

NATIONAL IV

CONFERENCE ON ART RESEARCH AND CREATIVWORK : 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 ปีตตะพงค์	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 ฐปนันท สุวรรณกนิษฐ์	215
การออกแบบสติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี บุญส่ง อุตมกิจโกศล	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 ศิริโสภา	610
พัฒนาการของรูปแบบของเรือนพักอาศัยในย่านเมืองเก่าเชียงราย พงศ์ตะวัน นันทศิริ	631
การศึกษารูปแบบทางสถาปัตยกรรม พระอุโบสถวิหาร วัดพระแก้ว จังหวัดเชียงราย ณัฐเขต มณีกร	651
การศึกษารูปแบบการเปลี่ยนแปลงบริบททางกายภาพ ย่านเมืองเก่าเชียงราย ทิพา ดันเจริญรัตน์	670
กระบวนการในการออกแบบ “บ้านลูกชาย” กรธิชา อุ๋นไพโร	697

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

กลุ่มผลงานวิจัยทางศิลปะและผลงานสร้างสรรค์

Proceedings

การออกแบบและประเมินอาคารตามเกณฑ์ความยั่งยืนทางพลังงานและสิ่งแวดล้อมไทย กรณีศึกษาอาคารวิชาชีพอักษร กรกมล ตันตวินิช	719
การออกแบบตู้บออาหารพลังงานแสงอาทิตย์ขนาดเล็กแบบใช้น้ำมันพืชเป็นสื่อความร้อน 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



การออกแบบคาแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

ชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี)

สุจิรา ธนอมพร^{1*} และ พีรพล ช่างใจกล้า²

Character Design for Cultural Communication Identity of Klongsuan Community Market (100th Year Market)

Sujira Thanomporn^{1*} and Pheeraphon Changjaikla²

^{1,2} สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต กรุงเทพมหานคร

^{1,2} Department of Visual Communication Design, Faculty of Architecture, Kasem Bundit University, Bangkok

*Corresponding author. E-mail : sujira.tha@kbu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) 2) ออกแบบคาแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน 3) ประเมินผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจต่อคาแรคเตอร์ที่สื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (mixed research) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มให้ข้อมูลด้านอัตลักษณ์ จำนวน 10 คน กลุ่มให้ข้อมูลด้านแนวคิดและรูปแบบคาแรคเตอร์ จำนวน 30 คน (นักท่องเที่ยว 15 คน บุคคลทั่วไป 15 คน) กลุ่มประเมินผลสัมฤทธิ์งานออกแบบ จำนวน 5 คน (ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบคาแรคเตอร์ 3 คน ผู้ทรงคุณวุฒิชุมชน 2 คน) และกลุ่มประเมินความพึงพอใจผลงานออกแบบ (นักท่องเที่ยว 15 คน บุคคลทั่วไป 15 คน) ใช้วิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบบประเมินผลสัมฤทธิ์งานออกแบบ และแบบประเมินความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่า อัตลักษณ์ชุมชนตลาดคลองสวน คือ วิถีชีวิตริมน้ำ ชุมชนตลาดโบราณ กาแฟโบราณ กุนเชียง ถุงทอง บุหลันต้นเมฆ และทองม้วนสด จากผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์นำมาวิเคราะห์ชุดสีด้วยทฤษฎีบุคลิกภาพการสื่อสาร (Color Image Scale) ได้แก่ กลุ่มบุคลิกภาพแบบธรรมชาติ (Natural) แบบลำลอง (Cool Casual) และแบบเคลื่อนไหว (Dynamic) และวิเคราะห์สีจากภาพถ่ายอัตลักษณ์ชุมชน ได้กลุ่มสีหลัก (Corporate colors) คือ 1) สีเขียว 2) สีน้ำตาล 3) สีเหลือง และ 4) สีน้ำตาลเข้ม สร้างสรรค์ผลงานออกแบบคาแรคเตอร์สัดส่วน 1:1 จำนวน 14 แบบ ผลการประเมินผลสัมฤทธิ์งานออกแบบ มีคุณภาพอยู่ในระดับดี (\bar{X} = 4.32, S.D. = 0.24) และความพึงพอใจที่มีต่อผลงานออกแบบอยู่ในระดับดีมาก (\bar{X} = 4.66, S.D. = 0.30)

คำสำคัญ : การออกแบบคาแรคเตอร์, อัตลักษณ์, ชุมชนตลาดคลองสวน



ABSTRACT

The objective of this research are to 1) study and analyze the identity of Klongsuan community market (100th year market) 2) design cultural communication identity of Klongsuan community market 3) assess the achievement and satisfaction with character of cultural communication identity by mixed research.

The samplings are a group of giving identity 10 persons, a group of giving concept and types of characters 30 persons (15 tourists and general public 15 persons) We used both purposive sampling and accidental sampling. Research instruments were questionnaire, design achievement evaluation form and satisfaction evaluation form. We analyzed statistical information by frequency, percentage and average (\bar{X}) and standard deviation (S.D.) and found that market identities of Klongsuan market were canal nearby life, traditional market community, traditional coffee, Chinese sausages, Toong Tong (Thai traditional spring rolls), Bu Lan Dan Mek (Thai traditional dessert) and soft coconut crepes (Fresh Thong Muan). From the result of the identity analysis on color image scale example natural personality group, cool casual group and dynamic group. And analyzed colors from community identity eg. corporate colors namely 1) green 2) brown 3) yellow and 4) dark brown. Created design character work in proportion of 1:1 total 14 patterns. The result of design achievement was in good quality (\bar{X} = 4.32, S.D. = 0.24) and statistic on design work was in very good level (\bar{X} = 4.66, S.D. = 0.30).

Keywords: Character Design, Identity, Klongsuan Community Market

บทนำ

ความสำคัญของชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) เริ่มมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ริมคลองประเวศน์บุรีรมย์ บริเวณพื้นที่ 2 จังหวัด คือ ตำบลเทพราช อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา และตำบลคลองสวน อำเภอบางปะอิน จังหวัดสมุทรปราการ มีลักษณะเป็นตลาดห้องแถวไม้ตั้งขนานไปตามริมน้ำจำนวน 147 ห้อง เป็นศูนย์รวมของชุมชนขนาดใหญ่ในการแลกเปลี่ยนติดต่อค้าขายทางน้ำที่สำคัญและสะดวกที่สุดของคนในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง ตลอดจนเป็นท่าเรือสำคัญสำหรับการคมนาคมทางน้ำเพื่อเดินทางเข้าสู่กรุงเทพมหานคร เมื่อเวลาผ่านไป ความเจริญได้แผ่กระจายเข้ามาสู่ชุมชน ทำให้วิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนตลาดคลองสวนเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้การค้าขายซบเซา แต่ชุมชนตลาดคลองสวนก็ยังคง

ผลงาน
วิจัยทาง
ศิลปะ
และ
ผลงาน
สร้าง
สรรค์



การประชุมวิชาการวิจัยทางศิลปะและงานสร้างสรรค์ “ศิลปะ สถาปัตยกรรม : วิจัยและงานสร้างสรรค์ ครั้งที่ 4” คำขายตามปกติ และยังคงรักษารูปแบบสถาปัตยกรรมดั้งเดิมภายในชุมชนไว้เป็นอย่างดี จนกระทั่งปี พ.ศ. 2545 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ได้ตีพิมพ์บทความเรื่องราววิถีชีวิตของชาวคลองสวน จึงเป็นการจุดประกายให้เกิดการพัฒนาชุมชนตลาดคลองสวนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยังคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ตลอดจนบ้านเรือนตามแบบสมัยโบราณ ทำให้ในปี พ.ศ.2547 ชุมชนตลาดคลองสวนได้รับรางวัลสถาปัตยกรรมดีเด่น ประเภทชุมชนพื้นถิ่นดีเด่น จากสมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์ (สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา, 2561 : ออนไลน์) นำมาซึ่งความภาคภูมิใจแก่คนในชุมชนเป็นอย่างยิ่ง และด้วยความร่วมมือจากคนในชุมชนที่ช่วยกันดูแล ปกป้อง และอนุรักษ์ ประกอบกับความผูกพันกับถิ่นที่อยู่อาศัยและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของสังคมแบบพหุวัฒนธรรม ชุมชนตลาดคลองสวนจึงยังคงรักษากลิ่นอายตลาดโบราณไว้ได้เป็นอย่างดี เป็นชุมชนที่เข้มแข็งด้วยความโอบอ้อมอารี ให้การต้อนรับทุกคนที่ผ่านมายิ้มเยิ้มอย่างอบอุ่นด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี พร้อมทั้งจะบอกเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ของชุมชนด้วยความภาคภูมิใจ อันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนตลาดคลองสวนที่หาไม่ได้ง่ายในสังคมปัจจุบัน ทำให้ในปี พ.ศ.2552 ชุมชนตลาดคลองสวนได้รับรางวัลอันดับสอง ในโครงการ “9 Destination Awards 2009” จากการโหวตของนักท่องเที่ยวกว่า 150,000 เสียงทั่วประเทศ ให้เป็น “สถานที่ท่องเที่ยวสุดประทับใจของเมืองไทย” จึงเป็นอีกหนึ่งรางวัลที่สร้างความภาคภูมิใจให้แก่ชุมชนตลาดคลองสวนที่ร่วมกันอนุรักษ์ชุมชนตลาดแห่งนี้ให้คงอยู่สืบไป โดยมีปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ การมีส่วนร่วมและความร่วมมือของชุมชน คุณค่าทางวัฒนธรรมในด้านต่าง ๆ ที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ และความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ (เบญญาภา ศุภพานิชย์ และอาแว มะแส, 2555: 41-52)

การสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมในด้านต่าง ๆ ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชุมชนผ่านกระบวนการออกแบบตัวละครหรือคาแรคเตอร์ (Character) เป็นสื่อรูปแบบหนึ่ง que สื่อสารผ่านศิลปะโดยใช้การรับรู้ภาพและการสร้างความหมาย เพื่อให้เกิดการรับรู้ สร้างความจดจำ เข้าถึงง่าย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับสื่ออื่น ๆ ได้หลากหลายช่องทาง เหมาะสำหรับการประชาสัมพันธ์ชุมชนอีกช่องทางหนึ่งในสื่อสังคมปัจจุบัน ซึ่งผลสำรวจจาก TNS ช่วงไตรมาสแรกของปี 2561 พบว่า คาแรคเตอร์สามารถดึงดูดความสนใจได้ถึง 83% (คาแรคเตอร์แบรนด์ มีผลต่อใจคนใช้ LINE, 2018 : ออนไลน์) นอกจากนี้ การออกแบบคาแรคเตอร์ยังเป็นกระบวนการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับการใช้อัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อการออกแบบสื่อสารในอีกรูปแบบหนึ่ง que สะท้อนภาพบริบทของสังคมและวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่งได้เป็นอย่างดี (สุวรรณา งามเหลือ, 2559) ดังที่ จิรศักดิ์ จงศรีรัตนกุล (2561) ศึกษาพบว่า การเลือกใช้คาแรคเตอร์เพื่อการสื่อสาร มีเหตุผลเนื่องมาจาก



คาแรคเตอร์มีความน่ารักและให้ความรู้สึกที่เป็นมิตร สามารถใส่ใจความสำคัญหลักที่ต้องการสื่อสารได้ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกเพศ ทุกวัย ให้ความรู้สึกจับต้องได้ โดยคาแรคเตอร์ที่สร้างขึ้นใหม่จะสามารถออกแบบให้มีเอกลักษณ์และบุคลิกภาพเฉพาะ เพื่อสื่อสารหรือถ่ายทอดเรื่องราวได้ตรงตามความต้องการ ดังนั้น ด้วยคุณค่าและความสำคัญทางวัฒนธรรมของชุมชนดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนมาสื่อความหมายผ่านคาแรคเตอร์ โดยใช้การวิเคราะห์อัตลักษณ์และกระบวนการทางการออกแบบเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี)
2. ออกแบบคาแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี)
3. ประเมินผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจต่อคาแรคเตอร์ที่สื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี)

กรอบแนวคิดและกระบวนการสร้างสรรค์/วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยสร้างสรรค์ครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) และนำไปสู่การวิเคราะห์หาชุดสีเพื่อใช้ในการออกแบบจากทฤษฎีบุคลิกภาพการสื่อสาร (Color Image Scale) ของชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ค้นคว้าเกี่ยวกับสุนทรียภาพของสี โดยใช้วิธีการหาตำแหน่งเฉพาะของสีที่ปรากฏในวัตถุที่ต้องการ ด้วยกลุ่มคำศัพท์ที่สื่อความหมายด้านอารมณ์ ความรู้สึก จำนวน 180 คำ ร่วมกับการวิเคราะห์โครงสร้างสีที่ปรากฏในภาพถ่ายอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนตลาดคลองสวน เพื่อเชื่อมโยงกับชุดสีตามทฤษฎีแม่สีวัตถุของมันเซลล์ (Munsell's theory) ส่งผลต่อการกำหนดแนวทางการออกแบบคาแรคเตอร์ตามหลักทฤษฎีของ ปกรณกิตต์ หมายณรงค์ศักดิ์ (2555) คือ 1) เนื้อเรื่อง 2) แนวคิด 3) ข้อมูลของตัวละคร และ 4) รูปแบบในทางที่ตลาดต้องการ โดยแบ่งเป็นขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

ผลงาน
วิจัยทาง
ศิลปะ
และ
ผลงาน
สร้าง
สรรค์



1. ศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี)

มีขอบเขตของการศึกษาและวิธีการดำเนินการวิจัย คือ

1.1 ศึกษาข้อมูลบริบทชุมชนตลาดคลองสวนทางด้านวัฒนธรรม จากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม การรวบรวมหลักฐานที่ปรากฏจริง เช่น ภาพถ่าย และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ที่เกี่ยวข้องกับประวัติความเป็นมาของชุมชน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อหาปัจจัยและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนในแง่มุมต่าง ๆ

1.2 วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นตัวแทนของชุมชนตลาดคลองสวน จากประชากรผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในชุมชนตลาดคลองสวน เป็นระยะเวลา 10 ปี ขึ้นไป ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 10 คน ใช้แบบสอบถามความคิดเห็นด้านอัตลักษณ์ชุมชนตลาดคลองสวน เป็นแบบสอบถามปลายปิด ประเภทเลือกคำตอบ (Multiple Choices) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีทางสถิติหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. ออกแบบคาแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน

(ตลาด 100 ปี) มีขอบเขตของการศึกษาและวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

2.1 ขั้นการวิเคราะห์ (Analysis) ประกอบด้วย

2.1.1 นำข้อมูลจากการศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) มาวิเคราะห์หาชุดสีจากทฤษฎีบุคลิกภาพการสื่อสาร (Color Image Scale) ของชิเกโนบุ โคบายาชิ (Kobayashi, S. 1998) ใช้วิธีการหาตำแหน่งเฉดของภาพถ่ายอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน โดยการใช้อารมณ์และความรู้สึก (Mood and Tone) จากกลุ่มคำศัพท์ที่สื่อความหมายด้านอารมณ์ความรู้สึก จำนวน 180 คำ และการวิเคราะห์โครงสร้างสีที่ปรากฏในภาพถ่ายอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบคาแรคเตอร์ อย่างน้อย 5 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน และผู้ทรงคุณวุฒิในชุมชน จำนวน 2 คน นำมาเชื่อมโยงกับชุดสีตามทฤษฎีแม่สีวัตถุธาตุของมันเชลล์ (Munsell's theory) เพื่อให้ได้ชุดสี (Corporate colors) ที่แทนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนตลาดคลองสวน

2.1.2 ศึกษาหลักทฤษฎีการออกแบบคาแรคเตอร์ของ ปกรณ์กิตต์ หาญณรงค์ศักดิ์ (2555) และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ รวมถึงการวิเคราะห์แนวคิดและความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบ



คาแรคเตอร์ (Character) จากนักท่องเที่ยวในชุมชนตลาดคลองสวน จำนวน 15 คน และบุคคลทั่วไป จำนวน 15 คน รวมจำนวน 30 คน ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบคาแรคเตอร์ เป็นแบบปลายปิดประเภทเลือกคำตอบ (Multiple Choices) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีทางสถิติหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบคาแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี)

2.2 ขั้นการออกแบบ (Design) นำผลสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลมากำหนดเป็นแนวทางการออกแบบคาแรคเตอร์ (Character) เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) ได้แก่ เรื่องราว แนวคิด ข้อมูลตัวละคร และรูปแบบที่ตลาดต้องการ โดยวาดภาพเป็นแบบร่างก่อนนำไปสร้างสรรค์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

2.3 ขั้นการพัฒนา (Development) พัฒนาแบบร่างโดยสร้างสรรค์ผ่านการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator

2.4 ขั้นการนำไปใช้ (Implementation) นำผลงานออกแบบคาแรคเตอร์ที่สร้างขึ้นมาทดลองประยุกต์ใช้ในรูปแบบสติ๊กเกอร์

2.5 ขั้นการประเมินผล (Evaluation) การประเมินผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจต่อคาแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) ประกอบด้วย

2.5.1 การประเมินผลสัมฤทธิ์ที่มีต่อคาแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านออกแบบคาแรคเตอร์ อย่างน้อย 5 ปี จำนวน 3 คน และผู้ทรงคุณวุฒิของชุมชน จำนวน 2 คน รวมจำนวน 5 คน ผ่านกระบวนการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) และแบบประเมินผลสัมฤทธิ์แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert, 1932: 1-55) ซึ่งผ่านการตรวจสอบเครื่องมือแบบประเมินผลสัมฤทธิ์ที่มีต่อคาแรคเตอร์เพื่อสื่อสาร อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) โดยนักวิชาการ จำนวน 3 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลงาน
วิจัยทาง
ศิลปะ
และ
ผลงาน
สร้าง
สรรค์

2.5.2 วิเคราะห์ข้อมูล และปรับปรุงผลงานออกแบบตามข้อเสนอแนะ



2.5.3 การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคาแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) โดยนักท่องเที่ยวนในชุมชนตลาดคลองสวน จำนวน 15 คน และบุคคลทั่วไป จำนวน 15 คน รวมจำนวน 30 คน ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ใช้แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคาแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert) ผ่านการตรวจสอบเครื่องมือแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคาแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) โดยนักวิชาการ จำนวน 3 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2.5.4 วิเคราะห์ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคาแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี)

2.5.5 สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลก่อนการออกแบบ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นตัวแทนของชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) เพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบคาแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวนพบว่า อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนที่มีจุดเด่นและน่าสนใจ คือ

- 1.1 วิถีชีวิต ได้แก่ วิถีชีวิตริมน้ำ และชุมชนตลาดโบราณ
- 1.2 เชื้อชาติ ได้แก่ ชาวไทยพุทธ ชาวไทยมุสลิม และชาวไทยจีน
- 1.3 สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อคลองสวน
- 1.4 สถาปัตยกรรม ได้แก่ วัดคลองสวน โรงเจเพ่งอังตัว มัสยิดอัลวะตอ์นียะห์ และเรือนแถวไม้

2 ชั้นที่ตั้งขนานริมน้ำ

- 1.5 จิตรกรรม ได้แก่ ภาพเขียนโบราณ ภายในโรงเจเพ่งอังตัว
- 1.6 หัตถกรรม ได้แก่ ภาชนะและของเล่นที่ทำจากสังกะสี



1.7 อาหาร ได้แก่ กาแฟโบราณ (แป๊ะหลี่) กุนเชียง (แป๊ะจิ้น) ถุงทอง บุหลันต้นเมฆ และ ทองม้วนสด

จากการลงความเห็นจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมทั้งหมด จำนวน 15 ชิ้น ได้คัดเลือกเหลือทั้งหมด จำนวน 7 ชิ้น คือ 1) วิถีชีวิตริมน้ำ 2) ชุมชนตลาดโบราณ 3) กาแฟโบราณ 4) กุนเชียง 5) ถุงทอง 6) บุหลันต้นเมฆ และ 7) ทองม้วนสด



รูปที่ 1 ภาพอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) ที่ผ่านการคัดเลือกและนำมาใช้ในการวิเคราะห์ชุดสี (Corporate colors)

2. การวิเคราะห์แนวคิดและความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบคาแรคเตอร์ (Character) ตามหลักทฤษฎีการออกแบบคาแรคเตอร์ของ ปกรณ์กิตต์ หาญณรงค์ศักดิ์ (2555) ได้แก่ 1) เนื้อเรื่อง 2) แนวคิด 3) ข้อมูลของตัวละคร และ 4) รูปแบบในทางที่ตลาดต้องการ เนื่องจากคาแรคเตอร์เป็นสื่อที่รับรู้และเข้าใจเรื่องราวที่ต้องการสื่อสารได้อย่างรวดเร็วและเต็มจินตนาการได้อย่างไรขีดจำกัด อาศัยรูปลักษณะที่ปรากฏ และจากสภาพสิ่งแวดล้อมเป็นที่มาในการออกแบบ ผ่านกระบวนการคิดสร้างสรรค์ 2 ส่วน คือ รูปและ ความหมาย สามารถมองเห็นและแปลความหมายได้เมื่อมีการเชื่อมโยงความคิดกับความจริง ภายใต้อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม (ทองเจือ เขียดทอง, 2548 : 187) โดยสรุปผลจากการวิเคราะห์ดังนี้

ผลงาน
วิจัยทาง
ศิลปะ
และ
ผลงาน
สร้าง
สรรค์

2.1 เนื้อเรื่อง แสดงถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำ ความเป็นอยู่ และการประกอบอาชีพค้าขาย รับจ้าง ของคนในชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี)



2.2 แนวคิด การเชื่อมโยงความเป็นตัวตนของคนในชุมชนที่สังคมภายนอกรับรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ บุคลิกที่เข้มแข็ง ลักษณะนิสัยโอปอ้อมอารี ให้การต้อนรับทุกคนอย่างอบอุ่นด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี ประกอบพร้อมกับข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนผ่านกระบวนการออกแบบ

2.3 ข้อมูลของตัวละคร การสื่อความหมายถึงความเป็นตัวแทนของคนในชุมชนตลาดคลองสวน

2.4 รูปแบบ ได้แก่ 1) ใช้ลายเส้นที่โค้ง นุ่มนวลและเรียบง่าย 2) รูปร่าง-รูปทรงที่ลดทอนความเหมือนจริง 3) กำหนดสัดส่วนคือ 1:1 คือ หัว 1 ส่วน และลำตัว 1 ส่วน 4) ลักษณะบุคลิกและอารมณ์สื่อถึงความ เป็นมิตร และ 5) การใช้สีในคาแรคเตอร์ โดยเลือกใช้สีที่ได้จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์เพื่อกำหนดชุดสี (Corporate colors)

ส่วนที่ 2 ผลงานการออกแบบ

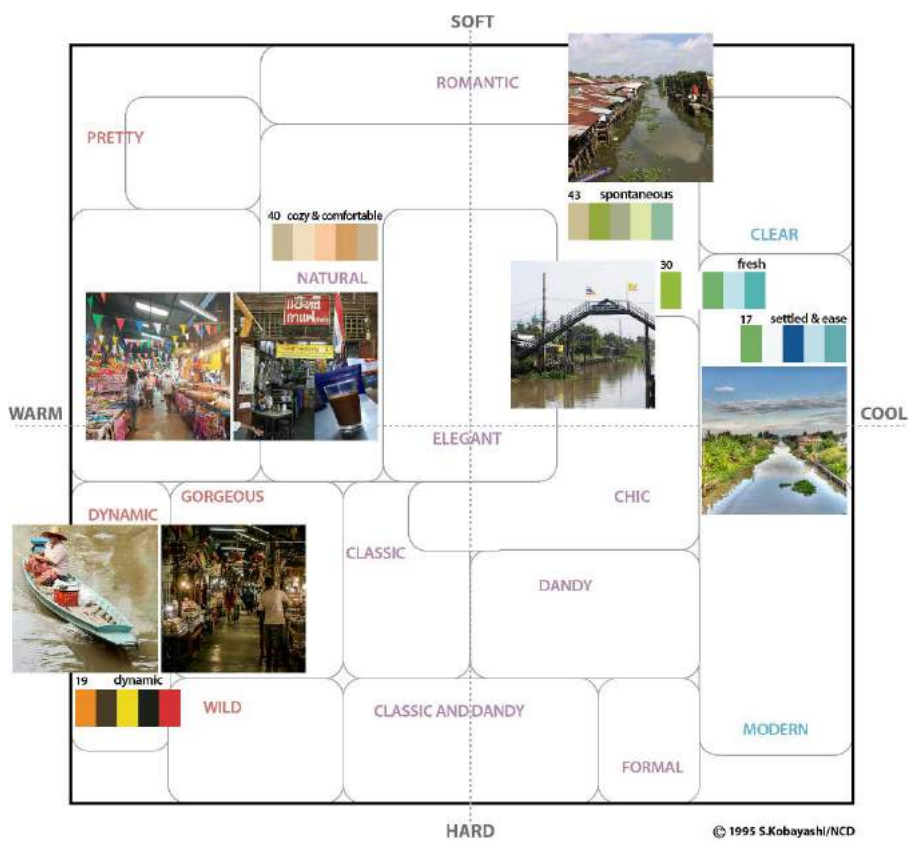
แนวคิดในการกำหนดรูปแบบและสร้างสรรค์ผลงานออกแบบ (Idea Concept) มีดังนี้

1. การใช้สี (Color)

สีเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ใช้แทนสิ่งที่ต้องการสร้างการจดจำได้เป็นอย่างดี มักมีที่มาจากสีของสัญลักษณ์ที่นำออกแบบสร้างให้เกิดการจดจำ ในการสร้างอัตลักษณ์จำเป็นต้องกำหนดสีอัตลักษณ์และโครงสร้างอื่น ๆ ที่ใช้ร่วมกับสีอัตลักษณ์นั้นอีกจำนวนหนึ่ง เพื่อให้การออกแบบมีความยืดหยุ่น แต่ยังคงโครงสร้างอัตลักษณ์เดียวกัน (ภักดี ต่วนศิริ, 2556: 71) ดังนั้น สีที่เป็นตัวแทนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) ครั้งนี้ จึงได้จากการวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีบุคลิกภาพการสื่อสาร (Color Image Scale) ของชิเกโนบุ โคบายาชิ (Kobayashi, S. 1998) เพื่อกำหนดแนวคิดการออกแบบ (Concept Design) โดยใช้อารมณ์และความรู้สึก (Mood and Tone) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบคาแรคเตอร์และผู้ทรงคุณวุฒิชุมชนได้ลงความเห็นสรุปว่า กลุ่มบุคลิกภาพใหญ่คือ กลุ่มบุคลิกภาพแบบธรรมชาติ (Natural) กลุ่มบุคลิกภาพย่อยอบอุ่น (Cozy & Comfortable) เป็นธรรมชาติ (Spontaneous) และสดชื่น (Fresh) ผสมผสานกับกลุ่มบุคลิกภาพแบบลำลอง (Cool Casual) กลุ่มบุคลิกภาพย่อย สงบและผ่อนคลาย (Settled & Ease) และกลุ่มบุคลิกภาพแบบเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่ง (Dynamic) สรุปคือ ชุมชนตลาดคลองสวนเป็นชุมชนที่มีความเป็นธรรมชาติ สงบร่มรื่น สบาย ๆ ผ่อนคลาย ให้ความรู้สึกอบอุ่น และมีวิถีชีวิตที่มีการสัญจร ไม่หยุดนิ่ง จากการวิเคราะห์บุคลิกภาพดังกล่าวได้ชุดสี Five-Color image scale ตามที่ต้องการ และได้นำสีที่ได้ในแต่ละกลุ่มบุคลิกภาพมาวิเคราะห์หาชุดสีร่วมกับการวิเคราะห์หาโครงสร้างจากภาพถ่ายอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน



ตลาดคลองสวน ได้แก่ วิถีชีวิตริมน้ำ ชุมชนตลาดโบราณ กาแฟโบราณ กุนเชียง ถุงทอง บุหลันต้นเมฆ และ
ทองม้วนสด ได้ชุดสี จำนวน 20 สี ประกอบด้วยกลุ่มโทนสีหลัก จำนวน 4 สี ได้แก่ 1) สีเขียวของขนมบุหลันต้น
เมฆและทองม้วนสด (#00a79d : c79 m11 y45 k0) 2) สีนํ้าตาลจากวิถีชีวิตริมน้ำ (#f0cba2 : c4 m21 y38
k0) 3) สีเหลืองของขนมถุงทอง (#fac600 : c3 m21 y100 k0) และ 4) สีนํ้าตาลเข้มจากกาแฟโบราณ
(#594a42 : c55 m60 y65 k40) และกลุ่มโทนสีรอง จำนวน 16 สี มีเหตุผลในการคัดเลือกสีดังกล่าวเป็นกลุ่ม
โทนสีหลัก โดยพิจารณาความเชื่อมโยงของสีและผลกระทบที่มีต่ออารมณ์และความรู้สึก (Eiseman, 2000:
P.62-63)



รูปที่ 2 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ชุมชน โดยทฤษฎีบุคลิกภาพการสื่อสาร (Color Image Scale)

ผลงาน
วิจัยทาง
ศิลปะ
และ
ผลงาน
สร้าง
สรรค์



รูปที่ 3 การวิเคราะห์โครงสร้างสีจากภาพถ่ายอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี)

2. คาแรคเตอร์ (Character)

ออกแบบคาแรคเตอร์โดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน และการวิเคราะห์แนวคิดและความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบคาแรคเตอร์ ตามหลักทฤษฎีการออกแบบคาแรคเตอร์ของปรกรณ์กิตต์ หาญณรงค์ศักดิ์ (2555) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการออกแบบ เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน ภายใต้กลุ่มสี (color tone) ที่วิเคราะห์ได้จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน ผลงานการออกแบบคาแรคเตอร์ที่ได้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 บุคคลในวิถีชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของวิถีชีวิตริมน้ำ และชุมชนตลาดโบราณ จำนวน 8 แบบ โดยวิเคราะห์จากบุคลิกลักษณะของผู้ที่มีวิถีชีวิตในชุมชน ดังนี้



KS1-01



KS1-02



KS1-03



KS1-04



KS1-05



KS1-06



KS1-07



KS1-08

รูปที่ 4 คาแรคเตอร์บุคคลจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี)

KS1-01 และ KS1-02 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากแม่ค้า ที่มีอัธยาศัยต้อนรับ ทักทาย ยิ้มแย้ม พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยว

KS1-03 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากแม่ค้าที่พร้อมเชิญชวนนักท่องเที่ยวซื้อสินค้า

KS1-04 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากชาวบ้านที่มาจับจ่ายซื้อของในตลาด

KS1-05 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากพ่อค้าที่มาค้าขายในตลาด แสดงความเป็นมิตร อารมณ์ดี

KS1-06 และ KS1-07 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากคนขับเรือรับจ้าง ใจดี มีอารมณ์ขัน

KS1-08 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากชาวไทยจีนที่อาศัยและค้าขายอยู่ในตลาด

กลุ่มที่ 2 สิ่งของจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) ได้แก่ อาหาร และของที่ระลึก ที่ได้รับการกล่าวถึงและเป็นที่รู้จัก จำนวน 6 แบบ วิเคราะห์จากลักษณะเฉพาะของสิ่ง

เหล่านั้น โดยแต่งเติมบุคลิกเอกลักษณ์ของชุมชนด้วยการแสดงอารมณ์ยิ้มแย้ม และสร้างจุดเด่นด้วยการโดยใช้

ลักษณะลายเส้นที่โค้งนูนนวล เพื่อแสดงถึงความเป็นมิตร น่ารัก (วิสิฐ จันมา, 2558: 110) ดังนี้

ผลงาน
วิจัยทาง
ศิลปะ
และ
ผลงาน
สร้าง
สรรค์



KS2-01



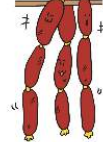
KS2-02



KS2-03



KS2-04



KS2-05



KS2-06

รูปที่ 5 คาแรคเตอร์สิ่งของจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี)

KS2-01 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากถุงทอง อาหารโบราณของไทย มีลักษณะเป็นแผ่นแป้งเกี่ยวห่อกับไส้ที่ผสมไว้ แล้วจับขึ้นเป็นห่อ มัดปากถุงด้วยต้นหอม ทอดในน้ำมันร้อน ๆ และราดด้วยน้ำจิ้ม

KS2-02 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากแก้วกาแฟโบราณ ที่มีชื่อเสียงและรู้จักกันในชื่อ “แป๊ะหลี่” กาแฟโบราณ

KS2-03 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากบุหลันต้นเมฆ ขนมไทยโบราณที่หายากในปัจจุบัน แต่ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักเมื่อมาชุมชนตลาดคลองสวน เนื้อขนมทำด้วยแป้ง รสชาติหอมหวาน มีสีฟ้าของดอกอัญชันตัดกับสีเหลืองของสังขยา ทำให้สวยงามรับประทาน

KS2-04 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากทองม้วนสด ซึ่งทำกันสด ๆ ขายกันให้เห็น ๆ รสชาติอร่อยไม่หวานจนเกินไป บางครั้งต้องรอเพราะม้วนแล้วขายหมดเลยทีเดียว

KS2-05 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากกุนเชียง (สูตรโบราณ) “แป๊ะจิ้น-ยายพร ร้านโชคไพบูลย์”

KS2-06 วิเคราะห์บุคลิกลักษณะจากของที่ระลึก ที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อเมื่อมาชุมชนตลาดคลองสวน ได้แก่ เสื้อผ้าที่มีสัญลักษณ์ของชุมชนตลาดคลองสวน ภาชนะที่ทำจากสังกะสี เช่น ปิ่นโต กระจ่างใส น้ำ และของเด็กเล่น ฯลฯ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลการประเมินผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจผลงานออกแบบ

การประเมินผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจที่มีต่อคาแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) สรุปได้ดังนี้



ตาราง 1 สรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์ที่มีต่อคาแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน
ตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี)

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน	4.20	0.27	ระดับดี
1.1) สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนได้อย่างชัดเจนและเหมาะสม	4.00	0.00	ระดับดี
1.2) มีความสามารถในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี	4.40	0.55	ระดับดี
2. ด้านการออกแบบ	4.35	0.22	ระดับดี
2.1) รูปแบบเหมาะสม สอดคล้องกับบุคลิกที่สื่อความหมาย	4.40	0.55	ระดับดี
2.2) การใช้สีมีความเหมาะสม สวยงาม	4.40	0.55	ระดับดี
2.3) มีความชัดเจนในการสื่อความหมาย	4.40	0.55	ระดับดี
2.4) สร้างการจดจำและความประทับใจ	4.20	0.45	ระดับดี
3. ด้านความสามารถในการประชาสัมพันธ์ชุมชน	4.40	0.22	ระดับดี
3.1) มีความน่าสนใจ และเข้าใจได้ง่าย	4.20	0.45	ระดับดี
3.2) มีความสามารถในการนำไปประยุกต์ใช้ในสื่อ ที่หลากหลาย	4.60	0.55	ระดับดี
สรุปค่าเฉลี่ยรวม	4.32	0.24	ระดับดี



ตาราง 2 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคาแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาด
คลองสวน (ตลาด 100 ปี)

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน	4.67	0.36	พึงพอใจมากที่สุด
1.1) สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนได้อย่างชัดเจนและเหมาะสม	4.60	0.50	พึงพอใจมากที่สุด
1.2) มีความสามารถในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี	4.73	0.40	พึงพอใจมากที่สุด
2. ด้านการออกแบบ	4.60	0.25	พึงพอใจมากที่สุด
2.1) รูปแบบเหมาะสม สอดคล้องกับบุคลิกที่สื่อความหมาย	4.50	0.51	พึงพอใจมากที่สุด
2.3) การใช้สีมีความเหมาะสม สวยงาม	4.80	0.41	พึงพอใจมากที่สุด
2.4) มีความชัดเจนในการสื่อความหมาย	4.60	0.50	พึงพอใจมากที่สุด
2.5) สร้างการจดจำและความประทับใจ	4.50	0.51	พึงพอใจมากที่สุด
3. ด้านความสามารถในการประชาสัมพันธ์ชุมชน	4.70	0.28	พึงพอใจมากที่สุด
3.1) มีความน่าสนใจ และเข้าใจได้ง่าย	4.60	0.50	พึงพอใจมากที่สุด
3.2) มีความสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในรูปแบบที่ หลากหลาย	4.80	0.41	พึงพอใจมากที่สุด
สรุปค่าเฉลี่ยรวม	4.66	0.30	พึงพอใจมากที่สุด

อภิปรายและสรุปผล

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ การสำรวจความคิดเห็น การวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน ตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) การวิเคราะห์บุคลิกภาพการสื่อสาร การกำหนดใช้สี การวิเคราะห์รูปแบบ คาแรคเตอร์ และดำเนินการออกแบบ โดยนำหลักการออกแบบสัญลักษณ์ตัวละครที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ในเชิงบวกมาใช้ เช่น บุคลิกความเป็นมิตร อารมณ์ดี ทำให้มีประสิทธิภาพในการสื่อความหมาย สร้างเอกลักษณ์ เฉพาะ ทำให้ง่ายต่อการจดจำ สอดคล้องกับทฤษฎีทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) ที่กล่าวว่า ทุนไม่ได้หมายถึงเฉพาะทุนที่เป็นเงินเพียงอย่างเดียว แต่หมายถึงทุนทาง วัฒนธรรม ทุนทางปัญญา และทุนทางสังคม ซึ่งเชื่อมโยงถึงทฤษฎีอัตลักษณ์ (Identity) เป็นแนวคิดหรือการ ปฏิบัติในท้องถิ่นที่ปรากฏในปัจเจกบุคคลและกลุ่มชุมชน (พิบูล ไวจิตรกรรม, 2552: 51) ดังนั้น การออกแบบ



คาแรคเตอร์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) จึงได้นำอัตลักษณ์จากการศึกษาและวิเคราะห์มากำหนดเป็นแนวคิดในการออกแบบ เช่น วิถีชีวิตริมน้ำ ชุมชนตลาดโบราณ และสิ่งที่ได้รับการกล่าวถึงและเป็นที่ยอมรับ ทั้งประเภทอาหารและของที่ระลึก เนื่องด้วยชุมชนแห่งนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม การเลือกนำสิ่งที่เกี่ยวข้องมาใช้ในกระบวนการออกแบบ รวมถึงการวิเคราะห์เพื่อสร้างความหมายที่เกี่ยวข้องกับคาแรคเตอร์ ทำให้คาแรคเตอร์มีเรื่องราว สามารถนำมาพัฒนาเพื่อต่อยอดในรูปแบบต่าง ๆ ได้หลากหลายช่องทางต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. จากการดำเนินงานด้านการออกแบบ พบว่า ชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) ยังมีจุดเด่นที่มีลักษณะเฉพาะอีกมาก ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนต่อไปในอนาคต
2. ควรนำคาแรคเตอร์ที่ออกแบบมาประยุกต์ใช้ร่วมกับสื่อในช่องทางต่าง ๆ ตามความเหมาะสมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการรับรู้และจดจำ โดยอาจนำคาแรคเตอร์ไปผลิตเป็นของที่ระลึกเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชน ทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์ชุมชนได้อีกด้วย

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณทุนวิจัยสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ความอนุเคราะห์และร่วมมือจากชุมชนตลาดคลองสวน (ตลาด 100 ปี) และผู้ให้การสนับสนุนงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

คาแรคเตอร์แบรนด์ มีผลต่อใจคนใช้ LINE. (2561). สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2561, จาก

<https://www.smmagonline.com/2018/08/11/line-สติ๊กเกอร์-แบรนด์/>

จิรศักดิ์ จงศรีรัตนกุล. (2561). การเลือกใช้ตัวการ์ตูนให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ถึงตราสินค้า (Brand). สืบค้นเมื่อ 28

มกราคม 2562, จาก <http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/miniconference/article/view/1506>

ทองเจือ เขียดทอง. (2548). การออกแบบสัญลักษณ์. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ศิลปประภา.

ผลงาน
วิจัยทาง
ศิลปะ
และ
ผลงาน
สร้าง
สรรค์



การประชุมวิชาการวิจัยทางศิลปะและงานสร้างสรรค์ “ศิลปะ สถาปัตยกรรม : วิจัยและงานสร้างสรรค์ ครั้งที่ 4

เบญญาภา ศุภพานิชย์ และอาแว มะแส. (2555, เมษายน-มิถุนายน). ทูทางสังคมกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิง

อนุรักษ์ : กรณีศึกษาตลาดคลองสวนร้อยปี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. 7(20): 41-52.

ปกรณกิตติ์ หาญณรงค์ศักดิ์. (2555). การออกแบบตัวละคร. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2561, จาก

<https://www.gotoknow.org/posts/427700>.

พิบูล ไวจิตรกรรม. (2552). การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม.

รายงานการวิจัย, คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ภักดี ต่วนศิริ. (2556). การออกแบบเลขศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ศป.ม.,

มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

วิสิฐ จันมา. (2558). ประวัติศาสตร์และพื้นฐานการออกแบบภาพเคลื่อนไหว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา. (2561). ตลาดคลองสวนร้อยปี : การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. สืบค้นเมื่อ 19

เมษายน 2561, จาก <https://www.ldm.in.th/cases/6778>

สุวรรณ งามเหลือ. (2559, มกราคม-เมษายน). การศึกษาวิเคราะห์ภาพล้อสังคมไทยในสื่อสังคมออนไลน์. วารสาร

นานาชาติมหาวิทยาลัยขอนแก่น สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 6(1): 50-79.

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

Kobayashi, S. 1998. Colorist a Practical Handbook for Personal and Professional Use. Japan:

Kodansha International 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 คูพานุมมาต | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร. ทิพวรรณ ทังมั่งมี | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร. ภณ วชิระนิเวศ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร. ธิติ เสงร์รัมย์ | มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 10. รองศาสตราจารย์อลิตา จันฝั่งเพชร | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 11. รองศาสตราจารย์สุทัศน์ เขียมวัฒนา | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 12. รองศาสตราจารย์นุชนาฏ ดีเจริญ | มหาวิทยาลัยพะเยา |
| 13. รองศาสตราจารย์สันติรักษ์ ประเสริฐสุข | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 14. รองศาสตราจารย์อวิรุทธ์ ศรีสุธาพรรณ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัญญา 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. เจริญยุทธ ศรีหิรัญ 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 มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จริญญา พหลเทพ มหาวิทยาลัยนเรศวร
36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมภาพร คล้ายวิเชียร มหาวิทยาลัยนเรศวร
37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดติยา 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 อุ๋นไพร มหาวิทยาลัยนเรศวร
48. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภกิจ ยิมสรวล มหาวิทยาลัยนเรศวร
49. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชวลิต ดวงอุทา มหาวิทยาลัยนเรศวร
50. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อนันตพงษ์ ไกรเกรียงศิริ มหาวิทยาลัยนเรศวร
51. ดร. อติยศ สรรคบุรานุรักษ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
52. ดร. ศุภพร คำชมพู มหาวิทยาลัยพะเยา
53. ดร. สุธิดา มาอ่อน มหาวิทยาลัยนเรศวร
54. ดร. วราภรณ์ มามี มหาวิทยาลัยนเรศวร
55. ดร. พิทยพันธ์ 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