

NATIONAL IV

CONFERENCE ON ART RESEARCH AND CREATIVESWORK : 4

เอกสารประกอบการประชุมวิชาการและแสดงผลงานวิจัยทางศิลปะและงานสร้างสรรค์ศิลปะ
และสถาปัตยกรรม: วิจัยและงานสร้างสรรค์ ครั้งที่ 4

ABSTRACTS AND PROCEEDINGS

NATIONAL CONFERENCE
ON
ART RESEARCH
CREATIVE WORKS

: 4

จัดทำโดยหน่วยงานวิจัย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
FACULTY OF ARCHITECTURE / NARESUAN UNIVERSITY



สารบัญ

เรื่อง

หน้า

กลุ่มผลงานวิจัยทางศิลปะและผลงานสร้างสรรค์

Proceedings

การสร้างสรรค์จิตรกรรมร่วมสมัย ด้วยแรงบันดาลใจจากชุมชนควนค่าม้า อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทวีชนม์ ชมทวีวิรุฒม์	1
ช่วงขณะของชีวิตและสัญลักษณ์ของความรู้สึกร สุภาวิตา สุดอ่อน	16
พุทธเกษตร ภาพสะท้อนจากวิถีสังคมที่ยั่งยืน นิรันดร์ แสงพลสิทธิ์	43
ธาตุทั้ง 4 (ดิน, น้ำ, ลม, ไฟ) ชัยวัฒน์ คำผืน	56
ศึกษาการสร้างสรรค์ศิลปะแนวสตรีทอาร์ต : อัตลักษณ์เมืองเชียงใหม่ โดยกลุ่มอาจารย์ และนักศึกษาสาขาวิชาทัศนศิลป์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ไตรรัตน์ ปีตตะพงศ์	83
(พ) รางข้ามแดน: 100 ปี สายสัมพันธ์ ไทย – กัมพูชา บนเส้นทางประวัติศาสตร์ สู่กระบวนการกระบวนการที่สร้างสรรค์ศิลปะชุด “Harry the train song” วรปรัชญ์ คระนันท์	104
โลหะกับองค์ความรู้ที่สามารถประยุกต์ใช้ในงานสร้างสรรค์วิชาประติมากรรม สุรัชย์ ดอนประศรี	119
นวัตกรรมเนื้อดินเอนโกลบสำหรับงานศิลปะเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัย วิมล ทองดอนกลิ้ง	141
วิธีการศึกษาวิถีโอศิลปะระดับเริ่มต้น คมสัน หนูเขียว	155
การออกแบบสื่อส่งเสริมการเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัยโดยใช้เทคนิคงานพิมพ์ อรนุช คำแปน	168
การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนการร้อยสร้อยลูกปัดเซรามิก สุดธิดา นิ่มนวล	184
การศึกษาการออกแบบโมเดลฟิกเกอร์ไดโนเสาร์: สยามโมไทรันนัส ฐปนนท์ สุวรรณกนิษฐ์	215
การออกแบบสติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี บุญส่ง อุดมกิจโกศล	230
การออกแบบแคแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) สุจิรา ถนอมพร	246

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

กลุ่มผลงานวิจัยทางศิลปะและผลงานสร้างสรรค์

Proceedings

การออกแบบแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวตามเส้นทางรถไฟสายเหนือ รินรดา สันติอาภรณ์	263
การออกแบบลวดลายจากพรรณพืชลูกยางนา เพื่อสร้างอัตลักษณ์ชุมชน กรณีศึกษาอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ เกษตร แก้วภักดี	274
การออกแบบชุดนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนนคร दनัย เรียบสกุล	287
การออกแบบกระเป๋าจากผ้ายีนส์สำหรับสุภาพสตรีเจนวาย อุษา อินทร์ประสิทธิ์	310
การออกแบบอัตลักษณ์ร้านผ้าไหม นุสรรา ทวีศักดิ์ แสนสง่า	333
คติความเชื่อบริบทของโคมกระตาศ้านนาสู่การสร้างสรรค์ภาพร่างต้นแบบศิลปะจัดวาง เพื่อกระตุ้นคุณค่าความงามล้านนาร่วมสมัย เปศล อัครปรมิตชัย	349
แนวคิดการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะในรูปแบบคอนเซ็ปชวลอาร์ตสู่การสร้างสรรค์ผลงานศิลปะชุด “ซูโซทัย” รชต อยุ่ยิ้ม	380
“สลุงเงิน” แนวทางอนุรักษ์เครื่องเงินวิจิตร วิถีชีวิตคนเมืองล้านนา สุพจน์ ใหม่กันทะ	400
โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเงินล้านนา กรณีศึกษากลุ่มเครื่องเงินเชิงดอย อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ วรุต มณีมาโรจน์	416
การพัฒนาแบบเมนูอาหารตามสั่งสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ สิริกานต์ มีธัญญากร	437
การออกแบบบรรจุภัณฑ์ มาสคอต ป้ายโฆษณาและส่วนจัดแสดงสินค้า ของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วเหลืองตราป่าเหลือง จันทร์จิรา นที	454
การออกแบบตราสัญลักษณ์ สื่อสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากแร่ ตรา พลอยพรรณ ภายใต้แนวคิดการออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจ พัชรวัฒน์ สุริยงค์	474
ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ชุดสื่อเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์สำหรับเด็กในช่วงอายุ 6-11 ปี กรณีศึกษา บริษัท BYWOODWIND ธาดา เสนานัย	489

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

กลุ่มผลงานวิจัยทางศิลปะและผลงานสร้างสรรค์

Proceedings

อติปุส : จากเทพปรนั่มกรีกสู่ฟิสิกอลเธียเตอร์แนวสืบสวน ภัทรศิลป์ สุภักดิ์	505
การพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านโน้ตแบบฉบับพลันของนักศึกษาในกลุ่มเครื่องมือนอกกีตาร์ สาขาดนตรีสากล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม กมลธรรม เกื้อบุตร	520
การออกแบบมิวสิควิดีโอเกี่ยวกับมายาคติตัวละครในวรรณคดีเรื่องพระอภัยมณี ตามแนวคิดหลังสตรีนิยม มณีกาญจน์ ไชยพันธ์	536
การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์แบบมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านแม่สุน้อย ตำบลแม่สุน อำเภอดงขี้เหล็ก จังหวัดเชียงใหม่ จันทร์จิรา นที	552
ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ของตกแต่งบ้าน จากเศษผ้าขนเฝ้า กรณีศึกษา ร้าน รีสาวรรณ ขวัญพงษ์ สมมิตร	568
การสร้างสรรค์งานประติมากรรมจากความเชื่อสัตว์ในตำนานกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ด้วยวัสดุเหลือใช้เกษตรกรรม เพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งใหม่ในชุมชนบ้านป่าตาล จังหวัดเชียงใหม่ ธัญญารัตน์ ทองใจ	584
แนวทางการพัฒนาการออกแบบต้นแบบเฟอร์นิเจอร์สำหรับห้องสมุดอย่างสร้างสรรค์ จากวัสดุเสื่อลำแพนบ้านค้อ ธงเทพ ศิริไสดา	610
พัฒนาการของรูปแบบของเรือนพักอาศัยในย่านเมืองเก่าเชียงราย พงศ์ตะวัน นันทศิริ	631
การศึกษารูปแบบทางสถาปัตยกรรม พระอุโบสถวิหาร วัดพระแก้ว จังหวัดเชียงราย ณัฐเขตต์ มณีกร	651
การศึกษารูปแบบการเปลี่ยนแปลงบริบททางกายภาพ ย่านเมืองเก่าเชียงราย ทิพา ดันเจริญรัตน์	670
กระบวนการในการออกแบบ “บ้านลูกชาย” กรธิชา อุ๋นไพโร	697

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

กลุ่มผลงานวิจัยทางศิลปะและผลงานสร้างสรรค์

Proceedings

การออกแบบและประเมินอาคารตามเกณฑ์ความยั่งยืนทางพลังงานและสิ่งแวดล้อมไทย กรณีศึกษาอาคารวิชาชีพอักษร กรกมล ตันตวินิช	719
การออกแบบตู้อบอาหารพลังงานแสงอาทิตย์ขนาดเล็กแบบใช้น้ำมันพืชเป็นสื่อความร้อน ไชยพิพัฒน์ ปกป้อง	737
การเรียนการสอนสถาปัตยกรรมในยุคแห่งความชะงักงันจากเทคโนโลยีดิจิทัล มานิตา ชิวเกรียงไกร	753
แนวทางการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในเขตเทศบาล อ.เมืองเชียงราย คงฤทธิ์ เหลืองไตรรัตน์	770
การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี 3 มิติเสมือนจริง (Augmented Reality) นำเสนอภาพจำลองโบราณสถาน บนสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โบราณสถานอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ธัญลักษณ์ ศุภพลธร	801
การศึกษาความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยววัยกลางคนที่มีผลต่อการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ย่านเมืองเก่าเชียงราย ศศิชา สุขกาย	819



การออกแบบสติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี

บุญส่ง อุดมกิจโกศล^{1*} พีรพล ช่างใจกล้า² ณัฐพล ชูลิกรณ์³ และสุจิรา ถนอมพร⁴

Electronic Sticker Design to Promote Luang Phaeng Community Market, 108th Year

Boonsong Udomkijkosol^{1*}, Pheeraphon Changjaikla², Nattapol Choolikorn³ and Sujira Thanomporn⁴

¹⁻⁴ สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต กรุงเทพมหานคร

¹⁻⁴ Department of Visual Communication Design, Faculty of Architecture, Kasem Bundit University, Bangkok

* Corresponding author. E-mail : boonsong.udo@kbu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี 2) ออกแบบสติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ และ 3) เพื่อประเมินคุณภาพและความพึงพอใจต่อสติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) ด้านอัตลักษณ์ จำนวน 10 คน กลุ่มประเมินคุณภาพงานออกแบบ จำนวน 5 คน (ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบคาแรคเตอร์ 3 คน ผู้ทรงคุณวุฒิชุมชน 2 คน) และกลุ่มประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลงานออกแบบ (นักท่องเที่ยว 15 คน บุคคลทั่วไป 15 คน) ใช้วิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบประเมินคุณภาพงานออกแบบ และแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่องานออกแบบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่าอัตลักษณ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี คือ ชุมชนตลาดโบราณริมน้ำ ขนมหิย่นแก้วดอกอัญชัน และดนตรีแห่งบ้านดนตรีเยาวชนคลองหลวงแพ่ง นำอัตลักษณ์ที่ได้มาวิเคราะห์ชุดสีจากภาพถ่ายอัตลักษณ์ชุมชน และเทียบค่าสีจากไทยโทน (Thaitone2.0) ได้กลุ่มโทนสีหลัก (Corporate colors) คือ 1) สีน้ำตาลไหม้ 2) สีทองอ่อน และ 3) สีเนื้อ สร้างสรรค์ผลงานออกแบบสติ๊กเกอร์ตัวละครสัดส่วนแบบเอสดี (SD : Super Deformed) หรือจิบิ (Chibi) จำนวน 16 แบบ บุคลิกตัวละครอ้างอิงมาจากบุคคลที่มีบทบาทสำคัญของชุมชนและอัตลักษณ์จากอาหารที่นิยมกล่าวถึง การประเมินคุณภาพงานออกแบบโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับดี (\bar{X} = 4.47, S.D. = 0.07) และความพึงพอใจที่มีต่อผลงานออกแบบอยู่ในเกณฑ์ระดับดีมาก (\bar{X} = 4.61, S.D. = 0.29)

คำสำคัญ : การออกแบบคาแรคเตอร์, อัตลักษณ์, ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง



ABSTRACT

The objective of this research are to 1) to study and analyze the identity of Luang Phaeng community market, 108th year; 2) to design electronic stickers for public relation purpose and 3) to evaluate the quality and satisfaction towards electronic stickers for publicizing Luang Phaeng community market, 108th year by mixed methodology. The samplings are key informants namely identity group total 10 persons, design quality evaluation group total 5 persons, character design experts total 3 persons community experts total 2 persons. And the evaluator of satisfaction towards designs group (15 tourists and 15 general public) by purposive sampling and accidental sampling. Research methodologies are design quality evaluation form and satisfaction towards design evaluation form. We analyzed by frequency statistics, percentage, average (\bar{X}) and standard deviation (S.D.). We found that identity of Luang Phaeng community market, 108th year was traditional canal market, Ka-nom-tein-kaew-anchan sweet and music from Klong Luang Phaeng youth. We used the identity to analyze the color tone from photos of the community and compared them to Thaitone 2.0 eg. corporate colors namely 1) Dark Brown 2) Light Green and 3) Nude. to created character stickers by Super Deformed or Chibi total 16. Character persons who had important roles in the community and food identity which had always been mentioned The total design quality was in the level of good (\bar{X} = 4.47, S.D. = 0.07) and the satisfaction towards design was in very good level (\bar{X} = 4.61, S.D. = 0.29).

Keywords: Electronic Sticker, Identity, Luang Pheang Community Market

บทนำ

ชุมชนตลาดริมน้ำเป็นลักษณะเด่นของชุมชนไทยภาคกลาง เกิดจากความสัมพันธ์ของการดำรงชีวิต สภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของท้องถิ่น เคยมีความเจริญรุ่งเรืองเป็นศูนย์กลางการซื้อขายและแลกเปลี่ยนสินค้าทางน้ำที่สำคัญ ในปัจจุบันบทบาทของแม่น้ำ ลำคลอง และแหล่งน้ำถูกลดความสำคัญลง เนื่องมาจากการพัฒนาและขยายตัวของเมือง ส่งผลให้การคมนาคมทางบกเข้ามามีบทบาทต่อการเดินทางในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทำให้ตลาดชุมชนริมน้ำหลายแห่งซบเซาลงไปจากอดีต เช่นเดียวกับตลาดหลวงแพ่ง ซึ่งเป็นชุมชนตลาดริมน้ำที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเช่นกัน

ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง หรือเรียกรวมว่า ตลาดห้องแถวทั้งสองฝั่งคลองประเวศบุรีรมย์ เป็นตลาดชุมชนริมน้ำที่ตั้งอยู่ริมคลองประเวศบุรีรมย์ติดกับคลองหลวงแพ่ง เขตตลาดกระบ้ง กรุงเทพมหานคร ฝั่งตลาดทาง



การประชุมวิชาการวิจัยทางศิลปะและงานสร้างสรรค์ “ศิลปะ สถาปัตยกรรม : วิจัยและงานสร้างสรรค์ ครั้งที่ 4” ติศไต้ มีร้านค้ามากมายกว่า 100 ห้อง ค้าขายทั้งของกินของใช้ เคยเฟื่องฟูขนาดมีร้านทองถึง 10 ร้าน มีเรือมาจอดต่อ ๆ กันกว่าครึ่งลำคลอง ส่วนตลาดฝั่งทิศเหนือ มีห้องแถว 33 ห้อง ปัจจุบันอยู่ในสภาพร้าง แต่ยังคงเหลือป้ายชื่อและโครงสร้างเดิมไว้ให้ระลึกถึงและยังคงสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของชาวบ้านในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี และด้วยคุณค่าวิถีวัฒนธรรมดังกล่าว ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง จึงได้ร่วมมือกันพยายามรื้อฟื้น และร่วมรักษาวิถีชีวิตวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมให้กลับคืนอีกครั้ง

การสื่อสารเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้เศรษฐกิจการท่องเที่ยวในชุมชนกลับมาฟื้นตัว ภายใต้กระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราว ในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์ อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สะท้อนให้เห็นถึง สภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือ ขนบธรรมเนียมประเพณี (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2556)

กล่าวได้ว่า อัตลักษณ์ของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญในการแสดงออกถึงคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม สามารถดึงดูดความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ โดยความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับอัตลักษณ์ของชุมชนนั้น จะเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงให้ได้รับรู้รูปแบบและลักษณะของวิถีชุมชน ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2555) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นเครื่องมือประกอบสร้าง (Construct) อนุรักษ์ (Maintain) และต่อรอง (Negotiate) อัตลักษณ์อยู่ตลอดเวลา ดังนั้น การสื่อสารอัตลักษณ์จึงมีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะตัวของชุมชน ซึ่งชุมชนสามารถใช้อัตลักษณ์หรือสิ่งที่ตนเองมีอยู่ในการสื่อสารและทำให้การสื่อสาร อัตลักษณ์ของชุมชนสามารถนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวและบุคคลภายนอกได้รับรู้ถึงความ เป็นชุมชนตลาดหลวงแพ่งได้อย่างน่าสนใจ และเพื่อรักษาไว้ซึ่งความยั่งยืนของชุมชน

ทั้งนี้ การสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างชัดเจน จึงเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งในการสร้างเสริมให้ชุมชนเกิดการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน ตลอดจนเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบที่ทันสมัย มีความหลากหลาย แอปพลิเคชันถือเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ทางจอภาพรูปแบบใหม่ที่มีความน่าสนใจ สามารถดาวน์โหลดและติดตั้งไปยังอุปกรณ์ต่าง ๆ อาทิ โทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ทโฟน รวมถึงแท็บเล็ต ต่าง ๆ โดยสามารถแสดงภาพเคลื่อนไหว เช่น ตัวหนังสือ วิดีโอ ข้อมูล ภาพกราฟิก เพื่อดึงดูดความสนใจของ



ผู้พบเห็น ในปัจจุบันแอปพลิเคชันไลน์ (Application Line) เป็นตัวอย่างของการใช้สัญลักษณ์ตัวละครที่ดี ซึ่งองค์กรต่าง ๆ หันมาใช้สัญลักษณ์ตัวละครในรูปแบบสติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Sticker) กันอย่างแพร่หลาย เพื่อเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์และพัฒนาต่อยอดในรูปแบบต่าง ๆ ต่อไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดในการศึกษาและนำกระบวนการออกแบบมาสร้างสรรค์สติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Sticker) เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์วิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี โดยนำแนวความคิดด้านการออกแบบมาใช้ในการสร้างสรรค์ในส่วนของการออกแบบตัวละคร (Character) ให้มีความเหมาะสมและสื่อความหมายอัตลักษณ์ของชุมชน สามารถประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและนำไปสู่การพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งและมีเอกลักษณ์เฉพาะตน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี
2. เพื่อออกแบบสติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี
3. เพื่อประเมินคุณภาพและความพึงพอใจต่อสติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี

กรอบแนวคิดและกระบวนการสร้างสรรค์/วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยสร้างสรรค์ครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี และนำไปสู่การวิเคราะห์โครงสร้างสีที่ปรากฏในภาพถ่ายอัตลักษณ์ของชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี โดยการเทียบค่าสีจากไทยโทน (Thaitone2.0) และกำหนดแนวทางการออกแบบตัวละครเพื่อพัฒนาในรูปแบบสติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี มีขอบเขตการศึกษาและวิธีการดำเนินการวิจัย คือ



1.1 การประมวลข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในพื้นที่ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี จำนวน 5 คน ใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Focused Interview) เพื่อหาปัจจัยและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนในแง่มุมต่าง ๆ

1.2 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลด้านอัตลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี

2. เพื่อออกแบบสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี ซึ่งมีขอบเขตของการศึกษาและวิธีการดำเนินการวิจัย คือ

2.1 ขั้นการวิเคราะห์ (Analysis) ประกอบด้วย

2.1.1 นำข้อมูลจากการศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี มาวิเคราะห์โครงสร้างสีที่ปรากฏในภาพถ่ายอัตลักษณ์ของชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ออกแบบตัวละคร อย่างน้อย 5 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน และการเทียบค่าสีจากไทยโทน (Thaitone2.0) เพื่อให้ได้ชุดสี (Corporate colors) ที่แทนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี

2.1.2 สำรวจแนวทางการต้องการลักษณะตัวละคร เพื่อนำมาพัฒนาในรูปแบบสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ จากตัวแทนชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี จำนวน 10 คน ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบตัวละคร เป็นแบบปลายปิด ประเภทเลือกคำตอบ (Multiple Choices) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีทางสถิติหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี

2.2 ขั้นการออกแบบ (Design) นำผลสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการด้านลักษณะตัวละคร มากำหนดเป็นแนวทางการออกแบบสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี ได้แก่ เรื่องราว แนวคิด ข้อมูลตัวละคร และรูปแบบ โดยวาดภาพเป็นแบบร่าง (Sketch Design) ก่อนนำไปสร้างสรรค์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

2.3 ขั้นตอนการผลิต โดยนำแบบร่างมาสร้างสรรค์งานออกแบบสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ที่สื่อความหมายของอัตลักษณ์ชุมชน จำนวน 16 แบบ ด้วยกระบวนการทางคอมพิวเตอร์ โปรแกรม Adobe Illustrator และ Adobe Photoshop



2.4 ขั้นการพัฒนา (Development) พัฒนาแบบร่างโดยการสร้างสรรค์ผ่านการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator

2.5 ขั้นการนำไปใช้ (Implementation) นำผลงานออกแบบสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ที่สร้างขึ้นมาทดลองประยุกต์ใช้

2.6 ขั้นการประเมินผล (Evaluation) การประเมินคุณภาพและความพึงพอใจที่มีต่อสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี ประกอบด้วย

2.6.1 การประเมินคุณภาพผลงานออกแบบสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านออกแบบตัวละคร อย่างน้อย 5 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน และผู้ทรงคุณวุฒิของชุมชน จำนวน 2 คน รวมจำนวน 5 คน ผ่านกระบวนการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) และแบบประเมินคุณภาพผลงานออกแบบ แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert, 1932: 1-55) ซึ่งผ่านการตรวจสอบเครื่องมือโดยนักวิชาการ จำนวน 3 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2.6.2 วิเคราะห์ข้อมูล และปรับปรุงผลงานออกแบบตามข้อเสนอแนะ

2.6.3 การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี โดยนักท่องเที่ยวในชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี จำนวน 15 คน และบุคคลทั่วไป จำนวน 15 คน รวมจำนวน 30 คน ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ใช้แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert) ผ่านการตรวจสอบเครื่องมือโดยนักวิชาการ จำนวน 3 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2.6.4 วิเคราะห์ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี

2.6.5 สรุปและอภิปรายผล



ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลก่อนการออกแบบ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี เพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบ ผู้วิจัยได้จำแนกจุดเด่นและสิ่งที่น่าสนใจของชุมชนออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่

1.1 วิถีชีวิต ได้แก่ ชุมชนตลาดโบราณริมน้ำ

1.2 เชื้อชาติ ได้แก่ ชาวไทยพุทธ ชาวไทยมุสลิม และชาวไทยจีน

1.3 สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อผู้ซิงเกาเจ้า และศาลเจ้าแม่

1.4 สถาปัตยกรรม ได้แก่ มัสยิดนูรุลอิสลาม ร้านยาจีนโบราณ “เต็กจือโฮสถ” เรือนไม้ริมคลอง สะพานเชื่อมรั้ว และสะพานสุเหร่า

1.5 ดนตรี ได้แก่ เพลงเก๋าย้อนยุค และดนตรีแห่งบ้านดนตรีเยาวชนคลองหลวงแพ่ง

1.6 กิจกรรมนันทนาการ ได้แก่ มวยทะเล พายเรือ และร้องเพลง

1.7 อาหารที่โดดเด่น ได้แก่ ขนมเทียนแก้วดอกอัญชัน และขนมถ้วยใบเตย

จากการประมวลความคิดเห็นจากอัตลักษณ์ทั้งหมด จำนวน 16 ชิ้น ได้คัดเลือกอัตลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี เหลือทั้งหมดจำนวน 3 ชิ้น คือ 1) ชุมชนตลาดโบราณริมน้ำ 2) ขนมเทียนแก้วดอกอัญชัน และ 3) ดนตรีแห่งบ้านดนตรีเยาวชนคลองหลวงแพ่ง



รูปที่ 1 อัตลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี

ที่มา : บุญส่ง อุดมกิจโกศล, 2561

2. สติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Sticker) เป็นงานออกแบบกราฟิกอย่างหนึ่งที่ออกแบบเพื่อการสื่อสารระหว่างมนุษย์ โดยอาศัยลักษณะที่ปรากฏจากสภาพแวดล้อมภายใต้อิทธิพลจากวัฒนธรรมเป็นที่มาในการออกแบบ สามารถแปลความได้เมื่อมีการเชื่อมโยงความคิดเข้ากับความจริง (ทองเจือ เขียดทอง,



2548 : 187) โดยนำผลสรุปจากการศึกษาวิจัยของ คณิน มรกฏจินดา (2558) ที่พบว่า ตัวละครที่สร้างการจดจำ จะต้องส่งผลต่อความรู้สึก คือ สวย น่ารัก มีตัวตนชัดเจน มีความหมายและเรื่องราวที่สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย โดยสร้างอัตลักษณ์เชื่อมโยงกับแนวคิดการออกแบบ คือ 1) เนื้อเรื่อง 2) แนวคิด 3) ข้อมูลของตัวละคร และ 4) รูปแบบที่ต้องการ สรุปได้ดังนี้

2.1 เนื้อเรื่อง แสดงถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตของชุมชนตลาดโบราณที่ตั้งริมน้ำชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี

2.2 แนวคิด การเชื่อมโยงความเป็นตัวตนจากบุคคลที่มีบทบาทในชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี ประกอบร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชนผ่านกระบวนการออกแบบ

2.3 ข้อมูลของตัวละคร สื่อความหมายเรื่องราวในกิจกรรมและวิถีประจำวันของชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี

2.4 รูปแบบ ได้แก่ 1) ใช้ลายเส้นที่โค้ง นุ่มนวลและเรียบง่าย 2) รูปร่าง-รูปทรงที่ลดทอนความเหมือนจริง 3) กำหนดสัดส่วนตัวละครแบบเอสดี (SD : Super Deformed) หรือจิปี (Chibi) คือ ตัวละครที่มีรูปร่างเล็ก ดูเรียบง่าย และน่ารัก ร่างกายผิดสัดส่วน 4) ลักษณะบุคลิกและอารมณ์สื่อตามบุคลิกที่อ้างอิงมาจากบุคคลที่มีบทบาทสำคัญของชุมชน และอัตลักษณ์ของอาหารที่นักท่องเที่ยวและคนทั่วไปรู้จักและนิยมกล่าวถึง และ 5) การใช้สีในตัวละคร โดยเลือกใช้สีที่ได้จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์เพื่อกำหนดชุดสี (Corporate colors)

ส่วนที่ 2 ผลงานการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลก่อนการออกแบบ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคิดเพื่อสร้างสรรค์ผลงานออกแบบ สติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

1. การใช้สี (Color)

องค์ประกอบหนึ่งที่ใช้เป็นตัวแทนองค์กรได้เป็นอย่างดี คือ สี ซึ่งนักออกแบบสร้างขึ้นเพื่อให้เกิดการจดจำ ในการวางระบบอัตลักษณ์จึงจำเป็นต้องกำหนดสีอัตลักษณ์และโครงสีอื่น ๆ ที่ใช้ร่วมกับสีอัตลักษณ์นั้น อีกจำนวนหนึ่ง เพื่อให้การออกแบบมีความยืดหยุ่น แต่ยังคงไว้ซึ่งโครงสร้างอัตลักษณ์เดียวกัน (ภักดี ต่วนศิริ, 2556: 71) เพราะฉะนั้น สีอัตลักษณ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี ครั้งนี้ จึงได้มาจากการวิเคราะห์โครงสร้างสีที่ปรากฏในภาพถ่ายอัตลักษณ์ของชุมชน ได้แก่ ชุมชนตลาดโบราณริมน้ำ ขนมหี้นแก้วดอกอัญชัน และดนตรี



การประชุมวิชาการวิจัยทางศิลปะและงานสร้างสรรค์ “ศิลปะ สถาปัตยกรรม : วิจัยและงานสร้างสรรค์ ครั้งที่ 4 แห่งบ้านดนตรีเยาวชนคลองหลวงแพ่ง โดยการเทียบค่าสีจากไทยโทน (Thaitone2.0) เพื่อให้ได้ชุดสี (Corporate colors) ที่แทนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี ประกอบด้วยกลุ่มโทนสีหลัก และกลุ่มโทนสีรอง ดังนี้

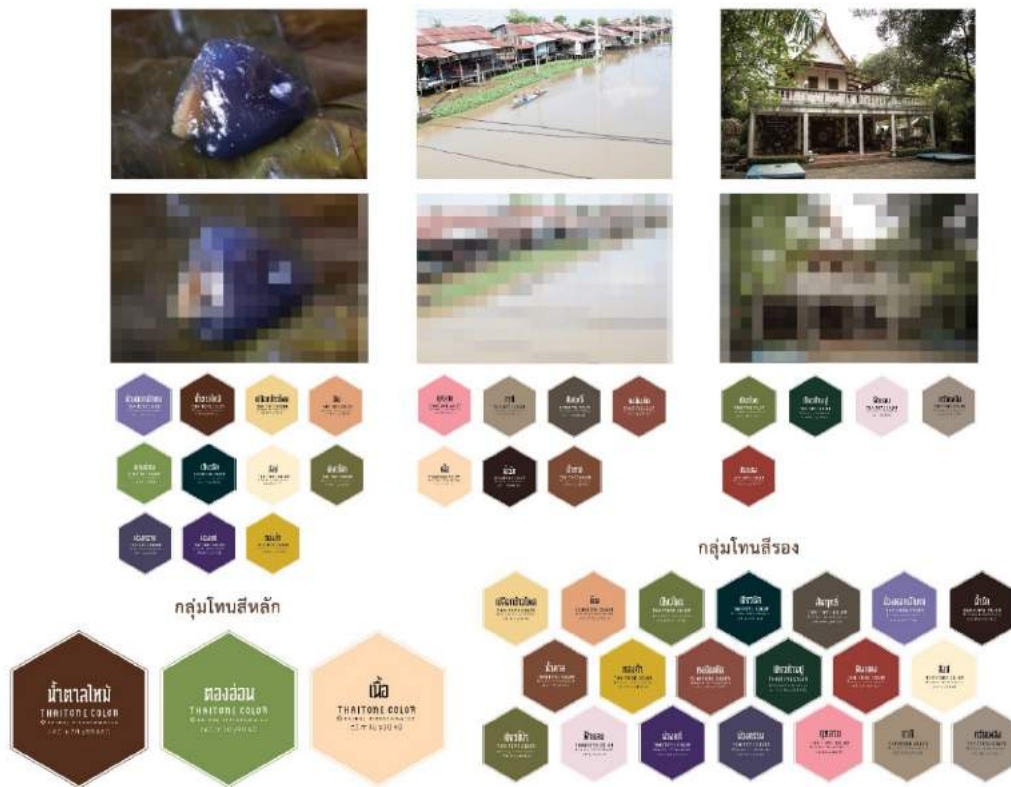
1.1 กลุ่มโทนสีหลัก จำนวน 3 สี ได้แก่ สีน้ำตาลไหม้ (c40 m70 y80 k60) สีตองอ่อน (c60 m30 y90 k0) และสีเนื้อ (c0 m15 y30 k0) ซึ่งมีเหตุผลในการคัดเลือกสีดังกล่าวเป็นกลุ่มโทนสีหลัก โดยพิจารณาจากความหมายของสีและผลกระทบ ที่มีต่ออารมณ์และความรู้สึกในการรับรู้จากการเชื่อมโยงนัยยะจากภาพถ่ายอัตลักษณ์ชุมชน (Eiseman, 2000: P.62-63) ดังนี้

สีน้ำตาลไหม้ มีความหมายที่เชื่อมโยงถึงวิถีชีวิตที่เรียบง่าย หากแต่มีความมั่นคงต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนของชาวชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี

สีตองอ่อน มีความหมายที่เชื่อมโยงมาจากใบตองที่ใช้ห่อขนมเทียนแก้วดอกอัญชัน และมีความหมายถึงความสงบ เป็นธรรมชาติ และมีชีวิตชีวา ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพของชุมชน

สีเนื้อ มีความหมายที่เชื่อมโยงถึงชุมชนตลาดเก่าแก่โบราณริมน้ำและเรือนไม้ริมคลองแห่งนี้ นอกจากนี้ยังมีนัยยะที่สื่อถึงความอบอุ่นและมิตรภาพ ตามบุคลิกลักษณะของผู้มีบทบาทสำคัญของชุมชนและชาวชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี ด้วยเช่นกัน

1.2 กลุ่มโทนสีรอง จำนวน 20 สี ได้แก่ สีเปลือกข้าวโพด สีดิน สีเขียวไพร สีเขียวนิล สีสัมฤทธิ์ สีม่วงดอกผักตบ สีน้ำรั้ว สีน้ำตาล สีทองคำ สีหงดินตัด สีเขียวก้ามปู สีดินแดง สีสังข์ สีเขียวขี้ม้า สีฟ้าแลบ สีม่วงแก่ สีม่วงคราม สีกุหลาบ สีงากี้ และสีควันเพลิง



รูปที่ 2 การวิเคราะห์โครงสร้างสีจากภาพถ่ายอัตลักษณ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี
ที่มา : พีรพล ช่างใจกล้า, 2561

2. สติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Sticker)

จากการดำเนินการออกแบบสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี ตามกระบวนการที่กำหนดไว้ ภายใต้กลุ่มสีไทยโทนที่วิเคราะห์ได้จากอัตลักษณ์ของชุมชน ได้รูปแบบของสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีสัดส่วนแบบที่เรียกว่า เอสดี (SD : Super Deformed) หรือจิบิ (Chibi) คือ ส่วนลำตัวจะมีขนาดเล็กเมื่อเทียบกับส่วนหัว ดูเรียบง่าย และน่ารัก รูปแบบสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

2.1 กลุ่มที่ 1 บุคคลที่มีบทบาทในชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี จำนวน 10 รูปแบบ วิเคราะห์จากบุคลิกลักษณะและเรื่องราวของคุณเพ็ญจันทร์ วัฒนกิจ (เจ๊ไผ่) ผู้ฟื้นฟูตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี ได้แก่



CONCEPT DESIGN



รูปที่ 3 สติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มที่ 1

LP1-01 วิเคราะห์จากบุคลิกลักษณะการกล่าวทักทายนักท่องเที่ยว และทุกคนที่มาชมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี ด้วยการยกมือไหว้ ยืนคู่กับน้องขนมเทียนแก้ว พร้อมคำกล่าว “สวัสดีจ๊ะ”

LP1-02 วิเคราะห์จากบุคลิกลักษณะการแสดงความยินดี พร้อมทั้งจะต้อนรับและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวและทุกคนที่มาชมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปีแห่งนี้ ด้วยคำกล่าว “ยินดีต้อนรับจ๊ะ”

LP1-03 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากความมีจิตใจดี ดูแลและให้ความช่วยเหลือคนในชุมชนเหมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน แสดงถึงความรักที่มีให้กับทุกคน

LP1-04 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากการอวยพรให้ผู้เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนแห่งนี้ เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ ด้วยคำอวยพร “ไปได้มาดีนะ”

LP1-05 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากความรู้สึกที่มีต่อผู้เดินทางมายังชุมชนแห่งนี้ ให้เดินทางโดยปลอดภัย และอีกนัยหนึ่ง คือ จากสภาพแวดล้อมชุมชนตลาดริมคลอง เต็ก ๆ มักนิยมกระโดดเล่นน้ำ จึงยื่นเตือนให้สวมห่วงชูชีพเล่นน้ำเพื่อความปลอดภัย ด้วยการแสดงความรู้สึก “เป็นห่วง นะจ๊ะ”



LP1-06 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากการใช้ความหมายของคำพ้องเสียงและพ้องรูป ได้แก่ “ซึ่ง” มีสองนัย นัยแรก หมายถึง ภาชนะสำหรับนั่งอาหาร เป็นอุปกรณ์ประกอบอาชีพของป่าไผ่ที่ใช้สำหรับทำขนมถ้วยใบเตย และอีกนัย คือ เป็นความรู้สึกซาบซึ้ง รู้สึกดีมาก ๆ ที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน

LP1-07 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากความรู้สึกทิว เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาที่ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี แห่งนี้ จะได้พบกับอาหารอร่อยหลากหลายชนิด ทั้งอาหารคาวและหวาน รวมถึงผักและผลไม้สดต่าง ๆ เป็นอาการที่เรียกว่าเห็นแล้วหิวจนต้องบอกว่า “หิวแล้วจ๊ะ”

LP1-08 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากความรู้สึกเมื่อได้เห็นอาหารอร่อยต่าง ๆ นำรับประทานมากมาย จนพร้อมที่จะรับประทานให้หมดในทันที ที่เรียกว่า “ลุยแล้วนะจ๊ะ”

LP1-09 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากการมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์ชุมชน ซึ่งต้องเตรียมตัวให้พร้อม มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ต้องดูดีเสมอ ด้วยคำถามว่า “สวยมั๊ยจ๊ะ”

LP1-10 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากการร่วมทำกิจกรรมนันทนาการยามว่างของคนในชุมชน คือ การร้องเพลงคาราโอเกะ (Karaoke)

2.2 กลุ่มที่ 2 สิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน จำนวน 6 รูปแบบ ดังนี้



CONCEPT DESIGN



รูปที่ 4 สตีกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มที่ 2



สติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี วิเคราะห์มาจากลักษณะอาหาร คือ ขนมเทียนแก้วดอกอัญชัน โดยแต่งเติมบุคลิกด้วยการแสดงเรื่องราวของวิถีชุมชน แสดงอารมณ์ยิ้มแย้ม เป็นมิตร และพร้อมเชิญชวนนักท่องเที่ยว ได้แก่

LP2-01 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากอาการ “ว้าว” แสดงถึงความดีใจเมื่อได้พบนักท่องเที่ยว

LP2-02 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากอาการ “หัวร้อน” อันเนื่องมาจากไอร้อนของหลังคาสังกะสีที่ได้รับความร้อน เมื่อโดนแสงแดด

LP2-03 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากการเชิญชวนให้มา “เล่นน้ำกันนะ” เนื่องด้วยสภาพอากาศที่ค่อนข้างร้อนและชุมชนอยู่ติดริมคลอง เด็ก ๆ จึงมักชอบกระโดดเล่นน้ำกันอย่างสนุกสนาน

LP2-04 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากความรู้สึก “ขอบคุณที่มาอุดหนุนนะ” ของแม่ค้า พ่อค้าที่มีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาอุดหนุนสินค้าและอาหารของตนเอง

LP2-05 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากการแสดงการอำลา ซึ่งเป็นประเพณีการต้อนรับอย่างหนึ่งของไทย ที่มีการต้อนรับเมื่อมาถึงและต้องมาส่งเมื่อเดินทางกลับ “แล้วเจอกันนะ” จึงเป็นการให้สัญญาว่าต้องได้กลับมาพบกันอีก แสดงถึงการส่งและอำลา พร้อมเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวที่ชุมชนอีกครั้ง

LP2-06 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากความรู้สึกบอกกล่าวการสิ้นสุดของวัน ด้วยคำว่า “ฝันดีนะ”

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลการประเมินคุณภาพผลงานออกแบบ

การประเมินผลงานออกแบบ สรุประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

ตาราง 1 สรุปรผลการประเมินคุณภาพผลงานออกแบบสติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. การสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน	4.60	0.55	ระดับดีมาก
.2การกำหนดรูปลักษณะ และสัดส่วน	4.40	0.55	ระดับดี
.3การกำหนดสี	4.40	0.55	ระดับดี
.4การกำหนดลักษณะลายเส้น	4.40	0.55	ระดับดี
.5ความสวยงามในภาพรวม	4.60	0.55	ระดับดีมาก
.6ความน่าสนใจ และสร้างการจดจำ	4.20	0.45	ระดับดี
.7การสื่อความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย	4.40	0.55	ระดับดี
.8ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ชุมชน	4.60	0.55	ระดับดีมาก
สรุปค่าเฉลี่ยรวม	4.47	0.07	ระดับดี



ตาราง 2 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวง
แพ่ง 108 ปี

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. การสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน	4.53	0.51	พึงพอใจมากที่สุด
.2การกำหนดรูปลักษณะ และสัดส่วน	4.70	0.47	พึงพอใจมากที่สุด
.3การกำหนดสี	4.50	0.51	พึงพอใจมากที่สุด
.4การกำหนดลักษณะลายเส้น	4.53	0.51	พึงพอใจมากที่สุด
.5ความสวยงามในภาพรวม	4.77	0.43	พึงพอใจมากที่สุด
.6ความน่าสนใจ และสร้างการจดจำ	4.50	0.51	พึงพอใจมากที่สุด
.7การสื่อความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย	4.57	0.50	พึงพอใจมากที่สุด
.8ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ชุมชน	4.70	0.47	พึงพอใจมากที่สุด
สรุปค่าเฉลี่ยรวม	4.61	0.29	พึงพอใจมากที่สุด

อภิปรายและสรุปผล

ผลงานออกแบบสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้จากการวิจัยสร้างสรรค์ และนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า มีประเด็นความคิดเห็นต่อผลงานการออกแบบสติกเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี อย่างเห็นพ้องไปในทิศทางเดียวกันว่า รูปแบบของผลงานโดยรวมมีความน่ารัก สวยงาม สื่อความหมายเข้าใจง่าย สามารถสะท้อนเรื่องราวเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชน สร้างการจดจำที่ดี และเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี ได้อย่างเหมาะสม ดังที่ คณิน มรกฏจินดา (2558) ศึกษาพบว่า รูปแบบตัวละคร (Character) ที่เหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์องค์กร คือ มีสัดส่วน 1 : 1 หมายถึง สัดส่วนส่วนหัวและตัวเท่ากัน และควรมีสีประจำองค์กรประกอบอยู่ด้วยอย่างชัดเจน ทั้งนี้ ควรออกแบบโดยคำนึงถึงเนื้อหาและเรื่องราว ลักษณะนิสัย พฤติกรรม ความเรียบง่าย มีเอกลักษณ์ ง่ายต่อการจดจำ ซึ่งนอกจากรูปแบบดังกล่าว ยังได้นำอัตลักษณ์ส่วนหนึ่งมาเป็นข้อกำหนดของการออกแบบด้วย

จากผลสรุปสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งได้แก่ ชุมชนตลาดโบราณริมน้ำ ขนมหิย่นแก้วดอกอัญชัน และเสียงดนตรี “บ้านดนตรีเยาวชนคลองหลวงแพ่ง” มีความสอดคล้องกับ พิบูล ไวจิตรกรรม (2552: 50) ที่พบว่า ข้อมูลสำคัญในพื้นที่ที่มีต่ออัตลักษณ์ของท้องถิ่นที่ เหมาะสมสำหรับนำไปใช้ผสมผสานแนวคิดในการออกแบบ ได้แก่ เอกลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์ด้านธรรมชาติ เอกลักษณ์ด้านศาสนา เอกลักษณ์ด้านอาหาร เอกลักษณ์ด้านประเพณีท้องถิ่น เอกลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรม เอกลักษณ์ด้านสังคม



การประชุมวิชาการวิจัยทางศิลปะและงานสร้างสรรค์“ศิลปะ สถาปัตยกรรม : วิจัยและงานสร้างสรรค์ ครั้งที่ 4 เช่น ความเป็นมิตรของชุมชน และเอกลักษณ์ด้านอาหารท้องถิ่น เช่น ขนมไทย ฯลฯ โดยนำชุดสีที่ได้จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนมาใช้ร่วมกับสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างการจดจำ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีสัญวิทยา (Semiotic) ที่กล่าวถึงระบบของสัญลักษณ์ทางความคิดของมนุษย์ ซึ่งเชื่อมโยงถึงทฤษฎีอัตลักษณ์ (Identity) ด้วย (พิบูล วจิตรกรรม, 2552: 51)

ข้อเสนอแนะ

การดำเนินการวิจัย เรื่อง การออกแบบสติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี ผู้วิจัยขอแยกประเด็นข้อเสนอแนะเป็น 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. ประเด็นการวิจัย

1.1 การออกแบบสติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี ควรต้องศึกษารวบรวมข้อมูลชุมชนให้ตรงประเด็นกับการดำเนินงานด้านการออกแบบ จากการศึกษาพบว่าชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี มีลักษณะแบบพหุวัฒนธรรม หากแต่ขาดการประสานเชื่อมโยงเรื่องราวให้คนรุ่นหลังและบุคคลภายนอกรับรู้ ทำให้การสร้างอัตลักษณ์สำคัญทางวัฒนธรรมของชุมชนลดความเด่นชัดลง

1.2 ควรมีการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของชุมชนตามแนวคิดทฤษฎีบุคลิกภาพ ร่วมกับการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถเชื่อมโยงความเป็นตัวตนของชุมชนได้อย่างแท้จริง

2. ประเด็นการนำไปใช้

2.1 จากการดำเนินงานด้านการออกแบบสติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี มีจุดเด่นทางวัฒนธรรมด้านอื่น ๆ อีกมากที่สามารถนำมาพัฒนาให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

2.2 ควรนำผลงานออกแบบสติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ มาประยุกต์ใช้ร่วมกับสื่อประเภทอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำ ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี โดยอาจนำไปผลิตเป็นสินค้าและของที่ระลึกเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ชุมชนได้อีกช่องทางหนึ่ง

3. ประเด็นเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการวิจัยสร้างสรรค์แนวทางการออกแบบกราฟิกในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี



3.2 ศึกษาและวิจัยสร้างสรรค์เพื่อหาแนวทางการออกแบบที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนอื่น ๆ ซึ่งจะมีส่วนในการส่งเสริมให้ชุมชนได้เห็นถึงความสำคัญและรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของชุมชน

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2555). **สื่อเก่า-สื่อใหม่ สัญญา อัตลักษณ์ อุดมการณ์**. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (22 มิถุนายน 2556). **แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 มกราคม 2556, จาก <http://tourism-dan1.blogspot.com>.

คณิน มรกฏจินดา. (2558). **โครงการศึกษาและพัฒนารูปแบบตัวละครสำหรับการประชาสัมพันธ์ : กรณีศึกษา กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก**. ปริญญาานิพนธ์ ศป.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

ทองเจือ เขียดทอง. (2548). **การออกแบบสัญลักษณ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ลีปประภา.

พิบูล ไวจิตรกรรม. (2552). **การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสงคราม**. รายงานการวิจัย, คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ภักดี ต่วนศิริ. (2556). **การออกแบบเลขศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ ศป.ม., มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

Eiseman. (2000). **Pantone guide to communicating with color**. USA: Graftix Press, Ltd.

Likert, R.A. (1932, May). "Technique for the Measurement of Attitudes," **Arch Psychological**. 25(140) : 1-55.



คำสั่งคณะกรรมการศาสตร์

ที่ 060/2562

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความในการประชุมวิชาการวิจัยทางศิลปะและงานสร้างสรรค์ ศิลปะ
สถาปัตยกรรม : วิจัยและงานสร้างสรรค์ ครั้งที่ 4 เพื่อตีพิมพ์ ลงใน Proceedings

ด้วย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร กำหนดจัดการประชุมวิชาการวิจัยทางศิลปะและงาน
สร้างสรรค์ ศิลปะ สถาปัตยกรรม : วิจัยและงานสร้างสรรค์ ครั้งที่ 4 ในวันที่ 6 กันยายน 2562 ณ คณะสถาปัตยกรรม
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย และบรรลุตามวัตถุประสงค์ อาศัยอำนาจ
ตามความในมาตรา ๑๗ มาตรา ๓๗ แห่ง พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ.๒๕๓๓ จึงขอแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิ
พิจารณาบทความในการประชุมวิชาการวิจัยทางศิลปะและงานสร้างสรรค์ ศิลปะ สถาปัตยกรรม : วิจัยและงาน
สร้างสรรค์ ครั้งที่ 4 เพื่อตีพิมพ์ ลงใน Proceedings ดังรายชื่อต่อไปนี้

- | | |
|---|--|
| 1. ศาสตราจารย์ ดร. จิรวัดน์ พิระสันต์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 2. ศาสตราจารย์พงศ์เดช ไชยคุตร | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุดสังข์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร. อุไรวรรณ ปิติมณียากุล | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ | มหาวิทยาลัยรังสิต |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร. ฉลองเดช คูภาณุมาต | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร. ทิพวรรณ ทังมั่งมี | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร. ภณ วชิระนิเวศ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร. ธิติ เสงร์ศรี | มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 10. รองศาสตราจารย์อลิตา จันฝั่งเพชร | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 11. รองศาสตราจารย์สุทัศน์ เขียมวัฒนา | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 12. รองศาสตราจารย์นุชนาฏ ดีเจริญ | มหาวิทยาลัยพะเยา |
| 13. รองศาสตราจารย์สันติรักษ์ ประเสริฐสุข | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 14. รองศาสตราจารย์อวิรุทธ์ ศรีสุธาพรรณ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัชฎา โปราณานนท์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิวัตร พัฒนะ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ญาดา ขวาลกุล | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิรันดร ทองอรุณ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิสิฐ จันมา | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาสวรรณ กรกขมาศ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทวีร์ศรี พรหมรัตน์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศุภชัย อารีรุ่งเรือง | คณะศิลปกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วชิรินทร์ จินต์วุฒิ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |

- | | |
|---|------------------------------------|
| 24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุวรรณมา ร่องวิริยะพานิช | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิมา เจริญกิจ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดนัย เรียบสกุล | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นัญฐิกา นวพันธุ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันต์ จันทร์สมศักดิ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เจนยุท ศรียัญ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิณัฐ พงษ์นิล | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธรรมศ อัมโร | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สืบศิริ แซ่ลี | มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิทธิพงษ์ เพิ่มพิทักษ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สนิท ปิ่นสกุล | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม |
| 35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จริญญา พหลเทพ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมภาพร คล้ายวิเชียร | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ตติยา เทพพิทักษ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 38. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พีรพงศ์ แสนไสย | มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุญเรือ สมประจบ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 40. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อังกาบ บุญสูง | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ |
| 41. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุทธิศักดิ์ ภูธรรักษ์ | คณะวิจิตรศิลป์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 42. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรชาติ เกษประสิทธิ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 43. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมหมาย มาอ่อน | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 44. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นพคุณ ต่อวงศ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 45. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิจจิ่ง พันธะพจน์ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพ |
| 46. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ออคม ทองโปร่ง | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 47. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กรธิชา อุ๋นไพโร | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 48. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภกิจ ยิมสรวล | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 49. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวลิต ดวงอุทา | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 50. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อนันตพงษ์ ไกรเกรียงศิริ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 51. ดร. อติยศ สรรคบุรานุรักษ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 52. ดร. ศุภพร คำชมพู่ | มหาวิทยาลัยพะเยา |
| 53. ดร. สุธิดา มาอ่อน | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 54. ดร. วราภรณ์ มามี | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 55. ดร. พิทย์พันธ์ สิทธิรักษ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |
| 56. ดร. นพรัตน์ กุมภะ | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม |
| 57. ดร. อินทิรา พรหมพันธุ์ | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 58. ดร. รัฐพล พรหมมาศ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 59. ดร. ไพกานท์ รักษาสุทธิพันธ์ | มหาวิทยาลัยรังสิต |

- | | |
|-----------------------------|--------------------|
| 60. ดร. ขาม จาตุรงค์กุล | มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 61. ดร. จิตติมา นาคีเภท | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 62. ดร. วิชญ์ บุงสรรค์ ญรอด | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 63. ดร. รัฐพล ไชยรัตน์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |

หน้าที่ พิจารณาบทความ พิจารณาตรวจสอบและตัดสินใจว่า บทความดังกล่าวเป็นที่ยอมรับ (accepted) หรือ ปฏิเสธ (rejected) หรือปรับปรุงแก้ไข (revised) ก่อนรับรองการตีพิมพ์ลงใน Proceedings การประชุมวิชาการวิจัย ทางศิลปะและงานสร้างสรรค์ ศิลปะ สถาปัตยกรรม : วิจัยและงานสร้างสรรค์ ครั้งที่ 4

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 21 พฤษภาคม พ.ศ. 2562



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันต์ จันทร์สมศักดิ์)
คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร



NATIONAL CONFERENCE
ON
ART RESEARCH :
CREATIVE WORKS

4

จัดทำโดยหน่วยงานวิจัย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
FACULTY OF ARCHITECTURE / NARESUAN UNIVERSITY

สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <http://www.arch.nu.ac.th/creative>
และสอบถามได้ที่ หน่วยงานวิจัย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
โทร.0-5596-2459 E-mail : architect.research@gmail.com