JAD

JOURNAL of ASIA ARTS and DESIGN

วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2564
Vol. 2 No. 2 July – December 2021
ISSN : 2730-213X (Print) ISSN : 2730-3381 (Online)

JOURNAL of ASIA ARTS and DESIGN

วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2564

ISSN : 2730-213X (Print)

ISSN : 2730-3381 (Online)

JOURNAL of ASIA ARTS and DESIGN

วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย (JAAD)
ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2564

JOURNAL of ASIA ARTS and DESIGN
Vol. 2 NO. 2 July – December 2021

ISSN : 2730-213X (Print)
ISSN : 2730-3381 (Online)

เจ้าของ : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
จัดรูปเล่ม ออกแบบปก : มาริญา ทรงปัญญา
จำนวนการจัดพิมพ์ : จำนวน 200 เล่ม
สถานที่พิมพ์ : โรงพิมพ์บ้านเหล่า 333 ถ.บ้านเหล่า ต.หมากแข้ง
อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000 โทร. 042-325938
เว็บไซต์วารสาร : https://so01.tci-thaijo.org/index.php/jaad/index

วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย (JAAD)
JOURNAL of ASIA ARTS and DESIGN

ที่ปรึกษา
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ประธานศูนย์ออกแบบสร้างสรรค์ผ้าและสิ่งทอ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บรรณาธิการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระยุทธ์ เพ็งชัย

กองบรรณาธิการภายใน
รองศาสตราจารย์ ดร.สุกิจ พลประถม
รองศาสตราจารย์นาวา วงษ์พรม
รองศาสตราจารย์พฤษมงคล จุลพูล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนิษฐา เรืองวรรณศักดิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐภรณ์ เสารยะวิเศษ
ดร.ศิลปชัย เจริญ
ดร.สุภัทรา วันเพ็ญ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิทธิพล สิงห์คำ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิงขร ภักดี

ผู้ช่วยกองบรรณาธิการ Assistant Editor
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ราชวิทย์ ทิพย์เสนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เรืองศักดิ์ ปัดถาวะโร
อาจารย์มาริญา ทรงปัญญา
อาจารย์จุรีรัตน์ โยธะคง
อาจารย์ศักดิ์สิทธิ์ บัวคำ
อาจารย์อัมรินทร์ บุพศิริ
อาจารย์ขจรฤทธิ์ ศิริมาก
อาจารย์อโณทัย สิงห์คำ
อาจารย์นิติ นิมะลา
อาจารย์พรรษา แสนวัง
อาจารย์เอกพัน พิมพาที
อาจารย์พศิน เวียงแก้ว
อาจารย์ธิดารัตน์ ชุ่มจังหรีด

กองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ
พิจารณาบทความจากภายนอก

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ เสริมศักดิ์ นาคบัว	ศิลปินแห่งชาติ
ศาสตราจารย์ ดร.สามารถ จับโจร	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์ ดร.นิยม วงศ์พงษ์คำ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย สิงห์ยบุศย์	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รองศาสตราจารย์ ดร.สิงห์ อินทรชูโต	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.สันต์ สุวัจฉราภินันท์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตร อินทร์คง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ปรีชา ปั้นกล่ำ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤทธิ์ วัฒนภู	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุรินทร์ เปล่งดีสกุล	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนสิทธิ์ จันทะรี	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศาสตรา เหล่าอรรคะ	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา สาคร	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แข มังกรวงษ์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมพัทธ์ พัชรวิชญ์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต เหล่าวัฒนพงษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประชา พิจักขณา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธินี สุขกุล	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา ดูพันดุง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รจนา จันทราสา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.กิ่งกาญจน์ พิจักขณา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ดร.กนิษฐา พวงศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

ประจำปีที่ 2 ฉบับที่ 2
กรกฎาคม - ธันวาคม 2564

ศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย สิงห์ยบุศย์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
Professor Dr. Supachai singyabuth
Mahasarakham University

ศาสตราจารย์ ดร.สามารถ จับโจร
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
Professor Dr. Samart Jabjone
Nakhonratchasima Rajabhat University

รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง
Assoc. Prof. Dr. Songwut Eqwutvongsa
King Mongkut's University of Technology
Ladkrabang

รองช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง
มหาวิทยาลัยบูรพา
Assoc. Prof. Dr. Kriangsak Khiaomang
Burapha University

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศาสตรา เหล่าอรรคะ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
Asst. Prof. Dr. Sastra Laoakka
Mahasarakham University

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤทธิ์ วัฒนภู
มหาวิทยาลัยบูรพา
Assoc. Prof. Dr. Narit Vadhanabhu
Burapha University

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนสิทธิ์ จันทะรี
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
Asst. Prof. Dr. Thanasit Chantaree
Khon Kaen University

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แข มังกรวงษ์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง
Asst. Prof. Dr. Khae Mungkornwong
King Mongkut's University of Technology
Ladkrabang

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต เหล่าวัฒนพงษ์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Asst. Prof. Dr. Sathit Laowattanaphong
Rajamangala University of Technology
Phra NaKhon, Thailand.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระยุทธ์ เพ็งชัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
Asst. Prof. Dr. Teerayut Pengchai
Udon Thani Rajabhat University, Thailand

ดร.กิตติ์ธนัตถ์ ญาณพิสิษฐ์
มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
Dr.Kittanut Yanpisit
Kalasin University, Thailand

ดร.กฤษณ์ วิไลโอฬาร
มหาวิทยาลัยราชมงคลอีสาน
Dr.Krid Wilaiolarn, Rajamangala University
of Technology Isan, Thailand.

เกี่ยวกับวารสาร
และข้อแนะนำการตีพิมพ์

1. นโยบายและขอบเขตการตีพิมพ์ (Focus and Scope)

วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย : JOURNAL of ASIA ARTS and DESIGN (JAAD) เป็นวารสารที่เผยแพร่ผลงานทางวิชาการและงานวิจัยทางด้านศิลปกรรมและการออกแบบ เพื่อให้เป็นสื่อกลางในการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานศิลปกรรมและการออกแบบของนักศึกษา คณาจารย์ นักวิชาการและส่วนเกี่ยวข้อง เป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ การวิจัยและผลงานสร้างสรรค์ด้านศิลปะและด้านนวัตกรรมการออกแบบที่มีมาตรฐานและได้รับการยอมรับในวงกว้างทั้งในระดับชาติและนานาชาติ และเป็นพื้นที่สำหรับนักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการอิสระ ได้นำเสนอผลงานการศึกษาค้นคว้าและการสร้างสรรค์ทางศิลปกรรมและผลงานการประดิษฐ์สร้างสรรค์สู่สาธารณชน เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ในวงกว้าง โดยวารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย (JAAD) รับพิจารณาตีพิมพ์รายงานการวิจัย (original research paper) การวิจัยเชิงอธิบาย (expository research) บทความวิชาการ (Academic article) การวิจัยเชิงสำรวจ (survey article) บันทึกการวิจัย (research note) ในสาขาวิชาต่างๆ ดังนี้

1) ด้านศิลปกรรม

1.1) กลุ่มสาขาวิชาทัศนศิลป์ ได้แก่ สาขาวิชาทัศนศิลป์, สาขาวิชาจิตรกรรม, สาขาวิชาประติมากรรม, สาขาวิชาภาพพิมพ์, สาขาวิชาศิลปะไทย, สาขาวิชาศิลปะสื่อผสม และสาขาวิชาทัศนศิลป์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.2) กลุ่มสาขาวิชาศิลปะการแสดง ได้แก่ สาขาวิชาศิลปะการแสดง, สาขาวิชาการละคร, สาขาวิชานาฏศิลป์, สาขาวิชานาฏกรรมไทย และสาขาวิชาศิลปะการแสดงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.3) กลุ่มวิชาดุริยางคศิลป์ ได้แก่ สาขาวิชาดุริยางคศิลป์, สาขาวิชาคีตศิลป์, สาขาวิชาดนตรีไทย, สาขาวิชาดนตรี, และสาขาวิชาดุริยางคศิลป์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) ด้านการออกแบบ

กลุ่มสาขาวิชาออกแบบ ได้แก่ สาขาวิชาออกแบบอุตสาหกรรม, สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์, สาขาวิชาออกแบบกราฟิก, สาขาวิชาออกแบบมัลติมีเดีย, สาขาวิชาออกแบบเครื่องปั้นดินเผา, สาขาวิชาออกแบบสิ่งทอและแฟชั่น, สาขาวิชาออกแบบเครื่องเรือน, สาขาวิชาออกแบบเครื่องประดับ, สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์ และสาขาวิชาออกแบบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. เกณฑ์และกระบวนการเผยแพร่บทความ (Peer Review Process)

ทุกบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย (JAAD) ต้องเป็นบทความที่ยังไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ใดมาก่อนทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ และจะต้องผ่านกระบวนการการพิจารณาคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 2 ท่าน โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แต่งไม่ทราบชื่อกันและกัน (Double-blind review)

3. ภาษาที่รับตีพิมพ์ (Language)

ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ

4. กำหนดการเผยแพร่ (Publication Frequency)

กำหนดตีพิมพ์ 2 ฉบับต่อปี ในช่วงระยะเวลาดังนี้ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน และฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

5. การส่งบทความพิจารณาตีพิมพ์ (Publisher)

1. การส่งบทความเพื่อพิจารณาผู้เขียนบทความวิจัยหรือบทความวิชาการได้ตลอดเวลา โดยต้องส่งบทความต้นฉบับ (Manuscript) ในระบบลงทะเบียนวารสารออนไลน์ที่ https://so01.tci-thaijo.org/index.php/jaad/index
2. ผู้เขียนต้องใช้รูปแบบฟอร์ม (Format) ตามที่วารสารกำหนดในการจัดทำต้นฉบับของบทความรวมถึงรูปแบบการอ้างอิงเนื้อหา ภาพและตาราง
3. การพิจารณาบทความโดยกองบรรณาธิการเมื่อได้รับบทความแล้ว โดยพิจารณาเบื้องต้นในกรอบขอบข่ายของบทอยู่ในกลุ่มของศิลปกรรมและการออกแบบหรือไม่ โดยถ้าอยู่ในขอบข่ายของวารสารจะเข้ากระบวนการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จำนวน 2 ท่าน แล้วจึงจะแจ้งผลให้ผู้เขียนทราบผลการพิจารณา และแจ้งให้ผู้เขียนปรับปรุง (ในกรณีที่มีการปรับแก้) ระยะเวลา 1 - 4 สัปดาห์

ข้อความทุกข้อความที่ปรากฏในเนื้อหาบทความซึ่งตีพิมพ์ในวารสารวิชาการเล่มนี้ เป็นความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความแต่ละท่าน ไม่ใช่ข้อคิดเห็นและความรับผิดชอบของบรรณาธิการ กองบรรณาธิการและคณะผู้จัดทำ

บทบรรณาธิการ

วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย (JAAD) ฉบับที่ 4 มีบทความวิจัยและบทความทางวิชาการจำนวน 6 เรื่อง ซึ่งในฉบับนี้มีบทความวิจัยที่นำเอาสถานการณ์ของไวรัสโควิด-19 มาประยุกต์ใช้สร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และการออกแบบกราฟิกได้อย่างน่าสนใจ ซึ่งเป็นความมุ่งหวังในการอยู่กับวิกฤตการระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ยังคงรุนแรงในบริบทของการใช้ชีวิตแบบปกติใหม่หรือ New Normal โดยเรื่องแรกคือ แรงบันดาลใจจากโควิด-19 สู่การออกแบบลวดลายและผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ เป็นการศึกษาและนำเอารูปแบบลักษณะของตัวไวรัสโควิด-19 มาสร้างสรรค์ลวดลายมัดย้อมที่สวยงามมีมูลค่าและสามารถทำได้จริงที่บ้านโดยไม่ต้องไปเสี่ยงต่อการระบาดภายนอกบ้าน อีกเรื่องคือการออกแบบกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับผู้สูงอายุเป็นการใช้รูปแบบกราฟิกเพื่อสื่อสารให้ความรู้เรื่องไวรัสโควิด-19 แก่ผู้สูงอายุให้เข้าใจได้โดยง่าย ส่วนเรื่องที่สามการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี ซึ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนกับนักออกแบบรุ่นใหม่เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตรงตามที่ชุมชนต้องการและสามารถจำหน่ายได้ เรื่องที่สี่เป็นการศึกษาวิจัยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์บ้านสิงห์สะอาด ตำบลสหัสขันธ์ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยเป็นการช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีศักยภาพมากขึ้นด้วยการปพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าให้ทันสมัย จดจำง่าย เรื่องที่ห้าเรื่องจิตรกรรมสีน้ำมันแนวเหนือจริง: การเดินทางแห่งจินตนาการของฉัน เป็นการสร้างสรรค์งานจิตรกรรมโดยเน้นการวิเคราะห์แนวคิดแรงบันดาลมาสร้างสรรค์ให้เกิดรูปแบบงานจิตรกรรมที่มีเอกลักษณ์ ส่วนเรื่องสุดท้ายเรื่องการออกแบบและและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัม บ้านแม่เลย อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการเข้าไปช่วยแก้ปัญหาให้กับสินค้าชุมชนด้วยการพัฒนารูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยขึ้นมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

ในการดำเนินงานเพื่อจัดทำวารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย (JAAD) ได้รับความเอื้อเฟื้อจากผู้ทรงคุณวุฒิจากหลากหลายสถาบันรวมถึงนักวิชาการทั้งจากภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเนื้อหาภายในวารสารเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจด้านศิลปกรรมและการออกแบบ ซึ่งกองบรรณาธิการจะพัฒนาคุณภาพวารสารให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระยุทธ์ เพ็งชัย
บรรณาธิการ

JAD
JOURNAL of ASIA ARTS and DESIGN
วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย
JOURNAL of ASIA ARTS and DESIGN
ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2564

สารบัญ

บทความวิจัย

แรงบันดาลใจจากโควิด-19 สู่การออกแบบลวดลายและผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ *13*
The inspiration from Covid-19 Virus conduce to the Pattern and Product Design of the Natural Tie Dye fabric
ปรียาภรณ์ ถิตย์ประเสริฐ, กนิษฐา เรืองวรรณศักดิ์, เอกพันธ์ พิมพาที
Preeyaporn Thitprasert, Kanittha Ruangwanasak, Aekpun Pimpatee

การออกแบบกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับผู้สูงอายุ *37*
An Information Graphic Design on The COVID – 19 Disease For The Elder
วนาลี อัครพราหมณ์, มาริญา ทรงปัญญา Wanaree Akaraparm, Mariya Songpanya

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี *64*
The Souvenir Product Design of Muang Phan Community, Ban Phue District, Udonthani Province
รภีพรรณ ดินโคกสูง, เมธัส นวลมณี, พีรพงษ์ รูปสม, วัชระ ดรจ้ำ, อิทธิพร แสงศิลา, พงศกร ควรกล้า, พฤฒิชัย สาลี, ปริญญา ศรีกาหลง, ตรินติกร เพียอินทร์, กนิษฐา เรืองวรรณศักดิ์
Raphiphan Dinkhoksung , Methat Nuanmani , Phiraphong Rupsom , Watchara Doncham , Itthiphon Saengsila , Phongsakon Khuankla , Phruetthichai Sali , Parinya Sikalong , Tarintikon Phiain , Kanittha Ruangwanasak

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์บ้านสิงห์สะอาด ตำบลสหัสขันธ์ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ *93*
The Development of Packaging and Branding Design for Khit Dinosaur Fabric Product, Ban sing Sa-At, Sahatsakhan Sub – District Sahatsakhan District, Kalasin Province
จินทพัฒน์ วศินชุติวัต, กฤษฎา ดูพันดุง
Jinthaphat Wasinchutiwat, Krissada Dupandung

จิตรกรรมสีน้ำมันแนวเหนือจริง: การเดินทางแห่งจินตนาการของฉัน *111*
Surrealism Oil Painting: My fantasy journey
นันทกร วงค์ษา, กนิษฐา พวงศรี Nuntakorn Wongsa, Kanittha Puangsri

การออกแบบและและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัม บ้านแม่เลย อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ *123*
A Design and development of Assam tea shoot packaging Ban Mae Loei, Samoeng District, Chiang Mai Province
ณัฐพงษ์ เป็งมล, เจษฎาพล กิตติพัฒนวิทย์, นภมิทร์ ศักดิ์สง่า
Natthaphong Pengmon, Jetsadapol kittipattanawit, Napamin saksanga

แรงบันดาลใจจากโควิด-19 สู่การออกแบบลวดลายและผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ

The inspiration from Covid-19 Virus conduce to the Pattern and Product Design of the Natural Tie Dye fabric.

ปรียาภรณ์ ถิตย์ประเสริฐ, กนิษฐา เรืองวรรณศักดิ์, เอกพันธ์ พิมพาที

Preeyaporn Thitprasert, Kanittha Ruangwanasak,
Aekpun Pimpatee
Ladytikz@gmail.com

สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
Program Product Design, Udon Thani Rajabhat University

บทคัดย่อ

แรงบันดาลใจจากโควิด-19 สู่การออกแบบลวดลายและผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ วัตถุประสงค์ 1) ศึกษาลักษณะโครงสร้างของไวรัสโคโรนาเพื่อเป็นแนวทางในการถอดแบบลวดลาย 2) เพื่อออกแบบลวดลายผ้าจากโครงสร้างของไวรัสโคโรนาโดยใช้กรรมวิธีมัดย้อมสีธรรมชาติสู่แนวทางแฟชั่นนิวนอร์มอล (New normal) รูปแบบชุดสำเร็จรูป (Reay to Wear) 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์แฟชั่นนิวนอร์มอล (New normal)การดำเนินงานวิจัย สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทางการแพทย์เกี่ยวกับโควิด-19 (COVID-19)ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลายและการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย และผู้เชี่ยวชาญด้านการย้อมสีธรรมชาติและประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มสตรีวัยรุ่น อายุ 16-23 ปี จำนวน 100 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ไวรัสโคโรนาไม่มีสี สีที่เห็นเกิดจากการย้อมขึ้นมาเองมองเห็นได้ผ่านกล้องจุลทรรศน์อิเลกตรอน (Electron Microscope, EM) สีของไวรัสจึงไม่ได้มีการแปรผันที่แน่นอนและชัดเจน รูปร่างรูปทรงมีลักษณะเด่นเป็นวงกลมหรือวงรี มีปุ่มยื่นออกมารอบๆตัว 2) ออกแบบและสร้างลวดลายด้วยกรรมวิธีมัดย้อมชิโบริ (Shibori) ย้อมด้วยสีธรรมชาติจากคราม ดาวเรือง และฝางออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์ตรีท(Street style) จำนวน 5 ชุด ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย กระเป๋า หมวก และหน้ากากอนามัย 3) ผลการประเมินความพึงใจด้านลวดลาย อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ด้านประโยชน์การใช้สอย อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) ด้านคุณค่าและความงามอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) และด้านการนำไปใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28)

คำสำคัญ: โควิด-19, ลวดลายผ้า, ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ, แฟชั่นนิวนอร์มอล

Abstract

The inspiration from Covid-19 Virus conduce to the pattern and product design of the natural tie dye fabric for the purpose of 1) to study structure characteristic of Covid-19 Virus in order to duplicate the pattern guideline, 2) to design the pattern from the structure of Covid-19 Virus by making fabric with natural dye tied to the new normal fashion style with Ready to wear and 3) to evaluate the satisfaction from the target group towards to the new normal fashion product. The methodology, interviewing the expert in the medical about Covid-19 Virus, the expert in the pattern design and the apparel product design and the expert in the natural dye and evaluating the satisfaction from 100 teenager girls customer age 16-23 years. Results found 1) Corona Virus is colorless, able be visible through the Electron Microscope (EM) by dyeing method, the color ofthe virus have not been variable and clearly, the shape of virus have a dominant feature with spherical or oval and having many spikes on the surface structure, 2) the pattern and design by Shibori tie dye technique, dyeing with the natural color from the indigo, the marigold and the sappanwood, the apparel design with street style with 5 sets consists of the bag, the cap and face mark and 3) the result of satisfaction evaluation in terms of pattern was at the high level (mean=3.76), in terms of the utility was at a high level (mean=4.20), in terms of the value and beauty was at a high level (mean=4.20) and ability to usefulness was at a high level (mean=4.28)

Keyword : Covid -19 Virus, Pattern fabric, Natural Tie Dye Fabric, New Normal Fashion

บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่เกิดการแพร่ระบาดไปทั่วโลก (กรมควบคุมโลก, 2563 : ออนไลน์) เริ่มต้นที่ประเทศจีน ตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม 2562 ต่อมาได้พบผู้ป่วยยืนยันในหลายประเทศทั่วโลก วันที่ 11 มีนาคม 2563 องค์การอนามัยโลกประกาศโรคโควิด-19(COVID-19)ระบาดใหญ่ (Pandemic) มีจำนวนผู้ป่วย และผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก อย่างรวดเร็ว การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรน่าสายพันธุ์ใหม่ 2019 อาจส่งผลกระทบเป็นระยะเวลายาวนานอย่างน้อย 6 เดือนไปจนถึง 1 ปี สถานการณ์ในครั้งนี้ส่งผลให้ผู้คนต่างต้องปรับตัว จึงเกิดปรากฏการณ์ นิวนอร์มอล (New normal) หรือ ความปกติในรูปแบบใหม่ขึ้น ผู้คนมีการใช้ชีวิตบนโลกออนไลน์ ซื้อสินค้าทางออนไลน์ และอยู่บ้านมากขึ้น มีมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม ล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพื้นที่สาธารณะ สวมหน้ากากอนามัย ส่งผลให้เกิดแฟชั่นหน้ากากอนามัยขึ้น เพราะหน้ากากอนามัยได้กลายเป็นอุปกรณ์สำคัญในชีวิตประจำวัน

คลังความรู้สุขภาพกระทรวงสาธารณสุข (2563 : ออนไลน์) ได้ให้ความรู้เกี่ยวกับโควิด-19 (COVID-19) ดังนี้ เชื้อโควิด-19 (COVID-19) สามารถแพร่กระจายเข้าสู่ระบบทางเดินหายใจ (Respiratory transmission) ได้จากการสูดเอาฝอยละอองของเชื้อ (Droplet) ที่มีอนุภาค 5-10 ไมครอน ที่มีอยู่ในสารคัดหลั่ง เช่น น้ำมูก เสมหะ น้ำลาย ของผู้ที่มีเชื้อ โดยฝอยละอองนี้จะสามารถแพร่จากการอยู่ใกล้ๆ ผู้ที่มีเชื้อ (ระยะ 1 เมตร) นอกจากนั้นเชื้อยังสามารถแพร่กระจายผ่านการสัมผัสสิ่งของที่ปนเปื้อนสารคัดหลั่งเหล่านั้นแล้วนำมาสัมผัสบริเวณ จมูก ปากและตา (Contact transmission) ด้วยโรคระบาดของไวรัสโคโรน่าสายพันธ์ใหม่ 2019 ที่เกิดขึ้น ผู้บริโภคหลายรายต่างใช้ชีวิตออนไลน์ ไม่นิยมเดินห้างสรรพสินค้าและตลาด ทำให้สินค้าที่มีอยู่หน้าร้านขาดช่องทางการขาย หลายชุมชนจึงประสบปัญหาการขาดรายได้จากสถานการณ์นี้เนื่องจากสินค้าที่มีอยู่ขายได้น้อยชิ้น จากชุมชนที่ทอผ้าขายและตัดเย็บเสื้อผ้าแปรรูป ต่างก็หันมาตัดเย็บหน้ากากอนามัยขาย เพราะหน้ากากอนามัยมีการซื้อขายได้ง่ายกว่าสินค้าชนิดอื่น และสามารถขายให้กับกลุ่มผู้บริโภคทุกวัยได้ เนื่องด้วยหลายชุมชนในจังหวัดอุดรธานี เป็นชุมชนที่มีการทอผ้าพื้นเมืองทำผ้ามัดหมี่ขายเป็นอาชีพหลักการผลิตผ้าทอแต่ละครั้งจะใช้ระยะเวลาในการผลิตนานและต้นทุนสูง สินค้าที่วางขายส่วนใหญ่จะเป็นผ้าทอ สินค้าที่มีลักษณะเป็นผ้าทอ

ลายพื้นเมืองนี้ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจะเป็นกลุ่มวัยทำงาน ข้าราชการ มีกำลังในการซื้อสูง ด้วยหน้าที่การงาน การออกงานทางสังคม ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นได้น้อย เนื่องจากไม่นิยมผ้าทอ และยังไม่มีชุมชนกลุ่มไหนที่มีการทำผ้ามัดย้อมสีจากธรรมชาติเป็นผลิตภัณฑ์จำหน่ายเพิ่มเติม

การมัดย้อม เป็นการมัด ผูก เย็บ หนีบ หรือเป็นการ “กันสี ” ในส่วนใดส่วนหนึ่งของผ้าที่ผู้ย้อมไม่ต้องการให้เกิดสีที่จะย้อมในครั้งนั้นๆ โดยใช้วัสดุต่างๆ เช่น เหรียญ เชือกปอ เชือกฟาง ไม้ หนีบ ด้าย หรือถุงพลาสติกมาเป็นวัสดุช่วยในการกันสีร่วมกับการม้วน พับ จับจีบ ขยำ หรือเย็บผ้าซึ่งจะให้ผลลัพธ์ของลายที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลวิธีในการออกแบบสี และการผสมผสานเทคนิคต่างๆ เข้าไว้ด้วยกันของผู้ย้อม โดยเรียกการสร้างลวดลายด้วยกรรมวิธีนี้ว่า “ผ้ามัดย้อม” (Bareo&isyss, 2563 : ออนไลน์) การมัดย้อมมีมาแต่อดีต รูปแบบมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเทคนิคของแต่ละบุคคล การมัดย้อมแบบชิโบริ (Shibori) เป็นวิธีการมัดย้อมที่ได้รับอิทธิพลมาจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งแปลว่า “การบีบ” หรือ “การกดรัด” เช่นเดียวกับการย้อมแบบกันสีทุกรูปแบบ มีการเพิ่มลวดลายลงในผ้าดิบที่เกิดการเปลี่ยนแปลงของการย้อมแบบกันสี สามารถทำได้โดยการใช้เทคนิคที่หลากหลาย แม้ว่างานฝีมือจะมีอายุหลายร้อยปี แต่ปัจจุบันยังคงได้รับความนิยมในตลาดทั่วโลก ช่างฝีมือชิโบริจะใช้ด้ายเพื่อแยกจุดเล็ก ๆ ที่ซ้ำ ๆ กันบนเนื้อผ้า หลังจากการย้อมจุดสีนี้ทำให้เกิดการออกแบบที่น่าดึงดูดซึ่งมักจะซับซ้อนและละเอียดกว่าการมัดย้อมสมัยใหม่ (Mandy Southan, 2552 : 36-61)

ผู้วิจัยเล็งเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นในสภาวะนิวนอร์มอล (New normal) นี้ ผู้บริโภคมีการใช้ชีวิตออนไลน์มากขึ้น ไม่นิยมเดินห้างสรรพสินค้าและตลาดตอบรับกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของวัยรุ่นสินค้าที่ชุมชนวางขายมีลักษณะเป็นผ้าทอพื้นเมือง โดยใช้เทคนิคการมัดหมี่เป็นส่วนใหญ่ ที่ใช้ระยะเวลาในการผลิตนานต้นทุนสูง ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมีราคาสูงด้วย ผู้บริโภคที่ซื้อส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยทำงาน ข้าราชการ ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นได้ เนื่องจากลวดลาย สีสันที่วัยรุ่นไม่ให้ความนิยม รวมถึงในช่วงสถานการณ์โควิด-19 (COVID-19) ส่งผลให้กลุ่มชุมชนไม่สามารถออกร้านจำหน่ายสินค้าทำให้ประสบปัญหาการขาดรายได้จากสถานการณ์นี้ไปด้วย ผู้วิจัยจึงเกิดแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้เพิ่มนำผลิตภัณฑ์ไปต่อยอดได้และเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นได้ด้วยการแปรรูปผ้าเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่เข้ากับ

สภาวะนิวนอร์มอล (New normal) โดยใช้กรรมวิธีมัดย้อมผ้าด้วยสีธรรมชาติการแพร่ระบาดของไวรัสครั้งนี้ทำให้ผู้คนหันมาใส่ใจกับเรื่องสุขภาพมากขึ้น จึงเลือกใช้สีที่ได้จากธรรมชาติปราศจากสารเคมี ตามหลักแนวทางการนวัตกรรมสิ่งทอสีเขียว (Eco-Innovation Textile) เป็นกระแสนิยมในปัจจุบันในการอนุรักษ์นิยมสิ่งแวดล้อม อันเป็นกระบวนการพัฒนาสิ่งทออย่างยั่งยืน (อานนท์ เศรษฐเกรียงไกร, มปป.: 58-61) และผ้ามัดย้อมมีกระบวนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน ใช้ต้นทุนไม่สูงมาก อีกทั้งการมัดย้อมแบบชิโบริจากการมัดลายที่ซ้ำไปมานี้มีความคล้ายคลึงกับการกระจายของเชื้อไวรัสโคโรน่าสายพันธ์ใหม่ 2019 ก่อให้เกิดลวดลายสวยงามมีเสน่ห์เฉพาะตน โดยใช้แรงบันดาลใจจากโควิด-19 (COVID-19) มาถอดแบบและสร้างลวดลายลงบนผืนผ้า ออกแบบผลิตภัณฑ์และเครื่องแต่งกายสตรีวัยรุ่น อายุระหว่าง 16-23 ปี (Generation Z) ในรูปแบบชุดสำเร็จรูป (Reay to wear)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาลักษณะโครงสร้างของไวรัสโคโรนาเพื่อเป็นแนวทางในการถอดแบบลวดลาย
2. เพื่อออกแบบลวดลายผ้าจากโครงสร้างของไวรัสโคโรนาโดยใช้กรรมวิธีมัดย้อมสีธรรมชาติสู่แนวทางแฟชั่นนิวนอร์มอล (New normal) รูปแบบชุดสำเร็จรูป (Reay to wear)
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์แฟชั่นนิวนอร์มอล (New normal)

วิธีการดำเนินงานวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านทางการแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลายด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย และผู้เชี่ยวชาญด้านการย้อมสีธรรมชาติ

1) ผู้ให้ข้อมูลด้านทางการแพทย์เกี่ยวกับโควิด-19 (COVID-19) จำนวน 1 ท่าน ได้แก่นายแพทย์วศิน ตั้งกิจเกียรติกุล โรงพยาบาลศรีนครินทร์ จังหวัดขอนแก่น แบบสัมภาษณ์เพื่อได้ข้อสรุปเกี่ยวกับรูปลักษณ์ของไวรัสโคโรนา ลักษณะเด่น โครงสร้าง

และลักษณะสี

2) ผู้ให้ข้อมูลด้านการออกแบบลวดลาย และการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย จำนวน 1 ท่าน ได้แก่ ดร.อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธุ์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขานฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แบบสัมภาษณ์เพื่อได้ข้อสรุปเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และเครื่องแต่งกายที่สัมพันธ์กับแฟชั่นนิวนอร์มอล (New normal)

3) ผู้ให้ข้อมูลด้านการย้อมสีธรรมชาติ จำนวน 1 ท่าน ได้แก่ คุณสมบัติ มัญญะหงส์ ประธานกลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี แบบสัมภาษณ์เพื่อได้ข้อสรุปเกี่ยวกับเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติแบบย้อมร้อน ย้อมเย็น เทคนิคการย้อมแบบผสมผสาน และการมัดย้อมแบบชิโบริ

1.2 กลุ่มผู้บริโภค ได้แก่กลุ่มสตรีวัยรุ่น อายุ 16-23 ปี จำนวน 100 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านทางการแพทย์เกี่ยวกับ โควิด-19 (COVID-19) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลาย และการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย และผู้เชี่ยวชาญด้านการย้อมสีธรรมชาติ โดยการจดบันทึกและการบันทึกเสียง

นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการแพทย์ ด้านการออกแบบลวดลาย ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย และด้านการย้อมสีธรรมชาติ มาใช้ในการออกแบบโดยใช้กระบวนการวิเคราะห์เชิงพรรณนาในการสรุปประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์การวิจัย ขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิต แนวโน้มการออกแบบและประโยชน์ใช้สอย และนำแบบทดลองมัดย้อมลายไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สอบถามถึงความเหมือน ความใกล้เคียงที่ผู้บริโภคจะเข้าใจได้ง่าย

2.2 แบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ความถี่(Frequency) และร้อยละ (Percentage) และแบบประเมินความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. ขอบเขตการออกแบบ

3.1 ออกแบบลวดลายผ้าโดยใช้แรงบันดาลใจจากโครงสร้างไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

3.2 การสร้างลวดลายโดยใช้เทคนิคการมัดย้อมสีธรรมชาติ

3.3 ออกแบบผลิตภัณฑ์และเครื่องแต่งกายสตรีวัยรุ่น อายุระหว่าง 16-23 ปี (Generation Z) รูปแบบชุดสำเร็จรูป (Reay to wear) ประกอบไปด้วย เครื่องแต่งกายสตรีวัยรุ่น 5 ชุด และผลิตภัณฑ์ ประกอบไปด้วย กระเป๋า หมวก หน้ากากอนามัย

สรุปผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านสามารถสรุปแนวคิดในการออกแบบได้ดังนี้

แรงบันดาลใจ ลวดลายที่มาจากรูปร่าง รูปทรงของไวรัสโคโรน่าสายพันธุ์ใหม่ 2019 สื่อถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มากที่สุดหรือแรงบันดาลใจที่มาจากกิจกรรมที่ทำในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด เช่น ทำกิจกรรมที่บ้านมากขึ้น การทำงานที่บ้าน พกหน้ากากอนามัยติดตัวเสมอการเว้นระยะห่าง ลวดลายสตรีทแวร์สำหรับสตรีวัยรุ่นควรมีขนาดเล็กไปจนถึงขนาดปานกลาง

รูปแบบผลิตภัณฑ์

1) เครื่องแต่งกายสตรีวัยรุ่น 5 ชุด ประกอบด้วย เสื้อแขนยาว กางเกงขายาว ใส่สบายไม่อึดอัด ชุดแซกที่ใส่ได้ทั่วไป เช่น อยู่บ้านได้ เที่ยวได้ ไปทำงานได้ หรือชุดรูปแบบเสื้อผ้าที่ใส่ได้ง่ายเมื่ออยู่บ้าน และสะดวกสบายเมื่อออกไปข้างนอกได้การออกแบบเสื้อผ้า 1 คอลเลคชั่น(Collection) 5 ชุด ควรมีความหลากหลายของประเภทเสื้อผ้าไม่ให้ซ้ำกัน ให้คละกันให้ได้มากที่สุด จะทำให้งานเกิดความน่าสนใจมาก

2) กระเป๋า ควรเป็นกระเป๋าทรงสี่เหลี่ยมสะพายไหล่ข้างเดียว(Crossbody bag) ความยาวไม่เกินสะโพกล่าง มีช่องใส่อุปกรณ์ สามารถใส่เจลล้างมือ ที่ชาร์จมือถือใส่เอกสารได้ และมีช่องเก็บแมสเก่าและแมสใหม่ได้

3) หมวก ได้ทุกรูปแบบไม่จำเป็นต้องมีเฟสชิว (Face shield) รูปแบบควรเป็นไปในทิศทางใกล้เคียงกันกับชุด สามารถหยิบจับใส่ได้ง่าย เช่นหมวกแก๊ป หมวกทรงตะกร้าหมวกบัคเก็ต ปีกหมวกประมาณ 3 นิ้ว

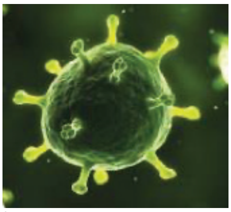
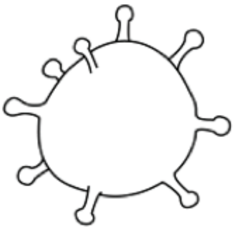
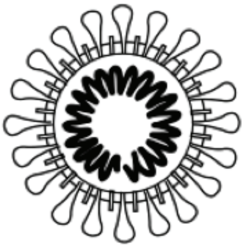
4) หน้ากากอนามัย หน้ากากรูปแบบปกติ ปิดไปจนถึงปลายหู มีสายคล้องคอ

เทคนิค ควรเพิ่มเทคนิคการปักลาย เพื่อให้งานดูมีมิติ และดูเป็นโคโรน่าไวรัสมากขึ้น การปักไม่จำเป็นต้องปักแบบละเอียดมาก อาจจะปักเป็นงานฝีมือให้ชิ้นงานดูเป็นแนวลำลอง ไม่เป็นทางการมาก เพราะเสื้อผ้าเป็นรูปแบบสตรีทแวร์

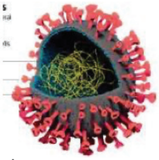
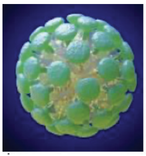
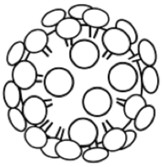
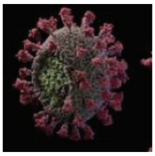
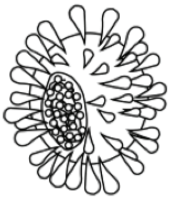
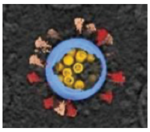
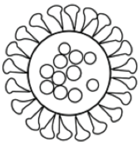
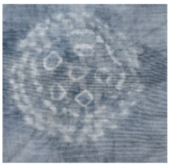
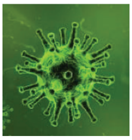
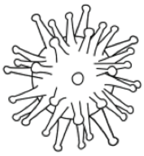
1. ผลการศึกษาลักษณะโครงสร้างของไวรัสโคโรนาเพื่อการแบบลวดลาย

ผลการถอดแบบลายมัดย้อมไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญผู้วิจัยได้ทำการทดสอบมัดลายผ้าเลียนแบบลายต้นแบบไวรัสโคโรนา จำนวน 7 ลาย กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านเชียงจังหวัดอุดรธานี ได้ศึกษาสีธรรมชาติที่เหมาะสมในการนำมาย้อมผ้าได้ 3 สี คือ สีคราม (สีน้ำเงิน) สีดอกดาวเรือง (สีเหลือง) และสีจากฝาง (สีแดง) นำไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อสรุปลวดลายที่สามารถสื่อถึงไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ได้มากที่สุด ปรากฏผลการทดลองดังนี้

ตารางที่ 1 การถอดแบบลวดลายไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019

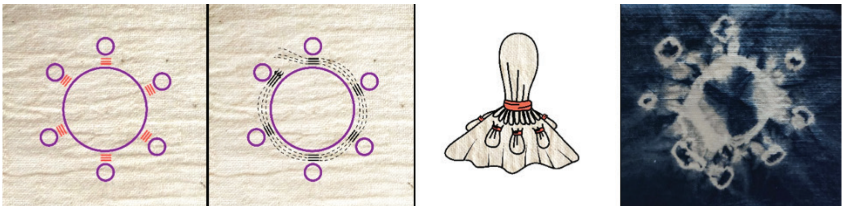
ลำดับ	ลายต้นแบบ	ภาพถอดลาย	ถอดลายมัดย้อม
1.	 *ที่มา : POSTTODAY. 2559 (ออนไลน์)*		
2.	*ที่มา :Tom Avril. 2563 (ออนไลน์)*		

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ	ลายต้นแบบ	ภาพถอดลาย	ถอดลายมัดย้อม
3.	 ที่มา :Michael Marshall. 2563 (ออนไลน์)		
4.	 ที่มา: Clinical OMICs. 2563 (ออนไลน์)		
5.	 ที่มา: SANTIAGO CAMPIL-LO. 2563 (ออนไลน์)		
6.	 ที่มา: Carl Zimmer. 2563 (ออนไลน์)		
7.	 ที่มา:สหกรณ์ออมทรัพย์กรมป่าไม้ จำกัด. 2563 (ออนไลน์)		

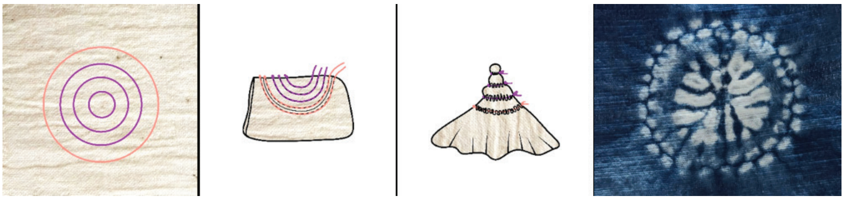
จากตารางที่ 1 ปรากฏว่า ลวดลายที่ใกล้เคียงกับไวรัสโคโรน่าสายพันธุ์ใหม่ 2019 มากที่สุดคือ ลำดับที่ 1 ลำดับที่ 2 และลำดับที่ 7 โดยสอบถามผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อสรุปรูปแบบลวดลายไวรัสโคโรนาจากเทคนิคการมัดย้อมชิโบริ และแสดงวิธีการมัดลาย ดังนี้

1.1 วิธีการมัดลวดลายลำดับที่ 1 วาดเส้นตามภาพด้วยปากกาเขียนผ้า สีแดง ใช้เทคนิคโมกุเม่ (Mokume) ร้อยด้ายใส่เข็ม สอดเข็มขึ้นจากใต้ผ้าตามเส้นสีแดง เส้นสีดำทึบ คือ ให้ด้ายอยู่บนผ้า เส้นประคือด้ายอยู่ใต้ผ้า เสร็จแล้วดึงด้ายทั้งหมดแต่ละเส้นให้แน่น ใช้หนังยางมัดให้แน่น หลังจากดึงด้ายเสร็จแล้ว สีม่วง ใช้เทคนิค คาโนโกะ (Kanoko) มัดตามเส้น เสร็จแล้วนำไปย้อมสีเพื่อให้เกิดลวดลาย ดังภาพที่ 1



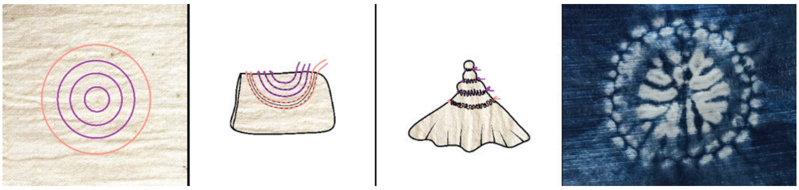
ภาพที่ 1 *ไวรัสโคโรนาลวดลายที่ 1*

1.2 วิธีการมัดลวดลายลำดับที่ 2 วาดตามภาพด้วยปากกาเขียนผ้า พับผ้าให้เป็นครึ่งวงกลม สีม่วงใช้เทคนิค คารามัทสึ (Karamatsu)ร้อยด้ายใส่เข็มแล้วเย็บเป็นเส้นประ 3 ชั้นตามภาพ สีแดง ใช้เทคนิค โอริ นูอิ (Ori nui)ใช้มือพับผ้า เย็บตรงเส้นสีแดงตมรูป ใช้เข็มเย็บเป็นเส้นประ เมื่อเย็บเสร็จแล้วดึงด้ายทั้งหมดแล้วมัดให้แน่น เสร็จแล้วนำไปย้อมสีเพื่อให้เกิดลวดลาย ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 *ไวรัสโคโรนาลวดลายที่ 2*

1.3 วิธีการมัดลวดลายลำดับที่ 7 วาดเส้นวงกลมและเส้นขีดตามภาพด้วยปากกาเขียนผ้า วงกลมและเส้นขีดสีม่วงใช้เทคนิค โอริ นุอิ (Ori nui)ใช้มือพับผ้าให้เส้นตรงกัน ใช้เข็มเย็บตามเส้นประสีแดง เมื่อเย็บเสร็จแล้วดึงด้ายแล้วมัดให้แน่น เสร็จแล้วนำไปย้อมสีเพื่อให้เกิดลวดลาย ดังภาพที่ 3

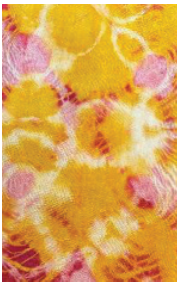


ภาพที่ 3 *ไวรัสโคโรนาลวดลายที่ 7*

2.ผลการออกแบบลวดลายผ้าจากโครงสร้างของไวรัสโคโรนาโดยใช้กรรมวิธีมัดย้อมสีธรรมชาติและการทดลองนำวิธีการมัดและการย้อมผ้าจากสีธรรมชาติ

ผลการทดลองผ้าโดยการใช้เทคนิคการย้อมรูปแบบผสมจาก คราม ดาวเรือง ฝาง มี 5 สูตร ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการทดลองการย้อมผ้าจาก คราม ดาวเรือง และฝาง

สูตรที่	ขั้นตอน	สูตรที่	ขั้นตอน
1. ดาวเรือง + คราม	1. นำดอกดาวเรือง 1 กิโลกรัม เด็ดขั้วสีเขียวออก ต้มกับน้ำ 3 ลิตร เวลา 30 นาทีเสร็จแล้วนำไปแช่น้ำสารส้ม 10 นาที ล้างให้สะอาด แล้วตากให้แห้ง 2. นำผ้าย้อมดอกดาวเรืองมามัดลวดลายด้วยหนังยาง แล้วทำการย้อมคราม เป็นเวลา 10 นาที ล้างให้สะอาดและตากให้แห้ง	2. ดาวเรือง + ฝาง 	1. นำดอกดาวเรือง 1 กิโลกรัม เด็ดขั้วสีเขียวออก ต้มกับน้ำ 3 ลิตร เวลา 30 นาทีเสร็จแล้วนำไปแช่น้ำสารส้ม 10 นาที ล้างให้สะอาด แล้วตากให้แห้ง 2. นำผ้าย้อมดอกดาวเรือง มามัดลวดลายด้วยหนังยาง แล้วทำการย้อมฝาง โดยใช้แก่นฝาง 200 กรัม ต่อน้ำ 3 ลิตร เป็นเวลา 30 นาที เสร็จแล้วนำไปแช่น้ำสารส้ม 10 นาที ล้างให้สะอาดตากให้แห้ง

ตารางที่ 2 (ต่อ)

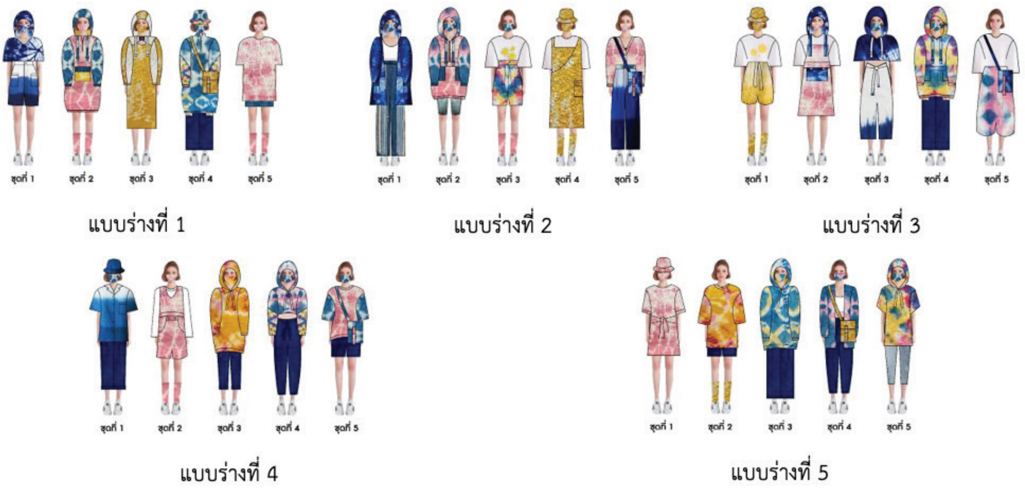
สูตรที่	**ขั้นตอน**	**สูตรที่**	**ขั้นตอน**
3. ฝาง + คราม 	1. ทำการย้อมฝาง โดยใช้แก่นฝาง 200 กรัม ต่อน้ำ 3 ลิตร เป็นเวลา 30 นาที เสร็จแล้วนำไปแช่น้ำสารส้ม 10 นาที ล้างให้สะอาด แล้วตากให้แห้ง 2. นำผ้าย้อมฝาง มามัดลวดลายด้วยหนังยาง แล้วทำการย้อมคราม เป็นเวลา 10 นาที ล้างให้สะอาดและตากให้แห้ง	4. ฝาง + ดาวเรือง 	1. ทำการย้อมฝาง โดยใช้แก่นฝาง 200 กรัม ต่อน้ำ 3 ลิตร เป็นเวลา 30 นาที เสร็จแล้วนำไปแช่น้ำสารส้ม 10 นาที ล้างให้สะอาดตากให้แห้ง 2. นำผ้าย้อมฝางมามัดด้วยหนังยาง แล้วนำไปย้อมดอกดาวเรือง โดยใช้ดอกดาวเรือง 1 กิโลกรัม เด็ดขั้วสีเขียวออก ต้มกับน้ำ 3 ลิตร เวลา 30 นาทีเสร็จแล้วนำไปแช่น้ำสารส้ม 10 นาที ล้างให้สะอาดแล้วตากให้แห้ง
5. ดาวเรือง + ฝาง + คราม 	1. นำดอกดาวเรือง 1 กิโลกรัม เด็ดขั้วสีเขียวออก ต้มกับน้ำ 3 ลิตร เวลา 30 นาทีเสร็จแล้วนำไปแช่น้ำสารส้ม 10 นาที ล้างให้สะอาด แล้วตากให้แห้ง 2. นำผ้าย้อมดอกดาวเรือง มามัดลวดลายด้วยหนังยาง แล้วทำการย้อมฝาง โดยใช้แก่นฝาง 200 กรัม ต่อน้ำ 3 ลิตร เป็นเวลา 30 นาที เสร็จแล้วนำไปแช่น้ำสารส้ม 10 นาที ล้างให้สะอาดตากให้แห้ง 3. นำผ้าที่ย้อมดอกดาวเรือง+ฝาง มามัดลวดลายด้วยหนังยาง แล้วทำการย้อมคราม เป็นเวลา 10 นาที ล้างให้สะอาดและตากให้แห้ง		

3. แนวคิดการออกแบบ (Concept Design) แฟชั่นนิวนอร์มอล (New normal) รูปแบบชุดสำเร็จรูป (Reay to wear)

การออกแบบโดยใช้แรงบันดาลใจจากสถานการณ์โควิด-19 มาออกแบบลวดลายผ้าจากโครงสร้างของไวรัสโคโรนาโดยใช้กรรมวิธีการมัดย้อมด้วยสีธรรมชาติ 3 โทนสีจาก คราม ดาวเรือง และฝาง มาออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นนิวนอร์มอล ประกอบไปด้วยเครื่องแต่งกายจำนวน 5 ชุด ผลิตภัณฑ์ประกอบไปด้วย หมวก กระเป๋า หน้ากากอนามัย สไตล์สตรีทแฟชั่น ในรูปแบบชุดสำเร็จรูป (Ready to Wear) สำหรับสตรีวัยรุ่นอายุ 16-23 ปี (Generation z)

จากการวิเคราะห์ข้อมูล และการกำหนดแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ขั้นต้น ผู้วิจัยได้ออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

แบบร่างที่ 1-5 เป็นการออกแบบโดยใช้แรงบันดาลใจจากสถานการณ์โควิด-19 มาออกแบบลวดลายผ้าจากโครงสร้างของไวรัสโคโรนาโดยใช้กรรมวิธีการมัดย้อมด้วยสีธรรมชาติ 3 โทนสีจาก คราม ดาวเรือง และฝาง ออกแบบชุดจำนวน 1 คอลเลคชั่น (1 Collection) 5 ชุด ประกอบไปด้วย เสื้อฮู้ดแจ็คเก็ต เสื้อสเวตเตอร์ เสื้อยืดแขนสั้นโอเวอร์ไซส์ ชุดเดรส กางเกงขาสั้น กางเกงขายาว และผลิตภัณฑ์ ประกอบไปด้วย กระเป๋า หมวก และหน้ากากอนามัย ในรูปแบบสไตล์สตรีทสำหรับสตรีวัยรุ่นอายุ 16-23 ปี (Generation z)



ภาพที่ 5 *แบบร่าง (Idea Sketch) เครื่องแต่งกายสไตล์สตรีทสำหรับสตรีวัยรุ่นอายุ 16-23 ปี (Generation z)*

จากการนำเสนอแบบร่างเครื่องแต่งกายปรับปรุงพัฒนาแบบให้สมบูรณ์และได้เลือกแบบสำหรับการผลิต 1 คอลเลคชั่น (1 Collection) จำนวน 5 ชุด ดังนี้

ภาพที่ 6 *แบบร่างสมบูรณ์ (Sketch Design) เครื่องแต่งกายสไตล์สตรีทสำหรับสตรีวัยรุ่น*

ชุดที่ 1 เป็นการนำชุดแบบร่างที่ 1 ชุดที่ 3 มาพัฒนาแบบเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยมีแนวทาง ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ ชุดเครื่องแต่งกายสไตล์สตรีท (Street style) ประกอบไปด้วย ชุดเดรสยาวทรงตรง เสื้อฮู้ดแขนยาวทรงครอป ปักลายไวรัสโคโรนาและหน้ากากอนามัยมีสายคล้องปรับสายได้ วัสดุและการผลิต ผ้าฝ้าย จากกลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านเชียงจังหวัดอุดรธานี สร้างลวดลายผ้าด้วยการมัดย้อมชิโบริ ใช้เทคนิคการมัดแบบคารามัทสึ (Karamatsu) และเทคนิคแบบโอริ นูอิ (Ori nui)ย้อมด้วยสีธรรมชาติจากดาวเรือง

ชุดที่ 2 เป็นการนำชุดในแบบร่างที่ 2 ชุดที่ 3 มาพัฒนาแบบเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยมีแนวทาง ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ ชุดเครื่องแต่งกายสไตล์สตรีท (Street style) ประกอบไปด้วย เสื้อยืดแขนสั้นโอเวอร์ไซซ์(Oversize) ปักลายไวรัสโคโรนากางเกง

ขาสั้นเอวสูงพร้อมเชือกผูกเอวและหน้ากากอนามัยมีสายคล้องปรับสายได้ วัสดุและการผลิต ผ้าฝ้าย จากกลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านเชียงจังหวัดอุดรธานี สร้างลวดลายผ้าด้วยการมัดย้อมชิโบริ ลายหลักใช้เทคนิคแบบ คาโนโกะ (Kanoko) และเทคนิคแบบ โมกุเม่ (Mokume) ลายประกอบรองใช้เทคนิคการมัดแบบ คารามัทสึ (Karamatsu) ย้อมด้วยสีธรรมชาติจากคราม ดาวเรือง และฝาง

ชุดที่ 3 เป็นการนำชุดในแบบร่างที่ 1 ชุดที่ 4 มาพัฒนาแบบเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยมีแนวทาง ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ ชุดเครื่องแต่งกายสไตล์สตรีท (Street style) ประกอบไปด้วย เสื้อสเวตเตอร์โอเวอร์ไซซ์(Sweater oversize) กางเกงขายาวทรงกระบอกใหญ่ หมวกปีกรอบ(Bucket)กระเป๋าสะพายข้าง (Crossbody bag) และหน้ากากอนามัยมีสายคล้องปรับสายได้ วัสดุและการผลิต ผ้าฝ้าย จากกลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านเชียงจังหวัดอุดรธานี สร้างลวดลายผ้าด้วยการมัดย้อมชิโบริ ใช้เทคนิคการมัดแบบคารามัทสึ (Karamatsu) และเทคนิคแบบโอริ นูอิ (Ori nui)ย้อมด้วยสีธรรมชาติจากครามและดาวเรือง

ชุดที่ 4 เป็นการนำชุดในแบบร่างที่ 4 ชุดที่ 1 มาพัฒนาแบบเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยมีแนวทาง ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ ชุดเครื่องแต่งกายสไตล์สตรีท (Street style) ประกอบไปด้วย เสื้อเชิ้ตแขนยาวย้อมไล่ระดับสี กางเกงขายาวหมวกปีกรอบ(Bucket)และหน้ากากอนามัยมีสายคล้องปรับสายได้ วัสดุและการผลิต ผ้าฝ้าย จากกลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านเชียงจังหวัดอุดรธานี สร้างลวดลายผ้าด้วยการมัดย้อมชิโบริ ลายหลักใช้เทคนิคแบบ คาโนโกะ (Kanoko) และเทคนิคแบบ โมกุเม่ (Mokume) ลายประกอบรองใช้เทคนิคการมัดแบบ คารามัทสึ (Karamatsu) ย้อมด้วยสีธรรมชาติจากคราม

ชุดที่ 5 เป็นการนำชุดในแบบร่างที่ 2 ชุดที่ 2 มาพัฒนาแบบเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยมีแนวทาง ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ ชุดเครื่องแต่งกายสไตล์สตรีท (Street style) ประกอบไปด้วย เสื้อแจ็คเก็ตมีฮู้ด(Hooded jacket) กางเกงยีนส์ 3 ส่วน ฟอกไล่สีและหน้ากากอนามัยมีสายคล้องปรับสายได้ วัสดุและการผลิต ผ้าฝ้าย จากกลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านเชียงจังหวัดอุดรธานี สร้างลวดลายผ้าด้วยการมัดย้อมชิโบริ ลายหลักใช้เทคนิคการมัดแบบ โอริ นูอิ (Ori nui)ลายรองใช้เทคนิคการมัดแบบ คุโมะ (Kumo) ย้อมด้วยสีธรรมชาติจากคราม และฝาง

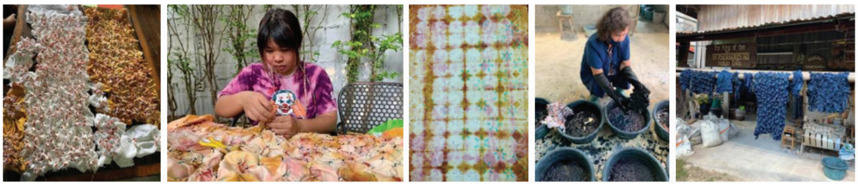
4. กระบวนการต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype)

กรรมวิธีในการผลิตต้นแบบ แรงบันดาลใจจากโควิด-19 สู่การออกแบบลวดลายและผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ ผู้วิจัยได้ถอดแบบลวดลายจากรูปร่างรูปทรงของไวรัสโคโรนา และสร้างลวดลายด้วยเทคนิคการมัดย้อมแบบชิโบริ นำไปย้อมด้วยสีธรรมชาติ จนถึงกระบวนการผลิตต้นแบบที่เสร็จสมบูรณ์ ซึ่งได้ร่วมกับกลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นกลุ่มชุมชนที่ผลิตผ้ามัดมี่ย้อมคราม และผ้ามัดย้อมธรรมชาติมากว่า 30 ปี โดยมีคุณสมบัติ มัญญะหงส์ ผู้เป็นปราชญ์ชาวบ้านด้านหัตถกรรมผ้าทอพื้นเมืองจังหวัดอุดรธานีให้คำแนะนำทั้งกระบวนการมัด การวางลายและการย้อมสีธรรมชาติ มีขั้นตอนดังนี้

4.1 เตรียมผ้าก่อนการมัดย้อม ควรซักทำความสะอาดผ้าก่อนนำไปมัด และย้อมสี เพื่อให้คราบต่างๆ หลุดออกจากผ้า จะทำให้ย้อมสีติดผ้าสม่ำเสมอ

4.2 ใช้ปากกาเขียนผ้าสร้างลวดลายที่ต้องการลงบนผ้า และมัดลายที่ผ่านการเลือกจำนวน 3 ลวดลาย ด้วยเทคนิคการมัดย้อมแบบชิโบริเพื่อเข้าสู่กระบวนการย้อมด้วยสีธรรมชาติจาก คราม ฝาง และดาวเรือง

4.3 ขั้นตอนการย้อมสีธรรมชาติ ด้วยคราม ฝาง และ ดาวเรือง เพื่อนำผ้าที่ย้อมเสร็จแล้วไปเข้าสู่กระบวนการตัดเย็บ



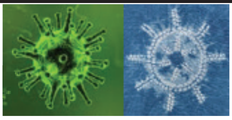
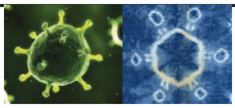
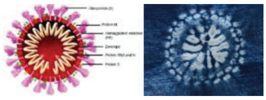
ภาพที่ 7 กระบวนการสร้างลวดลายด้วยเทคนิคมัดย้อมแบบชิโบริ (Shibori)

ภาพที่ 8 ต้นแบบเครื่องแต่งกาย กระเป๋า หมวก และแมสผ้า

5. ผลประเมินความพึงพอใจ (Evaluation)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจในการออกแบบแรงบันดาลใจจากโควิด-19 สู่การออกแบบลวดลายและผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติกลุ่มเป้าหมายผู้ตอบแบบสอบถามสตรีวัยรุ่นอายุ 16-23 ปี จำนวน 100 คน พบว่าอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด ร้อยละ 82.00 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 8.00 อาชีพอื่นๆ ประกอบด้วย พนักงานกระทรวงสาธารณสุข ฟรีแลนซ์ ครูอัตราจ้าง และรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 5.00 เอกชน ร้อยละ 3.00 ข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 1.00 ถ้ามีการออกแบบเครื่องแต่งกายผ้าไทยสำหรับวัยรุ่น ควรคำนึงถึงปัจจัยใดเป็นสำคัญ มากที่สุดคือรูปแบบทันสมัยร้อยละ 44.00 รองลงมาคือใส่ได้หลายโอกาส ร้อยละ 25.00 ความสวยงาม ร้อยละ 15.00 ราคา ร้อยละ 12.00 และการดูแลรักษาง่าย ร้อยละ 4.00 สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นต่อแรงบันดาลใจจากโควิด-19 สู่การออกแบบลวดลายและผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม

รายละเอียดแบบสอบถาม	**จำนวน(n=100)**		**ระดับความคิดเห็น**
	$\bar{x}$	**S.D.**	
1.1 ลายที่ 1 สื่อถึง ไวรัสโคโรนา (COVID-19) 	3.6 3	0.95	มาก
1.2 ลายที่ 2 สื่อถึง ไวรัสโคโรนา (COVID-19) 	3.67	0.91	มาก
1.3 ลายที่ 3 สื่อถึง ไวรัสโคโรนา (COVID-19) 	3.70	0.90	มาก
1.4 ลวดลายมีความเหมาะสมในการออกแบบผลิตภัณฑ์	3.78	0.89	มาก
1.5 ความสวยงามของลวดลาย	4.04	0.97	มาก
รวม	**3.76**	**0.92**	**มาก**

จากตารางที่ 3 พบว่าความเหมาะสมต่อการออกแบบลวดลาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76)ลายที่ 1 สื่อถึงไวรัสโคโรนา (COVID-19) อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ลายที่ 2 สื่อถึงไวรัสโคโรนา (COVID-19) อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ลายที่ 3 สื่อถึงไวรัสโคโรนา (COVID-19) อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70)ลวดลายมีความเหมาะสมในการออกแบบผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ความสวยงามของลวดลายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นภาพรวมการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีแรงบันดาลใจจากโควิด-19 (COVID-19)

รายละเอียดแบบสอบถาม	จำนวน(n=100)		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{x}$	S.D.	
1. ด้านประโยชน์การใช้สอย 1.1 ความสะดวกสบายในการใช้งาน	4.23	0.94	มาก
1.2 ความเหมาะสมในการนำผ้าฝ้ายมาใช้ในการผลิต	4.29	0.82	มาก
1.3 ความสะดวกสบายในการดูแลรักษา	4.18	0.98	มาก
1.4 สามารถสวมใส่ได้หลายโอกาส	4.12	0.96	มาก
1.5 รูปแบบมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.20	0.92	มาก
รวม	**4.20**	**0.92**	**มาก**
2. ด้านคุณค่าและความงาม 2.1 การนำรูปแบบลวดลายของไวรัสโคโรนามาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์	4.28	0.95	มาก
2.2 ลวดลายมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.08	0.93	มาก
2.3 การออกแบบและจัดวางลวดลาย	4.18	0.87	มาก
2.4 ความเหมาะสมของสีผลิตภัณฑ์	4.19	0.90	มาก
2.5 ความสวยงามโดยภาพรวมผลิตภัณฑ์	4.29	0.88	มาก

ตารางที่ 4 (ต่อ)

รวม	**4.20**	**0.91**	**มาก**
รายละเอียดแบบสอบถาม	**จำนวน(n=100)**		**ระดับความคิดเห็น**
	$\bar{x}$	S.D.	
3. ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ 3.1 รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบสามารถนำไปผลิตและจำหน่ายได้	4.28	0.87	มาก
3.2 รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบสามารถนำไปสวมใส่ในชีวิตประจำวันได้	4.27	0.85	มาก
รวม	**4.28**	**0.86**	**มาก**

จากตารางที่ 4 พบว่าภาพรวมการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีแรงบันดาลใจจากโควิด-19 (COVID-19) ด้านประโยชน์การใช้สอย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความสะดวกสบายในการใช้งานอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความเหมาะสมในการนำผ้าฝ้ายมาใช้ในการผลิตอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความสะดวกสบายในการดูแลรักษาอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) สามารถสวมใส่ได้หลายโอกาสอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) รูปแบบมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) ด้านคุณค่าและความงามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) การนำรูปแบบลวดลายของไวรัสโคโรนามาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) ลวดลายมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) การออกแบบและจัดวางลวดลายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ความเหมาะสมของสีผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19)ความสวยงามโดยภาพรวมผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบสามารถนำไปผลิตและจำหน่ายได้อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบสามารถนำไปสวมใส่ในชีวิตประจำวันได้อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27)

อภิปรายผล

การสรุปและอภิปรายผลการวิจัยผู้วิจัยลำดับตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)ทำให้เกิดผลกระทบไปทั่วโลกรวมไปถึงเศรษฐกิจต่างๆ ในภาวะนี้ผู้คนต่างต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นการใช้ชีวิตแบบวิถีใหม่ หรือ นิวนอร์มอล (New normal) มีการใช้ชีวิตบนโลกออนไลน์ นิยมซื้อสินค้าทางออนไลน์ ทำกิจกรรมที่บ้านมากขึ้น เช่น การเรียนออนไลน์ การทำงานที่บ้าน (Work from home) มีมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคมเกิดขึ้นส่งผลให้กลุ่มชุมชนไม่สามารถออกร้านจำหน่ายสินค้าได้เหมือนเดิม ทำให้ประสบกับปัญหาการขาดรายได้จากสถานการณ์นี้ไปด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดอุดรธานีส่วนใหญ่จะเป็นผ้าทอผ้าพื้นเมือง มีกระบวนการที่ผลิตนาน ต้นทุนสูง ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมีราคาสูงด้วยไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นวัยรุ่นได้ เนื่องจากลวดลายสีสันที่วัยรุ่นไม่ให้ความนิยม ผู้วิจัยจึงเกิดแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้เพิ่ม โดยได้นำแรงบันดาลใจจากสถานการณ์นี้มาใช้ในการออกแบบด้านลวดลาย สัมพันธ์กับแนวคิดของ ศักดิ์จิระ เวียงเก่า Sakchira Wiengkao (2563 : ออนไลน์) การนำแนวคิดของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 (COVID-19) มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบลวดลายผ้าย้อมและปักมือด้วยด้ายย้อมและวัสดุตกแต่งทางธรรมชาติแปรรูปให้เป็นของที่ระลึกว่าโลกเคยได้เกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (COVID-19) ขึ้น โดยศึกษาจากลักษณะโครงสร้างและลักษณะทางกายภาพของไวรัสโคโรนา พบว่าพบว่ารูปร่างรูปทรงของไวรัสโคโรนามีลักษณะเด่นเป็นวงกลมหรือวงรี มีปุ่มยื่นออกมารอบๆตัวผู้วิจัยจึงถอดรูปแบบลวดลายออกมาในลักษณะทางกายภาพที่สื่อถึงลักษณะเฉพาะของไวรัสอย่างชัดเจนที่สุด สัมพันธ์กับงานวิจัยของ กนิษฐา เรืองวรรณศักดิ์ (2563) คุณลักษณะทางกายภาพของแรงบันดาลใจที่นำมาใช้สามารถสื่อถึงลักษณะเฉพาะได้ดีที่สุด เพราะสามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน ตรงไปตรงมา สามารถสร้างความจดจำแก่ผู้บริโภคได้ง่ายที่สุด

2. การออกแบบลวดลาย จากการถอดแบบลัษณะทางกายภาพของไวรัสโคโรนา

จากการทดลองสร้างลวดลายด้วยเทคนิคการมัดย้อมชิโบริ (Shibori) เพื่อใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากการทดลองพบว่ามีรูปแบบลวดลายที่ใกล้เคียงกับไวรัสโคโรนามากที่สุดทั้งหมด 3 ลวดลาย นำไปย้อมด้วยสีธรรมชาติจากคราม ดาวเรือง และฝาง ซึ่งครามย้อมได้สีคราม-น้ำเงิน ให้ค่าเป็นสีโทนเย็น ดาวเรือง ได้สีเหลือง และฝาง ได้สีชมพู-แดง ให้ค่าเป็นสีโทนร้อน โดยสีเหลืองและสีชมพู-แดง สื่อถึงความรุนแรงของไวรัสโคโรนา รวมถึงการแพร่ระบาดที่รวดเร็วและอันตราย สีคราม-น้ำเงินให้ความรู้สึกเย็น ช่วยในการลดค่าความรุนแรง ซึ่งสื่อถึงความหวังที่จะกลับมาใช้ชีวิตเป็นปกติในชุมชนอีกครั้ง สัมพันธ์กับงานวิจัยของ ภัทรานิษฐ์ สิทธินพพันธ์, พริยะ แก่นทับทิม และประเทืองทิพย์ ปานบำรุง (2557) การออกแบบและพัฒนาลวดลายการมัดย้อม เป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบในเชิงสร้างสรรค์ให้มีความเป็นสากล และปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านผลิตภัณฑ์ต้นแบบผ้ามัดย้อมด้วยการย้อมจากสีธรรมชาติ สอดคล้องกับบทความวิชาการของ อานนท์ เศรษฐเกรียงไกร (ม.ป.ป.) นวัตกรรมสิ่งทอสีเขียว (Eco-Innovative Textiles) คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยความรู้และเทคโนโลยี การใช้วัตถุดิบที่สามารถผลิตใหม่ได้ (renewable) โดยการมุ่งเน้นใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติซึ่งสามารถผลิต เพิ่มเติมได้ในอัตราเร็วกว่าการนำไปใช้เพื่อทดแทนวัตถุดิบ สังเคราะห์และสารเคมี เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนเนื่องจากสามารถผลิตได้ต่อเนื่องในอัตราที่เร็วกว่าการใช้งาน เส้นใยธรรมชาติ สารสกัดจากสมุนไพรและสีย้อมจากธรรมชาติสามารถนำมาประยุกต์ในการใช้งานต่างๆ ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจหรือมีความต้องการมากขึ้น และตลาดยินดีที่จะซื้อสินค้าเหล่านี้ไม่ว่าด้วยราคาที่สูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าทั่วไป หรือในราคาที่เท่ากัน

3. การออกแบบผลิตภัณฑ์และเครื่องแต่งกาย ให้เข้ากับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย มีการอยู่บ้านมากขึ้น นิยมซื้อสินค้าทางออนไลน์ ใช้ชีวิตบนโลกออนไลน์ รวมไปถึงการเรียนออนไลน์ จึงได้นำรูปแบบและแนวทางการออกแบบชุดมาจากสไตล์ตรีท (Street style) ที่สามารถใส่ทำกิจกรรมในบ้านและออกไปทำกิจกรรมข้างนอกบ้านได้ สัมพันธ์กับบทความของ NETSEPIA (2561 : ออนไลน์) สตรีทแฟชั่น คือ การแต่งตัวแบบจับต้องได้หาใส่ได้ง่ายไม่ต้องคิดมาก สามารถนำเสื้อผ้าราคาถูกหรือแพงมาผสมผสาน (Mix and Match)กันได้

ข้อเสนอแนะ

1. การออกแบบเครื่องแต่งกาย ควรคำนึงให้สอดคล้องกับลักษณะวิถีชีวิตหรือพฤติกรรม เช่น รูปแบบวิถีชีวิต หรือกิจกรรมในช่วงนิวนอร์มอล

2. ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม แต่เมื่อทราบว่าแรงบันดาลใจมาจากไวรัสโคโรนา อาจทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มไม่อยากซื้อเพราะถ้าพูดถึงไวรัสโคโรนา คือความเศร้าและเสียใจ

3. เพิ่มรูปแบบดีไซน์ให้มีความทันสมัยและแปลกใหม่มากขึ้น ปรับเปลี่ยนโทนสีให้มีความหลากหลาย ทั้งสีฉูดฉาดและพาสเทล

4. สามารถทำให้งานดูน่าสนใจมากขึ้นด้วยการเพิ่มเทคนิคอื่นเข้าไปด้วย ไม่เน้นแค่เทคนิคเดียวเช่น การปักลาย

5. การมัดย้อมสีธรรมชาติที่ต้องมัดและย้อมสีทับกันหลายครั้งอาจเกิดปัญหาเรื่องความเสถียรของสี เมื่อนำไปย้อมทับกับอีกสีทำให้สีเดิมที่ย้อมก่อนหลุด สีไม่ติดดังเดิม ดังนั้นการมัดย้อมที่ทับซ้อนหลายเทคนิคเหมาะสมกับสีเคมีที่มีความคงทนถาวรมากกว่า

เอกสารอ้างอิง

กนิษฐา เรืองวรรณศักดิ์. (2560). การศึกษาคุณลักษณะดอกบัวแดง เพื่อถอดแบบลวดลายสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก. **วารสารงานวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.** ปีที่ 9 (2), 34-47.

กรมควบคุมโรค. (2563). **โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019(COVID-19).** สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563, จาก https:// ddc.moph.go.th/viralpneumonia/ind_world.php.

คลังความรู้สุขภาพกระทรวงสาธารณสุข. (2563). **หน้ากากอนามัยกับโควิด-19.** สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563, จาก http://healthydee.moph.go.th/view_article.php?id=976.

ภัทรานิษฐ์ สิทธินพพันธ์, พริยะ แก่นทับทิม และประเทืองทิพย์ ปานบำรุง. (2557). **รายงานวิจัยการพัฒนาลวดลายผลิตภัณฑ์ต้นแบบผ้ามัดย้อมด้วยการย้อมจากสี**

ธรรมชาติ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

อานนท์ เศรษฐเกรียงไกร. (ม.ป.ป.). **นวัตกรรมสิ่งทอสีเขียว (Eco-Innovation Textile).** กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.

Bareo & isyss. (ม.ป.ป.). **Indigo-dye เสน่ห์การตกแต่ง ด้วยผ้ามัดย้อมคราม.** สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563, จากhttps://www.bareo-isyss.com/service/design-tips/indigo-dye.

Southan, Mandy. (2552). **Shibori Designs & Techniques.** Singapore : Page One. PublishingPte Ltd.

NETSEPIA. (2561). **สตรีทแฟชั่น สุดเก๋ ดูดีไม่มีเอาท์ แต่งตามได้ไม่ยาก.** สืบค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2563, จาก https://netsepia.com/street-fashion-mix-match/.

Sakchira Wiengkao. (2563). **COVID DESIGN.** สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2563, จาก https://www.facebook. com/sakchira.wiengkao

การออกแบบกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับผู้สูงอายุ

An Information Graphic Design on The COVID - 19 Disease For The Elder

วนาลี อัครพราหมณ์[1] มาริญา ทรงปัญญา[1]

Wanaree Akaraparm[1], Mariya Songpanya[1]

Email: mamariyas@gmail.com

[1] สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Department of Product Design, Faculty of Society and Humanity, UdonThani Rajabhat University.

บทคัดย่อ

การออกแบบกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดโควิด-19 ในผู้สูงอายุ มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในผู้สูงอายุ 2) ออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในผู้สูงอายุ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีต่อสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลที่ออกแบบ ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการปฏิบัติตัวของผู้สูงอายุในการแพร่ระบาดโควิด-19 1 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก 1 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ 1 ท่าน โดยใช้การสัมภาษณ์และสอบถามความพึงพอใจ จากผู้สูงอายุ อายุ 60 ปีขึ้นไปในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 50 คน ที่มีต่อการออกแบบกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดโควิด-19 ในผู้สูงอายุ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า 1) ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในผู้สูงอายุ ได้แก่ ข้อมูลการปฏิบัติตัวในชีวิตประจำวัน ข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด 2) การออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในผู้สูงอายุ ได้แก่ สติ๊กเกอร์ไลน์ 2 ชุด จำนวนชุดละ 32 ภาพ ภาพกราฟิกนำเสนอข้อมูล (Infographic) 1 ชุด จำนวน 6 ภาพ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้แก่ หน้ากากผ้า จำนวน 4 ลวดลาย 3) การออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์เกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับผู้สูงอายุความสามารถในการสื่อถึงความเป็นมิตรพบว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.78) ความเหมาะสมของการใช้สีโดยรวมอินโฟกราฟิก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.64)

คำสำคัญ : กราฟิกเพื่อให้ข้อมูล, สติ๊กเกอร์ไลน์, โรคโควิด-19, ผู้สูงอายุ

Abstract

A graphic design for the information on the Covid-19 disease as for the elder aims to 1) to study the information and knowledge regarding the practical ways to prevent the spread on Covid-19 disease in the elder 2) to design the graphic for providing the information regarding the practical way to prevent the spread on Covid-19 in the elder and 3) to satisfaction evaluation from the elder towards the graphic design information The informants have been the expert in the practical ways to prevent the spread on Covid-19 disease, the expert in the graphic design field, and the expert in the Sticker line design field by interviewing and inquiring satisfaction from 50 elders, ages over 60 years old, in Udon Thani Province towards the graphic design for the information on Covid-19 disease in the elder. The results found 1) the information regarding the practical way to prevent the spread on Covid-19 disease in the elder that is the information the information about the spread of the Covid-19 2) a graphic design regarding the spread of the outbreak on Covid-19 disease information in the elder, namely; 2 sets of line sticker which 32 pictures/set, providing a graphic as the infographic with 1 set consists of 6 pictures and souvenir products such as cotton masks with 4 patterns and 3) the line stickers design regarding the practical ways to prevent the spread on Covid-19 disease for the elder that found the satisfaction towards the able convey to being friendly was at the highest level (mean = 4.78), the satisfaction of the optimal color of the infographic overall was at the highest level (mean = 4.64).

Keywords: Infographic Design, Line Stickers, Covid-19, Elder

บทนำ

ในปัจจุบันที่เกิดการระบาดของโคโรนาไวรัส (Coronavirus) ซึ่งเป็นไวรัสชนิดใหม่ที่ทำให้เกิด “Coronavirus disease 2019” หรือที่รู้จักดีในชื่อ “โควิด-19” (COVID-19) ไวรัสชนิดนี้สามารถติดต่อจากคนไปสู่คนได้ง่ายมาก เนื่องจากมีจำนวนผู้ป่วยที่ติดเชื้อไวรัสชนิดนี้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดเป็นการระบาดครั้งใหญ่ ทำให้องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้ โรคโควิด-19 นี้ เป็นภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระดับนานาชาติในวันที่ 30 มกราคม 2563 โดยอาการของโรคมีตั้งแต่ ไม่มีอาการ หรือมีอาการเหมือนไข้หวัด เช่น มีไข้ เจ็บคอ ไอ คัดจมูก น้ำมูกไหล อ่อนเพลีย ปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ เมื่อยตัว ซึ่งมีอาการเพียงเล็กน้อย ไปจนถึงมีอาการมาก เช่น ไอมาก เจ็บหน้าอก เหนื่อยหอบ เนื่องจากภาวะปอดอักเสบ ซึ่งอาการรุนแรงนี้มักจะเกิดกับผู้ป่วยสูงอายุ หรือผู้ป่วยที่มีโรคประจำตัวร่วมด้วย ต่างจากผู้ป่วยเด็ก ที่ติดเชื้อโควิดซึ่งมีอาการน้อยมาก หรือไม่มีอาการเลย (คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล, 2563: ออนไลน์)

ดังนั้นในการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19นี้ ผู้สูงอายุจึงเป็นช่วงวัยที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษกว่าวัยอื่น ผศ.พญ.สิรินทร ฉันศิริกาญจน สาขาวิชาอายุรศาสตร์ผู้สูงอายุ คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี (2563) กล่าวว่า หัวใจหลักของการดูแลผู้สูงอายุ คือ การทำให้ผู้สูงอายุสามารถใช้ชีวิตในแต่ละวันได้อย่างมีความสุขในช่วงที่ประเทศไทยมีการแพร่ระบาดของโควิด-19 เนื่องจากผู้สูงอายุถือเป็นกลุ่มเสี่ยงที่จะได้รับเชื้อโควิด-19 มากกว่าช่วงวัยอื่นๆ เพราะสภาพร่างกายที่ไม่แข็งแรง ภูมิคุ้มกันลดลงตามวัย โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัว เช่น โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคปอด โรคมะเร็ง กลุ่มนี้เป็นกลุ่มเสี่ยงที่จะรับโควิด-19 ได้ง่าย หากไม่ได้มีการดูแลและป้องกันอย่างดี บุคคลในครอบครัวมีบทบาทสำคัญในการดูแลผู้สูงอายุ จะต้องเข้าใจปัญหาและเตรียมพร้อม เพื่อที่จะได้ดูแลสภาพแวดล้อม สุขภาพของผู้สูงอายุอย่างถูกต้องและเหมาะสม (ดูแลผู้สูงวัย ช่วงโควิด-19, 2563: ออนไลน์)

ซึ่งการให้ข้อมูลแก่ผู้สูงอายุและคนในครอบครัวเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สามารถใช้กราฟิกเพื่อนำเสนอข้อมูลหรือ อินโฟกราฟิก (Infographic) ซึ่งกราฟิกเพื่อนำเสนอข้อมูลหรือ อินโฟกราฟิก (Infographic) หมายถึง การนำข้อมูลมาสรุปและนำเสนอออกมาในรูปแบบกราฟิก จุดประสงค์เพื่อให้เข้าใจเนื้อหา

ได้มากขึ้น สามารถเปลี่ยนข้อมูลที่ยุ่งยากซับซ้อนให้เข้าใจได้ง่ายผ่านภาพกราฟิกต่างๆ ด้วยเหตุนี้จึงมีความนิยมในการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบกราฟิกเพื่อนำเสนอข้อมูลมากขึ้น (Infographic Presentation คืออะไร, 2563: ออนไลน์) ซึ่งในปัจจุบันกราฟิกเพื่อนำเสนอข้อมูล (infographic) สามารถสื่อสารผ่านสื่อได้หลายประเภท โดยเฉพาะสื่อออนไลน์

สื่อออนไลน์ (Social Media) เป็นสื่อดิจิตัลในสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสาร เผยแพร่หรือเขียนเล่า เนื้อหา เรื่องราวประสบการณ์ บทความ รูปภาพ หรือวิดีโอที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเอง ทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่นๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตน ผ่านทางเว็บไซต์ที่ให้บริการบนโลกออนไลน์ โดยสถิติการใช้งานสื่อออนไลน์ในปัจจุบัน สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.) หรือ ETDA (เอ็ตด้า) (อ้างโดย ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์, 2560 : 376-377) พบว่าผู้ใช้สื่อออนไลน์ แบ่งเป็น Generation ต่างๆ ซึ่งใน Gen B (Baby Boomer) หรือผู้สูงอายุมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้น จากการสำรวจพบว่ากิจกรรมที่กลุ่มผู้สูงอายุนิยมทำมากที่สุดในการใช้อินเทอร์เน็ต คือการใช้ Social Media คิดเป็นร้อยละ 89.9 ใช้ค้นหาข้อมูล ร้อยละ 69.1 ใช้รับส่ง email ร้อยละ 66.6 ใช้อ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ร้อยละ 66.1 และลำดับสุดท้ายคือใช้ YouTube ร้อยละ 65.4 ทั้งนี้เมื่อสำรวจความนิยมในการใช้งานโซเชียลมีเดียตามกลุ่มช่วงวัยแล้วพบว่า Line เป็นแอพพลิเคชันที่กลุ่มผู้สูงอายุนิยมใช้ติดต่อสื่อสารมากที่สุด ซึ่งสื่อที่นิยมในการสื่อสารผ่านแอพพลิเคชั่น Line นั้นได้แก่ สื่อประเภทภาพ โดยเฉพาะ “สติกเกอร์” ซึ่งเครื่องมือสื่อสารที่ทรงพลังและได้รับความนิยมในการนำมาสื่อสารของผู้ใช้งาน เพราะนอกจากจะมีคาแรคเตอร์น่ารักแล้ว ยังสามารถใช้แทนคำพูด แถมยังถ่ายทอดอารมณ์และความรู้สึกของคนพูดไปยังผู้รับได้อย่างชัดเจนกว่าการส่งข้อความด้วยตัวอักษรแบบเดิมๆ ทำให้การแชทหรือการใช้งานมีสีสันสนุกสนานยิ่งขึ้น และส่งผลให้ความนิยมในการดาวน์โหลดสติกเกอร์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Buffet, 2563: ออนไลน์) รวมไปถึงภาพกราฟิกที่ให้ข้อมูลรูปแบบต่างๆ ที่ผู้ใช้งานโดยเฉพาะผู้สูงอายุ มีความนิยมส่งไปหาผู้ใช้งานคนอื่นๆ เพื่อเป็นการสื่อสารหรือรับรู้ข้อมูลต่างๆ ผ่านสื่อกราฟิกเหล่านี้

จากที่กล่าวมาข้างต้น เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นวัยที่ต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่และเป็นวัยที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อจากโรคโควิด-19 ง่ายมากที่สุด ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้สูงอายุให้เข้าใจถึงการปฏิบัติตัวในช่วง

การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ สติ๊กเกอร์ไลน์ และภาพอินโฟกราฟิก เพื่อให้ข้อมูลและกระตุ้นความสนใจของผู้สูงอายุที่ใช้สื่อออนไลน์ในปัจจุบันให้ได้รับความรู้และข้อมูลที่ถูกต้อง เพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในผู้สูงอายุ
2. เพื่อออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในผู้สูงอายุ
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีต่อสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลที่ออกแบบ

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการดำเนินการการวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) และพัฒนาไปใช้ในออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดโควิด-19 ในผู้สูงอายุ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้มีผู้ให้ข้อมูล และกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจำแนกได้ดังนี้

1.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านการปฏิบัติตัวของผู้สูงอายุในการแพร่ระบาดโควิด-19

นางนุชตาภา ลดาภานนท์ พยาบาลเจ้าพนักงานสาธารณสุขชำนาญงานสังกัดสาธารณสุข จังหวัดอุดรธานี

1.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์

คุณภราดร เสมาเพชร ตำแหน่งนักวิชาการช่างศิลป์และนักออกแบบดิจิตอลอาร์ต คณะศิลปกรรมศาตร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

1.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบอินโฟกราฟิก

ผศ.ชิงชัย ศิริธร อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

1.4 ประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อสอบถามความคิดเห็น ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุที่อายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 50 คน

2. เครื่องมือวิจัย ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการวิจัย 2 ประเภทประกอบด้วย

2.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สำหรับสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการปฏิบัติตัวของผู้สูงอายุในการแพร่ระบาดโควิด-19 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบอินโฟกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกโดยใช้การจดบันทึก บันทึกเสียง และการถ่ายภาพ

2.2 แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มผู้สูงอายุที่อายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 50 คน โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ชุดได้แก่แบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check list) เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และความพึงพอใจ

3. ขอบเขตในการออกแบบ

ศึกษาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในผู้สูงอายุ มาใช้ในการออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูล ได้แก่

1) สติ๊กเกอร์ไลน์ 2 ชุด จำนวนชุดละ 32 ภาพ

2) ภาพกราฟิกนำเสนอข้อมูล (Infographic) 1 ชุด จำนวน 6 ภาพ

3) ของที่ระลึกหน้ากากผ้าสกรีนลาย จำนวน 4 ลวดลาย

ผลการออกแบบ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการจากการสัมภาษณ์ และศึกษาความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในผู้สูงอายุ เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูล โดยนำมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในผู้สูงอายุเพื่อนำมาออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูล

พบว่าการออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดโควิด-19 ในผู้สูงอายุ ควรใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการติดเชื้อโควิด-19 ในผู้สูงอายุที่แบ่งเป็นผู้สูงอายุที่มีโรคแทรกซ้อนและไม่มีโรคแทรกซ้อนและเป็นข้อมูลที่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน ข้อมูลด้านลำดับเวลาควรเป็นข้อมูลต้นกำเนิดโควิดและการแพร่ระบาดไปทั่วโลก การแพร่ระบาดในประเทศไทย ข้อมูลกระบวนการขั้นตอนควรเป็นข้อมูลเมื่อไปพื้นที่เสี่ยงลักษณะอาการจะเป็นอย่างไร ขั้นตอนในการฉีดวัคซีนเป็นอย่างไร ข้อมูลการเปรียบเทียบควรเป็นข้อมูลประเภทการเปรียบเทียบผู้ติดเชื้อระหว่างเด็กและผู้สูงอายุ หรือการเปรียบเทียบผู้สูงอายุที่ไม่มีโรคแทรกซ้อนและมีโรคแทรกซ้อน หรือการเปรียบเทียบวัคซีนแต่ละประเภท การเรียงลำดับความสำคัญควรเป็นข้อมูลประเภทพื้นที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อจากมากไปน้อย ข้อมูลแบบเช็คลิสต์ควรเป็นข้อมูลประเภทข้อมูลการปฏิบัติตัวสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องกักตัวอยู่บ้าน โดยยึดหลัก 5อ ได้แก่ อาหาร ออกกำลังกาย อารมณ์ เอนกายพักผ่อน ออกห่างสังคมนอกบ้าน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดโควิด-19 ในผู้สูงอายุ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการปฏิบัติตัวของผู้สูงอายุในการแพร่ระบาดโควิด-19 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบอินโฟกราฟิก ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์สามารถสรุปประเด็นสำคัญในการออกแบบในโครงการวิจัยได้ ดังนี้

1) ควรกำหนดแนวทางการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์และภาพกราฟิกให้ข้อมูลที่มีรูปแบบที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน

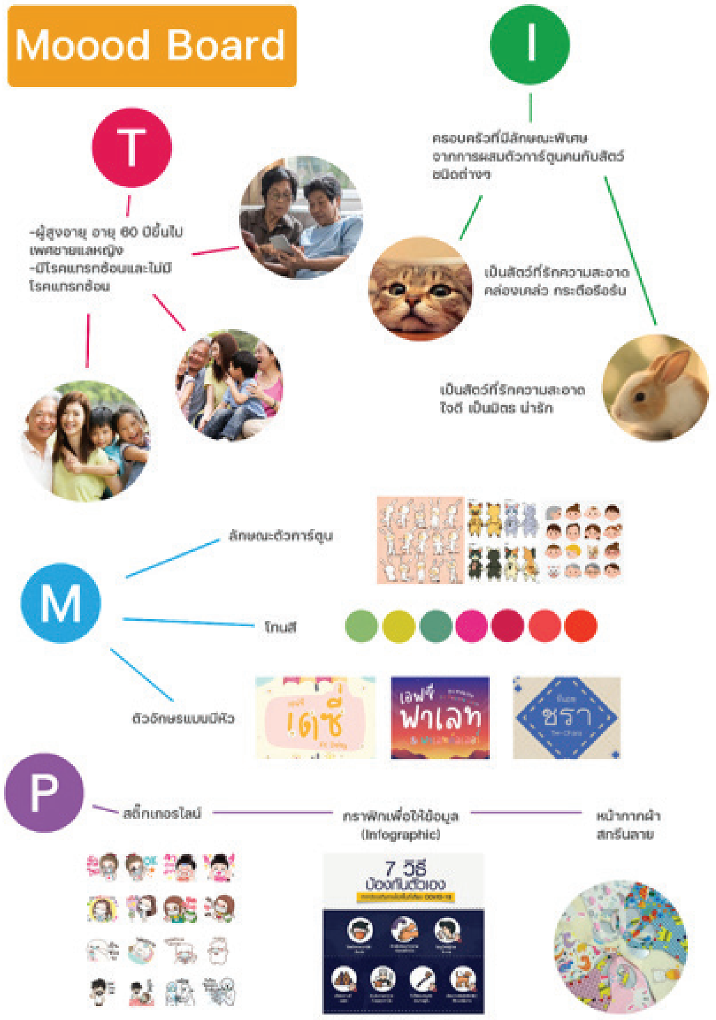
2) สติ๊กเกอร์ไลน์และภาพกราฟิกให้ข้อมูลสำหรับผู้สูงอายุควรเป็นสติ๊กเกอร์แบบข้อความตัวใหญ่ ที่ใช้สีเหลือง ฟ้า ชมพู ส้ม เพราะเป็นสีที่กำลังนิยมในการออกแบบ และต้องมีขอบเพื่อความชัดในการมองเห็น

3) สติ๊กเกอร์ไลน์และภาพกราฟิกให้ข้อมูลสำหรับผู้สูงอายุองค์ประกอบที่นิยมคือดอกไม้และหัวใจ

4) สติ๊กเกอร์ไลน์และภาพกราฟิกให้ข้อมูลสำหรับผู้สูงอายุควรเป็นแบบครอบครัวสู้โควิด ที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากทั่วไปแต่ยังคงมีความน่ารักและเป็นมิตร

5) ในสติ๊กเกอร์ไลน์ 1 ชุด ต้องมีลายที่สามารถเป็นคำถามและเป็นคำตอบได้ภายในชุดเดียว และต้องมีคำว่า สวัสดี ลาก่อน โอเค ขอโทษ ซึ่งเป็นคำที่กำหนดให้ต้องมีในสติ๊กเกอร์ไลน์ทุกชุด

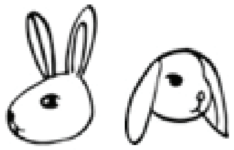
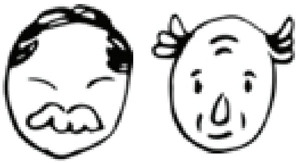
จากประเด็นสำคัญที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์เป็นแผนผัง แนวคิดเพื่อการออกแบบดังต่อไปนี้

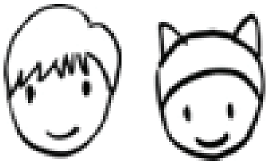


ภาพที่ 1 *แผนผังความคิดเพื่อการออกแบบ*

จากรูปที่ 1 แผนผังความคิดเพื่อการออกแบบ จากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุ อายุ 60 ปีขึ้นไปเพศชายและเพศหญิง การออกแบบเพื่อการใช้งานจึงเน้นแนวทางการสื่อสารในรูปแบบของภาพการ์ตูนในลักษณะครอบครัว ที่มีความเป็นมิตร ดูน่ารัก โดยใช้โทนสีที่สดใส โดดเด่น ตัวอักษรที่มีมีหัว อ่านง่าย ควรนำเสนอผ่านลักษณะของตัวการ์ตูนที่มีความน่ารัก และเพื่อความน่าสนใจจึงจะใช้ภาพประกอบที่มีลักษณะแตกต่างจากการออกแบบกราฟิกทั่วไป โดยใช้คาแรคเตอร์เป็นครอบครัวสู้โควิด หรืออาจเป็นธีมครอบครัวที่มีความพิเศษ โดยผู้วิจัย ได้เลือกใช้ครอบครัวที่ประกอบด้วยคุณตา คุณยาย หลานชาย และหลานสาว โดยมีลักษณะพิเศษที่เชื่อมโยงกับสัตว์ที่มีอุปนิสัยรักความสะอาด และมีความคล่องแคล่วสุขภาพดี ได้แก่ กระต่าย และแมว โดยมีการวิเคราะห์รูปแบบและการถอดรูปร่างรูปทรงดังนี้

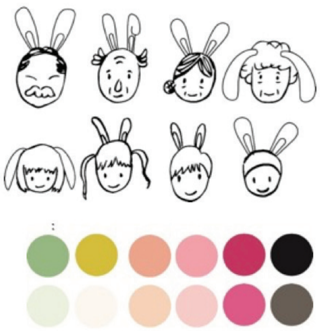
ตารางที่ 1 การวิเคราะห์รูปแบบและถอดรูปร่างรูปทรง

แรงบันดาลใจ	ลักษณะเด่น	ถอดแบบ
กระต่าย มีลักษณะที่โดดเด่นคือ หูยาว โดยมีลักษณะหูตั้ง และหูตก หางเป็นปุย ตัวกลมตาโต น่ารัก	*ที่มา: Debcza, 2019 (ออนไลน์)*	
แมว มีลักษณะที่โดดเด่นคือ หูแหลมสั้น ตาโต น่ารัก คล่องแคล่ว	*ที่มา: Roper, มปป. (ออนไลน์)*	
คุณตา มีลักษณะที่โดดเด่นคือ ผมน้อย ศีรษะล้าน มีหนวด มีรอยย่นและรอยตีนกา	*ที่มา: Hossein & Eltingi, 2018. (ออนไลน์)*	

แรงบันดาลใจ	ลักษณะเด่น	ถอดแบบ
คุณยาย มีลักษณะที่โดดเด่น คือ ผมสีขาว หรือสีเทา อาจจะมีลักษณะทรงผมที่เกล้าเป็นมวย หรือ ดัดหยิกเป็นลอน มีรอยย่น รอยตีนกา หรือแก้มย้อย	ที่มา: Wells, 2017. (ออนไลน์)	
หลานชาย มีลักษณะที่โดดเด่นคือ ตากลมโต ผมสั้นสีดำ อาจจะแต่งกายด้วยชุดแฟนซี	ที่มา: Austin, 2007. (ออนไลน์)	
หลานสาว มีลักษณะที่โดดเด่นคือ ผมสีดำมัดแกละสองข้าง หรือ ผมสั้นหน้าม้า ตากลมโต น่ารัก แก้มป่อง	ที่มา: Antoaneta, 2020. (ออนไลน์)	

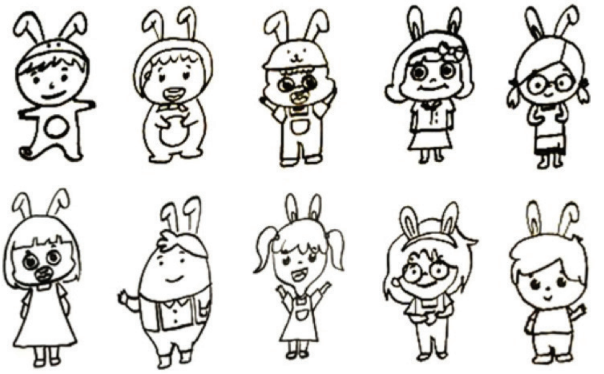
จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์รูปแบบและถอดรูปร่างรูปทรง ผู้วิจัยได้คัดเลือกลักษณะที่โดดเด่นจากกระต่ายและแมว มาผสมกับลักษณะที่โดดเด่นของคุณตาคุณยายและหลานชายหลานสาว เพื่อให้เกิดรูปแบบตัวการ์ตูนครอบครัวที่มีลักษณะพิเศษ โดยนำมาวิเคราะห์แนวคิดในเชิงออกแบบร่วมกับการใช้โทนสีและรูปแบบตัวอักษร ดังนี้

ตารางที่ 2 สรุปผลแนวคิดเชิงออกแบบ

แนวคิดนามธรรม	แนวคิดเชิงออกแบบ
ครอบครัวกระต่าย โดยนำลักษณะเด่นของกระต่าย ได้แก่ ใบหูที่ยาวตั้ง มาผสมกับลักษณะครอบครัวที่ประกอบด้วยคุณตา คุณยาย และหลานชาย หลานสาว โดยใช้โทนสีที่สื่อถึงความเป็นมิตร อ่อนโยน น่ารัก	
ครอบครัวแมวโดยนำลักษณะเด่นของแมว ได้แก่ ใบหูที่แหลมชี้ มาผสมกับครอบครัวที่ประกอบด้วยคุณตา คุณยาย และเด็กชายเด็กหญิง โดยใช้โทนสีที่สื่อถึงความสดใส สนุกสนาน แข็งแรง กระฉับกระเฉง	
ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรที่มีลักษณะมีหัว เพื่อให้อ่านง่าย แต่ดูน่ารัก เป็นมิตร ไม่เป็นทางการจนเกินไป	*ที่มา: Fontcraft, ม.ป.ป. (ออนไลน์)*

จากตารางที่ 2 การสรุปผลแนวคิดการออกแบบ ที่ผู้วิจัยได้นำเอาลักษณะของกระต่ายและแมวมาผสมกับลักษณะของครอบครัวคุณตาคุณยาย และหลานชายหลานสาว โดยเป็นตัวการ์ตูนครอบครัวกระต่ายที่สื่อถึงความเป็นมิตรและความสะอาด และตัวการ์ตูนครอบครัวแมวที่สื่อถึงความร่าเริง แจ่มใส สุขภาพดีกระฉับกระเฉง ซึ่งได้พัฒนาเป็นแบบร่างตัวการ์ตูน 2 ครอบครัว ดังนี้

ภาพที่ 2 *แบบร่างตัวการ์ตูนคุณตาคุณยาย ครอบครัวกระต่าย*



ภาพที่ 3 *แบบร่างตัวการ์ตูนหลานชายหลานสาว ครอบครัวกระต่าย*

ภาพที่ 4 *แบบร่างตัวการ์ตูนคุณตาคุณยาย ครอบครัวแมว*

ภาพที่ 5 *แบบร่างตัวการ์ตูนหลานชายหลานสาว ครอบครัวแมว*

จากแบบร่างตัวการ์ตูนทั้งครอบครัวกระต่ายและครอบครัวแมว ได้ทำการคัดเลือกแบบร่างตัวการ์ตูนคุณตาคุณยาย และหลานชายหลานสาว ที่มีลักษณะที่สื่อถึงความเป็นมิตรและความสะอาดสำหรับครอบครัวกระต่าย และลักษณะที่สื่อถึงความร่าเริง แจ่มใส สุขภาพดีกระฉับกระเฉงสำหรับครอบครัวแมว และนำมาพัฒนาให้สมบูรณ์ เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดโควิด-19 ในผู้สูงอายุต่อไป

ภาพที่ 6 *ตัวการ์ตูนครอบครัวกระต่าย*

ภาพที่ 7 *ตัวการ์ตูนครอบครัวแมว*

3. สรุปผลการออกแบบ

3.1 สรุปการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์

การออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อให้ข้อมูลการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดโควิด-19 ในผู้สูงอายุ ผ่านกราฟิกชุดครอบครัวกระต่ายและครอบครัวแมว โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดโควิด-19 ในผู้สูงอายุ ได้แก่ การล้างมือให้สะอาด ใส่หน้ากากอนามัยเสมอ กินอาหารปรุงสุก ใช้และทำความสะอาดอุปกรณ์เครื่องใช้ส่วนตัว ออกกำลังกาย รักษาระยะห่าง มีสติ ไม่เครียด รวมไปถึงการแสดงความรักความห่วงใยในครอบครัว นอกจากนี้ยังสามารถมีข้อความทั่วไป เช่น สวัสดี ลาก่อน โอเค ขอโทษ และการทักทายในแต่ละวัน ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้สูงอายุ

โดยการออกแบบนอกจากใช้ครอบครัวแมวและครอบครัวกระต่ายในการสื่อสารข้อมูลแล้ว ยังใช้องค์ประกอบในการออกแบบอื่นๆ เพื่อสื่อถึงความน่ารัก เป็นมิตร และเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้สูงอายุได้แก่ ดอกไม้ หัวใจ ตัวอักษรมีหัวที่อ่านง่าย มีขอบสีขาวเพื่อเน้นและดึงดูดสายตาให้มองเห็นได้ชัดเจน โดยออกแบบจำนวนชุดละ 32 ชิ้น ดังนี้

ภาพที่ 8 *สติ๊กเกอร์ชุดครอบครัวกระต่าย*

ภาพที่ 9 *สติ๊กเกอร์ชุดครอบครัวแมว*

3.2 สรุปการออกแบบภาพกราฟิกนำเสนอข้อมูล (Infographic)

การออกแบบภาพกราฟิกเพื่อให้ข้อมูล (Infographic) เกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับผู้สูงอายุ โดยจำแนกรูปแบบของกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลให้มีความเหมาะสมกับประเภทของข้อมูล ได้แก่ ประเภทแผนผังแผนที่และประเภทการเปรียบเทียบข้อมูล นำเสนอข้อมูลต้นกำเนิดโควิดและความรุนแรงของสายพันธุ์ที่มีการแพร่ระบาดไปทั่วโลก ประเภทกระบวนการขั้นตอน นำเสนอข้อมูลขั้นตอนข้อปฏิบัติในการฉีดวัคซีนและขั้นตอนการล้างมือให้ถูกวิธี ประเภทการเรียงลำดับความสำคัญ นำเสนอข้อมูลกลุ่มเสี่ยงที่ต้องได้รับวัคซีนเป็นกลุ่มแรก ประเภทข้อมูลแบบเช็คลิสต์ นำเสนอข้อมูลหลักการ 5อ เพื่อผู้สูงวัย และการใส่หน้ากากอนามัยให้ถูกวิธี

โดยการออกแบบเน้นการใช้ตัวอักษรที่มีหัวให้อ่านง่าย มีขอบสีขาวเพื่อเน้นและดึงดูดสายตาให้มองเห็นได้ชัดเจน โดยเฉพาะในส่วนข้อความที่เป็นหัวข้อใหญ่ มีการออกแบบสัญลักษณ์ที่เรียบง่ายแต่ดูน่ารัก เป็นมิตร และใช้ภาพประกอบตัวการ์ตูนชุดครอบครัวกระต่ายและแมวเป็นภาพประกอบหลัก และใช้โทนสีที่สดใสแตกต่างกันไปตามประเภทของภาพกราฟิกนำเสนอข้อมูล ดังนี้

อินโฟกราฟิก จำนวน 6 ภาพ

แบบที่ 1

แบบที่ 2

ภาพที่ 10 *รูปแบบ Infographic แบบที่ 1 และรูปแบบที่ 2*

แบบที่ 3

แบบที่ 4

ภาพที่ 11 *รูปแบบ Infographic แบบที่ 3 และรูปแบบที่ 4*

แบบที่ 5

แบบที่ 6

ภาพที่ 12 *รูปแบบ Infographic แบบที่ 5 และรูปแบบที่ 5*

3.3 สรุปการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกหน้ากากผ้า

ของที่ระลึกหน้ากากผ้า เพื่อใช้ในการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับผู้สูงอายุ โดยใช้ตัวการ์ตูนชุดครอบครัวกระต่ายและแมวเป็นกราฟิกหลักในการสื่อสาร และใช้ข้อความที่ให้ความรู้สึกด้านบวก ความเป็นห่วงและกำลังใจ ซึ่งการออกแบบใช้โทนสีที่อ่อนหวาน ได้แก่ สีชมพูอ่อน ฟ้าอ่อน สีขาว และโทนสีสดใส สดชื่น กระฉับกระเฉง ได้แก่ สีน้ำเงิน สีส้ม สีเหลือง สีเขียว โดยออกแบบลวดลายเต็มพื้นที่ และทำการพิมพ์ลวดลายลงบนผ้าฝ้ายเพื่อทำการตัดเย็บเป็นหน้ากากผ้า ดังนี้

ภาพที่ 13 *ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกหน้ากากผ้าพิมพ์ลาย*

3.4 ผลประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับผู้สูงอายุ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป มีผู้ตอบแบบสอบถาม 50 คน เป็นเพศหญิง 33 คน เพศชาย 17 คน พบว่าการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ ชุดครอบครัวกระต่าย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.74) ส่วนการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ ชุดครอบครัวแมว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.72) ส่วนความคิดเห็นต่อการออกแบบกราฟิกเพื่อให้ข้อมูล (Infographic) และการออกแบบของที่ระลึกหน้ากากผ้าพิมพ์ลาย มีผลดังนี้

ตารางที่ 3 การออกแบบกราฟิกเพื่อให้ข้อมูล (Infographic)

รายละเอียดแบบสอบถาม	จำนวน (N = 50)		ระดับความเหมาะสม
	$\bar{x}$	S.D	
1.ความสามารถโดยรวมในการสื่อข้อมูลที่มีประโยชน์เกี่ยวกับโรคโควิด-19	4.52	0.73	ดีมาก
2.ความสามารถในการสื่อข้อมูลเกี่ยวกับสายพันธุ์โควิด-19ในปัจจุบัน	4.44	0.70	ระดับดี
3.ความสามารถในการสื่อข้อมูลเกี่ยวกับข้อปฏิบัติก่อน-หลังฉีดวัคซีนของโรคโควิด-19	4.62	0.72	ดีมาก
4.ความสามารถในการสื่อข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเสี่ยงที่ต้องได้รับวัคซีนเป็นกลุ่มแรก	4.56	0.73	ดีมาก
5.ความสามารถในการสื่อข้อมูลเกี่ยวกับวัคซีนโควิด-19	4.42	0.72	ระดับดี
6.ความสามารถในการสื่อข้อมูลเกี่ยวกับเทคนิคผลิตวัคซีนโควิด-19	4.50	0.61	ระดับดี
7.ความเหมาะสมของการใช้ตัวอักษรโดยรวม	4.62	0.69	ดีมาก
8.ความเหมาะสมของการใช้สีโดยรวม	4.64	0.69	ดีมาก
9.ความเหมาะสมของการใช้ภาพกราฟิกโดยรวม	4.62	0.72	ดีมาก
รวม	4.55	0.70	ดีมาก

จากตารางที่ 3 การออกแบบกราฟิกเพื่อให้ข้อมูล (Infographic) เกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับผู้สูงอายุ ความเหมาะสมของการใช้สีโดยรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.64) ความสามารถในการสื่อข้อมูลเกี่ยวกับข้อปฏิบัติก่อน-หลังฉีดวัคซีนของโรคโควิด-19, ความเหมาะสมของการ

ใช้ตัวอักษรโดยรวม, ความเหมาะสมของการใช้ภาพกราฟิกโดยรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.62) ความสามารถในการสื่อข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเสี่ยงที่ต้องได้รับวัคซีนเป็นกลุ่มแรก ความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.56) ความสามารถโดยรวมในการสื่อข้อมูลที่มีประโยชน์เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.52) ความสามารถในการสื่อข้อมูลเกี่ยวกับเทคนิคผลิตวัคซีนโควิด-19 ความพึงพอใจอยู่ในระดับดี ($\bar{x}$ = 4.50) ความสามารถในการสื่อข้อมูลเกี่ยวกับสายพันธุ์โควิด-19ในปัจจุบัน ความพึงพอใจอยู่ในระดับดี ($\bar{x}$ = 4.44) ความสามารถในการสื่อข้อมูลเกี่ยวกับวัคซีนโควิด-19 ความพึงพอใจอยู่ในระดับดี ($\bar{x}$ = 4.42) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 การออกแบบของที่ระลึกหน้ากากผ้าพิมพ์ลาย

รายละเอียดแบบสอบถาม	จำนวน (N = 50)		ระดับความเหมาะสม
	$\bar{x}$	S.D	
1.ความเหมาะสมของโทนสีโดยรวม	4.62	0.56	ดีมาก
2.ความเหมาะสมของขนาดและรูปแบบตัวอักษรโดยรวม	4.62	0.60	ดีมาก
3.ความเหมาะสมขอรูปแบบตัวการ์ตูนโดยรวม	4.60	0.63	ดีมาก
4.ความเหมาะสมของข้อความในแมสโดยรวม	4.52	0.67	ดีมาก
5.ความเหมาะสมของการใช้ภาพกราฟิกโดยรวม	4.48	0.64	ดีมาก
6.ความเหมาะสมน่าใช้งาน	4.48	0.64	ระดับดี
รวม	4.55	0.62	ระดับดี

จากตารางที่ 4 การออกแบบของที่ระลึกแมสพิมพ์ลายความเหมาะสมของโทนสีโดยรวม, ความเหมาะสมของขนาดและรูปแบบตัวอักษรโดยรวม มีความพึงพอใจใน

ระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.62) ความเหมาะสมขอรูปแบบตัวการ์ตูนโดยรวม ความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.60) ความเหมาะสมของข้อความในแมสโดยรวม ความพึงพอใจอยู่ในระดับ ($\bar{x}$ = 4.52) ความเหมาะสมของการใช้ภาพกราฟิกโดยรวม, ความเหมาะสมน่าใช้งาน ความพึงพอใจอยู่ในระดับดี ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

ในการศึกษาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในผู้สูงอายุเพื่อการออกแบบกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับผู้สูงอายุ สามารถอภิปรายผลการวิจัย เพื่อให้ได้ข้อค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในโครงการดังต่อไปนี้

1. การออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดโควิด-19 ในผู้สูงอายุ โดยใช้สื่อออนไลน์ได้แก่สติ๊กเกอร์ไลน์ และภาพกราฟิกเพื่อนำเสนอข้อมูล เพื่อเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้แก่ผู้สูงอายุเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดโควิด-19 ซึ่งสื่อกราฟิกที่ออกแบบขึ้นมาใหม่นั้น สามารถกระตุ้นความสนใจของผู้สูงอายุเกี่ยวกับข้อมูลเนื้อหาทั้งด้านการปฏิบัติตัว ข้อมูลของสายพันธุ์โควิด-19 ข้อมูลวัคซีนยี่แต่ละยี่ห้อ ข้อมูลกลุ่มเสี่ยงที่ควรได้รับวัคซีนเป็นกลุ่มแรก ข้อมูลการปฏิบัติตัวก่อน-หลังฉีดวัคซีน ข้อมูลหลักการ 5อ. เพื่อผู้สูงวัยห่างไกลโควิดให้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุสามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้นและสามารถนำไปปฏิบัติใช้ในชีวิตประจำวันได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พูลศักดิ์ ศรีโสดาพล (2559) เรื่องการออกแบบสื่อวีดีทัศน์ส่งเสริมสุขภาพผู้ป่วยโรคเบาหวานสำหรับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลหมูม่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ที่มีแนวคิดในการออกแบบสื่อวีดีทัศน์ คือ การเร้าความสนใจ การนำเสนอเนื้อหา การจำและนำไปใช้ ความเรียบร้อยของสื่อวีดีทัศน์ เนื้อหาที่เหมาะสมในการถ่ายทอดความรู้คือ เนื้อหาของภาวะแทรกซ้อนของโรคเบาหวาน และ การป้องกันการเกิดโรคเบาหวาน และสื่อวีดีทัศน์ที่ให้ความรู้ควรที่จะมีรูปเข้าใจง่ายและชัดเจน

2. แนวทางการออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดโควิด-19 ในผู้สูงอายุ ใช้แนวทางการผสมผสานระหว่างตัวการ์ตูนแมวและกระต่าย

กับครอบครัวคุณตา คุณยาย และเด็กชายเด็กหญิงที่ให้มีความพิเศษและง่ายต่อการจดจำ สื่อถึงความน่ารักเป็นมิตร โดยสติ๊กเกอร์ครอบครัวกระต่ายเลือกใช้โทนสีที่อ่อนหวาน น่ารักเป็นมิตร และสติ๊กเกอร์ครอบครัวแมวเลือกใช้โทนสีที่สีสันสดใส สนุกสนาน ตัวอักษรที่ใช้เลือกเป็นตัวอักษรแบบมีหัวเพื่อง่ายต่อการอ่านสำหรับผู้สูงอายุซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธิดาใจ จันทนามศรี (2560) เรื่อง เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำบนเฟซบุ๊คแฟนเพจของ อินโฟกราฟิก ไทยแลนด์ ที่มีพบว่ารูปแบบการสื่อสารด้วยภาพ ทั้งภาพเสมือนจริง ภาพนามธรรม และภาพสัญลักษณ์ เป็นรูปแบบที่เข้าใจง่าย ทำให้ผู้รับสารสามารถรับรู้ความหมายของภาพได้ทันที และการรับรู้ การจดจำเนื้อหาและรูปแบบอินโฟกราฟิก มีผลจากภาพประกอบและการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกที่สวยงาม มีสีสันสะดุดตาจะส่งผลต่อการรับรู้และจดจำ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสกนธ์ ภู่งามดี (2562) เรื่อง สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ความรู้ของพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กรณีศึกษา : การใช้สื่อเพื่อสื่อสารความรู้ของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นเกริก ยุ้นพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีแนวคิดในการออกแบบผ่านการการเลือกใช้คู่สีตามความเหมาะสม และการเลือกใช้ตัวการ์ตูนหลักของพิพิธภัณฑ์ตามความเหมาะสม โดยใช้ลักษณะของตัวการ์ตูนหลักของพิพิธภัณฑ์ที่เน้นความเรียบง่าย เบาบาง และสื่อความสนุกสนาน ความน่ารักสดใส เพื่อสื่ออารมณ์แบบเด็กๆ ของตัวการ์ตูน

3. จากการสำรวจผลความพึงพอใจที่มีต่อทางการออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดโควิด-19 ในผู้สูงอายุ ความเหมาะสมของข้อความสติ๊กเกอร์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.84) ความเหมาะสมของขนาดและรูปแบบตัวอักษรมีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.80) ความสามารถในการสื่อถึงการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.78) ความเหมาะสมของโทนสีที่ใช้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ความเหมาะสมของรูปแบบตัวการ์ตูน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.72) ความเหมาะสมของโทนสีที่ใช้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.66) ความสามารถในการสื่อถึงความเป็นมิตร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.64) ตามลำดับทำให้ผู้สูงอายุที่ใช้งานกระตุ้นความสนใจและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ซึ่ง

สอดคล้องกับงานวิจัยของฐาปนี เพ็งสุข (2563) เรื่อง กระบวนการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ กรณีศึกษา : สะพานหิน ตำบลท่าลี่ อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ที่มีความพึงพอใจในด้านการออกแบบ ในเรื่องการใช้สีสันสวยงามเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.61 จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ในด้านการออกแบบหน้ากากผ้าพิมพ์ลาย ควรออกแบบให้มีลักษณะผ้า 3 ชั้น ให้มีที่กรองเพื่อความสะอาดปลอดภัยของผู้ใช้งาน และการใช้สีสัน ควรมีการออกแบบให้มีทั้งที่สีสันสดใส และรูปแบบโทนสีที่เรียบๆ เช่น สีขาว เทา ดำ ด้วย เพื่อให้มีความหลากหลายเหมาะสมกับความต้องการและการใช้งานของกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุ

2. ในด้านการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ หากจะออกแบบเพื่อการเผยแพร่ในเชิงพานิชย์ ได้แก่ การจำหน่ายจริงในแอพพลิเคชั่นไลน์ ควรใช้ตัวอักษรที่ออกแบบด้วยตัวเองด้วย เพื่อไม่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์

เอกสารอ้างอิง

คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล. (2563). **โรคจมูกอักเสบภูมิแพ้ในสถานการณ์โควิด-19.** สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2563, จากhttp://healthydee.moph.go.th/view_article.php?id=833.

ฐาปนี เพ็งสุข. (2563). กระบวนการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ กรณีศึกษา : สะพานหิน ตำบลท่าลี่ อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี. **วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร,** 40 (4), 36-51.

ธิดาใจ จันทนามศรี. (2560). **เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อสร้างการรับรู้และจดจำ บนเฟซบุ๊กแฟนเพจของ อินโฟกราฟิก ไทยแลนด์.** วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พูลศักดิ์ ศรีโสดาพล. (2559). **การออกแบบสื่อวีดีทัศน์ส่งเสริมสุขภาพผู้ป่วยโรคเบาหวานสำหรับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลหมูม่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี.** วิทยานิพนธ์เทคโนโลยีบัณฑิตออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร. (2560). สื่อกับผู้สูงอายุในประเทศไทย. **วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์,** 2560(2), 376-377.

สกนธ์ ภู่งามดี. (2562). สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ความรู้ของพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กรณีศึกษา : การใช้สื่อเพื่อสื่อสารความรู้ของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นเกริก ยุ้นพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **วารสารวิชาการอยุธยาศึกษา,** 11(1), 59-76.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). (2563). **ดูแลผู้สูงวัยช่วงโควิด-19.** สืบค้น เมื่อ 15 กรกฎาคม 2563, จากhttp://healthydee.moph.go.th/view_article.php?id=728.

9 Expert Company Limited. (ม.ป.ป.). **Infographic Presentation คืออะไร.** สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2563, จากhttps://www.9experttraining.com/articles/infographic-presentation-คืออะไร.

Hossein, Abbas Malek. (2018). **Unsplash Photos for everyone.** สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2563, จาก https://unsplash.com/photos/vectnOQ4U1k

Eltingi, Amy. (2018). **Unsplash Photos for everyone.** สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2563, จาก https://unsplash.com/photos/vectnOQ4U1k

Antoaneta. (2020). **17+ Short Girl Haircuts that are Practical & Cute.** สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2563, จาก https://www.momooze.com/cute-practical-short-haircuts-for-little-girls/.

Buffet, Brand. (2020). **เปิดพฤติกรรมคนไทยชอบโหลดสติกเกอร์ติดอันดับ 2 ของโลก.** สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2563, จาก https://www.brandbuffet.in.th/2020/09/quan-servey-trend-thai-sticker-behavior/

Fontcraft. (ม.ป.ป). **เอฟซี เดซี่ (FC Daisy).** สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2563, จาก https://www.f0nt.com/release/fc-daisy/.

Wells, Jonathan. (2017). **8 Tips for Elderly Women Who Want to Remain Healthy.** สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2563, จาก https://www.douglascountyhomecareassistance.com/health-tips-for-senior-women/.

Roper, Kelly. (ม.ป.ป.). **Fascinating Facts About Orange Tabby Cats.** สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2563, จาก https://cats.lovetoknow.com/cats-general-info/orange-tabby-cats.

Debczak, Michele. (2019). **14 Fascinating Facts About Rabbits.** สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2563, จาก https://www.mentalfloss.com/article/557234/facts-about-rabbits

Austin, Will. (2007). **Are Boys Being Left Behind.** สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2563, จาก https://www.parentmap.com/article/boys-left-behind.

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนเมือง พาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี

The Souvenir Product Design of Muang Phan Community Ban Phue

รภีพรรณ ดินโคกสูง, เมธัส นวลมณี, พีรพงษ์ รูปสม,
วัชระ ดรจ้ำ, อิทธิพร แสงศิลา, พงศกร ควรกล้า, พฤฒิชัย สาลี,
ปริญญา ศรีกาหลง, ตรินติกร เพียอินทร์, กนิษฐา เรืองวรรณศักดิ์
Raphiphan Dinkhoksung, Methat Nuanmani,
Phiraphong Rupsom, Watchara Doncham, Itthiphon Saengsila,
Phongsakon Khuankla, Phruetthichai Sali, Parinya Sikalong,
Tarintikon Phiain, Kanittha Ruangwanasak
wk.witar@gmail.com

สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
Program Product Design, Udon Thani Rajabhat University

บทคัดย่อ

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกอัตลักษณ์ชุมชนตำบลเมืองพาน 2) เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้แก่กลุ่มชุมชนเมืองพาน ขอบเขตพื้นที่ตำบลเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี ประกอบไปด้วย 15 หมู่บ้าน จำนวน 7 กลุ่มชุมชน แยกเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง 6 กลุ่ม และงานจักสาน 1 กลุ่ม สอบถามผู้บริโภค 100 คน ต่อ 1 ผลงานนักศึกษายุวชนอาสา รวมทั้งสิ้น 900 คน พบว่าอัตลักษณ์ชุมชนเมืองพานที่ชัดเจนที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาทซึ่งสัมพันธ์กับคำขวัญของตำบลเมืองพาน การออกแบบผลิตภัณฑ์สามารถดึงจากรูปร่าง รูปทรงโบราณสถาน ลวดลายฝาผนังถ้ำ และลายพระพุทธบาทบัวบก แต่การใช้งานชาวบ้านมีความเชื่อว่าสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาทมีความศักดิ์สิทธิ์ โดยเฉพาะหอนางอุสา และพระพุทธบาทบัวบก การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงให้คำนึงในการใช้งาน ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่จำนวน 9 ชุดผลิตภัณฑ์ เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของผู้บริโภคลำดับ 1 คือ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสามารถสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวนั้นได้ ร้อยละ 35.6 ลำดับที่ 2 รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่สวยงาม ร้อยละ 30.2 และลำดับที่ 3 ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 16.8 เมื่อได้รูปแบบที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ทำการผลิตต้นแบบ และนำไปประเมินที่กลุ่มชุมชนด้วยการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ กลุ่มชุมชนได้รับความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของโครงการ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.64) ความพึงพอใจต่อภาพรวมการจัดโครงการ ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.86)

คำสำคัญ: ยุวชนอาสา, ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก, อัตลักษณ์ชุมชน

Abstract

The souvenir handicraft product design that convey to the identity of Muang Phan community, Ban Phu Udon Thani Province aims to study and to develop the souvenir handicraft product which is the identity of Muang Pan community and to broadcast the knowledge of the souvenir product design to Muang Phan Community, the scope area of Tumbon Muang Phan Aumphur Ban Phue has 15 villages 7 communities split up into 6 groups of the native fabric product and a group of the basketry, to inquire 100 consumers per 1 work of youth volunteer which a total of 900 people had been found obviously the identity ofMuang Phan community is Phu Phra Bat Historical Park as the tourism attraction related to Muang Phan district's slogan, The product design could conduce from the shape, the ancient remain outline, cave wall pattern and Pra Put Ta Bat Bua Bok outline, the usability due to the villager has believed about thePu Pra Bat Historical Park as the tourism attraction has the sacred, especially Ho Nang U-Sa and Pra Put Ta Bat Bua Bok influence to the product design should consider about the usability with appropriately, a new product had been designed as a total of 9 sets, the first reason from the consumer to purchase souvenir product was the product could convey to the tourism attraction as 35.6 percentages, second was the beauty and the new product style as 30.2 percentages and the third was the usability of product as 16.8 percentage, when meet the consumer demand conduce making the prototype and evaluated by the community group through the workshop activity, the satisfaction of the community group had received the knowledge about project content was a high level (mean =4.64), the satisfaction of a total project was the highest level (mean=4.67) and the satisfaction of applying the knowledge for usability was the highest level (mean=4.86).

Keyword: Youth volunteers, Souvenir product, Identity Community

บทนำ

โครงการยุวชนอาสา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีได้ผ่านการคัดสรรจำนวน 3 โครงการ โดยโครงการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : เปิดพื้นที่เชิงวัฒนธรรม นำนวัตวิถีแห่งประชา ตระการตาแสงเสียง ร้อยเรียงอารยธรรม เลิศล้ำภูพระบาท บ้านผือ จังหวัดอุดรธานีเป็น 1 ในโครงการที่ได้รับการอนุมัติ ตามที่จังหวัดอุดรธานีได้พยายามผลักดันให้พื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท ตำบลเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่รู้กันอย่างกว้างขวางภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การบริการและการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีได้ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลศักยภาพชุมชนในเขตรับผิดชอบ ภายใต้โครงการพลังแผ่นดินพัฒนาถิ่น พัฒนาไทย ตำบลเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี ประจำปีงบประมาณ 2563 นักศึกษาที่ร่วมโครงการและคณะอาจารย์ที่ปรึกษา จึงเล็งเห็นถึงการบูรณาการองค์ความรู้ของศาสตร์ต่างๆ ของมหาวิทยาลัย เพื่อส่งเสริมและเกื้อหนุนให้เกิดการเปิดพื้นที่เชิงวัฒนธรรม โดยถ่ายทอดผ่านศาสตร์ดนตรี ศิลปะการแสดง เชิดชูผลิตภัณฑ์ชุมชนในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์ และสร้างความเข้าใจเรื่องลิขสิทธิ์ทางปัญญา เพื่อเกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน พร้อมทั้งศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวและจัดทำฐานข้อมูลภูมิสารสนเทศการท่องเที่ยว โดยชุมชนได้เรียนรู้ เข้าใจ เข้าถึงและเข้าร่วมการพัฒนาการเปิดพื้นที่ทางวัฒนธรรม ที่ส่งผลการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 อย่างเป็นรูปธรรม

โครงการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: เปิดพื้นที่เชิงวัฒนธรรม นำนวัตวิถีแห่งประชา ตระการตาแสงเสียง ร้อยเรียงอารยธรรม เลิศล้ำภูพระบาท บ้านผือ จังหวัดอุดรธานีเป็นการบูรณาการร่วมกันของนักศึกษา 10 สาขาวิชา ประกอบด้วย สาขานิติศาสตร์ สาขารัฐศาสนศาสตร์ สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาศิลปะการแสดง สาขาวิชาภูมิสารสนเทศเพื่อการพัฒนา สาขาวิชาทัศนศิลป์ สาขาวิชาดนตรีศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาวิชาภาษาอังกฤษมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีศูนย์การศึกษาบึงกาฬ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ คณะวิทยาการจัดการ และสาขาอาหารและบริการ คณะเทคโนโลยี

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในทุกพื้นที่ในประเทศไทย โดยเฉพาะการสื่อถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่ชุมชนจะส่งคุณค่าให้แก่ผู้บริโภคหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสวิถีชุมชนเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ที่พึงระลึกถึงการได้ท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นๆ จึงเกิดแนวทางในการให้นักศึกษามีโอกาสในการเรียนรู้ถึงกระบวนการการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชุมชน สู่แนวทางสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกซึ่งอยู่ภายใต้การรับผิดชอบของสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ โครงการยุวชนอาสา จึงเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ศึกษาวิธีออกแบบ แนวความคิดในการออกแบบ วัสดุ กรรมวิธีการผลิตจากชุมชน กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี สร้างอัตลักษณ์รูปแบบของที่ระลึกที่สามารถสื่อถึงชุมชนตำบลเมืองพานการผลิตที่ยังคงยึดวิถีเดิมและศักยภาพของชุมชนเพื่อให้ชุมชนสามารถดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืนตามรอยหัตถกรรมชุมชน สู่แนวทางสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกอัตลักษณ์ชุมชนตำบลเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้แก่กลุ่มชุมชนเมืองพาน

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การนำไปสู่ความสำเร็จของการสร้างผลงาน “1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย” โครงการยุวชนอาสา ประจำปีงบประมาณ 2564 พื้นที่เป้าหมายของโครงการคือ ตำบลเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี ในโครงการย่อย : การออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกที่สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชนเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี จะเริ่มต้นด้วย การวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ คือ เป็นการศึกษาข้อมูลภาคเอกสาร การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของชุมชนเมืองพาน การศึกษาบริบทชุมชน สถานที่สำคัญในพื้นที่ที่สามารถมาสร้าง

เป็นฐานแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ และศึกษาทัศนคติความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาได้ เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายต่อไป ดังนั้นจะต้องใช้ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณด้วย

1. ขอบเขตพื้นที่ดำเนินการ ตำบลเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี ประกอบไปด้วย 15 หมู่บ้าน ได้แก่หมู่ 1 บ้านจอมศรี, หมู่ 2 บ้านใหม่, หมู่ 3 บ้านโก่ม, หมู่ 4 บ้านหนองกบ, หมู่ 5 บ้านกาลึม, หมู่ 6 บ้านติ้ว, หมู่ 7 บ้านเมืองพาน, หมู่ 8 บ้านนาแมน, หมู่ 9 บ้านหนองกาลึม, หมู่ 10 บ้านไผ่ล้อม, หมู่ 11 บ้านโคกก่อง, หมู่ 12 บ้านดอนขี้เหล็ก, หมู่ 13 บ้านใหม่, หมู่ 14 บ้านใหม่ และหมู่ 15 บ้านเมืองพาน

2. วิธีดำเนินการ วิธีดำเนินการมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ภาคเอกสาร การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ศึกษาข้อมูลภาคเอกสาร การศึกษาจากหนังสือ บทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย เอกสารและเว็บไซด์ทางอินเตอร์เน็ต และกำหนดขอบเขตในการวิจัย ติดต่อประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพร้อมขอหนังสือจากทางมหาวิทยาลัยเพื่อเก็บข้อมูลในพื้นที่วิจัย

เครื่องมือวิจัยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม สัมภาษณ์กลุ่มชุมชนในพื้นที่ตำบลเมืองพาน (สิ่งทอและจักสาน) เพื่อให้ได้ข้อมูลบริบทชุมชน ประวัติความเป็นมาของกลุ่มชุมชน หาความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ และวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเพื่อเข้าสู่กระบวนการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างสรรค์ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative data Analysis) สร้างภาพร่างงานออกแบบ (Idea Sketch) นำเสนอแบบร่างเพื่อคัดเลือกแบบในการทำแบบร่างสมบูรณ์ (Sketch Design)

เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถามสอบถาม เก็บข้อมูลผู้บริโภค 100 คน ต่อ 1 ผลงานนักศึกษา รวมทั้งสิ้น 900 คน วิเคราะห์ผลความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อแบบร่างสมบูรณ์ นำผลการออกแบบแบบและการวิเคราะห์ นำเสนอกับกลุ่มชุมชน เพื่อสรุปแนวทางการผลิตต้นแบบ สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน และเผยแพร่ผลงานด้วยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการแก่กลุ่มชุมชน ประเมินการรับรู้และสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ประเมินผลตอบรับของกลุ่มชุมชนผู้เข้ารับการอบรม และวิเคราะห์ผลการประเมินการรับรู้

ขั้นตอนที่ 3 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

3. แผนผังแสดงการดำเนินงาน

ภาพที่ 1 *แผนผังสรุปการดำเนินการของโครงการยุวชนอาสา ประจำปีงบประมาณ 2564*

โครงการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: เปิดพื้นที่เชิงวัฒนธรรม นำนวัตวิถีแห่งประชา ตระการตาแสงเสียง ร้อยเรียงอารยธรรม เลิศล้ำภูพระบาท บ้านผือ จังหวัดอุดรธานี ซึ่งโครงการการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกที่สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชนบ้านผือ อยู่ภายใต้การรับผิดชอบของสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์

สรุปผลการออกแบบ

บ้านติ้วเป็นกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถี โดยมีคำขวัญว่า “ร้อยลวดลายผ้ามัดหมี่ทอมือ กล้วยทอดแสนอร่อย เรียนรู้เกษตรกรผสมผสาน เที่ยวหอนางอุสา กราบพระพุทธบาทบัวบก” ต้นตระกูลของชาวบ้านติ้วอพยพมาจากเมืองเชียงขวาง เมื่อครั้งสมัยราชกาลที่ 1 เนื่องจากมีลำห้วยไหลผ่าน และมี “กุดติ้ว” ซึ่งมีต้นติ้วขึ้นอยู่มาก และได้เรียกเป็นชื่อบ้านติ้วมาจนถึงปัจจุบัน

ชาวบ้านติ้วในปัจจุบันดำเนินชีวิตด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียง มีอาชีพหลัก ทำนา ทำไร่ และอาชีพรอง คือการทำผ้ามัดหมี่ ผลจากการสำรวจผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แบ่งเป็น 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ได้แก่ กลุ่มสิ่งทอ และกลุ่มจักสาน สามารถสรุปข้อมูลทั่วไปเพื่อแสดงถึงศักยภาพของทางกลุ่ม ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปข้อมูลพื้นฐานและความต้องการของชุมชนบ้านติ้ว ตำบลเมืองพาน

กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน	จุดเด่น-จุดด้อย	ความต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่
ประเภทงานผ้าทอพื้นเมือง		
1. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านติ้ว ประธานกลุ่ม แม่นาง อินทะศรี กลุ่มก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2535 ได้ขึ้นทะเบียน otop มีสมาชิกประมาณ 10 คน เริ่มต้นจากการรวมกลุ่มของสตรีในชุมชนเกิดจากความต้องการที่จะใช้ความสามารถด้านการมัดหมี่ ประกอบกับมีเวลาว่างหลังจากช่วงทำนา ซึ่งมีความรู้ที่ได้รับถ่ายทอดจากพ่อแม่ เพื่อทำเป็นอาชีพเสริม **ผลิตภัณฑ์เดิม** คือ ผ้าทอมัดหมี่แบบเมตรตัดขาย 2 เมตร	**จุดเด่น** จุดเด่นพื้นที่ มีอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท และจุดเด่นกลุ่มชุมชน คือ ผ้าทอมัดหมี่ที่ผลิตเองและจำหน่ายเอง **จุดด้อย** ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายเพียงอย่างเดียว คือ ผ้าถุงมัดหมี่ทอมือ	กระเป๋าผ้า, หมอนรองคอ, กระเป๋าใส่เหรียญ
2. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านนาแมน ประธานกลุ่ม คือ คุณแม่ จันทร์ทอน สิงห์วงค์ การก่อตั้งกลุ่มนั้นเกิดจากการรวมตัวของกลุ่มสตรีในชุมชนที่ว่างจากงานหลักการทำนา มาทอผ้าเพื่อสร้างรายได้เสริมจากการทำนา กลุ่มนั้นไม่ได้อยู่รวมกันแต่ทำงานแบบบ้านตนเอง ได้ก่อตั้งมานานแล้ว เป็นการสืบทอดกันมาเป็นรุ่นๆ **ผลิตภัณฑ์เดิม** คือ ผ้าทอมัดหมี่แบบเมตรตัดขาย 2 เมตร	**จุดเด่น** มีผลิตภัณฑ์ที่มีลวดลายที่สวยงาม มีการขายผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ตลอด **จุดด้อย** อุปกรณ์ในการผลิตสินค้าไม่เพียงพอ ยังไม่มีการแปรรูป ช่องทางการขายไม่หลากลาย ลวดลายไม่เด่นชัด	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแบบใหม่ เช่นกระเป๋า พวงกุญแจ ลวดลายผ้ามัดหมี่ลายใหม่

กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน	จุดเด่น-จุดด้อย	ความต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่
3. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่ ประธานกลุ่ม คือ บังออน คำบุญ กลุ่มก่อตั้งมาได้มากกว่า 30-40 ปี เป็นการสืบทอดรุ่นต่อรุ่นมาจนมาถึงปัจจุบันสมาชิกของกลุ่มมี 19 คน ขึ้นทะเบียน เป็นกลุ่มชุมชน OTOP **ผลิตภัณฑ์เดิม** คือ ผ้าผืนมัดหมี่ราคาต่อเมตร 250 บาท	**จุดเด่น** มีผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม มีลวดลายที่หลากหลายและมีกำลังในการผลิต **จุดด้อย** รูปแบบของสินค้าแปรรูป ไม่มีช่องทางการขาย	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแบบใหม่ เช่น กระเป๋า สมุดโน้ต พวงกุญแจ
4. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประธานกลุ่ม คือ วิไลพร สี กลุ่มก่อตั้งมาได้มากกว่า 20-30 ปี เป็นการสืบทอดรุ่นต่อรุ่นมาจนมาถึงปัจจุบันสมาชิกของกลุ่มมี 2-3 คน **ผลิตภัณฑ์เดิม** คือ ผ้าผืนมัดหมี่ราคาต่อเมตร 600-700 บาท	**จุดเด่น** มีผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม และสามารถผลิตเองได้ **จุดด้อย** ไม่มีช่องทางการขายสินค้าออนไลน์	กระเป๋าขนาดเล็ก
5.กลุ่มทอผ้าหนองนาแมน ประธานกลุ่ม คือ นางศรีสมร จันทร์สว่าง กลุ่มหนองนาแมน ก่อตั้งมาได้มากกว่า 30 ปี เป็นการสืบทอดรุ่นต่อรุ่นจนถึงปัจจุบัน สมาชิกในกลุ่มมีประมาณ 20 คน ขึ้นทะเบียนเป็นกลุ่มชุมชน OTOP **ผลิตภัณฑ์เดิม** คือ ผ้าทอ ผ้าขาวม้า ผ้าห่มเย็บมือ	**จุดเด่น** มีผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม มีลวดลายที่หลากหลาย **จุดด้อย** ไม่มีช่องทางการขายสินค้าที่เป็นร้านรวมสินค้า และการขายออนไลน์	กระเป๋าสตางค์ กระเป๋าใส่โทรศัพท์มือถือ กระเป๋าสะพาย (ถุงผ้า)

กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน	จุดเด่น-จุดด้อย	ความต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่
6.กลุ่มทอผ้าบ้านใหม่หมู่ 13 ประธานกลุ่ม คือ นาง เวิน บุตรดี ประวัติความเป็นมาของกลุ่มเนื่องจากด้วยกลุ่มท่อผ้าของหมู่ 13 เกิดขึ้นจากการรวมตัวของแม่ๆใน ชุมชนเพื่อหารายได้เพิ่มเติมจากเวลาว่าง **ผลิตภัณฑ์เดิม** คือ ผ้าฝ้ายทอเป็นผืน	**จุดเด่น** มีผลิตภัณฑ์ ที่มีความสวยงาม และสีของผ้าที่สด **จุดด้อย** การผลิตสินค้าล่าช้าไม่ทันกับความต้องการของลูกค้า ไม่มีช่องทางการขายผ่านทางออนไลน์	เสื้อ หมวก กระเป๋า ตะกร้าผ้า
ประเภทงานจักสาน		
7. กลุ่มจักสานบ้านติ้ว ประธานกลุ่ม นายหนูจันทร์ คำทา ประวัติความเป็นมาเนื่องจากด้วยคุณพ่อหนูจันทร์ท่านได้มีอายุที่มากขึ้นและร่างกายที่เริ่มเสื่อมอายุมาก เลยหันมาทำงานจักสานที่บ้านทำเวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และสืบสานวิธีจักสานจากบรรพบุรุษเพื่อให้ ลูกหลานได้เห็นได้เรียนรู้ และเพิ่มรายได้ให้ครอบครัว **ผลิตภัณฑ์เดิม** ตะกร้ากระติบข้าวหวด และอุปกรณ์จับสัตว์น้ำ	**จุดเด่น** ผลิตภัณฑ์จักสานได้เองเนื่องจากสืบทอดมาแต่บรรพบุรุษ ตะกร้าและผลิตภัณฑ์จักสานมีความแข็งแรงทนทาน **จุดด้อย** ผลิตสินค้าได้น้อย ใช้เวลาในการผลิตมากไม่มีช่องทางการขาย	โคมไฟแจกัน ตะกร้าผ้า พัด และที่รองแก้ว

ผลจากการสัมภาษณ์และสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้แบ่งเป็น 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ได้แก่ กลุ่มสิ่งทอ และกลุ่มจักสานนำมาสรุปแนวทางการออกแบบและทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แบบร่างหยาบ Idea Sketch เลือกแบบที่เหมาะสมทำแบบร่างสมบูรณ์ Sketch Design และนำแบบร่างสมบูรณ์สอบถามความต้องการผู้บริโภคจำนวน 100 คน สรุปเป็นรายชิ้นงานได้ดังนี้

1. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านติ้ว สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มทอผ้าบ้านติ้วออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋า และหมอนรองคอ แรงบันดาลใจจากหอนางอุสา และถ้ำพระมาใช้ในการออกแบบ สรุปแนวคิดในการออกแบบ ร่าง (Idea Sketch) และสอบถามความต้องการของผู้บริโภคจำนวน 100 คน ผลสรุปดังนี้

ตารางที่ 2 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านติ้ว

แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	SD.	แปลผล
SKD. Collection	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.47	0.71	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่สวยงาม	4.04	0.69	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	4.17	0.76	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	4.43	0.64	มาก
	รวม	4.27	0.70	มาก
SKD. Collection	แบบร่างที่ 2			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.13	0.61	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.82	0.76	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	3.95	0.62	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	4.26	0.67	มาก
	รวม	4.04	0.66	มาก

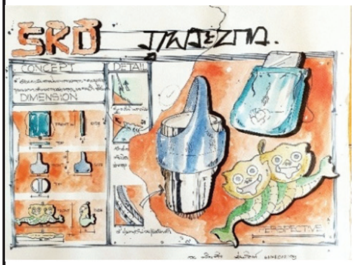
จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 1 ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) ข้อเสนอแนะในการออกแบบ ให้คำนึงความแข็งแรงทนทาน และอายุการใช้งานผลิตภัณฑ์ที่ยาวนานขึ้น

จากแบบร่างที่ 1 ทำการผลิต Mockup Model มาตราส่วน 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชนปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจแบบกระเป๋าสะพายมากที่สุด

ภาพที่ 2 *การปฏิบัติงานร่วมกับกลุ่มทอผ้าบ้านติ้ว และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ออกแบบโดย นางสาวรภีพรรณ ดินโคกสูง*

2. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านนาแมน สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านนาแมน ออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋า พวงกุญแจ และซองผ้าใส่แก้ว แรงบันดาลใจจากหอนางอุสา และลายประติมากรรมนูนต่ำที่พระธาตุพนม มาใช้ในการออกแบบ สรุปแนวคิดในการออกแบบ ร่าง (Idea Sketch) สอบถามความต้องการของผู้บริโภค จำนวน 100 คน ผลสรุปดังนี้

ตารางที่ 3 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านนาแมน

แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	SD.	แปลผล
	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.03	0.74	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่สวยงาม	3.85	0.84	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	4.22	0.62	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	3.81	0.72	มาก
	รวม	3.97	0.73	มาก
	แบบร่างที่ 2			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.81	0.72	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.66	0.94	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	4.11	0.56	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	4.03	0.79	มาก
	รวม	3.90	0.75	มาก

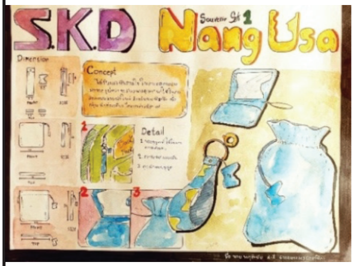
จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 1 ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.97) ข้อเสนอแนะในการออกแบบ ให้พัฒนาการการออกแบบให้ทันสมัย ยึดติดกับวัฒธรรมดั้งเดิม ลองเอามาปรับกราฟิกที่สื่อถึงวัฒธรรมให้น่ารักและทันสมัยกว่านี้ออกแบบดูไม่เป็นมิตร ไม่ดึงดูดรูปพญานาคดูน่ากลัว จากแบบร่างที่ 1 ทำการผลิต Mockup Model มาตราส่วน 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชนปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจแบบ

ร่างที่ 2 กระเป๋าใส่แก้วน้ำมากที่สุดจึงทำการพัฒนาแบบให้สัมพันธ์กันกับแบบร่างที่ 1 ประกอบด้วย ถุงผ้า กระเป๋าใส่แก้วน้ำ และพวงกุญแจ

ภาพที่ 3 *การปฏิบัติงานร่วมกับกลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านนาแมน และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ออกแบบโดย นายตรินติกร เพียอินทร์ และนายพฤฒิชัย สาลี*

สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านนาแมน ออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ กระเป๋า พวงกุญแจ และพวงกุญแจแบบกระจกพก แรงบันดาลใจจากหอนางอุสา

ตารางที่ 4 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านนาแมน

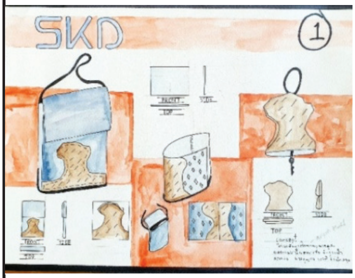
แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	SD.	แปลผล
	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.81	0.71	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่ สวยงาม	3.59	0.77	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	3.90	0.73	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	3.95	0.56	มาก
	รวม	3.81	0.69	มาก

	แบบร่างที่ 2			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.63	0.77	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.77	0.73	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	3.95	0.82	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	3.90	0.59	มาก
	รวม	3.81	0.72	มาก

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 1 และแบบร่างที่ 2 ผู้บริโภคให้ความสนใจเท่ากันที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ข้อเสนอแนะในการออกแบบ ให้พัฒนาการการออกแบบให้ทันสมัย และดูน่าสนใจขึ้น จึงเลือกผลิตจากแบบร่างที่ 1 ทำการผลิต Mock-up Model 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชนปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจกระเป๋าหูรูดมากที่สุด

3. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่ สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มทอผ้ามัดหมี่ ออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าใส่มือถือ ปกสมุดผ้า และพวงกุญแจ แรงบันดาลใจจากกู่นางอุสา และสอบถามความต้องการของผู้บริโภค 100 คน

ตารางที่ 5 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มทอผ้ามัดหมี่

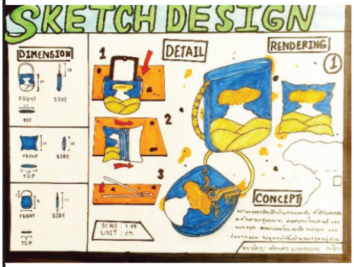
แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	SD.	แปลผล
	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.03	0.68	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่สวยงาม	3.64	0.85	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	4.21	0.81	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	4.00	0.37	มาก
	รวม	3.97	0.67	มาก
	แบบร่างที่ 2			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.75	0.68	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.67	0.65	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	3.92	0.79	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	4.10	0.61	มาก
	รวม	3.86	0.68	มาก

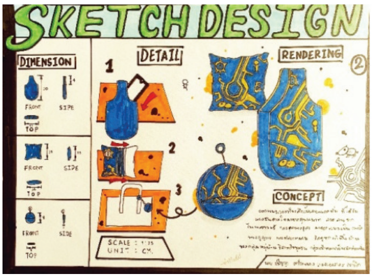
จากตารางที่ 5 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 1 ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) จึงนำแบบร่างที่ 1 ทำการผลิต Mockup Model มาตราส่วน 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชน ปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจกระเป๋าใส่มือถือมากที่สุด

ภาพที่ 4 *การปฏิบัติงานร่วมกับกลุ่มทอผ้ามัดหมี่ และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ออกแบบโดย นายพงศกร ควรกล้า*

4. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋า ปลอกหมอนอิง และพวงกุญแจ แรงบันดาลใจภาพเขียนสีที่ โนนสาวเอ้ มาใช้ในการออกแบบ และสอบถามความต้องการของผู้บริโภคจำนวน 100 คน ผลสรุปดังนี้

ตารางที่ 6 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	SD.	แปลผล
	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.68	1.21	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่ สวยงาม	3.25	1.34	ปานกลาง
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	3.75	1.22	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	3.81	0.84	มาก
	รวม	3.62	1.15	มาก

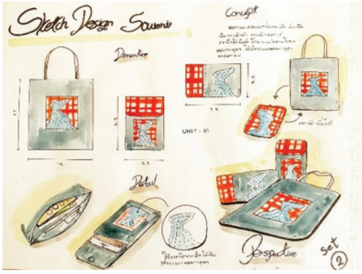
<table>
<tr><td rowspan="6"></td><td colspan="4">แบบร่างที่ 2</td></tr>
<tr><td>ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก</td><td>3.75</td><td>0.75</td><td>มาก</td></tr>
<tr><td>รูปแบบมีความแปลกใหม่</td><td>3.87</td><td>1.08</td><td>มาก</td></tr>
<tr><td>การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้</td><td>3.65</td><td>1.07</td><td>มาก</td></tr>
<tr><td>ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต</td><td>3.68</td><td>0.94</td><td>มาก</td></tr>
<tr><td>รวม</td><td>3.73</td><td>0.96</td><td>มาก</td></tr>
</table>

จากตารางที่ 6 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 2 ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) จึงนำแบบร่างที่ 2ทำการผลิต Mockup Model มาตราส่วน 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชน ปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจรูปแบบของปลอกหมอนอิงมากที่สุด

ภาพที่ 5 *การปฏิบัติงานร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ออกแบบโดย นายปริญญา ศรีกาหลง*

5. กลุ่มทอผ้าหนองนาแมน สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มทอผ้าหนองนาแมน เป็นการนำผ้ามัดหมี่ และผ้าขาวม้ามาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าใส่เหรียญ กระเป๋าสะพายแบบพับได้ และกระเป๋ายาวใส่ธนบัตร แรงบันดาลใจจากหอนางอุสา มาใช้ในการออกแบบ และสอบถามความต้องการของผู้บริโภคจำนวน 100 คน ผลสรุปดังนี้

ตารางที่ 7 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มทอผ้าหนองนาแมน

แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	SD.	แปลผล
	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.00	0.67	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่ สวยงาม	3.80	0.88	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	4.10	0.77	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	3.91	0.76	มาก
	รวม	3.95	0.77	มาก
	แบบร่างที่ 2			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.91	0.60	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.60	0.83	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	4.02	0.60	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	3.82	0.73	มาก
	รวม	3.83	0.69	มาก

จากตารางที่ 7 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 1 ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) จึงนำแบบร่างที่ 1 ทำการผลิต Mockup Model มาตราส่วน 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชน ปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจรูปแบบของกระเป๋าใส่ธนบัตรมากที่สุด

ภาพที่ 6 *การปฏิบัติงานร่วมกับกลุ่มทอผ้าหนองนาแมน และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ออกแบบโดย นายวัชระ ดรจ้ำ*

6. กลุ่มทอผ้าบ้านใหม่หมู่ 13 สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มทอผ้าบ้านใหม่หมู่ 13 ออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ลายบนเสื้อยืด กระเป๋า และหมวก แรงบันดาลใจจากลายเขียนสีที่ถ้ำคน และหอนางอุสา มาใช้ในการออกแบบ และสอบถามความต้องการของผู้บริโภคจำนวน 100 คน ผลสรุปดังนี้

ตารางที่ 8 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มทอผ้าหนองนาแมน

แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	SD.	แปลผล
	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.04	0.63	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่สวยงาม	3.68	0.87	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	4.09	0.79	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	3.68	0.69	มาก
	รวม	3.87	0.74	มาก

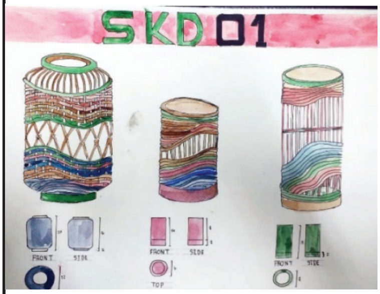
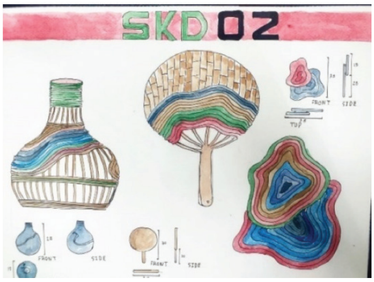
	แบบร่างที่ 2			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.86	0.81	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.59	0.88	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	4.04	0.63	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	3.86	0.75	มาก
	รวม	3.83	0.76	มาก

จากตารางที่ 8 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 1 ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) จึงนำแบบร่างที่ 1ทำการผลิต Mockup Model มาตราส่วน 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชน ปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจรูปแบบของเสื้อยืดมากที่สุด

ภาพที่ 7 *การปฏิบัติงานร่วมกับกลุ่มทอผ้าบ้านใหม่หมู่ 13 และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ออกแบบโดยนายเมธัส นวลมณี*

7. กลุ่มจักสานบ้านติ้ว สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มจักสานบ้านติ้ว เป็นการนำงานจักสานไม้ไผ่ มาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน เช่น โคมไฟ แจกันดอกไม้แห้ง Wall art และพัด แรงบันดาลใจจากพื้นหินที่เกิดจากการกัดกร่อนของน้ำทะเลในพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติภูพระบาท มิติของชั้นหิน มาใช้ในการออกแบบ และสอบถามความต้องการของผู้บริโภคจำนวน 100 คน ผลสรุปดังนี้

ตารางที่ 9 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มจักสานบ้านติ้ว

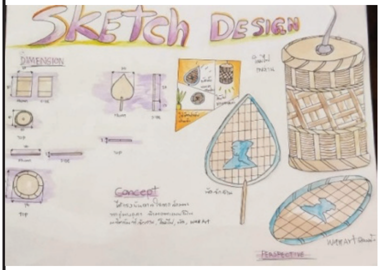
แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	SD.	แปลผล
	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.80	0.60	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่สวยงาม	3.60	0.80	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	4.20	0.74	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	4.00	0.44	มาก
	รวม	3.90	0.64	มาก
	แบบร่างที่ 2			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.90	0.70	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.70	1.04	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	3.60	0.91	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	4.00	1.09	มาก
	รวม	3.80	0.93	มาก

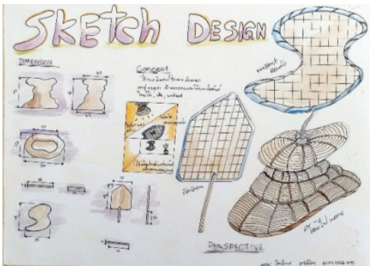
จากตารางที่ 9 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 1 ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) จึงนำแบบร่างที่ 1ทำการผลิต Mockup Model มาตราส่วน 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชน ปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจรูปแบบของโคมไฟมากที่สุดทั้งโคมไฟแบบร่างที่ 1 และแบบร่างที่ 2

ภาพที่ 8 *การปฏิบัติงานร่วมกับกลุ่มจักสานบ้านติ้ว และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ออกแบบโดย นายพีรพงษ์ รูปสม และนายอิทธิพร แสงศิลา*

สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มจักสานบ้านติ้ว เป็นการนำงานจักสานไม้ไผ่ มาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน เช่น โคมไฟ พัด ถาด และที่รองแก้ว แรงบันดาลใจจากกู่นางอุสา มาใช้ในการออกแบบ และสอบถามความต้องการของผู้บริโภคจำนวน 100 คน ผลสรุปดังนี้

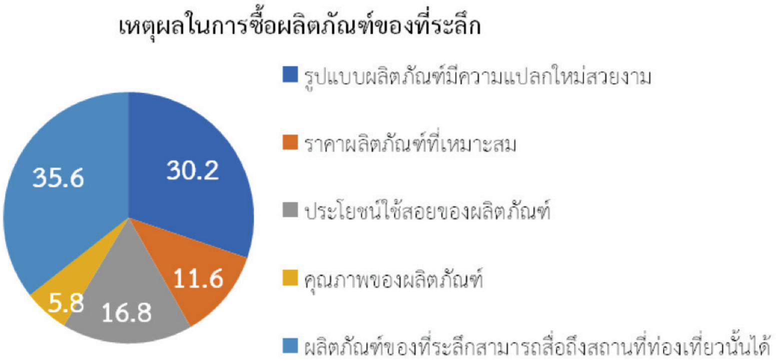
ตารางที่ 10 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มจักสานบ้านติ้ว

แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	SD.	แปลผล
	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.80	0.60	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่ สวยงาม	3.60	0.80	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	4.20	0.74	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	4.00	0.44	มาก
	รวม	3.90	0.64	มาก

	แบบร่างที่ 2			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.90	0.70	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.70	1.04	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	3.60	0.91	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	4.00	1.09	มาก
	รวม	3.80	0.93	มาก

จากตารางที่ 10 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 1 ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) จึงนำแบบร่างที่ 1ทำการผลิต Mockup Model มาตราส่วน 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชน ปรากฎว่ากลุ่มให้ความสนใจรูปแบบของโคมไฟมากที่สุด

จากการเก็บข้อมูลผู้บริโภค 900 คน สามารถสรุปพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดังนี้ ผู้บริโภคนิยมซื้อเป็นของฝาก ของที่ระลึกแก่บุคคลที่รู้จัก ร้อยละ 67.50 และซื้อเพื่อใช้เอง ร้อยละ 32.20 ราคาสินค้าของที่ระลึกที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ ราคาประมาณ 100-300 บาท ร้อยละ 68.60 ราคาประมาณ 301-500 บาท ร้อยละ 27.40 และราคามากกว่า 500 บาทขึ้นไป ร้อยละ 4.00



ภาพที่ 9 *สรุปเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของผู้บริโภค*

จากแผนภูมิสรุปได้ว่าเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของผู้บริโภค ลำดับ 1 คือ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสามารถสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวนั้นได้ ร้อยละ 35.6 ลำดับที่ 2 รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่สวยงาม ร้อยละ 30.2 ลำดับที่ 3 ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 16.8 ลำดับที่ 4 ราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ร้อยละ 11.6 และลำดับสุดท้าย คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 5.8

4.2 การเผยแพร่องค์ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้แก่กลุ่มชุมชนเมืองพาน จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ ณ ลานเอนกประสงค์ องค์การบริหารส่วนตำบลเมืองพาน จังหวัดอุดรธานี ซึ่งมีชุมชนเข้าร่วมอบรมทั้งสิ้น 38 คน ผู้ที่สนใจและนักศึกษาที่สนใจ 47 คน รวมเป็น 85 คน กิจกรรมเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ชุมชนในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชนบ้านผือโดยกลุ่มนักศึกษายุวชนอาสาสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี จำนวน 9 คน

ภาพที่ 10 *การอบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตำบลเมืองพาน*

ตารางที่ 11 ประเมินผลการเผยแพร่องค์ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้แก่กลุ่มชุมชนเมืองพาน

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	SD.	แปลผล
ด้านวิทยากร			
1) การถ่ายทอดความรู้และการอธิบายเนื้อหาของวิทยากรมีความชัดเจน	4.66	0.64	มากที่สุด
2) วิทยากรให้ความรู้ ได้เข้าใจและน่าสนใจ	4.50	0.67	มากที่สุด

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	SD.	แปลผล
3) ใช้เวลาตามที่กำหนดไว้	4.66	0.47	มากที่สุด
4) การยกตัวอย่างประกอบการบรรยาย และลำดับการสาธิต	4.70	0.45	มากที่สุด
5) การตอบข้อซักถามในการฝึกอบรม	4.63	0.48	มาก
รวม	4.63	0.54	มากที่สุด
ด้านความรู้ความเข้าใจ			
11) หลังจากได้รับการอบรมท่านมีความรู้เพิ่มมากขึ้นเพียงใด	4.56	0.55	มากที่สุด
12) ประโยชน์ที่ท่านได้รับจากการอบรม	4.73	0.44	มากที่สุด
รวม	4.64	0.49	มาก
ด้านการนำความรู้ไปใช้			
13) สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้	4.90	0.30	มากที่สุด
14) สามารถนำความรู้ไปเผยแพร่ / ถ่ายทอดได้	4.83	0.37	มากที่สุด
รวม	4.86	0.33	มากที่สุด

จากตารางที่ 11 สรุปได้ว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 85 คน ผู้เข้าร่วมโครงการทั้งหมด ได้รับความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของโครงการ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.64) ความพึงพอใจต่อภาพรวมการจัดโครงการ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.86) ชุมชนสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปผลิตเป็นสินค้าของที่ระลึกเพื่อเป็นรายได้เสริมจากงานเกษตร และได้แนวทางในการพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในรูปแบบใหม่ๆ ต่อไป

ภาพที่ 11 *ผลงานจากการอบรม ปฏิบัติการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกที่สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชนบ้านผือ*

อภิปรายและสรุปผล

การสรุปและอภิปรายผลการวิจัยผู้วิจัยลำดับตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ตั้งไว้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกอัตลักษณ์ชุมชนตำบลเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี พบว่าอัตลักษณ์ชุมชนเมืองพานที่ชัดเจนที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาทซึ่งสัมพันธ์กับคำขวัญของตำบลเมืองพานที่ว่า “ร้อยลวดลายผ้ามัดหมี่ทอมือ กล้วยทอดแสนอร่อย เรียนรู้เกษตรกรผสมผสาน เที่ยวหอนางอุสา กราบพระพุทธบาทบัวบก” การออกแบบผลิตภัณฑ์สามารถดึงจากรูปร่าง รูปทรงโบราณสถาน ลวดลายฝาผนังถ้ำ และลายพระพุทธบาทบัวบก แต่การใช้งานชาวบ้านมีความเชื่อว่าสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาทมีความศักดิ์สิทธิ์ โดยเฉพาะหอนาอุสา และพระพุทธบาทบัวบก การนำมาใช้ห้ามออกแบบเป็นผ้าถุงเพราะใช้งานต่ำกว่าเอวซึ่งถือว่าเป็นของต่ำ การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงให้คำนึงในการใช้งานเป็นหลักสำคัญ สอดคล้องกับแนวคิดของอ้อยใจ เลิศล้ำ, (2553: 77-82) การศึกษาค้นคว้า เพื่อให้นักออกแบบเข้าใจอย่างลึกซึ้ง โดยผ่านการศึกษามาอย่างละเอียดในรูปแบบของลวดลายทั้งผลกระทบต่อสังคม ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ แรงบันดาลใจ ความเชื่อ แนวโน้ม และศิลปะ ในการสร้างสรรค์งานเพื่อแสดงแนวคิดที่เน้นเรื่องความแปลกใหม่และความสวยงามของผลิตภัณฑ์ และการสร้างสรรค์งานเพื่อประโยชน์ใช้สอย มุ่งหมายการคิดดัดแปลงและสร้างผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้แก่กลุ่มชุมชนเมืองพาน สรุปผลได้ว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ออกแบบใหม่จำนวน 9 ชุดผลิตภัณฑ์ เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของผู้บริโภค ลำดับ 1 คือ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสามารถสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวนั้นได้ ร้อยละ 35.6 ลำดับที่ 2 รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่สวยงาม ร้อยละ 30.2 และลำดับที่ 3 ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 16.8 สัมพันธ์กับวัฒนะ จูฑะวิภาต (2552: 58-85) ได้กล่าวถึง ศิลปกรรมพื้นบ้านไทย ว่าเป็นศิลปะที่มีรูปแบบและเอกลักษณ์ของตนเอง เป็นการสร้างสรรค์ผลงานที่ต้องใช้ความชำนาญเฉพาะอย่าง และฝีมือที่ชำนาญ และสอดคล้องกับบทความของ วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2539: 17) กล่าวถึง วัฒนธรรมหัตถกรรม (Handcraft culture) เป็นวัฒนธรรมที่เคียงคู่กับอารยธรรมของมนุษย์มาแต่อดีตจนปัจจุบัน เพราะงานหัตถกรรมมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการดำเนินชีวิต ช่วยให้เกิดความสะดวกสบายและช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตมนุษย์มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ซึ่งวัตถุประสงค์ในการสร้างหัตถกรรมเน้นการใช้สอยเป็นหลัก ปัจจุบันงานหัตถกรรมยังเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการค้าสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนยิ่งขึ้น เมื่อได้รูปแบบที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ทำการผลิตต้นแบบ และนำไปประเมินที่กลุ่มชุมชนด้วย การเผยแพร่องค์ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้แก่กลุ่มชุมชนเมืองพาน จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ ณ ลานเอนกประสงค์ องค์การบริหารส่วนตำบลเมืองพาน จังหวัดอุดรธานี กิจกรรมเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ชุมชนในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชนบ้านผือ ผู้เข้าร่วมโครงการทั้งหมด ได้รับความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของโครงการ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.64) ความพึงพอใจต่อภาพรวมการจัดโครงการ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.86)

เอกสารอ้างอิง

กรมศิลปากร. (2561). **อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท.** สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2563. จาก http://virtualhistoricalpark.finearts.go.th/phuphrabat/index.php/th/.

มิวเซียมไทยแลนด์. (2562). **อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท.** สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2563. จากhttps://www.museumthailand.com/th/museum/Phu-Phrabat-Historical-Park.

วัฒนะ จูฑะวิภาต. (2552). **ศิลปะพื้นบ้าน.** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. (2539). **ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน.** พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: บริษัท คอมแพคท์พริ้น จำกัด.

อ้อยใจ เลิศล้ำ. (2553). **การพัฒนาการออกแบบ : พื้นฐานการออกแบบสิ่งทอและแฟชั่น.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิด ไดโนเสาร์บ้านสิงห์สะอาด ตำบลสหัสขันธ์ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

The Development of Packaging and Branding Design for Khit Dinosaur Fabric Product, Ban sing Sa-At, Sahatsakhan Sub - District Sahatsakhan District, Kalasin Province.

จินทพัฒน์ วศินชุติวัต, กฤษฎา ดูพันดุง

Jinthaphat Wasinchutiwat, Krissada Dupandung

jinthapat.earthie@gmail.com

สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

Packaging Design Program, Rajamangala University of Technology Isan

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ คือการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์ ของกลุ่มทอผ้าบ้านสิงห์สะอาด ตำบลสหัสขันธ์ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์ ของกลุ่มทอผ้าบ้านสิงห์สะอาด ตำบลสหัสขันธ์ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของกลุ่มทอผ้าบ้านสิงห์สะอาด พบว่ากลุ่มผู้ผลิตเป็นชาวภูไท และมีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ ได้แก่วัฒนธรรมการอยู่อาศัย ลักษณะที่อยู่อาศัย การแต่งกาย และวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สิ่งเหล่านี้มีความเหมาะสมสำหรับนำมาใช้เกี่ยวกับแนวคิดการออกแบบทั้งบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ จากแนวคิดในการออกแบบที่มีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้นำผลงานการออกแบบผ่านกระบวนการประเมินความเหมาะสมของงานออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 3 ท่าน และคัดเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าที่มีความเหมาะสมมากที่สุด ทำการพัฒนาจนได้รูปแบบที่สมบูรณ์ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย บรรจุภัณฑ์รวมหน่วยชุดเครื่องแต่งกาย และบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญเทศกาล การศึกษาความคิดเห็นของผู้สนใจในผลิตภัณฑ์ ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 150 คน ในพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จริง ปรากฏผลว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในรูปแบบโครงสร้าง และกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ เพราะมีความแข็งแรง สวยงามเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก โดยคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ยังสามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม และสะดวกในการใช้งาน การวิจัยในครั้งนี้ทำให้ชุมชนได้มีบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานได้อย่างสะดวก และเป็นสิ่งที่ช่วยสะท้อนถึงวัฒนธรรมของชาวภูไทร่วมกับการค้นพบไดโนเสาร์ในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี สร้างความจดจำให้แก่ผู้ซื้อ และทำให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น

คำสำคัญ: บรรจุภัณฑ์, ตราสินค้า, ผ้าลายขิด, ไดโนเสาร์, จังหวัดกาฬสินธุ์

Abstract

This research is the development of packages and brand mark for Khit Dinosaur fabric of Baan Sing sa-at weaving group, Sahatsakhan, Kalasin. The aim is develop packages and brand mark for Khit Dinosaur of Baan Sing sa-at weaving group, Sahatsakhan, Kalasin. The researcher studied the history of Baan Sing sa-at weaving group, found that a group is Phu Thai. They have unique culture, living, habitat, dress, and tradition. All the culture is suitable for use about the concept design of packages and brand mark for product.

From the concept is consistent with the culture to development of packages and brand mark, that is suitable for the product. The researcher has taken the new packages and brand mark through the assessing process by 3 design experts and choose the best of design. Then development packages and brand mark until complete. Including Individual Package, product set package and festival gift set packages. The study in sample group's opinion, 150 samples, accidental sample in the product distribution place, the studied appears that the sample group was satisfied with the new packages, structure and graphic. The new packages are strong, beautiful and very suitable for the product. The average satisfaction score was very satisfactory. Also, the packages can be production in industrial process and easy to use, This research resulted in Baan Sing sa-at weaving group have new packages that can offer the Phu Thai's culture and the discovery of dinosaurs in the area as well, the packages. The packaging creates a memorable impression for the buyer and make community products widely known.

Keyword: Packaging Design, Branding Design, Khit Patterns, Dinosaur, Kalasin Province

บทนำ

จังหวัดกาฬสินธุ์ได้มีการขุดค้นพบซากไดโนเสาร์ที่ภูกุ้มข้าวตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อปี พ.ศ. 2537 โดยพระครูวิจิตรสหัสคุณ พระญาณวิศาลเถร รองเจ้าคณะจังหวัดในปัจจุบัน ต่อมาคณะสำรวจ จากสำนักธรณีวิทยา ได้มาขุดสำรวจจนถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2538 พบกระดูกไดโนเสาร์กินพืชมากกว่า 6 ตัว มีกระดูกมากกว่า 630 ชิ้น ภายในเวลาเพียง 3 เดือน ซึ่งซากไดโนเสาร์นั้นมีขนาดใหญ่ มีน้ำหนักและมีจำนวนมาก ทางฝ่ายโบราณชีววิทยา จึงได้จัดตั้งโครงการพัฒนาพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ภูกุ้มข้าวขึ้นในปี พ.ศ. 2538 หรือที่เรียกว่าพิพิธภัณฑ์สิรินธร จังหวัดกาฬสินธุ์ในปัจจุบัน

อำเภอสหัสขันธ์เป็นอำเภอที่มีศูนย์ท่องเที่ยวคือ ศูนย์ศึกษาวิจัยและพิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ภูกุ้มข้าว หรือพิพิธภัณฑ์สิรินธร เป็นศูนย์วิจัยเกี่ยวกับไดโนเสาร์แห่งแรกของประเทศไทย พิพิธภัณฑ์ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก นอกจากนี้พิพิธภัณฑ์ยังมีบริการจัดค่ายเยาวชน และร้านจำหน่ายของที่ระลึกไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย จึงทำให้มีสินค้าที่เกี่ยวข้องไดโนเสาร์ในท้องถิ่นเพิ่มขึ้นอย่างแพร่หลาย

กลุ่มทอผ้าศูนย์ดำรงธรรมประจำหมู่บ้าน บ้านสิงห์สะอาด หมู่ที่ 6 ตำบลสหัสขันธ์ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จัดตั้งโดย นายบุญเลิศ และนางหวัน พรหมวงศ์ ได้รวมกลุ่มทำผ้าไหมมาเป็นเวลานานและต้องการที่จะพัฒนาผ้าไหมแพรวาให้มีเอกลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของอำเภอมายิ่งขึ้น โดยวัตถุประสงค์ของ กลุ่มทอผ้านี้คือสืบสาน และอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้อยู่คู่กับชุมชน ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายขิดไดโนเสาร์ เป็นการผสมผสานระหว่างการทอผ้าไหมแพรวาแบบดั้งเดิม เพิ่มด้วยการขิดลายของไดโนสาร์ที่เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอขึ้นมา โดยลายไดโนเสาร์ที่ใช้นั้นจะเป็นลายของ ภูเวียงโกซอรัส สิรินธรเน ที่เป็นไดโนเสาร์กินพืช เพราะเป็นสายพันธุ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ผ้าลายขิดไดโนเสาร์เป็นผ้าไหมที่มีความประณีตสวยงาม ดั่งผ้าไหมแพรวา และมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของอำเภอจากลายขิดไดโนเสาร์ที่เพิ่มมา ทางกลุ่มทอผ้าไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นหลักอย่างแน่ชัด และบรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถประคองสินค้าให้สามารถเห็นลวดลายของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขึ้นใหม่โดยบรรจุภัณฑ์จะสามารถช่วยปกป้องสินค้า รวมถึงสามารถสื่อแสดงความหมายด้านศิลปะและวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งเป็นสิ่ง

สำคัญในการค้ายุคปัจจุบันที่ต้องการการส่งเสริมการขาย โดยจะทำให้กลุ่มชุมชนได้ประโยชน์ด้านการกระจายสินค้า การนำเสนอผลิตภัณฑ์ของตน ศิลปวัฒนธรรมรวมถึงอัตลักษณ์ของตนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์บ้านสิงห์สะอาด ตำบลสหัสขันธ์ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

วิธีการศึกษา

วิธีดำเนินโครงการ เป็นการจัดทำวิจัยเชิงประยุกต์ที่ได้นำผลมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อแก้ปัญหาหรือเพื่อการตัดสินใจ ผู้จัดทำโครงการวิจัยได้ทำการค้นคว้าข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ตลอดจนทำการศึกษาถึงปัญหาและความต้องการของกลุ่มผู้ใช้และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การศึกษาเป็นไปอย่างมีขั้นตอน

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติของผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์พบว่าในระยะเวลา 1 เดือนมียอดจำหน่ายทั้งหมดประมาณ 240 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่ผู้วิจัยเลือกมาเป็นตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เลือกการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ บุคคลที่มีความสนใจในด้านผลิตภัณฑ์ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎี ทาโร่ ยามาเน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม 5% จากสูตรการคำนวณกลุ่มประชากรตัวอย่างดังกล่าว สามารถสรุปกลุ่มประชากรตัวอย่างได้ 150 คน

2. เครื่องมือที่ใช้

2.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อเก็บข้อมูลพื้นฐาน ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค พร้อมทั้งข้อมูลประกอบการออกแบบ

2.2 แบบประเมินความพึงพอใจแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบพัฒนาขึ้นมาใหม่

2.3 แบบประเมินความพึงพอใจแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบพัฒนาขึ้นมาใหม่

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดย ศึกษาแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

3.1 การศึกษาข้อมูลพื้นฐานบริบทชุมชน ปัญหา ความต้องการของกลุ่มชุมชน ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาเพื่อนำไปสร้างเป็นแนวคิดการออกแบบ

3.2 การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์ โดยการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อออกแบบ และประเมินความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญ

3.3 การประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบพัฒนาขึ้นมาใหม่

สรุปผลการออกแบบ

1. วิเคราะห์ข้อมูลประเภทบรรจุภัณฑ์

จากการศึกษา ผู้วิจัยได้สืบค้นประเภทของบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันพบว่า ประเภทของกล่องบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมต่อการออกแบบมีอยู่ทั้งหมด 3 ประเภท ดังนี้

1.1 กล่องกระดาษแข็งคงรูป มีความแข็งแรง คงทน และสามารถเก็บรักษาคุณภาพสินค้าได้ดี มีต้นทุนในการผลิตสูง

1.2 กล่องกระดาษไดคัทแบบติดกาว มีความสะดวกต่อการบรรจุผลิตภัณฑ์ สะดวกต่อการขนย้าย หรือขนส่ง

1.3 กล่องกระดาษไดคัทแบบไม่ติดกาว มีความสะดวกต่อการบรรจุผลิตภัณฑ์ สะดวกต่อการขนย้าย หรือขนส่ง มีต้นทุนในการผลิตต่ำ

สรุปจากการวิเคราะห์ประเภทของบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษ ผู้วิจัยจึงได้พบว่าประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดคือ กล่องกระดาษไดคัทแบบติดกาวและไม่ติดกาว

2. วิเคราะห์ข้อมูลวัสดุแผ่นฟิล์มพลาสติก

จากการศึกษา ผู้วิจัยได้สืบค้นประเภทของแผ่นฟิล์มสำหรับบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันพบว่า มีแผ่นฟิล์มที่มีความเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ 3 ชนิด ดังนี้

2.1 แผ่นฟิล์ม POF เป็นฟิล์มที่หดตัวด้วยความร้อนซึ่งส่วนใหญ่ใช้สำหรับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปร่างปกติและไม่สม่ำเสมอ

2.2 แผ่นฟิล์ม PE เป็นพลาสติกที่ได้จากการนำพอลิเมอร์พวกเอทิลีนมาทำปฏิกิริยาสร้างเป็นพอลิเมอร์ในสภาวะที่มีความดันและอุณหภูมิที่เหมาะสม

2.3 แผ่นฟิล์ม PVC เป็นพลาสติกที่มีการใช้งานอย่างกว้างขวาง มีความยืดหยุ่นสูง มีคุณสมบัติ ที่สำคัญคือ เมื่อติดไฟจะดับได้ด้วยตัวเอง ป้องกันไขมันได้ สรุปพลาสติกที่เหมาะสมสำหรับบรรจุภัณฑ์นั้น คือ ฟิล์มพลาสติก เพราะนิยมใช้แผ่นฟิล์มพอลิไวนอล คลอไรด์ หรือพีวีซีกันมากในระบบอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

3. วิเคราะห์ข้อมูลกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์

กรรมวิธีผลิตบรรจุภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์ คือ การขึ้นรูปด้วยการไดคัทกระดาษ โดยกระดาษที่ใช้เป็นกระดาษอาร์ตการ์ด

ตารางที่ 1 แสดงความเหมาะสมของระบบการพิมพ์

ชนิด	รายการประเมิน				
	เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	เพิ่มมูลค่า	ความสวยงาม	ราคา	รวม
การพิมพ์ Offset	5	5	5	5	20
การพิมพ์แบบ Flexographic	5	5	5	4	19
การพิมพ์แบบ Gravure	3	3	5	3	14
ระบบการพิมพ์เลตเตอร์เพรส Letterpress Printing	3	5	5	2	15

สรุปจากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ระบบการพิมพ์ออฟเซ็ต ซึ่งมีคะแนนรวมสูงสุด 20 คะแนน เพราะการพิมพ์ระบบออฟเซ็ต (Offset) เป็นการพิมพ์ในระบบอุตสาหกรรม

ซึ่งสามารถพิมพ์ได้เร็ว ได้จำนวนมาก ต้นทุนในการผลิตน้อย การพิมพ์สอดสีและมีภาพประกอบจะได้งานที่มีคุณภาพดีเหมือนต้นฉบับ

4. วิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการออกแบบตราสินค้า

จากการศึกษา ตราสินค้าที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมและผ้าฝ้ายที่มีในปัจจุบัน สามารถจำแนกแนวทางในการออกแบบได้ทั้งหมด 3 แนวทาง ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบตราสินค้าตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้ ทั้ง 3 แนวทาง ดังนี้

4.1 ตราสัญลักษณ์ที่ได้แรงบันดาลใจจากลวดลายผ้า เป็นสิ่งที่สื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง สามารถสื่อถึงได้อยากชัดเจน เพราะลายผ้าก็มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับสินค้าในประเภทนี้

4.2 ตราสัญลักษณ์ที่ได้รับแรงบันดาลใจจาก การทอผ้า คนทอผ้า อุปกรณ์การทอผ้า หรือสิ่งที่เกี่ยวกับการทอผ้า เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อยู่ด้วย แต่อาจมีความซ้ำซ้อน

4.3 ตราสัญลักษณ์ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากแหล่งวัฒนธรรมในท้องถิ่น เป็นตราสัญลักษณ์ที่สื่อถึงสภาพท้องถิ่นได้อย่างดี แต่อาจจะยังไม่เหมาะกับผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า

สรุปจากการวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบพบว่า ตราสัญลักษณ์ที่ได้แรงบันดาลใจจากลวดลายผ้า มีความเหมาะสมมากที่สุด เนื่องจากสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน

5. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบตราสินค้าผ้าลายขิดไดโนเสาร์

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบตราสัญลักษณ์ที่อยู่ในปัจจุบัน มีอยู่ทั้งหมด 3 ประเภท คือ ตราสัญลักษณ์รูปภาพและตัวอักษร ตราสัญลักษณ์ตัวอักษรอย่างเดียว ตราสัญลักษณ์รูปภาพอย่างเดียว พบว่า ตราสัญลักษณ์รูปภาพและตัวอักษรมีความเหมาะสมมากที่สุด

ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบตราสัญลักษณ์ประเภทภาพและตัวอักษรจำนวน 3 รูปแบบ ดังนี้

(1) รูปแบบที่ 1 (2) รูปแบบที่ 2 (3) รูปแบบที่ 3

ภาพที่ 1 *ภาพตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 1-3*

ตารางที่ 2 แสดงค่าประเมินตราสินค้าโดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 แนวทาง

ตราสินค้า	รายการประเมิน										
	สื่อถึงผลิตภัณฑ์	สื่อสารเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์	มีความร่วมสมัย	บอกถึงเรื่องราวภูมิปัญญา	ใช้ได้กับหลายบรรจุภัณฑ์	สื่อความหมายได้ง่าย	ไม่ซับซ้อน	สะดุดตา	ใช้สีไม่มากไม่น้อยจนเกินไป	ยกระดับผลิตภัณฑ์ได้	**เฉลี่ย**
	3.6	4	3.3	2.6	3.6	3.3	3.6	4	3.6	3	3.5
	4	4	4	3	3.3	4	3.3	3.6	3.3	3.6	3.6
	4.6	4.3	4.6	4	3.6	4	3	4.3	3	4	3.9

สรุปจากตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเกี่ยวกับตราสินค้าแบบที่ 3 มีคะแนนประเมินอยู่ที่ 3.96 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ย 0.68 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด

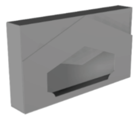
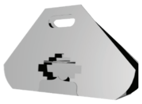
6. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทางเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของชาวภูไท พบว่ามีอยู่ 4 แนวทางที่เหมาะสมต่อการออกแบบคือ บ้านภูไท ไดโนเสาร์ ถุงย่าม และตะกร้าหาบ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ พบว่า แนวทางจากบ้านภูไทมีความเหมาะสม จึงได้ออกแบบมา 3 รูปแบบ ดังนี้

(1) รูปแบบที่ 1 (2) รูปแบบที่ 2 (3) รูปแบบที่ 3

ภาพที่ 2 *ภาพลักษณะบรรจุภัณฑ์แบบที่ 1-3*

ตารางที่ 3 แสดงค่าประเมินโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 แนวทาง

โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	**รายการประเมิน**							
	ปกป้องสินค้าได้ดี	สื่อถึงผลิตภัณฑ์	สามารถใช้ได้ดี	จับถือง่าย	ตั้งวางได้	สะดวกต่อการขนส่ง	สร้างความน่าสนใจ	**เฉลี่ย**
	4.6	3.3	4.3	3	4	4	4	3.9
	4	4.3	4.3	4.3	3.6	4	4	4
	3.3	3.3	3.6	4.3	3.6	3.6	3.6	3.6

สรุปจากตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยจากการประเมินแบบของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเกี่ยวกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 มีคะแนนประเมินอยู่ที่ 4.09 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ย 0.41 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด

7. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์

จากการวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับโครงสร้าง ผู้วิจัยได้นำโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับเลือก มาทำการออกแบบกราฟิกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

(1) รูปแบบที่ 1 (2) รูปแบบที่ 2 (3) รูปแบบที่ 3

ภาพที่ 3 *ภาพรูปแบบการออกแบบกราฟิกรูปแบบที่ 1-3*

ตารางที่ 4 ตารางแสดงค่าประเมินกราฟิก 3 รูปแบบ

แบบกราฟิก	ข้อคำถามเรื่องความเหมาะสมตราสินค้าจากแบบประเมิน				
	สื่อถึงผลิตภัณฑ์	ให้ข้อมูลครบถ้วน	มีความน่าสนใจ	มีความสวยงาม	เฉลี่ย
แบบที่ 1	4.3	4	3.6	4	4
แบบที่ 2	4	3.6	3.6	3.6	3.7
แบบที่ 3	3.3	3.6	4	3.6	3.6

สรุปจากตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยจากการประเมินแบบของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเกี่ยวกับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์แบบที่ 1 มีคะแนนประเมินอยู่ที่ 4 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ย 0.53 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด

8. สรุปการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์

ภาพที่ 4 *ภาพบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย 6 ชิ้น*

ภาพที่ 5 *ภาพบรรจุภัณฑ์รวมหน่วยชุดเครื่องแต่งกาย 2 ชิ้น*

ภาพที่ 6 *ภาพบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญเทศกาล 4 ชิ้น*

จากการวิเคราะห์ข้อมูล และการออกแบบสรุปได้ว่า บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์บ้านสิงห์สะอาด ตำบลสหัสขันธ์ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ มีบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด 3 ชุด คือ บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย 6 ชิ้น บรรจุภัณฑ์รวมหน่วยชุดเครื่องแต่งกาย 2 ชิ้น และบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญเทศกาล 4 ชิ้น รวมทั้งหมด 12 ชิ้น

9. การวิเคราะห์ข้อมูลผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่ออกแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์

ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ และได้นำมาประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค ผู้วิจัยได้เลือกการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 150 คน มีผลออกมาดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงความพึงพอใจจากผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าที่พัฒนาขึ้น

ข้อคำถามจากประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ตราสัญลักษณ์สื่อถึงผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์	4.85	0.35	พอใจมากที่สุด
2. ตราสัญลักษณ์มีการสื่อสารเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์	4.74	0..44	พอใจมากที่สุด
3. ตราสัญลักษณ์มีความร่วมสมัย	4.50	0.59	พอใจมากที่สุด
4. ตราสัญลักษณ์สามารถบอกเรื่องราวหรือภูมิปัญญาได้ดี	4.68	0.49	พอใจมากที่สุด
5. ตราสัญลักษณ์สามารถใช้ได้กับหลายบรรจุภัณฑ์	4.68	0.61	พอใจมากที่สุด
6. ตราสัญลักษณ์สามารถสื่อความหมายได้ง่าย	4.66	0.55	พอใจมากที่สุด
7. ตราสัญลักษณ์ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.48	0.62	พอใจมากที่สุด
8. ตราสัญลักษณ์มีความโดดเด่นสะดุดตา	4.86	0.34	พอใจมากที่สุด
9. การใช้สีของตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสม ไม่มากหรือน้อยจนเกินไป	4.78	0.47	พอใจมากที่สุด
10. ตราสัญลักษณ์สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในระดับที่ดีขึ้นได้	4.82	0.44	พอใจมากที่สุด
เฉลี่ย	4.70	0.49	พอใจมากที่สุด

สรุปจากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตราสินค้า พบว่าค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 อยู่ในระดับที่พอใจมากที่สุด

ตารางที่ 6 แสดงความพึงพอใจจากผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

ข้อคำถามจากประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์			
1. โครงสร้างสามารถปกป้องสินค้าได้ดี	4.50	0.57	พอใจมากที่สุด
2. โครงสร้างสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิดได้ดี	4.56	0.54	พอใจมากที่สุด
3. โครงสร้างสามารถใช้ได้ดี	4.6	0.56	พอใจมากที่สุด
4. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์จับถือได้ง่าย	4.71	0.50	พอใจมากที่สุด
5. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถตั้งวาง ณ จุดขายได้ดี	4.68	0.52	พอใจมากที่สุด
6. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการขนส่ง	4.70	0.70	พอใจมากที่สุด
7. โครงสร้างสามรถสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ได้	4.68	0.68	พอใจมากที่สุด
ด้านการออกแบบกราฟิก			
1. กราฟิกสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม	4.29	0.70	พอใจมากที่สุด
2. กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน	4.44	0.69	พอใจมากที่สุด
3. กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีความสนใจ	4.57	0.63	พอใจมากที่สุด
4. กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	4.63	0.53	พอใจมากที่สุด
เฉลี่ย	4.58	0.57	พอใจมากที่สุด

สรุปจากตารางที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจจากผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และกราฟิก พบว่าค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.58 อยู่ในระดับพอใจมากมากที่สุด

สรุปผลงานวิจัย

1. สรุปผลการวิจัย

กลุ่มทอผ้าบ้านสิงห์สะอาด อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นกลุ่มชุมชนที่สืบเชื้อสายชาวภูไท ในจังหวัดกาฬสินธุ์เช่นเดียวกัน มีวัฒนธรรมการใช้ชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน มีการผลิตงานหัตถกรรมประเภทผ้าทอมาอย่างยาวนาน เรียกว่าผ้าแพรวา ซึ่งได้พัฒนาตนเองมาเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ตำบลในพื้นที่ ซึ่งต่อมาทางกลุ่มจึงได้คิดเกี่ยวกับการสร้างเอกลักษณ์ของการทอผ้า จากผ้าแพรวาแบบดั้งเดิมให้เป็นงานเฉพาะของกลุ่ม ได้แก่การใช้ต้นทุนด้านโบราณชีววิทยาในพื้นที่บริเวณภูกุ้มข้าว เกี่ยวกับการค้นพบซากสัตว์ดึกดำบรรพ์ หรือไดโนเสาร์ มาใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบลวดลายผ้าขิดจนได้ผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์ที่เป็นเอกลักษณ์ และเป็นสิ่งแปลกใหม่ มีความสวยงาม และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกสถานที่ ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้ใช้แนวความคิดเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของชาวภูไทมาเป็นองค์ประกอบของการออกแบบ

1. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า

1.1 การออกแบบตราสินค้า ใช้แนวคิดในการนำภาพลักษณ์ของลายผ้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีลวดลายและสีสันสวยงาม และมีคุณค่า มาเป็นส่วนหนึ่งของตราสินค้า

1.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์ ได้เลือกใช้วัสดุกระดาษที่มีอยู่ในท้องตลาดเพื่อง่ายต่อการจัดหา และใช้วิธีการปั๊มตัดหรือไดคัท ซึ่งสามารถผลิตกล่องออกมาได้หลายรูปแบบ สามารถเจาะหน้าต่างสำหรับโชว์ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้ และในด้านกราฟิกได้ใช้แนวทางความคิดด้านศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่สามารถสื่อถึงวิถีชีวิต การแต่งกาย รวมถึงใช้การตัดทอนลวดลายของผ้ามาร่วมด้วย

2. การพัฒนาเครื่องมือในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือสำหรับการประเมินงานออกแบบ โดยได้นำเครื่องมือผ่านกระบวนการตรวจ และหาค่าความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) จำนวน 3 ชุด ประกอบด้วย แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์ แบบประเมินการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และแบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

3. การสอบถามความพึงพอใจของผู้ที่สนใจผ้าลายขิดไดโนเสาร์

การศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 150 คน ในพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จริง ปรากฏผลว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในรูปแบบโครงสร้าง และกราฟิก เพราะมีความแข็งแรงสวยงามเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก โดยคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

4. สรุปผล

สรุปในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าสำหรับผ้าลายขิดไดโนเสาร์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาจนได้รูปแบบที่สมบูรณ์ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย บรรจุภัณฑ์รวมหน่วยชุดเครื่องแต่งกาย และบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญเทศกาล โดยรูปแบบโครงสร้าง และกราฟิก มีความแข็งแรง สวยงามเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ยังสามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม และสะดวกในการใช้งาน รวมถึงช่วยสะท้อนถึงวัฒนธรรมของชาวภูไทร่วมกับการค้นพบไดโนเสาร์ในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผล

1. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิดไดโนเสาร์บ้านสิงห์สะอาด ตำบลสหัสขันธ์ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการผลิตสินค้า และอีกประการหนึ่งการมีบรรจุภัณฑ์จะช่วยในการรักษาคุณภาพและปกป้องตัวสินค้า ไม่ให้เสียหาย และสุดท้ายบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคเห็น มีรูปแบบเป็นกล่องที่ไม่ซับซ้อน ออกแบบที่คำนึงถึงความสะดวกต่อการขนส่ง ทั้งยังประหยัดพื้นที่ในการจัดวางจำหน่ายมีความแข็งแรงต่อการวางทับซ้อนในระหว่างการขนส่งในระดับหนึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา สมประจบ และ บุญเรือง สมประจบ (2551) การวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้ายย้อมครามของกลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านเชิงดอย จังหวัดสกลนคร ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง ที่กล่าวว่าสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้ายย้อมครามของกลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านเชิงดอย จังหวัดสกลนคร ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นการผลิตทอผ้าฝ้ายย้อมครามเป็นผืนไม่ได้มีการตัดเย็บ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย

ย้อมครามที่ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านเชิงดอย จังหวัดสกลนคร ให้สอดคล้องกับตลาดในปัจจุบันคือรูปแบบที่สามารถนำมาใช้ได้กับเครื่องใช้ภายในบ้าน บรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านเชิงดอย จังหวัดสกลนครจึง ช่วยป้องกันความเสียหาย และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

2. ด้านการออกแบบกราฟิก เราสามารถเพิ่มเติมคุณค่าผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบตราสินค้าและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยได้ออกแบบกราฟิกให้สื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ และชุมชนให้สอดคล้องกัน โดยการนำเรื่องราวของชุมชนวิถีชีวิตของชาวภูไท มาเล่นบนกล่องบรรจุภัณฑ์ และมีส่วนที่แสดงถึงรายละเอียดให้ความรู้แก่ผู้บริโภคได้ทราบถึงความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ ชุมชน และวิถีชีวิต มีการนำเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาเป็นแนวทางในการออกแบบ จึงจะสามารถสร้างความจดจำเอกลักษณ์ท้องถิ่นและจูงใจผู้ซื้อ ถือเป็นคุณค่าทางวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์ทางความคิดที่ปรับใช้กับบรรจุภัณฑ์ได้อย่างน่าสนใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกสุวัชร์ เดชไชยรุ่งเรือง (2552) การวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้ายไหมมัดหมี่ เรือนไทยไหมไทย อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น ที่กล่าวว่าสำหรับการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้ายไหมมัดหมี่ เรือนไทยไหมไทย อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น กล่าวว่ากราฟิกจะต้องสร้างความน่าสนใจใหม่ ใช้กรอบแนวคิดความเป็นศิลปะพื้นบ้าน โดยนำเอกลักษณฑ์ของท้องถิ่นอำเภอชนบท เช่น เอกลักษณ์ของผ้าไหมมัดหมี่ เรื่องราววิถีชีวิต วัฒนธรรม

3. ด้านตราสินค้า ได้ออกแบบให้มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชุมชน โดยนำเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มาใช้ เป็นลักษณะของลายผ้าที่เป็นรูปแบบของไดโนเสาร์ ที่เป็นลายขิดที่กลุ่มชุมชนได้นำมาทอร่วมกับการทอผ้าแพรวา รวมกับการประดิษฐ์ฟอนต์ตัวหนังสือ ที่อ่อนช้อยสวยงาม และถูกดัดแปลงมาจากตัวหนังสือของชาวภูไท สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิชัย พินิจชัย (2552) การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้ายไหมประดิษฐ์ กลุ่มทอผ้าบ้านซับระวิง อำเภอครบุรี จังหวัดนครราชสีมา ที่กล่าวว่าสำหรับการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้ายไหมประดิษฐ์ กลุ่มทอผ้าบ้านซับระวิง อำเภอครบุรี จังหวัดนครราชสีมา กล่าวว่าการออกแบบตราสัญลักษณ์จะต้องออกแบบตราสัญลักษณ์บ่งบอก ถึงผลิตภัณฑ์ที่มาให้สอดคล้องกับท้องถิ่นและเอกลักษณ์สื่อให้เห็นที่มาของเอกลักษณ์พื้นบ้าน แสดงออกถึงความเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรม สร้างความประทับใจใหม่และมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1.1 ภายในกลุ่มทอทอผ้าบ้านสิงห์สะอาดยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เหมาะแก่การนำมาพัฒนา และต่อยอดในงานวิจัยต่อไปได้

1.2 สามารถนำศิลปวัฒนธรรมของชาวภูไทมาพัฒนาในงานวิจัยต่อไปได้เช่น ลวดลายของผ้า ซึ่งเป็นศิลปะหัตถกรรมในท้องถิ่น

2. ข้อเสนอแนะการพัฒนา

2.1 ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุสินค้าในการขาย อาจปรับหรือเพิ่มโครงสร้างสำหรับรองรับผลิตภัณฑ์ผ้าลายขิดให้มีความคงรูป และสามารถโชว์ลวดลายได้

2.2 ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับการพกพาควรเพิ่มถุงกระดาษและเพื่อรับรองการซื้อผลิตภัณฑ์หลายชิ้น

2.3 ในการออกแบบกราฟิกเพื่อให้สามารถแยกชุดผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจนในแต่ละชุด อาจมีการปรับการเลือกและการจัดวางคู่สีให้มีความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ได้

เอกสารอ้างอิง

สิทธิชัย พินิจชัย. (2552). **การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้ายไหมประดิษฐ์ กลุ่มทอผ้าบ้านซับระวิง อำเภอครบุรี จังหวัดนครราชสีมา.** นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

เอกสุวัชร์ เดชไชยรุ่งเรือง. (2552). **การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้ายไหมมัดหมี่เรือนไทยไหมไทย อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น.** นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

พนิดา สมประจบ และบุญเรือง สมประจบ. (2551). **การวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้ายย้อมครามของกลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านเชิงดอย จังหวัดสกลนคร ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง.** ปทุมธานี: คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

จิตรกรรมสีน้ำมันแนวเหนือจริง : การเดินทางแห่งจินตนาการของฉัน

Surrealism Oil Painting: My fantasy journey

นันทกร วงค์ษา, กนิษฐา พวงศรี

Nuntakorn Wongsa, Kanittha Puangsri

kanitthaau@hotmail.com

สาขาศิลปศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Major Art Education Chiangmai Rajabhat University

บทคัดย่อ

ผู้วิจัยได้สร้างสรรค์ผลงานศิลปศึกษานิพนธ์ชุด “การเดินทางแห่งจินตนาการของฉัน” เพื่อศึกษาการสร้างสรรค์ศิลปะตามรูปแบบลัทธิเหนือจริง สร้างสรรค์และถ่ายทอดในเรื่องการเดินทางตามจินตนาการที่ได้รวบรวมความประทับใจผ่านประสบการณ์ตรงที่ได้พบ โดยเน้นให้มีอารมณ์ ความรู้สึกที่สนุกสนานและเพ้อฝันซึ่งแตกต่างกันตรงที่การเล่าเรื่องราวแนวคิดที่สร้างสรรค์จินตนาการที่นำประสบการณ์ที่ผู้วิจัยได้สัมผัสจากหลายรูปแบบมาถ่ายทอด สร้างสรรค์เป็นผลงานจิตรกรรม ด้วยเทคนิคสีน้ำมันบนผ้าใบและสร้างสรรค์สื่อการเรียนรู้ทางด้านทัศนศิลป์ โดยผ่านการศึกษาค้นคว้า ทั้งวิชาการ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านศิลปะ ตลอดจนการศึกษาวิเคราะห์ผลงานในอดีตที่ผ่านมา เพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบ เทคนิค แนวคิดตามหัวข้อที่ได้กำหนดไว้และหวังว่าจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจต่อไป

คำสำคัญ: จิตรกรรม, ลัทธิเหนือจริง, จินตนาการ

ABSTRACTS

The researcher has created a series of art studies. “My fantasy journey” to study the creation of art in the form of surrealism. Created and conveyed in an imaginative journey that captures the impression through direct experiences that have been met, emphasizing the joyful and fantastical emotions that differ in storytelling, creative ideas, imaginations that lead the experience. That the researcher has touched from many forms to convey Create a work of painting with oil painting techniques on canvas and creating learning materials in visual arts. Through study and research on the theory of art. The study analyzes the work in the past. To get the model. Techniques for conceptualizing the topics defined. And hope to be useful. To those who are interested.

Keyword: Painting, Surrealism, Imaginations

ความเป็นมา และความสำคัญ

ลัทธิเหนือจริง (Surrealism) เป็น “ลัทธิ” หรือ “ขบวนการ” ทางวรรณศิลป์และทัศนศิลป์ที่เกิดขึ้นในฝรั่งเศสช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่หนึ่ง อ็องเดร เบรอตง (Andre Breton) เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มดาดา (Dadaism) ที่มีเป้าหมายใช้ความก้าวร้าวรุนแรงเพื่อต่อต้านสงคราม ต่อต้านค่านิยมของชนชั้นกลางทุกชนิดรวมทั้งคริสต์ศาสนา ต้องการทำลายขนบประเพณีที่ชนชั้นกลางสะสมไว้ รวมทั้งศิลปวรรณคดีด้วย หลังจากร่วมทำกิจกรรมกับกลุ่มดาดาอยู่ระยะหนึ่ง เบรอตงกับเพื่อนก็แยกตัวออกมาตั้งกลุ่มใหม่ คือ กลุ่มลัทธิเหนือจริง (Surrealism) ซึ่งยังรับเอาความก้าวร้าวมุ่งทำลายค่านิยมของชนชั้นกลางของดาดามาเป็นฐาน แต่มุ่งสร้างค่านิยมใหม่ (จิระพัฒน์ พิตรปรีชา, 2552)

ศิลปะเหนือจริง (Surrealism) เป็นศิลปะที่ว่ากันด้วยเรื่องของการถ่ายทอดภาพจากจิตใต้สำนึก ความเพ้อฝัน ความแปลกแยกโดดเดี่ยว มีศิลปินที่ถ่ายทอดผลงานแนวนี้มากมาย แต่ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมากที่สุดคือ ซาลวาดอร์ ดาลี (Salvador Dali) ศิลปินเซอร์เรียลลิสต์ ชาวสเปน ที่มีบุคลิกเฉพาะตน มีผลงานได้รับการยอมรับไปทั่วโลกทั้งในวงการทัศนศิลป์ ศิลปะ การแสดง กราฟิกดีไซน์การออกแบบตกแต่งภายนอกและภายใน ไปถึงผลงานทางภาพยนตร์ ศิลปินแสดงการรับรู้และเห็นว่าความรู้สึกของมนุษย์เป็นสิ่งสำคัญมาก ถ้ามนุษย์รู้สึกเช่นไรจะแสดงออกทันที (ฐิติพร จิตรวัฒนตระกูล, 2560) ผลงานจิตรกรรมของ ซาลวาดอร์ ดาลี ที่มีชื่อผลงานว่า นาฬิกาเหลว (The Persisitence of Memory) ถูกเขียนขึ้นในปี ค.ศ. 1931 จึงเป็นผลงานที่เรียกได้ว่าสร้างชื่อเสียงให้แก่ซาลวาดอร์ ดาลี ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากเนยแข็งชนิดหนึ่งที่กินเป็นประจำ สื่อสัญลักษณ์ของความไม่แน่นอน การเสื่อมสลาย ผุพัง เน่าเปื่อยของสรรพสิ่ง นำเสนอภาพความตายศิลปะแนวเหนือจริง (Pushkin, 2018)

ดังนั้นผู้วิจัยได้รับแรงบันดาลใจจากการสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบเหนือจริงโดยใช้แนวความคิดที่ได้รับจากประสบการณ์ตรงของตนเองสื่อสารผ่านการรับชมในสื่อต่างๆ เช่น สื่อรูปภาพ สื่อเสียง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทำให้เกิดแนวความคิดในการผสมผสานระหว่างประสบการณ์ตรงที่ได้พบตามการเดินทางของชีวิตที่ผ่านมา ทั้งความรู้สึกสนุกสนานผ่านสื่อเสียงและสื่อเคลื่อนไหวที่ได้รับ เพื่อนำมาใช้เป็นแรงบันดาลใจในแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานรูปแบบเหนือจริง (Surrealism) ที่มีกลิ่นอายของประเภทแฟนตาซี (Fantasy Art)

ร่วมด้วย โดยนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างผลงานศิลปะ โดยถ่ายทอดผ่านผลงานจิตรกรรมในรูปแบบเหนือจริง ด้วยการใช้เทคนิคสีน้ำมันบนผ้าใบ นอกจากนี้ยังมีการสร้างสื่อการเรียนรู้ทางด้านทัศนศิลป์ ควบคู่กันกับผลงานสร้างสรรค์ชุด การเดินทางแห่งจินตนาการของฉัน เพื่อใช้ในการเผยแพร่ขั้นตอนการทำงานสร้างสรรค์แบบมีขั้นตอน (Step by step) แล้วนำมาจัดทำเป็นสื่อประเภทหนังสือเล่มเล็ก สื่อภาพเคลื่อนไหว และสื่ออิเล็กทรอนิกส์สำหรับการเผยแพร่ในวงกว้าง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการสร้างสรรค์ศิลปะตามรูปแบบลัทธิเหนือจริง
2. เพื่อสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรม รูปแบบเหนือจริง ด้วยเทคนิคสีน้ำมันบนผ้าใบในหัวข้อ การเดินทางแห่งจินตนาการของฉัน
3. เพื่อสร้างสรรค์สื่อการเรียนรู้ทางด้านทัศนศิลป์ ประเภท หนังสือเล่มเล็ก สื่อขั้นตอนในการสร้างสรรค์ผลงานเทคนิคสีน้ำมันบนเฟรมผ้าใบ (Step by step) สื่อภาพเคลื่อนไหว และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

วิธีการศึกษา

1. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับศิลปะลัทธิเหนือจริง จาก สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อภาพนิ่งและสื่อภาพเคลื่อนไหว

1.2 ศึกษาเทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์งานจิตรกรรมรูปแบบเหนือจริงและ งานจิตรกรรมประเภท แฟนตาซีจากศิลปินทั้งไทยและต่างชาติ

1.3 รวบรวมข้อมูลที่ศึกษาค้นคว้าเพื่อนำไปสร้างภาพร่าง (Sketch)

1.4 ศึกษาข้อมูลทางทัศนธาตุอันเป็นที่มาของแรงบันดาลใจ ประมวลความคิดกลั่นกรองออกมาเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานโดยการจัดวางองค์ประกอบสี รูปร่างรูปทรง

2. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

2.1 เลือกภาพต้นแบบ วิเคราะห์ปรับปรุงรูปแบบเพื่อนำเสนอหัวข้อศิลปศึกษานิพนธ์ผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการ

2.2 ปฏิบัติงานจิตรกรรมสีน้ำมันบนผ้าใบ ตามต้นแบบที่ผ่านการอนุมัติ

2.3 วิเคราะห์และสรุปผลการสร้างสรรค์ เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาผลงานต่อไป

2.4 สร้างสื่อการเรียนรู้ หนังสือเล่มเล็กเรื่อง ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงานศิลปศึกษานิพนธ์ หนังสือเล่มเล็ก สื่อขั้นตอนในการสร้างสรรค์ผลงานเทคนิคสีน้ำมันบนเฟรมผ้าใบ (Step by step) สื่อภาพเคลื่อนไหว และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

2.5 จัดแสดงนิทรรศการเผยแพร่ผลงาน

2.6 เขียนเอกสารประกอบศิลปศึกษานิพนธ์

สรุปผลการศึกษา

การสร้างสรรค์ผลงานศิลปศึกษานิพนธ์ ชุด "การเดินทางแห่งจินตนาการของฉัน" ในครั้งนี้ เป็นการสรุปรวบรวมแนวความคิด และรูปแบบของผลงาน เป็นผลมาจากการวิเคราะห์ และถ่ายทอดทัศนคติของผู้วิจัยโดยได้รับแรงบันดาลใจจากประสบการณ์ตรงและได้สร้างสรรค์กับจินตนาการ จนเกิดเป็นผลงานศิลปะรูปแบบเหนือจริง สร้างเนื้อหาเรื่องราวที่มีความสุข สนุกสนาน มากด้วยคุณค่า ความงดงาม และความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว จากการศึกษาค้นคว้าและพัฒนากระบวนการคิด การแสดงออกของผลงานชิ้นนี้ทำให้ได้รับประโยชน์ และความเข้าใจในกระบวนการสร้างสรรค์งานศิลปะอย่างมีแบบแผนก่อให้เกิดความคิด และสติปัญญา มีทัศนะที่กว้างไกล ซึ่งเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมสีน้ำมัน ตลอดจนได้ฝึกทดลองเทคนิค วิธีการใหม่ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาขณะทำงาน การจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ และ วิธีการนำเสนอผ่านกระบวนการที่มีขั้นตอนชัดเจนเป็นระบบ ผู้วิจัยได้เริ่มทำการศึกษาค้นคว้าเก็บรวบรวมข้อมูลทำแบบโครงร่างในการสร้างสรรค์ผลงาน และการถ่ายภาพต้นแบบการปฏิบัติงาน นำเสนองานตลอดจนงานสำเร็จ และแสดงงานสู่สาธารณะนับเป็นประสบการณ์อันมีค่า เป็นแนวทางและแรงผลักดันในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะต่อไป

ผลงานการสร้างสรรค์ตรงตามวัตถุประสงค์ ข้อ 1 เพื่อศึกษาการสร้างสรรค์ศิลปะตามรูปแบบลัทธิเหนือจริง (Surrealism) กล่าวได้ว่าผู้วิจัยได้เรียนรู้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบลัทธิเหนือจริง และสามารถสร้างสรรค์เป็นผลงานศิลปศึกษานิพนธ์ ชุด "การเดินทางแห่งจินตนาการของฉัน" ให้ออกสู่สายตาสาธารณชนได้อย่างภูมิใจ ข้อ 2 เพื่อสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรม รูปแบบเหนือจริง ด้วยเทคนิคสีน้ำมันบนผ้าใบ กล่าวได้ว่า ผู้วิจัยสามารถสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมสีน้ำมันให้ออกมาในลักษณะที่เหนือจริง ที่ถ่ายทอดจินตนาการลักษณะรูปร่าง รูปทรง สี ตลอดจนเทคนิคออกมาได้อย่างสมบูรณ์สวยงาม ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ข้อ 3 สร้างสื่อการเรียนรู้หนังสือเล่มเล็ก เรื่อง ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงานศิลปศึกษานิพนธ์การเดินทางแห่งจินตนาการของฉัน กล่าวได้ว่า ผู้วิจัยได้นำข้อมูลแนวความคิด แรงบันดาลใจ ขั้นตอน อุปกรณ์ในการสร้างสรรค์ผลงานนำมาจัดทำเป็นสื่อการเรียนรู้ประเภท หนังสือเล่มเล็ก สื่อขั้นตอนการทำงาน (Step by step) สื่อภาพเคลื่อนไหวและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นสื่อการเรียนการสอนต่อไป

ภาพที่ 1 *ภาพร่าง (Sketch)*

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบพื้นฐานของผลงาน "การเดินทางแห่งจินตนาการของฉัน"

ผลงานศิลปศึกษานิพนธ์ "การเดินทางแห่งจินตนาการของฉัน" ที่ผู้วิจัยได้สร้างสรรค์ขึ้นมานี้มีจุดประสงค์เพื่อถ่ายทอดแนวความคิดกระบวนการการสร้างสรรค์ผลงาน

ถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกจากประสบการณ์เดิมของผู้วิจัยลงบนผลงาน ผ่านเรื่องราวความประทับใจในประสบการณ์ของตนเอง เผยแพร่ผลงานสู่สาธารณะผ่านเทคนิคจิตรกรรมสีน้ำมัน ที่มีเอกลักษณ์การสร้างสรรค์ผลงานเฉพาะตน ด้วยความงามทางทัศนธาตุ การจัดวางทัศนธาตุที่ปรากฏในผลงานชุด "การเดินทางแห่งจินตนาการของฉัน" ประกอบด้วย เส้น (Line) รูปร่าง (Shape) รูปทรง (From) น้ำหนักแสงเงา (Tone) สี (Color) พื้นที่ว่าง (Space) ซึ่งนำมาจัดวางเพื่อให้เกิดความเป็น เอกภาพ (Unity) ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์จุด (Dot)

จุดที่ปรากฏในผลงานศิลปศึกษานิพนธ์ "การเดินทางแห่งจินตนาการของฉัน" จุดเป็นส่วนแรกที่นำมาสร้างสรรค์ผลงานโดยการนำมาเรียงต่อกันจากนั้นก็มีบางส่วนที่นำมาเป็นองค์ประกอบหลักในการสร้างสรรค์งาน เช่น จุดบนลวดลายของละอองจากเรือ และจุดบนพื้นผิวของลูกแก้ว ดังภาพประกอบที่ 2

ภาพที่ 2 *การแสดงจุดที่อยู่ในผลงาน*

1.2 การวิเคราะห์เส้น (Line)

เส้นเป็นทัศนธาตุสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างงาน เส้นช่วยกำหนดทิศทางของภาพ ซึ่งเส้นที่ปรากฏในผลงานนี้เป็นเส้นที่ช่วยในการกำหนดขอบเขตรูปทรงต่างๆ ประกอบไปด้วย เส้นขอบของเรือ เส้นโค้งของลูกแก้ว เส้นตรงและเส้นทแยงของกรอบมิติ รางรถไฟ และเส้นอิสระ ที่เป็นไปตามขอบของวัตถุต่างๆ เพื่อกำหนดสัดส่วนรูปร่างรูปทรงขององค์ประกอบในผลงานเพื่อให้ให้ผลงานเกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังภาพประกอบที่ 3

ภาพที่ 3 *การแสดงเส้นที่อยู่ในผลงาน*

1.3 การวิเคราะห์รูปร่าง รูปทรง (From)

รูปร่าง-รูปทรงที่ปรากฏภายในผลงานเป็นรูปทรง ตามธรรมชาติ มีลักษณะและขนาดที่เล็ก ใหญ่แตกต่างกันออกไปประกอบไปด้วย ลักษณะรูปทรงของสัตว์ รูปทรงของลูกแก้ว และรูปทรงอิสระต่าง ๆ ที่นำมาประกอบเข้าในผลงาน ทำให้เกิดความหลากหลาย น่าสนใจ ดังภาพประกอบที่ 4

ภาพที่ 4 *การแสดงรูปร่าง รูปทรงที่อยู่ในผลงาน*

1.4 การวิเคราะห์น้ำหนักแสงเงา (Tone)

แสงและเงา เป็นองค์ประกอบมีความสำคัญต่อผลงานอย่างมาก แสงเมื่อส่องกระทบกับวัตถุจะทำให้เกิดเงา แสงและเงาเป็นตัวกำหนดระดับของค่าน้ำหนักความเข้มของเงาจะขึ้นอยู่กับความเข้มของแสง ในที่ที่แสงสว่างมากความเข้มของเงาจะเพิ่มขึ้นตาม แสงและเงาเป็นองค์ประกอบที่คู่กันในการให้น้ำหนักแสงเงาในผลงาน จะเน้นหลักของแสงเพื่อให้ภาพนั้นมีมิติมืดและสว่างอย่างชัดเจนจากภาพชุด "การเดินทางแห่งจินตนาการของฉัน" มีการลงแสงเงาที่มีการตัดกันอย่างชัดเจนมีแสงเงาที่กระทบ สะท้อนละอองแสงบนพื้นผิวของวัตถุ แสงเงาจะเป็นไปตามวัตถุ พื้นที่นั้นๆ โดยแสงและเงาในภาพจะใช้ทั้งสีโทนร้อน และสีโทนเย็น ทำให้ผลงานมีความน่าสนใจและสะท้อนเรื่องราวผ่านแสงและเงาของภาพ จะสังเกตเห็นว่าบริเวณที่ดูมันวาวที่สุดคือบริเวณที่มีแสงกับเงาตัดกันชัดที่สุด ดังภาพประกอบที่ 5

ภาพที่ 5 *การแสดงน้ำหนักแสงเงาที่อยู่ในผลงาน*

1.5 การวิเคราะห์สี (Color)

สีที่ใช้ในผลงานโดยส่วนใหญ่จะใช้สีที่หลากหลาย มีความสดใส (colorful) โดยให้ภาพรวมเป็นโทนร้อน เหลือง ส้ม แดง ทั้งหมดของภาพใช้น้ำหนักสีทั้งสามขั้นตามความเหมาะสม เพื่อให้ภาพมีความสดใสเป็นเรื่องราวเดียวกัน จะมีแค่บางส่วนที่เป็นสีจริงๆ ของวัตถุนั้น ๆ ส่วนที่เข้มหรือเงาจะเป็นโทนน้ำเงิน เขียวเข้ม หรือใช้สีคู่ตรงข้ามผสมลงไปแต่จะไม่ใช้สีดำผสม ค่าส่วนที่สว่างหรือแสงจะเป็นโทนสีที่แสงตกกระทบตรงจุดนั้นๆ ที่อ่อนลงมาผสมกับสีขาว ดังภาพประกอบที่ 6

ภาพที่ 6 *การแสดงสีที่อยู่ในผลงาน*

1.6 การวิเคราะห์พื้นที่ว่าง (Space)

พื้นที่ว่างที่ปรากฏในผลงาน “การเดินทางแห่งจินตนาการของฉัน” จะอยู่ในส่วนพื้นหลังสีน้ำตาลผสมสีน้ำเงินเข้ม เพื่อให้ภาพมีพื้นที่ว่างผลักระยะของลูกแก้วไม่ให้เน้นหนักจนเกินไป ทำให้ภาพเกิด มิติและความลึก ความนูน การนำพื้นที่ว่างเข้ามาใช้ในผลงาน ทำให้องค์ประกอบของงานเกิดความเป็นเอกภาพ มีระยะที่สมจริงมากยิ่งขึ้น ดังภาพประกอบที่ 7

ภาพที่ 7 *การแสดงพื้นที่ว่างที่อยู่ในผลงาน*

1.7 การวิเคราะห์ความสมดุล (Balance)

ผลงานชิ้นนี้เป็นการจัดสมดุลแบบซ้ายขวาเท่ากัน โดยจะจัดวางให้จุดเด่นอยู่ตรงกลางพื้นที่ ดังภาพประกอบที่ 8

ภาพที่ 8 *ภาพแสดงความสมดุลของงาน*

อภิปรายผล

ในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะนั้นโดยทั่วไปแล้ว เรามักจะใช้สิ่งรอบๆ ตัวเราหรือประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้ มาแปรเปลี่ยนเป็นผลงานศิลปะได้ทั้งสิ้น อย่างเช่นการฟังเพลงที่ชื่นชอบหรือได้สัมผัสมา หรือแม้กระทั่ง สิ่งของต่างๆ ที่เราคุ้นเคยในชีวิตประจำวัน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ถือเป็นตัวแปรสำคัญที่จะนำมาใช้ในการสรรค์สร้างงานศิลปะ เป็นสิ่งที่สามารถสื่อถึงประสบการณ์ ความชอบ ความสนใจ หรือเรื่องราวต่างๆ ที่เคยสัมผัส ประสบการณ์ที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ศิลปะ ได้แก่ ประสบการณ์ตรง เป็นประสบการณ์ที่เป็นรากฐานของประสบการณ์ทั้งปวง เพราะเป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ได้เห็น ได้ยินเสียง ได้สัมผัสด้วยตนเอง เพื่อรับรู้ถึงสุนทรียภาพและทัศนธาตุของสิ่งนั้นๆ เช่น เส้น สี รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก แสงเงา ฯลฯ รวมถึงเป็นการถ่ายทอดเรื่องราวที่เคยได้รับรู้ในรูปแบบต่างๆ ผู้วิจัยจึงได้มีการศึกษาดูผลงานของศิลปินไทยและต่างประเทศที่แตกต่างกันออกไป อีกทั้งยังรวบรวมข้อมูลภาพประกอบของเพลงที่สนใจบางเพลงที่มีความหลากหลายทางด้านสีสันความงาม บางเพลงมีการจัดองค์ประกอบที่แปลกตาน่าสนุกสนาน จึงนำมาเป็นแรงบันดาล

ใจในการสร้างสรรค์ผลงานที่จะถ่ายทอดเนื้อหาเรื่องราวเหล่านั้นด้วยตัวเองในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ ที่แสดงถึงความรู้สึกนึกคิด ความฝัน จินตนาการจากความประทับใจที่ผ่านมา เป็นผลงานรูปแบบเหนือจริง

การนำไปใช้ประโยชน์

จากการศึกษาและปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะด้วยเทคนิควิธีการต่างๆ อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะจิตกรรมสีน้ำมัน ซึ่งเป็นเทคนิคที่ผู้วิจัยได้ให้ความสนใจเป็นพิเศษ จึงได้ศึกษาอย่างต่อเนื่องทั้งการศึกษาจากเทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินไทยและสากล ฝึกฝนและนำรูปแบบการสร้างสรรค์ผลงานเหล่านั้นมาพัฒนาจนเกิดเป็นรูปแบบการสร้างสรรค์ผลงานที่เหนือจริง ประเภทแฟนตาซีที่บอกเล่าเรื่องราวประสบการณ์ตรงและจินตนาการที่แสดงถึงคุณค่าการสร้างสรรค์ ที่สามารถเป็นตัวอย่างของผลงานสรุปของการเรียนและการสร้างสื่อการเรียน การสอน ขั้นตอนการทำงานที่เป็นประโยชน์จึงเกิดเป็นผลงาน “การเดินทางแห่งจินตนาการของฉัน”

เอกสารอ้างอิง

จิระพัฒน์ พิตรปรีชา. (2552). **โลกศิลปะ ศตวรรษที่ 20.** กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ.

ฐิติพร จิตรวัฒนตระกูล. (2560). **ศิลปะลัทธิเหนือจริง/(Surrealism).** สืบค้นเมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2564, จาก https://human.yru.ac.th/innodesign/page/22/%B8%B7%E0AD%E0%B8%88%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%87(Surrealism).html

Pushkin, Kristy. (2561). **15 Things You Didn’t Know About The Persistence Of Memory. Mental Floss.** สืบค้นเมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2564, จากhttps://www.mentalfloss.com/article/62725/15-things-you-didnt-know-about-persistence-memory.

การออกแบบและและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัม บ้านแม่เลย อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

A Design and development of Assam tea shoot packaging, Ban Mae Loei, Samoeng District, Chiang Mai Province

ณัฐพงษ์ เป็งมล, เจษฎาพล กิตติพัฒนวิทย์,
นภมินทร์ ศักดิ์สง่า

Natthaphong Pengmon, Jetsadapol kittipattanawit,
Napamin saksanga
Jetsadapol_kit@cmru.ac.th

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
Faculty of Science and Technology Product Design Program
Chiang Mai Rajabhat University.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ 1) เพื่อศึกษาบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัมบ้านแม่เลย อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาของบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัมบ้านแม่เลย อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ และ3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัมบ้านแม่เลย อำเภอสะเมิง โดยใช้แนวคิด จากรูปทรงใบยอดชาอัสัม นำมาตัดทอนรูปทรงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อให้มีความสวยงามทันสมัย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เลือกการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง จากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคชาในจังหวัดเชียงใหม่ในตัวเมืองเชียงใหม่ จำนวน 100 คน ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าได้ผ่านการประเมินจากผู้เชียวชาญด้านการออกแบบจำนวน 3 ท่าน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ยังใช้เพียงถุงพลาสติกและยังไม่มีการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใช้รูปลักษณ์และเอกลักษณ์ของใบชาโทนสีที่มีความน่าใช้ในการออกแบบตัดกับลายเส้นของการตัดทอนใบชา ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัม ประโยชน์ด้านการใช้งานในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.98) ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ยอดชาอัสสัมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.30) ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.25)

คำสำคัญ: การออกแบบบรรจุภัณฑ์, ยอดชาอัสสัม, เชียงใหม่

ABSTRACT

The objectives of this research were to study the packaging of Assam tea from Mae Loei, Samoeng, Chiang Mai and to measure customer satisfaction for the packaging of Assam tea from Mae Loei with using the idea of the Assam tea leaf shape which was elegantly edited and modernized in a computer program. The participants were randomly selected from 100 tea consumers in downtown Chiang Mai. Packaging and brand development was evaluated and approved by design experts. The measurement of customer satisfaction with the Assam tea packaging showed that the mean of the usage was at the highest level ($\bar{x}$ = 3.98), the mean of the product protection was at the highest level ($\bar{x}$ = 4.30), and the mean of the sales promotion was at the highest level ($\bar{x}$ = 4.25).

Keyword: Packaging Design, Assam Tea, Chiang Mai

บทนำ

ปัจจุบันการใช้ชีวิตของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงเป็น การทำงานแบบนั่งโต๊ะ ใช้ชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้เกิด ความเครียด ขาดการออกกำลังกายขาดการ รับประทานอาหารที่มีคุณภาพ ไม่สนใจต่อสุขภาพของ ตัวเองทำให้เกิดโรคต่างๆ เช่น โรคหลอดเลือดหัวใจตีบ โรคหลอดเลือดในสมอง ความดันโลหิตสูง โรคมะเร็ง และคนส่วนมากมักใช้วิธีในการรักษาทางการแพทย์ แผนปัจจุบัน โดยรับประทานยาตามที่แพทย์สั่ง หรือใช้ สารเคมีในการรักษาซึ่งมีผลดีแต่ส่งผลข้างเคียงต่อ ร่างกาย เช่น การสะสมอยู่ในร่างกาย ในขณะที่บางโรค สามารถป้องกันหรือลดการเกิดโรคได้โดยการใช้พืชสมุนไพรซึ่งเป็นที่รู้จักของคนไทยมาช้านานนั้นคือใบชา (กุลพรภัสร์ ภราดรภิบาลและคณะ, 2562)

การบริโภคชาในปัจจุบันนั้นเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากและชายังเป็นเครื่องดื่มที่นิยมเป็นอันดับ 2 รองจากน้ำดื่ม เนื่องจากชาเป็นผลผลิตจากธรรมชาตินอกจากนั้นชายังเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพอีกด้วย ปัจจุบันการบริโภคชานั้นมีหลากหลายวิธีเช่น การนำไปเป็นส่วนผสมกับอาหาร ขนม เป็นต้น การบริโภคชานั้นยังเป็นที่นิยมอย่างต่อเนื่องและ

ยังเพิ่มขึ้นอีกเรื่อย การบริโภคชานั้นจัดเป็นกระแสบริโภคที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันยังมีการพัฒนารูปแบบของการบริโภคชาตั้งแต่การซื้อชามาชงดื่มเอง หรือซื้อชาในรูปแบบชงสำเร็จรูปและนอกจากการนำชามาบริโภคแล้วนั้นยังมีการนำชาไปพัฒนาเพื่อเป็นส่วนผสมของเครื่องสำอางอีกด้วย

ที่มาของผลิตภัณฑ์บรรจุชานี้เนื่องจากใบชาอัสสัมหรือเมี่ยงนั้นเป็นเป็นพืชเศรษฐกิจของหมู่บ้านแม่เลย ตำบลสะเมิงเหนือ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งต้นชาอัสสัมหรือต้นเมี่ยงนั้นมีอยู่เป็นจำนวนมากจากเดิมชาวบ้านได้ทำอาชีพเก็บใบเมี่ยงขาย การเก็บใบเมี่ยงคือการเลือกเก็บใบที่มีความอ่อนสม่ำเสมอ ไม่เก็บยอดอ่อนเหมือนการทำชาจึงเหลือแต่ยอดอ่อนของใบชาอัสสัม ดังนั้นกลุ่มของชาวบ้านจึงมีแนวคิดที่จะนำเอายอดของใบชาอัสสัมมาอบและนำออกจำหน่าย ชาที่เรารู้จักกันส่วนใหญ่จะผลิตจากยอดอ่อนของต้นชา ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ชาในปัจจุบันนั้นที่มีอยู่หลายประเภทของชานั้น เช่น ชาเขียว ชาสมุนไพร ชาดำ ฯลฯ ชาทั้งหมดนั้นจำเป็นต้องมีบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันเพราะชามีความชื้นและอัตราการใช้ออกซิเจน เราจึงต้องรักษากลิ่นและรสชาติที่หอมของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการเก็บรักษาชาที่ดีนั้นต้องคงสภาพกลิ่นและออกซิเจนได้

จากการที่ได้สอบถามและเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ชาอัสสัมบ้านแม่เลย พบว่าบรรจุภัณฑ์เดิมที่ใช้ในปัจจุบันจะเป็นแบบใส่ถุงซิบไม่ค่อยมีความสวยงามและยังไม่มีกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ดีจึงยังไม่เป็นที่นิยมและรู้จักของผู้บริโภคนัก ดังนั้นผู้ประกอบการจึงมีความต้องการที่อยากจะให้มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีความโดดเด่น เพื่อที่จะสามารถช่วยเพิ่มยอดขายและเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าอีกด้วย แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุภัณฑ์ชาอัสสัมบ้านแม่เลยนั้น มีปัจจัยจากการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ องค์ประกอบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เช่น ส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์ กราฟิก มีตราสินค้าโลโก้ที่ชัดเจน แสดงอัตลักษณ์ให้โดดเด่น เป็นต้น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะช่วยเพิ่มยอดขายช่วยให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์สินค้าเพื่อกระตุ้นการเลือกซื้อสินค้าและช่วยให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีมูลค่าเพิ่มขึ้น

จากเหตุผลข้างต้นที่กล่าวมา ผู้จัดทำจึงเล็งเห็นความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ชาจึงได้มีการคิดว่า บรรจุภัณฑ์ชาอัสสัมบ้านแม่เลย น่าจะมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามโดดเด่นออกแบบลวดลายบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย มีบรรจุภัณฑ์ที่สวย ดึงดูดผู้บริโภคให้มีความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้จัดทำบรรจุภัณฑ์นี้ขึ้นมา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมยอดชาอัสสัมบ้านแม่เลย อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อออกแบบและพัฒนาของบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัมบ้านแม่เลย อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัมบ้านแม่เลย อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษารูปแบบสร้างสรรค์โครงการออกแบบและและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัม บ้านแม่เลย อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้จัดทำโครงการวิจัยได้ทำการค้นคว้าข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ตลอดจนทำการศึกษาถึงปัญหาและความต้องการของกลุ่มผู้ใช้และผู้เกี่ยวข้อง ดังมีขั้นตอนต่อไปนี้

1. ประชาการกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เลือกการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง จากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคชาในจังหวัดเชียงใหม่ในตัวเมืองเชียงใหม่ จำนวน 100 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐาน ปัญหาความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค

2.2 แบบสอบถามความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค

2.3 แบบประเมินความพึงพอใจแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

3.วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดย ศึกษาแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

3.1 การศึกษาข้อมูลพื้นฐานบริบทของชุมชน ปัญหา จากข้อมูลปฐมภูมิ เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อออกแบบ

3.2 การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อออกแบบและประเมินความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญ

3.3 การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัม บ้านแม่เลย อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

สรุปผลการออกแบบ

1. การศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมยอดชาอัสสัมบ้านแม่เลย อ.สะเมิง จ.เชียงใหม่

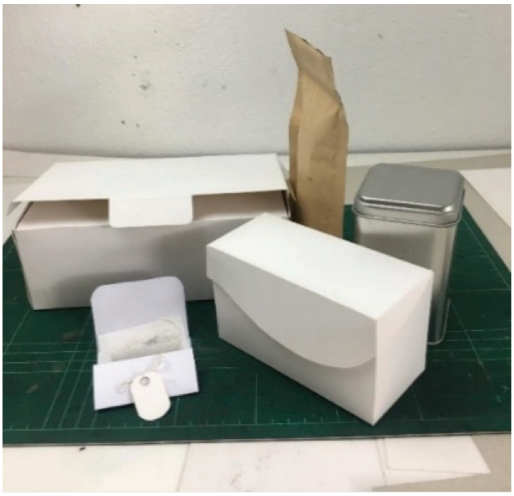
จากการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัม พบว่า เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ใบชาบ้านแม่เลยมีบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงเดิม ไม่ค่อยมีความสวยงาม ไม่มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคจึงได้ทำการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้มีหลากหลายและโดดเด่นมากขึ้น

ภาพที่ 1 *การนวดและการผึ่งชาอัสสัมนำยอดอ่อนชาที่ได้มาผึ่งลมให้ชานั้นคายน้ำออกมา*

2. ออกแบบและพัฒนาของบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัมบ้านแม่เลย อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ พบว่า ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เดิมนั้นยังไม่มีกราฟิกที่สวยงามและโดดเด่นจึงได้ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัมให้มีลวดลายและสีสันแตกต่างจากเดิมออกไปและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย มีผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบ มีความสวยงามและมีเอกลักษณ์ ผู้ออกแบบจึงออกแบบให้มีความสวยงามน่าสนใจแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของชาและอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เข้ากันซึ่งได้ออกแบบโลโก้ให้มีจุดเด่นและสะดุดตาผู้บริโภคส่วนบรรจุภัณฑ์นั้นออกแบบให้มีความ

สวยงามแยกประเภทของชาเพื่อให้สะดวกต่อการเลือกซื้อมากขึ้น เมื่อร่างขั้นรูปแบบบรรจุภัณฑ์หลังจากวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ แล้วผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์รูปแบบรูปทรงโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ชาต่างๆ และทำการออกแบบในโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปดังภาพที่ 3



ภาพที่ 2 *ภาพร่างโครงสร้างแบบบรรจุภัณฑ์*

ภาพที่ 3 *ภาพร่างโครงสร้างแบบกล่องบรรจุภัณฑ์*

ภาพที่ 4 *ภาพร่างกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์*

ภาพที่ 5 *ภาพร่างกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์กล่อง*

ภาพที่ 6 *ภาพบรรจุภัณฑ์ชาอสัมที่ออกแบบและพัฒนาแล้ว*

3. การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัม บ้านแม่เลย อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัม บ้านแม่เลย อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการใช้งาน ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย มีผลดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัม ประโยชน์ด้านการใช้งาน

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการรูปแบบการใช้งานที่สะดวก	4.07	0.63	พอใจมาก
2. ด้านความสามารถเก็บรักษาต่อได้ เมื่อรับประทานไม่หมด	3.93	0.69	พอใจมาก
3. ด้านการมีรูปแบบที่ปกป้องและเก็บกลิ่นได้ดี	3.93	0.71	พอใจมาก
รวม	3.98	0.68	พอใจมาก

จากการตารางที่ 1 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัม ด้านประโยชน์ด้านการใช้ วิเคราะห์โดยการใช้จำนวนนับโดยแทนเป็นลำดับเลข 5 มีค่ามากที่สุด และแทน 1 มีค่าน้อยที่สุด พบว่า ด้านรูปแบบการใช้งานที่สะดวกมีความพึงใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมา ด้านความสามารถเก็บรักษาต่อได้ เมื่อรับประทานไม่หมดมีความพึงใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และด้านรูปแบบที่ปกป้องและเก็บกลิ่นมีความพึงใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ตารางแสดงต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัม ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ยอดชาอัสสัม

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D)	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการรักษาออกซิเจนและกลิ่นได้ดี	4.00	0.68	พอใจมาก
2. ด้านวัสดุที่ใช้มีความทนและป้องกันความชื้นได้อย่างเหมาะสม	4.03	0.75	พอใจมาก
3. ด้านวัสดุควรมีการยืดหยุ่นเพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ด้านใน	4.08	0.61	พอใจมาก
รวม	4.03	0.68	พอใจมาก

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัม ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ยอดชาอัสสัม วิเคราะห์โดยการใช้จำนวนนับโดยแทนเป็นลำดับเลข 5 มีค่ามากที่สุด และแทนเลข 1 มีค่าน้อยที่สุด พบว่า ด้านวัสดุควรมีการยืดหยุ่นเพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ด้านในมีความพึงใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 รองลงมาด้านวัสดุที่ใช้มีความทนและป้องกันความชื้นได้อย่างเหมาะสมมีความพึงใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และด้านการรักษาออกซิเจนและกลิ่นได้มีความพึงใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ตารางที่ 3 ตารางแสดงต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัม ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D)	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการรักษาออกซิเจนและกลิ่นได้ดี	4.00	0.68	พอใจมาก
2. ด้านวัสดุที่ใช้มีความทนและป้องกันความชื้นได้อย่างเหมาะสม	4.03	0.75	พอใจมาก
3. ด้านวัสดุควรมีการยืดหยุ่นเพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ด้านใน	4.08	0.61	พอใจมาก
รวม	4.03	0.68	พอใจมาก

จากตารางที่ 3 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัม ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย วิเคราะห์โดยการใช้จำนวนนับโดยแทนเป็นลำดับเลข 5 มีค่ามากที่สุด และแทนเลข 1 มีค่าน้อยที่สุด พบว่า ด้านการมีรูปแบบที่น่าสนใจ สีของบรรจุภัณฑ์ในแต่ละประเภทควรมีสีแตกต่างกันมีความพึงใจในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.36 รองลงมาด้านมีรูปแบบที่น่าสนใจ ลูกค้าสามารถจดจำตราสินค้าและสินค้ามีความพึงใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และด้านฉลากสวยงามข้อมูลที่สำคัญครบมีความพึงใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

ผลการอภิปรายผล

1. โครงการออกแบบและและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยอดชาอัสสัม บ้านแม่เลย อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ จัดทำขึ้นเพื่อออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์สำหรับผู้ประกอบการและกลุ่มผู้บริโภค เนื่องจากประเภทผลิตภัณฑ์ที่จะพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์เป็นชาดังนั้นจึงจำเป็นจะต้องวิเคราหะในเรื่องวัสดุที่จะนำมาบรรจุเป็นอย่างดี นั้นคือ กระดาษ, ซองกระดาษ เนื่องจากชาอสัมยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่ชัดเจนและยังไม่แพร่หลายในตัวเมืองจึงจำเป็นต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามดึงดูดให้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้และเป็นที่จดจำได้ง่าย ด้ายตราสินค้า ออกแบบให้มีการตัดทอนจากยอดชาอสัม โดยนำเอกลักษณ์ของยอดใบชาที่มีความชัดเจน ตัวอักษรใช้อักษรที่มีความเป็นไทยล้านนา ให้ความรู้สึกที่มีความเป็นล้านนา การใช้สีและลวดลายบนบรรจุภัณฑ์เป็นการใช้คอมพิวเตอร์มาออกแบบให้เป็นลายเส้นที่หนาให้ความรู้สึกเป็นสีเดียวกับชาอสัม สอดคล้องกับงานวิจัยของ มัทธนี ปราโมทย์เมืองและคณะ (2558) คุณลักษณะด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์จะเป็นการนำแนวความคิด รูปแบบที่สีสันสดใส สวยงาม สะดุดตา สีหลักๆที่ใช้เน้นสีแดงเลือดหมูโดยจะใช้กับบรรจุภัณฑ์กะหรี่พั้ฟสูตรดั้งเดิม

2. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบเป็นซองและกล่อง เพื่อให้การใช้งานที่ง่ายและต้นทุน จึงทำให้นักวิจัยต้องวิเคราะห์ในส่วนราคาและความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์สามารถรักษาคุณภาพของใบชาและป้องกันสินค้าและสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าได้ สอดคล้องกับ สุนทรี จันทะขาว (2549) บรรจุภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์และสามารถปกป้องสินค้าได้เป็นอย่างดีเป็นการเปิดตลาดใหม่สำหรับผลิตภัณฑ์อย่างดี

3. ด้านตราสินค้า ออกแบบให้มีลักษณะเป็นเอกลักษณของชุมชน โดยนำรูปแบบของใบชามาใช้ เป็นลักษณะลายเส้นรวมกับการประดิษฐ์ตัวหนังสือที่สวยงาม และใช้โทนสีที่มีความเหมาะสมกับใบชา

ข้อเสนอแนะ

1. ในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มประชากรรวมถึงปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการจำหน่ายเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะได้ส่งผลตามต้องการของกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา

2. ควรออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีการปกป้องสินค้าให้ได้นานมากที่สุดและมีความหลายหลายของขนาด

เอกสารอ้างอิง

กุลพรภัสร์ ภราดรภิบาล และคณะ. (2562). **การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับชาแปรรูปจากสมุนไพรพื้นบ้าน.** สืบค้นค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2564, จาก https://kaewpanya.rmutl.ac.th.

มัทธนี ปราโมทย์เมืองและคณะ. (2558) **การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขายและแสดงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นกรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมกะหรี่พั้ฟ จังหวัดสระบุรี.** สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2564, จาก https://repository.rmutp.ac.th.

สุนทรี จันทะขาว. (2549) **การออกแบบและพัฒนา บรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูปของกลุ่มสตรีแปรรูปทางการเกษตร หมู่ที่ 5 ตำบลหนองตูม อำเภอ กงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย.** สืบค้นเมื่อ 21กุมภาพันธ์ 2564, จาก https://kaewpanya.rmutl.ac.th.

JOURNAL of ASIA
ARTS and DESIGN
วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย

FTCDC

ศูนย์ออกแบบสร้างสรรค์ผ้าและสิ่งทอ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

JAD
JOURNAL of ASIA
ARTS and DESIGN

https://so01.tci-thaijo.org/index.php/jaad