอกสารเชิงประวัติศาสตร์อันล้ำค่า จิตวิญญาณของนักขัตตรจีนจึงเป็นแรงบันดาลใจสำคัญที่ช่วยให้ผู้คนเผชิญกับชีวิตด้วยทัศนคติเชิงบวก ความพากเพียร และความกล้าหาญสืบไป

2. เทคนิคและลักษณะพิเศษทางศิลปะของเครื่องเคลือบนักขัตตรจื๋อเต๋อเงิน

การสร้างสรรค์เครื่องเคลือบนักขัตตรต้องอาศัยความเข้าใจเชิงลึกและความเชี่ยวชาญในด้านวัสดุศาสตร์ โดยเฉพาะ “ดินเหนียว” ซึ่งเป็นวัสดุหลักในการขึ้นรูปประติมากรรม ผู้วิจัยพบว่าคุณสมบัติและเนื้อสัมผัสของดินแต่ละประเภทส่งผลต่อสุนทรียภาพของผลงานอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ กระบวนการให้ความร้อนในเตาเผายังเป็นปัจจัยวิกฤตที่ต้องควบคุมอย่างแม่นยำ เนื่องจากการเผาด้วยอุณหภูมิสูงอาจส่งผลให้รูปทรงสัตว์เกิดการบิดเบี้ยวหรือเสียรูปได้ ดังนั้นในการผลิตเครื่องเคลือบนักขัตตรจึงต้องให้ความสำคัญกับองค์ประกอบหลัก 2 ประการ ดังนี้

1) ดินขาว (Kaolin) ซึ่งแบ่งออกเป็นดินขาวคุณภาพสูงและคุณภาพปานกลาง มีคุณสมบัติเด่นคือมีความแข็งแกร่งกว่าดินเหนียวทั่วไปแต่มีเนื้อสัมผัสที่ละเอียดและนุ่มนวลกว่า ช่วยให้ศิลปินสามารถเก็บรายละเอียดของรูปทรงสัตว์ได้อย่างประณีต ผลงานที่สร้างสรรค์จากดินขาวจะมีลักษณะขาวบริสุทธิ์ สว่างาม และสดใสดังที่ จู กุ้ยหง (Zhu Guihong, 2004) ระบุว่าในงานประติมากรรมนักขัตตรบางประเภทจะเลือกใช้เคลือบใสหรือเคลือบกึ่งโปร่งใสลงบนพื้นผิวสีขาวเพื่อเพิ่มความแวววาวและขับเน้นความสวยงามของวัสดุให้โดดเด่นยิ่งขึ้น



ภาพที่ 3: ตัวอย่างผลงานชุด “สายฟ้า” จากการใช้วัสดุดินขาว
ที่มา: Chen Linsen

2) ดินโคลน ส่วนมากประกอบขึ้นจากดินเหนียว ทราย ปูนขาวและวัสดุอื่น ๆ ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปมักต้องเผาผลิตภายใต้อุณหภูมิสูง หลังจากการเผาผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปมีพื้นผิวหยาบกร้าน และพื้นผิวมีความขรุขระเล็กน้อย สีของผลิตภัณฑ์ดินขาวค่อนข้างเป็นธรรมชาติ มีความใกล้เคียงกับสีของดินเหนียวมากขึ้น ระดับความแข็งของดินขาวไม่สูงเท่าดินพอร์ซเลน อุณหภูมิในการเผาต่ำกว่าเครื่องเคลือบ โดยทั่วไปแล้วประมาณ 1,000 องศา ขณะที่ดินพอร์ซเลน โดยทั่วไปจะเผาในอุณหภูมิที่สูงกว่า 1,200 องศา ทำให้มีพื้นผิวที่หยาบกร้าน มีความเรียบง่าย มีท่วงท่าของความโบราณ และแข็งแรง



ภาพที่ 4: ตัวอย่างผลงานชุด “กระต่าย” จากการใช้วัสดุดินโคลน
ที่มา: Gao Jiandong

3) ดินเหนียวทนไฟ (Sagger) เป็นวัสดุที่ทนต่ออุณหภูมิสูงและมีความหนา โดยทั่วไปแล้วจะใช้ดินเหนียวทนไฟเพื่อปกป้องเครื่องเคลือบที่ถูกเผา หรือเป็นอิฐทนไฟและแผ่นทนไฟ



ภาพที่ 5: ตัวอย่างผลงานชุด “จ้องมอง” จากการใช้วัสดุดินเหนียวทนไฟ
ที่มา: Zhou Guazhen

สำหรับรูปแบบการตกแต่งของเครื่องเคลือบนักขัตฤกษ์ เครื่องเคลือบนักขัตฤกษ์มักสร้างขึ้นจากดินเหนียว ดินพอร์ซเลน และวัสดุอื่น ๆ โดยมีนักขัตฤกษ์ทั้งสิบสองเป็นหัวข้อ การแกะสลักภาพสัตว์ที่แตกต่างกันแสดงให้เห็นถึงลักษณะเด่นและรูปแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมของประเทศไทยที่มีการตกแต่งที่แตกต่างดังนี้

1) การตกแต่งด้วยการเคลือบสีเดียว การตกแต่งประเภทนี้เป็นรูปแบบที่พบเห็นได้ทั่วไป ยกตัวอย่าง เช่น การเคลือบสีแดงแสดงถึงบรรยากาศที่เป็นมงคล งานรื่นเริงและความดีความชอบ การเคลือบสีน้ำเงินแสดงถึงความเยียบสงบ นุ่มนวลและสง่างาม สีเคลือบเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยส่งเสริมรูปทรงของประติมากรรมเท่านั้น แต่ยังทำให้ผลงานมีเสน่ห์และการแสดงออกทางอารมณ์ที่พิเศษอีกด้วย (Zhang Yalin, 2016)



ภาพที่ 6: ตัวอย่างผลงานการเคลือบสีเขียวสีเดียว

2) การตกแต่งด้วยการเคลือบแบบผสม นอกจากนี้ยังมีการเคลือบดอกไม้หลากสี ซึ่งเป็นพื้นผิวเคลือบดอกไม้ที่มีการตกแต่งลวดลายสีต่าง ๆ นั่นคือการแทรกซึมและหลอมรวมของการเคลือบพื้นและการเคลือบพื้นผิว เพื่อผสมผสานให้เข้ากับคริสตัลสีต่าง ๆ ลายดอกไม้ การตกแต่งลวดลายบนพื้นผิว (Zhang Yalin, 2016)



ภาพที่ 7: ตัวอย่างผลงานชุด “เสียงคำรามของเสือและเสียงร้องของมังกร”

ตกแต่งด้วยการเคลือบแบบผสม

ที่มา: Rao Xiaoqing

3) การวาดภาพสีบนเคลือบ (Overglaze) สีเคลือบแบบบนเคลือบ เกิดจากการเผาตัวแบบ ที่อุณหภูมิ 1,300 องศาเซลเซียส เพื่อวาดภาพสีลงบนเครื่องเคลือบสีขาว เครื่องเคลือบเคลือบสีเดียว หรือเครื่องเคลือบสี จากนั้นนำไปเผาในเตาเผาที่อุณหภูมิ 700 ถึง 900 องศา ซึ่งมักจะรวมถึงการวาดภาพสีบนเครื่องเคลือบ เครื่องเคลือบสำหรับการตกแต่ง เครื่องเคลือบลายครามเพิ่มสี เครื่องเคลือบเฟินฉ่าย เครื่องเคลือบฟางฉ่าย และอื่น ๆ ผลลัพธ์การตกแต่งของเครื่องเคลือบเฟินฉ่าย ดังที่แสดงในผลงานภาพที่ 7 ประติมากรรมเครื่องเคลือบนักซ์ตรของการวาดภาพสีแบบบนเคลือบในประเทศจีน ผสมผสานอย่างลงตัวกับการตกแต่งและรูปทรง ซึ่งแสดงออกถึงลักษณะพิเศษของนักซ์ตรต่าง ๆ ของประเทศจีน การเพิ่มสีสันด้วยมือเช่นนี้ยังเป็นเอกลักษณ์ที่ทำให้เครื่องเคลือบจิ่งเต๋อเจินแตกต่างจากเครื่องเคลือบที่ผลิตจากสถานที่อื่น (Zhang Yalin, 2016)



ภาพที่ 8: ตัวอย่างผลงานชุด “หนิวซีซ่งเทียน” ตกแต่งด้วยการวาดภาพสีบนเคลือบ

ที่มา: Guo Chao

4) การวาดภาพสีใต้เคลือบ (Underglaze) การวาดภาพสีแบบใต้เคลือบเป็นวิธีการตกแต่งเครื่องเคลือบอีกวิธีหนึ่ง เป็นการวาดลวดลายต่าง ๆ บนตัวแบบดิบ (ตัวแบบที่ยังไม่ได้เผาเป็นเครื่องเคลือบ) ด้วยเม็ดสี รูปแบบหลักของการวาดภาพสีแบบใต้เคลือบของจิ่งเต๋อเจินมีลายครามเป็นหลัก จากนั้น

เคลือบด้วยสีขาวใส และนำเข้าเตาเผาครั้งที่หนึ่งที่อุณหภูมิ 1,300 องศา ทำให้พื้นผิวของเครื่องเคลือบมีความสดใส นุ่มนวลและเรียบเนียน โดยรวมมีความสดใสและง่ายต่อการเก็บรักษา และสีจะคงอยู่อย่างยาวนาน (Zhang Yalin, 2016)



ภาพที่ 9: ตัวอย่างผลงานชุด “หมูลายคราม” ตกแต่งด้วยการวาดภาพสีใต้เคลือบ
ที่มา: Guo Chao

5) การติดรูปลอก (Decal) งานหัตถกรรมการติดรูปลอกเป็นงานหัตถกรรมการตกแต่งเครื่องเคลือบแบบดั้งเดิม และยังเป็นหนึ่งในงานหัตถกรรมที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในเครื่องเคลือบจื๋อเต๋อเงิน ซึ่งสามารถทำได้ทั้งแบบบนเคลือบและแบบใต้เคลือบ ผ่านการติดรูปลอกบนพื้นผิวของเครื่องเคลือบ จากนั้นนำไปเผาที่อุณหภูมิประมาณ 800 องศา ทำให้ลวดลายและเครื่องเคลือบผสานเป็นหนึ่งเดียว (Zhang Yalin, 2016)



ภาพที่ 10: ตัวอย่างการติดรูปลอกบนงานกระเบื้องเคลือบปีลิง

6) การแกะสลัก การตกแต่งด้วยการแกะสลักจื๋อเต๋อเงินเป็นหนึ่งในเทคนิคเครื่องเคลือบแบบดั้งเดิม เป็นกระบวนการผสมผสานระหว่างโคลนกับเครื่องเคลือบ โดยการใช้มีดแกะสลักเพื่อแกะสลักลวดลายต่าง ๆ ลงบนพื้นผิวโคลนที่แห้ง จากนั้นปกคลุมด้วยโคลนบนพื้นผิวของเครื่องเคลือบ จากนั้นดำเนินการเคลือบและเผาผลิต งานหัตถกรรมประเภทนี้ต้องใช้ช่างฝีมือและเทคนิคที่ชำนาญ จึงแกะสลักลวดลายได้อย่างถูกต้องและประณีต เทคนิคการแกะสลักลวดลายต่าง ๆ บนเครื่องเคลือบผ่านการเคลือบหลายชั้น การเผาผลิต และกระบวนการที่ซับซ้อนอื่น ๆ ทำให้ลวดลายบนพื้นผิวของเครื่องเคลือบมีความชัดเจน มีมิติ และละเอียด ซึ่งมีคุณค่าทางศิลปะสูง (Zhu Guihong, 2004)



ภาพที่ 11: ตัวอย่างการแกะสลักแก้วน้ำชากระต่ายหยก
ที่มา: ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย

3. การกำหนดตำแหน่งแบรนด์และขอบเขตในการออกแบบ

การกำหนดตำแหน่งแบรนด์เป็นกระบวนการกำหนดตำแหน่งของแบรนด์ในตลาดและกลุ่มเป้าหมาย โดยต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น จุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ พันธกิจ และวิสัยทัศน์ของแบรนด์ ตลาดเป้าหมายของแบรนด์ และคู่แข่ง การวางตำแหน่งแบรนด์ต้องชี้แจงข้อความที่แบรนด์ต้องการสื่อและสโลแกนวางตำแหน่งของแบรนด์เพื่อให้แน่ใจว่าแบรนด์มีเอกลักษณ์และมีตัวตนในตลาด (Qiao Chunyang, 2005) การวางแผนแบรนด์จำเป็นต้องชี้แจงเป้าหมายทั้งในระยะยาวและระยะสั้นของแบรนด์และต้องผ่านกระบวนการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) การสำรวจตลาด ประกอบด้วยการวิเคราะห์คู่แข่ง การวิเคราะห์โอกาสในตลาด พบว่าในปัจจุบันยังไม่มีบริษัทหรือแบรนด์ที่ใช้วัฒนธรรมนักชัตรีเป็นที่มาการออกแบบหลักอย่างสมบูรณ์ แม้จะมีผู้ผลิตเครื่องเคลือบหลายแห่งในจังหวัดฉะเชิงเทราจำนวนมากก็ตาม ขณะที่ผู้คนมากขึ้นเริ่มให้ความสนใจกับมรดกทางวัฒนธรรมของผู้บริโภค

2) การสำรวจความต้องการของผู้บริโภคและเลือกตลาดเป้าหมาย พบว่ากลุ่มเป้าหมายมากกว่า 70% อยู่ในช่วงอายุ 30-50 ปี มีความสนใจและชื่นชอบวัฒนธรรมดั้งเดิม โดยเฉพาะวัฒนธรรมนักชัตรีที่กำลังขึ้น และแสวงหาคุณภาพชีวิตที่ดี ทั้งยังมีความรู้ด้านวัฒนธรรมมีรสนิยมที่ให้ความสำคัญกับการออกแบบผลิตภัณฑ์และความคิดสร้างสรรค์ โดยจะซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักชัตรีที่มีคุณภาพสูง กลุ่มเป้าหมายเหล่านี้มาจากเมืองระดับ 1 ของจีน หรือพื้นที่ที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจ มีระดับรายได้อยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 หยวนต่อเดือน

3) การกำหนดตำแหน่งของแบรนด์ โดยใช้ชื่อแบรนด์ว่า “亦年” (ยี่เหนียน) ซึ่งคำว่า“亦” (ยี่) และ “—” (อี่) ออกเสียงคล้ายคลึงกัน และยังสามารถแปลว่า “反复” (ฟานฟู - ซ้ำ) ซึ่งหมายถึง “ปีแล้วปีเล่า” ให้ความหมายของวงจรที่หมุนกลับมาใหม่ มีความหมายใกล้เคียงกับวัฒนธรรมนักชัตรีวางตำแหน่งแบรนด์ให้ผสมผสานระหว่างความดั้งเดิมและความทันสมัย เพิ่มองค์ประกอบสมัยใหม่ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เช่น เส้นที่เรียบง่าย รูปทรงที่ลื่นไหล กำหนดให้เป็นทั้งงานศิลปะและผลิตภัณฑ์ที่ใช้จริง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ โดยอาจซื้อเป็นของขวัญและของสะสมได้



4) การกำหนดตลาดเป้าหมายหลักและเป้าหมายรอง เป้าหมายหลักคือผู้มีรายได้ระดับปานกลางถึงระดับสูงในประเทศจีน ซึ่งมีอำนาจในการบริโภคสูง มีการรับรู้และสนใจวัฒนธรรมดั้งเดิมของจีน ส่วนกลุ่มเป้าหมายรองของแบรนด์นี้คือตลาดมวลชนภายในประเทศของจีน ไปจนถึงตลาดของชาวจีนโพ้นทะเล ซึ่งอาจไม่ได้ตระหนักและสนใจวัฒนธรรมดั้งเดิมมากเท่ากลุ่มเป้าหมายหลัก

4. การกำหนดประเภทผลิตภัณฑ์ของเครื่องเคลือบนักสร้างสรรค์

1) งานศิลปะเพื่อการสะสม: เน้นถึงคุณค่าดั้งเดิมและประวัติศาสตร์ของวัฒนธรรมนักสร้างสรรค์ เนื่องจากการสืบทอดและการส่งเสริมวัฒนธรรมดั้งเดิมเป็นพันธกิจของแบรนด์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักสร้างสรรค์ให้เป็นงานศิลปะหรือของสะสม และใช้การออกแบบของศิลปินและช่างฝีมือที่มีชื่อเสียงเพื่อสร้างผลงานที่มีลักษณะสร้างสรรค์ส่วนบุคคลและการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ จึงจะสามารถดึงดูดผู้บริโภคที่ชื่นชอบสะสมผลงานศิลปะทางวัฒนธรรม



ภาพที่ 12: ลักษณะของศิลปะเพื่อการสะสม ในรูปแบบงานกระเบื้องลายกระต่าย
ที่มา: Han Meilin

2) ผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยและมินิวัตกรรม: เน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์และเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีความทันสมัยและมีความเป็นส่วนตัว ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมักมีรูปร่าง สีและวัสดุที่หลากหลาย รวมถึงรูปลักษณะทางศิลปะและการออกแบบ ใช้เทคนิคการผลิตสมัยใหม่เช่น การออกแบบดิจิทัล การพิมพ์ 3 มิติ และเทคโนโลยีอื่นๆ เพื่อรับประกันคุณภาพและความคิดสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 13: ลักษณะและรูปแบบการใช้เทคโนโลยีการผลิตและนวัตกรรมการผลิตชุดกระต่ายปีศาจ

3) ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องเรือนและสินค้าไลฟ์สไตล์: ผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักษัตรดังกล่าวใช้เพื่อเป็นของตกแต่งบ้านหรือของใช้ในชีวิตประจำวัน โดยมีเป้าหมายเพื่อผสมผสานวัฒนธรรมนักษัตรเข้ากับชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ประเภtnั้นเน้นไปที่การใช้งานจริง ความสวยงาม และการจับคู่ผลิตภัณฑ์ มุ่งมั่นที่จะออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักษัตรที่เข้ากับวิถีชีวิตสมัยใหม่ และความต้องการในชีวิต



ภาพที่ 14: ตัวอย่างโคมไฟเครื่องเคลือบราศีเสือ

4) ตุ๊กตานักษัตร: เน้นความน่ารัก เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้เป็นของเล่น ของขวัญ เก็บสะสม



ภาพที่ 15: สุนัขเซน

5) ของใช้บนโต๊ะอาหารแบบนักษัตร: ผสมผสานรูปนักษัตรไว้ในเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เป็นงานหัตถกรรมอันประณีตที่ใช้งานได้จริง และสะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรมพร้อมกับให้สุนทรีภาพ



ภาพที่ 16: ตัวอย่างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ชุดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารนักษัตรวัว



5. การกำหนดกลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาด

ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการสื่อสารและการตลาดเชิงรุกผ่านช่องทางที่หลากหลาย ได้แก่ 1) กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นการดึงดูดความสนใจผ่านกิจกรรมส่งเสริมการขายทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เช่น การจัดนิทรรศการวัฒนธรรมนักชื้อร การประมูลงานศิลปะ และกิจกรรมสร้างประสบการณ์ร่วมเชิงโต้ตอบ โดยบูรณาการความร่วมมือกับหอศิลป์ พิพิธภัณฑ์ และสมาคมอุตสาหกรรมเพื่อรวบรวมผลงานสร้างสรรค์ที่โดดเด่น ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยสร้างการรับรู้ในตัวแบรนด์ แต่ยังเป็นการสร้างเชื่อมโยงที่ลึกซึ้งระหว่างผู้บริโภคกับวัฒนธรรมนักชื้อร 2) การสื่อสารข้อมูลการตลาดเชิงคุณค่า (Content Marketing) โดยนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับคตินิยมเรื่องการรักษาธรรมชาติและโซคลาภ เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้คนและเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอย่างต่อเนื่อง 3) การแสดงผลในพื้นที่ออฟไลน์ ผ่านการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้าและนิทรรศการศิลปะ เพื่อให้ผู้บริโภคได้สัมผัสกับคุณภาพของงานเครื่องเคลือบจริง 4) การจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ โดยการสร้างร้านค้าบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซควบคู่ไปกับการสื่อสารผ่านการถ่ายทอดสด (Live Streaming) โดยเชิญนักวิชาการและนักออกแบบมาร่วมถ่ายทอดเรื่องราวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และ 5) การบริหารจัดการความสัมพันธ์และรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงการบริการและสร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) ซึ่งการบอกต่อในเชิงบวกจากกลุ่มผู้บริโภคถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและความยั่งยืนของแบรนด์ในระยะยาว

6. การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา

ด้านกลยุทธ์การกำหนดราคาของเครื่องเคลือบนักชื้อร แบรนด์จำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ เช่น ต้นทุนการผลิต คุณภาพผลิตภัณฑ์ และความต้องการของตลาดอย่างครอบคลุม เพื่อตอบสนองความต้องการและงบประมาณของกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกันผ่านกลยุทธ์ที่หลากหลาย ได้แก่ 1) กลยุทธ์ราคาสูง (Premium Pricing) ที่มุ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภคระดับไฮเอนด์ (High-end) โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมูลค่าสูงเพื่อสร้างภาพลักษณ์ความหรูหราและความจงรักภักดีต่อแบรนด์ 2) กลยุทธ์การกำหนดราคาระดับกลาง ซึ่งมุ่งเน้นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ในตลาดทั่วไปที่ต้องการผลิตภัณฑ์คุณภาพดีในราคาที่เหมาะสม 3) กลยุทธ์การกำหนดราคาระดับต่ำ เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับด้านราคา ช่วยเพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์และขยายส่วนแบ่งทางการตลาด 4) กลยุทธ์การขายแบบผสมผสาน (Bundling Strategy) เพื่อเพิ่มยอดขายและผลกำไรด้วยการรวมผลิตภัณฑ์หลายชนิดเข้าด้วยกัน 5) กลยุทธ์การกำหนดราคาที่แตกต่างกันตามภูมิภาค โดยปรับเปลี่ยนตามระดับการบริโภคและการแข่งขันในแต่ละพื้นที่ และ 6) กลยุทธ์การปรับเปลี่ยนราคาตามตำแหน่งผลิตภัณฑ์และสถานการณ์ตลาด ซึ่งจะต้องมีการปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน

7. การออกแบบตราสินค้า และผลิตภัณฑ์

จากการรวบรวมข้อมูลและวางแผนแนวทางการพัฒนาแบรนด์ ผู้วิจัยได้ถ่ายทอดผลการศึกษา

ออกมาเป็นการออกแบบตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ต้นแบบภายใต้ชื่อแบรนด์ “亦年” (อีเหนียน/Yi Nian) โดยมีรายละเอียดดังนี้

7.1 การออกแบบอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) ผู้วิจัยได้กำหนดภาพลักษณ์ของแบรนด์ผ่านชื่อ “亦年” (ZODIAC) เพื่อสื่อถึงการหมุนเวียนเปลี่ยนผ่านของปีนักษัตรที่ไม่รู้จบ ตราสัญลักษณ์ได้รับการออกแบบโดยใช้ “สีแดง” เป็นสีหลักเพื่อสะท้อนความสิริมงคลตามคติความเชื่อจีน องค์ประกอบภายในวงกลมใช้ลวดลาย “กิ้งก้านดอกบัวพันกัน” ซึ่งเป็นลายดั้งเดิมที่ทรงคุณค่าในงานเครื่องเคลือบ โดยผู้วิจัยได้แทรกรูปทรงของนักษัตรทั้ง 12 ชนิดลงไปในลวดลายกิ้งไม้และใบไม้อย่างกลมกลืน เพื่อส่งต่อความหมายเรื่องความสุขและความเจริญรุ่งเรืองของวงศ์ตระกูล ดังภาพที่ 17



ภาพที่ 17: ตราสินค้า (Logo) ของแบรนด์ “อีเหนียน” (亦年, Yi Nian)
ที่มา: ผู้วิจัย (2023)

7.2 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ในการเปลี่ยนแนวคิดสู่รูปธรรม ผู้วิจัยได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 2 ชุด ที่แสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้ศิลปะดั้งเดิมเข้ากับฟังก์ชันสมัยใหม่ ดังนี้:

1) ชุดเครื่องชาปีม้งกร (Dragon Zodiac Tea Set): ออกแบบมาเพื่ออับวาระปีม้งกร ค.ศ. 2024 โดยนำชุดชาทั้งแบบจีนมาตีความใหม่ ตัวภาชนะตกแต่งด้วย “ลวดลายมังกรน้ำทะเล” (Sea Dragon Pattern) ที่มีลายเส้นพลิ้วไหวมีชีวิตชีวา เพื่อสื่อถึงอำนาจบารมีและความร่มเย็นเป็นสุขของประชาชน พร้อมทั้งจัดวางตราสัญลักษณ์แบรนด์ไว้ที่ก้นภาชนะเพื่อป้องกันข้อผิดพลาดของงานศิลปะ ดังภาพที่ 18



ภาพที่ 18: ชุดเครื่องชาปีม้งกร มีโลโก้แบรนด์ที่ก้นภาชนะ
ที่มา: ผู้วิจัย (2023)



2) ชุดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารนักษัตร (Zodiac Tableware Set): งานชุดนี้เป็นนวัตกรรม การออกแบบที่ใช้วิธี “บูรณาการวัสดุข้ามพรมแดน” เพื่อลดข้อจำกัดของงานเครื่องเคลือบแบบเดิม โดยผู้วิจัยได้นำเครื่องเคลือบมาใช้งานร่วมกับ “ไม้วอลนัท” และ “ทองเหลือง” เช่น การใช้ไม้เป็นวัสดุหลักของฐานรองภาชนะ และใช้เทคนิคการฝังทองเหลืองเพื่อแสดงโลโก้แบรนด์ รวมถึงการออกแบบ ตะเกียบที่ผสมผสานวัสดุทั้งสามชนิดเข้าด้วยกัน ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง ทนทาน และมีรูปลักษณะ ที่ร่วมสมัย ตอบโจทย์รสนิยมและการใช้งานในชีวิตประจำวันได้จริง ดังภาพที่ 19



ภาพที่ 19: ชุดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารนักษัตร และฐานไม้ฝังทองเหลือง
ที่มา: ผู้วิจัย (2023)

การออกแบบทั้งหมดนี้ไม่เพียงแต่เป็นการสืบสานงานช่างฝีมือดั้งเดิม แต่ยังเป็นการยกระดับ เครื่องเคลือบนักษัตรให้มีภาพลักษณ์ที่เป็นสากล สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ที่ให้ความสำคัญกับทั้งเรื่องราวทางวัฒนธรรมและความงามในเชิงสร้างสรรค์

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องการสำรวจวัฒนธรรมนักษัตรสู่แนวทางการออกแบบเครื่องเคลือบร่วมสมัย จื๋อเต๋อเจิ้น สามารถสรุปได้ว่า วัฒนธรรมนักษัตรจีนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้อง ไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ที่มีอิทธิพลอย่างสูงต่อการสร้างสรรค์ศิลปกรรมในเมืองจื๋อเต๋อเจิ้น โดยไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่สัญลักษณ์แทนปีเกิด แต่ยังเป็นเครื่องมือในการสื่อสารความหมายอัน เป็นมงคลและสะท้อนจิตวิญญาณของชาติ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าเทคนิคการผลิตเครื่องเคลือบ นักษัตรมีความหลากหลาย ตั้งแต่การใช้ดินขาวคุณภาพสูงไปจนถึงเทคนิคการตกแต่งที่ซับซ้อน เช่น การวาดสีบนเคลือบ (Overglaze) และการวาดสีใต้เคลือบ (Underglaze) ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ของช่างฝีมือจื๋อเต๋อเจิ้นที่สืบทอดกันมานับพันปี

ในส่วนของการอภิปรายผล ประเด็นสำคัญที่พบคือการจัดการแบรนด์ “ยี่เหนียน (Yi Nian)” สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์จากงานหัตถกรรมดั้งเดิมสู่ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ร่วมสมัยได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมที่เน้นการนำทุนทางวัฒนธรรมมา

สร้างมูลค่าเพิ่ม ผลการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายจำนวน 400 คน พบว่าผู้บริโภคยุคใหม่มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานระหว่าง “สุนทรียภาพดั้งเดิม” และ “ฟังก์ชันการใช้งานสมัยใหม่” การทำงานวิจัยนำเสนอแนวทางการออกแบบที่ใช้การลดทอนรูปทรง (Simplification) และการใช้เส้นสายเรขาคณิตมาประยุกต์ใช้นั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ หวัง จุน (Wang Jun, 2017) ที่ระบุว่าการทำงานให้วัฒนธรรมดั้งเดิมมีความทันสมัยเป็นกุญแจสำคัญในการสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมให้ยั่งยืน

นอกจากนี้ การใช้กลยุทธ์การตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ร่วมกับการสื่อสารเรื่องราวของแบรนด์ (Storytelling) เกี่ยวกับความเชื่อเรื่องโชคลาภของนักษัตร ยังสอดคล้องกับทฤษฎีการจัดการแบรนด์ของ เฉียว ชุนหยาง (Qiao Chunyang, 2005) ที่เน้นว่าแบรนด์ต้องสร้างความประทับใจและทิ้งร่องรอยไว้ในใจผู้บริโภคผ่านสัญลักษณ์และวัฒนธรรม การวิจัยนี้จึงพิสูจน์ให้เห็นว่าความสำเร็จของการออกแบบเครื่องเคลือบนักษัตรในปัจจุบัน ไม่ได้ขึ้นอยู่กับทักษะเชิงช่างเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยการจัดการแบรนด์เชิงกลยุทธ์และการออกแบบที่เข้าใจบริบทของสังคมร่วมสมัย เพื่อให้งานศิลปกรรมดั้งเดิมของจีนต่อเจิ้นสามารถดำรงอยู่และแข่งขันได้ในระดับสากล

คำประกาศการใช้ปัญญาประดิษฐ์

ระหว่างการจัดทำผลงานนี้ ผู้เขียนได้ใช้ Gemini 3 โดย Google เพื่อช่วยเรียบเรียงและปรับภาษาวิชาการให้ชัดเจนและเหมาะสม โดยไม่ได้ใช้เครื่องมือดังกล่าวในการสร้างเนื้อหาใหม่แทนผู้เขียน หลังการใช้ผู้เขียนได้ตรวจสอบ แก้ไข และรับผิดชอบเนื้อหาทั้งหมดด้วยตนเอง

Declaration of AI Usage

During the preparation of this work, the author utilized Google's Gemini 3 to assist in organizing and refining academic language for clarity and appropriateness. The tool was not used to generate new content on behalf of the author. Following its use, the author reviewed, edited, and assumes full responsibility for all content.

บรรณานุกรม

- เฉียว ชุนหยาง (Qiao, C.). (2005). วัฒนธรรมแบรนด์ [Brand culture]. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยจงซาน.
- จู กุ้ยหิง (Zhu, G.). (2004). งานหัตถกรรมดั้งเดิมของเครื่องเคลือบจิ่งเต๋อเจิ้น [Traditional handicrafts of Jingdezhen porcelain]. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเจียงซี.
- จาง ย่าหลิน (Zhang, Y.). (2016). ประวัติศาสตร์การออกแบบเครื่องเคลือบจีน [History of Chinese porcelain design]. สำนักพิมพ์วิจิตรศิลป์เจียงซี.
- หวัง จุน (Wang, J.). (2017). วัฒนธรรมนักษัตรโบราณประเทศจีน [Ancient Chinese zodiac culture]. สำนักพิมพ์การพาณิชย์ประเทศจีน.



การศึกษาแนวคิดการออกแบบท่ารำข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ในการแสดงชุด ฟอนปุจาจิระประภามหาเทวี

A Study of Historical Choreographic Concepts
in the Fon Puja Jiraprapa Mahadevi Dance Performance

ณัฐริกา งามดี¹

Received 28 October 2024

Revised 1 March 2025

Accepted 5 March 2025

บทคัดย่อ

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาแนวคิดการออกแบบท่ารำในนาฏศิลป์ไทย (Thai Dance) โดยเฉพาะการแสดงชุด “พระนางจิระประภามหาเทวี” ซึ่งเน้นการนำข้อมูลทางประวัติศาสตร์ (Historical Data) มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบท่ารำ เนื่องจากการแสดงท่ารำในนาฏศิลป์ไทยถือเป็นศิลปะที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราว ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมได้อย่างลึกซึ้ง การออกแบบท่ารำที่อิงกับข้อมูลทางประวัติศาสตร์จึงมีความสำคัญในการสื่อสารอัตลักษณ์ (Identity) และบทบาทของบุคคลสำคัญอย่างถูกต้อง โดยการออกแบบท่ารำที่ถ่ายทอดเรื่องราวของพระนางจะต้องคำนึงถึงบริบททางการเมือง และการปกครองในยุคนั้น ซึ่งพระนางจิระประภามีบทบาทสำคัญในการสร้างความสงบในบ้านเมือง ผ่านการใช้ยุทธวิธีทางการทูต (Diplomacy) แทนการทำสงคราม การเคลื่อนไหวของท่ารำจึงต้องสะท้อนถึงความสง่างามและความเข้มแข็งของพระนาง ผู้เป็นบุคคลที่ประชาชนเคารพนับถือและมีอิทธิพลต่อการปกครองบ้านเมืองในยุคนั้น นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ดำเนินการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบท่ารำที่สามารถถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก และบรรยากาศทางประวัติศาสตร์ได้อย่างแม่นยำ รวมถึงการเลือกใช้เครื่องแต่งกายและสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมล้านนา (Lanna Culture) เพื่อเสริมสร้างการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การสร้างสรรค์ท่ารำเช่นนี้จะช่วยให้การแสดงนาฏศิลป์ไทยมีความหมายลึกซึ้ง คงคุณค่าในระยะยาว ตลอดจนเป็นการอนุรักษ์และพัฒนาศิลปะการแสดงให้สืบต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: นาฏศิลป์ไทยสร้างสรรค์, ฟอนปุจาจิระประภามหาเทวี, แนวคิดการออกแบบท่ารำ

¹ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา



Abstract

The researcher aims to study choreographic design concepts in Thai dance, specifically for the performance “Queen Chiraprapha Mahadevi,” which emphasizes the application of historical data. Thai dance serves as an art form that profoundly conveys stories, history, and culture; thus, designing movements based on historical information is essential for accurately communicating the identity and roles of significant figures. The choreography portraying the Queen must consider the political and governance contexts of her era. Queen Chiraprapha played a pivotal role in maintaining peace through diplomacy instead of warfare. Therefore, the dance movements must reflect the grace and strength of a figure who was deeply respected and influential in the governance of that time. Furthermore, the researcher analyzed choreographic approaches to accurately convey emotions, feelings, and historical atmosphere, including the selection of costumes and Lanna cultural symbols to enhance effective communication. Such choreographic creation enriches Thai dance with profound meaning and enduring value, while supporting the conservation and development of performing arts for the future.

Keywords: Creative Thai Dance, Fon Puja Jiraprapa Mahadevi, Choreography Concepts

บทนำ

นาฏศิลป์ไทย (Thai Dance) ถือเป็นศิลปะที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสะท้อนอัตลักษณ์ (Identity) และวัฒนธรรมของสังคมไทยทุกยุคสมัย โดยการแสดงท่ารำไม่เพียงแต่ส่งเสริมความงดงามและความละเอียดอ่อนในด้านศิลปะ แต่ยังทำหน้าที่ในการถ่ายทอดเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ (History) ความเชื่อ และค่านิยมของคนไทยในอดีต (ศิลปากร, 2563) การออกแบบท่ารำ (Choreography) จึงต้องคำนึงถึงข้อมูลทางประวัติศาสตร์เพื่อให้สามารถสื่อสารเนื้อหาได้อย่างถูกต้องและน่าสนใจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าการศึกษาการออกแบบท่ารำตามข้อมูลทางประวัติศาสตร์มีความจำเป็นในการสร้างสรรค์การแสดงที่มีคุณค่าและสามารถเตือนใจคนรุ่นหลังได้

การแสดงชุด “พระนางจิระประภา” เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นในการนำเสนอความสำคัญของข้อมูลทางประวัติศาสตร์ในการออกแบบท่ารำ พระมหาเทวีจิระประภา (Queen Chiraprapha Mahadevi) เป็นบุคคลสำคัญในประวัติศาสตร์ล้านนา (Lanna History) ซึ่งมีหลักฐานระบุว่าหลังจากการลอบปลงพระชนม์ของพระเมืองเกษเกล้า พระมหาเทวีจิระประภาถูกอัญเชิญให้ขึ้นครองราชย์ ถือเป็นพระมหาเทวีคนแรกในราชวงศ์มังราย (Mangrai Dynasty) การดำรงตำแหน่งของพระองค์ได้แสดง

ให้เห็นถึงความสามารถในการปกครองบ้านเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ แม้จะเผชิญกับปัญหาภายใน และการรุกรานจากกองทัพของสมเด็จพระไชยราชาธิราชแห่งกรุงศรีอยุธยา แต่องค์พระมหาเทวีจิรประภา ได้ใช้ยุทธวิธีทางการทูต (Diplomacy) ในการแก้ไขสถานการณ์ ทำให้เกิดการยุติการรุกรานด้วยสันติวิธี (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2564)

พระมหาเทวีจิรประภาเป็นที่รู้จักในฐานะผู้ปกครองที่มีปัญญาและกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในบ้านเมือง แม้จะอยู่ในช่วงเวลาที่มักกองทัพศัตรูเข้ามา แต่พระองค์ก็สามารถประคับประคองบ้านเมืองให้อยู่รอดได้ด้วยการพัฒนาความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านและการส่งบรรณาการเพื่อลดความตึงเครียด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงวิธีการบริหารจัดการที่ฉลาดและรอบคอบ ประชาชนในยุคนั้นมีความเชื่อมั่นในความสามารถด้านการปกครองของพระองค์เป็นอย่างมาก และถือได้ว่าเป็นแบบอย่างที่ดีสำหรับการบริหารราชการในสังคมไทยในปัจจุบัน

ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาแนวคิดการออกแบบท่ารำที่อิงข้อมูลทางประวัติศาสตร์นี้ โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการสร้างสรรค์การแสดงที่สื่อถึงเรื่องราวของพระมหาเทวีจิรประภาในลักษณะที่สอดคล้องกับเหตุการณ์ในอดีต มีการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบท่ารำที่สามารถถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึก และบรรยากาศของสถานการณ์ทางประวัติศาสตร์ได้อย่างแม่นยำ นอกจากนี้ยังพิจารณาถึงเครื่องแต่งกายและท่าทางที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้ชมได้รับข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ล้านนาผ่านงานศิลปะ ผลจากการพัฒนาท่ารำที่มีการศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์จะช่วยให้การแสดงนาฏศิลป์ไทยมีความหมายลึกซึ้งและซาบซึ้งใจมากขึ้น ไม่เพียงแต่สำหรับผู้ชมที่มีความรู้ทางประวัติศาสตร์เท่านั้น แต่ยังช่วยกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่สนใจและสืบสานศิลปะการแสดงนี้ต่อไป การสร้างสรรค์ท่ารำนี้นี้จึงมีส่วนสำคัญต่อการอนุรักษ์ (Conservation) และพัฒนาศิลปะการแสดงนาฏศิลป์ไทยให้คงอยู่คู่กับสังคมไทยในระยะยาว (วรรณ ปากสิต, 2561)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวคิดและหลักการในการออกแบบท่ารำ (Choreography) ที่มีพื้นฐานมาจากข้อมูลทางประวัติศาสตร์ (Historical Data) ในการแสดงชุดฟ้อนปูลาจิรประภามหาเทวี
2. เพื่อสร้างสรรค์ท่ารำที่มีพื้นฐานมาจากข้อมูลทางประวัติศาสตร์ในการแสดงชุดฟ้อนปูลาจิรประภามหาเทวี

วิธีการศึกษา

ในการสร้างสรรค์การแสดงชุด ฟ้อนปูลาจิรประภามหาเทวี ผู้วิจัยกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ผลงานมีความสอดคล้องกับข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ดังนี้

1. การศึกษาและรวบรวมข้อมูล (Data Collection): ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารประวัติศาสตร์ล้านนา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพระนางจิรประภามหาเทวี เพื่อทำความเข้าใจบริบททางสังคมและการเมืองในรัชสมัยของพระองค์



2. การกำหนดแนวคิดและอัตลักษณ์ (Conceptualization): นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดอัตลักษณ์ (Identity) ของพระนาง โดยมุ่งเน้นที่ความสง่างามในฐานะกษัตริย์ และความฉลาดหลักแหลมในฐานะนักการทูต (Diplomacy) ซึ่งแนวคิดนี้จะใช้เป็นบรรทัดฐานสำคัญในการออกแบบกระบวนการท่ารำและองค์ประกอบศิลป์ทั้งหมด

3. การสร้างสรรค์บทเพลงและท่ารำ (Creation Process): เลือกใช้ท่วงทำนองดนตรีล้านนาที่สื่อถึงความสูงศักดิ์และความสงบ และออกแบบกระบวนการท่ารำ (Choreography) ที่สะท้อนบุคลิกภาพความเป็นผู้นำ โดยหลีกเลี่ยงท่ารำทั่วไปที่ไม่สื่อความหมาย แต่เน้นท่ารำที่มีความเข้มข้นแฝงความอ่อนช้อย เช่น ท่าที่แสดงถึงการต้อนรับหรือการเจรจา (สื่อถึงความเป็นทูต)

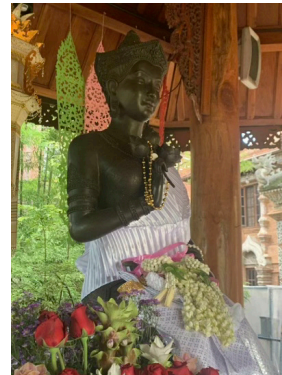
4. การตรวจสอบและการเผยแพร่ (Validation and Presentation): นำผลงานการแสดงที่สร้างสรรค์ขึ้นมาตรวจสอบความถูกต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ก่อนนำออกเผยแพร่สู่สาธารณะ

การทบทวนวรรณกรรม และการกำหนดแนวคิด (Literature Review and Conceptualization)

ประวัติพระนางจิระประภามหาเทวี (Queen Chiraprapha Mahadevi) พระนางจิระประภามหาเทวี ถือเป็นบุคคลสำคัญในประวัติศาสตร์ล้านนา (Lanna History) พระมหาเทวีจิระประภาเป็นพระมเหสีของพระเมืองเกษเกล้า กษัตริย์แห่งล้านนา โดยได้รับการอัญเชิญขึ้นครองราชย์หลังจากเหตุการณ์ลอบปลงพระชนม์ของพระเมืองเกษเกล้าในปี พ.ศ. 2088 (แก้ไขปีตามประวัติศาสตร์จริงเพื่อให้สอดคล้องกับรัชสมัย) ซึ่งถือเป็นเหตุการณ์สำคัญที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการปกครองในล้านนา เมื่อพระมหาเทวีจิระประภาขึ้นครองราชย์ ถือเป็นกษัตริย์หญิงพระองค์แรกในราชวงศ์มังราย (Mangrai Dynasty) นับว่าเป็นสัญลักษณ์ของการบริหารจัดการและการยอมรับบทบาทของสตรีในสังคมในเวลานั้น พระองค์มีความสามารถในการปกครองที่โดดเด่น และได้รับการยอมรับจากประชาชนในฐานะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ โดยเฉพาะในยุคที่มีการเผชิญหน้ากับปัญหาภายในและการรุกรานจากกองทัพของสมเด็จพระไชยราชาธิราช แห่งกรุงศรีอยุธยา (Ayutthaya Kingdom) พระมหาเทวีจิระประภาได้แสดงออกถึงความสามารถในการใช้ยุทธวิธีทางการทูต (Diplomacy) โดยการส่งบรรณาการและการเสริมสร้างสัมพันธไมตรีที่ระหว่างล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้สามารถรักษาความสงบและลดความตึงเครียดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2564)

นอกจากนี้ พระมหาเทวีจิระประภายังมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม (Arts and Culture) และการพัฒนาเศรษฐกิจในล้านนา พระองค์ได้สนับสนุนการสร้างวัดและการส่งเสริมการศึกษา ซึ่งช่วยเพิ่มพูนความรู้และศิลปะต่าง ๆ ภายในอาณาจักร ทำให้ล้านนาเป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรมและการศึกษาในภูมิภาคนั้น การสถาปนาและการปกครองของพระมหาเทวีจิระประภากลายเป็นต้นแบบของการปกครองที่มีความคิดสร้างสรรค์และการเข้าใจต่อปัญหาต่าง ๆ ของบ้านเมือง พระองค์ได้สร้างรากฐานที่มั่นคงให้กับล้านนา และเป็นที่เคารพนับถือของประชาชนทั้งในอดีตและปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมองเห็นความสำคัญของสตรีในบทบาททางการเมืองและสังคม

(วรรณา ปกาสิต, 2561) พระนางจิริประภามหาเทวีทรงเป็นพระมหากษัตริย์ผู้มีบทบาทสำคัญในประวัติศาสตร์ของอาณาจักรล้านนา รูปปั้นปัจจุบันของพระนางฯ ตั้งอยู่ที่บริเวณศาลเจ้าพระนางจิริประภามหาเทวีในจังหวัดเชียงใหม่ ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รูปหล่อสำริด พระนางจิริประภามหาเทวี ในศาลาด้านทิศใต้ วัดโลกโมฬี
ที่มา: https://www.matichonweekly.com/column/article_588474

องค์ประกอบแนวคิดการออกแบบท่ารำ (Choreography Design Concepts)

การออกแบบท่ารำที่สะท้อนถึงบุคคลสำคัญในประวัติศาสตร์ต้องอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียด เพื่อสร้างสรรค์ท่ารำ (Choreography) ที่สามารถสื่อความหมายของบุคคลและยุคสมัยนั้นได้อย่างแม่นยำ โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้:

1. บริบททางประวัติศาสตร์และอัตลักษณ์ทางการทูต (Historical Context and Diplomatic Identity) พระนางจิริประภามหาเทวีทรงใช้ความสามารถทางการทูต (Diplomacy) ในการสร้างความสงบสุข แทนการทำสงคราม การออกแบบท่ารำจึงเน้นการสะท้อนความเป็นผู้นำ (Leadership) ที่มีความสง่างาม (Grace) และเข้มแข็ง (Strength) โดยใช้ท่วงท่าที่แสดงถึงความสงบบนและการใช้สติปัญญาในการแก้ไขปัญหา

2. การเคลื่อนไหวที่สะท้อนบุคลิกภาพ (Personality-Driven Movement) บุคลิกภาพของพระนางที่เป็นผู้นำสูงสุดถูกถ่ายทอดผ่านท่ารำที่แสดงถึงความมั่นใจ ท่ารำสำคัญควรสื่อถึงอัตลักษณ์ความเป็นทูตหรือผู้นำ (แทนท่ารำพื้นฐานทั่วไป) เช่น การเคลื่อนไหวที่นุ่มนวลแต่มีพลัง สื่อถึงการตัดสินใจที่เด็ดขาดแต่ประนีประนอม

3. ดนตรีและบทเพลงประกอบการแสดง (Music and Lyrics) ผู้วิจัยได้นำดนตรีล้านนาที่มีท่วงทำนองสง่างามและสูงศักดิ์มาใช้ประกอบ เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศทางประวัติศาสตร์และขับเน้นอารมณ์ของการแสดงให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยดนตรีทำหน้าที่เป็นตัวกำหนดจังหวะการเคลื่อนไหวที่สะท้อนถึงเกียรติยศของพระนาง



4. สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมล้านนา (Lanna Cultural Symbols) การเลือกใช้เครื่องแต่งกายและสัญลักษณ์ล้านนา (Lanna Culture) เช่น ลวดลายผ้าและเครื่องประดับทองคำ เพื่อบ่งบอกฐานะและยุคสมัย พร้อมทั้งการใช้ท่าทางเฉพาะของล้านนาที่เน้นความสมดุลและความสอดคล้องกับธรรมชาติ

5. ความเชื่อและความศรัทธา (Belief and Faith) สอดแทรกแนวคิดการบูชาผ่านท่ารำ เช่น การยกมือพนม หรือท่วงท่าการสักการะ เพื่อแสดงถึงบทบาทของพระนางในด้านศาสนาและความศรัทธาอันลึกซึ้ง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของจิตวิญญาณล้านนา

6. การสื่อสารอารมณ์และยุทธวิธี (Emotional and Strategic Communication) ท่ารำถูกออกแบบให้สื่อถึงความคิดเชิงยุทธวิธี (Strategy) และความสามารถในการสื่อสารผ่านท่าทางมือ (Hand Gestures) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการสะท้อนบทบาท “นักการทูต” ของพระนางที่สามารถเชื่อมสัมพันธ์กับบ้านเมืองอื่นได้สำเร็จ

ผลงานสร้างสรรค์ การแสดงชุดฟ้อนปู่จาจิระประภามหาเทวี (Creative Results)

การแสดงชุด “ฟ้อนปู่จาจิระประภามหาเทวี” เป็นผลงานนาฏศิลป์สร้างสรรค์ที่มีความสำคัญและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวในศิลปวัฒนธรรมล้านนา (Lanna Culture) โดยมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับพระนางจิระประภามหาเทวี พระมหากษัตริย์ที่มีบทบาทสำคัญในประวัติศาสตร์ล้านนา ลักษณะการแสดงเน้นความเรียบง่ายแต่แฝงไปด้วยความลึกซึ้ง ทั้งในด้านท่ารำ (Choreography) และการถ่ายทอดอารมณ์ (Emotion) โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านยุทธวิธีทางการทูต (Diplomacy) และความแข็งแกร่งในฐานะผู้นำ (Leadership)



ภาพที่ 2 การแสดงชุดฟ้อนปู่จาจิระประภามหาเทวี

ที่มา: ผู้วิจัย

การแสดงประกอบด้วยท่ารำที่มีความละเอียดอ่อน เคลื่อนไหวอย่างช้า ๆ สอดคล้องกับดนตรีประกอบที่ส่งเสริมความศักดิ์สิทธิ์ ผู้วิจัยได้เลือกใช้เครื่องแต่งกายไทยล้านนาที่มีลวดลายและสีสันสวยงาม โดยเฉพาะสีทองเพื่อแสดงถึงฐานันดรศักดิ์และความงดงาม การแสดงนี้ไม่เพียงแต่เป็นนาฏศิลป์เพื่อความบันเทิง แต่ยังเป็นการส่งเสริมความเชื่อทางศาสนาและวัฒนธรรม โดยมีท่ารำสำคัญที่สะท้อนแนวคิดทางประวัติศาสตร์ 3 ท่า คือ

1. ท่ารำที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นผู้นำ (Leadership Posture) ท่ารำนี้ถูกออกแบบเพื่อแสดงถึงพระปรีชาสามารถของพระนางจันทรประภามหาเทวีในฐานะกษัตริย์ผู้ครองเมืองล้านนา โดยนำเอาท่าพักเป็นส่วนประกอบ ท่าพักเป็นท่ารำที่มีความสำคัญในนาฏศิลป์ไทย โดยเฉพาะในนาฏศิลป์ล้านนา ท่านี้ใช้เพื่อสร้างช่วงเวลาให้ผู้แสดงได้พักหรือหยุดนิ่ง โดยสามารถแสดงถึงอารมณ์ต่าง ๆ และเป็นการเตรียมตัวสำหรับการเปลี่ยนท่ารำหรือการเคลื่อนไหวในท่าถัดไป

ลักษณะท่าทาง : ผู้แสดงยืนในลักษณะสง่างาม ลำตัวตั้งตรง ตั้งเท้าให้มั่นคงบนพื้น ไม่เคลื่อนไหวที่มากนัก มือมักจะวางในท่าที่ผ่อนคลาย เช่น มือข้างหนึ่งยกขึ้นข้างหน้าให้สูงระดับอก หรืออาจให้มือข้างหนึ่งทอดแขนแสดงอาณาเขต สื่อถึงอำนาจและการคุ้มครองบ้านเมือง ศิระะตั้งตรง และมองไปข้างหน้า หรือหันไปในทิศทางที่ต้องการสื่อสารความรู้สึก

การเคลื่อนไหว : ในท่านี้จะไม่มีการเคลื่อนไหวที่ซับซ้อน เน้นการยืนท่านิ่งเพื่อสร้างความสงบ แต่อาจมีการเคลื่อนไหวเล็กน้อย เช่น ยกมือขึ้นหรือเคลื่อนไหวเบา ๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ แต่ยังคงรักษาความเรียบง่ายเอาไว้



ภาพที่ 3 ท่ารำที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นผู้นำ (มาจากท่าพักในนาฏศิลป์ล้านนา)
ที่มา: ผู้วิจัย

ความหมาย : โดยปกติแล้วท่าพักมักจะใช้เพื่อแสดงถึงความสงบ ความคิด และการสะท้อนอารมณ์ของผู้แสดงในขณะนั้น ท่านี้สามารถสื่อถึงการรอคอย การนึกถึงสิ่งที่ผ่านไป หรือการตั้งสติขณะเตรียมตัวรับสถานการณ์ที่ท้าทาย ดังนั้นท่ารำที่ออกแบบขึ้นนี้จึงสะท้อนถึงความมั่นคงและความเข้มแข็งของพระนางที่สามารถประทับประคองบ้านเมืองให้รอดพ้นจากภัยสงครามในยุคหนึ่ง

บริบทในการแสดง : ท่าพักมักปรากฏในช่วงระหว่างการแสดง เมื่อผู้แสดงต้องการสร้างช่วงเวลาที่ยืดสงบ เพื่อให้ผู้ชมมีโอกาสสะท้อนความรู้สึก และท่านยังใช้เพื่อเชื่อมโยงการเปลี่ยนแปลงในเนื้อเรื่อง หรือใช้ระหว่างการรอคอยสถานการณ์ใหม่ ช่วยสร้างจังหวะและอารมณ์ให้การแสดง ทั้งยังสะท้อนความรู้สึกของผู้แสดงในเวลาที่สำคัญ ซึ่งทำให้การแสดงมีความหมายและมีมิติที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

2. ท่าบัวชูฝัก (Bua Chu Fak) ท่าบัวชูฝักเป็นท่ารำที่มีความสวยงามและสื่อความหมายที่ลึกซึ้งในนาฏศิลป์ล้านนา โดยได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ โดยเฉพาะดอกบัวที่ชูขึ้นจากน้ำ ซึ่ง



มีความหมายถึงความงาม ความบริสุทธิ์ และการเริ่มต้นใหม่ ผู้วิจัยจึงได้นำท่าบัวชูฝักมาใช้ในการแสดงชุดนี้ เพื่อสะท้อนถึงการฟื้นฟูอาณาจักรล้านนาภายใต้การปกครองของพระนางจิระประภามหาเทวี

ลักษณะท่าทาง : ผู้แสดงจะเริ่มด้วยการยืนในท่าตรงหรือยืนในท่าราบ (การย่อเข่าตามลักษณะนาฏศิลป์ล้านนา) โดยที่มือทั้งสองข้างจะยกขึ้นสูงในระดับเหนือศีรษะหรือระดับใบหน้า ปลายนิ้วชี้ขึ้นเล็กน้อยคล้ายกับกลีบดอกบัวที่กำลังชูช่อ ข้อมือมีการหมุนและขยับเพื่อสร้างการเคลื่อนไหวที่ไหลลื่นคล้ายคลึงกับการเคลื่อนไหวของดอกบัวในกระแสน้ำ

การเคลื่อนไหว : ในท่าบัวชูฝักจะเน้นการเคลื่อนไหวที่นุ่มนวลและมีความช้า (Slow Motion) โดยมีการยืดแขนและนิ้วมือออกอย่างเบา ๆ เพื่อสื่อถึงความละเอียดอ่อน ขณะเดียวกัน การเคลื่อนไหวของเท้าจะเป็นการก้าวไปข้างหน้าอย่างระมัดระวังและมั่นคง เพื่อรักษาความสมดุลและความสง่างามของสรีระขณะรำ



ภาพที่ 4 ท่าบัวชูฝัก
ที่มา: ผู้วิจัย

ความหมาย : ในบริบทของงานวิจัยนี้ ท่าบัวชูฝักสื่อถึงการเจริญเติบโตและความก้าวหน้าของบ้านเมือง โดยเปรียบดอกบัวที่ชูฝักพ้นจากน้ำเป็นตัวแทนของการฟื้นฟูและการเริ่มต้นใหม่ของอาณาจักรล้านนาหลังจากผ่านพ้นวิกฤตการณ์ทางการเมือง นอกจากนี้ยังแสดงถึงความปิติยินดีและความเคารพต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ปกป้องคุ้มครองบ้านเมืองให้เกิดสันติสุข

บริบทในการแสดง : ท่าบัวชูฝักมักปรากฏในช่วงที่เนื้อหาการแสดงกล่าวถึงความศรัทธาและการสักการะบูชา เพื่อสร้างบรรยากาศที่สงบสงบและศักดิ์สิทธิ์ ช่วยให้ผู้ชมสัมผัสได้ถึงความรู้สึกอันอบอุ่นของพระนางจิระประภามหาเทวี ทั้งยังเป็นท่ารำที่เชื่อมโยงความเชื่อทางศาสนากับบทบาทของสตรีสูงศักดิ์ในฐานะผู้อุปถัมภ์พุทธศาสนาในล้านนา ทำให้การแสดงมีมิติที่ลึกซึ้งและสื่อสารถึงจิตวิญญาณทางวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน

3. ท่ารำที่สะท้อนพระปรีชาสามารถด้านยุทธศาสตร์การทูต (Diplomatic Strategy Gesture) ท่ารำนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อสะท้อนถึงบทบาทที่โดดเด่นที่สุดของพระนางจิระประภามหาเทวีในฐานะนักการทูต (Diplomacy) ผู้ใช้สติปัญญาและสันติวิธีในการรักษาเอกราชของอาณาจักรล้านนาแทนการทำสงคราม โดยนำเอาแนวคิดของการเจรจาและการหยิบนุ่นไมตรีมาเป็นหัวใจหลัก

ในการออกแบบกระบวนการทำ เพื่อให้ผู้ชมเห็นถึงความฉลาดหลักแหลมและพระปรีชาสามารถด้าน ยุทธศาสตร์การปกครอง และอนุญาตให้มีการ “ด้นสดเพิ่มเติม” (Improvisation) ตามความคิด สร้างสรรค์และอารมณ์ของผู้แสดง วิธีการด้นสดมักปรากฏในบริบทที่ต้องการความเป็นอิสระในการ แสดงออก มีการเคลื่อนไหวที่เสรี ผู้แสดงสามารถเลือกใช้ท่าทางและการเคลื่อนไหวตามอารมณ์ และความรู้สึกในขณะนั้น

ลักษณะท่าทาง : ผู้แสดงจะใช้ท่วงท่าที่เน้นความนิ่งแต่เปี่ยมด้วยพลัง (Focus) โดยมีการ วางมือในลักษณะที่แสดงถึง “การสื่อสาร” และ “การหยิบบิ้นไม้ตรี” เช่น การทอดแขนออกไปข้าง หนึ่งอย่างนุ่มนวลแต่เด็ดขาดในระดับสายตา มืออีกข้างหนึ่งตั้งวงในระดับกลางเพื่อรักษาสมดุล ของศีรษะ ศีรษะตั้งตรงและมีสายตา (Eye Contact) ที่มุ่งมั่นแน่วแน่ สื่อถึงผู้นำที่กำลังวิเคราะห์ สถานการณ์และตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้วยความสุขุม

การเคลื่อนไหว : ในทำนี้จะเน้นจังหวะการเคลื่อนไหวที่มีความต่อเนื่อง ไหลลื่น และสง่างาม การขยับนิ้วมือและข้อมือจะเป็นไปอย่างสุขุม ไม่เร่งรีบ สื่อถึงความประณีตประณีตและการใช้วาทศิลป์ ผ่านท่าทาง การก้าวเท้าจะเป็นการก้าวที่มั่นคงแต่แฝงด้วยความอ่อนช้อย สื่อถึงการดำเนินนโยบาย ทางการเมืองที่ต้องใช้ความระมัดระวังและรอบคอบอย่างสูง แต่ผู้แสดงก็อาจเปลี่ยนแปลงท่าทาง และจังหวะการเคลื่อนไหวตลอดเวลา อาจเต้นแบบเป็นกลุ่มหรือเดี่ยว ใช้การเคลื่อนไหวร่างกาย ทั้งหมดหรือเฉพาะบางส่วน เช่น แขน มือ หรือเท้า



ภาพที่ 5 ท่ารำที่สะท้อนพระปรีชาสามารถด้านยุทธศาสตร์การทูต
ที่มา: ผู้วิจัย

ความหมาย : ท่ารำนี้สื่อถึง “พระปรีชาสามารถด้านยุทธศาสตร์การทูต” ซึ่งเป็นเครื่องมือ สำคัญที่พระนางทรงใช้ในการประคับประคองล้านนา ท่าทางการหยิบบิ้นไม้ตรีเปรียบเสมือนการส่ง บรรณาการและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกรุงศรีอยุธยาและประเทศเพื่อนบ้าน สะท้อนถึงการ แก้ปัญหาความขัดแย้งด้วยทางออกที่สร้างสรรค์และการมองการณ์ไกล ไม่ใช่เพียงการใช้กำลังทหาร แต่เป็นการใช้ปัญญาบารมี ขณะเดียวกันก็สื่อถึงเสรีภาพในการแสดงออก ถ่ายทอดอารมณ์ ความคิด และความรู้สึกได้อย่างอิสระ สื่อตรงกับมโนสำนึกของตนเอง



บริบทในการแสดง : ท่ารำที่สะท้อนพระปรีชาสามารถด้านยุทธศาสตร์การทูตมักปรากฏในช่วงสำคัญของเนื้อเรื่องที่กล่าวถึงสถานการณ์บ้านเมืองที่ตึงเครียด เพื่อแสดงให้เห็นถึงจุดเปลี่ยนที่พระนางทรงเลือกใช้สันติวิธี ท่านช่วยสร้างบรรยากาศที่เต็มไปด้วยความคิดและความหวัง ทำให้ผู้ชมเข้าใจถึงอัตลักษณ์ที่แท้จริงของพระนางจิระประภามหาเทวีในฐานะกษัตริย์ผู้เปี่ยมด้วยปัญญาและเป็นนักปกครองที่ใช้หัวใจในการรักษาแผ่นดินให้รอดพ้นจากภัยสงคราม และยังสามารถเสริมบรรยากาศที่เปิดกว้างสำหรับการสื่อสารระหว่างผู้แสดงและผู้ชม นำไปสู่การค้นพบตนเอง และแลกเปลี่ยนความรู้สึกที่แท้จริง ซึ่งจะช่วยสร้างความน่าสนใจและมีชีวิตชีวาให้การแสดง ทั้งยังส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในนาฏศิลป์ได้เป็นอย่างดี

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาแนวคิดการออกแบบท่ารำข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ในการแสดงชุด “พ่อนปู่จางจิระประภามหาเทวี” ผู้วิจัยสามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา การศึกษาแนวคิดและหลักการออกแบบท่ารำที่มีพื้นฐานมาจากข้อมูลทางประวัติศาสตร์ พบว่าหัวใจสำคัญคือการดึงอัตลักษณ์ (Identity) ของบุคคลสำคัญมาเป็นแกนกลางในการสร้างสรรค์ โดยพระนางจิระประภามหาเทวีมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นในฐานะกษัตริย์หญิงผู้ครองอาณาจักรล้านนาในช่วงวิกฤตการณ์ทางการเมือง ผู้วิจัยจึงกำหนดแนวคิดหลักในการออกแบบผ่าน 3 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ :

ด้านบุคลิกภาพ : เน้นความสง่างาม (Grace) และความเข้มแข็ง (Strength) ในฐานะผู้นำ

ด้านยุทธศาสตร์ : เน้นการใช้ยุทธวิธีทางการทูต (Diplomacy) และสันติวิธีแทนการทำสงคราม

ด้านจิตวิญญาณ : เน้นความศรัทธาในพุทธศาสนาและการสร้างขวัญกำลังใจแก่ประชาชน

2. การอภิปรายผล ผลจากการสร้างสรรค์ท่ารำ 3 ท่าสำคัญ ได้แก่ ท่ารำที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นผู้นำ (Leadership Posture), ท่าบัวชูฝัก (Bua Chu Fak) และท่ารำที่สะท้อนพระปรีชาสามารถด้านยุทธศาสตร์การทูต (Diplomatic Strategy Gesture) สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้:

ความสอดคล้องกับบริบทประวัติศาสตร์: การแสดงชุดนี้สามารถสื่อสารบทบาทของพระนางจิระประภามหาเทวีได้อย่างเป็นรูปธรรม มากกว่าเพียงการรำรำเพื่อความสวยงาม การใช้ “ท่าพัก” มาประยุกต์เป็นท่าที่แสดงถึงการตั้งสติเพื่อรับมือสถานการณ์ท้าทาย สอดคล้องกับเหตุการณ์ที่พระนางต้องประคับประคองล้านนาจากการรุกรานของอยุธยา แสดงให้เห็นว่าข้อมูลทางประวัติศาสตร์สามารถนำมาสร้างมิติ (Dimension) ให้กับนาฏศิลป์ไทยสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารอัตลักษณ์ทางการทูต : การออกแบบท่ารำที่เน้นการเจรจาและการหยิบนินไมตรี (ท่าที่ 3) เป็นการตอบโต้ภัยความสามารถด้านการทูตที่เป็นจุดเด่นที่สุดของพระนาง ซึ่งช่วยสร้างภาพจำใหม่ให้กับผู้ชม แทนที่จะเน้นการแสดงความเจ็บปวดจากการสูญเสียพระสวามีเพียงอย่างเดียว แต่แสดงให้เห็นถึงความฉลาดหลักแหลมและปัญญาบารมีในฐานะนักปกครอง

ความสำคัญขององค์ประกอบศิลป์: ดนตรีล้านนาที่คัดสรรมาประกอบการแสดง มีบทบาทสำคัญในการขับเน้นบรรยากาศความสูงศักดิ์ (Music and Lyrics) ซึ่งทำงานร่วมกับเครื่องแต่งกายสีทองสไตล์ราชสำนักล้านนาโบราณ ช่วยส่งเสริมให้การถ่ายทอดอารมณ์และเรื่องราวมีความสมบูรณ์และน่าเชื่อถือตามรูปแบบนาฏศิลป์ล้านนา

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจสร้างสรรค์นาฏศิลป์จากข้อมูลทางประวัติศาสตร์หรือบริบทล้านนาในอนาคต โดยสามารถนำแนวคิดไปประยุกต์ใช้ในมิติต่าง ๆ ได้ดังนี้:

1. ด้านประเพณีและความเชื่อ : ควรนำลักษณะท่าทางจากงานบุญพิธีกรรมหรือการบวงสรวงในราชสำนักล้านนามาปรับใช้ เพื่อเพิ่มความศักดิ์สิทธิ์และความศรัทธาให้กับผลงาน
2. ด้านองค์ประกอบศิลป์และอัตลักษณ์ชนเผ่า: การเลือกใช้เครื่องแต่งกายที่อ้างอิงผ้าทอโบราณ หรือการนำกลิ่นอายท่ารำของกลุ่มชาติพันธุ์ในล้านนา (เช่น เจี้ยว หรือชนเผ่าต่าง ๆ) มาผสมผสาน จะช่วยเพิ่มมิติความหลากหลายทางวัฒนธรรมให้กับตัวละคร
3. ด้านศิลปศาสตร์และหัตถกรรม: สามารถนำท่วงท่าจากศิลปะการต่อสู้ (ฟ้อนเจิง/ฟ้อนดาบ) หรือจังหวะการทำศิลปาชีพ (การทอผ้า/แกะสลัก) มาพัฒนาเป็นกระบวนท่ารำที่สะท้อนวิถีชีวิตและความแข็งแกร่งของตัวละครได้
4. ด้านนาฏศิลป์ร่วมสมัยและการอนุรักษ์: ควรหาจุดสมดุลระหว่างการรักษาแม่ท่ามาตรฐาน (เช่น ฟ้อนเล็บ/ฟ้อนเทียน) กับการใช้จินตนาการสร้างสรรค์ร่วมสมัย เช่น การตีความสัญลักษณ์จากดวงดาวหรือตำนานสัตว์ศักดิ์สิทธิ์ (นาค/หงส์) เพื่อให้นาฏศิลป์ประวัติศาสตร์มีความร่วมสมัยและเข้าถึงผู้ชมรุ่นใหม่ได้ดียิ่งขึ้น

คำประกาศการใช้ปัญญาประดิษฐ์

ระหว่างการจัดทำผลงานนี้ ผู้เขียนได้ใช้ Gemini 3 โดย Google เพื่อช่วยเรียบเรียงและปรับภาษาวิชาการให้ชัดเจนและเหมาะสม โดยไม่ได้ใช้เครื่องมือดังกล่าวในการสร้างเนื้อหาใหม่แทนผู้เขียน หลังการใช้ผู้เขียนได้ตรวจสอบ แก้ไข และรับผิดชอบเนื้อหาทั้งหมดด้วยตนเอง

Declaration of AI Usage

During the preparation of this work, the author utilized Google's Gemini 3 to assist in organizing and refining academic language for clarity and appropriateness. The tool was not used to generate new content on behalf of the author. Following its use, the author reviewed, edited, and assumes full responsibility for all content.



บรรณานุกรม

- นภดล เกษเกล้า. (2558). นาฏศิลป์ไทย: การสื่อความหมายผ่านการเคลื่อนไหวทางประวัติศาสตร์. สำนักพิมพ์วัฒนธรรมไทย.
- พระนางจิระประภามหาเทวี. (2565, 12-18 สิงหาคม). มติชนสุดสัปดาห์. https://www.matichonweekly.com/column/article_588474
- รัชต์ภาคย์ พรหมทอง. (2561). การออกแบบท่ารำในศิลปะการแสดงไทยที่อิงจากประวัติศาสตร์. สถาบันวิจัยนาฏศิลป์.
- วรรณ ปากสิต. (2561). สตรีในประวัติศาสตร์ไทย: บทบาทและอุปสรรค. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมจิตร จันทรสว่าง. (2560). ความสำคัญของท่ารำในนาฏศิลป์ไทยกับการถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรม. สำนักวิชาการนาฏศิลป์.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2564). ประวัติศาสตร์ล้านนา: วัฒนธรรมและการเมือง. สำนักพิมพ์โอเพ่นเวิลด์.







รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประเมินบทความ

วารสารศิลปกรรมบูรพา ปีที่ 29 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2569)

ผู้ทรงคุณวุฒิภายในมหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ภารดี พันธุภากร
ศาสตราจารย์ ดร.วารุณี หวัง
รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิมวงศา

รองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุตสังข์

รองศาสตราจารย์ ดร.นิจ ดันติศิริพันธ์

รองศาสตราจารย์ ดร. จินตนา สายทองคำ
รองศาสตราจารย์ ดร.ประดิพันธ์ เลิศรุจิดำรงกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.ตระกูลพันธ์ พัทธเมธา

รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทรวรีา ผลงาม
รองศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร ชูวิเชียร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิธรรม โรหิตะสุข
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ มามี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล ศิลปะชัยศรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อติเทพ แจ้ดนาลาว
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณ วานิชกร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม อมันตกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรารภนา แซ่ฮึ้ง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญใจ สุขก้อน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนัสพงษ์ ไกรเกรียงศรี

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปะและการออกแบบ
มหาวิทยาลัยนเรศวร
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะศิลปะนาฏดุริยางศ์สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปะและการออกแบบ
มหาวิทยาลัยนเรศวร
วิทยาลัยเพาะช่าง
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
สาขาวิชาสังคมศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปะและการออกแบบ
มหาวิทยาลัยนเรศวร



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จุฬาลักษณ์ จารุจฑารัตน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรินทร์ สันติ์ชวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐาปนีย์ สังสิทธิวงศ์

ดร.สิทธิพงศ์ วงศ์ไชยสุวรรณ

ดร.มนัส แก้วบุชา

ดร.โสภา หนูแดง

ดร. บัณฑิต วงศ์ประดิษฐ์

ดร.ศิริโรดม เสือคล้าย

ผู้ทรงคุณวุฒิภายในมหาวิทยาลัยบูรพา

รองศาสตราจารย์ ดร.เสกสรรค์ ดันยาภิรมย์

รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รสา สุนทรายุทธ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูวษา เรืองชีวิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฝนทิพย์ วรรณะศิริพันธ์ รังสิตสวัสดิ์

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี
อุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

คณะศิลปกรรมศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะศิลปกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะศิลปกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปะและ

การออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปะและ

การออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะศิลปกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะศิลปกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะศิลปกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะศิลปกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะศิลปกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา





หลักเกณฑ์การจัดเตรียมต้นฉบับบทความ สำหรับพิจารณาตีพิมพ์ใน วารสารศิลปกรรมบูรพา

วารสารศิลปกรรมบูรพา (Burapha Arts Journal) เป็นวารสารวิชาการของคณะศิลปกรรมศาสตร์ เพื่อส่งเสริมทางด้านวิชาการ การค้นคว้าวิจัย และการสร้างสรรค์ทางด้านศิลปะสาขาต่างๆ โดยตีพิมพ์ เผยแพร่บทความวิจัย (Research articles) และบทความวิชาการ (Review articles) รวมทั้งผลงานวิทยานิพนธ์ งานสร้างสรรค์ทางศิลปะ และงานศิลปวัฒนธรรมหลากหลายสาขา จากคณาจารย์ นิสิต นักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา ต่าง ๆ รวมทั้งคณาจารย์ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ ซึ่งถือเป็นหนึ่งของการบริการทางวิชาการแก่สังคม

บทความในวารสารศิลปกรรมบูรพานี้จะมีคณะกรรมการ และผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการเป็นผู้พิจารณากลับกรองโดยมีกำหนดออกปีละ 2 ฉบับ

ฉบับภาคต้น (ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน)

ฉบับภาคปลาย (ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม)

ประเภทของบทความที่จะตีพิมพ์

1. รายงานการวิจัยทางด้านศิลปกรรมศาสตร์ เป็นบทความวิจัยหรือบทความงานสร้างสรรค์ทางด้านศิลปกรรม และด้านวัฒนธรรม (การวิจัยงานศิลปะ การออกแบบ ประยุกต์ศิลป์ ดนตรี การแสดง สื่อศิลปะ ปรัชญาศิลป์ สุนทรียศาสตร์ ประวัติศาสตร์ศิลปะ โบราณคดี) และการจัดการด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญา พิพิธภัณฑ
2. บทความวิชาการหรือบทความงานสร้างสรรค์ทางด้านศิลปกรรมศาสตร์เป็นบทความที่เสนอองค์ความรู้ แนวคิด วิธีการ และกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาต่างๆ ทางด้านศิลปกรรมศาสตร์ (การวิจัยงานศิลปะ การออกแบบ ประยุกต์ศิลป์ ดนตรี การแสดง สื่อศิลปะ ปรัชญาศิลป์ สุนทรียศาสตร์ ประวัติศาสตร์ศิลปะ และโบราณคดี) และการจัดการด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญา พิพิธภัณฑ
3. บทความวิจารณ์หนังสือหรือบทความปริทัศน์

รูปแบบการเขียนบทความ

รายงานการวิจัย บทความวิจัย และงานสร้างสรรค์ทางด้านศิลปกรรม ควรมีความยาวตั้งแต่ 5,000 คำ แต่ไม่ควรเกินกว่า 15,000 คำ (จำนวนคำถือตามการนับจำนวนคำใน Microsoft Word) หรือ จำนวนหน้า ตั้งแต่ 15 หน้า แต่ไม่ควรเกิน 25 หน้า (ไม่รวมบรรณานุกรม ภาพประกอบ และคำบรรยายภาพ) ลงในกระดาษ A4 ระยะห่างจากขอบกระดาษ ทั้งด้านบนและด้านล่าง 1.5 นิ้ว ด้านซ้ายและด้านขวา 1 นิ้ว โดยใช้รูปแบบอักษร Cordia New ขนาด 16 point เท่านั้น ตัวเลขให้ใช้เป็นเลขอารบิกทั้งหมด และมีข้อมูลสำคัญตามลำดับต่อไปนี้



- บทความย่อ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่ง ตำแหน่งทางวิชาการ หน่วยงานที่สังกัด ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- เเชิงอรรถและบรรณานุกรม

คำแนะนำการเตรียมต้นฉบับ

ผู้ส่งผลงานสามารถนำเสนอผลงานเพื่อตีพิมพ์ได้ ต้องมีหลักเกณฑ์ดังนี้

- 1.บทความที่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารต้องไม่เคยถูกนำไปพิมพ์เผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่น ๆ ในเวลาเดียวกัน
2. บทความต้องได้รับการพิจารณาจากผู้ประเมินอิสระ (Peer Review) จากภายนอกมหาวิทยาลัยในสาขานั้น ๆ อย่างน้อย 2 คน
- 3.บทความที่ได้รับการตีพิมพ์นี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการ และสามารถดัดแปลง แก้ไข ปรับปรุงสำนวนและรูปแบบ ตามที่กองบรรณาธิการเห็นสมควร
- 4.ผู้ประเมินบทความจะเป็นผู้ให้ความเห็นและขอแนะนำ ว่าบทความนั้น ๆ จะได้รับการยอมรับโดยไม่มีเงื่อนไข หรือให้แก้ไข หากมีการแก้ไขผู้เขียนจะต้องส่งบทความแก้ไขอีกครั้งและต้องแก้ไขบทความนั้นให้เสร็จภายใน 10-15 วันหลังจากได้รับผลการประเมิน
- 5.บทความที่นำเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในฉบับภาคต้น ต้องส่งต้นฉบับ ภายในเดือนกุมภาพันธ์และในฉบับภาคปลาย ต้องส่งต้นฉบับ ภายในเดือนสิงหาคม

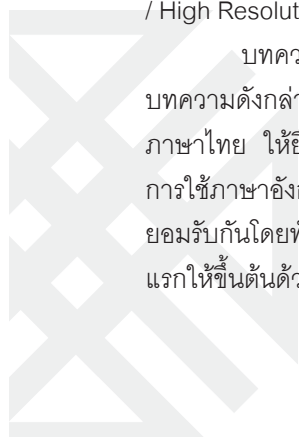
การเตรียมต้นฉบับในการตีพิมพ์

1. บทความ

เอกสารบทความวิชาการ/วิจัย จำนวน 3 ชุด พร้อมแบบนำส่งต้นฉบับ จำนวน 1 ชุด
ซีดี-รอม จำนวน 1 แผ่น ประกอบด้วย

- (1) ไฟล์บทความ นามสกุล .doc หรือ .docx และ pdf.
- (2) ไฟล์ภาพประกอบ นามสกุล .jpg, jpeg หรือ RAW หรือ TIFF ความละเอียด 300 Pixel / High Resolution ขนาดไฟล์ไม่ต่ำกว่า 500KB

บทความสามารถจัดทำเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ และในกรณีที่เป็นภาษาอังกฤษบทความดังกล่าวต้องผ่านผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบในการใช้ไวยากรณ์อย่างถูกต้องมาแล้ว การเขียนภาษาไทย ให้ยึดหลักการใช้คำศัพท์และชื่อบัญญัติตามหลักของราชบัณฑิตยสถาน ควรหลีกเลี่ยงการใช้ภาษาอังกฤษในข้อความภาษาไทย ยกเว้นกรณีจำเป็นและไม่ใช้คำย่อ นอกจากเป็นคำที่ยอมรับกันโดยทั่วไปกรณีจำเป็นให้เขียนคำศัพท์ภาษาไทย ตามด้วยในวงเล็บภาษาอังกฤษ โดยคำแรกให้ขึ้นต้นด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ ส่วนคำที่เหลือทั้งหมดให้พิมพ์ด้วยตัวพิมพ์เล็ก ยกเว้นชื่อเฉพาะทุก



คำให้ขึ้นต้นด้วยพิมพ์ใหญ่ การปรากฏอยู่หลายที่ในบทความของศัพท์คำเดียวกันที่เป็นภาษาไทยตามด้วยภาษาอังกฤษ ให้ใช้คำศัพท์ภาษาไทยตามด้วยภาษาอังกฤษครั้งแรก ครั้งต่อไปใช้เฉพาะคำศัพท์ภาษาไทยเท่านั้น

2. การพิมพ์

ให้จัดพิมพ์ด้วยโปรแกรม Microsoft Word โดยจัดหน้ากระดาษขนาด A4 (8.5 X11 นิ้ว) ตั้งค่าน้ำกระดาษสำหรับการพิมพ์ ห่างจากของกระดาษด้านบน 1.5 นิ้ว ด้านอื่น ๆ ด้านละ 1 นิ้ว เว้นบรรทัดใช้ระยะ No spacing ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้รูปแบบอักษร Cordia New เท่านั้น ตัวเลขให้ใช้เป็นเลขอารบิกทั้งหมด ซึ่งมีขนาด ชนิดของตัวอักษร รวมทั้งการจัดวางตำแหน่งดังนี้

- แผ่นปก ชื่อเรื่องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พิมพ์ไว้ตรงกลางของหน้าแรกด้วยอักษรขนาด 16 และพิมพ์ชื่อผู้เขียน คุณวุฒิ ตำแหน่ง และสถานที่ทำงาน (Institutional Affiliation(s)) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยให้บอกหน่วยงานที่สังกัด ชื่อสถาบัน คณะ สาขา และที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ทางไปรษณีย์ เบอร์โทรศัพท์ และ E-mail address ได้ชื่อเรื่องติดขอบกระดาษด้านขวา

- ต้องมีเลขหน้ากำกับ ในเนื้อหาทุกหน้าโดยมีขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา ตำแหน่งติดขอบบนกระดาษด้านขวา ยกเว้นแผ่นปกไม่ต้องใส่

- ชื่อเรื่องต้นฉบับของผู้เขียน

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) ขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งขอบกระดาษด้านซ้าย

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ) ขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งขอบกระดาษด้านซ้าย

- ชื่อผู้เขียน ขนาด 16 ชนิดตัวหนาตำแหน่งขอบกระดาษด้านขวาได้ชื่อเรื่อง ถ้าผู้เขียนเป็นชาวต่างประเทศให้นำชื่อสกุลขึ้นก่อนชื่อต้น

- ระบุข้อมูลว่า เป็นบทความวิชาการ หรือ บทความวิจัย หรือวิทยานิพนธ์ ดุษฎีนิพนธ์ และระบุที่อยู่หรือหน่วยงานสังกัด (มหาวิทยาลัย / คณะ / สาขา) ของผู้เขียน ขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งขอบกระดาษด้านขวาได้ชื่อผู้เขียน

- บทความวิชาการให้เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษก่อนนำเสนอเนื้อหา

- บทความและมีการกำหนดคำสำคัญไม่เกิน 5 คำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การเรียงหัวข้อของเนื้อเรื่องให้พิจารณา ตามความเหมาะสม

- บทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) ใช้อักษรตัวตรง ความยาวไม่ควรเกิน 250 คำ หรือ 15 บรรทัด

- หัวข้อเรื่อง ขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งติดขอบกระดาษด้านซ้าย

- หัวข้อย่อย ขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา ระบุหมายเลขหน้าหัวข้อย่อยโดยเรียงตามลำดับหมายเลขตำแหน่งเว้น 1 Tab (0.5 นิ้ว) จากขอบกระดาษด้านซ้าย

- เนื้อหา ขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ และพิมพ์ให้ติดขอบทั้งสองด้าน

- จำนวนหน้าต้นฉบับ ควรมีความยาวระหว่าง 15-25 หน้า

3. การเรียงลำดับ

รูปแบบของรายงานการวิจัย ควรเรียงลำดับเรื่องดังนี้

- บทคัดย่อภาษาไทย /ภาษาอังกฤษ
- คำสำคัญภาษาไทย 2-5 คำ / ภาษาอังกฤษ
- ที่มาและความสำคัญของปัญหา
- วัตถุประสงค์ของการวิจัย
- กรอบแนวคิดและ สมมติฐาน (ถ้ามี)
- วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
- วิธีการดำเนินการวิจัย
- ผลการวิจัย เสนอให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย แต่ไม่ใช่สรุปเป็นข้อๆ
- ใช้ตารางเมื่อจำเป็นคำอธิบายตารางเสนอเฉพาะที่ต้องการชี้ประเด็นสำคัญ
- สรุปและอภิปรายผล เสนอเป็นความเรียง ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของผลที่ได้กับกรอบแนวคิดและงานวิจัยที่ผ่านมา ไม่ควรอภิปรายตามสมมติฐานเป็นข้อๆ แต่ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของตัวแปรที่ใช้ศึกษาทั้งหมด
- ข้อเสนอแนะและแนวทางการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์
- เชิงอรรถ/เอกสารอ้างอิง/ บรรณานุกรม

4. ภาพประกอบ

ผู้เขียนสามารถวางภาพประกอบแทรกไว้ในเนื้อหา โดยขึ้นบรรทัดใหม่และจัดวางภาพไว้ได้ข้อความที่เกี่ยวข้อง และมีคำบรรยายได้ภาพ การบรรยายภาพให้พิมพ์ได้ภาพ หากเป็นภาพที่มีลิขสิทธิ์(เช่น จากหนังสือวารสารต่างๆ เป็นต้น) ต้องได้รับการอนุญาตก่อน และต้องมีการอ้างอิง reference ด้วยโดยระบุดังนี้ ตามรูปแบบ ดังนี้

ภาพที่ 1 :

(ที่มา : ชื่อ และ พ.ศ.)

ให้ใช้คำว่า ภาพที่ 1 โดยเป็นตัวหนา ตามด้วยเครื่องหมายทวิภาค (:) และข้อความบรรยายภาพ บรรทัดต่อมาเป็นที่มาของภาพ โดยระบุ แหล่งที่มา และปี พ.ศ.ไฟล์ภาพที่ส่งมาจะเป็นสีหรือขาวดำ ก็ได้ แต่ภาพในวารสารที่ตีพิมพ์แล้วจะเป็นภาพขาวดำ เท่านั้น โดยให้ส่งเป็นไฟล์ภาพนามสกุล .jpg, jpeg หรือ RAW หรือ TIFF ความละเอียด โดยปรับขนาดของไฟล์รูป ไม่ควรต่ำกว่า 300 Pixel/High Resolution ขนาดไฟล์ไม่ต่ำกว่า 500 KB โดยต้องระบุชื่อภาพ ให้ตรงกับลำดับภาพที่แทรกไว้ในข้อมูลเนื้อหา

5. การอ้างอิงเอกสาร

ในเนื้อเรื่อง ใช้ระบบนาม ปี เป็นการอ้างอิงที่อยู่รวมกันกับเนื้อหาไม่แยกส่วน โดยอาจเขียนชื่อผู้แต่งที่ใช้อ้างอิงให้กลมกลืนไปกับเนื้อหาหรือจะแยกใส่ในวงเล็บท้ายข้อความอ้างอิงก็ได้

1. นามของผู้เขียนและการอ้างอิงที่เป็นตัวเลข
 - นามของผู้เขียนภาษาไทย ให้เขียนชื่อ และให้ใช้พุทธศักราช ตัวเลขหน้าเป็นเลขอารบิกทั้งหมด เช่น
 - พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543, 48) กล่าวว่า.....(ในการกล่าวถึงผู้เขียนครั้งแรก) หรือ (พวงรัตน์, 2527, 48) กล่าวว่า..... (ในการกล่าวถึงผู้เขียนครั้งต่อมา) หรือ (พวงรัตน์, 2527, 48) (ตามหลังข้อความที่อ้างอิงถึง)
 - ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีของ เบสต์ ที่กล่าวไว้ว่าการแปลความหมายระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (Best, 1986 อ้างถึงใน พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543, 48)
 - การผสมผสานระหว่างรูปแบบชิ้นส่วนแต่ละชิ้นในจินตนาการ ให้เกิดรูปลักษณะใหม่ที่ยังคงความรู้สึกถึงประโยชน์ในการประดับตกแต่งตัวอาคาร (นวนน้อย บุญวงษ์, 2539, 59)
 - นามของผู้เขียนภาษาต่างประเทศ ให้เขียนเฉพาะนามสกุล (last name) ให้ใช้คริสต์ศักราช และเลขหน้าเป็นเลขอารบิก ทั้งหมด เช่น
 - Smith and Thomas (1989, 38-42) introduced.....หรือ(Smith and Thomas 1989, 38-42)
2. เรื่องที่มีผู้เขียนมากกว่า 3 คนขึ้นไป
 - ภาษาไทย ใช้ชื่อแรกแล้วตามด้วยคำว่า และคณะ แล้วจึงเป็น พุทธศักราชและเลขหน้า เช่น
 -(นวนน้อย บุญวงษ์ และคณะ 2539, 117-121)
 - ภาษาต่างประเทศ ใช้เฉพาะนามสกุลคนแรก แล้วตามด้วย et al. และ ค.ศ. เช่น
 -(Brown et al. 1978, 58)
3. ผู้เขียนเดียวกัน เสนอเอกสารปีเดียวกัน ให้กำกับตัวอักษรตามลำดับ เช่น ก, ข, ค,... A, B, C,... ต่อจากปีพิมพ์ เช่น
 - (ไพศาล เหล่าสุวรรณ และคณะ 2535ก, 199) หรือ (Brown1991A, 299)
4. กรณีไม่มีชื่อผู้แต่ง ผู้รวบรวม ผู้แปล หรือบรรณาธิการ ให้ลงรายการชื่อเรื่องแทนและใช้ตัวเอน เช่น
 - (ทัศนศิลป์ 2550, 15) เอกสารจากเว็บไซต์ เช่น หลักเกณฑ์การถอดอักษรไทยเป็นอักษรโรมันแบบถ่าย
 - เสียง (2542, ออนไลน์) หมายความว่า หรือ
 - (Therapeutic Goods Administration, online)

6. การเขียนบรรณานุกรม

เอกสารอ้างอิงทุกเรื่องที่ปรากฏในรายการอ้างอิงให้นำมาเขียนเป็นบรรณานุกรมทุกรายการ มีหลักเกณฑ์ดังนี้



6.1 จัดทำรายการสิ่งพิมพ์ภาษาไทยก่อน ตามด้วยรายการสิ่งพิมพ์ภาษาต่างประเทศ

6.2 การอ้างอิงที่เป็นตัวเลขใช้เลขอารบิกทุกกรณี

6.3. เรียงลำดับตามตัวอักษรของผู้แต่ง

- เขียนชื่อทุกคนที่ร่วมเขียนเอกสารภาษาไทย ให้เขียนชื่อ ทุกคนเรียงกันไป คั่นด้วยจุลภาค (,) คนสุดท้ายให้เชื่อมด้วย “และ” เช่น พวงรัตน์ ทวีรัตน์, จิตรแก้ว สว่างราช, และชูศักดิ์ เตชะณรงค์ .

- เอกสารที่มีผู้เขียนชุดเดียวกัน ให้เรียงลำดับตามปี จากปีที่พิมพ์ก่อน-ปีที่พิมพ์ หลังต่อๆ มา แต่หากเป็นปีเดียวกันให้ใส่ ก ข ค กำกับไว้ที่พุทธศักราช หรือ A B C กำกับไว้ที่คริสต์ศักราชโดยเรียง ตามลำดับของเล่มที่พิมพ์ก่อน-หลังและตามลำดับตัวอักษรของชื่อเรื่องสำหรับชื่อเรื่องให้ใช้ตัวเอน

- ชื่อผู้แต่งในรายการถัดจากรายการแรกให้แทนชื่อผู้เขียนด้วยการขีดเส้นใต้จำนวน 16 เคาะ (8 ตัวอักษร) ตามด้วยจุด (.)

6.4 บรรณานุกรมที่มีความยาวเกิน 1 บรรทัด ในการพิมพ์/เขียนบรรทัดที่ 2 ให้เยื้องเข้าประมาณ ½ นิ้ว เช่น

ตัวอย่างหนังสือผู้แต่งเป็นผู้เขียน

เสรี วงษ์มณฑา. (2540). ครอบครองเรื่องของการสื่อสารทางการตลาด . กรุงเทพฯ : วลีทัศน์พัฒนา.

ณรงค์ รัตน์ะ. (2528ก). การครอบครองและการรับรู้เทคโนโลยีในประเทศไทย.

กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยี กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และการพลังงาน.

_____. (2528ข). คู่มือการเจรจาและการทำข้อตกลงการถ่ายทอด

เทคโนโลยี. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยี กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการพลังงาน.

American Psychological Association. (2010). Publication manual of the American Psychological Association (6th ed.). Washington, DC: American Psychological Association.

ตัวอย่างหนังสือที่มีบรรณาธิการ

พิเชษฐ รุ่งลาวัลย์, บรรณาธิการ. (2553). คนละไม้คนละมือ. ราชบุรี: ศูนย์ประสานงาน ชมรมศิษย์เก่าสามเณรลัยแม่พระนิรมล.

Diener, H. C., &Wilkinson, M., Eds. (1988). Drug-induced headache. New York: Springerverlag.

6.5 ชื่อเรื่องหนังสือ ชื่อบทความ ชื่อวารสารภาษาต่างประเทศ ให้ขึ้นต้นด้วยอักษรตัวพิมพ์ใหญ่ทุกคำ ยกเว้นคำบุพบทและสันธาน

6.6 หากไม่ปรากฏปีที่พิมพ์ สำนักพิมพ์ ให้ใช้คำว่า ม.ป.ท. หรือ n.p. หากไม่ปรากฏปีที่พิมพ์ ให้ใช้คำว่า ม.ป.ป. หรือ N.d.

6.7 ในกรณีไม่มีชื่อผู้แต่ง ผู้รวบรวม ผู้แปล หรือบรรณาธิการ ให้ลงรายการชื่อเรื่องแทน

6.7 ลำดับการเขียนและเครื่องหมายวรรคตอนให้ใช้ดังนี้

หนังสือ : ผู้เขียน./ปี./ชื่อหนังสือ./ชื่อเมือง:/สำนักพิมพ์.

ณรงค์ รัตนะ. (2530). เทคโนโลยีโลหะอุตสาหกรรมการหล่อ. กรุงเทพมหานคร

: ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยี กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและการพลังงาน.

Wyatt, David K. 1984. Thailand: A Short History. New Haven: Yale University Press.

การเขียนอ้างอิงจากปริญญาพนธ์/ วิทยานิพนธ์

ผู้เขียน./ปี./ชื่อเรื่อง./วิทยานิพนธ์ ชื่อปริญญา ชื่อคณะ ชื่อมหาวิทยาลัย หรือสถาบัน

โกเมศ คันธิก (2557). การออกแบบบล็อกผนังเครื่องเคลือบดินเผาด้วยเรื่องราวจากทะเล. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบ, คณะศิลปกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา

การเขียนบรรณานุกรมบทความในวารสาร

ผู้เขียน./ปี./"ชื่อเรื่อง."/ชื่อวารสาร เลขปีที่/ฉบับที่/(เดือน)/เลขหน้า.

นวลพรรณ อ่อนน้อม. (2557). การพัฒนางานออกแบบเพื่อบูรณาด้านแนวคิด.

วารสาร คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 22(2), 1-14.

การเขียนบรรณานุกรมเอกสารการประชุมวิชาการหรือการสัมมนาทางวิชาการ

ผู้เขียน./ปี./"ชื่อเรื่อง."/ใน ชื่อสัมมนา วัน สัมมนา./สถานที่:หน่วยงานที่จัด

วสันต์ ศรีสวัสดิ์. (2551). "ความสัมพันธ์ระหว่างงานออกแบบและองค์ประกอบในงาน

ศิลปกรรม." ใน การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชชนกวิทย์ วิชาการและวิจัย ครั้งที่ 3 วันที่ 25-26 เมษายน 2556. ฉะเชิงเทรา: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.

การเขียนบรรณานุกรมจากเว็บไซต์

ผู้เขียน./ปี(ที่บันทึกข้อมูล/หรือปีที่ค้นข้อมูล)/ชื่อเรื่อง./หน่วยงานเจ้าของเว็บไซต์,/URL/(สืบค้นวันที่ เดือน ปี ภาษาไทย) (accessed เดือน วันที่, ปี ภาษาต่างประเทศ)



สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2554).แผน
พัฒนาสังคมและวัฒนธรรมแห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ.2550 – 2554). สืบค้นวันที่
29 มกราคม 2554, จาก <http://www.idd.go>.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2555). สถิติการส่งออก
(Export)ข้าวหอมมะลิ: ปริมาณและมูลค่าการส่งออกรายเดือน. สืบค้นวันที่ 30
สิงหาคม 2557,จาก[http://www.oae.go.th/oae_report/export_import/ex](http://www.oae.go.th/oae_report/export_import/export_result.php)
[port_result.php](http://www.oae.go.th/oae_report/export_import/export_result.php)

ลิขสิทธิ์

ต้นฉบับที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารศิลปกรรมบูรพา (Burapha Arts Journal)
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ห้ามนำ
ข้อความทั้งหมดหรือบางส่วนไปพิมพ์ซ้ำเว้นเสียแต่ว่าจะได้รับอนุญาตจากมหาวิทยาลัยฯ เป็น
ลายลักษณ์อักษร

ความรับผิดชอบ

เนื้อหาต้นฉบับที่ปรากฏในวารสารเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียน ทั้งนี้ไม่รวมความผิดพลาด
อันเกิดจากเทคนิคการพิมพ์

การพิจารณาบทความ

1. กองบรรณาธิการ จะทำหน้าที่พิจารณาค้นกรองบทความและจะแจ้งผลการพิจารณา
ให้ผู้ส่งบทความทราบภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับบทความ ทั้งนี้กองบรรณาธิการฝ่ายประสาน
งานจะทำหน้าที่ประสานงานกับผู้ส่งบทความในทุกขั้นตอน

2. ฝ่ายประสานงานจะดำเนินการจัดรูปแบบของบทความให้เป็นระบบเดียวกันทุก
บทความก่อนนำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ (peer review) พิจารณา จากนั้น จึงส่งบทความที่ได้รับการ
พิจารณาในเบื้องต้นให้กับผู้ทรงคุณวุฒิ (peer review) จำนวน 2 ท่าน เป็นผู้พิจารณาให้ความเห็น
ชอบในการตีพิมพ์เผยแพร่บทความ โดยใช้เวลาพิจารณาแต่ละบทความไม่เกิน 1 เดือน

ผลการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิดังกล่าวถือเป็นสิ้นสุด จากนั้น จึงส่งผลการพิจารณาของ
ผู้ทรงคุณวุฒิให้ผู้ส่งบทความ หากมีการแก้ไขหรือปรับปรุงให้ผู้ส่งบทความแก้ไขและนำส่ง
กองบรรณาธิการภายในระยะเวลา 1 เดือนนับตั้งแต่วันที่ได้รับผลการพิจารณา

3. ฝ่ายประสานงานนำบทความที่ผ่านการพิจารณาและแก้ไขแล้ว เข้าสู่กระบวนการเรียบ
เรียงพิมพ์และการตีพิมพ์โดยใช้ระยะเวลาดำเนินการประมาณ 2-3 เดือน

4. ผู้ส่งบทความจะได้รับ “วารสารศิลปกรรมบูรพา” จำนวน 2 เล่มเป็นการตอบแทน
ภายใน 1 เดือนนับตั้งแต่วารสารศิลปกรรมบูรพาได้รับการเผยแพร่การส่งต้นฉบับ

การจัดส่งทางไปรษณีย์

ผู้เขียนต้องนำส่งเอกสารต้นฉบับในรูปแบบไฟล์ Word พร้อมแผ่น CD ตามข้อกำหนดของรูปแบบวารสาร จำนวน 3 ชุด ส่งด้วยตนเอง หรือทางไปรษณีย์ลงทะเบียนมาที่

บรรณาธิการวารสารศิลปกรรมบูรพา (Burapha Arts Journal)

สำนักงานคณบดี

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา 169 ถนนลงหาดบางแสน

ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

โทรศัพท์. 038 102 222, 038 391 042 ต่อ 2510, 2511, 2516

โทรสาร 038 391042

การส่งทางออนไลน์

website : www.journal.fineartbuu.org

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/buraphaJ/index>



แบบฟอร์มนำส่งบทความเพื่อพิมพ์เผยแพร่ใน
วารสารศิลปกรรมบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพา
(ส่งพร้อมกับบทความ)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เรียน บรรณาธิการวารสารศิลปกรรมบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพา

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....

(Mr./Mrs./Ms.).....

คุณวุฒิสูงสุด และสถานศึกษา.....

ตำแหน่ง/ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี)

ชื่อหน่วยงาน/สถาบันที่ทำงาน.....

ขอส่ง ☐ บทความจากงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ ☐ บทความวิชาการ
☐ บทความปริทัศน์ (review article) ☐ บทวิจารณ์หนังสือ (book review)

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย)

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ)

คำสำคัญ (ภาษาไทย)

Keyword (ภาษาอังกฤษ).....

ที่อยู่สามารถติดต่อได้สะดวก.....หมู่ที่.....ซอย.....ถนน.....

ตำบล/แขวง.....อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....

รหัสไปรษณีย์.....โทรศัพท์.....โทรศัพท์มือถือ.....

โทรสาร.....

E-mail.....

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้

- ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าเพียงผู้เดียว
☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ที่เราขอในบทความ

บทความนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน และจะไม่นำไปเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นๆ อีก นับจากวันที่ข้าพเจ้าได้ส่งบทความฉบับนี้มายังกองบรรณาธิการวารสารศิลปกรรมบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพา

ลงนาม.....

(.....)

ข้อมูลผู้ร่วมเขียนบทความ

(ส่งแนบพร้อมกับบทความ)

ผู้ร่วมเขียนบทความคนที่ 1

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....

(Mr./Mrs./Ms.).....

คุณวุฒิสูงสุด และสถานศึกษา.....

ตำแหน่ง/ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี)

ชื่อหน่วยงาน/สถาบันที่ทำงาน.....

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก..... หมู่ที่..... ซอย.....

ถนน..... ตำบล/แขวง..... อำเภอ/เขต..... จังหวัด.....

รหัสไปรษณีย์..... โทรศัพท์..... โทรศัพท์มือถือ.....

โทรสาร..... Email.....

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าในฐานะผู้ร่วมวิจัยและร่วมเขียนบทความจากงานวิจัย(กรณีที่เป็นบทความจากงานวิจัย)☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าในฐานะผู้ร่วมเขียนบทความ

ผู้ร่วมเขียนบทความคนที่ 2

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....

(Mr./Mrs./Ms.).....

คุณวุฒิสูงสุด และสถานศึกษา.....

ตำแหน่ง/ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี)

ชื่อหน่วยงาน/สถาบันที่ทำงาน.....

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก..... หมู่ที่..... ซอย.....

ถนน..... ตำบล/แขวง..... อำเภอ/เขต..... จังหวัด.....

รหัสไปรษณีย์..... โทรศัพท์..... โทรศัพท์มือถือ.....

โทรสาร..... Email.....

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าในฐานะผู้ร่วมวิจัยและร่วมเขียนบทความจากงานวิจัย(กรณีที่เป็นบทความจากงานวิจัย)☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าในฐานะผู้ร่วมเขียนบทความ

หมายเหตุ : ถ้ามีผู้เขียนบทความมากกว่า 2 ท่าน กรุณากรอกรายละเอียดของผู้เขียนบทความร่วมท่านอื่น ๆ ด้วย

