



การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม  
ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

Creativity media promotion of cultural tourism.  
Traditional "KUM-FAH" Thai culture. Lopburi.

### คณะผู้วิจัย

มัทธนี	ปราโมทย์เมือง	หัวหน้าโครงการวิจัย
ชานนท์	ตันประวัตติ	ผู้ร่วมวิจัย
กรณ์พงศ์	ทองศรี	ผู้ร่วมวิจัย

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายจ่าย  
ประจำปีงบประมาณ 2562

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อเรื่อง	: การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี
ผู้วิจัย	: มัทธนี ปราโมทย์เมือง หัวหน้าโครงการวิจัย ชานนท์ ต้นประวัตติ ผู้ร่วมวิจัย กรณัณพงศ์ ทองศรี ผู้ร่วมวิจัย
พ.ศ.	: 2562

### บทคัดย่อ

การวิจัย เรื่อง การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

- 1) เพื่อการศึกษาและสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี
- 2) เพื่อพัฒนาการออกแบบและผลิตต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี
- 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย จะใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพร่วมกัน มีศึกษาค้นคว้าข้อมูล การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งทางวิชาการและกึ่งวิชาการ ก่อนนำเข้าสู่กระบวนการออกแบบและการพัฒนารูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เป็นการลงพื้นที่ภาคสนาม เป็นการสอบถาม การพูดคุย การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ แล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ และนำเสนอการประเมินผลความพึงพอใจด้วยวิธีการเขียนเรียงความเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า

1) ผลการประเมินความพึงพอใจของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ของกลุ่มเป้าหมาย มีความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจมากที่สุด ข้อ 1 คือ ด้านรูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ โดยรวมมีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.64 และด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจมากที่สุด ข้อ 1 และ ข้อ 5 คือ รูปแบบสวยงามดูผ่อนคลาย สบายตา เกิดความรู้สึกหวนคิดถึงและบรรจุภัณฑ์มีการนำสื่อ/หรืออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ไทยพวนมาใช้ได้เป็นอย่างดี ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.80

2) ผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่ของกลุ่มเป้าหมาย มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.36 ผลการพิจารณาจากหัวข้อย่อยของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กลุ่มเป้าหมายได้ให้ความสนใจ/พอใจต่อผลงานสื่อประชาสัมพันธ์ ข้อ 1 คือ มีความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่ในภาพรวม มีความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.65

**Title** : Creativity media promotion of cultural tourism.  
Traditional "KUM-FAH" Thai culture. Lopburi.

**Author** : Mattanee Parmotmuang  
Chanon Tunprawat  
Kornpong Thongsri

**Year** : 2018

### ABSTRACT

Research on Creativity media promotion of cultural tourism. Traditional "KUM-FAH" Thai culture. Lopburi. The objectives of the research are as follows

- 1) For education and public relations media promoting cultural tourism "Kam Fah" tradition inherited Thai Phuan culture Lopburi
- 2) In order to develop the design and production of the public relations media model to promote cultural tourism, the "Kam Fah" tradition continues Thai Phuan culture. Lopburi
- 3) In order to assess the satisfaction of the public relations media promoting cultural tourism, the "Kam Fah" tradition continues Thai Phuan culture. Lopburi

Method Will use quantitative and qualitative study together With research Gathering data from relevant documents, textbooks and researches, both academic and semi-academic. Before being introduced into the design and development process of new forms of public relations and packaging media

Tools used to store data. The field. Asking for interviews, informal interviews. Participatory Observation And the satisfaction rating of the new media and packaging. All data Is analyzed. A descriptive essay was also presented

The research found that

- 1) The result of the satisfaction assessment of the new packaging for the target group The satisfaction is at the highest level, with an average of 4.56, divided into 2 areas, which are the structure design of the packaging The most satisfied with item 1 is the form of packaging structure Overall is suitable for the product. At the highest level, with an average of 4.64 and packaging graphic design. The most satisfied with item 1 and no. 5 is a beautiful, relaxing, eye-catching style and packaging. The media / or identity of the Thai Phuan ethnicity can be used very well. At the highest level, with an average of 4.80

- 2) The result of satisfaction evaluation of the new public relations media of the target group The overall satisfaction is at the highest level, with an average of 4.36. The results from the sub-topics of the target group found that the target group has given attention / satisfaction with the public relations media, number 1 is that they are satisfied with the form of New media releases as a whole The satisfaction was at the highest level, with an average of 4.65

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ 2562 โดยทางคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้เล็งเห็นและให้ความสำคัญกับการจัดทำโครงการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ได้ให้การสนับสนุน และให้กำลังใจในการทำงานวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหินปักและกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ประชาชนภายในชุมชน และบุคคลทั่วไป ที่ได้ช่วยเหลือในการลงพื้นที่ การสัมภาษณ์ การพูดคุยสอบถามสำหรับข้อมูลต่างๆในการตอบแบบสอบถาม และแบบประเมินผลความพึงพอใจ เพื่อจะได้รวบรวมข้อมูลดังกล่าว มาใช้ประกอบการทำวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณทีมผู้ร่วมวิจัยทุกท่านที่ช่วยกันทำงานจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้คณะผู้วิจัยหวังว่าโครงการวิจัย เรื่อง การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี“กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี จะเป็นประโยชน์ในด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและด้านการประกอบการในเชิงพาณิชย์ได้เป็นอย่างดี อนึ่งถ้าหากว่าการวิจัยในครั้งนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยจึงใคร่ ขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะทำให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อ่านและผู้สนใจต่อไป

มัทธิ ปรามอทย์เมือง  
หัวหน้าโครงการวิจัย

ชานนท์ ต้นประวัตติ  
ผู้ร่วมโครงการวิจัย

กรณ์พงศ์ ทองศรี  
ผู้ร่วมโครงการวิจัย

## สารบัญ

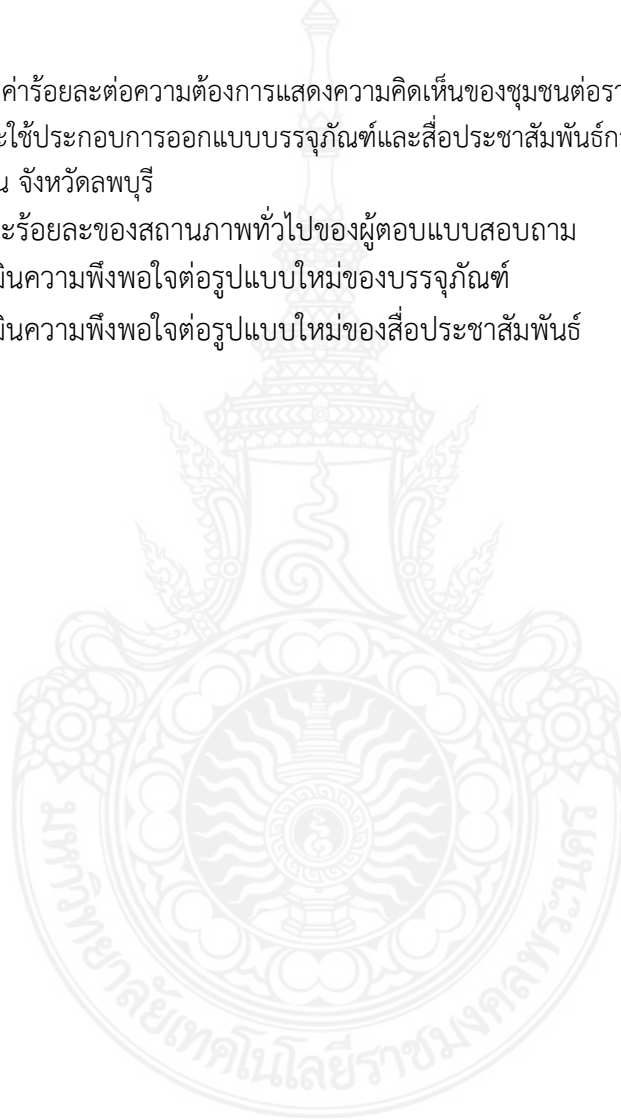
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
<b>บทที่ 1</b> บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.4 สมมุติฐานของการวิจัย	5
1.5 กรอบแนวความคิดการวิจัย	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	7
<b>บทที่ 2</b> เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของประเพณีกำฟ้า อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี	8
2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบกราฟิก	18
2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์	38
2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์	44
2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกระบวนการผลิต	53
2.6 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์	58
2.7 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	61
<b>บทที่ 3</b> วิธีดำเนินการวิจัย	64
3.1 ระยะเวลาในการวิจัย	64
3.2 ขอบเขตของการวิจัย	64
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	66
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	68
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	70
3.6 การนำเสนอผลการวิจัย	70
<b>บทที่ 4</b> ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	71
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์	71
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์	72
4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์	93
4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์	93

<b>บทที่ 5</b>	<b>สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	
5.1	สรุป และอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์	97
5.2	สรุป และอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านสื่อประชาสัมพันธ์	98
5.3	สรุป และอภิปรายผลข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ ใหม่ของบรรจุภัณฑ์	98
5.4	สรุป และอภิปรายผลข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบ ใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์	98
5.5	ข้อเสนอแนะ	99
	เอกสารอ้างอิง	100
	ภาคผนวก	101
	ประวัติผู้วิจัย	105



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 จิตวิทยาและความหมายของสี	30
2.2 แสดงความหมายของการวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์	43
4.1 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	91
4.2 แสดงข้อมูลความถี่และค่าร้อยละความต้องการต่อรูปแบบงานกราฟิกบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์	92
4.3 แสดงข้อมูลความถี่และค่าร้อยละต่อความต้องการแสดงความคิดเห็นของชุมชนต่อรายละเอียดข้อมูลภาพประกอบที่จะใช้ประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานประเพณีกำฟ้า ไทยพวน จังหวัดลพบุรี	92
4.4 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	93
4.5 แสดงระดับการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์	94
4.6 แสดงระดับการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์	95



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แผนที่อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี	9
2.2 ตัวอย่างงานศิลปะกราฟิก	19
2.3 ตัวอย่างงานกราฟิกแบบมีเรื่องราว	20
2.4 กรอบของตัวอักษร	22
2.5 ความกว้างของตัวอักษร	23
2.6 ความสูงของตัวอักษร	23
2.7 การแบ่งส่วนสูงตัวพิมพ์	24
2.8 ชื่อเรียกและขอบเขตตัวอักษร	25
2.9 วรรณະสี	29
2.10 สีคู่ตรงข้าม	29
2.11 ภาพกราฟิกในคอมพิวเตอร์	33
2.12 การออกแบบและพัฒนาตัวอักษร	34
2.13 การออกแบบตราสินค้า	34
2.14 การเลือกใช้สีกับความหมายของสี	35
2.15 พื้นผิวกับตราสินค้า	35
2.16 สัญลักษณ์ที่เป็นที่จดจำ	36
2.17 เครื่องหมายตราหรือโลโก้	36
2.18 โลโก้พร้อมสโลแกน	36
2.19 บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย	39
2.20 บรรจุภัณฑ์ชั้นใน	39
2.21 บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด	40
2.22 แผ่นพับ	48
2.23 โรลอัพ	49
2.24 ไวเนล	51
2.25 ป้ายโปสเตอร์	52
2.26 ป้ายสแตนดี้	53
2.27 กระจาดอาหาร	54
2.28 อักษรย่อทางพลาสติก	55
2.29 ระบบการพิมพ์พื้นฐานทั่วไป	56
2.30 ตัวอย่างฉลากอาหาร	60
2.31 เครื่องหมายมาตรฐาน	61
2.32 เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ	61
3.1 แผ่นผังแสดงขั้นตอนกระบวนการวิจัย	69



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์สำคัญคือ เพื่อเพิ่มยอดขาย เพื่อใช้ในการแนะนำสินค้าตัวใหม่ เพื่อเป็นเครื่องมือในการช่วยพนักงานขายให้ขายสินค้าได้ง่ายขึ้น กลยุทธ์ส่งเสริมการขายที่นิยมนำมาใช้ในการทำตลาดในปัจจุบันมีหลายรูปแบบ การส่งเสริมการขาย(Promotion) ได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญในการทำตลาดมากยิ่งขึ้น จุดประสงค์การนำกลยุทธ์การส่งเสริมการขายมาใช้เพื่อทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้ามากขึ้น โดยอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการโฆษณาประเภทต่าง ๆ

สื่อประชาสัมพันธ์ ที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 5 สื่อใหญ่ ๆ ดังนี้

1. สื่อบุคคล ใช้กันอย่างแพร่หลายและได้ผลดี ต้นทุนต่ำมาก
2. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ แคตตาล็อก วารสาร นิตยสาร บรรจุกฎณ์ท์ ฯลฯ
3. สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์
4. สื่อโฆษณากลางแจ้ง ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นป้ายคัทเอาท์ ป้ายบิลบอร์ด ป้ายไวเนล ป้ายสามมิติ (ไตรวิชชั่น) บูธจัดแสดงสินค้า ชั้นจัดแสดงสินค้า ฯลฯ
5. สื่อโสตทัศน์ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพสไลด์ ฯลฯ

การอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้จำหน่ายจะทำให้สามารถเพิ่มยอดขายจำหน่ายสินค้า ด้วยกลยุทธ์เป็นเครื่องมือสำคัญทางการตลาดเปรียบเสมือนการมีพนักงานขายเงียบ (The silent salesman) เข้ามาช่วยส่งเสริมให้สินค้าเป็นที่ยอมรับและเกิดการจดจำ จนสามารถพัฒนากลายเป็นความจงรักภักดีในตราสินค้า (Brand loyalty) ที่ผู้ซื้อมีต่อตราสินค้าในที่สุด (สินีนาถ เลิศไพโรวัน. 2537: 4)

สื่อประชาสัมพันธ์ จึงนับเป็นสิ่งที่จำเป็นมากสำหรับการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้เกิดความน่าสนใจขณะเดียวกันทั้งรูปแบบและสื่อที่ใช้ ได้มีการปรับตัวสูงขึ้น ต่างมุ่งเน้นการสร้างความน่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นสินค้า บริการ องค์กรและงานเพื่อสังคมต่างมุ่งสู่การมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคม เนื้อหาที่สื่อสารเน้นการรับรู้และเข้าใจ ตลอดจนรวมถึงความผูกพันที่มีต่อลูกค้า โดยการประชาสัมพันธ์จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารในการตลาดและการรณรงค์มากยิ่งขึ้น ขณะที่สื่อที่ใช้ก็มีการปรับตัวที่สูงมากเช่นกัน สื่อโฆษณาที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นเครื่องมือหรือตัวกลางสำคัญที่ใช้ในการนำข่าวสารเรื่องราวจากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน สื่อฯสามารถจำแนกได้หลายประเภทหลายหลักเกณฑ์ การกำหนดประเภทของสื่อฯเพื่อการประชาสัมพันธ์ คำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรมลักษณะที่สามารถจะพัฒนาให้เกิดประโยชน์กับปัจจุบันและมีศักยภาพในอนาคต ไปยังกลุ่มลูกค้าที่กระจัดกระจายอยู่ทั่วไปในเวลาอันรวดเร็ว ดังนี้

1. เพื่อนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด
2. เพื่อเพิ่มการใช้สินค้าของผู้บริโภค
3. เพื่อเพิ่มยอดขาย

4. เพื่อสร้างภาพพจน์ของบริษัท
5. เพื่อป้องกันไม่ให้ลูกค้าหันไปซื้อของผู้แข่งขัน
6. เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริโภค
7. เพื่อสนับสนุนวิธีการขายอย่างอื่น
8. เพื่อเข้าถึงลูกค้าที่อยู่ห่างไกล

ประเทศไทย เป็นแหล่งทุนที่อุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เป็นอันดับต้นๆ ของโลก เป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชมประเทศไทยเป็นจำนวนมากและจากข้อมูลเบื้องต้นจากรายได้หลักของประเทศไทย พบว่าเป็น “การท่องเที่ยว” โดยมีตัวชี้วัดของรายได้จากการท่องเที่ยวในหนึ่งปีไม่ต่ำกว่า 3 ล้านล้านบาท (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.2559: 85) ซึ่งถือว่าเป็นรายได้ที่สำคัญและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก ผลที่ได้รับกับการท่องเที่ยวคือ สภาพเศรษฐกิจของประเทศที่มาจากการขายสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งเกิดจากการนำภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาทำเป็นผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ จนเกิดเป็นสินค้าโอท็อป โดยสินค้าโอท็อป ถือเป็นแนวทางการกระตุ้นทางเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างหนึ่ง ทำให้แต่ละจังหวัดมีการเร่งผลักดันและทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดมีความสวยงาม น่าใช้ และให้มีประโยชน์ใช้สอยที่ดี เพื่อหวังให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน สังคมและประเทศชาติ

งานประเพณี “กำฟ้า” เป็นประเพณีสำคัญของชาวไทยพวนบ้านหินปัก ตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรีและจังหวัดอื่นๆที่มีชาวไทยพวนอาศัยอยู่ได้ยึดถือปฏิบัติต่อกันมาตั้งแต่ครั้งโบราณคำว่า “กำ” ในภาษาพวน หมายถึง การนับถือสักการะ คำว่า “ฟ้า” หมายถึง เจ้าฟ้า เจ้าแผ่นดิน ผู้อยู่สูงเทียมฟ้า หรือเทวดา และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มองไม่เห็น คำว่า “กำฟ้า” จึงหมายถึง การนับถือการบูชาฟ้า มีตำนานเล่าต่อกันมาว่าสาเหตุที่เกิดวันกำฟ้า เนื่องจากสมัยหนึ่งเมืองพวนขึ้นอยู่กับนครเวียงจันทน์และมีเจ้าขมพูเป็นกษัตริย์เมืองพวน นำทัพร่วมกับนครเวียงจันทน์ไปตีเมืองหลวงพระบาง แต่เจ้าขมพูได้ประกาศเอกราชไม่เป็นเมืองขึ้นของเวียงจันทน์ทำให้เจ้านนท์แห่งนครเวียงจันทน์โกรธมาก ยกทัพมาปราบเมืองพวนและจับเจ้าขมพูได้จึงสั่งให้ประหารชีวิต ขณะที่ทำพิธีประหาร ฟ้าผ่า ถูกด้ามหอกที่จะใช้ประหาร ทหารเวียงจันทน์จึงไปกราบทูลเจ้านนท์ให้ทราบเหตุความอัศจรรย์นั้น เจ้านนท์จึงรับสั่งให้นำเจ้าขมพูกลับไปครองเมืองพวนตามเดิม ตั้งแต่เกิดเหตุการณ์ครั้งนั้น จึงทำให้เกิดประเพณีกำฟ้าสืบมาจนถึงปัจจุบัน ประกอบกับชาวไทยพวนมีอาชีพทำนาอยู่แล้ว จึงมีวิถีชีวิตผูกพันกับฟ้าไม่กล้าทำให้ฟ้าพิโรธ เพราะกลัวฟ้าฝนฟ้าจะไม่ตกต้องตามฤดูกาล การจัดงานบุญกำฟ้านี้ จึงเพื่อให้ผีฟ้าเทวดามีความพึงพอใจ อีกทั้งยังเป็นการแสดงความขอบคุณผีฟ้าที่ประทานฝนให้ตกต้องตามฤดูกาลอีกด้วย ประเพณีกำฟ้าของชาวไทยพวน จังหวัดลพบุรีนั้น ตามประเพณีจะจัดตั้งแต่วันขึ้น 2 ค่ำ เดือน 3 เป็นวันเตรียมงานหรือวันสุกดิบ คนในหมู่บ้านหรือสมาชิกในครัวเรือนจะช่วยกันทำข้าวปุ้น (ขนมจีน) ข้าวหลาม ข้าวจี (ข้าวเหนียวปั้นยัดไส้หวาน ไส้เค็ม ชุบไข่และปิ้งไฟจนแห้งเกรียม) เพื่อนำสิ่งของดังกล่าวนี้ไปเซ่นไหว้ผีฟ้า นอกจากนี้ยังมีการสร้างปะรำสำหรับทำพิธีที่วัด ตอนเย็นจะนิมนต์พระสงฆ์มาเจริญพระพุทธมนต์ ผู้อาวุโสของหมู่บ้านจะประกอบพิธีเบิกบายศรี อัญเชิญเทพยดาผีฟ้ามารับเครื่องสังเวยและมีการรำขอพร กล่าวคำขอให้ผีฟ้า ผีบ้าน ผีเรือน มา

ปกป้องรักษาคนในครอบครัวให้อยู่ดีกินดี มีข้าวปลาอาหารบริบูรณ์ สิ่งสำคัญที่สุดของงานบุญนี้ คือ ทุกคนต้องหยุดทำงานทั้งหลายทั้งปวง เพราะมีความเชื่อว่าหากผู้ใดฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามจะถูกฟ้าผ่าตายได้ สำหรับในวันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 จะเป็นวันกำฟ้า ซึ่งเป็นวันสำคัญที่สุด ชาวบ้านจะตื่นแต่เช้าตรู่เพื่อเตรียมอาหารคาวหวานไปถวายพระและร่วมกันใส่บาตรข้าวหลาม ข้าวจี๋ ตอนบ่ายถึงกลางคืนจะมีการละเล่นพื้นบ้าน เช่น เตะหมาเบี้ย ต่อไก่ ไม้้ออคร่อมเส้า ช่วงซัย มอญช้อนผ้าและในช่วงเวลากำฟ้านั้น คนเฒ่าคนแก่ในครอบครัวจะคอยฟังเสียงฟ้าร้อง ซึ่งเป็นการพยากรณ์เกี่ยวกับความเป็นอยู่และการประกอบอาชีพคนในหมู่บ้าน โดยมีคำทำนาย ดังนี้

- เสียงฟ้าร้อง หมายถึง ฟ้าเปิดประตูน้ำ
- ฟ้าร้องทางทิศเหนือหรือทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ทำนายว่า ฝนจะตกดี ทำนาจะได้ข้าวดี
- ฟ้าร้องทางทิศใต้ ทำนายว่า ฝนจะแล้งข้าวกล้าในนาจะเสียหาย ชาวบ้านจะอดเกลือ
- ฟ้าร้องทางทิศตะวันตก ทำนายว่า ฝนน้อย เกิดความแห้งแล้ง ทำนาไม่ค่อยได้ผล นาในที่ลุ่มดินนาในที่ดอนจะเสียหายข้าวยากหมากแพง ชาวบ้านจะเดือดร้อนเกิดเรื่องทะเลาะวิวาทรบราฆ่าฟันกัน
- ฟ้าร้องทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ทำนายว่า ชาวบ้านจะอยู่ด้วยความร่มเย็นเป็นสุข ไม่มีการรบราฆ่าฟันกัน ไม่มีโจรผู้ร้าย

หลังจากพิธีกำฟ้า ผ่านไป 1 สัปดาห์จะได้ไปทำบุญที่วัดอีกครั้งหนึ่ง โดยนำคันพินที่ติดไฟ 1 คัน ไปทิ้งตามแม่น้ำลำคลองให้ไหลไปตามสายน้ำ เพื่อเป็นการบูชารำลึกถึงเทพยดาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ และเป็น การบอกกล่าวแก่เทวดาผีฟ้าว่าหมดเขตกำฟ้าแล้ว

ปัจจุบันพิธีกำฟ้ามีการเปลี่ยนแปลงไปมากเพราะบ้านเมืองเจริญขึ้น การทำบุญต่างๆ ได้รวบรัดตัดทอนรายละเอียดของพิธีลงไป ปัจจุบันแต่ละหมู่บ้านในอำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ได้จัดให้ชาวบ้านมา ร่วมกันจัดงานพิธีทำบุญกำฟ้าในหมู่บ้านของตนเอง รวมทั้งชาวไทยพวนบ้านหินปักด้วยที่ให้แต่ละบ้านทำข้าวจี๋ มาถวายพระหลังจากตักบาตรเช้าที่วัดใกล้บ้านแล้ว ช่วงบ่ายก็มีการแข่งขันกีฬาพื้นบ้าน ตอนเย็นจัดให้มีงานสังสรรค์กัน เพื่อเป็นการสืบสานวัฒนธรรมของชาวไทยพวนในอดีตให้อารมณ์อยู่และเกิดความสามัคคีในหมู่คณะ

การวิจัย เรื่อง “การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” ผู้วิจัยจะมุ่งเน้นไปที่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไปและชาวบ้านบ้านหินปัก ตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ให้มีส่วนร่วมในขั้นตอนของ กระบวนการสร้างสรรค์การออกแบบและการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี เพื่อให้เกิดความรู้สึกรักหวงแหนต่อสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบ ใหม่ของสื่อประเภทต่างๆ และจากการสัมภาษณ์ การสอบถามได้พบเห็นถึงปัญหาและอุปสรรคของสื่อประชาสัมพันธ์เดิม ดังต่อไปนี้

1. สื่อประชาสัมพันธ์เดิมมีการนำเสนองานออกแบบที่แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากกลุ่มของผู้ ออกแบบ ผลิตและจัดทำเป็นคนละคนทำ มีการแยกงานไปออกแบบ ทำให้ผลงานในภาพรวมไม่ตรงตามธีมงาน
2. รูปแบบการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีเดิม การนำเสนอผลงานไม่น่าสนใจ ดูล้าสมัย
3. รูปแบบประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์เดิมมีน้อยประเภท เป็นป้ายคัดเอาท์ แผ่นโปสเตอร์ ลงเว็บไซต์ ทำให้อาจไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่จะรับรู้ข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ได้มาก

4. รูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารของผลิตภัณฑ์เดิม บ้างอย่างก็มี บ้างอย่างก็ไม่มี นิยมใส่ลงในถุงพลาสติกใส หรือภาชนะโพลีที่มี ความบาง ไม่มีความแข็งแรง ทำให้บรรจุภัณฑ์เกิดการฉีกขาดได้ง่าย
5. ข้อมูลบ่งชี้บนตัวกราฟิกบรรจุภัณฑ์เดิม บ้างอย่างก็มี บ้างอย่างก็ไม่มี บางอย่างเป็นแค่ป้ายฉลากกระดาษติดสินค้าที่พิมพ์ลงกระดาษสี การแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ชัดเจน
6. การออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์เดิมไม่เหมาะสม ไม่สอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์ภายในที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดมูลค่าเพิ่มของสินค้านั้นๆ
7. ภาพองค์รวมในการออกแบบทั้งสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ดูกระจัดกระจาย ไม่เป็นธิมหรือทิศทางเดียวกัน ทำให้ไม่เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในบริบทพื้นที่ชาวไทยพวน ลพบุรี

ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของการวิจัย เรื่อง “การสร้างสรรคสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” เนื่องจากการทำสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ จะช่วยให้การสื่อสารถึงข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับระยะวัน เวลา สถานที่ ลักษณะการจัดกิจกรรมงานประเพณี “พิธีกำฟ้า” และผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนต่าง ส่งไปถึงยังกลุ่มเป้าหมายให้รับรู้ได้เร็วขึ้น ในระยะเวลาอันรวดเร็ว ทำให้ทราบและรับรู้ข้อมูลได้ดีขึ้นและเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ เพื่อเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านภายในชุมชน ในการนำสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจำหน่าย ให้เกิดเป็นรายได้หลักและรายได้เสริมให้แก่ครอบครัวได้ต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1. เพื่อการศึกษาและสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี
- 1.2.2. เพื่อพัฒนาการออกแบบและผลิตต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี
- 1.2.3. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การสร้างสรรคสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” ได้กำหนดขอบเขต ดังนี้

### 1.3.1 ขอบเขตประเภทของการออกแบบ/สร้างต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่จะนำมาเป็นแนวทางการทำวิจัยฯ โดยพิจารณาจากการสำรวจ การสัมภาษณ์ และการสอบถามกับหน่วยงานราชการ ตัวแทนชาว

บ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนของชุมชนตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี และนักท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไปที่สนใจในวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี สำหรับใช้ในการพัฒนาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อช่วยส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดลพบุรี ให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น ดังนี้

<b>* ประเภทบรรจุภัณฑ์</b>	<b>จำนวน 6 แบบ</b>
- ข้าวจี๋	จำนวน 1 แบบ
- ข้าวหลาม	จำนวน 1 แบบ
- ขนมปุ่น (ขนมจีน)	จำนวน 1 แบบ
- ปลาสามพัก	จำนวน 1 แบบ
- ขนมดาตกระทะ	จำนวน 1 แบบ
- ขนมลอดช่อง	จำนวน 1 แบบ
<b>* ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์</b>	<b>จำนวน 10 แบบ</b>
- โลโก้/มีสคอร์ต	จำนวน 1 แบบ
- แผ่นพับ	จำนวน 1 แบบ
- โปสเตอร์	จำนวน 1 แบบ
- ป้ายโรลอัพ	จำนวน 4 แบบ
- ป้ายสแตนดี้	จำนวน 1 แบบ
- ป้ายไวเนล	จำนวน 1 แบบ
- ป้ายคัตเอาท์	จำนวน 1 แบบ

### 1.3.2 ขอบเขตการศึกษาหาข้อมูล

1.3.2.1 การศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูล เอกสาร ตำรา งานวิจัยและการศึกษาสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

1.3.2.2 การศึกษาหลักการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

1.3.2.3 การออกแบบและสร้างแนวทางต้นแบบการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

1.3.2.4 การประเมินผลการรับรู้ต่อความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์

### 1.3.3 ทฤษฎี สมมุติฐาน (ถ้ามี) ขอบเขตการประเมินผลการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

และประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 1.3.3.1 แนวคิดและทฤษฎี

- 1) ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์
- 2) แนวคิดการรับรู้ตามทฤษฎี Gestalt
- 3) แนวคิดหลักการออกแบบ

#### 1.3.3.2 สมมุติฐาน

กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ทางสื่อประชาสัมพันธ์ในความหมายเชิงสุนทรียศาสตร์

### 1.3.3.3 ขอบเขตการประเมินผลการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

#### 1) ตัวแปรต้น ได้แก่

- รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์

#### 2) ตัวแปรตาม ได้แก่

- คุณภาพของรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์

- ความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อการประชาสัมพันธ์

### 1.3.3.4 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- ประชากร ได้แก่ หน่วยงานราชการ ตัวแทนชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ของตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี และนักท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไป จำนวน 300 คน

- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ หน่วยงานราชการ ตัวแทนชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ของตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี และนักท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไป จำนวน 169 คน

(จากตารางสำเร็จรูปของ krejcie and morgan)

## 1.4 สมมุติฐานของการวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย มีทัศนคติความพึงพอใจต่อรูปแบบของการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรีที่ดี

## 1.5 กรอบแนวความคิดการวิจัย

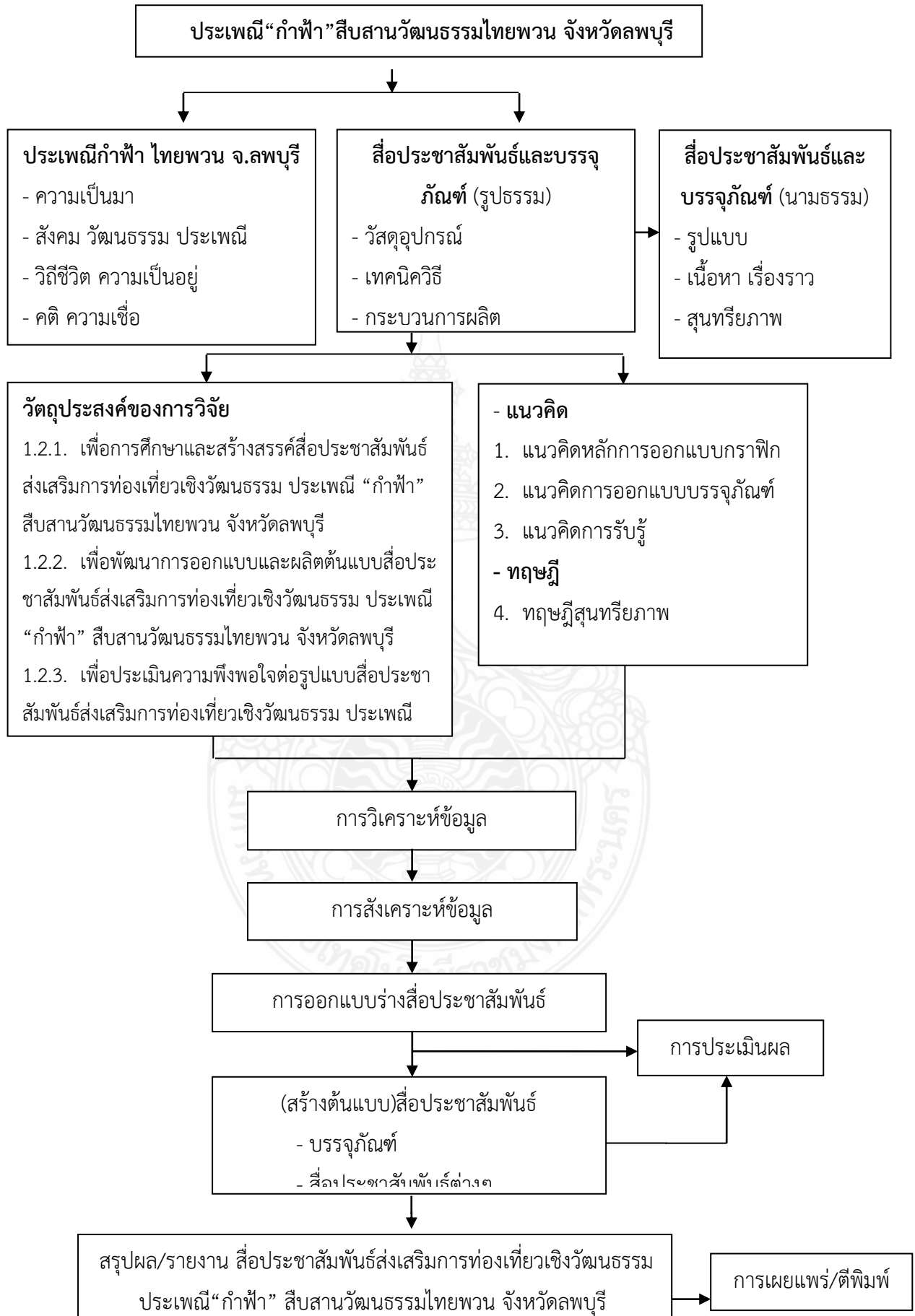
ตัวแปรต้น – สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า”

ตัวแปรตาม – ประสิทธิผลการรับรู้ของสื่อประชาสัมพันธ์

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” ใช้แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบกราฟิกของวรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ และประเด็นการรับรู้ตามหลักการออกแบบกราฟิกประเภทต่างๆ ของศิริพร ปีเตอร์

จากการศึกษาทฤษฎีทั้ง 2 ประการข้างต้น สามารถเชื่อมโยงกรอบและกระบวนการวิจัย ดังนี้

## กรอบและกระบวนการวิจัย



## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

- 1.6.1 นำผลการวิจัยฯ ไปใช้ประโยชน์ทางงานวิชาการ
- 1.6.2 เป็นการเผยแพร่ผลงานวิจัยต่อสาธารณะชนผ่านทางมหาวิทยาลัยในรูปแบบต่าง ๆ
- 1.6.3 ได้ผลงานต้นแบบการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี“กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี
- 1.6.4 เป็นทางเลือกในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี“กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรีสำหรับต่อยอดการผลิตจริงให้กับชุมชน หน่วยงานราชการต่างๆในเขตพื้นที่ชาติพันธุ์ไทยพวนได้ในอนาคต
- 1.6.5 เป็นการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี“กำฟ้า”ของชาติพันธุ์ไทยพวน จังหวัดลพบุรี ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้นและร่วมสืบสานวัฒนธรรมประเพณีไทยพวนให้คงอยู่ต่อไป
- 1.6.6 เป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน สังคมและประเทศชาติต่อไป





## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” ได้มีการศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย ดังนี้

- 2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของประเพณีกำฟ้า อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี
- 2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบกราฟิก
- 2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
- 2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกระบวนการผลิต
- 2.6 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์
- 2.7 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของประเพณีกำฟ้า อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

##### 2.1.1 ประวัติความเป็นมาอำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

ชาวพวน หรือไทยพวน ที่อพยพมาจากเชียงขวางในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) มาตั้งภูมิลำเนาในท้องที่อำเภอนี้ได้นำเอาชื่อบ้านคือ "บ้านหมี่" หรือ "เช่า" ติดมาด้วย แล้วนำเอาชื่อบ้านมาตั้งหลักแหล่งคำว่า เช่า หรือ เชา เป็นภาษาพวนเดิม หมายถึง หยุตหรือพัก ส่วนคำว่า หมี่ นั้นหมายถึง การมัดเส้นไหมเป็นเปลาะ เพื่อให้มีหลากหลายสีส่น เนื่องจากราษฎรในละแวกนั้นมีความถนัดในการทอผ้าชนิดต่างๆ เมื่อมาตั้งหลักแหล่งจึงตั้งชื่อบ้านเป็นเครื่องหมายในการประกอบอาชีพว่า "บ้านหมี่"

**อำเภอบ้านหมี่** ตั้งเป็นอำเภอเมื่อปี พ.ศ. 2426 ชื่อเรียกตั้งครั้งแรกว่า อำเภอสนามแจง เนื่องจากตั้งอยู่ที่ริมเขาสนามแจง ต่อมาย้ายไปตั้งอยู่ที่บ้านห้วยแก้ว ตำบลมหาสอน และได้เปลี่ยนชื่อใหม่ตามที่ตั้งว่า อำเภห้วยแก้ว

พ.ศ. 2441 มีการสร้างทางรถไฟสายเหนือผ่าน ทางราชการจึงย้ายอำเภอมารสร้างใหม่ที่ตำบลบ้านเช่า (ตำบลบ้านหมี่ในปัจจุบัน) ได้เปลี่ยนชื่อเรียกอำเภอกลับไปเป็น **อำเภอสนามแจง** อีก

พ.ศ. 2457 เปลี่ยนชื่อเป็น **อำเภอบ้านเช่า** ตามตำบลที่ตั้ง

พ.ศ. 2483 มีพระราชกฤษฎีกาเปลี่ยนชื่ออำเภอจากอำเภอบ้านเช่าเป็น **อำเภอบ้านหมี่** มาจนถึงปัจจุบันนี้ (<https://th.wikipedia.org>)

##### ที่ตั้งและอาณาเขต

**อำเภอบ้านหมี่** ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับอำเภอตากาลี (จังหวัดนครสวรรค์) และอำเภอหนองม่วง
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับอำเภอโคกสำโรง
ทิศใต้	ติดต่อกับอำเภอเมืองลพบุรีและอำเภอท่าม่วง
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับอำเภอเมืองสิงห์บุรี อำเภออินทร์บุรี (จังหวัดสิงห์บุรี) และอำเภอตากาลี (จังหวัดนครสวรรค์)

**อำเภอบ้านหมี่** แบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 22 ตำบล 157 หมู่บ้าน ได้แก่

- |                                |                                 |
|--------------------------------|---------------------------------|
| 1. ไผ่ใหญ่ (Phai Yai)          | 12. โพนทอง (Phon Thong)         |
| 2. บ้านทราย (Ban Sai)          | 13. บางขาม (Bang Kham)          |
| 3. บ้านกล้วย (Ban Kluai)       | 14. ดอนดึง (Don Dueng)          |
| 4. ดงพลับ (Dong Phlap)         | 15. ชอนม่วง (Chon Muang)        |
| 5. บ้านชี (Ban Chi)            | 16. หนองกระเบียน (Nong Krabian) |
| 6. พุคา (Phu Kha)              | 17. สายห้วยแก้ว (Sai Huai Kaeo) |
| <b>7. หินปัก (Hin Pak)</b>     | 18. มหาสอน (Maha Son)           |
| 8. บางพึ้ง (Bang Phueng)       | 19. บ้านหมี่ (Ban Mi)           |
| 9. หนองทรายขาว (Nong Sai Khao) | 20. เชียงงา (Chiang Nga)        |
| 10. บางกะพี้ (Bang Kaphi)      | 21. หนองเมือง (Nong Mueang)     |
| 11. หนองเต่า (Nong Tao)        | 22. สนามแจง (Sanam Chaeng)      |





ภาพที่ 2.1 แผนที่อำเภอบ้านหมี จังหวัดลพบุรี

ที่มา : <http://district.cdd.go.th>

2.1.2 ชชาติพันธุ์ไทยพวน จังหวัดลพบุรี

ถิ่นฐานเดิมของชาวไทยพวน ตามประวัติศาสตร์ย่อมเป็นที่ทราบกันดีว่า ชนชาติไทยเรานั้นมีถิ่นฐานเดิมอยู่ในตอนใต้ของประเทศจีน ชาวไทยพวน (Phuen, Puen) เป็นคำที่เรียกกลุ่มชนที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในแคว้นเชียงขวางหรือบริเวณที่ราบ สูง ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีอาณาเขตติดต่อกับญวนได้ชื่อว่า “พวน” เพราะเมืองเชียงขวาง มีแม่น้ำสายสำคัญไหลผ่านพื้นที่ ชื่อว่า แม่น้ำพวน ชาวพวนนิยมตั้งถิ่นฐานสร้างที่ทำกินบริเวณลุ่มแม่น้ำ ด้วยมีอาชีพเกษตรกรรม ไร่ไร่นา เมื่ออพยพมาอยู่ในประเทศไทย จึงเลือกสถานที่สร้างบ้านเรือนอยู่ตามแม่น้ำลำคลอง สังเกตได้จากชาวไทยพวน อำเภอปากพลี จะสร้างบ้านอยู่ตามลำคลองตลอดแนว ตั้งแต่ตำบลหนองแสง ตำบลเกาะหวาย ตำบลเกาะโพธิ์ จนถึงตำบลท่าเรือ เป็นต้น ที่อำเภอเมืองนครนายก จะมีชาวไทยพวน อาศัยอยู่ที่ตำบลสาริกาและตำบลเขาพระ ชาวไทยพวนในจังหวัดนครนายกเชื่อกันว่าอพยพเข้ามาในสมัยสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี ประมาณ ปี พ.ศ. 2322 เมื่อสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี

ทรงโปรดเกล้าให้สมเด็จพระยามหากษัตริย์ศึก ยกทัพไปตีเมืองเวียงจันทน์และหัวเมืองต่างๆ ซึ่งมีชื่อเรียกรวมกันว่า หัวพันทั้งห้าทั้งหก ประกอบด้วยเมืองคำม่วน เมืองคำเกิด เมืองเวียงไชย เมืองไพศาลลี เมืองชำเหนือ และเมืองเชียงขวาง ได้กวาดต้อนเอาลาวเวียง (ลาวเวียงจันทน์) ลาวพวน และลาวโซ่ง มาไว้ที่เมืองร้าง (เพราะถูกพม่ากวาดต้อนราษฎรไปตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาเสียแก่พม่า เมื่อ ปี พ.ศ. 2310) เช่นที่เมืองสระบุรี ลพบุรี นครนายก และฉะเชิงเทรา ระยะที่สอง ราวปี พ.ศ. 2335 สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก เมืองแกลงและเมืองพวนแข็งข้อต่อเมืองเวียงจันทน์ เจ้าเมืองเวียงจันทน์ จึงยกทัพไปปราบและกวาดต้อนครอบครัวลาวทรงดำ(ลาวโซ่ง) และลาวพวนส่งมากรุงเทพฯ ลาวทรงดำ ถูกส่งไปอยู่ที่เพชรบุรี ลาวพวน ถูกส่งมาที่เมืองลพบุรี สระบุรี นครนายก ฉะเชิงเทรา ราชบุรีและจันทบุรี ด้วย ระยะที่สาม ในราวปี พ.ศ. 2370 เจ้าอนุวงศ์เมืองเวียงจันทน์ ก่อกบฏต่อกรุงเทพฯ พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 โปรดเกล้าให้พระยาราชสุภาวดี (เจ้าพระยาบดินทร์เดชา)เป็นแม่ทัพ ขึ้นไปปราบกบฏและได้กวาดต้อนครอบครัวลาวพวนมาไว้ที่อำเภอภินทร์บุรี อำเภอประจันตคาม จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดสระแก้ว จังหวัดลพบุรี และจังหวัดพิจิตร เป็นต้น ชาวไทยพวน มีอุปนิสัยยิ้มแย้มแจ่มใส โอบอ้อมอารี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และรักสงบ ยึดมั่นในขนบธรรมเนียมประเพณี มีวัฒนธรรม มีภาษา มีความผูกพันในระบบเครือญาติ เผ่าพันธุ์ เป็นเอกลักษณ์ของตนเองมาช้านาน ชาวไทยพวนจะพูดได้ทั้งภาษาไทยกลางและภาษาไทยพวน โดยจะใช้ภาษาไทยกลางพูดกับคนต่างถิ่น แต่จะพูดภาษาไทยพวนกับกลุ่มชนเดียวกัน ภาษาพูดของไทยพวนมีสำเนียงไพเราะซึ่งแตกต่างจากภาษาพูดของลาวเวียงที่มีสำเนียงสั้นๆห้วนๆ

"พวน" ซึ่งเป็นคำเรียกชื่อชาวไทยสาขาหนึ่ง มีถิ่นฐานอยู่ที่เมืองพวน แขวงเมืองเชียงขวาง ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) มีความหมายว่าอะไร เหตุใดจึงเรียกชื่อว่า "พวน" การค้นคว้าได้ตั้งคำถามที่จะค้นคว้าไว้ คือ "พวน, คนพวน, ชาวพวน, ไทยพวน, ลาวพวน" โดยหนังสือที่จะค้นคือ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน อักษรานุกรมภูมิศาสตร์ ปทานุกรม กระทรวงธรรมการ ซึ่งเลิกใช้แล้วแต่ก็ต้องผิตห้วง เพราะไม่มีคำว่า "พวน" ซึ่งให้ความหมายเป็นชื่อเรียกคนเลย มีแต่เชือกเกลียว, แนว, รวงข้าวที่นวดแล้วหรืออ้อยซึ่งหีบครั้งที่สอง " เมื่อความหมายไม่ตรงกับที่ผู้เรียบเรียงต้องการ

ดังนั้นจึงได้มีการค้นคว้าต่อจากการศึกษาทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นการสอบถาม หรือการค้นคว้าจึงได้ความหมายว่า

คำว่า "พวน" เป็นชื่อของคนไทยสาขาหนึ่ง ซึ่งทางภาคอีสานเรียกว่า "ไทยพวน" แต่ทางภาคกลางเรียกว่า "ลาวพวน"

คำว่า "พวน" นี้เป็นสมญาของไทยสาขาหนึ่ง ก็คงทำนองเดียวกันเรียกชื่อกันตามถิ่นที่อยู่ ไทยสาขานี้ส่วนใหญ่อยู่ที่แขวงเชียงขวาง ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ถิ่นที่อยู่ของชาวไทยพวน นอกจากที่เมืองเชียงขวางแล้วยังกระจัดกระจายไปอยู่ที่อื่นอีกทั่วบริเวณลุ่มน้ำจิม ในเขตประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เช่น บ้านหาดสวนพันทอง ตาลเปี้ยว หาดเสี้ยว บุ่งพร้าว ตลิงชั้นบ้านเกิด ฯลฯ

สมัยกรุงธนบุรี เมื่อประเทศลาวได้รวมกันเป็นอาณาจักรเดียวกับประเทศไทยจนถึงในสมัยกรุง

รัตนโกสินทร์ ในแผ่นดินรัชกาลที่ 3 พลเมืองทางฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงได้ถูกกวาดต้อนมารวมอยู่ฝั่งขวาของแม่น้ำโขง หลายท้องถิ่นด้วยกัน ทั้งภาคอีสานและภาคกลาง คนไทยพวนได้ถูกกวาดต้อนมาด้วย และได้กระจัดกระจายไป อยู่ในที่ต่าง ๆ ทั้ง 2 ภูมิภาค คือ ภาคอีสาน เช่น ที่อำเภอผือ จังหวัดอุดรธานี และภาคกลาง เช่น จังหวัดพิจิตร จังหวัดสุโขทัย จังหวัดลพบุรี จังหวัดสระบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา และอื่นๆ แต่มีสิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งคือ คนเหล่านี้เมื่อถูกกวาดต้อนมาพร้อมกัน เช่น เมืองเรณูนคร เป็นต้นเฉพาะชาวบ้านหาดเสี้ยวคงเป็นหมู่บ้านที่ใหญ่โตมาก นอกจากที่ตกค้างอยู่ในหมู่บ้านหาดเสี้ยวเดิมแขวงเมืองตุลาคม ประเทศลาว แล้ว ยังมาอยู่ที่ตำบลหาดเสี้ยว จังหวัดสุโขทัย และที่อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี เฉพาะที่อำเภอแก่งคอย มีอยู่ทั้งที่ บ้านหาดเสี้ยวและบ้านตาลเปี้ยว แต่บ้านตาลเปี้ยว เปลี่ยนชื่อเป็นตาลเดี่ยว

ภาษาของไทยพวน ใช้ภาษาไทยแท้ เสียงวรรณยุกต์ใกล้เคียงกับภาษาภาคกลางมากกว่า เสียงของชาวภาคอีสานส่วนมาก เช่น แม่ ก็ออกเสียงว่า แม่ ตรงกับภาษาภาคกลางไม่ใช่ แม่ น้ำก็ออกเสียงว่า น้ำ ไม่ใช่ นาม เมื่อเทียบเคียงกับภาษาไทยสาขาอื่น จะเห็นว่าใกล้เคียงกับภาษาผู้ไทย หรือ ไทยภูและภาษาย้อ คือ ออกเสียงสระโอะไม่ม้วน เป็นเสียงสระเออ เช่น ใต้ ออกเสียงเป็น เตอ, ให้ ออกเสียงเป็น เห้อ เป็นต้น ขนบธรรมเนียมประเพณีก็คล้ายคลึงกัน นับถือพระพุทธศาสนามั่นคงเช่นเดียวกัน

สรุปว่า "พวน" เป็นชื่อเรียกคนไทยสาขาหนึ่ง ซึ่งตั้งถิ่นฐานอยู่เมืองพวน แขวงเมืองเชียงขวาง ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ที่เรียกชื่อว่า เมืองพวน เพราะตั้งอยู่ใกล้ภูเขาชื่อว่า ภูพวน จึงได้ตั้งชื่อเมืองว่า เมืองพวน แล้วเอาชื่อเมืองมาเรียกเป็นชื่อคนที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในเมืองนั้นว่าคนพวน หรือชาวพวน เพื่อแก้ความข้องใจของคนบางคนซึ่งอาจมีขึ้นได้ว่าก็เมื่อภูเขาชื่อว่า ภูพวน

### 2.1.3 ประเพณีกำฟ้า จังหวัดลพบุรี (ศรีศักร วัลลิโภดมและคณะ. 2544)

ชาวไทยพวน มีความสามารถในการเกษตร โดยเฉพาะการทำนา สมัยก่อนจำเป็นต้องพึ่งพาธรรมชาติ ชาวนาจึงเกรงกลัวต่อฟ้ามาก มีการเซ่นไหว้ สักการบูชา ซึ่งชาวบ้านรู้สึกสำนึกบุญคุณของฟ้า ที่ให้น้ำฝน ทำให้มีประเพณีนี้เกิดขึ้น แต่เดิม ถือเอาวันที่มีผู้ที่ได้ยินฟ้าร้องครั้งแรกในเดือน 3 เป็นวันเริ่มประเพณี แต่ทุกคนไม่สามารถได้ยินได้ทุกคน ภายหลังจึงกำหนดให้วันกำฟ้า คือ วันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 ของทุกปี

ประเพณีกำฟ้า จึงเป็นประเพณีสำคัญตั้งแต่สมัยโบราณ ซึ่งเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชาวไทยพวนที่อาศัยกระจายอยู่ในหลายภูมิภาค เช่น ตำบลไผ่หลิว อำเภอดอนพุด จังหวัดสระบุรี จังหวัดลพบุรี จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดนครนายก จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองคาย จังหวัดแพร่ จังหวัดสุโขทัย จังหวัดอุตรดิตถ์ และจังหวัดพิจิตร เป็นต้น ในวันกำฟ้า ชาวไทยพวน จะมีกิจกรรมร่วมกันคือ การทำบุญตักบาตรในตอนเช้า การละเล่นในตอนกลางคืน และการบปะสังสรรค์ระหว่างเครือญาติด้วยกัน ในวันกำฟ้า จะเริ่มตั้งแต่รุ่งเช้าไปถึงค่ำ

คำว่า "กำ" เป็นคำพวน หมายถึง การสักการะ

คำว่า "ฟ้า" หมายถึง เจ้าฟ้า เจ้าแผ่นดินหรือผู้ที่อยู่สูงเทียมฟ้า คือ พวกเทวดาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์

ที่ไม่อาจเห็นได้ คำว่า "กำฟ้า" หมายถึง การนับถือการสักการบูชาฟ้า ซึ่งจะถือเอาวันขึ้น 3 ค่ำเดือน 3 เป็นวันกำฟ้า ซึ่งชาวไทยพวนมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับฟ้า ไม่กล้าทำให้ฟ้าพิโรธ เพราะกลัวฟ้าฝนจะไม่ตกต้องตามฤดูกาล การจัดงานบุญกำฟ้า เพื่อให้ผีฟ้าพึงพอใจ อีกทั้งยังเป็นการแสดงความขอบคุณผีฟ้าที่ประทานฝนให้ตกต้องตามฤดูกาลอีกด้วย ก่อนวันกำฟ้า 1 วัน คือ วันขึ้น 2 ค่ำเดือน 3 ถือเป็นวันสุกดิบแต่ละบ้านจะทำข้าวปุ้น หรือ ขนมจีน พร้อมทั้งน้ำยา และน้ำพริกไว้เลี้ยงดูกัน มีการทำข้าวหลามเผาไว้ในกระบอกข้าวหลามอ่อน มีการทำข้าวจี โดยนำข้าวเหนียวที่นึ่งสุกแล้วนำมาปั้นเป็นก้อนขนาดพอเหมาะ อาจจะใส่ไส้หวานหรือใส่เค็มหรือไม่ใส่ไส้เลยก็ได้ เสียบเข้าไม้ ทาโดยรอบด้วยไข่ แล้วนำไปปิ้งไฟจนสุกหอม ข้าวจีจะนำไปเช่นไหว้ผีฟ้าและแบ่งกันกินในหมู่ญาติพี่น้อง พอถึงวันกำฟ้าทุกคนในบ้านจะไปทำบุญที่วัดมีการใส่บาตรด้วยข้าวหลาม ข้าวจี ตกบ่ายจะมีการละเล่นจนถึงกลางคืน ที่นิยมได้แก่ ช่วงซัย มอญช้อนผ้า นางตั้ง ฯลฯ (สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดลพบุรี. 2560)

### 2.1.3.1 ประวัติประเพณีกำฟ้า (ปูน วงศ์วิเศษ และวิเชียร วงศ์วิเศษ. 2516)

ประวัติประเพณีกำฟ้า ตามประวัติศาสตร์ที่เล่าต่อกันมาว่า ครั้งหนึ่งพระเจ้าแผ่นดินสยาม มีโอกาสให้เจ้าชมพูแห่งเมืองพวนยกทัพไปตีร่วมกับเจ้าเวียงจันทน์ ตีได้สำเร็จ ต่อมาเจ้าชมพูแข็งเมืองไม่ยอมส่งส่วยให้เวียงจันทน์และหลวงพระบางเหมือนเช่นเคย เจ้านนท์แห่งเวียงจันทน์โกรธมาก จึงส่งให้แม่ทัพชื่อเขียวไปปราบเมืองพวน เจ้าชมพูแพ้ถูกจับได้และถูกส่งประหารชีวิตด้วยหอกขณะที่ทำการประหารนั้นเกิดเหตุการณ์อัศจรรย์ ฟ้าได้ผ่าลงมาถูกหอกจนหักสะบั้น เจ้านนท์เห็นว่าเจ้าชมพูเป็นผู้ที่มีบุญญาบารมีจึงสั่งให้ปล่อยกลับไปครองเมืองพวนดังเดิม ด้วยเหตุนี้ชาวไทยพวนจึงเห็นความสำคัญของฟ้าจึงเกิดประเพณีกำฟ้าขึ้นตั้งแต่บัดนั้น

คติความเชื่อเกี่ยวกับประเพณีกำฟ้า กำฟ้า ตามความเชื่อชาวไทยพวน หมายถึง การนับถือสักการบูชาฟ้า การแสดงกตเวทิตาต่อฟ้าที่ทำนได้คุ้มครองให้มีอายุยืนยาว ให้อยู่ดีกินดี มีฝนตกต้องตามฤดูกาล มีข้าวปลาอาหารสมบูรณ์ โดยชาวไทยพวนทุกคนจะหยุดทำงานทุกชนิด คือ หยุดทำไร่ ทำนา ทอหูก ปั่นด้าย ตีเหล็ก เป็นต้น แม้แต่อุปกรณ์เครื่องมือทำมาหากินก็ต้องเก็บเข้าที่ให้หมด คงเหลือไว้แต่อุปกรณ์ในการหุงหาอาหารในแต่ละมื้อเท่านั้น และชาวไทยพวนจะมีกิจกรรมร่วมกัน คือการทำบุญตักบาตรในตอนเช้า การละเล่นในตอนกลางวัน และการพบปะสังสรรค์ระหว่างเครือญาติด้วยกัน

### 2.1.3.2 วิธีการปฏิบัติเท่านั้น การเข้ากำฟ้า (จะเข้ากำฟ้า 3 ครั้ง)

- **พิธีกำฟ้าครั้งแรก** จะกำหนดงานสองวัน คือ วันสุกดิบวันแรก ตรงกับเดือนสามขึ้น 2 ค่ำ ถือว่าเป็นวันเตรียมงานหรือวันสุกดิบ หลังจากกินอาหารเช้าแล้ว บรรดาสาว ๆ และแม่บ้านทั้งหลายต่างพากันแต่งตัวอย่างวิจิตรบรรจงไปวัด ถ้าเป็นผู้ใหญ่ก็จะนุ่งผ้าขึ้นรัดอก ถ้าเป็นหญิงสาวอายุ 15-16 ปี ก็ไว้ผมยาวทรงตุ๊กตาไทยและใช้เชือกผูกผม สาวๆที่อายุ 17-19 ปี ก็ทำผมที่เรียกว่า"โค้งผม" ส่วนผู้หญิงอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จะไว้ผมชมวยดเป็นกระจุกไว้กลางหัวคล้ายๆ จุกกระเทียม

นับแต่ตอนสายของวันสุกดิบ ตามถนนหนทางจากหมู่บ้านจะเต็มไปด้วยหญิงสาว คนเฒ่าคนแก่ เมื่อไปถึงวัดแล้วก็แยกกันไปทำงานตามที่ตัวเองถนัด บางคนก็เผาข้าวหลาม บางคนก็จี่ข้าว (ปิ้งข้าวเหนียว) ในขณะที่ทำงานก็พูดคุยเล่าเรื่องต่าง ๆ สู้กันฟังอย่างสนุกสนาน ข้าวหลามที่ได้จากการเผาในงานนี้ชาวไทยพวนถือว่าเป็น "ข้าวหลามทิพย์" ซึ่งจะใช้ในพิธีบายศรีที่เหลือก็แจกแบ่งปันกันกินด้วยความเชื่อกันว่า ใครก็ตามที่กินข้าวหลามจะไม่โดนฟ้าผ่า

พอถึงเวลาสามโมงเย็น ชาวไทยพวนก็จะร่วมกันทำบุญ เมื่อพิธีสงฆ์เสร็จสิ้นลง เจ้าพิธี ซึ่งเป็นผู้รู้ในหมู่บ้านก็จะทำหน้าที่สวดเบิกบายศรีบูชาผีฟ้า แล้วอ่านประกาศอัญเชิญเทวดาให้มารับเครื่องสังเวद्य เสร็จแล้วจึงเป็นการรำขอพรจากผีฟ้า เพื่อให้อยู่ร่มเย็นเป็นสุข จากนั้นก็จะแยกย้ายกลับบ้านของตน ตกตึกก่อนที่จะเข้านอน คนเฒ่าคนแก่จะเอาไม้ไปเคาะที่เตาไฟแล้วพูดในสิ่งที่เป็นมงคล เพื่อให้ผีฟ้าผีบ้าน ผีเรือนได้ช่วยปกป้องรักษาคนในครอบครัวให้มีความสุข ทำมาหากินได้ข้าวปลาอาหารสมบูรณ์

วันที่สองเป็นวันกำฟ้า ตรงกับเดือนสาม ขึ้น 3 ค่ำ ชาวไทยพวนจะหยุดทำงานตั้งแต่พระอาทิตย์ขึ้นจนพระอาทิตย์ตกดินและใครห้ามส่งเสียงอึกทึกครึกโครม โดยเชื่อกันว่าถ้าใครทำเสียงอึกทึกครึกโครมฟ้าจะผ่า ทำให้ความเจ็บสงบครอบคลุมไปทั้งหมู่บ้าน เกิดบรรยากาศเยือกเย็นขรึมอย่างประหลาด ในวันกำฟ้านี้ ชาวบ้านจะพากันตื่นตั้งแต่เช้ามืด หุงหาอาหารทั้งคาวหวานรวมทั้งข้าวหลามและข้าวจีใส่สำรับไปถวายพระที่วัด โดยใส่ในตะกร้ามีสายสำหรับคล้องไม้คานแล้วเอาอาหารไปรวมกันที่กุฎิที่เรียกว่า "หอแม่ออก" คนเฒ่าคนแก่และญาติโยมซึ่งเรียกว่า "พ่อออกและแม่ออก" จะช่วยกันจัดสำรับภัตตาหารถวายพระจากนั้นพระสงฆ์จะให้ศีลและแสดงธรรมสั้นๆเสร็จแล้วฉันภัตตาหารยถาสัพพีตามประเพณี ส่วนชาวบ้านจะร่วมรับประทานอาหารด้วยกันและกลับถึงบ้านตอนสาย ๆ

- **พิธีกำฟ้า ครั้งที่ 2** การกำครั้งที่สอง จะห่างจากการกำครั้งแรกเจ็ดวัน โดยเริ่มจากเดือนสามขึ้น 9 ค่ำ มีการกำฟ้าตั้งแต่ตะวันตกดินไปจนถึงวันรุ่งขึ้น 10 ค่ำ เมื่อถึงเวลาเพลชาวบ้านจะนำอาหารเพลไปถวายพระที่วัด เรียกว่า "ไปเพล" วิธีการก็เช่นเดียวกับ การถวายอาหารเช้า คือ การนำเอาอาหารไปรวมกันที่หอแม่ออกแล้วรับศีลและฟังธรรมต่อจากนั้นจึงถวายอาหาร พระฉันเสร็จแล้วจึงยถาสัพพี เป็นอันเสร็จการทำบุญ เมื่อกลับจากการไปเพลแล้ว ชาวไทยพวน เรียกว่า "คืนเพล" ถือว่าเลิกกำ ใครจะทำงานทำการอะไรก็ได้

- **พิธีกำฟ้า ครั้งที่ 3** จะห่างจากการกำครั้งที่สอง 5 วันพอเดือนสาม ขึ้น 14 ค่ำ เมื่อตะวันตกดินแล้ว ชาวไทยพวนเริ่มจะกำอีกครั้งหนึ่ง และกำตลอดไปจนถึงวันรุ่งขึ้น 15 ค่ำ ชาวบ้านจะตื่นกันแต่เช้าจัดเตรียมข้าวปลาอาหารคาวหวานไปถวายพระเรียกว่า "ไปจ้งหัน" การกำครั้งนี้ถือว่าเป็นการกำครั้งสุดท้าย

ในตอนเย็น เมื่อหุงข้าวเย็นรับประทานกันแล้ว ชาวไทยพวนทุกบ้านจะต้องเอาดุ้นฟืนเฉพาะดุ้นที่ไฟไหม้มากที่สุดไปดับที่แม่น้ำลำคลอง โดยการโยนทิ้งให้ไหลไปตามสายน้ำหรือนำไปโยนตรงบริเวณหนทางที่บรรจบกัน แสงไฟจากดุ้นฟืนที่วาบไหวไปตามทางเดินในความมืดให้บรรยากาศสังลาพิธีกำฟ้าเป็นไปอย่างน่าศรัทธา การดับฟืน ชาวไทยพวนจะใช้มือหนึ่งถือดุ้นฟืน อีกมือหนึ่งถือกะลามะพร้าวใส่น้ำสำหรับดับไฟเมื่อไปถึงแม่น้ำลำคลองหรือทางที่มาบรรจบกันก็เทน้ำในกะลามะพร้าวดับไฟ จากนั้นจึงโยนทิ้งไป เรียกว่า "เสียแสงฟืนแสงไฟ" เป็นอันเสร็จพิธีกำฟ้าในปีนั้น

### 2.1.3.3 พิธีกรรม/กิจกรรมประเพณีกำฟ้า

1) ก่อนงานวันหนึ่ง คือวันขึ้น 2 ค่ำ เรียกว่าวัน กำต้อน ซึ่งจะมีการละเล่นพื้นบ้าน เช่น ตะหมากเปี้ย ชี่ม้าหลังโกง ก่อเล่า เล่นนางดั่ง นางกวก และต่อไก่อ่างสนุกสนาน

2) ในวันกำฟ้าคือ วันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 ชาวไทยพวนจะคอยฟังเสียงฟ้าร้องว่ามาจากทางทิศใดเพราะมีความเชื่อว่าเสียงฟ้าร้อง คือ เสียงฟ้าเปิดประตูน้ำเพื่อให้ชาวพวนมีน้ำทำนาในปีต่อไป

คำทำนายเกี่ยวกับฟ้าร้อง

- คำทำนายเกี่ยวกับเหตุการณ์และงานอาชีพ
  - ฟ้าร้องดังมาจากทิศเหนือหรือตะวันออกเฉียงเหนือ ทำนายว่า ฝนจะดี ทำนาได้ข้าวงาม
  - ฟ้าร้องดังมาจากทิศใต้ ทำนายว่า ฝนจะแล้ง ข้าวจะเสียหาย
  - ฟ้าร้องดังมาจากทิศตะวันตก ทำนายว่า ฝนจะน้อย ทำนาไม่ได้ผล
- คำทำนายเกี่ยวกับชีวิตและความเป็นอยู่
  - ฟ้าร้องดังมาจากทิศเหนือ ทำนายว่า ชาวบ้านจะอดข้าว
  - ฟ้าร้องดังมาจากทิศใต้ ทำนายว่า ชาวบ้านจะอดเกลือ
  - ฟ้าร้องดังมาจากทิศตะวันออก ทำนายว่า ชาวบ้านจะอยู่เย็นเปียสุข
  - ฟ้าร้องดังมาจากทิศตะวันตก ทำนายว่า ชาวบ้านจะเดือดร้อน

#### 2.1.3.4 วิถีชีวิตและภาษา

ชาวไทยพวน จะมีนิสัยรักความสงบ ใจคอเยือกเย็น โอบอ้อมอารี ยึดมั่นในพระพุทธศาสนา รักอิสระ ขยันขันแข็งในการประกอบอาชีพ เมื่อว่างจากทำไร่ทำนาจะทำงานหัตถกรรมคือ ผู้ชายจะสานกระบุง ตะกร้า เครื่องมือหาปลา ผู้หญิงจะทอผ้า รู้จักกันแพร่หลายในปัจจุบัน คือ ผ้ามัดหมี่ จังหวัดลพบุรี อาหารของชาวไทยพวนที่มีประจำทุกครัวเรือนคือ ปลาจ๋า เมื่อมีงานบุญมักนิยมทำขนมจีน และข้าวหลาม ส่วนอาหารอื่น ๆ จะเป็นอาหารง่าย ๆ ที่ประกอบจากพืชผัก ปลา ที่มีในท้องถิ่น เช่น ปลาต้ม ปลาต้มพริก เป็นต้น ในด้านความเชื่อนั้น ชาวไทยพวนมีความเชื่อเรื่องผี จะมีศาลประจำหมู่บ้าน เรียกว่า ศาลตาปู่ หรือศาลเจ้าปู่บ้าน รวมทั้งการละเล่นในเทศกาลก็จะมีการเล่นผีนางด้ง ผีนางกวัก ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวนคือ ประเพณีใส่กระຈาด ประเพณีกำฟ้า ซึ่งเป็นประเพณีที่แสดงถึงการสักการะฟ้า เพื่อให้ผีฟ้า หรือเทวดาพอใจเพื่อไม่ให้เกิดภัยพิบัติ ส่วนวัฒนธรรมด้านภาษา ชาวไทยพวนจะมีภาษาเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน แต่ปัจจุบันภาษาเขียนจะไม่ค่อยมีคนเขียนได้ ยังคงเหลือเพียงภาษาพูด ซึ่งมีสำเนียงคล้ายเสียงภาษาถิ่นเหนือ อักษร "ร" ในภาษาไทยกลาง จะเป็น "ฮ" ในภาษาพวน เช่น รัก-ฮัก หัวใจ-หัวเจอ ไคร-เผอ ไปไหน-ไปกะเลอ เป็นต้น

คนไทยพวน ที่อพยพเข้ามาอยู่ในเขตภาคกลาง ไม่ว่าจะเข้ามาในฐานะเชลยศึกหรือเข้ามาด้วยความสมัครใจ ต่างก็ตั้งหลักแหล่งอยู่ตามจังหวัดต่างๆ กลุ่มที่ถูกกวาดต้อนมาในฐานะเชลยศึก มักจะถูกส่งไปไว้ตามหัวเมืองชั้นใน เพื่อชดเชยแทนคนไทยที่ถูกพม่ากวาดต้อนไปหลังเสียกรุงศรีอยุธยา เมื่อปี พ.ศ. 2310

ชาวไทยพวน(ภาคกลาง) กลุ่มนี้ ได้แก่ ชาวไทยพวนที่อยู่

จังหวัดลพบุรี	(อำเภอบ้านหมี่ อำเภอมือง อำเภอโคกสำโรง)
จังหวัดสระบุรี	(อำเภอหนองโดน อำเภอดอนพุด อำเภอวิหารแดง)
จังหวัดนครนายก	(อำเภอบางพลี อำเภอบ้านนา)
จังหวัดฉะเชิงเทรา	(อำเภอนวมสารคาม)
จังหวัดปราจีนบุรี	(อำเภอสรีมหาโพธิ อำเภอสรีมโหสถ อำเภอบ้านสร้าง อำเภอกบินทร์บุรี)
จังหวัดสิงห์บุรี	(อำเภอบรรพตพิสัย)
จังหวัดสุพรรณบุรี	(อำเภอบางปลาม้า อำเภออู่ทอง)
จังหวัดชลบุรี	(อำเภอพนัสนิคม)



ส่วนชาวไทยพวน ที่อพยพเข้ามาด้วยความสมัครใจมักจะอพยพเข้าไปรวมอยู่กับชาวไทยพวนกลุ่มเดิม หรือขยายถิ่นที่อยู่ใหม่ ดังจะพบว่าในปัจจุบัน มีชุมชนชาวไทยพวนที่ขยายไปอยู่ที่

จังหวัดเพชรบุรี	(อำเภอเขาย้อย อำเภอท่ายาง)
จังหวัดพิจิตร	(อำเภอทับคล้อ อำเภอบางมูลนาก อำเภอตะพานหิน)
จังหวัดสุโขทัย	(อำเภอศรีสัชชนาลัย)
จังหวัดนครสวรรค์	(อำเภอช่องแค อำเภอชุมแสง อำเภอไพศาลี อำเภอตากฟ้า)
จังหวัดอุทัยธานี	(อำเภอทัพทัน)
จังหวัดกาญจนบุรี	(บางหมู่บ้านในอำเภอพนมทวน)
จังหวัดเพชรบูรณ์	(บ้านดงขุย อำเภอชนแดน อำเภอหนองไผ่ ตำบลสระกรวด อำเภอศรีเทพ)
จังหวัดอุตรดิตถ์	(ตำบลวังงาม อำเภอเมือง)

นอกจากนั้นก็ยังมียุทธชาวไทยพวน(ภาคเหนือ) ได้แก่

จังหวัดแพร่	(ตำบลทุ่งโฮ้ง อำเภอเมือง)
จังหวัดน่าน	(บ้านหล่มบึงพวน อำเภอเวียงสา, บ้านฝายมูล อำเภอท่าวังผา)
จังหวัดพะเยา	(บ้านห้วยกั้น อำเภอจุน)
จังหวัดเชียงราย	(บ้านปากอ้อย อำเภอแม่สาย, บ้านศรีดอนมูล บ้านป่าสักน้อย อำเภอเชียงแสน ตำบลศรีดอนชัย อำเภอเทิง)

และชาวไทยพวน(ภาคอีสาน) ได้แก่

จังหวัดอุดรธานี	(อำเภอบ้านผือ)
จังหวัดหนองคาย	(อำเภอเมือง) และ จังหวัดอุบลราชธานี (อำเภอเมือง)

#### 2.1.3.5 การละเล่นพื้นบ้านไทยพวน

1) เตะสะบ้า (หมาเปี้ย) การเตะหมาเปี้ย เป็นการละเล่นพื้นบ้านของชนชาวไทยพวนมาแต่สมัยโบราณ เล่นในงานบุญประเพณีสงกรานต์ ประเพณีกำฟ้าหรือในคืนมีดที่มีการลงช่วง การลงช่วง คือ การที่หนุ่มสาวในหมู่บ้านเองงานในบ้านเช่น ปั่นด้าย ตัดข้าว เย็บผ้า ฝ้ายพัน เป็นต้น มาทำร่วมกันตอนกลางคืน โดยอาศัยแสงจากกองไฟที่บริเวณลานบ้าน เป็นการนัดพบของหนุ่มสาวเมื่อเสร็จงานก็จะแข่งขันกัน

การเตะ(หมาเปี้ย) หนุ่มสาวจะส่งเสียงเอาใจช่วยฝ่ายของตนอย่างสนุกสนาน หมา เป็ภาษาพวน หมายถึง ลูกหรือผล ตรงกับภาษาไทยมาตรฐานที่ว่า หมาเปี้ย หมายถึง วัตถุทรงกลมที่มีความแบนค่อนข้างหนา ส่วนใหญ่จะใช้กันครก ที่ทำด้วยเครื่องปั้นดินเผา เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 4 นิ้ว หนาประมาณ 3 นิ้ว อุปกรณ์การเล่นคือ ไม้กระดานหนา ขนาด 1.5-2 นิ้ว กว้าง 8-10 นิ้วยาว 2 คอก โดยประมาณจำนวน 1 แผ่น แต่เดิมใช้ไม้กระดานกั้นประตูฝ้ายข้าง ผู้เล่นก็จะเป็นฝ่ายชายหนุ่มกับหญิงสาวหรือชายกับชายหรือหญิงกับหญิงก็ได้แล้วแต่จะตกลงกัน สถานที่เล่นก็จะใช้บริเวณลานบ้าน ลานวัดก็ได้

วิธีเล่น คือ ฝ่ายแต่ละฝ่ายจะต้องเตะลูกหมาเปี้ยให้ถูกกระดานที่ตั้งอยู่ห่างประมาณ 8-10 เมตรให้ล้มลง โดยเตะสลับกันไป หากฝ่ายใดเตะถูกกระดานล้มมากกว่าก็จะเป็นฝ่ายชนะ ซึ่งรางวัล คือการเชกเข้า ดิคนิ้ว หรือเป็นเครื่องดื่มซึ่งจะทำให้เกิดความสนุกสนาน ทั้งผู้เล่นและผู้ที่ยกให้

กำลังใจ ปัจจุบันมีการพัฒนาการเล่นหมาเปี้ย โดยมีกติกาขึ้นมาอีกหลายอย่างและมีจุดประสงค์ที่นอกจากจะให้เกิดความสนุกสนานแล้วยังถือว่าเป็นการแข่งขันทดสอบ ความสามารถในการเตะที่แม่นยำ มุ่งหวังเพื่อแพ้ชนะ หรือหาคนที่มีความสามารถ แต่แฝงไว้ด้วยความรักสามัคคีของกลุ่มชน ดังที่ คำผญาว่า “ฮักหมู ฮักเชื้อ จิกิน เกลือ ก็บว่า” (คำผญา เป็นภาษาพวน ความหมาย เป็น น. บทกลอน ถิ่นนำ คำพังเพย คำภาษิต)

2) การเล่นนางก๊วก เป็นความเชื่ออย่างหนึ่งของคนไทยพวนโบราณ ในเรื่อง ภูติผีวิญญาณที่นำมาเล่นกัน เพื่อได้ติดต่อถึงวิญญาณของผู้ที่ตายไปแล้ว เพื่อถามสารทุกข์สุกดิบ และเรื่องต่างๆ ของผู้ตายว่า มีความเป็นอยู่อย่างไร ต้องการอะไรบ้าง เพื่อทางญาติพี่น้องยังมีชีวิตอยู่จะได้อุทิศส่วนกุศลไปให้ ดวงวิญญาณจะได้สงบสุข มีความเป็นอยู่ในภพที่ดี แต่บางคนก็จะถามถึงเรื่องโชคลาภวาสนา เนื้อคู่ โดยเฉพาะ คนหนุ่มสาวและบางคณะถามถึงเลขเด็ด (ถ้าเล่นกัน ในวันใกล้หอยออก) การเล่นนางก๊วก ลักษณะคล้ายกับการ ดูหมอลซึ่งจะทำให้ผู้ถามเกิดความกระจ่างและเกิดความสบายใจในสิ่งที่เป็นกังวลใจ

**นางก๊วก** เป็นศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ทำนองขับขานเนื้อเพลง เป็นภาษา พวนเป็นการแสดงพื้นบ้านอย่างหนึ่งของชาวไทยพวน ผู้แสดงประกอบด้วยผู้ขับร้องและผู้ถือนางก๊วก

**การแสดงนางก๊วก** เป็นการนำศาสตร์และศิลป์มาผสมผสานกันให้คล้องจองเป็นทำนองและเสียงที่ฟังแล้วไพเราะมีความหมาย ใช้การตบมือเป็นจังหวะ การร้องจะขับร้องเป็นหมู่คณะ

**การแสดงนางก๊วก** เป็นการแสดงพื้นบ้าน หมายถึง ความเชื่อที่ว่า สามารถ เชิญดวงวิญญาณให้มาสิงสถิตย์ในอุปกรณ์ที่ประกอบขึ้นมาที่คล้ายกับตัวตุ๊กตา อุปกรณ์ที่จะทำเป็นนางก๊วก จะ ประกอบด้วยก๊วกปั้น หมี่ปั้น ด้ายไทยพวน ไม้คาน ลูกกระพวนหรือสร้อยคอที่ทำจากเปลือกหอย นำมาต่อร้อย เป็นสร้อยคอ เสื้อผ้าของสตรี นำมาประกอบกันแล้วคล้ายตุ๊กตา อีกทั้งเครื่องสำอางอีกหนึ่งชุด และที่กล่าวมานี้ ที่สำคัญที่สุด อุปกรณ์ทั้งหมดต้องเป็นของผู้ที่เป็นแม่หม้ายเท่านั้น และแม่หม้ายจะเป็นผู้ประกอบตุ๊กตาเป็นตัว นางก๊วก

**การแสดงนางก๊วก** นิยมเล่นกันในงานสงกรานต์ งานประเพณีกำฟ้า งานบุญ สาร์ท(สาร์ทพวน) ส่วนมากมักเล่นตอนกลางคืน เพราะมีความเชื่อที่ว่า จะสะดวกในการเชิญดวงวิญญาณมาสิงสถิตย์ตุ๊กตาง่ายกว่าตอนกลางวัน เมื่อจะแสดงนางก๊วกใช้ผู้หญิงสองคนในการถือก๊วกไปเชิญดวงวิญญาณที่ทาง สามแพร่ง หนึ่งคนถือขึ้นห้า ประกอบด้วย ดอกไม้ ธูปเทียน เพื่อเรียกขานเชิญดวงวิญญาณ และอีกห้าถึงสิบคน จะไปยืนร้องเพลงเชิญดวงวิญญาณมาสิงสถิตย์ ซึ่งมีถ้อยคำทำนองที่ฟังแปลก ๆ แต่ก็แฝงด้วยความสนุกสนาน เพื่อ แสดงนางก๊วก สองคนที่ถือหุ่นนางก๊วก จะต้องเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวง่าย จับที่ส่วนล่างหรือที่เรียกว่าตีนก๊วก เมื่อได้เชิญดวงวิญญาณ อย่างถูกต้องแล้ว จะกลับมายังบริเวณลานกว้างกลางที่โล่งแจ้ง

**นางก๊วก** เป็นการแสดงพื้นบ้านชาวไทยพวน ที่นิยมเล่นกันในงานประเพณีกำฟ้า เดือน 3 ขึ้น 3 ค่ำและเมื่อต้องการเชิญวิญญาณของบรรพบุรุษหรือบุคคลที่รู้จักและล่วงลับไปแล้ว เพื่อถามความทุกข์สุข และความต้องการของเขาและถามถึงสิ่งที่เราต้องการรู้ คล้ายหมอลดู ผู้แสดงคือผู้จับก๊วกมี 2 คน อีกคนต้องเป็น แม่หม้าย ก่อนแสดงต้องเตรียมขันธ 5 เพื่อเชิญวิญญาณ และอุปกรณ์สำหรับทำร่างทรงที่เรียกว่า นางก๊วก

- รูปแบบการแสดง

ผู้แสดงนางกวักจะเป็นหญิงทั้งสิ้น จึงนุ่งผ้าซิ่นใส่เสื้อแขนสั้น หรือใส่เสื้อคอกระแหร่งมีสไบพาดบ่า

- อุปกรณ์

1. ตัวกวัก
2. ไม้คาน 1 อัน
3. สาก 2 อัน
4. ม้านั่ง 2 อัน
5. กระดังใส่ทราย
6. สมาชิก 5-10 คน ร้องเชยวิญญูณาม

#### 2.1.3.6 การสู่ขวัญไทยพวน

การสู่ขวัญแบบไทยพวน เป็นการเรียกขวัญ เพื่อเป็นสิริมงคลให้กับผู้ที่รับการสู่ขวัญ ขวัญก็คือนิจติวิญญาณของบุคคล มักจะถือว่าร่างกายกับจิตใจหรือขวัญจะอยู่รวมกัน แต่เมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้นกับบุคคลหรือตกใจ ขวัญมักจะออกจากร่าง ที่เรียกว่า ขวัญหนีดีฝ่อ จึงมีการสู่ขวัญ เพื่อเรียกขวัญกลับคืนมา การสู่ขวัญจะมีปราชญ์ผู้รู้ที่จดจำคำกลอนสู่ขวัญจากโบราณกาล เพื่อสู่ขวัญให้กับบุคคลโดยทั่วไป จะมีการสู่ขวัญหลายลักษณะ อาทิเช่น สู่ขวัญให้กับเด็กเกิดใหม่ สู่ขวัญให้คนแก่ผู้จะบวช สู่ขวัญให้พระสีกใหม่ สู่ขวัญพระสงฆ์ สู่ขวัญแต่งงานให้กับคู่บ่าว-สาว สู่ขวัญขึ้นบ้านใหม่ สู่ขวัญบ้านหลังจากที่มีคนตายในบ้าน สู่ขวัญนา สู่ขวัญข้าว สู่ขวัญควาย สู่ขวัญเกวียน เป็นต้น หมอสู่ขวัญ มักเรียกว่า "หมอขวัญ"

#### 2.1.3.7 ผ้ามัดหมี่ไทยพวน (<http://www.5forcenews.com>)

ชาวไทยพวนหรือชาวพวน เป็นชนกลุ่มหนึ่งที่อพยพมาจากเมืองเชียงขวาง สปป.ลาว โดยเข้ามาตั้งรกรากอยู่ที่บ้านพวน ตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี โดยชาวไทยพวนได้เรียนรู้การใช้ชีวิต เพื่ออยู่อาศัยร่วมกันในสังคมไทย อาชีพหลักคือ การทำนา และการทอผ้ามัดหมี่ เป็นอาชีพเสริม

ซึ่งความหมายของ “การมัดหมี่” คือ เป็นกรรมวิธีการสร้างสีสันเส้นด้ายหรือเส้นฝ้ายหรือเส้นไหม ด้วยการนำเชือกมา “มัด” เส้นฝ้ายหรือเส้นไหมที่จับไว้เป็นกลุ่มๆ ส่วนคำว่า “หมี่” คือเส้นด้าย ฝ้ายหรือเส้นไหมที่ดูคล้ายๆ เส้นหมี่ และเมื่อมัดแล้วนำไปย้อมสี ผึ่งตากแห้ง จึงเรียกกันว่า “มัดหมี่” เมื่อนำไปทอ ก็จะได้ลวดลายสีสันงดงามบนผืนผ้า

การทอ ได้นำเส้นด้ายที่ย้อมสีแล้วมารอใส่หลอดด้ายเล็กๆ แล้วนำไปใส่ในกระสวย นำหลอดหมี่ที่กรอไว้มาพุ่งผ่านเส้นด้ายยืนที่ก็ทอผ้าทีละเส้นกลับไป-มา โดยการขึ้นเครื่องด้ายต้องขึ้นให้ด้ายมีความตึงเสมอกันทุกเส้น เส้นด้ายพุ่งที่กำหนดไว้ในแต่ละลายต้องมีความยาวเท่ากับหน้าผ้าพอดี ฝีมือหรือความประณีตการทอต้องให้น้ำหนักมือสม่ำเสมอ เมื่อทอผ้าได้ยาวระดับหนึ่งต้องม้วนผ้าเข้าแกนม้วนผ้า ทุกขั้นตอนการทอนี้เป็นงานทำมือที่ต้องใช้ความชำนาญเป็นพิเศษจึงจะได้ผืนผ้ามัดหมี่คุณภาพงดงาม

จุดเด่นของผ้ามัดหมี่ คือ การได้อวดลวดลายโบราณ ลายพระปรางค์สามยอด ดอกทานตะวัน หรือลายลิง ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดลพบุรี ผ้ามัดหมี่ทุกชิ้นจึงล้วนมีความประณีต งดงาม และก็มีเทคนิคในการย้อมสีด้าย คือ เวลาย้อมสีจะต้องคุมเม็ดสีให้เนียนเข้ากับเนื้อด้ายเป็นสีเดียวกัน จะทำให้สีย้อม

ติดเสมอกัน พอย้อมเสร็จต้องนำมาล้างน้ำเย็นหลายๆ ครั้งสีผ้าจะไม่ตกและติดทนนาน

การทอผ้ามัดหมี่ของชาวไทยพวน บ้านหินปัก แบ่งลวดลายที่นิยมมี 4 ชนิด คือ

1. ผ้ามัดหมี่ลายโลด (หมี่โลด) เป็นผ้ามัดหมี่ที่มีลวดลายและดอกดวงต่างๆ ดังนี้ ลายหมาจับดอกเล็ก, ลายหมาจับดอกใหญ่, ลายหมาตุ้ม, ลายบัวศรี, ลายขอใหญ่, ลายขอเล็ก, ลายดอกผักแว่น, และลายต่างๆ เหล่านี้ช่างทอจะเลือกใช้เป็นลายๆ ไป ซึ่งในการทอผ้ามัดหมี่แต่ละผืน ดอกดวงต่างๆ จะกระจายอยู่ทั่วไปเต็มผืนผ้า

2. ผ้ามัดหมี่ลายเปียง (หมี่เปียง) เป็นลวดลายบนผ้ามัดหมี่ผืน จะเป็นลายแถบทางยาวเป็นตัวบังคับดอกดวงต่างๆ ให้อยู่ภายในแถบนั้นๆ เป็นแถบ เป็นริ้วไปทั่วทั้งผืน แต่จะแยกออกเป็นแถบ เป็นทิวตามยาวของผืนผ้าให้เห็นเป็นทางยาวตลอดผืนอย่างสวยงาม

3. ผ้ามัดหมี่ลวดลาย (หมี่ลาย) เป็นลวดลายที่เห็นปรากฏอยู่บนผืนผ้ามัดหมี่ จะเป็นลายยาวเลื้อยติดต่อกัน เป็นเครือแถวทั่วทั้งผืน แต่ไม่แยกเป็นแถบลายบังคับดอกที่ชัดเจนเหมือนผ้ามัดหมี่ลายเปียง

4. ผ้ามัดหมี่ลายตา (หมี่ตา) เป็นผ้ามัดหมี่ที่ช่างทอได้ออกแบบลวดลายบนผืนผ้าให้แยกลายออกเป็นหมู่ เป็นพวก เป็นรูปตาสีเหลี่ยม โดยมากจะจัดลวดลายให้อยู่ในรูปของตาสีเหลี่ยมขนมเปียกปูน มีทั้งตาใหญ่และตาเล็ก

ลวดลายการผ้าทอมัดหมี่ของชาวไทยพวนบ้านหินปักในสมัยดั้งเดิม มีทั้งสิ้น 17 ลาย ได้แก่

1. ลายขาเป็ย
2. ลายเอื้อง
3. ลายปลาชิว
4. ลายปล้องอ้อย
5. ลายเงือกน้อย
6. ลายโคมไฟ
7. ลายมะจับ
8. ลายมะตุ้ม
9. ลายเอี้ยงโม่ (โพรง)
10. ลายผักแว่น
11. ลายดอกแก้ว
12. ลายหัวปลี
13. ลายขอ
14. ลายร้าย
15. ลายบัวสี
16. ลายเอื้องชด (ซ้อน)
17. ลายเต้าน้อย

#### 2.1.3.7 อาหารพื้นถิ่นไทยพวน

อาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน มีส่วนผสมที่คล้ายคลึงกับอาหารของชาว

ไทยอีสาน อาหารของชาวไทยพวน ส่วนมากก็จะเหมือนกับอาหารของชาวไทยอีสาน อาหารที่มีประจำครัวเรือนคือ“ปลาร้า”ที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวนคือ “แจ่ว” ซึ่งเป็นอาหารที่คล้ายกันกับของคนไทยอีสาน มีปลาร้า วัตถุประสงค์และเครื่องเทศ เมื่อมีงานบุญต่างๆ มักนิยมทำขนมจีนและข้าวหลาม ข้าวจี๋ ส่วนอาหารอื่น ๆ จะเป็นอาหารง่าย ๆ ที่ประกอบจากพืชผัก ปลา ที่มีในท้องถิ่น เช่น ปลาต้ม ปลาต้มผัก เป็นต้น ส่วนขนมก็จะมีส่วนผสมจากแป้งข้าวเหนียว แป้งข้าวเจ้า ใส่มะพร้าว น้ำตาลปี๊บ เช่น ขนมดาตกระทะ ขนมตาควาย เป็นต้น

## 2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบกราฟิก

### 2.2.1 ความหมายของการออกแบบงานกราฟิก

กราฟิก (Graphic) หมายถึง ภาพลายเส้นหรือภาพที่เกิดจากการวาด การขีดเขียนที่แสดงด้วยตารางหรือแผนภาพ การวาดเขียนหรือการระบายสี การสร้างงานศิลปะบนพื้นระนาบ หรือกระบวนการออกแบบต่าง ๆ ในสิ่งที่เป็นวัด 2 มิติคือ มีความกว้าง และความยาวเท่านั้น เช่น งานออกแบบบ้านของสถาปนิกในการเขียนแบบ ตัวภาพและรายละเอียดบนแปลนบ้านเรียกว่า เป็นงานกราฟิก การเขียนภาพเหมือนจริงของจิตรกร การออกแบบภาพโฆษณาของนักออกแบบ การออกแบบฉลากหรือลวดลายหรือภาพประกอบหรือตัวอักษรที่ปรากฏบนฉลากสินค้า บนตัวสินค้า หรือบนภาชนะบรรจุภัณฑ์สินค้า ฯลฯ

การออกแบบ หมายถึง การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบโดยวางแผนจัดสัดส่วนประกอบของการออกแบบให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย วัสดุ และการผลิตของสิ่งที่ต้องการออกแบบนั้น ซึ่งเป็นองค์ประกอบทางความงามและพิจารณาถึงประโยชน์ใช้สอยการออกแบบที่ดีนั้นควรคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1. รูปแบบที่สร้างสรรค์
2. มีความงามที่น่าสนใจ
3. สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย
4. เหมาะสมกับวัสดุ
5. สอดคล้องกับการผลิต

การออกแบบงานกราฟิก หมายถึง กระบวนการทางความคิดสร้างสรรค์ที่ใช้ความรู้ศิลปะร่วมกับหลักการออกแบบและเทคโนโลยีเพื่อผลิตผลงาน ซึ่งงานนั้นสามารถถ่ายทอดและสื่อความหมายไปยังผู้รับสารได้เข้าใจอย่างตรงกัน

### 2.2.2 ความสำคัญของการออกแบบกราฟิก

กราฟิก สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากมาย ดังนี้

1. ใช้ในด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์
2. ใช้ในการโน้มน้าวจิตใจ ปลุกฝังค่านิยม เปลี่ยนแปลงเจตคติ และสร้างความเข้าใจอันดี
3. ใช้ในการจัดนิทรรศการ
4. ใช้กับสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ วารสาร และอื่น ๆ
5. ใช้ในการเรียนการสอน

วรพงษ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2540) ได้กล่าวถึง คุณค่าของงานกราฟิก ไว้ดังนี้

1. เป็นสื่อกลางในการสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจตรงกันจากจุดหนึ่งไปอีกจุดหนึ่งได้ดีชัดเจน
2. สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เกิดการศึกษากลุ่มเป้าหมายได้ดี
3. ช่วยทำให้เกิดความน่าสนใจ ความประทับใจ และความน่าเชื่อถือแก่ผู้บริโภค
4. ทำให้เกิดความกระตือรือร้นทางความคิดและการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว
5. ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และกระตุ้นให้ปฏิบัติตามหรือเปลี่ยนพฤติกรรมความคิดได้

### 2.2.3 หลักพิจารณาที่สำคัญในการออกแบบกราฟิก

2.2.3.1 รูปแบบตัวอักษรและขนาด การสร้างรูปแบบตัวอักษรให้มีรูปแบบแปลกตาสวยงาม จะช่วยเร่งเร้าความรู้สึกตอบสนองได้เป็นอย่างดี โดยเน้นความชัดเจนสวยงาม สอดคล้องกับจุดประสงค์สำหรับข้อความนำเรื่องและข้อความรายละเอียด นอกจากนี้ขนาดของตัวอักษรก็สำคัญ ขนาดของตัวอักษรบนชิ้นงานต้องมีความพอเหมาะพอดี อ่านได้ง่าย สื่อความหมายได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้การจัดวางรูปแบบข้อความที่ดีก็จะช่วยให้การสื่อความหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.3.2 การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง การจัดพื้นที่ว่างในการออกแบบกราฟิกมีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดระเบียบของข้อมูล ช่วยเน้นความเป็นระเบียบและความชัดเจน ระยะห่างหรือพื้นที่ว่างจะช่วยพักสายตาในการอ่าน ดูสบายตา สร้างจังหวะขององค์ประกอบภาพให้เหมาะสมสวยงาม

2.2.3.3 การกำหนดสี สีส้มบทบาทอย่างมากที่ช่วยเน้นความชัดเจนทำให้สะดุดตา สร้างสรรค์ความสวยงาม การกำหนดสีขึ้นอยู่กับประเภทของงานนั้นๆ ข้อสำคัญที่ควรคำนึง คือ สีนบนตัวภาพ พื้นภาพและตัวอักษรต้องมีความเด่น ชัดเจน เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความชอบที่แตกต่างกัน นักออกแบบจะพยายามใช้สีเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์มากที่สุด

2.2.3.4 การจัดวางตำแหน่ง เป็นการจัดวางโครงสร้างทั้งหมดที่จะกำหนดตำแหน่งขนาดของภาพประกอบ ตำแหน่งของข้อความทั้งหมด และส่วนประกอบอื่นๆที่ปรากฏ ซึ่งต้องคำนึงถึงจุดเด่นที่ควรเน้นความสมดุลต่าง ๆ ความสบายตาในการมอง นักออกแบบต้องให้ความสำคัญต่อทุกๆส่วนที่ปรากฏบนชิ้นงานเท่ากันทั้งหมด ความพอเหมาะพอดีช่วยให้งานออกแบบมีความเชื่อถือน่าสนใจ



ภาพที่ 2.2 ตัวอย่างงานศิลปะกราฟิก

ที่มา : สุขวิทย์ (2558)

#### 2.2.4 ประเด็นสำคัญในการออกแบบกราฟิก

2.2.4.1 ความสวยงาม (Aesthetic) เป็นความพึงพอใจแรกที่สัมผัสได้อันดับแรก มนุษย์เราต่างมีการรับรู้เรื่องความสวยงามและความพึงพอใจได้ไม่เท่ากัน ความงามจึงเป็นประเด็นที่ถกเถียงกันมากและไม่มีกฎเกณฑ์การตัดสินใดๆที่เป็นตัวกำหนดความแน่ชัด แต่ถ้าหากงานที่มีองค์ประกอบที่ดี คนส่วนใหญ่ก็จะมองว่ามีความสวยงาม

2.2.4.2 มีประโยชน์ใช้สอยที่ดี (Function) การมีประโยชน์ใช้สอยที่ดีนั้นเป็นเรื่องสำคัญในการออกแบบทุกประเภท โดยเฉพาะตัวหนังสือที่อยู่ในงานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ตัวหนังสือที่อยู่ในงานจะต้องอ่านง่าย ไม่ต้องเพ่งสายตา ถึงจะเรียกว่าเป็นงานออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยที่ดีได้ เป็นต้น

2.2.6.3 มีแนวคิดในการออกแบบที่ดี (Concept) แนวความคิดในการออกแบบที่ดีนั้นคือหนทางความคิดที่ทำให้งานออกแบบที่ได้ตอบสนองต่อความรู้สึกพึงพอใจ ชื่นชม เรื่องนี้นับว่าเป็นเรื่องที่มีผู้ให้ความสนใจไม่มากนักน้อย



ภาพที่ 2.3 ตัวอย่างงานกราฟิกแบบมีเรื่องราว  
ที่มา : สุขวิทย์ (2558)

#### 2.2.5 ประเภทของงานกราฟิก

การออกแบบงานกราฟิก ย่อมมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่แตกต่างกันไป ลักษณะเฉพาะของงานหรือเงื่อนไขต่าง ๆ ของงาน และวิธีการดำเนินงานต้องสอดคล้องกับปัจจัยทุกด้านในการสร้างงานออกแบบ จึงควรศึกษาถึงองค์ประกอบสำคัญ ๆ หลาย ๆ ด้านแนวทางในการคิดงานกราฟิกจะแปรเปลี่ยนไปตามลักษณะของสื่อหรืองานแต่ละประเภท โดยสามารถจัดหมวดหมู่ ได้ดังนี้

2.2.5.1 งานกราฟิกบนสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ คือ สื่อสำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการหรือองค์กรได้แก่ แผ่นป้ายโฆษณาหรือโปสเตอร์ แผ่นพับ แผ่นปลิว และบัตรเชิญ

2.2.5.2 งานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่หลักคือเป็นตัวแทนสำหรับบรรจุสินค้า มีหลายรูปแบบแตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้า เช่น หีบ ห่อ กล่อง ขวด ลัง กระป๋อง ฯลฯ บรรจุภัณฑ์จะมีขนาดต่าง ๆ ตามขนาดที่บรรจุสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ 3 กลุ่ม คือ

1) บรรจุภัณฑ์สำหรับค้าปลีก มักออกแบบสวยงาม สะดวกในการใช้สอย นำใช้ บางชนิดจะเน้นความสวยงามเป็นพิเศษ จะมีรายละเอียดของสินค้าบรรจุอยู่ภายใน

2) บรรจุภัณฑ์เพื่อการค้าส่ง เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสำหรับบรรจุสินค้าจำนวนมาก ๆ การกำหนดรายละเอียดจะแตกต่างออกไป

3) บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง จะเน้นถึงเรื่องความสะดวก ความปลอดภัย และประหยัด ในการขนส่งการออกแบบหลากหลายของบรรจุภัณฑ์ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขและข้อกำหนดหลายอย่าง นักออกแบบมักจะต้องสร้างภาพลักษณ์ของตัวสินค้าให้เกิดความน่าเชื่อถือ สวยงาม ส่วนการออกแบบหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่มีจุดประสงค์อย่างเดียวกันกับหลากหลายสินค้า แต่มีจุดเด่น คือ เพื่อความสะดวกในการขนส่ง

2.2.5.3 งานกราฟิกบนเครื่องหมายและสัญลักษณ์ คือ เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่สื่อด้วยรูปภาพ เพื่อต้องการสื่อความหมาย และสังเคราะห์ให้เป็นรูปสัญลักษณ์ที่เป็นสิ่งแทนอันสามารถบอกถึงความหมายได้ โดยนักออกแบบต้องออกแบบให้ประณีต คมชัดสื่อ เพื่อสื่อความหมายได้อย่างถูกต้อง

## 2.2.6 องค์ประกอบในการออกแบบกราฟิก ได้แก่

2.2.6.1 ตัวอักษร (Typography)

2.2.6.2 สี (Colour)

2.2.6.3 รูปภาพ (Picture)

### 2.2.6.1 ตัวอักษร (Typography)

#### 1) ตัวอักษร

การใช้ตัวอักษรและตัวพิมพ์ ประชิด ทิณบุตร (2530) กล่าวว่า ตัวอักษรหรือตัวพิมพ์จัดว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของการออกแบบ การออกแบบโดยทั่วไป มีการนำตัวอักษรมาใช้เพื่อการออกแบบเป็น 2 ลักษณะ คือ

- ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนดึงดูดตา มีลักษณะตัวอักษรแบบ (Display face) เพื่อต้องการตกแต่งหรือการเน้นข้อความข่าวสารให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ดูผู้อ่าน ด้วยการใช้ขนาด รูปแบบตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ มีความเด่นเป็นพิเศษ

- ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนบรรยายหรืออธิบายเนื้อหา คือ การใช้ตัวอักษรเป็น (Book face) หรือเป็นตัว Text ที่มีขนาดเล็กในลักษณะของการเรียงพิมพ์ข้อความ เพื่อการบรรยายหรืออธิบายส่วนประกอบปลีกย่อยและเนื้อหาที่สื่อสารเผยแพร่

การประดิษฐ์ตัวอักษร มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดมีรูปแบบอักษรแบบใหม่ให้สอดคล้องกับลักษณะการนำไปใช้งานในโอกาสต่างๆ ให้มีความแปลกใหม่ มีความน่าสนใจการประดิษฐ์ตัวอักษรให้เป็นไปได้ตามความต้องการ ผู้ออกแบบประดิษฐ์อักษรจะต้องมีความเข้าใจถึงพื้นฐานการออกแบบและหลังเบื้องต้นวิธีประดิษฐ์แบบตัวอักษรแต่ละแบบ มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน ผู้ออกแบบทำความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบอักษร การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ประกอบการประดิษฐ์จะช่วยให้คล่องตัวในการออกแบบ งานมีความประณีตขึ้น

หลักการเบื้องต้นในการออกแบบตัวอักษร มีหลักสำคัญที่นักออกแบบจะต้องจดจำไว้เสมอ ได้แก่ การรักษาไว้ซึ่งโครงสร้างเดิมของตัวอักษร หากจะออกแบบประดิษฐ์ให้เป็นรูปลักษณะอย่างใด มีรายละเอียด



อย่างไร มีการตกแต่งให้เป็นแบบใด แต่ต้องคงไว้ถึงโครงสร้างเสมอ การพัฒนารูปแบบให้มีเอกลักษณ์ใหม่จึงจะทำให้ไม่แปรเปลี่ยนความหมายและการสื่อความ นักออกแบบจะต้องมีความเข้าใจในหลักการของภาษาที่กำหนดและดำเนินการออกแบบให้เป็นไปตามกฎกติกาที่กำหนดนั้นด้วย (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2545)

ตัวอักษร เป็นรูปแบบหนึ่งที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกันจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งสะท้อนอารมณ์ เหตุผล ความคิด ความต้องการ ความรู้สึก และตัวอักษรยังสามารถบันทึกรวบรวมความรู้สึกต่างๆ ไว้ได้เป็นระยะเวลายาวนาน (วีชรพงศ์ หงษ์สุวรรณ. 2550)

### ประเภทของตัวอักษร

ลักษณะเด่นชัดของตัวอักษรที่ทำให้รูปลักษณ์หลากหลายรูปแบบ เนื่องมาจากการออกแบบเพื่อให้ความสอดคล้องและเหมาะสมกับลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกัน การประดิษฐ์ให้เกิดรูปแบบตัวอักษรใหม่ ๆ เกิดจากปัจจัยหลายอย่าง ได้แก่ การสร้างเครื่องมือที่ใช้เขียนตัวอักษร การประดิษฐ์ตัวอักษร เพื่อใช้เฉพาะงาน การพัฒนาเทคโนโลยี ทำให้มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จะสนับสนุนให้การออกแบบทำได้สะดวกและมีความประณีตสวยงามมากยิ่งขึ้น

ตัวอักษรภาษาไทย แบ่งได้ตามรูปลักษณ์ที่แตกต่างกันเป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1) ตัวอักษรแบบมาตรฐานหรือแบบราชการ ตัวอักษรแบบนี้มีลักษณะเรียบง่าย มีระเบียบ มีหัวอักษร ที่เรียกว่า เป็นแบบมาตรฐานหรือแบบราชการ เพราะได้รับการรับรองโดยทางราชการมีลักษณะเป็นแบบตัวเรียงพิมพ์ในระบบงานพิมพ์หรือแบบตัวอักษรในเครื่องพิมพ์ดีด ที่มีทั้งแบบตัวธรรมดา ตัวหนา ตัวบาง

2) และตัวเอน มักนิยมใช้ในลักษณะของข้อความรายละเอียดตัวอักษรที่มีขนาดเล็ก เอกสารทางราชการ และงานสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไปรูปลักษณ์ของแบบตัวอักษรประเภทนี้ก็มีมากมายแต่ละรูปแบบจะมีลักษณะและรายละเอียดที่แตกต่างกันไปนักออกแบบอาจประดิษฐ์ให้เกิดจุดเด่นที่หัวตัวอักษรที่หลังคาตัวอักษรที่รูปร่างตัวอักษร หรือที่สัดส่วนของตัวอักษร เป็นต้น

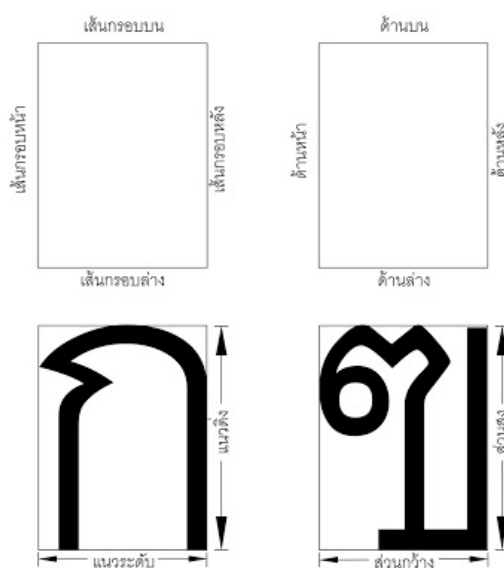
3) ตัวอักษรแบบคัดลายมือหรือตัวเขียน ตัวอักษรประเภทนี้เกิดจากการคัดหรือเขียนด้วยวัสดุหรือปากกาประเภทต่าง ๆ อาจเป็นการเขียนโดยอิสระ หรืออาจมีเครื่องมือประกอบบ้างก็ได้เมื่อต้องการเน้นความประณีต ความแตกต่างของรูปแบบตัวอักษรส่วนหนึ่งจึงเป็นแบบอักษรสำหรับงานเฉพาะกิจความสวยงามของตัวอักษร จึงเกิดความพอดีขององค์ประกอบต่างๆ และความแม่นยำในการเขียนแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะด้วยกัน คือ แบบตัวอาลักษณ์ แบบตัวไทยย่อ แบบตัวรีบับัน และแบบตัวเขียนอิสระหรือตัวเขียนหวัด

4) แบบตัวเขียนอิสระหรือตัวเขียนหวัด เป็นการเขียนด้วยวัสดุต่างๆส่วนมากจะเป็นการเขียน

5) ด้วยปากกา ดินสอหรือวัสดุอื่นโดยอิสระจึงทำให้มีรูปแบบและรูปลักษณ์ของแบบตัวอักษรอย่างหลากหลาย ไม่มีกฎระเบียบที่กำหนดอย่างชัดเจน การประดิษฐ์ตัวอักษรแบบตัวเขียนอิสระต้องการความประณีตใช้หลักการทางศิลปะเป็นข้อพิจารณา เช่น ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบศิลป์ หลักแห่งความสมดุล เป็นต้น ความสวยงามและโดดเด่นของตัวอักษร จึงต้องดูความสัมพันธ์และความสอดคล้องของลักษณะตัวอักษรทั้งข้อความ ตัวเขียนอิสระหรือตัวเขียนหวัด มีรูปลักษณ์ที่แตกต่างกันไปตามลักษณะการเลือกใช้วัสดุเขียนลักษณะลายมือ ข้อควรระวังการเขียนตัวอักษรแบบนี้ คือ ลีลาการเขียนแต่ละตัว แต่ละข้อความต้องเน้นลักษณะที่อ่าน

ง่าย ไม่ยุ่งเหยิงเกินไป เนื่องจากการวัดทางอักษร ตัวอักษรแบบนี้นิยมเขียนหัวเรื่อง เช่น หัวคอลัมน์ หัวเรื่อง นวนิยาย หัวเรื่องปกหนังสือ ใช้เขียนแสดงข้อความสั้นๆ ได้แก่ คำบรรยายประกอบภาพ ข้อความสื่อโฆษณา

6) ตัวอักษรแบบประดิษฐ์ บางครั้งเรียกว่า อักษรแฟนซี เป็นการสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อใช้งานโดยเฉพาะเน้นรูปแบบที่แตกต่างจากแบบทั่วไป แต่มีเค้าโครงสร้างตัวอักษรตามโครงสร้างเดิม การประดิษฐ์รูปแบบตัวอักษรจึงไม่มีกฎใดๆที่แน่นอนอน อาจมีหัวตัวอักษรหรือไม่ก็ได้ เป็นการเน้นขอบหรือเป็นการใส่ลวดลายลงบนตัวอักษรหรือใส่เงาตัวอักษร การเน้นเส้นหนาบาง ฯลฯ การประดิษฐ์จะเน้นให้เกิดความดึงดูดใจ น่าสนใจ และประทับใจ ตัวอักษรแบบประดิษฐ์ นิยมนำไปใช้ในงานหัวเรื่อง ชื่อหนังสือ ชื่อสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ หัวเรื่องงานโฆษณา หัวเรื่องป้ายนิเทศและป้ายโฆษณา เป็นต้น



ภาพที่ 2.4 กรอบของตัวอักษร

ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2545)

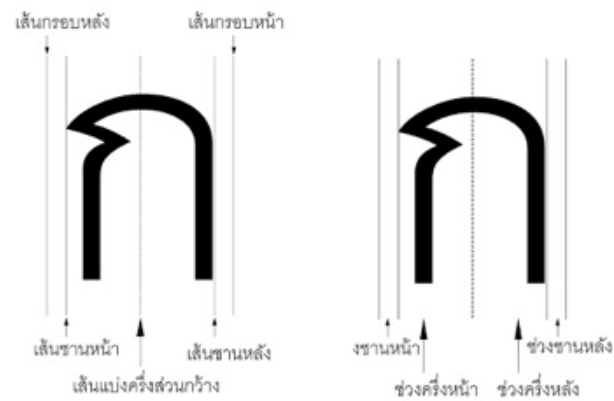
#### กรอบของตัวอักษร

ตัวอักษรไทยแต่ละตัวมีรูปแบบโครงสร้างอยู่ในกรอบสี่เหลี่ยมภายในเส้นที่สมมุติขึ้น เรียกว่า เส้นกรอบ ได้แก่ เส้นกรอบบน เส้นกรอบล่าง เส้นกรอบหน้า และเส้นกรอบหลัง

ตัวอักษรไทยแต่ละตัวมีด้าน 4 ด้าน ด้านบน ด้านล่าง ด้านหน้า และด้านหลัง

แนวที่ทอดไปตามส่วนสูง เรียกว่า แนวตั้ง

ระยะที่ทอดไปตามเส้นกรอบหน้าและเส้นกรอบหลังตามแนวตั้ง เรียกว่า ส่วนสูง



ภาพที่ 2.5 ความกว้างของตัวอักษร

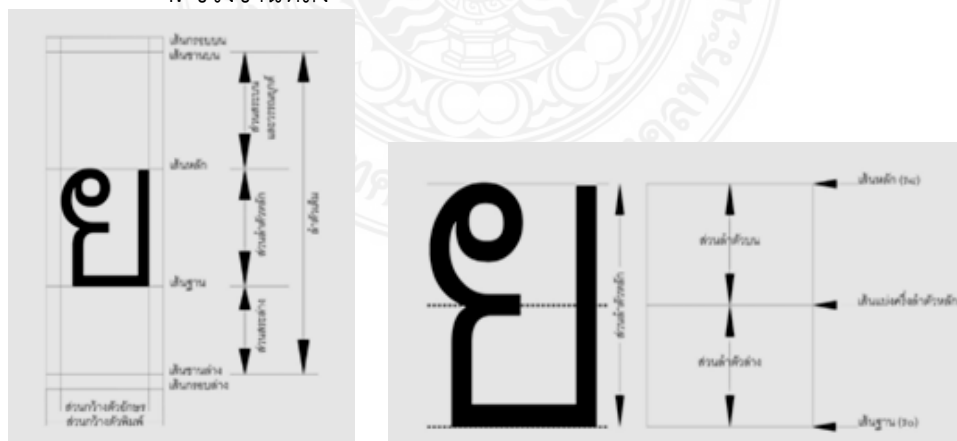
ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2545)

เส้นกำหนดส่วนกว้างของตัวอักษร โดยเรียงลำดับจากด้านหน้าไปด้านหลัง ดังนี้

1. เส้นกรอบหน้า
2. เส้นแกนหน้า
3. เส้นแบ่งครึ่งส่วนกว้าง
4. เส้นแกนหลัง
5. เส้นกรอบหลัง

ความกว้างของตัวอักษรแบ่งออกเป็นช่วงต่างๆ เรียงลำดับจากด้านหน้าไปด้านหลัง ดังนี้

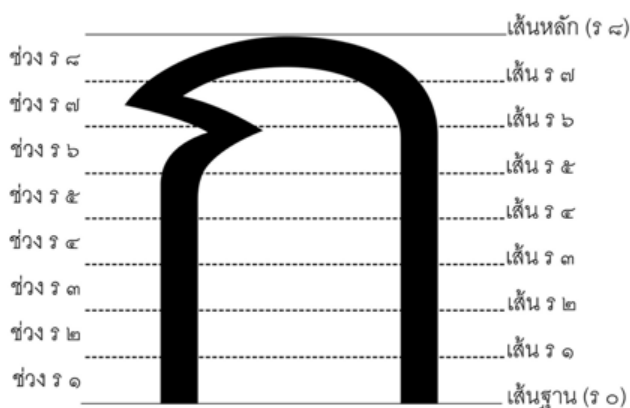
1. ช่วงแกนหน้า
2. ช่วงครึ่งหน้า
3. ช่วงครึ่งหลัง
4. ช่วงแกนหลัง



ภาพที่ 2.6 ความสูงของตัวอักษร

ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2545)

เส้นลำดับหลักแบ่งออกเป็น 2 ส่วนเท่าๆกัน ตามแนวระดับให้ส่วนที่อยู่ระหว่างเส้นหลักกับเส้นแบ่งครึ่งลำดับหลักเป็นส่วนลำดับบนและส่วนที่อยู่ระหว่างเส้นแบ่งครึ่งลำดับหลักกับเส้นฐานเป็นส่วนลำดับล่าง



ภาพที่ 2.7 การแบ่งส่วนสูงตัวพิมพ์

ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2545)

#### การแบ่งส่วนสูงตัวพิมพ์

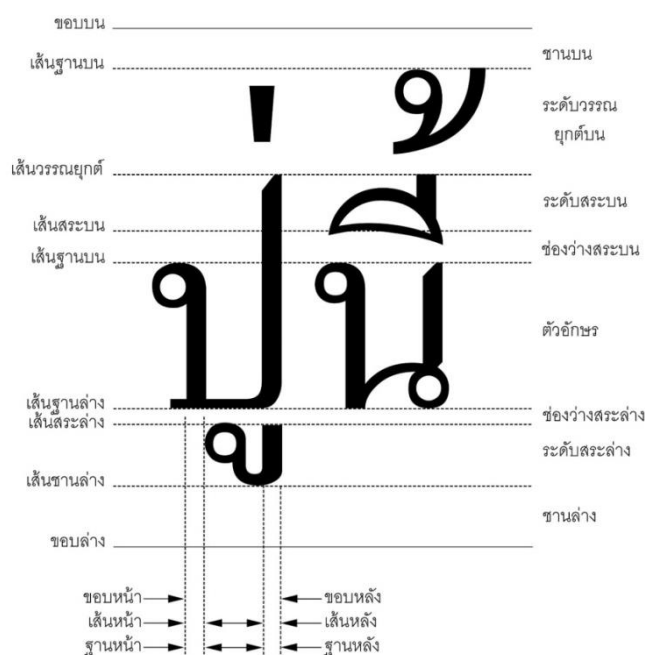
การแบ่งส่วนสูงตัวพิมพ์ตามแนวระดับ โดยแบ่งจากเส้นหลักขึ้นไปด้านบนจนถึงเส้นกรอบบน โดยให้ระยะห่างของเส้นแต่ละเส้นเท่ากับหนึ่งหน่วยอักษร กำหนดให้เป็นเส้น ร๙, ร๑๐, ร๑๑ ไปตามลำดับ จนจดเส้นกรอบบนและให้แบ่งในลักษณะเดียวกันจากเส้นฐานลงมาจนถึงเส้นกรอบล่าง กำหนดให้เป็นเส้น ร-๑, ร-๒, ร-๓ ไปตามลำดับจนถึงเส้นกรอบล่าง

กำหนดให้ระยะห่างระหว่างเส้น ร๘ ถึงเส้น ร๙ เป็นช่วง ร๙ ระยะห่างระหว่างเส้น ร๙ ถึงเส้น ร๑๐ เป็นช่วง ร๑๐ ไปตามลำดับ และระยะห่างระหว่างเส้น ร๐ ถึงเส้น ร-๑ เป็นช่วง ร-๑ ระยะห่างระหว่างเส้น ร-๑ ถึงเส้น ร-๒ เป็นช่วง ร-๒ ตามลำดับ

ส่วนลำดับหลักของตัวอักษร คือ ระยะระหว่างเส้นฐานถึงเส้นหลัก แบ่งออกตามแนวระดับเป็น 8 ส่วนเท่าๆกัน เรียกว่า “หนึ่งหน่วยอักษร” โดยมีเส้นแบ่งระดับหรือเรียกย่อว่าเส้น “ร” ดังนี้

- 1) เส้น ร๐ เป็นเส้นฐาน
- 2) เส้น ร๑
- 3) เส้น ร๒
- 4) เส้น ร๓
- 5) เส้น ร๔ เป็นเส้นแบ่งครึ่งลำดับหลัก
- 6) เส้น ร๕
- 7) เส้น ร๖
- 8) เส้น ร๗
- 9) เส้น ร๘ เป็นเส้นหลัก

กำหนดให้ระยะห่างระหว่างเส้น ร๐ ถึงเส้น ร๑ เป็นช่วง ร๑ ระยะห่างระหว่างเส้น ร๑ ถึง ร๒ เป็นช่วง ร๒ ไปตามลำดับจนถึงช่วง ร๘



ภาพที่ 2.8 ชื่อเรียกและขอบเขตตัวอักษร

ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2545)

### สัดส่วนและโครงสร้างตัวอักษร

การออกแบบตัวอักษร ให้ความสวยงามต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องสัดส่วนและโครงสร้างตัวอักษร สัดส่วนตัวอักษรจะมีความสัมพันธ์กับโครงสร้างตัวอักษรอย่างแน่นแฟ้น ก่อนเริ่มต้นออกแบบตัวอักษร ควรเขียนรูปร่างเค้าโครงตัวอักษรก่อนเสมอ เพื่อให้เห็นรูปร่างและสัดส่วนในภาพรวมเสียก่อน ในขั้นตอนนี้ผู้ออกแบบสามารถที่จะปรับแต่งสัดส่วนและรูปร่างให้ได้ตามความต้องการ ความพอดีของเค้าโครงตัวอักษร และรูปร่างจะมีผลทำให้สามารถอ่านตัวหนังสือได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่นักออกแบบจะต้องระลึกไว้อยู่เสมอ ในการจัดเค้าโครงร่างตัวอักษรนอกจากจะต้องพิจารณาเรื่องสัดส่วนแล้ว ยังต้องศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ว่างภายในและภายนอกตัวอักษรด้วย เกี่ยวกับเรื่องนี้ส่วนใหญ่ นักออกแบบไม่ค่อยเข้าใจเรื่องนี้จึงไม่ได้เน้นเรื่องพื้นที่ว่างภายในตัวอักษร มักจะเน้นเฉพาะเรื่องเส้นตัวอักษรเสียมากกว่า จึงมีผลทำให้รูปตัวอักษรโดยรวม ไม่สม่ำเสมอ แน่นไปบ้างหรืออว้างมากเกินไป การออกแบบให้ตัวอักษรจึงต้องเน้นภาพโดยรวมของตัวอักษรทุกรูปแบบ ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นๆ เพื่อให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ในการออกแบบจึงควรได้ทำความเข้าใจสิ่งต่อไปนี้

- 1) สัดส่วนเกี่ยวกับตัวอักษร
- 2) โครงสร้างตัวอักษร
- 3) ขนาดของตัวอักษร

- 4) พื้นที่ว่างภายในและภายในตัวอักษร
- 5) ลักษณะของเส้นอักษร
- 6) หัวของตัวอักษร
- 7) ลักษณะของเชิง
- 8) ช่องไฟ
- 9) สัดส่วนเกี่ยวกับตัวอักษร

สัดส่วนที่จะกล่าวถึง หมายถึง สัดส่วนของความกว้างและความสูงของตัวอักษร จะต้องสัมพันธ์กับรูปแบบตัวอักษรที่ออกแบบในแต่ละตัว สัดส่วนของอักษรทุกตัวจะต้องสัมพันธ์กันมิได้หมายถึงจะต้องให้เท่ากันหมด แต่ต้องไม่ขัดแย้งกันจนเกินไป จุดที่จะต้องเน้นในที่นี้ คือ ความสัมพันธ์ของขนาดสัดส่วนระหว่างตัวอักษร คือ การได้ส่วนกันของความกว้างและความสูงของตัวอักษรเกือบทุกตัวต้องเป็นไปอย่างได้ส่วนกันเสมอ

### โครงสร้างตัวอักษร

ก่อนจะทำการออกแบบทุกครั้ง ต้องพิจารณาลักษณะของโครงสร้างตัวอักษรเสมอการศึกษาหาความถึงลักษณะโดยรวมของตัวอักษรที่จะเห็นส่วนประกอบของเส้นที่ประกอบกันเป็นตัวอักษร ผู้ออกแบบจะต้องจัดกลุ่มตัวอักษร ที่มีลักษณะคล้ายกันแบ่งให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อจะได้เขียนหรือกำหนดให้โครงสร้างนั้นมีขนาดที่สม่ำเสมอ และทำการออกแบบให้รายละเอียดโครงสร้างตัวอักษรทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันโดยตลอด

### ขนาดของตัวอักษร

ขนาดของตัวอักษรไทย ไม่เท่ากันบางตัวกว้างบางตัวแคบ นอกจากจะแบ่งตัวอักษรตามสัดส่วนแล้ว อาจแบ่งตัวอักษรตามขนาดความกว้างเป็นพวก ๆ ได้ดังนี้

- 1) อักษรที่มีขนาดเท่ากัน ซึ่งมีมากที่สุด เรียกว่าอักษร "ตัวเต็ม" ได้แก่อักษร ก ค คง จ ช ซ
- 2) อักษรที่มีขนาดโตกว่าปกติ มีอยู่ไม่มากนัก ซึ่งมีขนาดโตกว่าพวกแรกไปครึ่งตัว เรียกว่าอักษร "ตัวครึ่ง" ได้แก่ ณ ญ ฒ ฒ
- 3) ตัวอักษรที่มีลักษณะบางพิเศษ เรียกว่า "ครึ่งตัว" ได้แก่ เ โ ไ ใ ะ

### พื้นที่ว่างภายในและภายในตัวอักษร

จะเห็นได้ว่าตัวอักษรทุกตัวจะต้องมีพื้นที่ว่างภายในและพื้นที่ว่างรอบนอกตัวอักษรเสมอ พื้นที่ว่างภายในตัวอักษรจะมีผลให้เกิดความสวยงามมากน้อยของแต่ละตัวอักษร ส่วนพื้นที่ว่างรอบนอกก็จะมีผลต่อการเห็นรูปร่างของตัวอักษรแต่ละตัวเช่นกัน รวมทั้งผลกระทบทั้งในแง่บวกและแง่ลบเสมอ เมื่อต้องนำมารวมกันตัวอักษรอื่นเพื่อให้เป็นคำหรือข้อความ

**ลักษณะของเส้นอักษร** ได้แก่ ความหนาบางของเส้น ตัวอักษรบางแบบอาจเป็นเส้นหนา บางแบบอาจเป็นเส้นบาง หรืออาจจะเป็นลักษณะเส้นหนาบางรวมกัน นอกจากนี้ยังรวมถึงลักษณะของเส้นในแนวตั้ง แนวราบ แนวเฉียง หรือเส้นโค้งด้วยการออกแบบต้องกำหนดให้เส้นอักษรทุกตัวเป็นไปในลักษณะเดียวกัน เช่น หนาเท่ากันหมด บางเท่ากันทุกตัว หรือเส้นแนวตั้งเป็นแบบเส้นหนา เส้นแนวราบต้องเป็นเส้นบาง เป็นต้น

### หัวของตัวอักษร

โดยเฉพาะการออกแบบตัวอักษรไทย ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะแบบมีหัวทั้งสิ้น หากกำหนดให้เป็น

แบบอย่างใดก็จะต้องเป็นแบบอย่างเดียวกันตลอด การออกแบบตัวอักษรต้องให้มีความสอดคล้องกับรูปแบบโดยรวมของตัวอักษรด้วย มิฉะนั้นจะดูขัดแย้งกับความรู้สึกเสมอแบบตัวอักษรอาจเป็นแบบกลม แบบเหลี่ยม มีลักษณะโปร่งหรือแบบหัวตัด (สำหรับตัวอักษรริบบิ้น) เป็นต้น การกำหนดตำแหน่งและขนาดของหัวตัวอักษรต้องเท่ากันและตำแหน่งเดียวกันสำหรับอักษรที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันหรือลักษณะคล้ายกัน

ลักษณะของเชิงตัวอักษรโรมันบางแบบจะมีเชิง หรือ Serif ในการออกแบบให้เกิดรูปแบบใหม่ ๆ อาจกำหนดให้เชิงเป็นลักษณะอย่างไรก็ได้ แต่เมื่อกำหนดให้เป็นอย่างไรก็ต้องให้เหมือนกันทุกตัวอักษร การออกแบบตัวอักษรไทยเพื่อใช้ร่วมกับตัวอักษรโรมันในภาษาอังกฤษก็สามารถออกแบบให้ตัวอักษรมีเชิงได้อย่างสวยงามได้เช่นกัน

### ช่องไฟ

ช่องไฟของตัวอักษร เป็นสิ่งสำคัญมากในการออกแบบตัวอักษร ผู้ออกแบบต้องเข้าใจเรื่องช่องไฟ เพราะการเว้นระยะช่องไฟที่เหมาะสม จะช่วยให้คำหรือข้อความที่เขียนสวยงาม อ่านง่าย ดูสบายตา น่าอ่าน การจัดช่องไฟของตัวอักษรมีแนวการจัดอยู่ 2 ประการ คือ

1) ระยะช่องไฟระหว่างตัวอักษร เป็นการกำหนดระยะช่องไฟ ระหว่างตัวอักษรและตัวที่ ต้องมีระยะห่างกันพองามไม่ติดกันหรือห่างกันจนเกินไป การเว้นระยะช่องไฟแต่ละตัวไม่ควรกำหนดว่าจะต้องห่างกันเท่าไร เพราะว่าตัวอักษรแต่ละตัวจะมีลักษณะที่แตกต่างกันเสมอ ควรจัดระยะช่องไฟโดยคำนึงถึง ปริมาตรที่มีความสมดุลโดยประมาณในระหว่างตัวอักษร

2) ระยะช่องไฟระหว่างบรรทัด การเว้นระยะระหว่างบรรทัด มีจุดประสงค์เพื่อให้อ่านง่ายและดูสวยงาม หลักสำคัญในการกำหนดระยะระหว่างบรรทัด คือ วัตรยะจากตัวอักษรต่ำสุดของแถวบน กับตัวอักษรสูงสุดของแถวล่างให้ระยะห่างพอสมควร เมื่อจัดวางตัวอักษรทั้งสองแถวแล้วอักษรต้องไม่ซ้อนทับกัน

### 2.2.6.2 สี (COLOUR)

#### 1) ประวัติความเป็นมาของสี

มนุษย์เริ่มมีการใช้สีตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ มีทั้งการเขียนสีลงบนผนังถ้ำ ผืนหิน บนพื้นผิว เครื่องปั้นดินเผา และที่อื่นๆ ภาพเขียนสีบนผนังถ้ำเริ่มทำตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ในทวีปยุโรป ก่อนสมัยประวัติศาสตร์ในสมัยหินเก่าตอนปลาย ภาพเขียนสีที่มีชื่อเสียงในยุคนี้พบที่ประเทศฝรั่งเศสและประเทศสเปน ส่วนในประเทศไทย กรมศิลปากรสำรวจพบภาพเขียนสีสมัยก่อนประวัติศาสตร์บนผนังถ้ำและเพิงหินในที่ต่างๆ จะมีอายุระหว่าง 1500-4000 ปี เป็นสมัยหินใหม่และยุคโลหะได้ค้นพบตั้งแต่ปี พ.ศ. 2465 ครั้งแรกพบบนผนังถ้ำในอ่าวพังงา ต่อมาก็ค้นพบอีกซึ่งมีอยู่ทั่วไป เช่น จังหวัดกาญจนบุรีอุทัยธานี เป็นต้นสีที่เขียนบนผนังถ้ำส่วนใหญ่เป็นสีแดง นอกนั้นจะมีสีส้ม สีเลือดหมู สีเหลือง สีน้ำตาลและสีดำสีบนเครื่องปั้นดินเผา ได้ค้นพบการเขียนลายครั้งแรกที่บ้านเชียงจังหวัดอุดรธานี เมื่อปี พ.ศ. 2510สีที่เขียนเป็นสีแดงเป็นรูปลายก้านขดจิตรกรรมฝาผนังตามวัดต่างๆสมัยสุโขทัยและอยุธยาหลักฐานว่าใช้สีในการเขียนภาพหลายสี แต่ก็อยู่ในวงจำกัดเพียง 4 สี คือ สีดำ สีขาว สีดินแดง และสีเหลืองในสมัยโบราณนั้น ช่างเขียนจะเอาวัตถุต่างๆในธรรมชาติมาใช้เป็นสีสำหรับเขียนภาพ เช่น ดินหรือหินขาวใช้ทำสีขาว สีดำก็เอามาจากเขม่าไฟ หรือจากตัวหมึกจีน เป็นชาติแรกที่พยายามค้นคว้าเรื่องสีธรรมชาติได้มากกว่าชาติอื่นๆ คือ ใช้หินนำมาบดเป็นสีต่างๆ สีเหลืองนำมาจากยางไม้ รงหรือรง

ทอง สีครามก็นำมาจากต้นไม้ส่วนใหญ่แล้วการค้นคว้าเรื่องสีก็เพื่อที่จะนำมาใช้ย้อมผ้าต่างๆ ไม่นิยมเขียนภาพ เพราะเงินมีคติในการเขียนภาพเพียงสีเดียว คือ สีดำโดยใช้หมึกจีนเขียน

## 2) ความรู้เกี่ยวกับสี

สี (COLOUR) หมายถึง ลักษณะการกระทบต่อสายตาให้เห็นเป็นสีมีผลถึงจิตวิทยา คือ มีอำนาจให้เกิดความเข้มของแสงที่อารมณ์และความรู้สึกได้การที่ได้เห็นสีจากสายตา สายตาจะส่งความรู้สึกไปยังสมองทำให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ ตามอิทธิพลของสี เช่น สดชื่น ร้อน หนาว ตื่นเต้น เศร้า สี จึงมีความหมายอย่างมากเพราะศิลปินต้องการใช้สีเป็นสื่อสร้างความประทับใจในผลงานของศิลปะและสะท้อนความประทับใจนั้นให้บังเกิดแก่ผู้ดูมนุษย์เกี่ยวข้องกับสีต่างๆอยู่ตลอดเวลา เพราะทุกสิ่งที่อยู่รอบตัวนั้นล้วนแต่มีสีอันแตกต่างกันมากมาย สี มีหลักวิชาเป็นวิทยาศาสตร์จึงควรทำความเข้าใจวิทยาศาสตร์ของสี ให้ได้บรรลุผลสำเร็จในงานมากขึ้น ถ้าได้ศึกษาเรื่องสีดีพอแล้วงานศิลปะก็จะประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

### คำจำกัดความของสี

1. แสงที่มีความถี่ของคลื่นในขนาดที่ตามนุษย์สามารถรับสัมผัสได้
2. แม่สีที่เป็นวัตถุ (PIGMENTARY PRIMARY) ประกอบด้วย แดง เหลือง น้ำเงิน
3. สีที่เกิดจากการผสมของแม่สี

### คุณลักษณะของสี

สีแท้ (HUE) คือ สีที่ยังไม่ถูกสีอื่นเข้าผสม เป็นลักษณะของสีแท้ที่มีความสะอาดสดใส เช่น แดง เหลือง น้ำเงิน เป็นต้น

สีอ่อนหรือสีจาง (TINT) ใช้เรียกสีแท้ที่ถูกผสมด้วยสีขาว เช่น สีเทา, สีชมพู เป็นต้น

สีแก่ (SHADE) ใช้เรียกสีแท้ที่ถูกผสมด้วยสีดำ เช่น สีน้ำตาล เป็นต้น

**สี สามารถแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ สีธรรมชาติและสีที่มนุษย์สร้างขึ้น**

สีธรรมชาติ เป็นสีที่เกิดขึ้นเองธรรมชาติ เช่น สีของแสงอาทิตย์ สีของท้องฟ้ายามเช้า เย็น สีของรุ่งกีนน้ำ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเองธรรมชาติ ตลอดจนถึงของ ดอกไม้ ต้นไม้ พื้นดิน ท้องฟ้า น้ำทะเล

สีที่มนุษย์สร้างขึ้น หรือได้สังเคราะห์ขึ้น เช่น สีวิทยาศาสตร์ มนุษย์ได้ทดลองจากแสงต่างๆ เช่น ไฟฟ้า นำมาผสมโดยการทอแสงประสานกัน นำมาใช้ประโยชน์ในด้านการละคร การจัดฉากเวที โทรทัศน์ การตกแต่งสถานที่

### แม่สี

สีต่างๆนั้นมีอยู่มากมายแหล่งกำเนิดของสีและวิธีการผสมของสีตลอดจนรู้สีที่มีต่อสีของมนุษย์แต่ละกลุ่มย่อมไม่เหมือนกันสีต่างๆที่ปรากฏนั้นย่อมเกิดขึ้นจากแม่สีในลักษณะที่แตกต่างกันตามชนิดและประเภทของสีนั้นแม่สี คือ สีที่นำมาผสมกันแล้วทำให้เกิดสีใหม่ที่มีลักษณะแตกต่างไปจากสีเดิม

แม่สี มีอยู่ 2 ชนิด คือ

1) แม่สีของแสง เกิดจากการหักเหของแสงผ่านแท่งแก้วปริซึม มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน อยู่ในรูปของแสงรังสี ซึ่งเป็นพลังงานชนิดเดียวที่มีสี คุณสมบัติของแสงสามารถนำมาใช้ในการถ่ายภาพ โทรทัศน์ การจัดแสงสีในการแสดงต่าง ๆ เป็นต้น



2) แม่สีวัตถุธาตุ เป็นสีที่ได้มาจากธรรมชาติและจากการสังเคราะห์ โดยกระบวนการทางเคมี มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน แม่สีวัตถุธาตุเป็นแม่สีที่นำมาใช้งานกันอย่างกว้างขวางในวงการศิลปะ วงการอุตสาหกรรม ฯลฯแม่สีวัตถุธาตุ เมื่อนำมาผสมกันตามหลักเกณฑ์ จะทำให้เกิดวงจรสี ซึ่งเป็นวงสีธรรมชาติ เกิดจากการผสมกันของแม่สีวัตถุธาตุเป็นสีหลักที่ใช้งานกันทั่วไปในวงจรสีจะแสดงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

#### วงจรสี (Colour Circle)

สีขั้นที่ 1 คือ แม่สี ได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน

สีขั้นที่ 2 คือ สีที่เกิดจากสีขั้นที่ 1 หรือแม่สีผสมกันในอัตราส่วนที่เท่ากันจะทำให้เกิดสีใหม่ 3 สี ได้แก่

สีแดง ผสมกับสีเหลือง ได้สีส้ม

สีแดง ผสมกับสีน้ำเงิน ได้สีม่วง

สีเหลือง ผสมกับสีน้ำเงิน ได้สีเขียว

สีขั้นที่ 3 คือ สีที่เกิดจากสีขั้นที่ 1 ผสมกับสีขั้นที่ 2 ในอัตราส่วนที่เท่ากัน จะได้สีอื่น ๆ

อีก 6 สี คือ

สีแดง ผสมกับสีส้ม ได้สีส้มแดง

สีแดง ผสมกับสีม่วง ได้สีม่วงแดง

สีเหลือง ผสมกับสีเขียว ได้สีเขียวเหลือง

สีน้ำเงิน ผสมกับสีเขียว ได้สีเขียวน้ำเงิน

สีน้ำเงิน ผสมกับสีม่วง ได้สีม่วงน้ำเงิน

สีเหลือง ผสมกับสีส้ม ได้สีส้มเหลือง

วรรณะของสี ในวงจรสีจะมีสีวรรณะร้อน และสีวรรณะเย็น ซึ่งแบ่งที่สีม่วงกับสีเหลือง ซึ่งเป็นได้ทั้ง 2 วรรณะ คือ

1) วรรณะร้อน (Warm Tone) ซึ่งประกอบด้วย สีเหลือง สีส้ม สีแดง สีม่วง สีเหล่านี้ให้อิทธิพลต่อความรู้สึก ตื่นเต้น เร้าใจ กระฉับกระเฉง ถือว่าเป็นวรรณะร้อน

2) วรรณะเย็น (Cool Tone) ประกอบด้วย สีเหลือง สีเขียว สีน้ำเงิน สีม่วง สีเหล่านี้ให้ความรู้สึก เย็นตา สงบ สดชื่น (สีเหลืองกับสีม่วงอยู่ได้ทั้งสองวรรณะ) การใช้สีแต่ละครั้งควรใช้สีวรรณะเดียวในภาพทั้งหมด เพราะจะทำให้ภาพความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

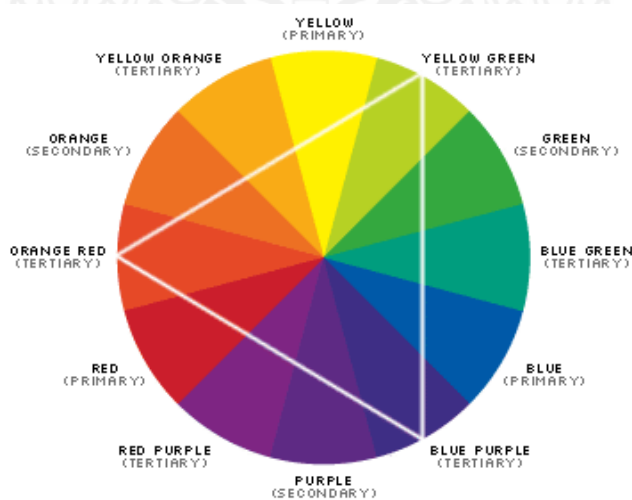


ภาพที่ 2.9 วรรณะสี

ที่มา : ส่งเดช (2557)

สีตรงข้ามหรือสีตัดกัน หรือสีคู่ปฏิปักษ์ เป็นสีที่มีค่าความเข้มของสี ตัดกันอย่างรุนแรง ในทางปฏิบัติไม่นิยมนำมาใช้ร่วมกัน เพราะจะทำให้แต่ละสีไม่สดใสเท่าที่ควรการนำสีตรงข้ามกันมาใช้ร่วมกัน อาจกระทำได้ดังนี้

1. มีพื้นที่ของสีหนึ่งมาก อีกสีหนึ่งน้อย
2. ผสมสีอื่นๆ ลงไปสีใดสีหนึ่ง หรือทั้งสองสี
3. ผสมสีตรงข้ามลงไปในสีทั้งสองสี



ภาพที่ 2.10 สีคู่ตรงข้าม

ที่มา : NovaBizz (2005)

สีกลาง คือ สีที่เข้าได้กับสีทุกสี สีกลางในวงจรสี มี 2 สี คือ สีน้ำตาล กับ สีเทา สีน้ำตาล เกิด

จากสีตรงข้ามกันในวงจรสีผสมกัน ในอัตราส่วนที่เท่ากัน สีน้ำตาลมีคุณสมบัติสำคัญ คือ ใช้ผสมกับสีอื่นแล้วจะทำให้สีนั้น ๆ เข้มขึ้น โดยไม่เปลี่ยนแปลงค่าสี ถ้าผสมมาก ๆ เขาก็จะกลายเป็นสีน้ำตาลสีเทา เกิดจากสีทุกสี ๆ สีในวงจรสีผสมกัน ในอัตราส่วนเท่ากัน สีเทา มีคุณสมบัติที่สำคัญ คือ ใช้ผสมกับสีอื่น ๆ แล้วจะทำให้มีดหม่นใช้ในส่วนที่เป็นเงา

### แม่สีวัตถุธาตุ

แม่สีวัตถุธาตุ หมายถึง วัตถุที่มีสีอยู่ในตัวสามารถนำมาระบาย ทา ย้อม และผสมได้เพราะมีเนื้อสีและสีเหมือนตัวเอง เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า แม่สีของช่างเขียนสีต่างๆจะเกิดขึ้นมาอีกมากด้วยการผสมของแม่สีซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 3 สีคือแดง (CRIMSON LEKE) เหลือง (GAMBOGE TINT) น้ำเงิน (PRUSSIAN BLUE)

สีแดง (CRIMSON LAKE) สะท้อนรังสีของสีแดงออกมาแล้วดึงดูดเอาสีน้ำเงินกับสีเหลืองซึ่งต่างผสมกันในตัวแล้วกลายเป็นสีเขียว อันเป็นคู่สีของสีแดง

สีเหลือง (GAMBOGE YELLOW) สะท้อนรังสีของสีเหลืองออกมาแล้วดึงดูดเอาสีแดงกับสีน้ำเงินซึ่งผสมกันในตัวแล้วกลายเป็นสีม่วง อันเป็นคู่สีของสีเหลือง

สีน้ำเงิน (PRESSION BLUE) สะท้อนรังสีของสีน้ำเงินออกมาแล้วดึงดูดเอาสีแดงกับสีเหลืองเข้ามาแล้วผสมกันก็จะกลายเป็นสีส้ม ซึ่งเป็นคู่สีของสีน้ำเงิน

### 3) จิตวิทยาและความหมายของสี

#### ตาราง 2.1 จิตวิทยาและความหมายของสี

ชื่อสี	ความหมาย-อารมณ์
Yellow-Green	การเจ็บป่วย – ความอิจฉา – ซ้ำลาด – การแตกแยก
Yellow	ความสุข – พลังงาน – ความเจริญ – การเรียนรู้ – การสร้างสรรค์
White	ความบริสุทธิ์ – ความดี – ความดีพร้อม – ความเงียบสงบ – ความยุติธรรม
Red	พลัง – อันตราย – สงคราม – อำนาจ
Purple	ความหยิ่งรู้ – ความทะเยอทะยาน – ความก้าวหน้า – ความสง่างาม – อำนาจ
Pink	เป็นมิตร – ความรัก – ความโรแมนติก – ความเคารพ
Orange	กำลัง – ความมีโชค – พลังชีวิต – การให้กำลังใจ – ความสุข
Light Yellow	ปัญญา – ความฉลาด
Light Red	ความรู้สึที่ดีใจ – เรื่องทางเพศรส – ความรู้สึกของความรัก
Light Purple	เรื่องรักใคร่ – ความสงบ –
Light Green	ความกลมกลืน – ความสงบ – สันติภาพ
Light Blue	การหยิ่งรู้ – โอกาส – ความเข้าใจ – ความอดทน – ความอ่อนโยน
Green	ความอุดมสมบูรณ์ – การเติบโต – การกลับมาของมิตรภาพ

Gold	สติปัญญา – ความร่ำรวย – ความสว่าง – ความสำเร็จ – โชคลาภ
Dark Yellow	การตกเตือน – การเจ็บป่วย – ความเสื่อม – ความอิจฉา
Dark Red	ความโกรธ – ความรุนแรง – ความกล้าหาญ – กำลังใจ
Dark Purple	ความสูงส่ง – ความปรารถนาอันแรงกล้า – ความทรูหรา
Dark Green	ความทะเยอทะยาน – ความโลภ – ความริษยา
Dark Blue	ความจริง – สัจธรรม – อำนาจ – ความรู้ – ความซื่อสัตย์ – การป้องกัน
Brown	ความอดทน – ความมั่นคง
Blue	สุขภาพ – ความเชื่อถือ – ไหวพริบ – จงรักภักดี – ความเลื่อมใส
Black	ความลึกลับ – ความตาย – อำนาจ – พลัง – ความแรง – สิ่งชั่วร้าย
Aqua	การป้องกัน – สุขภาพ

#### 4) จิตวิทยาสีกับความรูสึก (Psychology of Colour)

ในด้านจิตวิทยาสี เป็นตัวกระตุ้นความรู้สึกและมีผลต่อจิตใจของมนุษย์ สีต่างๆ จะให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงมักใช้สี เพื่อสื่อความรู้สึกและความหมายต่าง ๆ ได้แก่

สีแดง	ให้ความรู้สึกเร้าร้อน รุนแรง อันตราย ตื่นเต้น
สีเหลือง	ให้ความรู้สึก สว่าง อบอุ่น แจ่มแจ้ง ร่าเริง ศรัทธา มั่งคั่ง
สีเขียว	ให้ความรู้สึก สดใส สดชื่น เย็น ปลอดภัย สบายตา มุ่งหวัง
สีฟ้า	ให้ความรู้สึก ปลอดภัย แจ่มใส กว้าง ปรารถนา
สีม่วง	ให้ความรู้สึก เศร้า หม่นหมอง ลึกลับ
สีดำ	ให้ความรู้สึก มีดมืด เศร้า น่ากลัว หนักแน่น
สีขาว	ให้ความรู้สึก บริสุทธิ์ ผุดผ่อง ว่างเปล่า จืดชืด
สีแสด	ให้ความรู้สึก สดใส ร้อนแรง เจิดจ้า มีพลัง อำนาจ
สีเทา	ให้ความรู้สึก เศร้า เจ็บขริม สงบ แก่ชรา
สีน้ำเงิน	ให้ความรู้สึก เจ็บขริม สงบสุข จริงจัง มีสมาธิ
สีน้ำตาล	ให้ความรู้สึก แห้งแล้ง ไม่สดชื่น น่าเบื่อ
สีชมพู	ให้ความรู้สึก อ่อนหวาน เป็นผู้หญิง ประณีต ร่าเริง
สีทอง	ให้ความรู้สึก มั่งคั่ง อุดมสมบูรณ์

#### 2.2.6.3 รูปภาพ (Picture)

รูปภาพและส่วนประกอบการตกแต่งภาพ ที่ต้องการเน้นให้เกิดคุณค่าทางความงาม ซึ่งจะทำให้หน้าที่ในการถ่ายทอดจินตนาการออกมาเป็นรูปแบบ และนำเสนอแนวคิดให้เป็นรูปธรรมตามความคิดของตน เพื่อต้องการให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสารมากที่สุดงานออกแบบที่ดีควรนำภาพมาใช้ให้เหมาะสมกับ

โอกาสและหน้าที่อย่างกลมกลืน คือ

- 1) เมื่อต้องการดึงดูดความสนใจ
- 2) เมื่อต้องการใช้ประกอบการอธิบายความรู้
- 3) เมื่อต้องการคำอธิบายความคิดรวบยอด
- 4) เมื่อต้องการอ้างอิงสิ่งที่ปรากฏขึ้นจริง
- 5) เมื่อต้องการใช้ประกอบข้อมูลทางสถิติ

### ความหมายของภาพประกอบสิ่งพิมพ์

ภาพประกอบสิ่งพิมพ์ หมายถึง เนื้อหาส่วนที่เป็นภาพที่ปรากฏในเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ นอกเหนือจากเนื้อหาข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพเหล่านี้อาจเป็นภาพวาดหรือภาพถ่ายก็ได้ และยังรวมถึงภาพกราฟิกต่าง ๆ เช่น จุด เส้น สี แถบกราฟิก หรือ ภาพลายเส้น เรขาคณิตอื่น ๆ ที่ใช้ในการตกแต่งสิ่งพิมพ์อีกด้วย

### ความสำคัญของภาพประกอบสิ่งพิมพ์

ภาพประกอบ มีความสำคัญต่อสิ่งพิมพ์มากโดยเฉพาะในด้านการสื่อความหมายและการถ่ายทอดความรู้ด้านวิชาการ เพราะภาพประกอบสามารถให้รายละเอียด และความเหมือนจริงเหนือคำบรรยาย ให้ ความสวยงามและความประทับใจหรือใช้เป็นหลักฐานอ้างอิง

ความสำคัญของภาพประกอบสิ่งพิมพ์ มีสาระสำคัญสรุป ได้ดังนี้

1) ใช้สร้างความเข้าใจ การอธิบายถึงสิ่งหนึ่งสิ่งใดบางครั้งตัวอักษรก็มีข้อจำกัด ที่จะบ่งบอกถึงสิ่งที่ อธิบายนั้นว่าเป็นอย่างไร ในบางกรณีแม้ว่าผู้บรรยายจะมีความสามารถในการใช้ถ้อยคำมากสักเพียงใดก็ไม่อาจ ทำให้เกิดความเข้าใจได้โดยง่าย เช่น การจะอธิบายความแตกต่างระหว่างม้ากับลา ให้กับคนที่ไม่เคยเห็นสัตว์ทั้งสองชนิดนี้คงเป็นเรื่องที่ลำบากมาก

2) ใช้เสริมความเข้าใจ การนำภาพประกอบมาใช้ในกรณีที่ข้อความสามารถสร้างความเข้าใจได้ระดับ หนึ่งแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน จึงจำเป็นต้องใช้ภาพประกอบเพื่อเสริมความเข้าใจให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น การอธิบาย พุทธลักษณะของพระพุทธรูปสมัยต่าง ๆ ถ้ามีภาพประกอบเพื่อเสริมความเข้าใจในรายละเอียดเพิ่มเติมก็จะทำ ให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น

3) ใช้เป็นหลักฐานเพื่อบ่งบอกบุคคล ในการบ่งบอกถึงตัวบุคคล ไม่อาจใช้ข้อความอธิบายให้เห็นภาพ หรือเข้าใจได้ว่าบุคคลผู้นี้มีหน้าตาเป็นอย่างไร แต่ถ้าพิมพ์ภาพลงแล้วบอกชื่อ ผู้ที่เห็นก็จะรู้จักและจดจำได้ทันที

4) ใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงหรือแสดง เหตุการณ์ ภาพประกอบสามารถนำมาใช้เป็นหลักฐานประกอบ คำบรรยายในกรณีเหตุการณ์นั้นสำคัญขนาดต้องบันทึกเป็นประวัติศาสตร์ หรือเหตุการณ์นั้นต้องการความ รวดเร็วเพื่อการนำเสนอเป็นภาพข่าวลงในสื่อสารมวลชนต่าง ๆ เป็นบอกเล่าเหตุการณ์ให้เข้าใจโดยง่าย

5) ใช้ตกแต่งหน้าสิ่งพิมพ์ ภาพประกอบช่วยให้สิ่งพิมพ์สวยงามน่าอ่านมากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีการถ่าย ภาพ ตกแต่งภาพและการพิมพ์ในปัจจุบันเอื้ออำนวยให้การทำงานกับภาพประกอบสะดวกยิ่งขึ้น การถ่ายภาพ ทำได้ง่ายขึ้น ลดขั้นตอนการตกแต่งภาพลง ใช้เวลาน้อยลง การจำลองภาพอย่างการถ่ายเอกสารหรือการกราด ภาพ (scan) ทำได้คุณภาพดีและสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ยังช่วยให้การตกแต่งตัดแปลงภาพ ทำได้หลายรูปแบบ

## ประเภทของภาพประกอบสิ่งพิมพ์

### 1) ภาพถ่าย

ภาพถ่าย เป็นภาพที่เกิดจากกรรมวิธีทางการถ่ายภาพใช้ประโยชน์ได้ดีในงานพิมพ์ เพราะภาพถ่ายมีคุณลักษณะเฉพาะตัวหลายอย่าง ทั้งในแง่ความเหมือนจริงและความละเอียดละออ สามารถสร้างสรรค์ได้ตามความรู้สึกการถ่ายภาพ เพื่อนำมาใช้ประกอบสิ่งพิมพ์ ปัจจุบันนิยมใช้กล้องดิจิตอลผลที่ได้ส่วนใหญ่จึงออกมาเป็นภาพสี (colour print) แต่ถ้าต้องการภาพขาว-ดำ มักใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยแปลงภาพได้

### 2) ภาพวาดลายเส้น

ภาพวาดลายเส้น เป็นภาพที่ใช้ประกอบสิ่งพิมพ์มาตั้งแต่ยุคแรกๆ และยังคงได้รับความนิยมอยู่จนถึงปัจจุบัน มีการใช้เทคนิคการวาดภาพผสมผสานกันหลายอย่าง เช่น การวาดลายเส้นแบบภาพการ์ตูน โดยการใช้ดินสอ พู่กัน ปากกาทึบดำ รวมทั้งการผสมสกรีนหรือการสร้างพื้นผิวลวดลายต่าง ๆ ร่วมกัน

### 3) ภาพวาดน้ำหมึกสีต่อเนื่องและภาพระบายสี

ภาพวาดน้ำหมึกสีต่อเนื่องกับภาพระบายสี ภาพทั้ง 2 ชนิด มีลักษณะภาพคล้ายคลึงกัน คำว่า “ภาพวาดน้ำหมึกสีต่อเนื่อง” ใช้เรียกภาพวาดสีเดียวที่มีน้ำหมึกอ่อนแก่ลดหลั่นกันสำหรับ “ภาพระบายสี” จะประกอบด้วยสีต่าง ๆ มากมายหลายสี โดยการเขียนหรือระบายสีด้วยกรรมวิธีหรือเทคนิคต่างๆ กันไป

### 4) ภาพพิมพ์

ภาพพิมพ์ ในที่นี้หมายถึง ภาพที่ผ่านการพิมพ์มาแล้ว มีทั้งชนิดที่พิมพ์เป็นภาพลายเส้นและพิมพ์เป็นภาพเม็ดสกรีน ภาพทั้งสองประเภทนี้สามารถนำมาพิมพ์ซ้ำได้ถ้าเป็นภาพลายเส้นจะได้คุณภาพใกล้เคียงของเดิม แต่ภาพที่เป็นเม็ดสกรีนรายละเอียดอาจหายไปบ้าง

### 5) ภาพดิจิตอล

ภาพดิจิตอล หมายถึง ภาพที่ผ่านกระบวนการจัดการโดยคอมพิวเตอร์มาแล้ว ด้วยพัฒนาการของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน ทำให้ภาพทุกชนิดที่จะเข้าสู่ระบบการพิมพ์ต้องผ่านกระบวนการแปลงรูปภาพนั้นให้เป็นภาพดิจิตอลเสียก่อน เช่น การถ่ายภาพด้วยกล้องดิจิตอล และการสแกน เป็นต้น

**ภาพกราฟิก** ในคอมพิวเตอร์นั้น แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- 1. **ภาพกราฟิก ชนิดบิตแมป (Bitmap)** จะเป็นภาพที่ประกอบจากจุดสีขนาดเล็กๆจำนวนมาก เรียงเรียงตัวกันในลักษณะรูปแบบตาราง เรียกว่า พิกเซล(pixel) โดยในแต่ละภาพจะมีค่าและขนาดที่แน่นอน ถ้ามีการขยายเพิ่มมากขึ้นจากขนาดเดิมจะทำให้มองเห็นเป็นภาพหยابหรือรูปภาพแตกอย่างชัดเจน

**ข้อดี** ภาพชนิดนี้สามารถแสดงรายละเอียดได้ใกล้เคียงภาพจริง เช่นภาพถ่ายที่มีรายละเอียดสูง เพราะเป็นการใช้พิกเซลจำนวนมากมาประกอบกัน

**ข้อเสีย** ภาพชนิดนี้จะมีขนาดใหญ่ตามความละเอียดภาพ เพราะต้องใช้จำนวนพิกเซลเพิ่มขึ้นตาม นอกจากนั้นการนำภาพมาขยายให้ใหญ่กว่าขนาดปกติจะทำให้ภาพที่ได้ไม่ชัดเจน

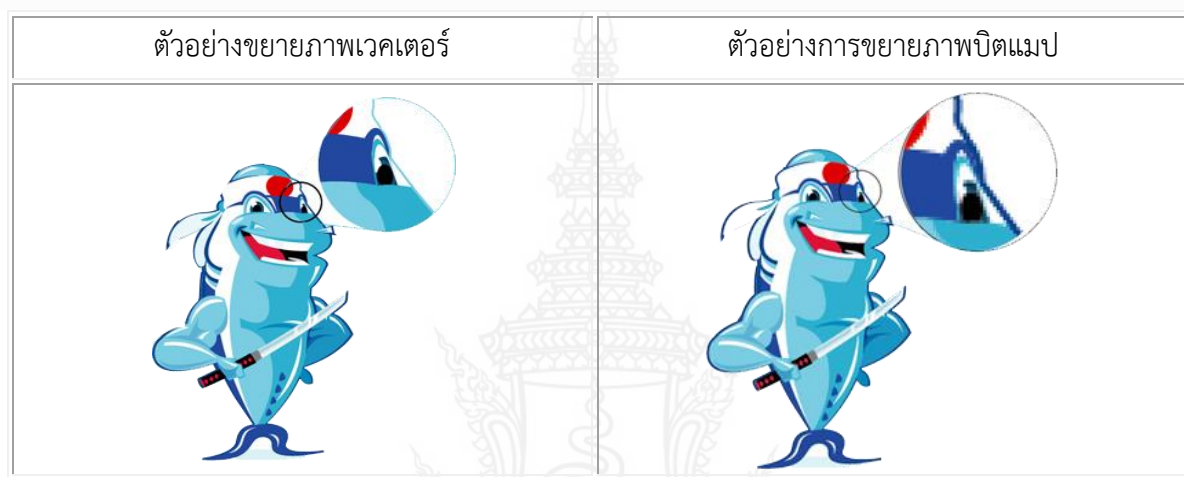
- **ภาพกราฟิก ชนิดเวกเตอร์ (Vector)**

เป็นภาพประเภท Resolution-Independent มีลักษณะของการสร้างให้แต่ละส่วนเป็นอิสระต่อกัน โดยแยกชิ้นส่วนของภาพทั้งหมดออกเป็นเส้นตรง รูปทรงหรือส่วน เป็นการรวมเอา Object ต่างชนิดมา

ผสมกัน มีทิศทางการลากเส้นไปในแนวต่างๆ เพื่อสร้างภาพที่แตกต่างกันโดยใช้คำสั่งง่าย ๆ จึงเรียกภาพนี้ว่า Vector Graphic

**ข้อดี** ภาพชนิดนี้ปรับหรือย่อขนาดได้ตามที่ต้องการ โดยไม่มีผลต่อความละเอียดของภาพเพราะไม่ว่าภาพจะเล็กหรือใหญ่ ความคมชัดก็ไม่เปลี่ยนแปลง เพราะคอมพิวเตอร์จะสร้างภาพขึ้นมาโดยใช้วิธีคำนวณไม่ได้ ถูกจำกัดด้วยพิกเซลในภาพว่ามีมากน้อยเพียงใด นอกจากนั้นภาพชนิดเวกเตอร์ มีขนาดไฟล์เล็กกว่าบิตแมป เพราะไม่ได้ใช้พิกเซลจำนวนมากมาสร้างเป็นภาพ แต่มีเพียงคำสั่งสร้างลวดลายเพื่อประกอบเป็นภาพเท่านั้น

**ข้อเสีย** เนื่องมาจากลักษณะของภาพที่สร้างจากการใช้คอมพิวเตอร์สร้างเส้น และรูปทรงมาประกอบกัน ภาพชนิดนี้จึงมีข้อจำกัดในการแสดงภาพถ่าย แต่เหมาะกับภาพกราฟิกแนวลายเส้น ที่มีสีค่อนข้างต่อเนื่อง



ภาพที่ 2.11 ภาพกราฟิกในคอมพิวเตอร์

ที่มา : <http://www.elearning.msu.ac.th>



2.2.7 การออกแบบตราสินค้า (Brand) ในการสร้างสรรค์อัตลักษณ์ (Identity) ให้กับตราสินค้านั้น นอกจากความแตกต่างของตัวผลิตภัณฑ์หรืองานบริการที่เป็นหลักแล้ว สิ่งประกอบที่สำคัญที่จะทำให้เรื่องนี้มีความสมบูรณ์แบบ ก็คือ การนำหัวใจของความแตกต่างนั้นมาถ่ายทอดเป็นงานออกแบบ การออกแบบตราสินค้านั้น ตัวอักษร และสัญลักษณ์ จึงมีความสำคัญในการสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงความหมาย

2.2.7.1 การออกแบบและพัฒนาตัวอักษร การเลือกรูปแบบของตัวอักษรให้เหมาะกับธุรกิจ ตัวอักษรแต่ละตัวมีลักษณะรูปร่างที่แตกต่างกัน ซึ่งรูปร่างที่แตกต่างกันก็จะสื่อถึงความหมายที่แตกต่างกัน การออกแบบตัวอักษรบางครั้งอาจจำเป็นต้องใช้คู่กับภาพประกอบหรืออาจจะใช้เพียงแค่ตัวอักษรอย่างเดียวนั้น ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในการออกแบบ เพราะบางครั้งตัวอักษรที่ใช้บนสัญลักษณ์เหมาะสมสำหรับใช้ในส่วนรายละเอียดต่าง ๆ เช่น รายการอาหาร ชื่อนามบัตร ฯลฯ

การออกแบบและพัฒนาตัวอักษร	รูปแบบตัวอักษรที่ใช้ร่วมกับอัตลักษณ์
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ตัวอักษรแบบลายมือเขียน</li> <li>2. ตัวอักษรแบบเรียบหรู</li> <li>3. ตัวอักษรแบบไทยโบราณ</li> <li>4. ตัวอักษรแบบไทยร่วมสมัย ✓</li> </ol> <p>1 ส้มตำสยาม 2 ส้มตำสยาม</p> <p>3 ส้มตำสยาม 4 ส้มตำสยาม</p>	<p>นอกจากตัวอักษรที่ปรากฏบนตราสัญลักษณ์แล้ว เราควรกำหนดตัวอักษรที่ใช้ร่วมกับตราสัญลักษณ์นั้นๆด้วย เพื่อส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ของตราสัญลักษณ์มีความสมบูรณ์ และมีความสะดวกต่อการใช้งานในส่วนอื่นๆ</p> <p>PSLxThaiCommon Regular กษชคคฆจจชฌณญฎฐฏทฒณดตถทธนบปฝฝภภมยรลวศษฬห อฮ ๐๒๓๔๕๖๗๘๙๐</p> <p>DB SoilKrok X Regular กษชคคฆจจชฌณญฎฐฏทฒณดตถทธนบปฝฝภภมยรลวศษฬห อฮ ๐๒๓๔๕๖๗๘๙๐</p>

ภาพที่ 2.12 การออกแบบและพัฒนาตัวอักษร

ที่มา : สุวิทย์ (2554)

2.2.7.2 การออกแบบและพัฒนาสัญลักษณ์ การออกแบบตราสัญลักษณ์ ไม่ได้หมายถึงการวาดภาพให้สวยงามเพียงอย่างเดียว แต่ตราสัญลักษณ์นั้นๆจะต้องสื่อถึงที่มาและใจความสำคัญของแบรนด์ ยกตัวอย่างเช่น น้ำจิ้มไก่ ตรา แม่ประนอม จะมีภาพแม่ประนอมอยู่บนฉลากเสมอ หรือร้านอาหารสีฟ้ากับตราสัญลักษณ์รูปชามสีฟ้าพร้อมตัวอักษรประกอบ



ภาพที่ 2.13 การออกแบบตราสินค้า

ที่มา : Seefah (2557)

2.2.7.3 การเลือกใช้สี สีถือเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบตราสินค้า เพราะสีแต่ละสีจะมี



ความหมายที่แตกต่างกัน เช่น สีแดง หมายถึง พระอาทิตย์และความทรงพลัง สีส้ม หมายถึง โชคลาภ สีเขียว หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ หรือสีดำ หมายถึง ความลึกลับ เป็นต้น ตามบริษัทหรือแบรนด์ต่างๆก็จะคำนึงในเรื่องนี้เป็นสำคัญ เพราะมีความเชื่อเกี่ยวกับหลักฮวงจุ้ย



ภาพที่ 2.14 การเลือกใช้สีกับความหมายของสี  
ที่มา : Mold Syndicate (2556)

2.2.7.4 การกำหนดขอบเขตการใช้ตราสินค้า ขอบเขตการใช้งานของตราสินค้าที่ควรกำหนดตำแหน่งการใช้งานในส่วนต่างๆของพื้นที่ เช่น พื้นที่การขาย บนพื้นผิวบรรจุภัณฑ์ พื้นผิวที่มีลวดลาย พื้นผิวสีพื้น หรือสีคู่ตรงข้าม เพื่อให้ตราสัญลักษณ์นั้นมีความเด่นชัด ชัดเจน อ่านได้ง่าย ไม่ถูกพื้นผิวกลืนกินตราสินค้า



ภาพที่ 2.15 พื้นผิวกับตราสินค้า  
ที่มา : entrust-idea (2014)

2.2.7.5 ความสม่ำเสมอในการใช้งาน สิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องปฏิบัติในการใช้ตราสินค้าคือ การใช้งานออกแบบดังกล่าวไปใช้อย่างสม่ำเสมอ (Consistency) เพื่อตอกย้ำให้ผู้บริโภคจดจำตราสัญลักษณ์ หรือตราสินค้าของเราให้ได้มากที่สุด ตราสัญลักษณ์ไม่ได้ออกแบบมาเพื่อความสวยงามเพียงเท่านั้น แต่คือ สิ่ง ที่บ่งบอกถึงใจความสำคัญของแบรนด์ ดังนั้นการเปลี่ยนสี เปลี่ยนรูปแบบตัวอักษร หรือการตัดทอนรูปภาพ ประกอบในตราสัญลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่ไม่สมควรทำอย่างยิ่ง



ภาพที่ 2.16 สัญลักษณ์ที่เป็นที่จดจำ

ที่มา : ปัทมาพร วิทยา (2559)

2.2.8 ส่วนประกอบของตราสินค้า (Brand Elements) เป็นสิ่งกำหนดตัวสินค้าและทำให้สินค้า เกิดความแตกต่าง ได้แก่

2.2.8.1 ชื่อตราสินค้า (Brand name) เป็นส่วนหนึ่งของตราที่สามารถออกเสียงได้เป็นคำ ตัวอักษร หรือตัวเลข ชื่อที่ตั้งให้กับสินค้าต่างๆ นั้นมีที่มาแตกต่างกัน เช่น ชื่อที่มาจากบุคคล ชื่อที่มาจากสถานที่ ชื่อที่มาจากสัตว์ ชื่อที่มาจากสิ่งของ ในการสร้างตรา นักการตลาดจะมีทางเลือกหลายทางและมีองค์ประกอบ ตราหลายประเภทที่สามารถเลือกเพื่อระบุสินค้าของตน

2.2.8.2 เครื่องหมายตรา หรือโลโก้ (Brand mark or Logo) เป็นส่วนหนึ่งของตราที่ปรากฏ ในรูปสัญลักษณ์ รูปแบบสี หรือตัวอักษรที่โดดเด่น เช่น รูปแอปเปิ้ลเป็นสัญลักษณ์ของคอมพิวเตอร์แอปเปิ้ล รูปวงรีมีตัวอักษรคำว่า SAMSUNG เป็นโลโก้ของซัมซุง



ภาพที่ 2.17 เครื่องหมายตราหรือโลโก้

ที่มา : dagensanalys.se (2014)

2.2.8.3 เครื่องหมายการค้า (Trademark) เป็นชื่อตราหรือเครื่องหมายตราที่ผู้ทำการค้านำไป

จดทะเบียนการค้า และได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย

2.2.8.4 สโลแกน (Slogan) เป็นข้อความสั้นๆ ที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการ เช่น เคเอฟซี ชีวิตครบรส, เอ็มเค ช่วงเวลาแห่งความอบอุ่น



ภาพที่ 2.18 โลโก้พร้อมสโลแกน

ที่มา : mkrestaurant (2016)

2.2.9 **หน้าที่และบทบาทสำคัญของตราสินค้า** หน้าที่ของตราสินค้า (Brand function) เป็นการนำเสนอผลประโยชน์ด้านหน้าที่ของสินค้าให้กับผู้บริโภค โดยผลประโยชน์จะต้องดีเท่ากับหรือมากกว่าคู่แข่ง จะต้องนำเสนอผลประโยชน์ทั้งในด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ ซึ่งผลประโยชน์ทั้งสองนี้จะต้องสอดคล้องกัน เพื่อนำเสนอตราที่มีลักษณะเป็นหนึ่งเดียว บทบาทของตราสินค้า (Brand roles) ตราสินค้าที่ประสบความสำเร็จ คือ การเป็นส่วนส่วนแห่งชัยชนะระหว่างนักการตลาดของบริษัท ผู้ผลิตและลูกค้า ดังนี้

#### 2.2.9.1 ตรามีบทบาทต่อลูกค้า ดังนี้

- 1) แสดงถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ (Identification of source of product) ตราจะแสดงถึงแหล่งที่มาของสินค้าว่าเป็นสินค้าจากบริษัทใด
- 2) แสดงถึงความรับผิดชอบของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ (Assignment of responsibility to product maker) ทำให้ลูกค้าสบายใจในผลิตภัณฑ์
- 3) เป็นผู้รับประกันผลิตภัณฑ์ (Endorser) ตราจะเป็นสิ่งสนับสนุนและสร้างความน่าเชื่อถือ คือเป็นตัวแทนของบริษัท ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมและค่านิยม
- 4) ทำให้ลดต้นทุนของลูกค้า (Search cost reducer) ตราที่เชื่อถือได้จะทำให้ไม่เสียเวลาหาสินค้าจากบริษัทอื่น และยังลดค่าใช้จ่ายของลูกค้าอีกด้วย
- 5) เป็นสัญลักษณ์ด้านความเชื่อถือ (Symbolic device) ตราแสดงลักษณะสินค้าและคุณสมบัติต่างๆ ผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าใน 3 ลักษณะคือ
  - สินค้าที่สามารถตรวจสอบได้จากขนาด สี รูปแบบ และส่วนประกอบ ของสินค้า
  - สินค้าที่มีประสบการณ์ คือ คุณสมบัติของสินค้าที่ไม่สามารถประเมินตรวจสอบได้ด้วยการทดลองใช้สินค้า
  - สินค้าที่มีความน่าเชื่อถือ คือ คุณสมบัติของสินค้าที่ยากจะเรียนรู้ได้ เช่น การประกัน

#### 6) เป็นสิ่งเร้าให้ลูกค้าซื้อ (Driver)

- 7) เป็นสัญญาณแห่งคุณภาพ และคุณค่า (Signal of quality)
- 8) แสดงประโยชน์ของตราให้แก่ลูกค้า (Brand benefits)
- 9) เป็นการทำให้ลูกค้าลดความเสี่ยง (Risk reducer) ลูกค้าจะซื้อตราที่ไว้ใจทำให้ลด

ความเสี่ยงจากสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ

#### 2.2.9.2 ตรามีบทบาทต่อผู้ผลิตหรือบริษัท ดังนี้

- 1) ทำให้ควบคุมหรือติดตามผลได้ง่าย (Means of identification to simplify handling or tracing) คือ จะช่วยเรื่องการบันทึกสินค้าคงเหลือและทางบัญชี ทำให้ง่ายต่อการควบคุม
- 2) ได้รับการปกป้องตามกฎหมาย (Means of legally protecting unique features) เพราะตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์จะสามารถจะลิขสิทธิ์สิทธิบัตรเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของเจ้าของตราได้
- 3) เป็นสัญญาณของคุณภาพที่ลูกค้าพึงพอใจ (Signal of quality level to satisfied customers)
- 4) เป็นการมอบผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ซึ่งต่างจากตราอื่นให้กับลูกค้า (Means of endowing products with unique associations)
- 5) สร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (Source of competitive advantage)
- 6) สร้างผลตอบแทนทางการเงิน (Source of financial returns) คือ เมื่อตราแข็งแกร่ง บริษัทจะตั้งราคาที่สูงได้
- 7) เป็นการอธิบายถึงสิ่งที่นำเสนอต่อลูกค้า (Describe offerings)
- 8) เป็นการนำเสนอโครงสร้างความชัดเจนของผลิตภัณฑ์ (Structure and clarify offerings)
- 9) ทำให้เกิดโอกาสในการขยายตรา (Support extensions)

2.2.9.3 ข้อได้เปรียบทางการตลาดของการมีตราสินค้าที่แข็งแกร่ง (Marketing advantages of strong brands) มีดังนี้

- 1) ลูกค้าสามารถรับรู้เกี่ยวกับการทำงานของผลิตภัณฑ์ได้ดีขึ้น
- 2) ลูกค้ามีความภักดีต่อตราสินค้าเพิ่มขึ้น
- 3) ลดอิทธิพลของกิจกรรมการตลาดของคู่แข่ง
- 4) ลดอิทธิพลของวิกฤตการณ์การตลาดลดลง
- 5) มีกำไรมากขึ้น
- 6) ผู้บริโภคมีคำถามต่อราคาน้อย
- 7) ได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากคนกลางมากขึ้น
- 8) ประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาดเพิ่มขึ้น

## 2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

### 2.3.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง สิ่งที่เรานำมาห่อหุ้มสินค้าทุกชนิด ทั้งประเภทของสินค้า หรืออาหาร อาจทำจากวัสดุใดๆที่มีความคงทนและมีคุณภาพที่ดี ค้ำครองป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหายและเพิ่มคุณค่าด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภคอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์ การบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด โดยเฉพาะปัจจุบันการผลิตสินค้าหรือบริการได้เน้นให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer Oriented) และเห็นว่าการบรรจุภัณฑ์มีบทบาทมากขึ้นเพราะลำพังตัวสินค้าเองไม่มีนวัตกรรม (Innovation) หรือการพัฒนาอะไรใหม่อีกแล้ว ฉีกแนวไม่ออกเพราะได้มีการวิจัยพัฒนากันมานานจนถึงขั้นสุดยอดแล้ว จึงต้องมานั่งกันที่บรรจุภัณฑ์กับการบรรจุหีบห่อ

สรุปว่า “บรรจุภัณฑ์” หมายถึง หน่วยรูปแบบภายนอก ที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดประโยชน์ตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภค นักวิชาการและนักการตลาดหลายท่านได้ให้ความหมายของบรรจุภัณฑ์

Package หมายถึง บรรจุภัณฑ์ (จรรยา โกสีย์ไกรนิรมล. 2528) กล่าวว่าคือ การนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยที่มีความแข็งแรง สวยงามได้สัดส่วนถูกต้องสร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสารทำให้เกิดความพึงพอใจจากผู้ซื้อ

Package หมายถึง ภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งใช้ประโยชน์ โดยความประหยัดและปลอดภัย (กองส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2517)

Packaging หมายถึง นิไกโด เคล็คเจอร์(Nikaido Clecture) กล่าวว่า การบรรจุภัณฑ์เป็นเทคนิคที่ส่งเสริมการขายกับการประสานประโยชน์ระหว่างวัตถุกับภาชนะบรรจุ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อการคุ้มครองในระหว่างการขนส่งและการเก็บรักษาในคลัง

Packaging หมายถึง (สุดาตวง เรืองรุจิระ. 2529) กล่าวว่า กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้น ตลอดกระบวนการทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสร้างสรรค์ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์

จึงสรุปได้ว่า ความหมายของบรรจุภัณฑ์ ไม่ใช่เพียงหีบห่อธรรมดา แต่กว่าจะผลิตบรรจุภัณฑ์ขึ้นมาได้ผู้ผลิตต้องใช้ความรู้หลายอย่างมาประยุกต์ใช้ เช่น บรรจุภัณฑ์อาหาร ต้องใช้ความรู้ด้านเคมีอาหาร เหนือจากความรู้ด้านอาหารแล้ว ยังมีด้านการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ ยังเป็นสาขาวิชาหนึ่งของวิชาพาณิชย์ศิลป์ที่ออกแบบให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด และกลุ่มชุมชนในอุตสาหกรรมเพื่อว่าบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบนั้นจะได้รับการยอมรับเป็นที่รู้จักจนเป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด

### 2.3.2 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

ประเภทบรรจุภัณฑ์ แบ่งตามวิธีการบรรจุและวิธีการขนถ่าย สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท คือ

2.3.2.1 บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ชั้นแรกเป็นสิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์เอาไว้เฉพาะหน่วย มีวัตถุประสงค์ขั้นแรก คือ เพิ่มคุณค่าในเชิงพาณิชย์ (To Increase Commercial Value) เช่น การกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะหรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับถือ และอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์

โดยตรงอีกด้วย



ภาพที่ 2.19 บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย

ที่มา : <https://pantip.com>

2.3.2.2 บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ชั้นถัดออกมาเป็นชั้นที่สอง มีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าไว้ด้วยกันเป็นชุด ในการจำหน่ายรวมตั้งแต่ 2-24 ชิ้นขึ้นไป วัตถุประสงค์ชั้นแรกคือ การป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์จากน้ำ ความชื้น ความร้อน แสงแดด แรงกระทบกระเทือน และอำนวยความสะดวกแก่การขายปลีกย่อย เป็นต้น ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ได้แก่ กล่องกระดาษแข็งที่บรรจุเครื่องดื่มจำนวน 1 โหล, สบู่ 1 โหล เป็นต้น



ภาพที่ 2.20 บรรจุภัณฑ์ชั้นใน

ที่มา : <http://designbloggarna.sem>

2.3.2.3 บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Out Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่ง โดยปกติแล้วผู้ซื้อจะไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้มากนัก เนื่องจากทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่งเท่านั้น ลักษณะบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ได้แก่ หีบไม้ ลัง กล่องกระดาษขนาดใหญ่ที่บรรจุสินค้าไว้ใน ภายในนอกจะบอกข้อมูลที่จำเป็นต่อการขนส่งเท่านั้น เช่น รหัสสินค้า (Code) เลขที่ (Number) ตราสินค้า สถานที่ส่ง เป็นต้น



ภาพที่ 2.21 บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด  
ที่มา : <http://designbloggarna.sem>

### 2.3.3 การแบ่งประเภทบรรจุภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ของการใช้

2.3.3.1 บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก (Consumer Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปใช้ไป อาจมีชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้ ซึ่งอาจเป็น Primary Package หรือ Secondary Package ก็ได้

2.3.3.2 บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shopping หรือ Transportation Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้รองรับหรือห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นทุติยภูมิ ทำหน้าที่รวบรวมเอาบรรจุภัณฑ์ขายปลีกเข้าด้วยกัน ให้เป็นหน่วยใหญ่ เพื่อความปลอดภัยและความสะดวกในการเก็บรักษาและการขนส่ง เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้บรรจุยาสีฟัน กล่องละ 3 โหล

### 2.3.4 การแบ่งบรรจุภัณฑ์ตามความคงรูป

2.3.4.1 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงแข็งตัว (Rigid Forms) ได้แก่ เครื่องแก้ว (Glass Ware) เซรามิกส์ (Ceramic) พลาสติกจำพวก Thermosetting ขวดพลาสติก ส่วนมากเป็นพลาสติกฉีด ไม้ โลหะและเครื่องปั้นดินเผา มีคุณสมบัติแข็งแรงทนทาน ใ้้อำนวยต่อการใช้งาน และป้องกันผลิตภัณฑ์จากสภาพแวดล้อมภายนอกได้ดี

2.3.4.2 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงกึ่งแข็งตัว (Semirigid Forms) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกอ่อน กระดาษแข็งและอลูมิเนียมบางคุณสมบัติทั้งด้านราคา น้ำหนักและการป้องกันผลิตภัณฑ์จะอยู่ในระดับปานกลาง

2.3.4.3 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงยืดหยุ่น (Flexible Forms) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุอ่อนตัว มีลักษณะเป็นแผ่นบาง ได้รับความนิยมสูงมาก เนื่องจากมีราคาถูก (หากใช้ในปริมาณมากและระยะเวลาสั้น) น้ำหนักน้อย มีรูปแบบและโครงสร้างมากมาย

2.3.4.4 แบ่งตามวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้การจัดแบ่งและเรียกชื่อบรรจุภัณฑ์ ในทรรศนะของผู้ออกแบบ ผู้ผลิต หรือนักการตลาดจะแตกต่างกันไป บรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทจะตั้งอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์หลักใหญ่ (Objective Of Package) ที่คล้ายกัน คือ เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ (To Protect Products) เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (To Distribute Products) เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (To Promote Products)

### 2.3.5 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบต้องคำนึงถึงศาสตร์และศิลป์สำหรับใช้แก้ปัญหา การออกแบบบรรจุภัณฑ์แต่ละด้าน ให้เกิดผลลัพธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพในการบรรจุวัตถุ ประสงค์หลักของบรรจุภัณฑ์ 2 ข้อ คือ การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบกราฟิกบรรจุ ภัณฑ์ ที่ล้วนมีรายละเอียดที่ต้องคำนึงทฤษฎีและหลักการที่เกี่ยวข้อง

หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่สำคัญประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

### 2.3.5.1 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

เน้นคุณสมบัติของวัสดุใช้ทำบรรจุภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์การออกแบบโครงสร้าง หมายถึง การกำหนดลักษณะรูปร่าง รูปทรง ขนาด ปริมาตร ส่วนปริมาตรอื่น ๆ ของวัสดุที่จะนำมาผลิตและ ประกอบเป็นภาชนะบรรจุให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอย ตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษา และการขนส่ง การออกแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบจะมีบทบาทสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ ประเภท Individual Package และ Inner Package ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ ชั้นแรกและชั้นที่ 2 เป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีรูปร่างลักษณะอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ (Product) ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใดเป็นตัวกำหนด ขึ้นมา ซึ่งผู้ออกแบบจะต้องศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องบรรจุ และออกแบบโครงสร้างเพื่อรองรับการ บรรจุให้เหมาะสม โดยอาจจะกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะ หรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสม แก่การจับ ถือหิ้ว และอำนวยความสะดวกต่อการนำเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาใช้ พร้อมทั้งทำหน้าที่ ป้องกันคุ้มครองผลิตภัณฑ์ โดยตรงด้วย ตัวอย่างเช่น กำหนด Individual Package ครีมน้ำตาล สำหรับชงกาแฟบรรจุในซองอลูมิเนียม ฟลอยด์แล้วบรรจุในกล่องกระดาษแข็งแบบพับ (Folding Carton) รูปสี่เหลี่ยมอีกชั้นหนึ่งเพราะผลิตภัณฑ์เป็น แบบผงจึงต้องการวัสดุสำหรับบรรจุที่สามารถกันความชื้นได้ดี การใช้แผ่นอลูมิเนียมฟลอยด์ บรรจุสามารถป้องกันความชื้นได้ดีสามารถพิมพ์ลวดลายหรือข้อความบนผิวได้ดีกว่าถุงพลาสติก อีกทั้งเสริมสร้างภาพพจน์ความ พอใจในผลิตภัณฑ์ให้เกิดแก่ผู้ใช้และเชื่อถือในผู้ผลิตต่อมากการบรรจุในกล่องกระดาษแข็งอีกชั้นหนึ่งก็เพราะว่า บรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเป็นวัสดุประเภทอ่อนตัว (Flexible) มีความอ่อนแอ ด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์จากการกระแทกกระทาะลูในระหว่างการขนย้าย ตลอดจนยากแก่การวางจำหน่ายหรือตั้งโชว์ จึงต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์ชั้น ที่ 2 เข้ามาช่วยเพื่อการทำหน้าที่ประการหลังดังกล่าว

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าในขั้นตอนของการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบมิใช่จะสร้างสรรค์ ได้ตามอำเภอใจ แต่กลับต้องใช้ความรู้ และข้อมูลจากหลายด้านมาประกอบกัน จึงจะทำให้ผลงานออกแบบ นั้นมีความสมบูรณ์และสำเร็จออกมาได้ ในขั้นตอนของการออกแบบโครงสร้างนี้ ผู้ออกแบบจึงต้องเริ่มตั้งแต่ การสร้างแบบ ด้วยการสกัดแนวความคิดของรูปร่างบรรจุภัณฑ์และสร้างภาพประกอบรายละเอียด ด้วยการ เขียนแบบ (Mechanical Drawing) แสดงรายละเอียดมาตราส่วนที่กำหนดแน่นอน เพื่อแสดงให้ผู้ผลิต ผู้เกี่ยวข้องเข้าใจอ่านแบบได้การใช้ทักษะทางศิลปะในการออกแบบก็คือเครื่องมือที่ผู้ออกแบบจะต้องกระทำ ขึ้นมา เพื่อการนำเสนอ ต่อเจ้าของงานหรือผู้ว่าจ้าง ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องให้ช่วย พิจารณาปรับปรุงเพื่อให้ได้ผล งาน ที่จะสำเร็จออกมามีประสิทธิภาพในการใช้งานจริง

ส่วนการออกแบบโครงสร้าง ของบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 3 Outer Package นั้นส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มี รูปแบบค่อนข้างแน่นอน และเป็นสากลอยู่แล้วตามมาตรฐานการผลิต ในระบบอุตสาหกรรม ที่สอดคล้องกับ



ระบบการขนส่ง ที่เน้นการบรรจุ เพื่อขนส่งได้คราวละมาก ๆ เป็นการบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ หรือขนาดกลาง เช่น การขนส่งทางบก ทางเรือ ทางอากาศ เพื่อการส่งออกหรือภายในประเทศ การเก็บรักษาในคลังสินค้า ซึ่งจะต้องนำบรรจุเข้าตู้ Container ขนาดใหญ่ที่มีมิติภายในแน่นอน

ดังนั้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเภท Outer Package จึงไม่นิยมออกแบบให้มีรูปร่างแปลกใหม่มากนัก ส่วนใหญ่จะเน้นประโยชน์ใช้สอย ประหยัด สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์การกระทบกระแทก การรองรับน้ำหนัก การวางซ้อน การต้านทาน แรงดันทะเล หรือป้องกันการเปียกชื้นจากไอน้ำ สภาพอากาศและอื่น ๆ เป็นต้น การออกแบบรูปร่างรูปทรงภายนอก จึงมีลักษณะไม่แตกต่างกันนัก แต่อาจมีการแตกต่างภายนอกด้วยการออกแบบกราฟิก เพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์กลวิธีของการออกแบบสร้างบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้จึงเน้นการออกแบบเพื่อให้มี โครงสร้างที่สามารถเอื้ออำนวยความสะดวก ประหยัดเวลา ในการประกอบ ให้มากที่สุด เช่น การประกอบรูปทรงด้วยเทปกาว สลักลิ้นพับซ้อนกัน หรือตามแบบให้มีโครงสร้างภายใน ช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์ หรือถ่ายแรงรับน้ำหนักด้วยการใช้ Interior Packing Devices ทำให้เปิด-ปิดง่าย นำเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาได้ไว และยังใช้วางจำหน่ายจัดโชว์ และประชาสัมพันธ์การขายได้ทันทีที่ถึงจุดหมาย ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดเหล่านี้ กำลังเป็นที่นิยมและเห็นความสำคัญกันมาก โดยเฉพาะภาวะการแข่งขันทางการค้าเช่นสภาพปัจจุบันนี้

### 2.3.5.2 การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

เน้นการสื่อความหมายด้วยภาพวาดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมการขายการออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางการตลาด ณ จุดขาย ที่สามารถจับต้องได้ ทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย รูปทรงของบรรจุภัณฑ์เปรียบได้กับตัวโครงร่างกายของมนุษย์ สีที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนผิวหนังของมนุษย์ คำบรรยายบนบรรจุภัณฑ์เปรียบได้กับปากที่กล่าวแจ้งแถลงสรรพคุณ การออกแบบอาจเขียนเป็นสมการอย่างง่าย ๆ ได้ดังนี้ การออกแบบ = คำบรรยาย + สัญลักษณ์ + ภาพพจน์ เนื่องจากการออกแบบภาพพจน์เป็นศิลปะอย่างหนึ่งซึ่งอาจแสดงออกได้ด้วย จุดเส้น สี รูปวาดและรูปถ่าย ผสมผสานกันออกมาเป็นพาณิชย์ศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ด้วยหลักการง่าย ๆ 4 ประการคือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

S = simple	เข้าใจง่าย สบายตา
A = aesthetic	มีความสวยงาม ชวนมอง
F = function	ใช้งานง่าย สะดวก มีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม
E = economic	มีขนาดสัดส่วนเหมาะสม

**ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์** ข้อมูลที่นักออกแบบกราฟิกควรนำเสนอ มีดังนี้

- ประเภท
- ส่วนประกอบหรือส่วนผสมโดยประมาณ
- คุณค่าทางสมุนไพร
- ขั้นตอนหรือวิธีใช้
- การเก็บรักษา

- วันที่ผลิตและวันหมดอายุ
- คำบรรยายสรรพคุณ
- ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต

### 2.3.5.3 ขั้นตอนการออกแบบกราฟิก

1) การตั้งจุดหมายในการตั้งจุดหมายในการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ มีสิ่งจำเป็นที่ต้องรู้หรือศึกษาข้อมูล คือ ตำแหน่ง (Positioning) ของบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์มีอยู่ในตลาดแล้ว ย่อมทำให้ตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบได้ง่ายนอกจากตำแหน่งของสินค้า สิ่งที่ต้องค้นหาออกมา คือ จุดขายหรือ USP (Unique Selling Point) ของสินค้าที่จะโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ ทั้งสองสิ่งนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการตั้งจุดมุ่งหมายของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2) การวางแผน ปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้รับจากการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลขั้นต้นเพื่อเตรียมร่างแบบตามจุดหมายและตามขอบเขตการออกแบบ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่จะได้ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขึ้นอาจวางแผนได้ 2 วิธี คือ

2.1) ปรับปรุงพัฒนาให้ฉีกแนวแตกต่างจากคู่แข่ง

2.2) ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้โดยตรง ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่าหรือค่าใช้จ่ายถูกกว่า การตั้งเป้าหมายและวางแผนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ย่อมต้องศึกษาสถานภาพบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง พร้อมกับลู่ทางธุรกิจนโยบายของบริษัทตัวเอง และกลยุทธ์การตลาดที่จะแข่งขันกับคู่แข่ง

ตารางที่ 2.2 แสดงความหมายของการวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถใช้การวิเคราะห์แบบ 5W + 2H ดังนี้	
Why	ทำไม
Who	ใคร
Why	ทำไม
Who	ใคร
Where	ที่ไหน

**ความหมายของการวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์**

- **Why ทำไม** เหตุการณ์หรือปัจจัยอะไรทำให้ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำไมต้องพัฒนากราฟิกของบรรจุภัณฑ์ทำไมไม่แก้ไขปรับปรุงพัฒนาอย่างอื่น

- **Who ใคร** ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ บุคคล หรือแผนกที่เกี่ยวข้องมีใครบ้าง

- **Where ที่ไหน** สถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ไหน ขอบเขตพื้นที่ที่จะวางขายสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบครอบคลุมพื้นที่มากน้อยแค่ไหน

- **What อะไร** จุดมุ่งหมายในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์คืออะไร ข้อจำกัดในการออกแบบมีอะไรบ้าง จุดขายของสินค้าคืออะไร การใช้งานของบรรจุภัณฑ์ คืออะไร

- When เมื่อไหร่ ควรจะเริ่มงานพัฒนาเมื่อไหร่ เมื่อไหร่พัฒนาเสร็จ และวางตลาดเมื่อไหร่
- How อย่างไร จะใช้เทคโนโลยีแบบใด อย่างไร จะจัดหาเทคโนโลยีใหม่ใช้วัดความสนใจของบรรจุกู้ยืมที่ออกแบบ
- How much ค่าใช้จ่าย ที่จะใช้พัฒนาบรรจุกู้ยืมมีงบประมาณเท่าไรคำตอบที่ได้รับจาก 5W + 2H จะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาบรรจุกู้ยืมที่ได้

### ขั้นตอนการออกแบบกราฟิก

#### ขั้นตอนที่ 1 : การวางแผน

- กำหนดเวลา
- ผลงานที่จะได้รับในแต่ละขั้นตอนการทำงาน
- รายละเอียดของตราสินค้า (Branding)
- ผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน

#### ขั้นตอนที่ 2 : การรวบรวมข้อมูล

- ข้อมูลการตลาด
- สถานะการแข่งขัน จุดเด่น จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด (STOT : Strength, Weakness, Opportunity, Treat)
- ข้อมูลจากจุดขาย
- ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย / พฤติกรรมผู้บริโภค
- เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางด้านวัสดุบรรจุกู้ยืม ระบบบรรจุกู้ยืม และเครื่องจักร

#### ขั้นตอนที่ 3 : การออกแบบร่าง พัฒนาความคิดริเริ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

- ร่างต้นแบบ ประมาณ 3-5 แบบ
- ทำต้นแบบ ประมาณ 2-3 แบบ

#### ขั้นตอนที่ 4 : การประชุมวิเคราะห์ปรับต้นแบบ

- วิเคราะห์ความไปได้ทางเทคนิค
- วิเคราะห์การสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- เลือกต้นแบบที่ยอมรับได้

#### ขั้นตอนที่ 5 : การทำแบบเหมือนร่าง

- เลือกวัสดุที่จะทำแบบ
- ออกแบบกราฟิกเหมือนจริง พร้อมตราสินค้า และสัญลักษณ์ทางการค้า, ขึ้นแบบ

#### ขั้นตอนที่ 6 : การบริหารการออกแบบเริ่มจากการติดต่อโรงงานผลิต

## 2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

### 2.4.1 ความหมายของ “สื่อ”

ความหมาย “สื่อ” แปลมาจากคำว่า medium หรือ media ซึ่งเป็นภาษาละติน แปลว่า กลาง อยู่ตรง

กลาง สิ่งที่อยู่ตรงกลาง เมื่อนำมาใช้ในภาษาอังกฤษก็มีความหมายกว้างออกไป จนรวมถึงวิธี(means) สิ่งแวดล้อม(environmental element) อาทิกอากาศสำหรับคน น้ำสำหรับปลา เครื่องมือ (instrument) ตัวแทนหรือตัวนำ (agency) วัสดุ (material) เทคนิค (technique) หรือแม้แต่ person as medium แต่เมื่อวิชาการด้านการสื่อสารและสื่อสารมวลชนก้าวหน้ามากขึ้น คำว่า สื่อ (mediumหรือmedia) ก็ได้รับการวิเคราะห์ศึกษาและตกแต่งพัฒนาจนมีความหมายเป็นศัพท์เทคนิค (technical term) หรือศัพท์เฉพาะที่สำคัญยิ่ง ทั้งนี้เพราะสื่อกลายเป็นองค์ประกอบที่จะขาดเสียมิได้ในการสื่อสารทุกรูปแบบและทุกประเภท ความหมายเดิมที่จำกัดอยู่เฉพาะเรื่องของภาษาที่ใช้ในการพูดหรือการสอน (อาทิภาษาไทยที่เป็นสื่อการสอนที่ใช้กันมากที่สุด ในสถาบันการศึกษาของไทย)ได้ขยายออกมามีครอบคลุมถึงสื่อวัตถุ (อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์) สื่อบุคคล (อาทิสื่อภาษา สื่อท่าทาง พ่อสื่อแม่สื่อ สื่อประชาชน หรือ population media) สื่อผสม (อาทิสื่อมวลชน สื่อการสอน สื่อข้อมูล สื่อสตัททัศน์) หรือแม้กระทั่งสาร (อาทิ สื่อวัจนะภาษา สื่อ อวัจนะภาษา)

สื่อ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราวจากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน สื่ออาจจำแนกได้หลายประเภท หลายหลักเกณฑ์ แต่การกำหนดประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่พัฒนาได้ประโยชน์ในปัจจุบัน และศักยภาพเพื่ออนาคต

ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

โดยปกติทั่วไปมีการแบ่งประเภทของสื่อกันไว้หลายประเภท และหลายหลักเกณฑ์ (criteria) ได้ประมวลสรุปไว้ ดังนี้

- 1) แบ่งตามวิวัฒนาการ ได้แก่ สื่อประเพณี (traditional media) สื่อมวลชน (massmedia) สื่อเฉพาะกิจ (specializedmedia)
- 2) แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางสังคม ได้แก่ สื่อข่าวสาร (information media) สื่อการศึกษา (educationmedia) สื่อบันเทิง (entertainmentmedia)
- 3) แบ่งตามประสาทที่ใช้ในการรับสาร ได้แก่ สื่อโสต (audio media) สื่อทัศน์ (visual media) สื่อโสตทัศน์ (audio-visualmedia)
- 4) แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางเทคนิค (technical functions) ได้แก่ สื่อถ่ายทอดสาร (transmissionmedia) สื่อบันทึกสาร (record media)
- 5) แบ่งตามเครื่องนำรหัสสาร ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (print media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์(electronicmedia) สื่อบันเทิงเสียงหรือภาพ (film or tape)

สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการโฆษณา ประกอบด้วย 5 สื่อใหญ่ ๆ ดังนี้

- 1) สื่อบุคคล ใช้กันอย่างแพร่หลาย และได้ผลดี ต้นทุนต่ำมาก
- 2) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ แคตตาล็อก วารสาร นิตยสาร บรรจุกัมภ์ ฯลฯ
- 3) สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์
- 4) สื่อโฆษณากลางแจ้ง ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นป้ายคัทเอาท์ ป้ายบิลบอร์ด ป้ายไวเนล ป้ายสามมิติ (ไตรวิชชั่น) เคาเตอร์ประชาสัมพันธ์ ชั้นจัดแสดงสินค้า บูธจัดแสดงสินค้า ฯลฯ

5) สื่อโสตทัศน์ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพสไลด์ ฯลฯ

ความสำคัญของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญ คือ

- 1) เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ
- 2) เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
- 3) เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร

#### 2.4.2 หลักการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ (Graphic)

“การออกแบบสิ่งพิมพ์ หรือ Graphic Design” คือ การออกแบบเพื่อการเผยแพร่ เป็นงานออกแบบที่มุ่งชักชวน เรียกร้อง หรือเผยแพร่ ผลิตภัณฑ์ บริการ และความคิดต่างๆ ซึ่งเป็นงานในลักษณะการพิมพ์งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ งานโฆษณา ภาพถ่ายภาพยนตร์ วิดิทัศน์ โทรทัศน์ นิทรรศการ เป็นต้น การออกแบบสิ่งพิมพ์ เป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบสื่อสาร (Communication Design) สิ่งที่ต้องคำนึงถึงอย่างมากคือ ผู้ออกแบบจะต้องมีทักษะเกี่ยวกับการทำงาน มีแนวคิดที่ก้าวหน้าทันสมัย ทั้งความรู้และประสบการณ์ รวมทั้งเทคนิคต่าง ๆ

**หลักการดำเนินงานการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์** ต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) เป้าหมายของการออกแบบ คืออะไร (Objective)

ผู้ออกแบบต้องรู้เป็นอันดับแรกว่าจะบอกกล่าวเรื่องราวข่าวสารอะไรแก่ผู้รับ เช่น ทฤษฎีหรือหลักการ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ หรือ แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ เป็นต้น รวมทั้งต้องรู้วิธีการนำเสนอว่ามีวัตถุประสงค์อะไร เช่น ส่งเสริมการขาย ให้ความรู้ หรือความบันเทิง เป็นต้น

2) กลุ่มเป้าหมายที่รับข่าวสาร คือใคร (Target)

ผู้ออกแบบควรระบุให้ได้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นหญิง เป็นชาย หรือบุคคลทั่วไป และมีช่วงอายุเท่าไร เพื่อนำไปสู่การนำเสนอให้ตรงจุดกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

3) สิ่งที่ต้องการจะสื่อ คืออะไร

วิธีการที่จะสื่อความหมายกับผู้รับที่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้แล้ว ทำให้ผู้ออกแบบสื่อความหมายได้ง่ายขึ้น เช่น การใช้ภาษา ข้อความและสื่อที่เป็นนามธรรม หรือสัญลักษณ์และเครื่องหมายภาพประกอบต่าง ๆ ได้เหมาะสมตามระดับความสามารถในการรับรู้ ทำให้เกิดความเข้าใจและจดจำข่าวสารนั้น ๆ

4) จะนำพาข่าวสารไปด้วยกรรมวิธีใด

ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงสื่อในการนำเสนอข่าวสารว่า ควรใช้รูปแบบใดจึงจะได้ผลและควรจะใช้วิธีการอย่างไร จึงจะสามารถโน้มน้าวจิตใจ และสื่อความหมายต่อผู้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ใช้ป้ายโฆษณา โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์

**องค์ประกอบของสิ่งพิมพ์โฆษณา**

1) **Headline, Slogan** พาดหัว/หัวเรื่อง มีความสามารถดึงดูดความสนใจของ

กลุ่มเป้าหมายได้ และนำความสนใจไปถึงภาพหรือรายละเอียดด้วย

- 2) Illustration, Photo ภาพประกอบ ต้องสวยงามและสะดุดตา เหมาะกับสินค้า
- 3) Body Text, Body Copy ข้อความโฆษณา ต้องชี้แจงรายละเอียดได้
- 4) Brand, Logo, Symbol, Trade mark ชื่อสินค้า ทำให้เกิดความจดจำ

#### หัวเรื่องที่ดี

- 1) Brevity สั้น, กระชับ
- 2) Clarity กระจ่างชัดเจน
- 3) Aptness ความเหมาะสมกับสินค้าและกลุ่มเป้าหมาย
- 4) Interest มีความน่าสนใจ

#### เกณฑ์การสร้างภาพ

- 1) รูปภาพควรบอกคุณสมบัติของสินค้า
- 2) เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- 3) รู้จักเอาความเด่นของสินค้ามาใช้
- 4) สะดุดตา ไม่ควรเกินความจริง
- 5) การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว
- 6) การสร้างความสัมพันธ์ของสินค้ากับเหตุการณ์

### 2.4.3 ประเภทของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

#### 2.4.3.1 ความหมายของเครื่องหมาย หรือ สัญลักษณ์

เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ (Logo) เป็นผลของการออกแบบกราฟิกที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ (Symbolism) อันได้แก่ ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมายต่าง ๆ ที่ช่วยสร้างเอกลักษณ์ ได้แก่ สินค้าและบริษัทผู้ผลิตเช่นการออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้า และบริษัทให้มีเอกลักษณ์แบบเฉพาะตนเอง เพื่อความจำความเชื่อถือ และตราตรีงผู้บริโภคตลอดไป ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกัน ดังนี้

1. สัญลักษณ์ (Symbol) มีลักษณะเป็นเครื่องมือที่ไม่ใช้ตัวอักษรประกอบ ใช้สำหรับแสดงบอกถึงการร่วมกัน เช่น บริษัท องค์กร สถาบันที่ก่อตั้งขึ้นโดยกฎหมาย
2. ภาษาภาพ (Pictograph) ไม่ใช้ภาษาทางตัวอักษรประกอบ แต่ใช้ภาพบอกแทน หรือสื่อความหมายด้วยภาพให้ทราบถึงทิศทาง กิจกรรม หรือแทนสิ่งเฉพาะเช่น เครื่องหมายบอกทิศทางความปลอดภัย การคมนาคม
3. เครื่องหมายตัวอักษร (Letter Marks) มักอยู่ในรูปตัวอักษรที่เกิดจากการย่อเอาตัวอักษรออกมาจากคำเต็ม หรือชื่อเต็มขององค์กร บริษัท สถาบันต่างๆ ออกมาใช้เป็นเครื่องหมายแสดงแทน
4. ชื่อหรือคำเต็มที่เป็นตัวอักษร (Logo) และอ่านออกเสียงได้ตามหลักไวยากรณ์ของภาษาโดยใช้ตัวอักษรเพียงเท่านั้น
5. เป็นการผสมผสานระหว่างภาพและตัวอักษร (Combination Marks) เข้ามาใช้ร่วมกัน และสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสม
6. เครื่องหมายการค้า (Trademarks) ซึ่งอาจจะมีได้หลายลักษณะที่ได้กล่าวไว้ทั้ง5ประการ

ขึ้นอยู่กับว่าเจ้าของกิจการต้องการให้เครื่องหมายของตนเองอยู่ในลักษณะใด ก็เลือกใช้ตามความเหมาะสม

- **เครื่องหมาย หรือ สัญลักษณ์ (Logo) ใช้เพื่ออะไร**

1. ด้านจิตวิทยา คือ การต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก ความเชื่อมั่น เกิดความเข้าใจในตัวสินค้า และยอมรับในตัวสินค้า และที่สำคัญคือความต้องการที่จะสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกประทับใจ
2. ด้านพฤติกรรม คือ การต้องการให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมตอบสนองของเอกลักษณ์องค์กร
3. ด้านภาพพจน์ คือ ต้องการให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี มีความนิยมชมชอบต่อผู้ผลิต

- **ประโยชน์ของเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ (Logo)**

สามารถใช้สื่อสารข้อมูลข่าวสารในช่วงเวลาที่สั้น ใช้พื้นที่น้อยกว่าการใช้ข้อความหรือวลี ขนาดของสัญลักษณ์สามารถย่อ/ขยายได้ตามขนาดที่ต้องการ มีการนำไปใช้อย่างสากล ทั้งนี้เนื่องจากสามารถที่จะสื่อความหมายให้ผู้มาเยือนที่ไม่เข้าใจภาษาท้องถิ่นเข้าใจได้ สามารถทำให้กลุ่มลูกค้า จดจำได้ง่ายขึ้นและสื่อให้เห็นถึงควมมีเอกลักษณ์ทางธุรกิจเป็น Band name ทางการตลาด ที่สร้างความน่าเชื่อถือ และภาพพจน์ที่ดี

- **หลักการออกแบบเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ (Logo)**

- 1) เป็นภาพตัดทอนที่ง่ายแก่การเข้าใจ
- 2) เด่น สะดุดตา สื่อความหมายได้ชัดเจน
- 3) เป็นเอกภาพ คือ เป็นเรื่องราวของเรื่อง ๆ เดียว
- 4) ลักษณะของเส้นและรูปทรง แสดงได้ตามลักษณะงาน
- 5) มีรายละเอียดน้อยจะดูได้ดีกว่ามีรายละเอียดมาก
- 6) การคิด ควรมีความคิดหลักแล้วกระจายออกไป ไม่ควรคิดหลายรูปแบบ  
ควรจะพัฒนาจากรูปแบบเดียวจะง่าย

#### 2.4.3.2 แผ่นพับ (Folders)

“แผ่นพับ” มีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Folder(s) แต่นิยมเรียกว่า โบรชัวร์ (Brochure) หมายถึง เอกสารที่เย็บเป็นเล่มบาง ๆ และมีลักษณะคล้ายคลึงกัน “แผ่นพับ” สามารถพับได้ตั้งแต่ 4-80 หน้า (หน้า-หลัง) แต่นิยมใช้กระดาษ A4 พับเป็น 3 ตอน 6 หน้ามากที่สุด เนื่องจากสะดวก และประหยัด แผ่นพับจะมีขนาดเล็ก พกพาได้สะดวก รวมทั้งแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนๆ ได้โดยไม่ต้องมีเลขหน้ากลาง

- **การกำหนดขนาดและรูปแบบของแผ่นพับ**

- แผ่นพับ มีลักษณะคล้ายแผ่นปลิว แต่มีขนาดใหญ่กว่า (เมื่อคลี่ออกมา) เนื่องจากถูกออกแบบให้บรรจุรายละเอียด ได้มากกว่าใบปลิว มีได้ตั้งแต่ 2-5 ทบ หรือมากกว่า
- วิธีการพับมีหลายแบบ เช่น พับทบกันไปมาเท่ากันทุกด้าน, พับไม่เท่ากันทุกด้าน และในปัจจุบันมีการออกแบบให้มีลูกเล่นมากมายจะเป็น ไตคัต พ็อพอัพ ดิ่ง ฯลฯ
- การผลิต รูปแบบของแผ่นพับจะเป็นกระดาษแผ่นเดียว พิมพ์ทั้งสองหน้า พับอย่างน้อย 1 พับ
- เนื่องจากแผ่นพับมีวิธีการพับหลายแบบและไม่มีเลขหน้ากลางกับเหมือนกับหนังสือ ที่จะบังคับให้ผู้อ่าน อ่านไปที่ละหน้า ดังนั้นผู้ทำแผ่นพับจึงต้องออกแบบจัดเรียงลำดับการเสนอ

ข้อความและรูปภาพในการโฆษณาให้เหมาะสม มิฉะนั้นผู้อ่านจะเกิดความสับสนได้ง่าย



ภาพที่ 2.22 แผ่นพับ

ที่มา : [www.lovepik.com](http://www.lovepik.com)

• องค์ประกอบและการจัดวางองค์ประกอบในการออกแบบ”แผ่นพับ”ที่ต้องกำหนดและวางแผนเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ คือ

1. พาดหัว
2. ภาพประกอบ
3. ข้อความ
4. ภาพสินค้าและตราสัญลักษณ์

1. พาดหัว

- มักเป็นตัวอักษรที่ใหญ่หรืออยู่ในตำแหน่งที่เด่น
- อยู่ด้านบนของแผ่นพับและนิยมวางไว้ในส่วนบนของหน้าแผ่นพับ
- เป็นข้อความสั้นๆ เข้าใจง่าย

2. ภาพประกอบ

- มักวางอยู่หน้าเดียวกับพาดหัว (แต่ไม่จำเป็นต้องมีคู่กันเสมอ)
- เป็นภาพที่จะช่วยดึงความสนใจของผู้อ่าน
- ตามข้อความอาจมีภาพประกอบเล็กๆ เพื่อใช้ประกอบเนื้อหา

3. ข้อความ

- พื้นที่ๆ มีจำกัดข้อความเนื้อหาจึงมักมีขนาดเล็ก แต่ไม่ควรเล็กกว่า 12 พอยต์



- ควรใช้ตัวอักษรสีเข้มบนพื้นอ่อน ดีกว่าตัวอักษรสีอ่อนบนพื้นเข้ม
- ควรใช้แบบอักษรเพียง 1-2 แบบ
- การวางข้อมูลต้องคำนึงถึงลำดับการอ่านให้ถูกต้อง
- ควรเว้นพื้นที่ว่างไว้เพื่อไม่ให้มีข้อความมากเกินไป เพราะจะทำให้หน้าเบื่อ

#### 4. ภาพสินค้าและตราสัญลักษณ์

- ภาพสินค้าอาจมาเป็นภาพประกอบในหน้าแรกของแผ่นพับได้
- หากภาพสินค้าไม่ใช่ภาพหลัก ควรมีภาพสินค้าอยู่ในแผ่นพับด้วย
- ตราสัญลักษณ์ควรอยู่ที่ด้านหน้าแผ่นพับรวมกับพาดหัวหรือภาพประกอบหลัก
- ควรมีตราสัญลักษณ์ในตอนท้ายของแผ่นพับด้วย เพื่อย้ำเตือนถึงสินค้าและสัญลักษณ์
- ข้อดีของแผ่นพับ
  - ผลิตและปรับปรุงได้ง่าย เพิ่มโอกาสให้กับการขาย
  - สร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร
  - ลดต้นทุน ประหยัด ระยะเวลา ในการตอบคำถาม
  - ขนาดเล็ก พกพาสะดวก ผู้อ่านสามารถอ่านซ้ำได้เมื่อต้องการ
  - ข้อควรคำนึงในการออกแบบแผ่นพับ
    - 1) หน้าแรกของแผ่นพับต้องออกแบบให้สวยงามสะดุดตา และน่าหยิบมาอ่าน
    - 2) จัดเรียงลำดับเนื้อหาให้เหมาะสม เพราะแผ่นพับไม่มีเลขหน้ากำกับ ผู้อ่านอาจสับสนได้

ควรจัดทำโครงร่าง (Layout) การนำเสนอเนื้อหา ภาพ, กราฟิกประกอบ ฯลฯ

3) ควรพับง่ายไม่ซับซ้อน หลีกเลี่ยงการใช้แผ่นพับที่มีหลายหน้า เพราะอ่านยาก

4) นำเสนอข้อมูลให้จบในแต่ละส่วนที่พับ หากจำเป็นต้องข้ามส่วน ควรออกแบบให้

สะดวกหรือต่อเนื่อง เข้าใจง่าย

5) ภาพหรือกราฟิกที่ใช้ประกอบ ควรส่งเสริมหรือสอดคล้องกับเนื้อหา

#### 2.4.3.3 โรลอัพ (Roll-up)

โรลอัพ (Roll-up) หรือป้ายนิทรรศการเคลื่อนที่ หรือที่มีชื่อเรียกเล่น ๆ ว่า เรือใบ ประกอบด้วยเสาและผ้าใบสี ๆ มีรูปสวย ๆ เอาไว้ซึ่งเหมือนใบเรือ กำลังเป็นที่นิยมสำหรับจัดนิทรรศการของหน่วยงานต่าง ๆ เพราะใช้ง่ายดี สีสันสวยงาม ทำให้ไม่ต้องเปลืองแรง เปลืองเวลา หลากๆองค์กร ใช้การทำสื่อประชาสัมพันธ์โดยโรลอัพ (Roll-up) กันมากขึ้น คือ

- 1) สะดวก สบาย ง่ายต่อการเก็บรักษา
- 2) ประหยัดพื้นที่
- 3) ราคาถูกกว่า การจ้างทำสื่อโฆษณาประเภทอื่น
- 4) ไม่เปลืองแรง ไม่เปลืองเวลา
- 5) รูปแบบสีสันสะดุดตา ผู้พบเห็น



ภาพที่ 2.23 โรลอัพ

ที่มา : [www.pikbest.com](http://www.pikbest.com)

#### 2.4.3.4 ป้ายไวนิล (VinyL)

ป้ายไวนิล มีความทนทานสูง สามารถใช้โฆษณาได้ชัดเจนโดดเด่น มองเห็นได้ไกลพิมพ์ได้ตั้งแต่ขนาดถึงใหญ่มาก ป้ายไวนิล เป็นป้ายพลาสติกชนิดพิเศษมีส่วนผสมระหว่างพลาสติกคุณภาพสูงรวมกับสารเพิ่มประสิทธิภาพต่าง ๆ เช่น สารเพิ่มความทนทานต่อแสงแดด สารเพิ่มความแข็งแรงทนทานต่อแรงกระแทก สารเพิ่มความทนทานต่อสภาวะอากาศ และสารเพิ่มความทนทานความร้อน ไวนิลนอกจากจะทนทานต่อแสงแดดรังสียูวี และสภาวะอากาศที่เปลี่ยนแปลงแล้ว ยังเป็นวัสดุที่ไม่มีปัญหาเรื่องปลวกหรือแมลงกัดเจาะ การผุกร่อนหรือบิดงอ การเกิดสนิม การรั่วซึมของน้ำฝน ไม่ติดไฟ และยังช่วยลดการสิ้นเปลืองพลังงานอีกด้วย จึงนิยมนำมาใช้ผลิตอุปกรณ์ใช้งานกลางแจ้ง

ประเภทของป้ายไวนิล สำหรับงานพิมพ์ป้ายโฆษณา

ป้ายไวนิล นั้นแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ไวนิลทึบแสง และไวนิลโปร่งแสง

1) ไวนิลทึบแสง คือ ไวนิลที่มีการเคลือบสารเคมีที่ด้านหลังเมื่อพิมพ์อิงค์เจ็ทแล้วส่องไฟจะไม่ทะลุ และยังแบ่งตามการใช้งานได้อีก 4 แบบ แบบหลังขาว เหมาะกับงานพิมพ์อิงค์เจ็ททั่วไปและแบบหลังเทา/ดำ เหมาะกับงานที่เป็นป้ายแขวนที่ประกบ 2 หน้า จะช่วยลดการทับซ้อนของภาพ เมื่อมีแสงแดดส่องผ่านแบ พิมพ์ได้ 2 หน้า ไวนิลประเภทนี้เหมาะกับเครื่องพิมพ์ UV Flatbed ซึ่งเป็นระบบเครื่องพิมพ์แบบแผ่น สามารถพิมพ์ พิมพ์ได้ 2 หน้าได้อย่างแม่นยำ

2) ไวนิลโปร่งแสง (backlit) คือ ไวนิลที่มีการเคลือบสารเคมีที่ด้านหลังบางกว่าแบบทึบแสง ซึ่งแสงสามารถส่องทะลุได้ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

- แบบโปร่งแสง คือ ไวนิลที่สามารถให้แสงผ่านได้ จึงนิยมใช้สำหรับทำกล่องไฟ ที่เราเห็นตามป้ายด้านนอกของร้านค้า เราสามารถ Inkjet โดยใช้ Profile Backlit เนื่องจากเราต้องส่องไฟจากด้านหลังจึงต้องให้การพิมพ์ที่ให้มีหนาแน่นกว่าเป็นพิเศษ เพื่อเวลาส่องไฟแล้วสีไม่เพี้ยน

- แบบตาข่าย คือ ไวนิลที่สามารถลดแรงปะทะของลมได้ดีกว่าแบบโปร่งแสงทั่วไป

สามารถใช้ซึ่งตามอาคารสูงได้หรือกล่องไฟที่อยู่บนอาคารสูง จะมีระยะห่างของตาข่ายแตกต่างกันไปสามารถเลือกใช้ตามความเหมาะสม

**สเปคของป้ายไวนิล** ที่ควรรู้และการเลือกใช้พิมพ์

ทางโรงงานผู้ผลิตแต่ละยี่ห้อจะมีสเปคของไวนิลแต่ละประเภท เราต้องเลือกใช้ให้เหมาะกับงาน การเลือกใช้ไวนิลเหมาะสมกับการใช้งานนั้นทำให้เราใช้ประโยชน์ได้เต็มที่

Weight คือ น้ำหนักต่อตารางเมตร จะมีหน่วยเป็นกรัม ตัวอย่างเช่น 360g/m<sup>2</sup> หมายถึง ไวนิลมีน้ำหนัก 360 กรัมต่อตารางเมตร

Width คือ หน้ากว้างของไวนิล จะเริ่มตั้งแต่ 0.92, 1.22, 1.32, 1.52, 1.82, 2.22, 2.52, 2.82, 3.20 m. ถ้าชิ้นงานกว้างกว่านี้จะต้องมีเชื่อมต่อชิ้นงานด้วยความประณีต มีทั้งเทคนิคการร้อยกาวเย็บ เครื่องซีม (Seam) ไวนิลด้วยลมร้อน เป็นต้น

Base Material คือ เมล็ดพลาสติกที่นำมาทำไวนิล ส่วนใหญ่จะทำจากโพลีเอสเตอร์ (Polyester) ประกบหน้าหลัง ตรงกลางเป็นเส้นใยที่จับแผ่นเม็ดพลาสติกไว้ด้วยกัน เพื่อให้เกิดความแข็งแรงของวัสดุ

Surface คือ ประเภทของผิวหน้าไวนิล ส่วนใหญ่จะเป็น Glossy ที่นิยมที่สุด

ข้อดีของป้ายไวนิล ดังนี้

ป้ายไวนิลแบนเนอร์ สะดุดตา มองเห็นเด่นชัด และติดตั้งได้ทุกที่

ป้ายไวนิลแบนเนอร์ กันน้ำ นำไปใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร

ป้ายไวนิลแบนเนอร์ กันความร้อนกันแดด (UV Durable)

ป้ายไวนิลแบนเนอร์ น้ำหนักเบา พับจัดเก็บ ขนย้าย ติดตั้งสะดวกรวดเร็ว

ป้ายไวนิลแบนเนอร์ ทำความสะอาดคราบสกปรก ฝุ่นต่าง ๆ ได้ง่าย

ป้ายไวนิลแบนเนอร์ ต้นทุนผลิตต่ำ ผลิตจำนวนมาก ๆ ได้เร็ว



ภาพที่ 2.24 ไวนิล

ที่มา : [www.octopus.co.th](http://www.octopus.co.th)

#### 2.4.3.5 ป้ายโปสเตอร์ (Poster)

การออกแบบโปสเตอร์ คือ ภาพขนาดใหญ่ที่พิมพ์บนกระดาษ มีการออกแบบเพื่อใช้

ติดแขวนบนผนังหรือกำแพง โปสเตอร์ อาจจะเป็นภาพพิมพ์หรือภาพเขียนก็ได้หรืออาจเป็นอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะ และมีจุดประสงค์เพื่อให้สะดุดตาผู้รับสารและสามารถสื่อสารข้อมูลออกไปได้ โดยข้อบ่งชี้ของโปสเตอร์นั้นอาจใช้สอยได้หลายประการ แต่ส่วนใหญ่ที่พบเห็น คือ มักจะใช้ในการเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการโฆษณางานแสดงศิลปะ งานดนตรี ภาพยนตร์ การโฆษณาชวนเชื่อหรือการสื่อสารต่อความเชื่อของคนส่วนใหญ่ มีสิ่งที่ควรคำนึงถึงดังต่อไปนี้

#### 1) ความเป็นเอกภาพ (Unity)

เป็นการทำให้สาระและองค์ประกอบทุกส่วน มีความสัมพันธ์คล้องจองกัน เป็นการสร้างจุดรวมสายตา และการเน้นให้องค์ประกอบนั้น มีความโดดเด่นยิ่งขึ้น

#### 2) ดุลยภาพ หรือ ความสมดุล (Balancing)

เป็นสิ่งที่จะช่วยให้ผู้ดูเกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ดูเป็นระเบียบ เหมาะกับงานที่เป็นทางการเป็นการออกแบบให้ผู้ดูรู้สึกถึงความเท่ากัน ไม่เอียงหรือหนักไปในด้านในด้านหนึ่ง ความสมดุลในการออกแบบกราฟิก เป็นเรื่องความงาม ความน่าสนใจ การจัดการสมดุลในด้านรูปแบบและสี มีอยู่ 2 ลักษณะ คือ

2.1 สมดุลแบบซ้ายขวาเท่ากัน (Formal of Symmetrical Balance)

2.2 สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Formal of Asymmetrical Balance)

#### 3) สัดส่วน (Proportion)

เป็นความพอเหมาะพอดีทางด้านสัดส่วนและรูปร่าง เป็นการเน้นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง สัดส่วนกับการจัดตำแหน่ง สัดส่วนโครงสร้าง สัดส่วนกับพื้นที่ว่าง สัดส่วนของตัวอักษร ข้อความและรูปภาพประกอบ ตลอดจนความเข้มของแสงและเงา การจัดสัดส่วนในรูปแบบต่าง ๆ จะมีผลให้เกิดความน่าสนใจแลและน่าสนใจ ชวนมองยิ่งขึ้น

#### 4) ความมีจุดเด่น (Emphasis)

เป็นการสร้างจุดสนใจ ให้ผู้ดูได้รับข้อมูลหลักตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ผู้ออกแบบต้องกำหนดว่า ส่วนใดจะเป็นส่วนสำคัญ เป็นส่วนที่ต้องการเน้นให้เห็นชัดเจน ส่วนใดเป็นส่วนประกอบเสริมหรือเป็นส่วนสำคัญรอง

ขนาดของตัวอักษรที่ใช้ในงานออกแบบโปสเตอร์ โดยทั่วไปมี 3 ขนาด คือ

- ขนาดใหญ่ สำหรับพาดหัว (Heading)
- ขนาดกลาง สำหรับข้อความรองพาดหัว (Sub heading)
- ขนาดเล็ก สำหรับข้อความรายละเอียด (Copy)

หลักการออกแบบขนาดของตัวอักษร

- ต้องอ่านได้ชัดเจน
- พิจารณาขนาดสัดส่วนของตัวอักษรที่สัมพันธ์กับระยะห่างระหว่างสายตากับสิ่งที่มองเห็น
- ขนาดมาตรฐานของตัวอักษรที่ระยะห่างระหว่าง สายตา 20 นิ้ว ควรมีขนาดสูงประมาณ 1/8 นิ้ว ระยะห่างที่เพิ่มขึ้นทุก 5 นิ้ว ควรเพิ่มขนาดตัวอักษร 1/8 นิ้ว ทุกช่วงระยะห่างที่เพิ่มขึ้น

รูปแบบตัวอักษร

การออกแบบตัวอักษรต้องคำนึงถึงความสวยงามแปลกตา ชัดเจน สอดคล้องกับลักษณะของข้อความ จึงจะทำให้โปสเตอร์น่าสนใจมากขึ้น รูปแบบของตัวอักษร อาจได้มาจากการจินตนาการรูปแบบใหม่ขึ้นมาหรือใช้ตัว อักษรที่ออกแบบไว้แล้ว

การกำหนดโครงสร้าง

- เพื่อเน้นข้อความให้เด่นชัดขึ้น สวยงามขึ้น
- ค่าน้ำหนักของสี (การตัดกันของสีตัวอักษรกับสีพื้น สีที่ใช้กับตัวอักษร ไม่ควรมากเกินไป ใช้สีให้เหมาะสมกับคำหรือข้อความ



ภาพที่ 2.25 ป้ายโปสเตอร์  
ที่มา : [www.travel.trueid.net](http://www.travel.trueid.net)

#### ข้อ 2.4.3.6 ป้ายสแตนดี้ (Standee)

เป็นสื่อที่ได้รับความนิยม เนื่องจากเป็นสื่อโฆษณาที่มีราคาไม่แพง น้ำหนักเบา เคลื่อนย้ายสะดวกสบาย ติดตั้งง่าย ประหยัดพื้นที่ในการติดตั้ง มีลักษณะเป็นป้ายตั้งพื้น มีขนาดเล็ก-ขนาดใหญ่ ตามความต้องการของลูกค้า สแตนดี้ เป็นสื่อที่สามารถสร้างลูกเล่นได้หลากหลายขึ้นอยู่กับไอเดียของผู้ออกแบบ เหมาะสำหรับการทำป้ายโฆษณา และประชาสัมพันธ์ต่างๆ สแตนดี้ (standee) มีอยู่ 2 รูปแบบ คือ การทำสแตนดี้แบบป้ายไวดคัท ตามรูปที่ต้องการ คือการตัดรูปทรงตาม Art work ที่ออกแบบ ไม่ว่าจะป็นรูปสินค้า รูปผลิตภัณฑ์ต่างๆ รูปตัวการ์ตูน รูปพีริเซ็นเตอร์ ทำ Pop up ต่างๆหรือสแตนดี้แบบไม่ทำไวดคัท คือสแตนดี้รูปทรงสี่เหลี่ยมพร้อมมีขาตั้งปีกผีเสื้อด้านหลัง การทำสแตนดี้ (standee) ส่วนใหญ่นิยมใช้สติ๊กเกอร์ที่มีคุณภาพดี โดยจะนำสติ๊กเกอร์ติดทับบนแผ่น PP board (คนทั่วไปนิยมเรียกว่าแผ่นฟิวเจอร์บอร์ด) มีทั้งแบบเป็นป้ายไวดคัทและแบบไม่ไวดคัท สามารถเลือกความหนาและขนาดของสแตนดี้ได้ตามการใช้งาน ซึ่งสติ๊กเกอร์ของเราเป็นสติ๊กเกอร์ PVC พิมพ์ด้วยน้ำหมึก 6 สีเคลือบลามิเนต ช่วยปกป้องผิวหน้างานพิมพ์ รับประกันสีชัด สดใส สวยงามดูมีมูลค่า ไรดลงบนแผ่น PP board หนา 4 mm. มีความแข็งแรง สามารถนำไปใช้งานได้หลากหลายงาน เนื่องจากมีน้ำหนักเบา เคลื่อนย้ายง่าย และใช้พื้นที่ในการติดตั้งน้อย อาทิ จัดบูธแสดงสินค้าต่าง ๆ

งานสัมมนา งานแถลงข่าว จัดอีเว้นท์ แสตนด์งานแต่ง จัดทำเป็นรูปบ่าว-สาว วางประดับหน้างาน และนิยมจัดทำขึ้นเพื่อเป็นของขวัญ หรือใช้สำหรับถ่ายรูปในงานพิเศษต่างๆ



ภาพที่ 2.26 ป้ายสแตนดี้  
ที่มา : [www.ideaplus.com](http://www.ideaplus.com)

## 2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกระบวนการผลิต

### 2.5.1 ประเภทของกระดาษที่ใช้ในการออกแบบ

2.5.1.1 กระดาษอาร์ต (Art Paper) เป็นกระดาษที่ทำจากเยื่อเคมี (เยื่อที่ผลิตโดยใช้สารเคมี) และเคลือบผิวให้เรียบด้านเดียวหรือทั้งสองด้าน การเคลือบอาจจะเคลือบมันเงา หรือแบบด้านก็ได้ มีสีขาว ใช้พิมพ์ภาพที่มีรายละเอียดสูง ทำให้ภาพคมชัดและออกมาสวยงาม น้ำหนักอยู่ระหว่าง 80 – 160 กรัม/ตารางเมตร ใช้สำหรับงานพิมพ์ที่ต้องการความสวยงามงานพิมพ์สอดสี เช่น แคตตาล็อก โปสเตอร์

(1) กระดาษอาร์ตมัน เนื้อกระดาษเรียบ เป็นมันเงา พิมพ์งานได้ใกล้เคียงกับสิ่งจริง สามารถเคลือบเงาได้ดี ความหนาของกระดาษ มีดังนี้ 85 แกรม, 90 แกรม, 100 แกรม, 105 แกรม, 120 แกรม , 130 แกรม, 140 แกรม, 160 แกรม

(2) กระดาษอาร์ตด้าน เนื้อกระดาษเรียบ แต่เนื้อไม่มัน พิมพ์งานสีจะซีดลงเล็กน้อย แต่ดูหรู ความหนาของกระดาษ มีดังนี้ คือ 85 แกรม, 90 แกรม, 100 แกรม, 105 แกรม, 120 แกรม , 130 แกรม, 140 แกรม, 160 แกรม

(3) กระดาษอาร์ตการ์ด 2 หน้าเป็นกระดาษอาร์ตที่หนาตั้งแต่ 190 แกรมขึ้นไป เหมาะสำหรับพิมพ์งานโปสเตอร์ โปสการ์ด ปกหนังสือ หรืองานต่างๆ ที่ต้องการความหนา

(4) กระดาษอาร์ตการ์ด 1 หน้าเป็นกระดาษอาร์ตที่มีความแกร่งกว่ากระดาษอาร์ตการ์ด 2 หน้า หนาตั้งแต่ 190 แกรมขึ้นไป เหมาะสำหรับพิมพ์งานที่ต้องการพิมพ์แค่หน้าเดียว เช่น กล่องบรรจุสินค้าต่างๆ โปสเตอร์ โปสการ์ด ปกหนังสือ เป็นต้น



ภาพที่ 2.27 กระดาษอาร์ต

ที่มา : [www.graphicbuffet.co.th](http://www.graphicbuffet.co.th)

### 2.5.2 ประเภทของพลาสติกที่ใช้ในการออกแบบ

**พลาสติก (Plastic)** มาจากรากศัพท์ภาษากรีกว่า "plastikos" หมายความว่า หล่อหรือหลอม เป็นรูปร่างได้ง่าย พลาสติก เป็นโพลิเมอร์ประเภทหนึ่งที่ได้จากการสังเคราะห์ขึ้น (Synthetic polymer) แต่ก็มีพลาสติกที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติเช่นกัน เช่น ชแล็ค พลาสติกเป็นสารอินทรีย์ เป็นไฮโดรคาร์บอน มีไฮโดรเจนและคาร์บอนเป็นองค์ประกอบหลัก พลาสติกเป็นโพลิเมอร์ที่สามารถนำมาหล่อเป็นรูปร่างต่างๆตามแบบ โดยใช้ความร้อนและแรงอัดเพียงเล็กน้อย มีจุดหลอมเหลวระหว่าง 80-350 องศาเซลเซียสขึ้นกับชนิดของพลาสติก

พลาสติก ประกอบไปด้วยโมเลกุลของธาตุหลาย ๆ ธาตุจับกันเป็นโมเลกุลใหญ่ ที่เรียกว่า **พอลิเมอร์** ลักษณะที่เด่นชัดของพลาสติกอยู่ตรงที่โมเลกุลของพลาสติกมีขนาดใหญ่โตกว่าสารอื่น ๆ มาก พลาสติกที่ใช้ส่วนใหญ่ได้จากปฏิกิริยาสังเคราะห์ทางเคมี ส่วนพลาสติกที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและใช้มาก คือ เซลแล็ค (shellac) พลาสติกเป็นสารประกอบอินทรีย์ (สารอินทรีย์ หมายถึง สารซึ่งในโมเลกุลมีธาตุไฮโดรเจนและคาร์บอนรวมกันอยู่ อาจมีเพียงอะตอมของธาตุทั้งสองหรือมีอะตอมของธาตุอื่นรวมอยู่ด้วย เช่น มีเทน CH<sub>4</sub> เป็นสารอินทรีย์ที่มีอะตอมของไฮโดรเจนและคาร์บอน กรดน้ำส้ม CH<sub>3</sub>COOH มีอะตอมของไฮโดรเจน คาร์บอน และออกซิเจนรวมอยู่ด้วย เป็นต้น) สามารถแบ่งพลาสติกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

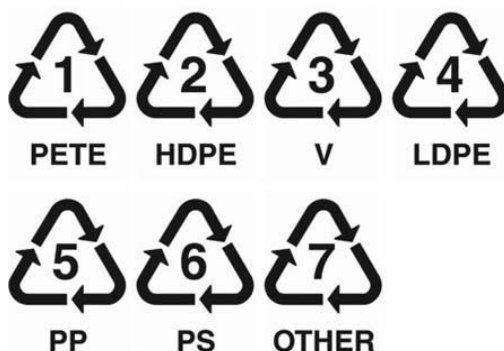
1) เทอร์มอเซตติงพลาสติก (thermosetting plastic) เป็นพลาสติกชนิดที่จะแข็งตัวคงรูปอยู่ได้ โดยอาศัยปฏิกิริยาทางเคมี ปฏิกิริยาเคมีเกิดขึ้นโดยอาศัยความร้อนและความกดดัน ภายหลังจากปฏิกิริยาเคมีมันก็จะแข็งตัว และเราจะไม่สามารถเปลี่ยนรูปของมัน โดยไม่เปลี่ยนคุณสมบัติของมัน ได้กล่าวคือเมื่อได้รับความร้อนมาก ๆ มันจะสลายตัวเสียรูปไป

2) เทอร์มอพลาสติก (thermoplastic plastic) เป็นพลาสติกที่แข็งตัวโดยไม่อาศัยปฏิกิริยาทางเคมี แต่อาศัยคุณสมบัติทางกายภาพ เมื่อทำพลาสติกชนิดนี้ให้ร้อนขึ้นแล้วเทลงในน้ำหรือแบบมันก็จะเปลี่ยนรูปร่างไปตามแบบนั้น และเมื่อเย็นลงก็จะแข็งตัวคงรูปอยู่ได้ และเมื่อเป็นรูปแล้วเราสามารถที่จะหลอมและเปลี่ยนรูปเป็นอย่างอื่นได้อีก เพราะคุณสมบัติทางเคมีของมันยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

### 2.5.3 การแยกชนิดของพลาสติก

**พลาสติก** แต่ละชนิดมีจุดหลอมเหลวและความหนาแน่นต่างกัน จึงมีการใช้สัญลักษณ์เพื่อช่วยในการเลือกพลาสติกชนิดต่าง ๆ และช่วยในการแยกพลาสติกในกระบวนการรีไซเคิล ซึ่งเราสามารถแยก

ชนิดของพลาสติกออกเป็น 7 กลุ่ม ดังนี้



ภาพที่ 2.28 อักษรย่อทางพลาสติก

ก) PET (PETE) หรือ Polyethylene Terephthalate พลาสติก PET เป็นขวดใสใช้บรรจุ น้ำดื่ม น้ำอัดลมขนาด 2 ลิตร ขวดน้ำมันพืช และกระปุกเนยถั่ว

ข) HDPE หรือ High Density Polyethylene เป็นขวดสีขาว ทึบแสง หรือสีทึบอื่น ๆ มักใช้บรรจุ น้ำดื่ม นม ยาเม็ด ผงซักล้าง น้ำยาล้างห้องน้ำ แป้งฝุ่น

ค) PVC หรือ Polyvinyl Chloride พลาสติกพีวีซีมักใช้เป็นที่อ่ประปาเฟอร์นิเจอร์ ขวดน้ำ ผ่านฟิล์มถนอมอาหาร ภาชนะบรรจุน้ำสลัด และน้ำยาซักล้าง

ง) LDPE หรือ Low Density Polyethylene มักใช้เป็นถุงซ้กห้กั ภาชนะเก็บอาหาร สารเคลือบกระป๋อง

จ) PP หรือ Polypropylene มักใช้เป็นภาชนะบรรจุอาหารทารก ฝาขวด หลอดดูด

ฉ) PS หรือ Polystyrene มักถูกนำมาใช้ผลิตถ้วย ชาม ถาดอาหารภาชนะบรรจุอาหารกลับ

ช) Other หมายถึง พลาสติกชนิดอื่น ๆ นอกเหนือจากชนิดที่ 1-6 มักเป็นพวก

Polycarbonate ซึ่งใช้เป็นภาชนะบรรจุอาหาร ทัพเพอร์แวร์ แกลลอนน้ำดื่ม และขวดน้ลจิ้น (nalgene) รวมทั้งใช้ในการเคลือบด้านในของกระป๋องบรรจุอาหาร (metal can linings)

#### 2.5.4 ระบบการพิมพ์ออฟเซต

2.5.4.1 การพิมพ์ออฟเซ็ท (Offset Printing) เป็นการพิมพ์พื้นราบที่ใช้หลักการนำ้กับ น้ำมันไม่รวมตัวกัน โดยสร้างเยื่อน้ำไปเกาะอยู่บนบริเวณไร่ภาพของแผ่นแม่พิมพ์ เมื่อรับหมึก หมึกจะไม่เกาะ น้ำแต่จะไปเกาะบริเวณที่เป็นภาพแล้วถูกถ่ายลงบนผ้ายางและกระดาษพิมพ์ต่อไป การพิมพ์ออฟเซ็ทสามารถผลิตงานพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงจนถึงสูงมาก เครื่องพิมพ์มีหลายขนาด มีทั้งเครื่องพิมพ์ 1 สี 2 สี 4 สี 5 สี หรือมากกว่านั้น ตัวอย่างงานพิมพ์ออฟเซ็ท เช่น พิมพ์แผ่นพับ พิมพ์ใบปลิว พิมพ์หนังสือ พิมพ์วารสาร พิมพ์ นิตยสาร พิมพ์โบรชัวร์ พิมพ์แคตตาล็อก บรรจุภัณฑ์กระดาษ งานพิมพ์ที่ใช้ในสำนักงาน ฯลฯ

2.5.4.2 หลักในการพิมพ์ออฟเซตหลักของการพิมพ์ออฟเซต คือ น้ำกับน้ำมันจะไม่รวมตัวกัน ซึ่งบนแผ่นแม่พิมพ์จะมีทั้ง 2 ส่วนคือ บริเวณที่ไม่มีภาพก็จะเป็นที่รับน้ำและในส่วนที่มีภาพก็จะเป็นสารเคมีที่เป็นพวกเดียวกับหมึก



หน้าที่ของบริเวณทั้งสองของแม่พิมพ์

- ส่วนที่ไร้ภาพและรับน้ำ จะทำหน้าที่ในการรับน้ำหรือความชื้นและผลักดันหมึกให้ออกนอกบริเวณ

- ส่วนที่เป็นภาพจะทำหน้าที่รับหมึกและผลักดันน้ำมันออกนอกบริเวณของตน ซึ่งในแต่ละส่วนจะทำหน้าที่ ๆ แตกต่างกันไป

#### 2.5.4.3 หลักในการถ่ายทอดภาพของเครื่องพิมพ์ออฟเซต



ภาพที่ 2.29 ระบบการพิมพ์พื้นฐานทั่วไป

ออฟเซตเป็นระบบการพิมพ์พื้นฐานทั่วไปในระบบ 3 โม คือ

- แม่พิมพ์
- โมฝ้ายาง
- โมแรงกด

พร้อมด้วยระบบทำความชื้นและระบบการจ่ายหมึกให้แก่แม่พิมพ์เมื่อมีการเคลื่อนไหว แม่พิมพ์จะหมุนไปรับน้ำ หรือ ความชื้น แล้วจึงหมุนไปรับน้ำ แล้วจึงไปรับหมึก เมื่อแม่พิมพ์รับหมึกในบริเวณภาพแล้วจะหมุนลงไปถ่ายโอนไปให้โมฝ้ายาง แล้วจึงถ่ายโอนลงวัสดุพิมพ์โดยมีโมกดพิมพ์ รองรับอยู่เป็นระบบการพิมพ์ทางอ้อม

#### 2.5.4.4 ขนาดของเครื่องพิมพ์ออฟเซต

เครื่องพิมพ์ออฟเซต โดยทั่วไปมีหลักการเดียวกัน คือ ประกอบด้วยแม่พิมพ์ โมยาง และโมพิมพ์ที่แม่พิมพ์จะมีระบบการให้น้ำและต่อเพลทอยู่ การถ่ายทอดภาพ เกิดจากแม่พิมพ์ได้รับหมึก แล้วถ่ายทอดภาพให้โมยาง แล้วโมยางจึงถ่ายทอดภาพให้กับกระดาษ หรือวัสดุที่ใช้พิมพ์ ในการถ่ายทอดภาพจากโมหนึ่งไปยังโมหนึ่งจะต้องใช้แรงกดน้อยที่สุด

ก) ออฟเซตเล็กเป็นเครื่องพิมพ์ขนาดเล็ก พิมพ์กระดาษได้ ขนาด 10x15 นิ้ว มีถึงขนาด 13x17 นิ้วโดยประมาณ เครื่องชนิดนี้มีอุปกรณ์ประกอบในการทำงานน้อยไม่ยุ่งยาก ใช้งานง่าย เหมาะสำหรับงานพิมพ์ขนาดเล็ก เช่น หัวจดหมาย หนังสือเวียนแผ่น โฆษณาเผยแพร่เล็กๆ ไม่เหมาะสำหรับงานพิมพ์

สอดสี หรือ สีสี เพราะระบบฉาวยังไม่มีความเที่ยงตรงดีพอ

- ขนาดตัดสี่ เป็นเครื่องพิมพ์ที่ขนาดใหญ่กว่าออฟเซตเล็กสามารถพิมพ์ได้ขนาดประมาณ 15x21 นิ้ว หรือ 18x25 นิ้ว มีอุปกรณ์ช่วยในการพิมพ์มากขึ้นและระบบน้ำดีขึ้นกว่าสามารถพิมพ์งานได้เกือบทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นสีเดียวหรือหลายสีก็ตาม เหมาะสำหรับพิมพ์หนังสือยกเป็นเล่ม ภาพโปสเตอร์ขนาดกลาง งานพิมพ์ทั่วไป และงานพิมพ์ที่มีจำนวนพิมพ์ไม่มากนัก เช่น ครั้งละไม่เกิน 5,000 ชุด ถ้าเป็นการพิมพ์จำนวนมากๆแล้วจะเป็นการเสียเวลา เพราะมีขนาดเล็ก ไม่สามารถลงพิมพ์ได้คราวละหลายๆแบบ เครื่องพิมพ์ขนาดนี้นิยมใช้ทั่วไปในท้องตลาด ถ้าพิมพ์หนังสือ ยก จะพิมพ์ขนาด 8 หน้ายกได้แล้ว แต่ขนาดเครื่องพิมพ์การที่เรียกเครื่องพิมพ์ขนาดตัดสี่นั้น เพราะใช้กระดาษขนาด 15.5x1.5 นิ้ว ที่เกิดจากการแบ่งกระดาษขนาดใหญ่ 31x43 นิ้ว เป็นสี่ส่วนได้พอดี ซึ่งเมื่อนำกระดาษขนาด นี้ไปพิมพ์และพับเป็นเล่มแล้ว จะได้หนังสือที่มีขนาดเล็กเรียกว่า 8 หน้ายก

- ขนาดตัดสอง เป็นเครื่องพิมพ์ขนาดใหญ่กว่าขนาดตัดสี่เกือบเท่าตัว สามารถพิมพ์ได้ 25x36 นิ้ว หรือบางแม่พิมพ์ สามารถพิมพ์ ขนาด 28x40 นิ้วได้ เหมาะสำหรับใช้พิมพ์งานทางการค้าทั่วไป เช่น หนังสือยกโปสเตอร์ขนาดใหญ่ แผ่นโฆษณา และงานพิมพ์ทุกชนิด เนื่องจากสามารถพิมพ์ได้ขนาดใหญ่ จึงสามารถลงแบบที่จะพิมพ์ได้คราวละหลาย ๆ แบบ และสามารถตัดซอยเป็นแบบที่ต้องการได้ภายหลัง ทำให้ประหยัดเวลาในการพิมพ์ เป็นเครื่องพิมพ์ขนาดที่นิยมใช้กันทั่วไป มีอุปกรณ์ประกอบในการช่วยพิมพ์ตีฉากพิมพ์แม่นยำ และความเร็วสูง

- ขนาดตัดหนึ่ง เป็นเครื่องพิมพ์ชนิดป้อนแผ่นขนาดใหญ่ที่สามารถพิมพ์กระดาษ 30x40 นิ้ว หรือโตกว่าได้ มีอุปกรณ์ช่วยในการพิมพ์มากขึ้น ส่วนมากใช้ในการพิมพ์หนังสือ โปสเตอร์ และบรรจุภัณฑ์ ที่มีปริมาณการพิมพ์มากๆ มีใช้น้อยกว่าขนาด สี่ตัด และขนาดสองตัด ในปัจจุบันจัดได้ว่าระบบการพิมพ์ออฟเซต เป็นระบบงานพิมพ์ที่มีผู้นิยมใช้มากที่สุดเพราะให้คุณภาพของงานพิมพ์ที่สูง และราคาไม่สูงมาก เหมาะสำหรับใช้พิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิดทั้งหนังสือที่ต้องการสีเดียวและสีสี่

ข) การพิมพ์ออฟเซตชนิดแผ่น การพิมพ์ทุกระบบ ไม่ว่าจะเป็นเลตเตอร์เพรส กราฟัวร์ หรือออฟเซต ในอุตสาหกรรมการพิมพ์มักจะแบ่งเครื่องพิมพ์ออกเป็น 2 ชนิด คือ ชนิดหนึ่งตัดกระดาษเป็นแผ่นให้เหมาะกับขนาดของเครื่องพิมพ์และชนิดของงานแล้วป้อนเข้าเครื่องพิมพ์และพิมพ์ออกมาได้ด้านเดียวหรือสองด้านเป็นยกพิมพ์หนังสือเล่มหรือเป็นแผ่นโปสเตอร์ ด้วยความเร็วสูงสุดทางการผลิตจะได้ไม่เกิน 9,000 -10,000 แผ่นต่อชั่วโมง ทั้งที่เครื่องพิมพ์นั้นสามารถผลิตได้ถึง 11,000 แผ่นต่อชั่วโมงแต่ไม่มีเจ้าของเครื่องพิมพ์ใด ใช้ความเร็วสูงสุดตามนั้น เพราะจะเป็นเหตุให้เครื่องพิมพ์เสื่อมโทรมเร็วกว่าปกติ อีกชนิดหนึ่งเป็นเครื่องป้อนม้วน

#### 2.5.4.5 การพิมพ์ออฟเซตชนิดม้วน

วัตถุประสงค์ของเครื่องพิมพ์ออฟเซต ก็เหมือนอุตสาหกรรมที่เป็นทฤษฎีของการพิมพ์ระบบอื่นว่าสามารถปรับแต่งและพิมพ์ได้ดี ด้วยความสะอาดและสะอาด มีความคมชัดเมื่อดูด้วยตาเปล่าจนถึงแว่นขยายส่องแต่การเกิดขึ้นของเครื่องพิมพ์ป้อนม้วน มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ หลักคือเพื่อลดเวลาการผลิตหรือให้ได้ปริมาณการผลิตมากกว่าการพิมพ์ป้อนแผ่นในช่วงระยะเวลาเท่ากัน ยิ่งกว่านั้นความแตกต่าง

ทางกลศาสตร์ ยังเป็นการเอื้อประโยชน์ให้การพิมพ์ป้อนม้วนที่มีคุณค่าสูงเด่นในระดับหนึ่ง

ความแตกต่างทางรูปลักษณ์กับเครื่องพิมพ์ป้อนม้วนที่สำคัญประการแรก คือ การยกเลิกแม่พิมพ์และใช้โมยางอีกลูกหนึ่งเพิ่มเข้าไปทำหน้าที่กดพิมพ์ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเพิ่มโม

2.5.4.6 การเลือกใช้กระดาษ การรู้จักชนิดของกระดาษและเลือกให้เหมาะสมกับงาน จะทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการพิมพ์ได้มาก กระดาษที่มีราคาแพงและสวยงามไม่จำเป็นที่จะเป็นกระดาษที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการใช้งานเสมอไป กระดาษที่มีราคาถูกที่สุดอาจจะเหมาะสมที่สุดก็ได้ซึ่งทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการใช้งานการเลือกใช้กระดาษควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้เป็นหลัก คือ

- ใช้ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับกระดาษ
- ใช้หมึกพิมพ์ให้เหมาะสมกับกระดาษ
- ใช้กระดาษที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับลักษณะของงานพิมพ์

2.5.4.7 ระบบการพิมพ์ออฟเซต กระดาษที่ใช้พิมพ์ ควรมีความสมบัติ ดังนี้

- มีผิวเรียบเพื่อให้รับหมึกได้ดี
- ไม่มีขุยและฝุ่นบนผิวกระดาษ เพราะจะทำให้ภาพพิมพ์มีรูรอยต่าง
- ด้านทานน้ำและความชื้นได้ดี ไม่ยัดง่าย เมื่อถูกความชื้น
- มีเนื้อกระดาษสม่ำเสมอและรักหมึกได้ดี
- มีความราบเรียบตลอดทั้งแผ่นเพื่อให้ป้อนเข้าเครื่องได้สะดวก

2.5.4.8 การควบคุมงานพิมพ์ออฟเซต การพิมพ์ที่ได้มาตรฐาน คือ การพิมพ์ที่มีคุณภาพเหมือนต้นฉบับ นี่คือ คำจำกัดความที่ชัดเจนที่สุด ปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้บรรลุถึงคุณภาพที่ดี ได้มาตรฐาน แบ่งเป็น 2 ประการคือ

- ประการแรก ได้แก่ การเตรียมพร้อมพิมพ์ (makeready)
- ประการหลัง ได้แก่ การพิมพ์ (press running)

การเตรียมพร้อมพิมพ์ที่สมบูรณ์ไม่เพียงแต่จะทำให้งานพิมพ์ได้มาตรฐานทั้งยังเป็น การลดต้นทุนก็เพราะไม่มีอุปสรรคไปชะงักการพิมพ์ทำให้ต้องหยุดแก้ไขปัญหา เช่น อายุแม่พิมพ์สั้นกว่าที่กำหนดด้วยการด้วยการไม่รับหมึก(blinding)การแตกตามแนวหัวแม่พิมพ์

ก) การเตรียมพร้อมพิมพ์ จำแนกได้ ดังนี้

- แม่พิมพ์เมื่อนำเข้าไปโอบหุ้มโมแล้วถือว่าเป็นส่วนของหน่วยพิมพ์ปัญหาที่เกิดจากการพิมพ์เหลื่อม (misregister) หรือ แม่พิมพ์แตก มักเกิดการงอแม่พิมพ์ไม่ได้ฉาก คือ แนววงฉาก ไม่ขนานกับสองแนวหัวท้าย เมื่อนำไปโอบรอบโมความแตกต่างของแนวขนานอาจมีเพียง 0.20 ถึง 0.76 มิลลิเมตร ทำให้แม่พิมพ์โก่ง ไม่เรียบแนบไปกับตัวโม ภายหลังที่นำแม่พิมพ์เข้าใส่ และล็อกเรียบร้อยแล้วเมื่อลงมือพิมพ์ ลูกกลิ้งหมึกและโมยางจะรีดการโป่งนั้นตลอดเวลาจนแม่พิมพ์ฉีกไปแตกตามรอยพับ

- การงอแม่พิมพ์ด้วยน้ำหนักความกดพอให้เกิดมุมฉากเท่านั้น อย่าใช้แรงกระแทก ย้ำจนเกิดมุมแหลมคม ทำให้แผ่นอะลูมิเนียมเกิดรอยปริแตกตามแนวนั้นเมื่อพิมพ์ได้ไม่นาน

- ปลายของแม่พิมพ์ด้านที่งอสองครั้ง ควรมีความยาวพอสมควร ให้ลูกเบี้ยวภายในมี

โอกาสจับยึดได้มันคงหากปล่อยให้ปลายลื่นสั้นลูกเบี้ยวภายในจะจับไม่อยู่

- ใช้น้ำมันเครื่องทาบาง ๆ ให้ทั่วพื้นหลังแม่พิมพ์แล้วใช้กระดาษรองหนูนเป็นวิธีที่ค่อนข้างได้ผลดี เพราะกระดาษที่้วนน้ำมันไว้จะป้องกันน้ำซึม และป้องกันสนิมกับตัวโม

2.5.4.9 สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์ออฟเซต ระบบออฟเซตเป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้กันมากที่สุดทั่วโลกในปัจจุบัน เพราะให้งานพิมพ์ที่สวยงามมีความคล่องตัวในการจัดอาร์ตเวิร์ค และไม่ว่าจะออกแบบอย่างไรการพิมพ์ก็ไม่ยุ่งยากมากจนเกินไปประกอบกับ ความก้าวหน้าในการทำฟิล์มและการแยกสีในปัจจุบัน ทำให้ยังพิมพ์จำนวนมากเท่าไรก็จะยิ่งถูกลง สิ่งพิมพ์ที่จะพิมพ์ด้วยระบบออฟเซต ควรมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์ออฟเซต

- มีจำนวนพิมพ์ตั้งแต่ 3,000 ชุด ขึ้นไป
- มีภาพประกอบหรืองานประเภท กราฟ มาก
- ต้องการความรวดเร็วในการจัดพิมพ์
- ต้องการความประณีต สวยงาม
- เป็นการพิมพ์ หลายสี หรือภาพ สีที่ต้องการความสวยงาม
- มีงานอาร์ตเวิร์คที่มีความยุ่งยากสลับซับซ้อนมาก
- มีงบประมาณในการจัดพิมพ์เพียงพอ

## 2.6 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุกฎหมาย

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 สาระสำคัญในพระราชบัญญัตินี้ สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร และการขึ้นทะเบียนฉลากอาหาร

ก) การขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 กำหนดให้ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าซึ่งอาหารควบคุมเฉพาะ ต้องนำอาหารนั้นมาขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหารก่อนเมื่อได้รับใบสำคัญการขึ้นทะเบียนแล้ว จึงผลิตหรือนำเข้าเพื่อจำหน่ายได้ หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือทั้งปรับทั้งจำ

ประเภทอาหารที่ต้องขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ

1. อาหารควบคุมเฉพาะมี 39 ประเภท
2. อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน มี 9 ประเภท
3. อาหารที่กำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องฉลาก มี 2 กลุ่ม คือ
  - กลุ่มอาหารที่ต้องส่งมอบฉลากให้คณะกรรมการอาหารและยาพิจารณา ก่อน
  - กลุ่มอาหารที่ไม่ต้องส่งมอบให้คณะกรรมการอาหารและยาพิจารณา

ข) การขอขึ้นทะเบียนฉลากอาหาร อาหารควบคุมเฉพาะที่กำหนดคุณภาพ และที่กำหนดให้มีฉลากต้อง ขึ้นทะเบียนอาหารและ ขออนุญาตใช้ฉลาก เมื่อได้รับ อนุญาตแล้วจึงทำการผลิต อาหารที่ต้องขออนุญาตใช้ ฉลากอาหารมี 4 กลุ่มคือ

- อาหารควบคุมเฉพาะที่ผลิตจากสถานที่ผลิตที่ไม่เข้าข่ายเป็นโรงงาน คือ มีเครื่องจักรตั้งแต่ 5

แรงงาน 7 คนขึ้นไปผลิตอาหารที่ใช้ของกลุ่มนี้จะเริ่มต้นด้วยตัวอักษร “ผ” โดนที่ “นป” หมายถึง น้ำปลา “ช” หมายถึง น้ำส้มสายชูซึ่งเป็นอาหารควบคุมเฉพาะใน 39 ประเภท ในกรณีที่เกิดจากผู้ผลิตในประเทศที่ไม่เข้าข่ายโรงงานอุตสาหกรรมจะใช้อักษร “ฉพ” หมายถึง ฉลากผลิต ดังนั้นทะเบียนฉลากอาหารจะกลายเป็น “ฉพนป” และ “ฉผช” ตามลำดับ ส่วนหมายเลข ที่ตาม คือ หมายเลขที่และปีที่ได้รับการขึ้นทะเบียนฉลากอาหารนั้นๆ ส่วนอาหารที่นำเข้า จะใช้อักษร “ส” แทน “ผ” และ “ฉผ”

- อาหารที่ถูกกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน
- อาหารที่ถูกนำเข้าประเทศเพื่อจำหน่ายซึ่งไม่ใช่อาหารควบคุมเฉพาะ
- อาหารอื่นที่มีการจำหน่ายและ รัฐมนตรีออกประกาศกำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลากคือ

อาหารประเภทที่ 1 ที่ 2 และบางส่วนของประเภทที่ 4 ตามที่ประกาศกำหนดให้มี ฉลากที่ได้รับอนุญาต จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

## 2.6.1 อาหารที่ต้องขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร

### 2.6.1.1 มี 4 กลุ่ม คือ

- 1) อาหารควบคุมเฉพาะ
- 2) อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน
- 3) อาหารที่ถูกนำเข้าประเทศเพื่อจำหน่ายซึ่งไม่ใช่อาหารควบคุมเฉพาะ
- 4) อาหารอื่นที่มีการจำหน่าย และรัฐมนตรีออกประกาศกำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีตัวอย่างฉลากอาหาร

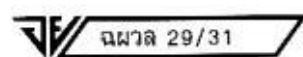
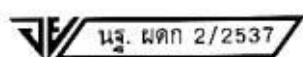
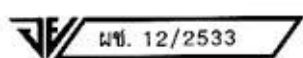
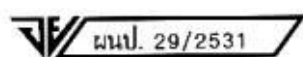
รายละเอียดและภาพตัวอย่างฉลากอาหาร ดังนี้

- “ผ” หมายถึง ผลิตจากสถานที่ผลิตในประเทศที่เข้าข่ายเป็นโรงงาน (มีเครื่องจักรตั้งแต่ 5 แรงม้า หรือ คนงาน 7 คนขึ้นไป)

- “ฉผ” หมายถึง ฉลากผลิต เป็นอาหารที่ผลิตจากสถานที่ผลิตในประเทศที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน

- “ส” แทน “ผ” และ “ฉผ” หมายถึง อาหารที่นำเข้าฉลาก

- นฐ. หมายถึง นครปฐมในปี พ.ศ.2536 กระทรวงสาธารณสุขขออนุญาตให้ขึ้นทะเบียนฉลากอาหารที่สำนักงานสาธารณสุขแต่ละจังหวัดได้)



## ภาพที่ 2.30 ตัวอย่างฉลากอาหาร

ที่มา : เมธินี (2549)

### 2.6.1.2 ฉลากที่ได้รับอนุญาตจากสำนักงาน อย. มีข้อมูลดังต่อไปนี้

- เครื่องหมายเลขทะเบียนหรือเลขอนุญาตใช้ฉลากอาหาร พร้อมปีที่ให้อนุญาต ซึ่งอาจเขียนเต็ม เช่น 2541 หรือเขียนย่อ เช่น 41 ก็ได้ ผู้ที่ได้รับใบสำคัญการใช้ฉลากอาหาร ให้แสดงเลขที่อนุญาต ในฉลากอาหาร ด้วยตัวอักษรขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตรในกรอบ พื้นสีขาว โดยสีของกรอบให้ตัดกับพื้นฉลาก

- น้ำหนักสุทธิ หรือปริมาณสุทธิ ซึ่งหมายถึง น้ำหนักหรือปริมาตรของอาหารที่ไม่รวมภาชนะบรรจุ ส่วนน้ำหนักอีกประเภทที่ให้แสดง คือ น้ำหนักเนื้ออาหาร (Drained Weight) ซึ่งเป็นน้ำหนักของอาหารที่เป็นเนื้อหรือของแข็งโดยได้กรองส่วนที่เป็นของเหลวแยกออกแล้ว

- ชื่อภาษาไทย กำหนดให้ใช้อักษรสีเดียวกัน ซึ่งอาจมีชื่อได้ 2 ส่วน คือ ชื่อตามกฎหมายที่กำหนดให้เรียกผลิตภัณฑ์นั้น เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และ ชื่อทางการค้า (Brand Name)

- ส่วนประกอบที่สำคัญโดยประมาณ การระบุส่วนประกอบนี้ต้องระบุปริมาณเป็นร้อยละของน้ำหนัก และเรียงจากปริมาณมากไปหาน้อย

- การระบุส่วนประกอบหรือวัตถุปรุงแต่งรสอาหาร ส่วนประกอบของอาหารบางประเภท ที่ใช้เติมลงในอาหาร อาจเป็นอันตรายหรือก่อให้เกิดอาการแพ้ แก่ผู้บริโภคบางกลุ่ม ดังนั้นจึงสมควรอย่างยิ่งที่จะต้องแจ้งชนิด หรือ ปริมาณของส่วนประกอบหรือวัตถุปรุงแต่งรสอาหารต่าง ๆ เช่น การใช้ผงชูรส การใช้วัตถุกันเสีย การเจือสี การแต่งรสหรือกลิ่น เป็นต้น

- ระบุวันที่ผลิตหรือวันที่หมดอายุ โดยปกติอาหารที่มีอายุการเก็บยาวนาน เช่น อาหารกระป๋อง มักจะระบุวันที่ผลิต ในทางตรงกันข้าม อาหารที่มีอายุการเก็บสั้น เช่น อาหารนม เป็นต้น จะระบุวันที่หมดอายุหรือวันที่ควรบริโภคก่อน ชื่อผู้ผลิต ผู้จำหน่าย หรือผู้นำเข้าพร้อมที่อยู่

- คำแนะนำในการเก็บรักษา และในการปรุงอาหารหรือการเตรียม เพื่อบริโภค เช่น อาหารบางจำพวกอาจจะต้อง เก็บในสภาพเย็น หรืออาหารที่ใช้อุ่นในไมโครเวฟ จำต้องบอกวิธีการปรุง คำแนะนำสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นมากในการที่ผู้บริโภค จะสามารถบริโภคอาหาร ที่มีคุณภาพ และคุณค่าทางโภชนาการตามที่ได้คาดหวังไว้

- ข้อควรระวังหรือคำเตือน และวิธีป้องกันอันตรายที่เกิดขึ้น (ถ้ามี) คำเตือนเหล่านี้พบได้ จากอาหารจำพวกชูกำลัง หรืออาหารที่ทานแล้วทำให้อาการหนักขึ้น เช่น เครื่องดื่มผสมคาเฟอีน เป็นต้น

- สัญลักษณ์รหัสแท่ง (Bar Code)

### 2.6.1.3 เครื่องหมายมาตรฐาน

- เครื่องหมายมาตรฐาน เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ทั่วไป เช่น เครื่องอุปโภคบริโภค



เครื่องหมายมาตรฐาน

ภาพที่ 2.31 เครื่องหมายมาตรฐาน

ที่มา : เมธี (2549)

- เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าเป็นมาตรฐานนำเข้า และจำหน่ายเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามมาตรฐานเท่านั้น เช่น ผงซักฟอก



เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ

ภาพที่ 2.32 เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ

ที่มา : เมธี (2549)

## 2.7 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการวิจัย เรื่อง “การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ดังนี้

อภิวัฒน์ ปันทะธง, จิรวัดน์ พิระสันต์ และนิรัช สุดสังข์. (2558 : บทคัดย่อ) โครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน รอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลอ้างอิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และเพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป จำนวน 100 คนโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวภายในชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ 1. แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการศึกษาวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย 2. แบบประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยาน

ประวัติศาสตร์สุโขทัย และ 3. แบบประเมินผลความพึงพอใจที่มีต่อสื่อ สิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย สถิติที่ผู้วิจัยได้ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลใน ครั้งนี้ คือ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย พบว่า การประเมินการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มืออัตลักษณ์ โดยรวมมีค่าการประเมิน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.08 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36 หัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยค่าการประเมินมากที่สุด คือ สื่อมีความน่าสนใจและสื่อ เหมาะสมใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 4.40 และค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.55 การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทแผ่นพับ พบว่า โดยรวมมีค่าการประเมินอยู่ใน ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.08 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41 หัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยค่าการประเมินมากที่สุด คือ สื่อมีเนื้อหาเข้าใจง่ายมีค่าเฉลี่ย 4.60 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่ง พิมพ์ประเภทโปสเตอร์ พบว่า โดยรวมมีค่าการประเมินอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.78 และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.38 หัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยค่าการประเมินมากที่สุด คือ สื่อมีความน่าสนใจ สื่อดึงดูดใจ/สื่อความหมาย ได้ดี และสื่อเหมาะสมใช้เป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 4.00และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.00 สื่อมี เนื้อหาเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.00 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทแผนที่ พบว่า โดยรวมมีค่าการประเมิน อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.78 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44 หัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยค่าการประเมินมากที่สุด คือ สื่อมีปริมาณ เนื้อหาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.40 และค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55

การประเมินผลความพึงพอใจคู่มืออัตลักษณ์ พบว่า โดยรวมมีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย 4.01 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 การประเมินผลการออกแบบ แผ่นพับ พบว่า โดยรวมมีค่าความ พึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.14 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 การประเมินผลความพึงพอใจ โปสเตอร์ พบว่า โดยรวมมีค่าความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.92 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 และการประเมินผลความพึงพอใจแผนที่ พบว่า โดยรวมมีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.06 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77

อมรรัตน์ บุญสว่าง. 2559. โครงการวิจัย เรื่อง การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริม สินค้าอาหารเอกลักษณ์ของจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ (1) เพื่อพัฒนาอาหารเอก ลักษณ์จังหวัดชายแดนภาคใต้ (2) เพื่อออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารเอกลักษณ์จังหวัดชาย เแดนภาคใต้ (3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจผู้บริโภคมีต่ออาหารและบรรจุภัณฑ์อาหารเอกลักษณ์จังหวัดชายแดน ภาคใต้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากกลุ่มผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกจากสำนักงานอุตสาหกรรม 5 จังหวัด ได้แก่ สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ในขั้นตอนการดำเนินงานมีการจัด Workshop เพื่อระดมความคิด ของผู้ประกอบการ ที่ปรึกษาด้านอาหารและนักออกแบบ มีเจ้าหน้าที่สาธารณสุขประเมินผลการพัฒนาอาหาร และข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ ผลการพัฒนาอาหาร พบว่า กลุ่มอาชีพการผลิตมัน้ำตาลโตนด จ.สงขลา พัฒนา ขนมดู ตรา ดาวราย โดยใช้วัตถุดิบในชุมชน ตราสินค้า เป็นรูปดาวและภูเขา บรรจุภัณฑ์เป็นถุงพอยด์ เพื่อป้อง กันความชื้นและติดฉลากให้ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทุ่งพัก จ.สตูล พัฒนาโรตีสถิตอบงา ตรา แพงพวย ให้มีความกรอบและรสชาติเข้มข้นของพริกไทยและงาดำ ตราสินค้าเป็นรูปดอกแพงพวย บรรจุภัณฑ์



เป็นกล่องกระดาษ ใช้ภาพประกอบที่ตัดทอนมาจากเมล็ดข้าว เป็นวัตถุดิบหลักของผลิตภัณฑ์ กลุ่มข้าวเกรียบปลา ตรา ซีรีน จ.ปัตตานี พัฒนาหลักสูตรเป็นปลาบอลปรุงรสด้วยน้ำจิ้ม และใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกล่องกระดาษ มีภาพกราฟิกนำเสนอวิถีชีวิตชาวประมง กลุ่มเกษตรยั่งยืน จ.ยะลา พัฒนากล้วยหินฉาบ รสชาเขียว ตรา ส. วิจิตร โดยใช้กล้วยหินหั่นบาง และเคลือบชาเขียว ตราสินค้า นำเสนอความสามัคคีของกลุ่ม บรรจุภัณฑ์เป็นถุงพอยด์บรรจุในกล่องกระดาษ ใช้ภาพกราฟิกเป็นวิถีชีวิต และบรรยากาศการทำสวนของชาวไทยพุทธ-มุสลิม กลุ่มมิ่งทุเรียนกวน จ.นราธิวาส พัฒนาทุเรียนกวนไส้มั่งคุด ตรา มิ่งทุเรียนบุกิต ใช้ตราสินค้าที่นำเสนอภาพผลไม้ เรือกอ ทะเล และภูเขา บรรจุภัณฑ์เป็นถุงพอยด์ เพื่อป้องกันความชื้นและติดฉลากให้ข้อมูลการศึกษา ความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยวิธีการสำรวจ (Survey method) ด้วยแบบสอบถามและเลือกสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) บริเวณถนนคนเดินจังหวัดสงขลา โดยประมาณการผู้เข้าร่วมงานถนนคนเดิน 750 คน ต่อวัน หรือ จำนวน 1,500 คน ในระยะเวลา 2 วัน และใช้ตารางของ Krejcie และ Morgan เพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางจำนวนประชากร 1,500 คน จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ทั้งสิ้น 152 คน ผลการศึกษา ความพึงพอใจรายผลิตภัณฑ์ พบว่า โรตีสถูล สามารถบ่งบอกเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ ร้อยละ 97.2 บรรจุภัณฑ์โรตีสถูล สามารถบ่งบอกเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ ร้อยละ 88.2 ขนมดู จ.สงขลาสามารถบ่งบอกเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ ได้ร้อยละ 79 บรรจุภัณฑ์ขนมดู สามารถบ่งบอกเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ ร้อยละ 74.5 ข้าวเกรียบปลา ตรา ซีรีน จ.ปัตตานี สามารถบ่งบอกเอกลักษณ์ภาคใต้ ร้อยละ 71.8 ส่วนกล้วยหินฉาบรสชาเขียว จ.ยะลา สามารถบ่งบอกเอกลักษณ์ของภาคใต้ ร้อยละ 62.7 บรรจุภัณฑ์กล้วยหินฉาบรสชาเขียว สามารถบ่งบอกเอกลักษณ์ภาคใต้ ร้อยละ 65.5 ทุเรียนกวนไส้มั่งคุด จ.นราธิวาส สามารถบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ภาคใต้ ร้อยละ 61.8 บรรจุภัณฑ์ทุเรียนไส้มั่งคุด สามารถบ่งบอกเอกลักษณ์ของภาคใต้ ร้อยละ 68.2

วชิร วาสนา และกัญญา กำศิริพิมาน. 2558. **โครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมกต.หนองแก อ.เมืองอุทัยธานี”** เป็นการใช้อนุพลาสติกพอลิพรอพิลีน (Polypropylene) แบบใสและเลือกที่ใช้ฉลากสติ๊กเกอร์ติดภายนอกถุงแทนฉลากสินค้าเดิมที่ใช้กระดาษพิมพ์ข้อมูลแล้วใส่ลงไปบรรจุภัณฑ์และมีการซีลถุงขนาดเล็ก ราคาถูกแทนการใช้ที่เย็บกระดาษ เย็บปิดปากถุง มีการจัดทำเครื่องหมายการค้าและฉลากสินค้าติดบนบรรจุภัณฑ์ตามหลักการออกแบบ และแสดงรายละเอียด เครื่องหมาย เลขทะเบียน ตราสัญลักษณ์ OTOP หรือส่วนประกอบที่สำคัญต่างๆ ฯลฯ ลงไปอย่างถูกต้อง เหมาะสม

พนัชกร สิมะขจรบุญ และเอกรินทร์ จินดา. 2561. **โครงการวิจัย เรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมหวานพื้นถิ่นของชุมชนเทศบาล ตำบลบางตะบูน จังหวัดเพชรบุรี เพื่อพัฒนาให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว** พบว่า ผลิตภัณฑ์ขนมหวานของชุมชนที่สามารถพัฒนาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ คือ ขนมไข่แมงดาเชื่อม ขนมลำแพนแก้ว ขนมลำแพนกวน และน้ำลำแพน จากการศึกษาลักษณะทางกายภาพและการบรรจุหีบห่อขนมหวานแต่ละประเภทรูปนั้น พบว่า หากผู้ผลิตประสงค์จำหน่าย ควรได้รับการพัฒนาในด้านขนาดของเนื้อผลิตภัณฑ์ขนาดของบรรจุภัณฑ์ สี รูปทรง ลวดลาย ฉลากแสดงรายละเอียดสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามและความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น หลังจากพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้ว จึงนำไปให้ผู้ประกอบการขนมหวานประเมินความพึงพอใจและได้รับข้อเสนอแนะ ให้ปรับปรุงแก้ไข จนเป็นที่พอใจแก่เจ้าของผลิตภัณฑ์ จากนั้นนำผลิตภัณฑ์ที่แก้ไขแล้วไปสอบถามความคิดเห็นกับนักท่องเที่ยวในเขตเทศบาลตำบลบางตะบูน จำนวน 380 คน

ผลความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดที่ระดับร้อยละ 86.7 - 100.0 ด้านบรรจุภัณฑ์ ร้อยละ 90.0 - 96.7

จินตนา พงษ์รามัญ. 2561. การวิจัย เรื่อง การสื่อสารอัตลักษณ์ไทย ผ่านบรรจุภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ ตราแม่ประนอม พบว่า จากการเรียนรู้งานออกแบบจากต่างประเทศ ทำให้เราดึงความเป็นไทยมาใช้ในวงแคบ ไม่ว่าจะเป็นสีไทยโทน ตัวอักษรและภาพที่มีเอกลักษณ์ เพราะในด้านการออกแบบมีการกลัวการนำไปใช้แล้วผิดหลักทางศาสนา นำไปใช้แล้วทำให้งานดูเซย ดูล่าสมัย ทั้งยังไม่สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ไทยให้เป็นที่เข้าใจในระดับสากลในส่วนของนักศึกษาครั้งนี้ พบว่า มีศูนย์บัณฑิตไทย และ TCDC ซึ่งเป็นหน่วยงานของไทย รวบรวม อีกทั้งพยายามเข้าถึงความเป็นท้องถิ่นของชุมชนใน แต่ละภูมิภาค แต่ยังคงอยู่ในกลุ่มของนักออกแบบเป็นหลัก ดังนั้นการขยายกลุ่มให้เข้าถึงชุมชนจึงเป็นเรื่องสำคัญและเป็นงานที่ยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น รวมทั้งการรวมกลุ่มในภาคชุมชน หากในชุมชนเองรวมกลุ่มคนในครอบครัวของแต่ละชุมชน เช่น พ่อ แม่ ลูก ปู่ ย่า ตา ยาย ก็จะทำให้เกิดการเรียนรู้สืบทอดพัฒนา และประยุกต์ใช้มรดกทางภูมิ ปัญญาอย่างยั่งยืน



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูล เอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการลงพื้นที่ภาคสนาม เพื่อรวบรวมข้อมูลจากการสอบถาม การสัมภาษณ์ แล้วรวบรวมข้อมูลที่ได้มาสรุปผลและทำการวิเคราะห์ แล้วสังเคราะห์สู่กระบวนการออกแบบและการพัฒนาตัวรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับใช้สร้างอัตลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณีกำฟ้า สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี ให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยได้วางแผนวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ระยะเวลาในการวิจัย
- 3.2 ขอบเขตของการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 การนำเสนอผลการวิจัย

#### 3.1 ระยะเวลาในการวิจัย

โครงการวิจัย เรื่อง “การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการวิจัยปีงบประมาณ ราชจ่าย พ.ศ. 2562 ระยะเวลา 1 ปี ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2561 – กันยายน 2562

#### 3.2 ขอบเขตของการวิจัย

**3.2.1 ช่วงที่ 1 : การศึกษาค้นคว้าข้อมูล** เรื่อง “การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี”

##### 1) แหล่งข้อมูล ได้แก่

- ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การลงพื้นที่ภาคสนาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามของสภาพทั่วไปและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจากการสังเกต การสอบถาม การสัมภาษณ์ และส่วนของข้อมูลจากการลงพื้นที่สำรวจวิถีชีวิต สื่อประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน และบรรจุภัณฑ์สินค้าเดิมภายในชุมชน

- ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ เรื่อง “การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” ดังนี้

##### 2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

- ประชากร ได้แก่ หน่วยงานราชการ ตัวแทนชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ของตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี และนัก  
ท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไป จำนวน 300 คน

- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ หน่วยงานราชการ ตัวแทนชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน  
ของตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี และนัก  
ท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไป จำนวน 169 คน  
(จากตารางสำเร็จรูปของ krejcie and morgan)

3) ตัวแปรที่จะศึกษา ได้แก่

- ตัวแปรต้น ได้แก่ รูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์
- ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และ  
บรรจุภัณฑ์

### 3.2.2 ช่วงที่ 2 : ขั้นตอนการออกแบบร่างและการพัฒนารูปแบบใหม่

ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ เรื่อง “การสร้างสรรคสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง  
วัฒนธรรม ประเพณี“กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี”

1) แหล่งข้อมูล ได้แก่

- ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การลงพื้นที่ภาคสนาม เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม  
ตามสภาพทั่วไปและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจากการสอบถาม การสัมภาษณ์และการลงพื้นที่สำรวจสื่อ  
ประชาสัมพันธ์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ผลิตภัณฑ์ชุมชน และบรรจุภัณฑ์หีบห่อของผลิตภัณฑ์สินค้าเดิมต่างๆ
- ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “การ  
สร้างสรรคสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี“กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน  
จังหวัดลพบุรี”

2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

- ประชากร ได้แก่ หน่วยงานราชการ ตัวแทนชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน  
ของตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี และนัก  
ท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไป จำนวน 300 คน
- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ หน่วยงานราชการ ตัวแทนชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน  
ของตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี และนัก  
ท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไป จำนวน 169 คน  
(จากตารางสำเร็จรูปของ krejcie and morgan)

3) ตัวแปรที่จะศึกษา ได้แก่

- ตัวแปรต้น ได้แก่ แนวทางการออกแบบร่างและการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่
- ตัวแปรตาม ได้แก่ รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่  
ที่ได้จากการออกแบบและพัฒนาใหม่

### 3.2.3 ช่วงที่ 3 : การศึกษาและการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่

ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์

#### 1) แหล่งข้อมูล ได้แก่

- ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การลงพื้นที่ภาคสนาม เพื่อประเมินผลรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ให้เกิดความสวยงาม แสดงอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยพวน และตรงตามลักษณะการใช้งานของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนชาวไทยพวนบ้านหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

- ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเรื่องเกี่ยวกับการออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการสร้างเครื่องมือ คือ แบบสอบถาม สำหรับใช้ประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์

#### 2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

- ประชากร ได้แก่ หน่วยงานราชการ ตัวแทนชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนของตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี และนักท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไป จำนวน 300 คน

- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ หน่วยงานราชการ ตัวแทนชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนของตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี และนักท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไป จำนวน 169 คน  
(จากตารางสำเร็จรูปของ krejcie and morgan)

#### 3) ตัวแปรที่จะศึกษา ได้แก่

- ตัวแปรต้น ได้แก่ ศึกษาหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์และหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการออกแบบกราฟิก

- ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อ

ประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ ที่มีความสวยงาม แสดงอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยพวน และตรงตามลักษณะการใช้งานของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

### 3.2.4 ช่วงที่ 4 : นำผลการศึกษามาปรับปรุงแก้ไขสู่การพัฒนาแบบใหม่

ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ที่ได้ไปถ่ายทอดองค์ความรู้ เผยแพร่ผลงาน และการนำไปใช้ประโยชน์แก่ชุมชน สังคมและประเทศชาติ

#### 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

- ประชากร ได้แก่ หน่วยงานราชการ ตัวแทนชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนของตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ผู้สนใจ

- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ หน่วยงานราชการ ตัวแทนชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ของตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ผู้สนใจ

2) ตัวแปรที่จะศึกษา ได้แก่

- ตัวแปรต้น ได้แก่ ศึกษาวิธีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์
- ตัวแปรตาม ได้แก่ - สร้างและผลิตต้นแบบของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ของงานประเพณี“กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี
- ถ่ายทอดผลงานและวิธีการปฏิบัติ

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนการดำเนินงานของวัตถุประสงค์ของการวิจัย

- แบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้น (สำหรับกลุ่มเป้าหมาย) และแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการพัฒนารูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ มาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ หน่วยงานราชการ ตัวแทนชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน (กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน)ของตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรีและผู้สนใจ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม โดยสร้างเป็นแบบ Rating Scale เพื่อเป็นแนวทางให้ได้ข้อมูลด้านความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ ตามหลักการออกแบบของสื่อประชาสัมพันธ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทั้งด้านการออกแบบโครงสร้าง และด้านการออกแบบกราฟิก ดังนี้

5	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

#### 3.3.2 กระบวนการวิจัยกับการใช้เครื่องมือในการวิจัย

**ช่วงที่ 1 :** ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี“กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี เพื่อใช้ในการวิจัย ดังนี้

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- การศึกษาค้นคว้า การจดบันทึก ใช้ในการสรุปผลเพื่อนำไปใช้ประกอบแนวความคิดในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์

- แบบสอบถาม ใช้สำหรับสอบถามกับหน่วยงานราชการ ตัวแทนชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนของตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี และผู้ที่สนใจ

**ช่วงที่ 2 :** ขั้นตอนการออกแบบและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- การศึกษาค้นคว้า การจดบันทึก เพื่อนำไปใช้ประกอบแนวความคิด ในการออกแบบและการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์

- แบบสอบถาม ใช้สำหรับสอบถามกับหน่วยงานราชการ ตัวแทนชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนของตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี และผู้ที่สนใจ

**ช่วงที่ 3 :** ขั้นตอนการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- แบบสอบถาม ใช้ในการประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์

**ช่วงที่ 4 :** ขั้นตอนการนำผลการศึกษาด้านการออกแบบและการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ไปถ่ายทอดองค์ความรู้ เผยแพร่ผลงาน และการนำไปใช้ประโยชน์แก่ชุมชน สังคม ประเทศชาติ

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- แบบสอบถาม ใช้ในการประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสวยงาม แสดงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี และมีความสอดคล้องตรงตามลักษณะการใช้งานของสื่อแต่ละประเภท

- การสังเกต การสอบถาม

- เอกสาร คู่มือการถ่ายทอดเทคโนโลยี

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

**ช่วงที่ 1 :** ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้าข้อมูลในหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และหลักการออกแบบกราฟิก รวมทั้งการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการวิเคราะห์จากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสอบถาม การสัมภาษณ์ เพื่อให้ทราบข้อมูลเบื้องต้นสำหรับนำไปใช้ประกอบการออกแบบร่างและการพัฒนารูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นการวิจัยเชิงวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ

**ช่วงที่ 2 :** ขั้นตอนการออกแบบและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นการ

เก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการวิเคราะห์หาแนวทางในการออกแบบ พัฒนาให้กับบรรจุกุณธ์และสื่อประชาสัมพันธ์ และเป็นแบบสอบถาม จากการสัมภาษณ์ร่วมกันกับตัวแทนของหน่วยงานราชการ ตัวแทนชุมชน บุคคลทั่วไป และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 2 ประเภท จึงเป็นการวิจัยเชิงวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ

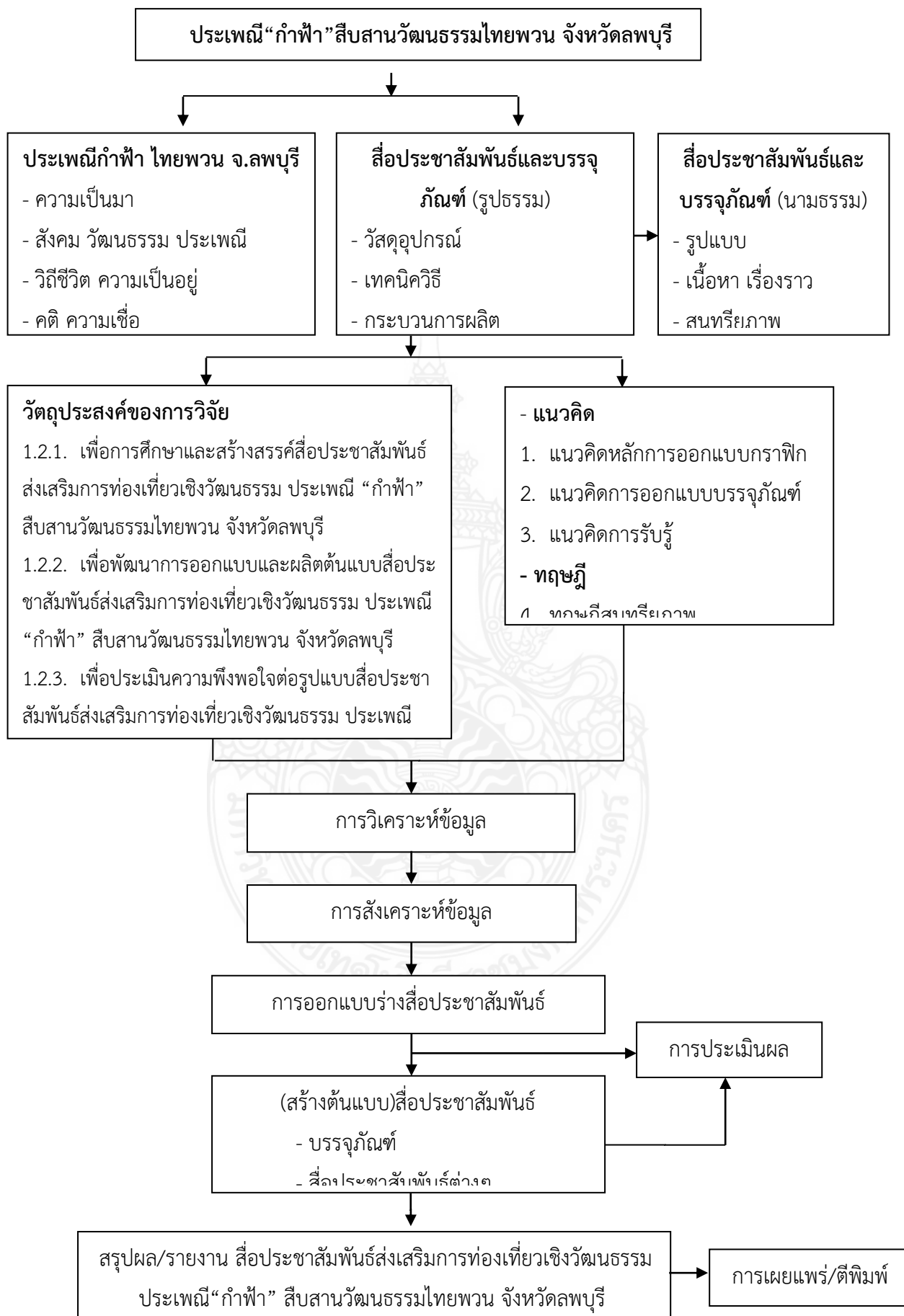
**ช่วงที่ 3 :** ขั้นตอนการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุกุณธ์และสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นการเก็บข้อมูล โดยการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุกุณธ์และสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

**ช่วงที่ 4 :** ขั้นตอนการนำผลการศึกษาด้านการออกแบบและการพัฒนารูปแบบของบรรจุกุณธ์และสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ไปถ่ายทอดองค์ความรู้ การเผยแพร่ผลงาน และการนำไปใช้ประโยชน์แก่ชุมชน สังคม ประเทศชาติ เป็นการเก็บข้อมูล ใช้ในการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินผลต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุกุณธ์และสื่อประชาสัมพันธ์ แสดงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรีและมีความสอดคล้องตรงตามลักษณะการใช้งานของสื่อแต่ละประเภท





กรอบและกระบวนการวิจัย



### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.5.1 การสอบ ภาพที่ 3.1 แผนผังแสดงขั้นตอนกระบวนการวิจัย และทำการวิเคราะห์ เพื่อเป็นแนวทางกำหนดแนวคิดการออกแบบและการพัฒนารูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อหาประสิทธิภาพ ความพึงพอใจ และการสรุปผลเชิงสังเคราะห์

#### 3.5.2 แบบสอบถาม

นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม (แบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายและแบบสอบถามประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (Frequency)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ด้านการออกแบบโครงสร้าง และด้านการออกแบบกราฟิก เป็นการวิเคราะห์ผล ดังนี้

เป็นการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

โดยนำเสนอในลักษณะตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งระดับเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

### 3.6 การนำเสนอผลการวิจัย

โครงการวิจัย เรื่อง “การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” เป็นการนำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ประกอบภาพนิ่ง และตารางประกอบคำอธิบาย

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

โครงการวิจัยเรื่อง “การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” ผู้วิจัยได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
- 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากรูปแบบใหม่ของผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากรูปแบบใหม่ของผลงานการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
- 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมาย
- 4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์

#### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

โครงการวิจัย เรื่อง “การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” ได้มีการวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และการออกแบบกราฟิกตามลักษณะการใช้งาน ดังต่อไปนี้

##### 4.1.1 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ (อาหารพื้นถิ่นไทยพวน) จำนวน 6 แบบ

- ข้าวจี	จำนวน 1 แบบ
- ข้าวหลาม	จำนวน 1 แบบ
- ขนมปุ่น (ขนมจีน)	จำนวน 1 แบบ
- ปลาสัมปัก	จำนวน 1 แบบ
- ขนมตาดกระทะ	จำนวน 1 แบบ
- ขนมลอดช่อง	จำนวน 1 แบบ

ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารที่จัดจำหน่ายเป็นลักษณะอาหารสด เป็นการปรุงแต่ง ประกอบอาหารเน้นแบบสดใหม่ทุกวันต่อการจัดจำหน่ายไม่เหลือค้างคืน เป็นลักษณะงานที่จัดขึ้นเฉพาะกิจในประเพณีกำฟ้าของแต่ละปี ดังนั้นโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้จึงเป็น “โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป” โดยวัสดุและรูปแบบของโครงสร้างสามารถหาซื้อได้จากท้องตลาด โดยพิจารณาตามลักษณะการใช้งานที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อให้สอดคล้องกับการลดต้นทุนที่ไม่สูงมากนักแต่สามารถใช้งานได้ดี กล่องบรรจุภัณฑ์จะมีรูปทรงที่เป็นทั้งทรงกระบอกและทรงเหลี่ยมใช้งานง่าย สามารถจัดวางทับซ้อนกันได้ทำให้ไม่เปลืองพื้นที่ต่อการจัดวางสินค้าสำหรับจัดจำหน่าย ดังนี้ 1. บรรจุภัณฑ์ขนมจีน และบรรจุภัณฑ์ข้าวหลาม จะมีลักษณะกล่องสี่เหลี่ยม มีการแบ่งช่องแยกของตัวอาหารหลักกับเครื่องปรุงเป็นสัดส่วน วัสดุที่ใช้เป็นกล่องพลาสติกชนิดพอลิโพรพิลีน (Polypropylene) หรือเรียกว่า พีพี (PP) เป็นพลาสติกที่มีความใส คงรูป เหนียวและทนแรงกระแทกได้ดี ทนสารเคมีและน้ำมัน ใช้ทำกล่องบรรจุอาหารมีความปลอดภัยในการใช้ซ้ำได้ ทนความร้อนสูง สามารถใช้งานกับไมโครเวฟได้ โดยมีฝาปิด สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้ และมีสายคาดที่วัสดุทำจากกระดาษอาร์ตการ์ด 2. บรรจุภัณฑ์ปลาสัมปักและบรรจุภัณฑ์ลอดช่องจะมีลักษณะเป็นทรงกระบอกรูปถ้วยฝาปิดทรงโค้ง วัสดุที่ใช้เป็นพลาสติกพอลิโพรพิลีน (Polypropylene) หรือเรียกว่า พีพี (PP) ชนิดแบบใส 3. บรรจุภัณฑ์ข้าวจี และขนม

ดาตกระหะ มีลักษณะเป็นถุงพลาสติกพอลิโพรพิลีน (Polypropylene) หรือเรียกว่า พีพี (PP) ชนิดแบบใส มีการซีลถุงเนื่องจากถุงพลาสติกพอลิโพรพิลีนใส (Polypropylene, PP) ทำให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์อาหารและช่วยให้สติ๊กเกอร์ฉลากดูโดดเด่นกว่าการใช้ถุงพลาสติกพอลิโพรพิลีนที่มีลวดลายที่สอดคล้องกับปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541) กล่าวไว้ว่า กลุ่มอาหารประเภทอาหารถนอมด้วยน้ำตาลและทำให้แห้งควรเลือกใช้พลาสติกพอลิโพรพิลีน(Polypropylene, PP) สามารถป้องกันความชื้นได้แต่ปิดผนึกยากกว่าฟิล์มพอลิเอทิลีน(Polyethylene, PE) เนื้อพลาสติกมีความใสช่วยเพิ่มคุณค่าสินค้า มีราคาถูกและปิดผนึกด้วยความร้อนได้ นอกจากนี้ยังปรับขนาดบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับราคาจำหน่ายขายให้กับนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะซื้อแล้วบริโภคเลยภายในงานๆ จึงเป็นการเพิ่มความสะดวกในการบริโภคได้ และยังสามารถเก็บรักษาไว้รับประทานได้อีกภายใน 2-3 วัน เป็นการป้องกันความเสียหายของผลิตภัณฑ์สินค้าอาหาร สินค้ามีรูปลักษณ์สีส้มสวยงาม สะดุดตาเป็นที่น่าจดจำ (ณัฐนพิมพ์ ทีฆะสุข, 2552) ซึ่งสินค้าของที่ระลึกหรือของฝากมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา ออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์อัตลักษณ์ รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามดึงดูดใจ และมีความแข็งแรง (ยุพดี เสดตพรณ, 2548)

#### 4.1.2 การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ (อาหารพื้นถิ่นไทยพวน) จำนวน 6 แบบ

- ข้าวจี	จำนวน 1 แบบ
- ข้าวหลาม	จำนวน 1 แบบ
- ขนมปุ่น (ขนมจีน)	จำนวน 1 แบบ
- ปลาสามพัก	จำนวน 1 แบบ
- ขนมดาตกระหะ	จำนวน 1 แบบ
- ขนมลอดช่อง	จำนวน 1 แบบ

ด้านการออกแบบกราฟิก จะเน้นถึงรูปแบบ สีเส้นที่เป็นลักษณะแบบเอิร์ธโทน สไตล์แบบธรรมชาติและออกสีโทนน้ำตาล ดูอ่อนนุ่มอบอุ่น ให้ความรู้สึกอบอุ่น ดูผ่อนคลายอารมณ์ให้แลดูมีบรรยากาศแบบการทวนระลึกนึกถึงภาพอดีตที่แสดงออกถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรมในอดีตนั่นเอง มีการนำอัตลักษณ์ของชาวไทยพวนบ้านหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี มาใช้ประกอบเป็นอย่างดี เช่น ความเป็นมาของชาติพันธุ์ไทยพวน ลพบุรี, วิถีชีวิต, บ้านเรือน, อาหารการกิน, การแต่งกาย, กิจกรรมต่างๆของประเพณีกำฟ้า และอื่นๆ มาใช้ประกอบแนวคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ชุดใหม่ซึ่งมีความหมายที่มีการแสดงออกทางรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ สร้างความเชื่อมั่นให้แก่สินค้าและช่วยส่งเสริมการขายให้กับผู้ซื้อ ใช้แนวคิด (ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ. 2537) ที่ว่า “บรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องบ่งชี้บอกผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้า ลักษณะวิธีการใช้ แหล่งผลิต และเป็นตัวช่วยในการเพิ่มยอดขาย ช่วยสร้างภาพพจน์และเอกลักษณ์ให้กับสินค้า” และสอดคล้องกับ (ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541) ได้กล่าวว่า หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์อาหารต้องรักษาคุณภาพอาหารได้แก่ การใช้วัสดุป้องกันอากาศซึมผ่านป้องกันแสง ป้องกันก๊าซเฉื่อยที่ฉีดเข้าไปชะลอปฏิกิริยาชีวภาพป้องกันความชื้นจากภายนอกและทำหน้าที่เป็นฉลากแสดงข้อมูลของอาหารแปรรูป ได้แก่ ข้อมูลทางด้านโภชนาการ ส่วนประกอบของอาหาร วันที่ผลิต วันหมดอายุ คำแนะนำ เป็นต้น

#### 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

โครงการวิจัย เรื่อง “การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” มีผลการวิเคราะห์การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตามลักษณะการใช้งาน ดังต่อไปนี้

4.2.1 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (ประเพณีกำฟ้า) จำนวน 10 แบบ

- โลโก้/มีสคอร์ต จำนวน 1 แบบ
- แผ่นพับ จำนวน 1 แบบ
- โปสเตอร์ จำนวน 1 แบบ
- ป้ายโรลอัฟ จำนวน 4 แบบ
- ป้ายสแตนดี้ จำนวน 1 แบบ
- ป้ายไวนิล จำนวน 1 แบบ
- ป้ายคัตเอาท์ จำนวน 1 แบบ

ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ฯ จะใช้ลักษณะการออกแบบผลงานทั้งหมดให้มีแนวคิดทางการออกแบบไปในทิศทางเดียวกัน ให้มีบุคลิกภาพผลงานไปทางเรื่องราวเดียวกันไปกำหนดผลงาน รวมทั้งการใช้สีตัวอักษร ลักษณะรูปภาพและการจัดหน้า การออกแบบจะเน้นให้มีความเรียบง่าย สะท้อนถึงวิถีชีวิตท้องถิ่น ทั้งด้านสภาพแวดล้อม ที่อยู่อาศัย อาหารการกิน ภาษา ประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชน เน้นใช้ภาพที่เป็นภาพถ่ายเหมือนจริงผสมกับภาพกราฟิกและภาพการ์ตูนบางจุดเน้นที่สำคัญ เน้นเนื้อหา เรื่องราวหรือกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นภายในชุมชนเป็นหลัก เพื่อช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากรูปแบบใหม่ของผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์

โครงการวิจัย เรื่อง “การสร้างสรรคสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” ได้รูปแบบใหม่ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามลักษณะการใช้งาน ดังต่อไปนี้

4.3.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (อาหารพื้นถิ่นไทยพวน) จำนวน 6 แบบ

- ข้าวจี จำนวน 1 แบบ
- ข้าวหลาม จำนวน 1 แบบ
- ขนมปุ้น (ขนมจีน) จำนวน 1 แบบ
- ปลาสามฟัก จำนวน 1 แบบ
- ขนมตาดกระทะ จำนวน 1 แบบ
- ขนมลอดช่อง จำนวน 1 แบบ



รูปแบบการพัฒนางานออกแบบ



ภาพที่ 4.1 บรรจุภัณฑ์ข้าวเจ๊



รูปแบบการพัฒนางานออกแบบ



ภาพที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ข้าวหลาม



รูปแบบการพัฒนางานออกแบบ



ภาพที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์ข้าวปุ้น (ขนมจีน)





รูปแบบการพัฒนางานออกแบบ



ภาพที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์ปลาส้มปัก



รูปแบบการพัฒนางานออกแบบ



ภาพที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์ขนมดาตกระทะ



#### 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากรูปแบบใหม่ของผลงานการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

โครงการวิจัย เรื่อง “การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” ได้รูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์ ตามลักษณะการใช้งาน ดังต่อไปนี้

##### 4.4.1 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (ประเพณีกำฟ้า) จำนวน 10 แบบ

- โลโก้/มัดสคอ์ต	จำนวน 1 แบบ
- แผ่นพับ	จำนวน 1 แบบ
- โปสเตอร์	จำนวน 1 แบบ
- ป้ายโรลอัฟ	จำนวน 4 แบบ
- ป้ายสแตนดี้	จำนวน 1 แบบ
- ป้ายไวเนิล	จำนวน 1 แบบ
- ป้ายคัทเอาท์	จำนวน 1 แบบ



#### DETAIL



ภาพที่ 4.7 อีมีงาน



ภาพที่ 4.8 โลโก้



รูปแบบการพัฒนางานออกแบบ



ภาพที่ 4.9 มัสคอร์ต



รูปแบบการพัฒนางานออกแบบ



ภาพที่ 4.10 โปสเตอร์



รูปแบบการพัฒนางานออกแบบ



ภาพที่ 4.11 แผ่นพับ

# ประเพณี ก่ำฟ้าไฟ ไทยพวน

## บ้านหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

**ประเพณี "ก่ำฟ้าไฟ"** เป็นประเพณีที่สำคัญของชาวไทยพวน คำว่า "ก่ำ" ในภาษาพวน หมายถึง การนับถือศักการ คำว่า "ฟ้า" หมายถึง เจ้าฟ้า เจ้าแผ่นดิน ผู้อยู่สูงเทียมฟ้า หรือเทวดาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ที่บนไม่เป็นที่ คำว่า "ก่ำฟ้าไฟ" จึงหมายถึง การนับถือการบูชาฟ้า

**ประเพณี "ก่ำฟ้าไฟ"** เป็นประเพณีที่สืบทอดต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากชาวไทยพวนมีอาชีพทำนาเป็นหลักอยู่แล้ว จึงมีวิถีชีวิตผูกพันกับฟ้า ไม่กล้าทำฟ้าฟ้าไฟโร เพราะกลัวฟ้าฝนจะไม่ตกต้องตามฤดูกาล การจัดงานบุญก่ำฟ้าไฟนี้ ก็เพื่อให้ผีฟ้าเทวดาเกิดความพึงพอใจ ก็ยังเป็นการแสดงความขอบคุณผีฟ้าที่ประทานฝนให้ตกต้องตามฤดูกาลอีกด้วย

**ประเพณี "ก่ำฟ้าไฟ"** ของชาวไทยพวน จังหวัดลพบุรี ตามประเพณี จะจัดในวันขึ้น 2 ค่ำ เดือน 3 ซึ่งเป็นวันเตรียมงานหรือวันสุกคืน คนในหมู่บ้านหรือสมาชิกในครัวเรือนจะช่วยกันทำข้าวปุ้น (ขนมจีน) ข้าวหลาม ข้าวจี่ (ข้าวเหนียวปั้นยัดไส้หวาน ไส้เค็ม ขุนไข่ และบึงโพนแหงนเทียม) เพื่อนำสิ่งของดังกล่าวไปเซ่นไหว้ผีฟ้า นอกจากนี้ยังมีการสร้างปราสาทหรือทำพิธีที่วัด คณะผู้จัดงานจะประกอบพิธีกรรมและมีการรำวงร่ำพร กล่าวคำขอให้ผีฟ้า ผีบ้าน ผีเรือน มาปกป้องรักษาคนในครอบครัวให้อยู่ดีมีสุข มีข้าวปลาอาหารบริบูรณ์ สิ่งสำคัญที่สุดของงานบุญนี้คือทุกคนต้องหยุดทำงานทั้งหลายทั้งปวง เพราะมีความเชื่อว่าหากผู้ใดฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามจะถูกฟ้าผ่าตายได้ สำหรับในวันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 จะเป็น "วันก่ำฟ้าไฟ" ที่ถือว่าสำคัญที่สุด ชาวบ้านจะตั้งเตาเข้าตุ๋นเพื่อเตรียมอาหารคาวหวานไปถวายพระและร่วมกินใส่บาตรข้าวหลามข้าวจี่ คณะนายจนทั้งกลางคืนจะมีการละเล่นพื้นบ้าน เช่น การละเล่นนางกวัก ตะหมาดบ๊วย ต่อไฟ ไม้จ้องล้อมเสา ช่วงซัย มอญซ่อนผ้า และในช่วงเวลาก่ำฟ้าไฟนั้น คณะผู้นำแทนในครอบครัวจะคอยฟังเสียงฟ้าร้อง ซึ่งเป็นการพยากรณ์เกี่ยวกับความเป็นอยู่และการประกอบอาชีพของคนในหมู่บ้าน

**โดยมีคำทำนายดังนี้**

เสียงฟ้าร้อง หมายถึง ฟ้าเปิด-อุปน้ำ

- ฟ้าร้องทางทิศเหนือหรือทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ทำนายว่า ฝนจะตกดี ทำนาจะได้ข้าวดี
- ฟ้าร้องทางทิศใต้ ทำนายว่า ฝนจะแล้งข้าวกล้าในนาจะเสียหาย ชาวบ้านจะอดเกลือ
- ฟ้าร้องทางทิศตะวันตก ทำนายว่า ฝนจะน้อย เกิดความแห้งแล้ง ทำนาไม่ค่อยได้ผล นาไม่คุ้มต้นทุนในปีก่อนจะเสียหาย ข้าวยากหากแพง ชาวบ้านจะเดือดร้อน ทะเลาะวิวาท รุมฆ่าฟันกัน
- ฟ้าร้องทางทิศตะวันออก ทำนายว่า ชาวบ้านจะอยู่ดีด้วยความร่มเย็นเป็นสุข ไม่มีการรุมฆ่าฟันกัน ไม่มีโจรผู้ร้าย

ออกแบบโดย: ดนงสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

**ประเพณี ก่ำฟ้าไฟ ไทยพวน**  
บ้านหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

ประเพณี "ก่ำฟ้าไฟ" เป็นประเพณีที่สำคัญของชาวไทยพวน คำว่า "ก่ำ" ในภาษาพวน หมายถึง การนับถือศักการ คำว่า "ฟ้า" หมายถึง เจ้าฟ้า เจ้าแผ่นดิน ผู้อยู่สูงเทียมฟ้า หรือเทวดาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ที่บนไม่เป็นที่ คำว่า "ก่ำฟ้าไฟ" จึงหมายถึง การนับถือการบูชาฟ้า

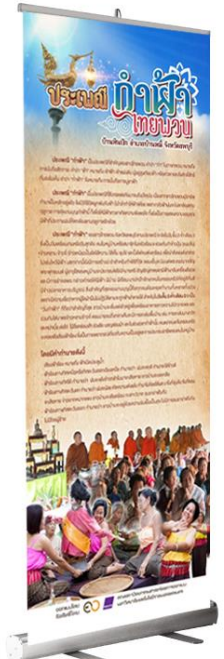
ประเพณี "ก่ำฟ้าไฟ" เป็นประเพณีที่สืบทอดต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากชาวไทยพวนมีอาชีพทำนาเป็นหลักอยู่แล้ว จึงมีวิถีชีวิตผูกพันกับฟ้า ไม่กล้าทำฟ้าฟ้าไฟโร เพราะกลัวฟ้าฝนจะไม่ตกต้องตามฤดูกาล การจัดงานบุญก่ำฟ้าไฟนี้ ก็เพื่อให้ผีฟ้าเทวดาเกิดความพึงพอใจ ก็ยังเป็นการแสดงความขอบคุณผีฟ้าที่ประทานฝนให้ตกต้องตามฤดูกาลอีกด้วย

ประเพณี "ก่ำฟ้าไฟ" ของชาวไทยพวน จังหวัดลพบุรี ตามประเพณี จะจัดในวันขึ้น 2 ค่ำ เดือน 3 ซึ่งเป็นวันเตรียมงานหรือวันสุกคืน คนในหมู่บ้านหรือสมาชิกในครัวเรือนจะช่วยกันทำข้าวปุ้น (ขนมจีน) ข้าวหลาม ข้าวจี่ (ข้าวเหนียวปั้นยัดไส้หวาน ไส้เค็ม ขุนไข่ และบึงโพนแหงนเทียม) เพื่อนำสิ่งของดังกล่าวไปเซ่นไหว้ผีฟ้า นอกจากนี้ยังมีการสร้างปราสาทหรือทำพิธีที่วัด คณะผู้จัดงานจะประกอบพิธีกรรมและมีการรำวงร่ำพร กล่าวคำขอให้ผีฟ้า ผีบ้าน ผีเรือน มาปกป้องรักษาคนในครอบครัวให้อยู่ดีมีสุข มีข้าวปลาอาหารบริบูรณ์ สิ่งสำคัญที่สุดของงานบุญนี้คือทุกคนต้องหยุดทำงานทั้งหลายทั้งปวง เพราะมีความเชื่อว่าหากผู้ใดฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามจะถูกฟ้าผ่าตายได้ สำหรับในวันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 จะเป็น "วันก่ำฟ้าไฟ" ที่ถือว่าสำคัญที่สุด ชาวบ้านจะตั้งเตาเข้าตุ๋นเพื่อเตรียมอาหารคาวหวานไปถวายพระและร่วมกินใส่บาตรข้าวหลามข้าวจี่ คณะนายจนทั้งกลางคืนจะมีการละเล่นพื้นบ้าน เช่น การละเล่นนางกวัก ตะหมาดบ๊วย ต่อไฟ ไม้จ้องล้อมเสา ช่วงซัย มอญซ่อนผ้า และในช่วงเวลาก่ำฟ้าไฟนั้น คณะผู้นำแทนในครอบครัวจะคอยฟังเสียงฟ้าร้อง ซึ่งเป็นการพยากรณ์เกี่ยวกับความเป็นอยู่และการประกอบอาชีพของคนในหมู่บ้าน

**โดยมีคำทำนายดังนี้**

- เสียงฟ้าร้อง หมายถึง ฟ้าเปิด-อุปน้ำ
- ฟ้าร้องทางทิศเหนือหรือทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ทำนายว่า ฝนจะตกดี ทำนาจะได้ข้าวดี
- ฟ้าร้องทางทิศใต้ ทำนายว่า ฝนจะแล้งข้าวกล้าในนาจะเสียหาย ชาวบ้านจะอดเกลือ
- ฟ้าร้องทางทิศตะวันตก ทำนายว่า ฝนจะน้อย เกิดความแห้งแล้ง ทำนาไม่ค่อยได้ผล นาไม่คุ้มต้นทุนในปีก่อนจะเสียหาย ข้าวยากหากแพง ชาวบ้านจะเดือดร้อน ทะเลาะวิวาท รุมฆ่าฟันกัน
- ฟ้าร้องทางทิศตะวันออก ทำนายว่า ชาวบ้านจะอยู่ดีด้วยความร่มเย็นเป็นสุข ไม่มีการรุมฆ่าฟันกัน ไม่มีโจรผู้ร้าย

ออกแบบโดย: ดนงสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



แบบที่ 1 : ประเพณีก่ำฟ้า



# การละเล่นนางกวัก

**กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน จ.ลพบุรี**

**นางกวัก** เป็นศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ทำนองจับขาคือ เนื้อเพลงเป็นการพ้องเป็นการแสดงพื้นบ้าน อย่างหนึ่งของชาวไทยพวน ผู้แสดงประกอบด้วยหญิงหรือหญิงดัดแปลงนางกวัก เป็นการนำศาสตร์ของวิชาบ้านเขมรประสมกับท่ารำของนางกวัก เป็นการเล่นที่เล่นกันเป็นวงกลม โดยใช้นางกวักเป็นขลุ่ย- การร้อง- ทำนองเป็นขลุ่ย

การแสดงนางกวัก เป็นการแสดงพื้นบ้าน หมายถึง ความเชื่อที่ว่า สามารถเชิญดวงวิญญาณให้มาสิงสถิตย์ ในอุปราสาทประกอบขึ้นมาทำขวัญกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ นางกวักที่จะทำในนางกวัก ประกอบด้วยนางกวัก หนึ่งคน เป็นชาวไทยพวน ไม้กลอง ฆ้องวงพวนหรือฆ้องวงที่ทำจากเปลือกหอย นำมาเชื่อมเป็นฆ้องวงหรือฆ้องวงเหล็ก นำมาประกอบกับเครื่องดนตรีไทย อีกร่างเครื่องที่ทำด้วยเหล็ก เช่น ทำด้วยไม้ที่สลักที่ลวดลายงดงามที่คนละสองมือของผู้เล่นเป็นไม้ทำทำขึ้น และนำไม้มาประกอบเป็นฆ้องวงพวนที่เรียกว่า ขลุ่ยนางกวัก


การแสดงนางกวัก ยังเล่นกันในบางเทศกาล งานประเพณีทำผ้า งานบุญสำคัญ (งานศพพวน)

การแสดงนางกวัก ส่วนมากมักเล่นตอนกลางคืน เพราะมีความเชื่อว่า จะสะดวกในการเชิญดวงวิญญาณ มาสิงสถิตย์ที่ตุ๊กตาทอง กว่าจะเล่นนางกวัก ต้องเล่นนางกวัก วิชาปฏิบัติของการเล่นนางกวัก ไปเชิญดวงวิญญาณที่ตามตามพวง พวงดอกไม้ทำ ประกอบด้วย ดอกไม้ ธูปเทียน เพื่อเรียกขานเชิญดวงวิญญาณ และอีกทำถึงสิบคน จะไปเชิญเรื่องเพลงกลอนวิชาบางสิ่งบางอย่าง ซึ่งโดยปกติทำนองก็ฟังไปออกๆ สก๊ิดไม่มีความสนุกสนาน เมื่อเล่นนางกวัก ลมพัดก็พัดนางกวัก จะคือเป็นคนก็ไปจับใจจนไหวง่าย จับก็ส่วนกันหรือที่เรียกว่า ดนตรีกัน เมื่อได้เชิญดวงวิญญาณ อย่างถูกต้องแล้ว จะกลับมาจับมือจับกันกลางคืนสี่สี่จึง เป็นการแสดงพื้นบ้านของชาวไทยพวน ที่นิยมเล่นกันในงานประเพณีทำผ้า เช่น 3 วัน 3 คืน และเนื่องจากการเชิญวิญญาณของบรรพบุรุษ หรือของคนที่รู้จักและล่วงลับไปแล้ว เพื่อถนอมความทุกข์และขอความดีของการของเจ้า และตามกับพิธีการของทางผู้กล่าวขานต่อ

**อุปกรณ์**

1. นางกวัก	4. บ้างไม้ 2 คู่
2. ไม้กลอง 1 อัน	5. กลองตีไฟทราย
3. สำก 2 อัน	6. สำกอีก 5-10 คน ร้องเชิญวิญญาณ

**รูปแบบการแสดง**  
ผู้แสดงนางกวักจะเป็นหญิงทั้งสิ้น จึงนำมาร้องสี่สี่หรือขลุ่ย หรือใส่เสื้อคอกระหร่งใส่เสื้อพาดผ้า



## การละเล่น "นางกวัก"

**กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน จ.ลพบุรี**

**นางกวัก** เป็นศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ทำนองจับขาคือ เนื้อเพลงเป็นการพ้องเป็นการแสดงพื้นบ้าน อย่างหนึ่งของชาวไทยพวน ผู้แสดงประกอบด้วยหญิงหรือหญิงดัดแปลงนางกวัก เป็นการนำศาสตร์ของวิชาบ้านเขมรประสมกับท่ารำของนางกวัก เป็นการเล่นที่เล่นกันเป็นวงกลม โดยใช้นางกวักเป็นขลุ่ย- การร้อง- ทำนองเป็นขลุ่ย


การแสดงนางกวัก ยังเล่นกันในบางเทศกาล งานประเพณีทำผ้า งานบุญสำคัญ (งานศพพวน)

การแสดงนางกวัก ส่วนมากมักเล่นตอนกลางคืน เพราะมีความเชื่อว่า จะสะดวกในการเชิญดวงวิญญาณ มาสิงสถิตย์ที่ตุ๊กตาทอง กว่าจะเล่นนางกวัก ต้องเล่นนางกวัก วิชาปฏิบัติของการเล่นนางกวัก ไปเชิญดวงวิญญาณที่ตามตามพวง พวงดอกไม้ทำ ประกอบด้วย ดอกไม้ ธูปเทียน เพื่อเรียกขานเชิญดวงวิญญาณ และอีกทำถึงสิบคน จะไปเชิญเรื่องเพลงกลอนวิชาบางสิ่งบางอย่าง ซึ่งโดยปกติทำนองก็ฟังไปออกๆ สก๊ิดไม่มีความสนุกสนาน เมื่อเล่นนางกวัก ลมพัดก็พัดนางกวัก จะคือเป็นคนก็ไปจับใจจนไหวง่าย จับก็ส่วนกันหรือที่เรียกว่า ดนตรีกัน เมื่อได้เชิญดวงวิญญาณ อย่างถูกต้องแล้ว จะกลับมาจับมือจับกันกลางคืนสี่สี่จึง เป็นการแสดงพื้นบ้านของชาวไทยพวน ที่นิยมเล่นกันในงานประเพณีทำผ้า เช่น 3 วัน 3 คืน และเนื่องจากการเชิญวิญญาณของบรรพบุรุษ หรือของคนที่รู้จักและล่วงลับไปแล้ว เพื่อถนอมความทุกข์และขอความดีของการของเจ้า และตามกับพิธีการของทางผู้กล่าวขานต่อ


**อุปกรณ์**

1. นางกวัก	4. บ้างไม้ 2 คู่
2. ไม้กลอง 1 อัน	5. กลองตีไฟทราย
3. สำก 2 อัน	6. สำกอีก 5-10 คน ร้องเชิญวิญญาณ

**รูปแบบการแสดง**  
ผู้แสดงนางกวักจะเป็นหญิงทั้งสิ้น จึงนำมาร้องสี่สี่หรือขลุ่ย หรือใส่เสื้อคอกระหร่งใส่เสื้อพาดผ้า




แบบที่ 2 : การละเล่นนางกวัก

จัดทำโดย:   **ศูนย์ปฏิบัติการกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ**  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

# ผ้ามัดหมี่ไทยพวน

## กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน จ.สพบุรี

ชาวไทยพวนหรือชาวพวน เป็นชนกลุ่มหนึ่งที่อพยพมาจากเมืองเชียงพวง สปป.ลาว โดยเข้ามาตั้งรกรากที่บ้านพวน ตำบลคันฉิ่ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี โดยชาวไทยพวนได้รับมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับเส้นไหมไทย อาชีพหลักคือ การทอผ้า และการถักผ้ามัดหมี่ เป็นอาชีพหลัก

ชื่อตามหมายของ "การมัดหมี่" ก็คือเป็นกรรมวิธีการสร้างเส้นไหมขึ้นด้วยเครื่องปั่นฝ้ายหรือปั่นฝ้าย การปักหมี่ หรือปักลายมัดหมี่ที่จับไว้เป็นกลุ่มๆ ส่วนคำว่า "หมี่" ก็คือเส้นด้าย ฝ้าย หรือเส้นไหมที่ถักเข้ากัน เช่นนี้ และเมื่อมัดเข้าเป็นมัดๆ จึงเรียกว่า "มัดหมี่" เมื่อปักไปทอดก็จะกลายเป็นลายพาดแบบนั้น

การทอ ได้เป็นเส้นด้ายที่ม้วนเส้นจนกระทั่งเส้นด้ายยาวๆ แล้วนำไปสีไหม-สอย ปักหลอดเข็มที่ทอไว้บนฟูกผ่านเส้นด้ายขึ้นที่ทอผ้าที่ขึงบนฟูกไป-มา โดยการขึ้นหรือด้ายคือจะขึ้นให้ด้ายเกิดตามลักษณะของหมี่ที่ขึ้น เส้นด้ายที่ขึ้นตามวิธีนี้แต่ละลายต้องมีความยาวเท่ากับหน้าผ้าพอดี มีข้อดีเรื่องความประณีตการทอคือมีน้ำหนักเบากว่าผ้าทออื่น เมื่อทอผ้าได้ยาวจะตัดเป็นสองม้วนนำมาใช้ทอผืนผ้าทุกชิ้นตอนการทอนี้เป็นงานทำที่ต้องใช้ความชำนาญเป็นพิเศษจึงจะได้ผ้ามัดหมี่ที่สวยงามและนาน

**การถักผ้ามัดหมี่ของชาวไทยพวน บ้านคันฉิ่ง แบ่งลวดลายการถักแตกต่างกันไป**  
**ที่นิยมกันมี 4 ชนิด คือ**

1. ผ้ามัดหมี่ลายดอก (หมี่ดอก) เป็นผ้ามัดหมี่ที่มีลวดลายและลวดดองต่างๆ เช่น ลายพญาคงคดึก, ลายพญาคงคใหญ่, ลายพญาคัน, ลายวงรี, ลายวงสี่เหลี่ยม, ลายดอกผักแว่น และลายต่างๆ หลายชิ้นจะลวดลายที่นิยมๆ ไม่ถึงกับทอผ้ามัดหมี่ที่ละชิ้น ลวดดองต่างๆ จะกระจายตัวไปทั่วผืนผ้า
2. ผ้ามัดหมี่ลายเบี่ยง (หมี่เบี่ยง) เป็นลวดลายบนผ้ามัดหมี่ผืน จะเป็นลายแถบทางยาวหรือเป็นวงมีลวดดองต่างๆ ให้อยู่ภายในแถบนั้นๆ เป็นแถบ เป็นริ้วไม่ทั่วผืนผ้า แต่จะแยกออกจากกันเป็นริ้วลายยาวพาดผืนผ้าให้เห็นเป็นทางยาวตลอดผืนอย่างสวยงาม
3. ผ้ามัดหมี่ลวดลาย (หมี่ลาย) เป็นลวดลายที่ขึ้นปรากฏอยู่บนผืนผ้ามัดหมี่ จะเป็นการวางเส้นด้ายก่อนเป็นริ้วหรือวางริ้วก่อนแล้วปักลายเป็นลายตามลวดลายที่ติดกันหรือเป็นผ้ามัดหมี่ลายเต็มผืน
4. ผ้ามัดหมี่ลายตา (หมี่ตา) เป็นผ้ามัดหมี่ที่ขึ้นลวดลายลวดลายบนผืนผ้าให้แยกสายออกเป็นหมู่ เป็นพวก เป็นรูปทิวทัศน์ โดยมากจะจัดลวดลายให้อยู่ในรูปวงกลมหรือเป็นแบบวงกลม มีทั้งทิวทัศน์และลายสัตว์

**ลวดลายการปักถักมัดหมี่ของชาวไทยพวนบ้านคันฉิ่งในสมัยดั้งเดิม มีทั้งหมด 17 ลาย โดยที่**

1. ลายพญาคงค	7. ลายพญาคัน	13. ลายดอก
2. ลายวงรี	8. ลายพญาคัน	14. ลายช้าง
3. ลายพญาคงค	9. ลายเขี้ยวแก้ว (โพธิ์)	15. ลายวงสี่เหลี่ยม
4. ลายพญาคงคใหญ่	10. ลายผักแว่น	16. ลายเขี้ยวแก้ว (ตั้ง)
5. ลายพญาคงค	11. ลายดอกแก้ว	17. ลายตาเมียง
6. ลายคันฉิ่ง	12. ลายวงรี	

อุดหนุนโดย: สหประชาชาติ, ECHO, และภาคีด้านการท่องเที่ยวและการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

# ผ้ามัดหมี่ไทยพวน จ.ลพบุรี

ชาวไทยพวนหรือชาวพวน เป็นชนกลุ่มหนึ่งที่อพยพมาจากเมืองเชียงพวง สปป.ลาว โดยเข้ามาตั้งรกรากที่บ้านพวน ตำบลคันฉิ่ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี โดยชาวไทยพวนได้รับมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับเส้นไหมไทย อาชีพหลักคือ การทอผ้า และการถักผ้ามัดหมี่ เป็นอาชีพหลัก

ชื่อตามหมายของ "การมัดหมี่" ก็คือเป็นกรรมวิธีการสร้างเส้นไหมขึ้นด้วยเครื่องปั่นฝ้ายหรือปั่นฝ้าย การปักหมี่ หรือปักลายมัดหมี่ที่จับไว้เป็นกลุ่มๆ ส่วนคำว่า "หมี่" ก็คือเส้นด้าย ฝ้าย หรือเส้นไหมที่ถักเข้ากัน เช่นนี้ และเมื่อมัดเข้าเป็นมัดๆ จึงเรียกว่า "มัดหมี่" เมื่อปักไปทอดก็จะกลายเป็นลายพาดแบบนั้น

การทอ ได้เป็นเส้นด้ายที่ม้วนเส้นจนกระทั่งเส้นด้ายยาวๆ แล้วนำไปสีไหม-สอย ปักหลอดเข็มที่ทอไว้บนฟูกผ่านเส้นด้ายขึ้นที่ทอผ้าที่ขึงบนฟูกไป-มา โดยการขึ้นหรือด้ายคือจะขึ้นให้ด้ายเกิดตามลักษณะของหมี่ที่ขึ้น เส้นด้ายที่ขึ้นตามวิธีนี้แต่ละลายต้องมีความยาวเท่ากับหน้าผ้าพอดี มีข้อดีเรื่องความประณีตการทอคือมีน้ำหนักเบากว่าผ้าทออื่น เมื่อทอผ้าได้ยาวจะตัดเป็นสองม้วนนำมาใช้ทอผืนผ้าทุกชิ้นตอนการทอนี้เป็นงานทำที่ต้องใช้ความชำนาญเป็นพิเศษจึงจะได้ผ้ามัดหมี่ที่สวยงามและนาน

**การถักผ้ามัดหมี่ของชาวไทยพวนบ้านคันฉิ่ง แบ่งลวดลายการถักแตกต่างกันไป**  
**ที่นิยมกันมี 4 ชนิด คือ**

1. ผ้ามัดหมี่ลายดอก (หมี่ดอก) เป็นผ้ามัดหมี่ที่มีลวดลายและลวดดองต่างๆ เช่น ลายพญาคงคดึก, ลายพญาคงคใหญ่, ลายพญาคัน, ลายวงรี, ลายวงสี่เหลี่ยม, ลายดอกผักแว่น และลายต่างๆ หลายชิ้นจะลวดลายที่นิยมๆ ไม่ถึงกับทอผ้ามัดหมี่ที่ละชิ้น ลวดดองต่างๆ จะกระจายตัวไปทั่วผืนผ้า
2. ผ้ามัดหมี่ลายเบี่ยง (หมี่เบี่ยง) เป็นลวดลายบนผ้ามัดหมี่ผืน จะเป็นลายแถบทางยาวหรือเป็นวงมีลวดดองต่างๆ ให้อยู่ภายในแถบนั้นๆ เป็นแถบ เป็นริ้วไม่ทั่วผืนผ้า แต่จะแยกออกจากกันเป็นริ้วลายยาวพาดผืนผ้าให้เห็นเป็นทางยาวตลอดผืนอย่างสวยงาม
3. ผ้ามัดหมี่ลวดลาย (หมี่ลาย) เป็นลวดลายที่ขึ้นปรากฏอยู่บนผืนผ้ามัดหมี่ จะเป็นการวางเส้นด้ายก่อนเป็นริ้วหรือวางริ้วก่อนแล้วปักลายเป็นลายตามลวดลายที่ติดกันหรือเป็นผ้ามัดหมี่ลายเต็มผืน
4. ผ้ามัดหมี่ลายตา (หมี่ตา) เป็นผ้ามัดหมี่ที่ขึ้นลวดลายลวดลายบนผืนผ้าให้แยกสายออกเป็นหมู่ เป็นพวก เป็นรูปทิวทัศน์ โดยมากจะจัดลวดลายให้อยู่ในรูปวงกลมหรือเป็นแบบวงกลม มีทั้งทิวทัศน์และลายสัตว์

ลวดลายการปักถักมัดหมี่ของชาวไทยพวนบ้านคันฉิ่งในสมัยดั้งเดิม มีทั้งหมด 17 ลาย โดยที่

1. ลายพญาคงค
2. ลายวงรี
3. ลายพญาคงค
4. ลายพญาคงคใหญ่
5. ลายพญาคงค
6. ลายคันฉิ่ง
7. ลายพญาคัน
8. ลายพญาคัน
9. ลายเขี้ยวแก้ว (โพธิ์)
10. ลายผักแว่น
11. ลายดอกแก้ว
12. ลายวงรี
13. ลายดอก
14. ลายช้าง
15. ลายวงสี่เหลี่ยม
16. ลายเขี้ยวแก้ว (ตั้ง)
17. ลายตาเมียง



แบบที่ 3 : ผ้ามัดหมี่ไทยพวน

# อาหารพื้นถิ่นไทยพวน

**กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน จ.ลพบุรี**

อาหารการกิน ชาวไทยพวนจะกิน "ข้าวเจ้า" เป็นอาหารหลัก วิธีการปรุงอาหารของชาวไทยพวน บ้านนี้ คือ คั้น บึง จี ลาบ ผอ (สสเผ็ดเพราะใส่เครื่องเทศ มีน้ำน้อย) อาหารทุกมื้อส่วนใหญ่ของชาวไทยพวนจะคือนึ่งมีแจ่ม ผักต้ม น้ำปลาร้า เป็นหลัก อาหารประเภทเนื้อสัตว์ ส่วนใหญ่เป็นอาหารจารธรรมชาติ เช่น กุ้ง หอย ปู ปลา กบ เขียด เป็ด ไก่ อาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน คือ แจ่มหม่าเผ็ดคืบ, ผัดหมี่แดง, แกงจืดน้ำเสอ ฯลฯ ชาวไทยพวนจะใช้ปลาร้าเป็นรสในการประกอบอาหาร โดยผสมน้ำคั้นน้ำแกง ส่วนขนมพื้นบ้านมี "ขนมดากระกะ" "ขนมคาวาย" ทำจากแป้งข้าวเจ้าผสมแป้งข้าวเหนียว ใส่น้ำพร้าว น้ำตาลปึก เป็นต้น


ออกแบบโดย: ดนงสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

## อาหารพื้นถิ่น "ไทยพวน"

**กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน จ.ลพบุรี**

อาหารการกิน ชาวไทยพวนจะกิน "ข้าวเจ้า" เป็นอาหารหลัก วิธีการปรุงอาหารของชาวไทยพวน บ้านนี้ คือ คั้น บึง จี ลาบ ผอ (สสเผ็ดเพราะใส่เครื่องเทศ มีน้ำน้อย) อาหารทุกมื้อส่วนใหญ่ของชาวไทยพวนจะคือนึ่งมีแจ่ม ผักต้ม น้ำปลาร้า เป็นหลัก อาหารประเภทเนื้อสัตว์ ส่วนใหญ่เป็นอาหารจารธรรมชาติ เช่น กุ้ง หอย ปู ปลา กบ เขียด เป็ด ไก่ อาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน คือ แจ่มหม่าเผ็ดคืบ, ผัดหมี่แดง, แกงจืดน้ำเสอ ฯลฯ ชาวไทยพวนจะใช้ปลาร้าเป็นรสในการประกอบอาหาร โดยผสมน้ำคั้นน้ำแกง ส่วนขนมพื้นบ้านมี "ขนมดากระกะ" "ขนมคาวาย" ทำจากแป้งข้าวเจ้าผสมแป้งข้าวเหนียว ใส่น้ำพร้าว น้ำตาลปึก เป็นต้น


ออกแบบโดย: ดนงสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



แบบที่ 4 : อาหารพื้นถิ่นไทยพวน

ภาพที่ 4.12 ป้ายโรลอัฟ



รูปแบบการพัฒนางานออกแบบ



ภาพที่ 4.13 ป้ายสแตนดี้



รูปแบบการพัฒนางานออกแบบ





ภาพที่ 4.14 ป้ายไวเนล



ออกแบบโดย/ลิขสิทธิ์โดย: คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



ภาพที่ 4.15 ป้ายคัตเอาท์

#### 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมาย

โครงการวิจัย เรื่อง “การสร้างสรรคสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” ใช้เป็นแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นสำหรับใช้ประกอบการนำไปเป็นแนวคิดในการออกแบบของกลุ่มเป้าหมายจากแบบสอบถาม จำนวน 300 ชุด ผู้วิจัยได้นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์  
และบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ		ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	94	31.33
	หญิง	206	68.64
	<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>
2. ช่วงอายุ	ต่ำกว่าอายุ 25 ปี	22	7.33
	อายุ 25 - 34 ปี	56	18.64
	อายุ 35 - 44 ปี	80	26.66
	<b>อายุ 45 - 54 ปี</b>	<b>114</b>	<b>38.00</b>
	อายุ 55 ปีขึ้นไป	28	9.34
	<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>
3. ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	55	18.33
	มัธยมศึกษา/ปวช./ปวส.	96	32.00
	<b>ปริญญาตรี</b>	<b>105</b>	<b>35.00</b>
	ปริญญาโท	34	11.33
	อื่น ๆ	10	3.34
	<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>
4. อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	12	4.00
	รับราชการ	78	26.00
	ภาคเอกชน/รัฐวิสาหกิจ	44	14.66
	<b>ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว</b>	<b>99</b>	<b>33.00</b>
	รับจ้าง	59	19.68
	อื่น ๆ...ว่างงาน...	8	2.66
	<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>
5. รายได้/เดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	15	5.00
	ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท	30	10.00
	ระหว่าง10,001 –20,000 บาท	70	23.33
	<b>ระหว่าง20,001 –30,000 บาท</b>	<b>105</b>	<b>35.00</b>
	อื่น ๆ...30,000 บาทขึ้นไป...	80	26.67
	<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

**สรุปตารางที่ 4.1** กลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถามโดยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 68.64) ระดับช่วงอายุคือ อายุระหว่าง 45 - 54 ปี (ร้อยละ 38.00) ระดับการศึกษาอันดับแรกคือ ปริญญาตรี (ร้อยละ 35.00) กลุ่มอาชีพ อันดับแรก คือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 33.00) และกลุ่มของผู้มีรายได้/เดือน อันดับแรก คือ ระหว่าง 20,001–30,000 บาท (ร้อยละ 35.00)

ตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลความถี่และค่าร้อยละความต้องการต่อรูปแบบงานกราฟิกบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์

สถานภาพ		ความถี่	ร้อยละ
1. ความต้องการต่อรูปแบบใหม่ๆ	ต้องการ	300	100.00
	ไม่ต้องการ	0	0
รวม		300	100.00
2. ภาพ	ภาพถ่าย (กิจกรรมและสถานที่จริง)	120	40.00
	ภาพวาด/ภาพเขียน	21	7.00
	ภาพกราฟิก (คอมพิวเตอร์/เวกเตอร์)	89	29.66
	ภาพการ์ตูน	70	23.34
	ภาพนามธรรม	0	0
รวม		300	100.00
3. สีเส้น	โทนสีแบบสดใส	25	8.33
	โทนสีแบบเรียบง่าย (คลีนๆ)	55	18.33
	โทนสีแบบเน้นธรรมชาติ (เอิร์ธโทน)	157	52.34
	โทนสีแบบล้ำสมัย (เก๋ๆเก๋ๆ)	63	21.00
รวม		300	100.00
4. ตัวอักษร	แบบมาตรฐานหรือแบบราชการ (หัวกลม/เป็นทางการ)	73	24.33
	แบบคัดลอกมือหรือตัวเขียน (ไม่มีหัว/เรียบง่าย/สบายตา)	179	59.67
	แบบตัวเขียนอิสระหรือตัวเขียนหวัด	40	13.34
	แบบประดิษฐ์ (แปลกตา/สะดุดตา)	8	2.66
รวม		300	100.00

**สรุปตารางที่ 4.2** กลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ โดยพบว่า มีความต้องการของรูปแบบใหม่จากบรรจุภัณฑ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับมากที่สุด คือ (ร้อยละ 100.00) การใช้ “ภาพ” คือต้องการใช้ภาพถ่ายจากกิจกรรมและสถานที่จริง (ร้อยละ 40.00) การใช้ลักษณะ “สีเส้น/ลวดลาย” อันดับแรก คือ เน้นโทนสีแบบเน้นธรรมชาติ (เอิร์ธโทน) (ร้อยละ 52.34) ส่วนการใช้ลักษณะ “ตัวอักษร” อันดับแรก คือ เป็นแบบคัดลอกมือหรือตัวเขียนแบบไม่มีหัว เน้นเรียบง่าย ดูสบายตา ดูอ่อนคลาย ไม่ให้เป็นทางการมากนัก เหมาะสำหรับการพักผ่อน ท่องเที่ยว (ร้อยละ 59.67)

ตารางที่ 4.3 แสดงข้อมูลความถี่และค่าร้อยละต่อความต้องการแสดงความคิดเห็นของชุมชนต่อรายละเอียดข้อมูลภาพประกอบที่จะใช้ประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานประเพณีกำฟ้า ไทยพวน จังหวัดลพบุรี



รายละเอียดข้อมูลภาพประกอบ สื่อประชาสัมพันธ์ประเพณีกำฟ้า	ความต้องการ		รวม	ลำดับที่
	ต้องการ	ไม่ต้องการ		
1 วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ชุมชนชาติ พันธุ์ไทยพวนบ้านหินปัก ลพบุรี	101 (33.66)	199 (66.34)	300 (100.00)	6
2 ทำบุญตักบาตร/พิธีสู่ขวัญข้าว	201 (67.00)	99 (34.00)	300 (100.00)	1
3 การละเล่นนางกวัก	190 (63.33)	110 (36.67)	300 (100.00)	2
4 การละเล่นพื้นบ้าน	101 (33.66)	199 (66.34)	300 (100.00)	6
5 การแต่งกายชาวไทยพวน	170 (56.66)	130 (43.34)	300 (100.00)	3
6 ผ้ามัดหมี่	155 (51.66)	145 (48.34)	300 (100.00)	4
7 อาหารพื้นถิ่นไทยพวน	122 (40.66)	178 (59.34)	300 (100.00)	5
8 บ้านไทยพวน	73 (24.33)	227 (75.64)	300 (100.00)	8
9 เส้าหงษ์	59 (19.66)	241 (80.34)	300 (100.00)	9
10 ภาพเก่าเรื่องเล่าในอดีต	20 (6.66)	280 (93.34)	300 (100.00)	10

**สรุปตารางที่ 4.3** กลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นความต้องการแสดงความคิดเห็นของชุมชนต่อรายละเอียดข้อมูลภาพประกอบที่จะใช้ประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานประเพณีกำฟ้า ไทยพวน จังหวัดลพบุรี โดยพบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ มีความต้องการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการจัดประเพณีกำฟ้า โดยต้องการให้นำเสนอเรื่องราว อันดับแรก ในระดับมากที่สุด คือ การทำบุญตักบาตรและพิธีสู่ขวัญข้าว คือ (ร้อยละ 67.00) อันดับสอง คือ การละเล่นนางกวัก คือ (ร้อยละ 63.33) อันดับสาม คือ การแต่งกายไทยพวน คือ (ร้อยละ 56.66)

#### 4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 4.4 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ		ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	69	40.82
	หญิง	100	59.18
<b>รวม</b>		<b>169</b>	<b>100.00</b>
2. ช่วงอายุ	ต่ำกว่าอายุ 25 ปี	10	5.91
	อายุ 25 - 34 ปี	31	18.34

	อายุ 35 - 44 ปี	66	39.06
	อายุ 45 - 54 ปี	54	31.95
	อายุ 55 ปีขึ้นไป	8	4.74
	<b>รวม</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>
3. ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	5	2.95
	มัธยมศึกษา/ปวช./ปวส.	51	30.19
	<b>ปริญญาตรี</b>	<b>72</b>	<b>42.60</b>
	ปริญญาโท	30	17.75
	อื่น ๆ	11	6.51
	<b>รวม</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>
4. อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	12	7.10
	รับราชการ	37	21.89
	ภาคเอกชน/รัฐวิสาหกิจ	24	14.21
	<b>ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว</b>	<b>55</b>	<b>32.54</b>
	รับจ้าง	35	20.71
	อื่น ๆ (แม่บ้าน/ว่างงาน)	6	3.55
	<b>รวม</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>
5. รายได้/เดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	10	5.91
	ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท	35	20.71
	ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท	20	11.83
	<b>ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท</b>	<b>65</b>	<b>38.46</b>
	อื่น ๆ 30,000 บาทขึ้นไป	39	23.07
	<b>รวม</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>

สรุปตารางที่ 4.4 กลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จะเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 59.18) ระดับช่วงอายุ คือ อายุระหว่าง 35 - 44 ปี (ร้อยละ 39.06) ระดับการศึกษาระดับแรกคือ ปริญญาตรี (ร้อยละ 42.60) กลุ่มอาชีพ อันดับแรก คือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 32.54) และกลุ่มของผู้มีรายได้/เดือน อันดับแรก คือ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 38.46)

ตารางที่ 4.5 แสดงระดับการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์			
รายการประเมิน	ระดับคะแนน		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{X}$	SD.	
1. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์			
1.1 รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวมมีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์	4.64	0.54	มากที่สุด
1.2 วัสดุของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.45	0.66	มาก
1.3 บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่พอเหมาะพอดี ต่อ	4.59	0.55	มากที่สุด

จำนวนผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายใน			
1.4 สามารถเปิด-ปิด การเก็บรักษาสินค้าและ หยิบจับได้ดี สะดวก	4.32	0.71	มาก
1.5 ปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	4.59	0.55	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.51</b>	<b>0.60</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>2. ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์</b>			
2.1 รูปแบบสวยงามดูผ่อนคลาย สบายตา เกิด ความรู้สึกหวนคิดนึกถึง	<b>4.80</b>	<b>0.45</b>	<b>มากที่สุด</b>
2.2 รูปภาพ เนื้อหาเรื่องราวที่ใช้ตกแต่ง มีความ เหมาะสม สอดคล้อง สวยงาม	4.60	0.55	มากที่สุด
2.3 รูปแบบตัวอักษร มีความสอดคล้อง เหมาะสม	4.20	0.45	มาก
2.4 การแสดงรายละเอียด ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม ครบถ้วน	4.65	0.22	มากที่สุด
2.5 บรรจุภัณฑ์มีการนำสี/หรืออัตลักษณ์ของ ชาติพันธุ์ไทยพวนมาใช้ได้เป็นอย่างดี	<b>4.80</b>	<b>0.45</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>รวม</b>	<b>4.61</b>	<b>0.42</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>4.56</b>	<b>0.51</b>	<b>มากที่สุด</b>

สรุปตารางที่ 4.5 โดยพบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 และแยกการประเมินผล ดังนี้

1. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ มี 2 ส่วน ดังนี้

1) ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในความพึงพอใจ ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด ข้อ 1.1 คือ รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวม มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ ในการลดต้นทุนการจำหน่าย สามารถหาซื้อได้ทั่วไป เมื่อสิ้นสุดการจัดงานประเพณี ก่าฟ้าแล้ว สามารถนำไปใช้ในงานอื่นๆได้ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.64

2) ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในความพึงพอใจ ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.61 มีโดยความพึงพอใจมากที่สุด ข้อ 2.1 และ 2.5 คือ รูปแบบสวยงามดูผ่อนคลาย สบายตา เกิดความรู้สึกหวนคิดนึกถึงและบรรจุภัณฑ์มีการนำสี/หรืออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ไทยพวนมาใช้ได้เป็นอย่างดีในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.80

ตารางที่ 4.6 แสดงระดับการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์			
รายการประเมิน	ระดับคะแนน		ระดับความพึงพอใจ
	X	SD.	
1. ท่านมีความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่	4.65	.476	มากที่สุด
2. สื่อประชาสัมพันธ์ สามารถเกิดการจดจำได้ง่าย สะดุดตา	4.15	.361	มาก

3. สื่อประชาสัมพันธ์ มีความโดดเด่น แสดงอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ไทยพวน จังหวัดลพบุรี	4.46	.500	มาก
4. สื่อประชาสัมพันธ์ สามารถบ่งบอก บ่งชี้ลักษณะการใช้งานได้อย่างดี เหมาะสม	4.15	.361	มาก
5. สื่อประชาสัมพันธ์ มีขนาดพอเหมาะกับการติดตั้ง และพื้นที่การใช้งาน	4.54	.512	มากที่สุด
6. สื่อประชาสัมพันธ์ มีความสวยงาม แปลกใหม่	4.00	.368	มาก
7. สื่อประชาสัมพันธ์ สามารถนำเสนอข้อมูลในงาน ประเพณีกำฟ้า จังหวัดลพบุรี ได้ครบถ้วนและชัดเจน	4.62	.487	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.36</b>	<b>0.439</b>	<b>มาก</b>

**สรุปตารางที่ 4.6** โดยพบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย **4.36** และแยกการประเมินผล ดังนี้

ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมอยู่ในความพึงพอใจ ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย **4.36** โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด ข้อ 1 คือ มีความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่เพราะมีรูปแบบที่หลากหลาย ดูมีความร่วมสมัยมีสีสัน แบบเอิร์ธนโตน เน้นความเป็นธรรมชาติ เรียบง่ายของวิถีชีวิต ชุมชนของชาวไทยพวน จังหวัดลพบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย **4.65**



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

โครงการวิจัยเรื่อง “การสร้างสรรคส์ื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี” ผู้วิจัยได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ดังต่อไปนี้ ผู้วิจัยได้มีการสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 5.2 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านสื่อประชาสัมพันธ์
- 5.3 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่บรรจุภัณฑ์
- 5.4 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์
- 5.5 ข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ เลือกใช้ “โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป” โดยวัสดุและรูปแบบของโครงสร้างสามารถหาซื้อได้จากท้องตลาด พิจารณาตามลักษณะการใช้งานที่เหมาะสมกับปริมาณของอาหาร ให้สอดคล้องกับการลดต้นทุนที่ไม่สูงมากนักแต่สามารถใช้งานได้ดี กล่องบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่เป็นทั้งทรงกระบอกและทรงเหลี่ยมที่ใช้งานง่าย วัสดุที่ใช้เป็นกล่องพลาสติกชนิดพอลิโพรพิลีน (Polypropylene) หรือเรียกว่า พีพี (PP) เป็นพลาสติกที่มีความใส คงรูป เหนียวและทนแรงกระแทกได้ดีทนสารเคมีและน้ำมัน ใช้ทำกล่องบรรจุอาหารมีความปลอดภัยในการใช้ซ้ำได้ ทนความร้อนสูง สามารถใช้งานกับไมโครเวฟได้ โดยมีฝาปิด สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้ และมีสายคาดที่วัสดุทำจากกระดาษอาร์ตการ์ดและลักษณะที่เป็นถุงพลาสติกพอลิโพรพิลีน (Polypropylene) หรือเรียกว่า พีพี (PP) ชนิดแบบใส มีการซีลถุง เนื่องจากถุงพลาสติกพอลิโพรพิลีนใส (Polypropylene, PP) ทำให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์อาหารและช่วยให้สต็อกเกอร์ฉลากดูโดดเด่นกว่าการใช้ถุงพลาสติกพอลิโพรพิลีนที่มีสวดลาย ที่สอดคล้องกับปูน คงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541) กล่าวว่า กลุ่มอาหารประเภทอาหารถนอมด้วยแป้ง น้ำตาลและทำให้แห้งควรเลือกใช้พลาสติกพอลิโพรพิลีน (Polypropylene, PP) สามารถป้องกันความชื้นได้ แต่ปิดผนึกยากกว่าฟิล์มพอลิเอทิลีน (Polyethylene, PE) เนื้อพลาสติกมีความใสจึงช่วยเพิ่มคุณค่าสินค้า มีราคาถูกและปิดผนึกด้วยความร้อนได้ นอกจากนี้ยังปรับขนาดบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับราคาจำหน่ายขายให้กับนักท่องเที่ยว

ด้านการออกแบบกราฟิก จะเน้นถึงรูปแบบ สีสันทันที่เป็นลักษณะแบบเอิร์ธโทน สไตล์แบบธรรมชาติและออกสีโทนน้ำตาล ดูอ่อนยุคย้อนสมัยที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น ดูผ่อนคลายอารมณ์ ให้แลดูมีบรรยากาศแบบการทวนระลึกนึกถึงภาพอดีตที่แสดงออกถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรมในอดีต มีการนำอัตลักษณ์ของชาวไทยพวนบ้านหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี มาใช้ประกอบเป็นอย่างดี เช่น ความเป็นมาของชาติพันธุ์ไทยพวน ลพบุรี, วิถีชีวิต, บ้านเรือน, อาหารการกิน, การแต่งกาย, กิจกรรมต่างๆ ของประเพณีกำฟ้า และอื่นๆ มาใช้ประกอบแนวคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ใหม่ ซึ่งมีความหมายที่มีการแสดงออกทางรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ สร้างความเชื่อมั่นให้แก่สินค้าและช่วยส่งเสริมการขายให้กับผู้ซื้อ ใช้แนวคิด(ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ. 2537) ที่ว่า “บรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องบ่งชี้บอกผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้า ลักษณะวิธีการใช้ แหล่งผลิตและเป็นตัวช่วยในการเพิ่มยอดขาย ช่วยสร้างภาพพจน์และเอกลักษณ์ให้กับสินค้า” และสอดคล้องกับ (ปูน คงเจริญเกียรติ

และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541) ได้กล่าวว่า หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์อาหารต้องรักษาคุณภาพอาหาร ได้แก่ การใช้วัสดุป้องกันอากาศซึมผ่านป้องกันแสง ป้องกันก๊าซเฉื่อยที่ฉีดเข้าไปชะลอปฏิกิริยาชีวภาพป้องกันความชื้นจากภายนอกและทำหน้าที่เป็นฉลากแสดงข้อมูลของอาหารแปรรูป ได้แก่ ข้อมูลทางด้านโภชนาการ ส่วนประกอบของอาหาร วันที่ผลิต วันหมดอายุ คำแนะนำ เป็นต้น

## 5.2 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านสื่อประชาสัมพันธ์

ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ฯ จะใช้ลักษณะการออกแบบผลงานทั้งหมดให้มีแนวคิดทางการออกแบบไปในทิศทางเดียวกัน ให้มีบุคลิกภาพผลงานไปทางเรื่องราวเดียวกันไปกำหนดผลงาน รวมทั้งการใช้สีตัวอักษร ลักษณะรูปภาพและการจัดหน้า การออกแบบ จะเน้นให้มีความเรียบง่าย สะท้อนถึงวิถีชีวิตท้องถิ่น ทั้งด้านสภาพแวดล้อม ที่อยู่อาศัย อาหารการกิน ภาษา ประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชน เน้นใช้ภาพที่เป็นภาพถ่ายเหมือนจริงผสมกับภาพกราฟิกและภาพการ์ตูนบางจุดเน้นที่สำคัญ เน้นเนื้อหา เรื่องราวหรือกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นภายในชุมชนเป็นหลัก เพื่อช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

วัสดุที่เลือกใช้ผลิต แผ่นพับ จะเป็นกระดาษอาร์ตมัน หนา 130-160 แกรม มีลักษณะการพับแบบจดหมายคือ การพับ 2 ครั้ง แบ่งกระดาษออกเป็น 3 ส่วน เป็นการพับที่ใช้งานง่ายที่สุดและเป็นที่ยอมรับที่สุด ป้ายโรลอัพ จะใช้การพิมพ์ลงกระดาษอาร์ต หนา 180 แกรม ขนาด 800 x 1,950 mm. ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของวัสดุ นามโพลีเอสเตอร์ (2550) ได้กล่าวไว้ว่า กระดาษอาร์ตมัน สำหรับงานพิมพ์ที่ต้องการความมันวาว และเน้นความสวยงามเป็นพิเศษ คุณภาพกระดาษคมชัด เหมือนต้นฉบับ เอกสารที่ได้จึงคมชัดเหมือนต้นฉบับจริง ส่วนป้ายไวนิล เป็นเม็ดพลาสติกที่นำมาทำไวนิล ป้ายคัดเอาที่โดยส่วนใหญ่จะทำจากโพลีเอสเตอร์ (Polyester) ประคบหน้าหลัง โดยตรงกลางเป็นเส้นใยที่จับแผ่นเม็ดพลาสติกไว้ด้วยกันเพื่อให้เกิดความแข็งแรงของวัสดุ ส่วนป้ายแสดนต์ี้ จะใช้การพิมพ์ลงบนสติ๊กเกอร์ไวนิล แล้วติดซ้อนลงแผ่นฟลูทบอร์ด (Flute Board) อีกชั้นให้หนาแน่นขึ้น

## 5.3 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่บรรจุภัณฑ์

สรุปตารางที่ 4.5 โดยพบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 และแยกการประเมินผล ดังนี้

### 1. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ มี 2 ส่วน ดังนี้

1) ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในความพึงพอใจ ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด ข้อ 1.1 คือ รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวม มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ ในการลดต้นทุนการจำหน่าย สามารถหาซื้อได้ทั่วไป เมื่อสิ้นสุดการจัดงานประเพณีกำฟ้าแล้ว สามารถนำไปใช้ในงานอื่นๆได้ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.64

2) ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในความพึงพอใจ ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.61 มีโดยความพึงพอใจมากที่สุด ข้อ 2.1 และ 2.5 คือ รูปแบบสวยงามดูผ่อนคลาย สบายตา เกิดความรู้สึกหววนคตินึกถึงและบรรจุภัณฑ์มีการนำสื่อ/หรืออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ไทยพวนมาใช้ได้เป็นอย่างดีในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.80

## 5.4 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์

สรุปตารางที่ 4.6 โดยพบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์ของ

กลุ่มเป้าหมาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.36 และแยกการประเมินผล ดังนี้

ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมอยู่ในความพึงพอใจ ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.36 โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด ข้อ 1 คือ มีความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่ เพราะมีรูปแบบที่หลากหลาย คู่มือความร่วมมือมีสีสัน แบบเอิร์นโตน เน้นความเป็นธรรมชาติ เรียบง่ายของวิถีชีวิต ชุมชนของชาวไทยพวน จังหวัดลพบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.65

## 5.5 ข้อเสนอแนะ

5.5.1 ควรมีการจัดอบรม การถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ประชาชนในกลุ่มๆ หรือชุมชน หน่วยงานราชการให้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ต่อยอดผลงานจริง เป็นกลุ่มต้นกล้าของชุมชน

5.5.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร ช่วยลดต้นทุนด้านโครงสร้าง สามารถหาซื้อง่าย แต่ควรออกแบบกราฟิกให้มีความหลากหลายขึ้น ขนมวลอดช่องกับปลาสามพัก จะมีรูปแบบคล้ายกันควรให้แตกต่างกว่านี้

5.5.3 ควรศึกษาข้อมูล รายละเอียดประเพณีกำฟ้าแบบอดีต เพื่อเป็นการให้ความรู้แก่ชนรุ่นหลังได้ทราบข้อมูลที่ถูกต้อง และมีการปรับเปลี่ยนอย่างไรให้เข้ากับยุคสมัยในปัจจุบัน

5.5.4 ควรมีการศึกษา การออกแบบ และการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการนำสื่อคอมพิวเตอร์ มัลติมีเดีย ที่เป็นลักษณะช่องทางแนล ช่องยูทูปเข้ามาด้วย ซึ่งจะทำให้สื่อประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น



## เอกสารอ้างอิง

- จารุวรรณ พุ่มพฤษ. 2536. กลุ่มชาติพันธุ์ในแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์. ลพบุรี : วิทยาลัยครูเทพสตรี.  
จินตนา ถ้ำแก้ว. 2555. ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ : สกายบุ๊ก.  
ชัชวาลย์ สุคันธวิภาติ. 2536. กลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดลพบุรี. (อัตสำเนา)  
ชัยรัตน์ อัครวางกูร. 2548. ออกแบบให้โดนใจ. กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนกรมส่งเสริมการค้าส่งออก.  
ทองเจือ เขียดทอง. 2549. การออกแบบสัญลักษณ์. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดบุ๊ก.  
ทวีเดช จิวบาง. 2540. การเรียนรู้ทฤษฎีสี. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.  
นเร ขอจิตต์เมต. 2550. Package Design เสกสรรปั้นแต่งบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : ฐานการพิมพ์.  
ปุ่น คงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ : บริษัทโรงพิมพ์หิโยง.  
ถนอมนวล สีหะกุลัง. 2550. ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการเผยแพร่  
ประชาชนสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางน้ำฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สถาบัน  
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง.  
ธรรมธร ศรีสุรีย์ไพศาล. 2555. การออกแบบเลขศิลป์ที่แสดงอัตลักษณ์จังหวัดสมุทรสาคร  
กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศิลปากร.  
นวลน้อย บุญวงษ์. 2542. หลักการออกแบบ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
ประชิด ทิณบุตร. 2531. การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.  
แปลก สนธิรักษ์. 2540. พิธีกรรมและลัทธิประเพณี. พิมพ์ครั้งที่ 2. พระนคร, โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.  
ปุ่น วงศ์วิเศษ และวิเชียร วงศ์วิเศษ. 2557. ไทยพวน. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึก.  
ลิตติพร ลิตติพานิช. 2544. การออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูป  
ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
วันชัย ศิริชนะ. 2536. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย  
สุโขทัยธรรมมาธิราช.  
วาสนา บุญสม. 2551. พวนบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.  
วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2540. ออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : โสภณการพิมพ์.  
วิจิตร เอวารกุล. 2534. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอ เอส พรินต์ติ้งเฮาส์.  
วิรุณ ตั้งเจริญ. 2526. การออกแบบ. กรุงเทพมหานคร : วัฒนาสาร.  
ศรีศักร วัลลิโภดม และคณะ. 2544. โครงการวิจัย เรื่อง ประเพณีสิบสองเดือน : พิธีกรรมที่เปลี่ยนไป.  
กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.  
สรพงษ์ วงศ์ธีระธรรม. 2557. เอกสารประกอบการสอนวิชาการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์  
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต. กรุงเทพมหานคร.  
อุทัยวรรณ ตันหยง. 2550. มนุษย์กับวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100006962148191>

<http://www.thaitambon.com>

<http://library.tru.ac.th/inlop/lpcul/310-lpcul11.html>

[https://www.m-culture.go.th/lopburi/ewt\\_news.php?nid=392&filename=faq](https://www.m-culture.go.th/lopburi/ewt_news.php?nid=392&filename=faq)

<https://www.stou.ac.th/Offices/rdec/nakornnayok/Main/OnlineExhibitions/Thaiphun/StoryMain>.



# ภาคผนวก





## บันทึกข้อความ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
รับที่ ๑๑๕๐  
วันที่ ๑๗ ต.ค. ๒๕๖๒  
เวลา ๑๖.๐๕ น.

ส่วนราชการ ฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มทร.พระนคร

ที่ ผาจ.สกอ. / ๒๕๖๒ วันที่ ๗ ตุลาคม ๒๕๖๒


เรื่อง ขอย้ายทอดผลงาน, การนำไปใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัย/หรืองานสร้างสรรค์ ตามโครงการวิจัย เรื่อง การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี "กำฟ้า" สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

เรียน คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ


ด้วยข้าพเจ้า นางมัทณี ปราโมทย์เมือง อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินโครงการวิจัย เรื่อง การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี "กำฟ้า" สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี ใช้เงินงบประมาณ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๒ เป็นจำนวนเงิน ๔๐๐,๐๐๐ บาท (สี่แสนบาทถ้วน)



ในการนี้ทางคณะผู้วิจัย มีความยินดีและประสงค์ที่จะขอย้ายทอดผลงาน, การนำไปใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัย/หรืองานสร้างสรรค์และขอมอบครุภัณฑ์ในโครงการวิจัย เรื่อง การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี "กำฟ้า" สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี โดยขอมอบผลงานวิจัยนี้ให้แก่ กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี เพื่อนำผลงานวิจัยนี้คือ สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี "กำฟ้า" จังหวัดลพบุรี นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์จริงแก่กลุ่มฯ ชุมชนและสังคมต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

  
(นางมัทณี ปราโมทย์เมือง)  
หัวหน้าโครงการวิจัย

เรียน คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
เพื่อโปรดพิจารณา

  
(นางสาวยุวดี พชราราชพงศ์)  
รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย  
...../ ตุลาคม / ๒๕๖๒

  
  
น.ย.ย.ย.



ตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

4 กันยายน 2562

ชื่อหน่วยงาน : กลุ่มสตรีอาสาบ้านพาน จังหวัดลพบุรี  
81 หมู่ที่ 10 บ้านพาน ตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี  
โทรศัพท์ 089-0521899 และ 036-471872

เรียน คณะบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ข้าพเจ้านางวนิดา รักพรหม ตำแหน่ง ประธานกลุ่มสตรีอาสาบ้านพาน จังหวัดลพบุรี  
ขอรับรองว่าได้นำผลงานวิจัย เรื่อง การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม -  
ธรรม ประเพณีกำฟ้า สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ของ  
อาจารย์มัทธนี ปราโมทย์เมือง และคณะทำงานวิจัย ประจำสาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการ  
พิมพ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยนำ  
ผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้จริงให้แก่กลุ่มฯจากสื่อประชาสัมพันธ์ ดังกล่าวนี้

1. ได้ใช้สื่อสำหรับประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณีกำฟ้า  
ที่บ้านพานอำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ให้รู้จักเพิ่มมากขึ้น
2. มีส่วนช่วยส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทยพวน  
อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ทั้งประเพณี การละเล่นนางกวก ผ้ามัดหมี่ไทยพวนและ  
อาหารพื้นถิ่น
3. ได้ต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีความเหมาะสมกับการใช้งาน สวยงาม และแสดงอัต  
ลักษณ์ของชาติพันธุ์ไทยพวน อ.บ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี
4. ช่วยยกระดับการท่องเที่ยว และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ อาหารของชุมชน

พร้อมกันนี้ ได้แนบหลักฐานประกอบการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยท้ายเอกสารนี้ และ  
ขอรับรองว่าเอกสารและข้อความข้างต้นนี้เป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ.....นางวนิดา รักพรหม.....

(นางวนิดา รักพรหม)

ประธานกลุ่มสตรีอาสาบ้านพาน จ.ลพบุรี

# งานวิจัย จำเป็นประมาณ



เรื่อง การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริม  
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี "กำป้า"  
สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดฉะเชิงเทรา



## การส่งมอบผลงานวิจัย เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์แก่กลุ่มฯ ชุมชน สังคม

โดยมีนางวนิดา รักพรหม ประธานกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน เป็นผู้รับมอบ



เสนางานการออกแบบ

## พื้นที่เก็บข้อมูล

การบริหารส่วนตำบลบ้านหินปัก  
เทศ์ จ.ฉะเชิงเทรา  
สตรีอาสาบ้านพวน  
เทศ์ จ.ฉะเชิงเทรา



การนำเสนองานการออกแบบ



- ปี 2561 การสร้างสรรค์สื่อโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (เศรษฐกิจพอเพียง) บ้านคลองหัวช้าง อำเภอวิหารแดง จังหวัดสระบุรี

### 7.3 ผู้ร่วมวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย/โครงการวิจัย

#### \*\* ผู้ร่วมวิจัย

- ปี 2556 โครงการศึกษาและพัฒนาอุปกรณ์เขียนผ้าบาติกลายเขียนสำหรับผู้ต้องขังเรือนจำพิเศษธนบุรี

- ปี 2557 โครงการศึกษาและพัฒนาเส้นใยพีชมะละกอเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน

- ปี 2558 โครงการศึกษาเพื่อพัฒนาเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านแบบร่วมสมัยจากอัตลักษณ์การเข้างานไม้ในงานสถาปัตยกรรมไทยพื้นถิ่นริมน้ำ

- ปี 2561 การศึกษาและพัฒนาวัสดุกันกระแทกจากกระดาษเคลือบน้ำยาพาราด้วยวิธีการป้อนตัดขึ้นรูปในงานบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์แก้วและเซรามิค

### 7.4 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน

- ปี 2558 โครงการวิจัยการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขายและแสดงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นกรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมกะหรี่ปั๊พ จ.สระบุรี

การเผยแพร่ : ณ. งานการประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล. ครั้งที่ 8 (8th RMUTNC)

- ปี 2559 โครงการวิจัยการศึกษาเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัย ในการเพิ่มยอดขายสินค้าแก่ชุมชนจากผลผลิตคงเหลือทางการเกษตร กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตอ.เดิมบางนางบวช จ.สุพรรณบุรี

- ปี 2560 โครงการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เกษตรแปรรูปจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มสตรีแปรรูป ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี

- ปี 2560 โครงการศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี

- ปี 2561 การสร้างสรรค์สื่อโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (เศรษฐกิจพอเพียง) บ้านคลองหัวช้าง อำเภอวิหารแดง จังหวัดสระบุรี

การเผยแพร่ : ณ. งานวันนักประดิษฐ์ ประจำปี 2560 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา กรุงเทพฯ ระหว่างวันที่ 2-6 กุมภาพันธ์ 2561 และงานประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 10 และการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 ระหว่างวันที่ 31 กรกฎาคม - 3 สิงหาคม 2561 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จ.ตรัง

ปี 2561 งานประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 11 และการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 10 ในวันที่ 24-26 กรกฎาคม 2562 ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ พระชนพรรษา จ.เชียงใหม่

- ปี 2560 โครงการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เกษตรแปรรูปจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มสตรีแปรรูป ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี

- ปี 2560 โครงการศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี

7.5 งานวิจัยที่กำลังทำ : ชื่อข้อเสนอการวิจัย แหล่งทุน และสถานภาพในการทำวิจัยว่าได้ทำการวิจัยลุล่วงแล้วประมาณร้อยละเท่าใด

-----

## ผู้ร่วมโครงการวิจัย

1. ชื่อ- สกุล (ภาษาไทย) นายกรณ์พงศ์ ทองศรี  
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mr. Kornpong Thongsri
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3 3299 XXXXX XX X
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ (พนักงานมหาวิทยาลัย)
4. หน่วยงานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300  
โทรศัพท์ 0-2665-3832, 0-2665-3777 ต่อ 5002  
โทรศัพท์ 085-9605-948  
E-mail : Korn.urp@gmail.com
5. ประวัติการศึกษา  
ปี 2552 ผ.ม. (การวางแผนภาคและเมือง) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปี 2546 สด.บ. (สถาปัตยกรรมเมืองและชุมชน) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
6. สาขาวิชาที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ  
สาขาวิชาการ การศึกษา  
กลุ่มวิชา การออกแบบตกแต่งภายใน
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัยเป็นต้น
  - 7.1 ผลงานวิจัย
    - 7.1.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย: -
    - 7.1.2 หัวหน้าโครงการวิจัย: -
    - 7.1.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว:
      - ปี 2553 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจของรูปแบบการถือครองที่ดิน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบบ้านมั่นคงชนบทตำบลวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา และบ้านมั่นคงชนบทตำบลดอนยอ จังหวัดนครนายก
      - ปี 2557 การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกระบวนการผลิตของตกแต่งบ้านจากวัสดุพืชเถาวัลย์และต้นไมยราบยักษ์ กลุ่มหมู่บ้านแปรรูปเพื่อการผลิตบ้านหนองศิม อำเภอบึงสามพัน จังหวัดพิจิตร
      - ปี 2557 การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกระบวนการผลิตของตกแต่งบ้านจากไม้เหลื่อทั้งจากการก่อสร้างกลุ่มหมู่บ้านแปรรูปเพื่อการผลิตบ้านหนองไ้่ง อำเภอบึงสามพัน จังหวัดพิจิตร
      - ปี 2558 การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านแบบร่วมสมัยจากอัตลักษณ์การช่างงานไม้ในงานสถาปัตยกรรมไทยภาคกลาง
    - 7.1.4 งานวิจัยที่กำลังทำ: -
  - 7.2 การตีพิมพ์เผยแพร่

### ผู้ร่วมโครงการวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นายชานนท์ ต้นประวัติ  
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mr. Chanon Tunprawat
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3 1021 XXXXX XX X
3. ตำแหน่งปัจจุบัน  
- ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (พนักงานมหาวิทยาลัย)
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)  
สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวังชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300  
โทรศัพท์ 0-2665-3832, 0-2665-3777 ต่อ 5021, 5001  
E - Mail : non\_ceramic@yahoo.com
5. ประวัติการศึกษา
  - ปี 2560 สด.ด. (สหวิทยาการการวิจัยเพื่อการออกแบบเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง
  - ปี 2548 ศม. (เครื่องเคลือบดินเผา) มหาวิทยาลัยศิลปากร
  - ปี 2543 ศบ. (เครื่องเคลือบดินเผา) มหาวิทยาลัยศิลปากร
6. สาขาวิชาที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ  
สาขาวิชาการ การศึกษา  
กลุ่มวิชา การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย เป็นต้น
  - 7.1 ผลงานวิจัย
    - 7.1.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย: -
    - 7.1.2 หัวหน้าโครงการวิจัย:
      - ปี 2552 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ที่ใช้ในการ ก่อผนังเพื่อการอนุรักษ์การใช้พลังงานภายในอาคาร
      - ปี 2554 การทดสอบผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ที่ใช้ในการก่อผนังเพื่อการ อนุรักษ์การใช้พลังงานภายในอาคาร
    - 7.1.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว:
      - ปี 2552 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ที่ใช้ในการ ก่อผนังเพื่อการอนุรักษ์การใช้พลังงานภายในอาคาร
      - ปี 2554 การทดสอบผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ที่ใช้ในการก่อผนังเพื่อการ อนุรักษ์การใช้พลังงานภายในอาคาร
    - 7.1.4 งานวิจัยที่กำลังทำ :
  - 7.2 การตีพิมพ์เผยแพร่