

มกราคม
-
เมษายน
2569

5 / 1

DEC
JOURNAL
Art and Design

มกราคม
-
เมษายน
2569

5 / 1

DEC
JOURNAL
Art and Design

รายนามคณะบรรณาธิการ

ที่ปรึกษา

- รองศาสตราจารย์อาวิน อินทร์ชัย
คณบดีคณะมัณฑนศิลป์
- รองศาสตราจารย์สน สีมাত্রัง
คณาจารย์ประจำคณะมัณฑนศิลป์
- ศาสตราจารย์เกียรติคุณสุชาติ เกาทอง
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บรรณาธิการ

- รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย อาริรุ่งเรือง
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

กองบรรณาธิการจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

- ศาสตราจารย์ ดร.พัชรา อุทิวรรณกุล
คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตร อินทร์คง
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปะและการออกแบบ
มหาวิทยาลัยนเรศวร
- รองศาสตราจารย์ ดร.นิยม วงศ์พงษ์คำ
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- รองศาสตราจารย์ ดร.รงค์กร อนันตสานต์
คณะจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- รองศาสตราจารย์วีระจักร์ สุเอ็นทรเมธิ
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Dr.Bridget Tracy Tan
Nanyang Academy of Fine Arts, University of the Arts, Singapore

กองบรรณาธิการจากผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โกเมศ กาญจนพ่ายัพ
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- อาจารย์ ดร.จิรายุ พงส์วรุตม์
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

เลขานุการคณะบรรณาธิการ

- นางสาวรัตนภรณ์ แก้วไขควัน

ผู้ช่วยเลขานุการคณะบรรณาธิการ

- นางสาวมุกดา จิตพรมมา
- นางสาวกณิศา คุณภัทรชนนทร

ออกแบบปกและจัดรูปเล่ม

- อาจารย์ ดร.จิรายุ พงส์วรุตม์

จัดพิมพ์รูปเล่ม

- บริษัท โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮาส์ จำกัด
113/13 ซอยวัดสุวรรณคีรี ถนนบรมราชชนนี
แขวงอรุณอมรินทร์ เขตบางกอกน้อย
กรุงเทพมหานคร 10700

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความประจำฉบับ

- รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณพร ชูจิตารมย์
คณะดิจิทัลอาร์ต มหาวิทยาลัยรังสิต
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สະມາກຣຸນ ຄຳລ້າຍີເຟີຍຣ
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
- อาจารย์ ดร.จิรายุ พงษ์วรุตม์
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- อาจารย์สร้อยรัตน์ แสงชัย
คณะดุริยางคศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- อาจารย์วาที สวรรณสมบูรณ์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- อาจารย์ ดร.ธนิก หมื่นคำวัง
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
- อาจารย์ ดร.ปัญญาพัฒน์ ธีระธารังวีร์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกล้ากลยาภรณ์ สวัสดิ์มงคลกุล
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- รองศาสตราจารย์ ดร.ดนัย เรียบสกุล
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- รองศาสตราจารย์วีระจักร์ สุเอียนทรเมธิ์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อาจารย์ ดร.งามนิส เขมาชฎากร
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสมฉาย บุญญานันต์
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิบูล ไวกิจตรกรรม
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ศาสตราจารย์ ดร.ชลิต อธิปัตยกุล
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บทบรรณาธิการ

วารสาร DEC Journal : Art and Design ฉบับขึ้นปีที่ 5 ฉบับแรกของปี 2569 แน่นอนว่าเมื่อเวลาผ่านไปอีกสัก 10 ปี วารสารฉบับนี้ก็คงเป็นประวัติศาสตร์ความทรงจำ ที่บันทึกองค์ความรู้ทางวิจัย งานวิชาการของคนรุ่นปัจจุบัน ที่มุ่งทำวิจัยสร้างนวัตกรรม เชื่อมโยงวัฒนธรรม สังคม ชุมชน งานออกแบบต่าง ๆ แต่ก็ดูขัดกับปรากฏการณ์ในสังคมไทย ในขณะที่สังคมไทยก็ไม่มีเสถียรภาพ การเมืองไม่มั่นคง การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่พลิกผันเลือกตั้งเสร็จแต่ กกต. ไม่สามารถสรุปคะแนนได้ อีกทั้งในเวลาเดียวกันก็เกิดสงครามตามชายแดนไทย กัมพูชา จนถึงสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกา อิหร่าน ที่ทำลายระเบียบโลกที่อเมริกาเขียนขึ้นมาด้วยมือ แล้วลบล้างด้วยขีปนาวุธ เรือขนส่งสินค้าไทยถูกโจมตี ระหว่างการเดินทางเรือผ่านช่องแคบฮอร์มุซ น้ำมันขาดตลาด ราคาทองคำพุ่งถึง 80,000 บาท คนตกงาน เพราะมี AI ที่มีความสามารถทำงานแทนมนุษย์ในบางอาชีพ นี่มันเป็นยุคโกลาหล นักเรียนสมัครสอบเข้าโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษามากที่สุดในรอบ 18 ปี ในขณะที่เด็กเกิดน้อยลง โรงเรียนถูกปิด หลักสูตรในมหาวิทยาลัยหลายหลักสูตรไม่ตอบสนองความต้องการคนเรียน คนอาจารย์เม้าหมัด PLOs, CLOs จนขึ้นสมอง

ในฉบับนี้กองบรรณาธิการคัดสรรบทความที่น่าสนใจ มีบทความ 4 บทความ และบทความวิชาการ 3 บทความ ดังนี้

จากอดีตถึงปัจจุบัน : การประยุกต์เครื่องแต่งกายจากจิตรกรรมฝาผนังในสมัยราชวงศ์ถัง แห่ง둔หวงเพื่อการออกแบบแฟชั่นดิจิทัลร่วมสมัย บทความวิจัยโดย Yunfan Zhang นำเสนอ งานสร้างสรรค์การออกแบบแฟชั่นดิจิทัลที่มาจากภาพจิตรกรรมฝาผนังถ้ำ둔หวงในสมัยราชวงศ์ถัง ประเทศจีน เป็นการผสมผสานสุนทรียศาสตร์ดั้งเดิมกับเทคโนโลยีดิจิทัล

ศึกษาและออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดสระแก้ว บทความวิจัยโดย นันทพัชร น้อยสวัสดิ์ นำเสนอผลงานการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว โดยมีกระบวนการวิจัยภาคสนาม สำรวจ ค้นหาอัตลักษณ์ แล้วนำมาสู่กระบวนการออกแบบ

การศึกษาแนวทางการออกแบบเบรคศิลป์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าที่ระลึกสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ย่านเมืองเก่าธนบุรี ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร บทความวิจัย

โดย แสนชัย ลิขิตธีรเวศม์ ได้นำเสนอแนวทางการออกแบบเรขศิลป์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตเมืองเก่าธนบุรี เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

Khaosan as Canvas: Mural Art as a Solution for Tourist-Resident Relation Problems บทความวิจัยโดย Berti Alia Bahaduri นำเสนอมุมมองโดยชาวต่างชาติที่มองเข้ามายังถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ในประเด็นเรื่องของการใช้พื้นที่สาธารณะ ที่ได้รับผลกระทบจากการที่เป็นย่านท่องเที่ยวที่มีความนิยมมากสำหรับชาวต่างชาติ และคนเจ้าของพื้นที่ที่มีความคิดเห็นต่อประเด็นเหล่านี้อย่างไร

สัมพันธ์ภาพแห่งเสียงและภาพ : การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างดนตรีและภาพเคลื่อนไหวในผลงานของสตูดิโอจิบลิ บทความวิชาการโดย เศรษฐพงศ์ จรรย์รายชน และ จันทราภา รุจินาม บทความนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเสียงและภาพในภาพยนตร์แอนิเมชัน ผ่านกรณีศึกษาภาพยนตร์ของสตูดิโอจิบลิสามเรื่อง ได้แก่ My Neighbor Totoro (1988), Spirited Away (2001) และ The Boy and the Heron (2023) การใช้ดนตรีในภาพยนตร์ของสตูดิโอจิบลิเป็นตัวอย่างของ “ศิลปะแห่งการรู้สึก”

แนวคิดการออกแบบสภาพแวดล้อมที่พิกสำหรับผู้สูงอายุเจนเรชั่นเอ็กซ์ บทความวิชาการโดย นิชมาพร สุขัย ปริณ มีทรัพย์ และ สืบสาย แสงวชิระภิลล ได้นำเสนอ แนวทางการออกแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุเจนเรชั่นเอ็กซ์ควรมุ่งเน้นความยืดหยุ่นของพื้นที่สนับสนุนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และการออกแบบที่คงความหมายต่อชีวิต ควบคู่กับหลักการ universal design เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมพลวัตอย่างแท้จริง และนำไปสู่การพัฒนาสังคมผู้สูงวัยที่มีคุณภาพและความยั่งยืนในอนาคต

การสร้างประสบการณ์ผ่านกาลเวลา: จากอดีตสู่การออกแบบสมัยใหม่ บทความวิชาการโดย แสงเพชญ์ ศรีนัม นำเสนอการวิเคราะห์แนวคิด “สวนลอยบาบิโลน (Hanging Gardens of Babylon)” ในฐานะสิ่งมหัศจรรย์ทางสถาปัตยกรรมยุคโบราณที่สะท้อนรากฐานของ “การออกแบบเชิงประสบการณ์ผู้ใช้ (user experience design)” และ “การออกแบบเพื่อมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (human-centered design)” จนถึงการออกแบบในยุคดิจิทัล

กองบรรณาธิการหวังว่าบทความทุกบทจะได้ช่วยส่งเสริมการศึกษา วิจัยในแวดวงศิลปะและการออกแบบ ได้ช่วยกระตุ้นการตั้งคำถามต่อการแสวงหาความรู้ให้กับนักศึกษาคณาจารย์ นักวิจัย เพื่อต่อยอดทางวิชาการได้ต่อไป

รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย อาริรุ่งเรือง
บรรณาธิการวารสาร DEC Journal : Art and Design

สารบัญ

บทความวิจัย	หน้า
• Bridging Past and Present: Applying Dunhuang Tang Dynasty Mural Paintings into Contemporary Digital Fashion Design Yunfan Zhang, Eakachat Joneurairatana and Jirawat Vongphantuset	12
• ศึกษาและออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว Logo Study and Designs to Promote Community Products in Sa Kaeo Province นันทพัชร น้อยสวัสดิ์	28
• การศึกษาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าที่ระลึก สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ย่านเมืองเก่าธนบุรี ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร A Study on Graphic Design Approaches to Create Added Value for Souvenirs to Promote Community-Based Tourism in Thonburi Old Town, Bangkok Yai District, Bangkok แสนชัย ลิขิตธีรวิฑู	50
• Khaosan as Canvas: Mural Art as a Solution for Tourist-Resident Relation Problems Berti Alia Bahaduri, Eakachat Joneurairatana, Veerawat Sirivesmas and Rueanglada Punyalikhit	68

บทความวิชาการ	หน้า
• สัมพันธภาพแห่งเสียงและภาพ : การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างดนตรีและภาพเคลื่อนไหวในผลงานของสตูดิโอจิบลิ Harmony of Sound and Vision: An Analysis of the Relationship Between Music and Animation in Studio Ghibli Films เศรษฐพงศ์ จรรย์รายชน และ จันทราภา รุจินาม	94
• แนวคิดการออกแบบสภาพแวดล้อมที่พักสำหรับผู้สูงอายุเจนเนชันเอ็กซ์ Environmental Design Strategies for Residential Spaces Targeting the Generation X Elderly Population นิชมภาพร สุขย์, ปริญ มีทรัพย์ และ ศลิบสาย แสงวชิระภบาล	114
• การสร้างประสบการณ์ผ่านกาลเวลา: จากอดีตสู่การออกแบบสมัยใหม่ Crafting Experiences Across Time: From Ancient Origins to Modern Design แสงเพชญ์ ศรีนัม	140

Abstract

This study focuses on the costume culture depicted in Tang Dynasty Dunhuang murals, exploring its digital translation and integration into contemporary fashion design. It aims to address the research question of how ancient mural art can merge with digital fashion design. A combination of iconographic analysis, practice-based research, and 3D digital reconstruction was employed to systematically examine and reinterpret the form, color, and structure of Dunhuang mural costumes. The findings reveal that these costumes feature flowing lines, balanced silhouettes, and vivid color palettes, reflecting the Tang Dynasty's aesthetic ideals of grandeur, vitality, and harmony with nature. Through digital reconstruction and creative experimentation, the study successfully transforms traditional Dunhuang costume elements into digital fashion works that embody both cultural depth and modern aesthetics. The innovation of this study lies in introducing a digital fashion design perspective to systematically analyze the aesthetic structure of Dunhuang mural costumes, establishing a translation pathway from traditional imagery to digital fashion, and demonstrating that the fusion of traditional aesthetics and digital technologies not only broadens the expressive language of contemporary fashion design but also contributes to the preservation, inheritance, and global dissemination of cultural heritage.

Keywords: Dunhuang mural painting, Tang dynasty, costume, digital costume design

Introduction

The Mogao Caves in Dunhuang stand as a rich artistic and cultural heritage site, reflecting the exchange of civilizations along the ancient Silk Road (Zhao, 2015). The costumes depicted in Dunhuang murals hold high aesthetic and artistic value in terms of structure, color, and composition (Chang, 2001). With advancements in technology, especially in the era of the metaverse, 3D digital tools are increasingly applied in design and creative fields. The integration of traditional costume elements with digital technology enhances design efficiency and consumer engagement, while also enriching the narrative of contemporary fashion through the fusion of science and aesthetics.

Previous studies have primarily explored traditional and ethnic patterns in fashion design (Gu, 2021). However, few have addressed the interdisciplinary application of 3D digitization in Dunhuang costume design. This study adopts image analysis as a theoretical foundation and explores the formal aesthetics of Tang Dynasty mural costumes—focusing on form, composition, and color. It digitally reconstructs and innovatively applies these elements, using interactive digital technologies to create an immersive 3D animation display. The aim is to provide a new model for the preservation, innovation, and dissemination of traditional Chinese costume culture.

An overview of the mural costumes of the Tang dynasty at Dunhuang

Dunhuang, home to the world's largest and most artistically valuable collection of ancient murals, is a cultural and artistic treasure and a key component of cave art (Ma, 1996). While primarily Buddhist in content, its murals vividly depict a wide range of figures in elaborate and colorful attire, especially the elegant and richly detailed women's costumes from the Tang Dynasty. These serve as important visual references for studying Tang women's fashion. Tang costume culture, known for its vibrant colors, diverse styles, and refined aesthetics (Shen, 1997) embodies a blend of freedom and elegance, emphasizing line, form, and subtle beauty. The aesthetic charm of Dunhuang dress reflects the harmony of Eastern art and holds lasting relevance in contemporary Chinese aesthetics.

The aesthetic characteristics of Dunhuang Tang dynasty mural paintings

Dunhuang mural paintings have made outstanding achievements in the history of culture and art in the world with their exquisite painting skills, lifelike figures and delicate composition (Samara, 2008). Aesthetics researchers at home and abroad have highly praised Dunhuang art, and so has the beauty of the costumes in the Tang murals at Dunhuang. The enlightened political culture of the Tang Dynasty promoted the exchange and fusion of Chinese civilisation and foreign cultures, and shaped the unique clothing style of the Tang Dynasty. This unique fashion has profoundly influenced the style of dress, life philosophy and aesthetic orientation of the Tang people. Dunhuang Tang dynasty mural dress aesthetic characteristics are mainly manifested in the dress modeling linear beauty, colour harmony and the beauty of the form of dress and other aspects.

The linear beauty of dress in Dunhuang Tang dynasty mural paintings

Professor Wu (2018) noted that traditional Chinese painting emphasizes subtle beauty, often portraying the human figure metaphorically through flowing garments and graceful gestures rather than direct representation. In Dunhuang's Tang Dynasty murals, lines not only depict clothing but also convey movement and rhythm, reflecting the Eastern aesthetic of "line-based modeling."

For instance, in Cave 401, the Bodhisattva is depicted with a high-waisted skirt and flowing shawl, adorned with vibrant ornaments. The vertical lines elongate the figure, while the fluttering ribbons and jewelry create a sense of graceful motion. This visual stretching reflects the Tang ideal of a slender, upright form.

Flying Apsaras are another embodiment of linear beauty. In Cave 57, they appear with bare upper bodies and long skirts, trailing vivid red ribbons. Their elegant poses and dynamic silhouettes, combined with swirling auspicious clouds, form vivid compositions. Using the "outline and color" painting technique, the murals express fluidity and rhythm, symbolizing vitality, joy, and the aesthetic power of Dunhuang's flying figures as figure 1.

Figure 1

Mural detail: flying apsara in cave 57, Dunhuang



Note. Adapted from “Tianjin: Tianjin,” by W Duan, (Ed.) *The Complete Collection of Dunhuang Frescoes in China* (p. 16), 1996, People’s Fine Arts Publishing House. Copyright 1996 by Tianjin People’s Fine Arts Publishing House. Adapted with permission.

The colourful beauty of Dunhuang Tang dynasty mural dresses

The use of color in Dunhuang Tang Dynasty mural costumes is a vital expression of Tang costume aesthetics. Among various dynasties depicted in the grottoes, Tang murals stand out for their rich, vivid palettes (Pan, 1957). Dominated by red, green, and cyan, the costumes adopt flat coloring techniques, combining vibrant hues with elegant lines to create a harmonious and majestic visual effect.

What makes Tang color application unique is the sophisticated use of contrast. In Cave 321 as figure 2, for example, the bodhisattva’s robe and mantle use large color blocks in single tones, while surrounding Guanyin figures are dressed in layered combinations of blue, green, vermilion, and white. The contrast between small and large color fields brings visual tension yet maintains unity (Arnheim, 1998). This balance between harmony and clash reflects both the aesthetic ideals and visual richness of Tang-era fashion, highlighting the dynasty’s mastery of color artistry.

Figure 2

Mural detail: The expression in cave 321, Dunhuang



Note. Adapted from “Tianjin: Tianjin,” by W. Duan, (Ed.) *The Complete Collection of Dunhuang Frescoes in China* (p. 95), 1996, People’s Fine Arts Publishing House. Copyright 1996 by Tianjin People’s Fine Arts Publishing House. Adapted with permission.

Formal beauty of Tang dynasty costumes in Dunhuang mural paintings

Dunhuang murals from the Tang Dynasty reveal refined formal beauty in costume design. In Cave 331, four tribal chiefs are seated symmetrically, their garments forming a balanced visual harmony through staggered positioning and mirrored colors, reflecting the Chinese aesthetic ideal of dynamic equilibrium. Repetition is seen in Cave 130, where Madame Dudu and her daughters wear cross-collared robes with recurring floral patterns (Liu, 2022), echoed by attendants in similar motifs, enhancing the visual rhythm and layering. Cave 375’s female donors as figure 3, arranged in staggered heights, mimic musical notes, embodying rhythmic beauty through compositional variation. Lastly, in Cave 220, a Bodhisattva’s attire showcases layered elegance using ikat-dyed textiles, translucent capes, and flowing silk belts. The use of overlapping elements and contrasting background colors enhances depth and hierarchy, reflecting both material sophistication and visual harmony in Tang costume design.

Figure 3

Mural detail: female donner in cave 375, Dunhuang



Note. Adapted from “Tianjin: Tianjin,” by W. Duan, (Ed.) *The Complete Collection of Dunhuang Frescoes in China* (p. 1), 1996, People’s Fine Arts Publishing House. Copyright 1996 by Tianjin People’s Fine Arts Publishing House. Adapted with permission.

Objectives of the study

1. To analyze the aesthetic characteristics of Dunhuang mural paintings and explore their artistic value through iconographic and visual research methods.
2. To establish a theoretical and practical foundation for the 3D digital reconstruction and innovative application of traditional costume aesthetics.
3. To investigate the interdisciplinary innovation potential of integrating aesthetics, cultural heritage, and digital design tools, and to advance practice-based research in fashion design.

Materials and methods

Digital Innovation in Modern Fashion: 3D Applications of Dunhuang Mural Costume Elements

With the rise of the “China-Chic” trend, modern designs increasingly incorporate traditional Chinese elements (Liu, 2021). By combining traditional Tang Dynasty costumes with modern technology, the culture of Dunhuang

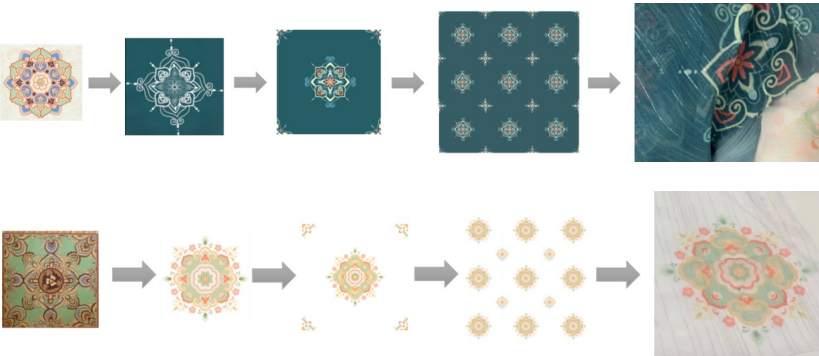
traditional attire is reinterpreted and presented through digital means. This approach enables the inheritance and innovation of Dunhuang costume culture in the context of the big data, internet, and smart era.

Pattern design

Through extensive preliminary research and digital collection of Dunhuang Tang Dynasty mural costumes, the composition styles, filling elements, and common colors of four-directional continuous patterns were summarized. Traditional Tang patterns were vectorized using digital graphic design software, enabling their redesign and recreation.

As a representative Buddhist motif, the “Baoliang Flower” frequently appears in Dunhuang mural costumes and caisson ceilings (Chang, 2004). This study extracted the Baoliang Flower from the center of a caisson pattern and selected a single petal as the basic design unit for iterative and innovative pattern creation. The petal was symmetrically or evenly arranged based on its shape to form radiating and converging compositions, culminating in a continuous four-directional pattern. Multiple patterns were combined into a cohesive design and printed as test samples as figure 4.

Figure 4
Redesign and re-creation of traditional Tang dynasty patterns



Digital 3D costume design

In the silhouette design, the linear aesthetics of Dunhuang Tang Dynasty mural costumes are reinterpreted with streamlined forms and high-waisted structures as core style elements. Digital tools and CAD software are used for pattern development, combining soft, simplified lines with a sense of structure and flow. Baoxiang flower motifs are integrated into garment details, while interlacing and stacking techniques add depth. Contrasts between shoulders, sleeves, and the lower body enhance visual impact.

Classic Dunhuang colors—pale green, ochre, and turquoise—are applied with balanced tone variations and block proportions. Custom four-directional Baoxiang patterns enrich the design, echoing the layered and rhythmic beauty of the murals. Final designs are 3D-simulated for stitching and fitting, with adjustments to materials and styling before physical production as figure 5.

Figure 5

Digital fashion design



Digital character and 3D scene modeling design

The default models in digital clothing software often have overly homogenized facial features, making them unsuitable for showcasing this collection. Therefore, 3D virtual simulation and virtual reality technologies were employed to design the facial features of digital character models, choreograph digital model dance movements, and create digital scene designs.

Figure 6

Line drawings of female portrait in Tang dynasty



In the digital facial design process, the author referenced Dunhuang Tang Dynasty murals, literature, and film to create costume renderings and facial illustrations as figure 6, blending traditional character modeling with modern aesthetics. This resulted in a creative yet practical design grounded in artistic exploration.

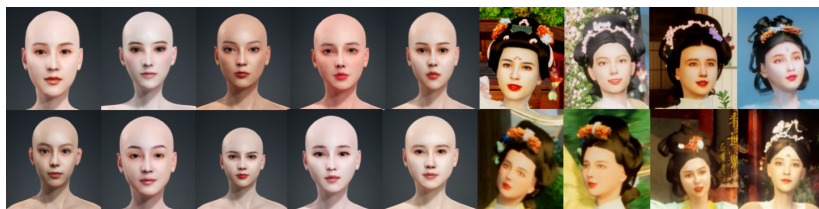
Starting from hand-drawn research sketches, 3D modeling software was used to build facial structures, including skull, contours, and features with accurate proportions. Detailed sculpting enhanced realism through refined skin texture and pores. Lighting and rendering tests followed, adjusting materials for optimal effects across various environments as figure 7.

Further innovations were applied to makeup, hairstyles, and headpieces, integrating Tang aesthetic elements with modern design. The result strikes a balance between historical elegance and contemporary appeal, preserving the essence of Tang beauty without rigid traditionalism .

Using 3D virtual modeling technology, Tang Dynasty architecture and life scenes were recreated in a 360-degree immersive format. The process began with collecting reference materials—images, videos, and texts—to ensure historical accuracy. Preliminary sketches defined the layout, color palette, and visual style. Software such as Blender, Maya, or 3ds Max was then used to construct the scene with precise proportions and Tang-inspired elements. Finally,

Figure 7

Facial and makeup design for virtual digital Human models

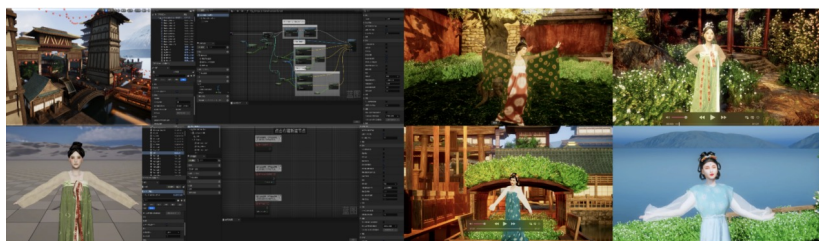


digital tools simulated character dance movements and integrated costume designs, resulting in a dynamic 3D presentation of Tang Dynasty life and fashion as figure 8.

From designing traditional Tang Dynasty costume patterns to creating character portraits, choreographing dance movements, constructing virtual scenes, and performing digital post-production synthesis, the process employed digital design language to innovate and preserve cultural heritage. This research pathway demonstrates the innovative application of digital costume design, offering a digitalized solution for applying Dunhuang Tang Dynasty mural costume elements to modern fashion design.

Figure 8

Digital 3D virtual scene modeling and dynamic display of 3D costumes



Data Analysis

This study adopts a qualitative research methodology that combines image analysis with practice-based design to systematically explore the aesthetic features of Dunhuang mural costumes and their application in digital fashion. The data analysis is composed of two interrelated components: visual data interpretation and digital design experimentation.

Visual analysis of Dunhuang mural costumes

The study collected over one hundred high-resolution mural images from the Mogao Caves, primarily from the Tang Dynasty period. Using image analysis techniques, the visual data was categorized and examined through three major aesthetic dimensions: line composition, structural form, and color language.

1. Line Composition: The costume outlines in the murals often adopt flowing curves, expressing grace and dynamism, frequently seen in representations of flying deities or celestial maidens.

2. Structural Form: High waistlines, wide sleeves, and ribbon-like extensions are common elements, reflecting symbolic associations with Buddhist cosmology and idealized bodily proportions.

3. Color Language: The dominant hues include vermilion red, malachite green, ochre, yellow, and peacock blue—mineral pigments that reflect both technical dyeing practices and religious symbolism of the period.

Practice-based 3D digital design process

The extracted aesthetic elements were translated into digital design using platforms such as CLO3D and Blender. A series of 3D garment reconstruction experiments were carried out, including the following phases:

1. Base Garment Modeling: Building 3D garment structures based on historical Tang Dynasty silhouettes.

2. Pattern Reinvention and Translation: Reinterpreting traditional mural motifs into innovative and contemporary pattern designs.

3. Digital Avatar Styling and Scene Construction: Creating digital human models and virtual environments, allowing traditional aesthetics to be revived and visualized through modern digital media.

The resulting digital garments met key criteria in terms of historical aesthetic fidelity, adaptability in contemporary fashion contexts, and technical feasibility for both digital display and potential real-world applications.

Interdisciplinary insights

The synthesis of data indicates a high potential for interdisciplinary innovation by integrating visual cultural analysis with 3D digital design tools. This cross-domain method not only contributes to the digital revitalization of traditional culture, but also opens new pathways for virtual fashion design, metaverse-based clothing, and narrative-driven cultural heritage expression.

The results affirm that Dunhuang mural costumes are more than static cultural relics—they serve as a vital source of inspiration for driving innovation in digital fashion.

Conclusion and Discussion

This study explores the costumes depicted in the Tang Dynasty Dunhuang murals of the Mogao Grottoes, focusing on their form, color, and structural features, and reinterprets them through digital fashion design. By integrating iconographic analysis, interdisciplinary design methods, and 3D digital reconstruction, this research contributes to the emerging discourse on digital heritage and fashion innovation. Specifically, it offers a new theoretical and methodological framework that translates traditional visual culture into digital fashion expression, thereby bridging the gap between historical art and contemporary design technology.

The study's primary contribution lies in establishing a systematic pathway for transforming Tang costume aesthetics into digital fashion practice. It demonstrates how the Tang ideals of rhythm, balance, and harmony between humanity and nature can be effectively re-contextualized within digital environments to produce design outcomes that merge cultural depth with technological creativity. In doing so, the research not only enriches the expressive vocabulary of digital

fashion but also provides a replicable model for the digital preservation and revitalization of cultural heritage.

From a practical perspective, this study provides valuable insights for the fashion industry, tourism sector, and digital heritage design. In fashion, the reinterpretation of Dunhuang costume motifs can inspire collections or digital fashion lines that evoke Eastern aesthetics for global markets. In tourism and cultural promotion, immersive digital reconstructions of Tang attire—integrated into museum exhibitions or virtual experiences—can enhance cultural storytelling and audience engagement. In the digital heritage field, this model supports the documentation, visualization, and reanimation of intangible cultural assets through creative technologies.

However, several limitations and critical challenges must be acknowledged. First, cultural interpretation risks vary across contexts; the aesthetic meanings of Dunhuang imagery may shift when translated into digital or globalized fashion forms, potentially leading to cultural simplification or misrepresentation. Second, while 3D digital reconstruction enables visual accuracy, it still faces technical constraints in fabric simulation, texture authenticity, and the translation of spiritual symbolism into digital form. Third, the integration of cultural authenticity with commercial viability remains an ongoing tension within the digital fashion industry, requiring further critical dialogue between designers, historians, and technologists.

Despite these challenges, the study's innovative approach provides a foundation for future research that connects traditional art and emerging technology. By demonstrating how ancient Tang costume aesthetics can evolve through digital re-creation, this research highlights the potential of cultural heritage as a living, adaptive resource for global creative industries. It invites continued exploration into how digital fashion can serve not only as a tool of artistic innovation but also as an active medium for cross-cultural communication, education, and sustainable cultural transmission in the 21st century.

Recommendations

1. Strengthen interdisciplinary collaboration

Future research and design practices should promote deeper collaboration among disciplines such as art history, fashion design, computer graphics, and cultural heritage preservation. Cross-disciplinary synergy can enrich design methodologies and broaden the influence and dissemination of traditional cultural revitalization.

2. Expand applications in virtual fashion and cultural tourism

It is recommended to apply digitally reconstructed Dunhuang-style garments to platforms such as virtual museums, AR/VR exhibitions, digital fashion shows, and metaverse environments. These applications can create immersive cultural experiences and stimulate new commercial and educational potential.

3. Advocate for sustainable digital practices in cultural design

In response to global sustainability goals, it is advised to enhance the use of virtual simulation technologies in the digital reinterpretation of traditional costumes. This approach helps reduce material waste and physical sampling, improves resource efficiency, and maintains respect for the cultural essence of the designs.

References

- Arnheim, R. (1998). *Art and visual perception* (S. Teng, Trans.). Sichuan people's fine arts publishing house.
- Chang, S. (2001). *Costume patterns of Chinese Dunhuang through the ages*. China light industry press.
- Chang, S. (2004). *Decorative patterns of Chinese Dunhuang through the Ages*. Tsinghua university press.
- Duan, W. (1996). *The complete collection of Chinese Dunhuang murals*. Tianjin People's Fine Arts Publishing House.
- Gu, J. (2021). *Application of patterns from Yungang Grotto murals in costume design*. *Wool textile technology*, 2021(9), 78-82.
- Liu, Y. (2022). *Illustrated handbook of Dunhuang costume culture: early Tang volume*. China textile press.
- Liu, Y. (2021). Research on the inheritance and innovative application of Dunhuang costume culture. *Art design studies*, 2021(5), 33-38.
- Ma, D. (1996). *A study on the history of Mogao Grottoes in Dunhuang*. Gansu education publishing house.
- Pan, J. (1958). *Costume Materials from Dunhuang Murals*. China Classical Art Publishing House.
- Pan, Q. (1957). *Art of Dunhuang Mogao grottoes*. Shanghai people's publishing house.
- Samara, T. (2008). *Design elements* (J. Qi, Trans.). Guangxi fine Arts publishing house.
- Shen, C. (1997). *Research on ancient Chinese costume* (expanded edition). Shanghai bookstore publishing house.
- Wu, H. (2018). *Women's space in Chinese paintings*. New Knowledge Joint Publishing House.
- Zhao, S. (2015). *Brief history of Dunhuang Grotto art*. China youth publishing house.

บทคัดย่อ

จังหวัดสระแก้วเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต และความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นอัตลักษณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวนมากยังขาดตราสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้การสื่อสารภาพลักษณ์และการสร้างการจดจำในเชิงการตลาดยังไม่เด่นชัด การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาข้อมูลด้านอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดสระแก้ว (2) ออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น (3) ประเมินประสิทธิภาพของตราสัญลักษณ์ในด้านการจดจำ ความสวยงาม และการประยุกต์ใช้เชิงพาณิชย์ โดยใช้แนวคิดการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและการออกแบบกราฟิกเชิงสัญลักษณ์เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบโลโก้ จำนวน 3 คน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดสระแก้ว จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และแบบประเมินความพึงพอใจ กระบวนการออกแบบเริ่มจากการศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์ของพื้นที่ การร่างแนวคิดการออกแบบ (sketch design) การพัฒนาแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และการประเมินเพื่อคัดเลือกแบบที่เหมาะสมที่สุด

ผลการวิจัยพบว่าตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ข้อความ “คนสระแก้ว” เพื่อสื่อถึงอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน การใช้สีเขียวและสีเหลืองทองเพื่อสื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและพื้นที่เกษตรกรรม และการใช้สัญลักษณ์ควายและผีเสื้อซึ่งสะท้อนวิถีชีวิตเกษตรกรรมและความหลากหลายทางธรรมชาติของพื้นที่ ผลการประเมินจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าตราสัญลักษณ์ดังกล่าวสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม มีความโดดเด่นด้านความหมาย ความสวยงาม และความสามารถในการจดจำ อีกทั้งยังมีศักยภาพในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : ตราสัญลักษณ์, อัตลักษณ์ท้องถิ่น, ผลิตภัณฑ์ชุมชน, การออกแบบกราฟิก, จังหวัดสระแก้ว

Logo Study and Designs to Promote Community Products in Sa Kaeo Province

Nattapat Noisawad ¹

Received : October 2, 2025

Revised : November 20, 2025

Accepted : November 26, 2025

¹ Assistant Professor, in Communication Design, Faculty of Fine Arts, Srinakharinwirot University,
E-mail: natthapat99noisawad@gmail.com

Abstract

Sa Kaeo Province has significant potential in terms of natural resources, cultural diversity, and local ways of life, which can be utilized to enhance the identity of community products. However, many community products lack a distinctive logo that effectively communicates local identity and strengthens brand recognition. Therefore, this research aims to (1) study the identity of community products in Sa Kaeo Province, (2) design a logo that reflects the local identity, and (3) evaluate the effectiveness of the designed logo in terms of memorability, aesthetic value, and commercial applicability. The study is based on the concepts of corporate identity design and symbolic graphic design.

The research samples consisted of three groups: five community product entrepreneurs, three logo design experts, and fifty tourists visiting Sa Kaeo Province. Data were collected through interviews, questionnaires, and satisfaction evaluation forms. The design process included identity analysis, concept sketching, digital logo development, and evaluation by the sample groups to select the most appropriate design.

The results indicated that the designed logo consisted of three main elements: the text “Khon Sa Kaeo” representing the identity of local community products, the use of green and golden yellow colors symbolizing natural abundance and agricultural richness, and the symbols of a buffalo and a butterfly representing the agricultural lifestyle and the biodiversity of Pang Sida National Park. The evaluation results showed that the logo effectively reflects local identity and is positively recognized in terms of meaning, aesthetics, memorability, and marketing potential.

Keywords: community products, logo design, local identity, graphic design, Sa Kaeo province

ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวตามทรัพยากรท้องถิ่นและวัฒนธรรมที่สืบทอดมาแต่โบราณผลิตภัณฑ์จากหลายชุมชนได้กลายเป็นที่รู้จักและสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างต่อเนื่องท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเศรษฐกิจจำเป็นต้องมีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) ผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นอีกหนึ่งปัจจัยซึ่งช่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจซึ่งแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นต้องเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนทั้งชุมชนภาครัฐและเอกชน โดยเน้นการนำทรัพยากรท้องถิ่นและศักยภาพของชุมชนเพื่อมาใช้ให้เต็มประสิทธิภาพ ใช้สร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่าง รวมถึงการส่งเสริมการอนุรักษ์และสร้างนวัตกรรมจากวัฒนธรรมท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม การคำนึงถึงหลักการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งทางสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม พร้อมทั้งเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการสร้างแบรนด์ที่น่าสนใจรวมถึงการสร้างช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม เพื่อกระจายสินค้าชุมชนออกไปได้กว้างขวางมากขึ้นนอกจากนี้ยังต้องสนับสนุนการเรียนรู้และการฝึกอบรมทักษะให้กับชุมชน เพื่อยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ทั้งนี้การสร้างเครือข่ายและการประเมินผลเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อตอบโจทย์ที่แท้จริงของตลาดและชุมชนจะทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถแข่งขันและยั่งยืนได้ในระยะยาว

จังหวัดสระแก้วเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติที่น่าสนใจแต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ยังคงมีข้อจำกัดหลายประการเช่นการออกแบบที่ยังขาดเอกลักษณ์ที่ดึงดูดใจ การใช้วัสดุที่ไม่คำนึงถึงความยั่งยืนและการเข้าถึงตลาดที่ยังจำกัด (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสระแก้ว, 2560) และจังหวัดสระแก้วเป็นจังหวัดที่อยู่ชายแดนติดประเทศกัมพูชา มีพื้นที่สำคัญทางการค้าและเศรษฐกิจคือ ตลาดโรงเกลือที่เป็นศูนย์กลางการค้าระหว่างไทยกับกัมพูชามายาวนานหลายสิบปี สร้างเม็ดเงิน และรายได้ปีละหลายพันล้านบาท ชาวบ้านที่จังหวัดสระแก้ว ส่วนมากเป็นเกษตรกร และทำการค้าขายเป็นหลักเพื่อสร้างรายได้เลี้ยงครอบครัว จังหวัดสระแก้วมีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจท้องถิ่นโดยมีด่านชายแดนอรัญประเทศอยู่เป็นช่องทางสำคัญในการส่งออกสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรมไปยังต่างประเทศนอกจากนี้ จังหวัดนี้ยังมีการผลิตสินค้าเกษตรหลากหลายชนิด เช่น มันสำปะหลังที่นิยมส่งไปผลิตแอลกอฮอล์ และแป้ง ยางพารา ข้าวเปลือก และผลไม้เขตร้อน เช่น เงาะ ทุเรียน และมันฝรั่ง ซึ่งสินค้าเหล่านี้ไม่เพียงแต่ตอบโจทย์ตลาดในประเทศ แต่ยังส่งออกไปยังต่างประเทศโดยเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียนการค้าขายในจังหวัดสระแก้วยังมีการระดมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ เช่น ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากไม้ไผ่และกระดาดสา

รวมถึงมีจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและการค้า เช่น งานเทศกาลสัปดาห์และ กิจกรรมสาธิตการทำผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรต่าง ๆ นอกจากนี้การลงทุนในโรงงาน อุตสาหกรรมเช่นอุตสาหกรรมน้ำตาลยานยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ก็กำลังเติบโตขึ้นโดยมีการ สร้างนิคมอุตสาหกรรมและโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการค้าอาทิทางหลวงและท่าเรือ อย่างไรก็ดีตามการค้าขายของสระแก้วยังเผชิญกับความท้าทายในด้านการแข่งขันและมาตรฐาน สินค้าโดยรัฐบาลและองค์กรท้องถิ่นได้ร่วมมือกันสร้างระบบการรับรองคุณภาพสินค้าและการ ตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและกระจายสินค้าไปยัง ตลาดทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้นการวิจัยนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อสร้างตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ของจังหวัดสระแก้วให้สามารถสร้างความจดจำและสื่อสารการตลาดให้มีความน่าเชื่อถือซึ่งจะ ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ชุมชนต่าง ๆ ได้ในภาพรวมของจังหวัดสระแก้ว

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว
2. เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น
3. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของตราสัญลักษณ์ในด้านการจดจำความสวยงามและ การประยุกต์ใช้เชิงพาณิชย์

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาและออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ อัตลักษณ์องค์กร การออกแบบกราฟิก และการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ เพื่อนำมาใช้ เป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. กรอบแนวคิดในการศึกษาข้อมูลเพื่อการออกแบบตราสัญลักษณ์

ในการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเพื่อใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ ผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิด ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์องค์กร (corporate identity analysis) ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญในการออกแบบตราสัญลักษณ์ให้สามารถสะท้อนภาพลักษณ์และตัวตนขององค์กร หรือผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม โดยผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดของ ปาพจน์ หนูนุกัถิ (2555) ซึ่ง เสนอว่าข้อมูลที่ควรทราบก่อนการออกแบบตราสัญลักษณ์ประกอบด้วย

1. ประวัติความเป็นมาขององค์กร
2. โครงสร้างขององค์กร
3. การดำเนินการของคู่แข่ง
4. การดำเนินการตลาดและการโฆษณา
5. การใช้งานตราสัญลักษณ์
6. ข้อมูลจากการวิจัย
7. ภาพลักษณ์ที่เหมาะสม

แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดด้านการสร้างอัตลักษณ์องค์กรที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์บริบทขององค์กรและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การออกแบบสามารถสะท้อนคุณค่าและเอกลักษณ์ขององค์กรได้อย่างชัดเจน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสระแก้ว เพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาการออกแบบตราสัญลักษณ์

2. กรอบแนวคิดในการออกแบบตราสัญลักษณ์

การออกแบบตราสัญลักษณ์ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารทางภาพ (visual communication) ที่ช่วยสร้างการจดจำและภาพลักษณ์ให้กับองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ โดยการออกแบบที่ดีควรสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนมีเอกลักษณ์และสามารถนำไปใช้ได้หลากหลายบริบท ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้แนวทางในการออกแบบตราสัญลักษณ์ของ ทองเจือ เขียดทอง (2548) ซึ่งเสนอองค์ประกอบสำคัญของการออกแบบตราสัญลักษณ์ไว้ 11 ประการ ได้แก่

1. ความหมาย
2. ความเหมาะสมกับสื่อ
3. ความร่วมสมัย
4. ความน่าเชื่อถือ
5. ความเป็นเอกลักษณ์
6. สี
7. ความเรียบง่าย
8. ความเป็นสากล
9. การนำไปใช้ประโยชน์
10. เอกภาพ
11. ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการออกแบบโลโก้สมัยใหม่ที่เน้นความเรียบง่าย (simplicity) ความจดจำได้ง่าย (memorability) และความสามารถในการใช้งานได้หลากหลาย

(versatility) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดสระแก้ว

3. กรอบแนวคิดในการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์

การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้เป็นกระบวนการสำคัญในการตรวจสอบประสิทธิภาพของงานออกแบบ เนื่องจากตราสัญลักษณ์ที่ดีควรสามารถสร้างความประทับใจและการรับรู้ที่ดีต่อผู้รับสาร ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ สุมิตรา ศรีบุญลอย (2547) ซึ่งเสนอเกณฑ์ในการประเมินตราสัญลักษณ์ไว้ 11 ประการ ได้แก่

1. มีความเรียบง่าย
2. มีลักษณะเฉพาะตัว
3. เป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า
4. มีความแตกต่าง
5. เป็นสัญลักษณ์ที่บอกรายละเอียด
6. เป็นสัญลักษณ์ที่สามารถเชื่อมโยงสินค้าหรือบริการ
7. สัญลักษณ์ที่สื่อสารความหมายได้แตกต่าง
8. สัญลักษณ์ที่มีความงามเป็นเลิศ
9. เป็นสัญลักษณ์ที่ตอกย้ำความมีชื่อเสียงขององค์กร
10. ใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขาย
11. สามารถใช้งานได้ในระยะยาว

แนวคิดดังกล่าวช่วยให้สามารถประเมินประสิทธิภาพของตราสัญลักษณ์ในด้านการสื่อสารภาพลักษณ์ ความสวยงาม และศักยภาพในการใช้งานเชิงการตลาดได้อย่างเป็นระบบ

จากกรอบแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลด้านอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดสระแก้วมาวิเคราะห์และพัฒนาแนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์ ก่อนนำไปประเมินความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้ตราสัญลักษณ์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตการศึกษาวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา จังหวัดสระแก้ว เป็นจังหวัดที่มีพรมแดนติดกับประเทศกัมพูชา โดยจังหวัดสระแก้วมี ทั้งหมด 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภออรัญประเทศ

อำเภอวัฒนานคร อำเภอเขาฉกรรจ์ อำเภอโคกสูง อำเภอคลองหาด อำเภอตาพระยา และ อำเภอวังน้ำเย็น

2. ขอบเขตด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์ ได้แก่ การออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อใช้บนผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดสระแก้ว และใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ โดยตราสัญลักษณ์ต้องมีรูปแบบที่ผ่านการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 3 คน โดยผลที่ได้จากการประเมินจะถูกนำไปใช้ในการพัฒนารูปแบบตราสัญลักษณ์ในขั้นตอนต่อไป

3. ขอบเขตด้านการประเมินตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว ได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว จำนวน 50 คน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยการออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยได้ลำดับขั้นตอนของการวิจัยซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

การศึกษาข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยการออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยได้จำแนกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ตัวแทนผลิตภัณฑ์ชุมชน และข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มประชากรออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1. ตัวแทนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive selection) จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์

2. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive selection) จำนวน 3 คน

3. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) จำนวน 50 คน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การศึกษาข้อมูลด้านอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการลงพื้นที่สัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์

ชุมชนของจังหวัดสระแก้ว จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ และทำการบันทึกภาพ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์และสรุปผล

2. การวิจัยการออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว มีขั้นตอนในการออกแบบดังนี้

- ขั้นตอนการออกแบบ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนมาทำการวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ
- ขั้นตอนออกแบบ ผู้วิจัยได้นำผลสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลมาแปลผลในรูปแบบของบอร์ดแนวความคิด (concept board) เพื่อใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 3 รูปแบบและนำไปทำการประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 3 คน จากนั้นจึงนำผลประเมินที่ได้มาทำการปรับปรุงเพื่อให้ได้ตราสัญลักษณ์ที่สมบูรณ์และนำไปประเมินความพึงพอใจ

3. การประเมินความพึงพอใจตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดสระแก้ว โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวและจับจ่ายซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่จังหวัดสระแก้ว จำนวน 50 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดสระแก้ว มีดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการลงพื้นที่สัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชนรวมถึงข้อมูลด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ชุมชน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาสรุปโดยการบรรยาย

2. การวิเคราะห์การออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดสระแก้ว ประกอบด้วย

- ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลก่อนการออกแบบตราสัญลักษณ์โดยการนำข้อมูลจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนมาสรุปและแปลผลโดยการร่างภาพ และคิดแนวคิดการออกแบบ (concept design)
- ขั้นตอนการออกแบบตราสัญลักษณ์ ผู้วิจัยได้นำผลการสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 3 แบบ แล้วจึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ

ได้ทำการประเมินด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน และนำผลการประเมินรวมถึงข้อเสนอแนะที่ได้มาทำการปรับปรุงและแก้ไขตามคำแนะนำ

3. วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวและซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 50 คน ผู้วิจัยใช้หลักการ วิเคราะห์ทางเลขคณิต เพื่อหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) สรุปผลการวิเคราะห์โดยการบรรยาย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกจากความต้องการและกำหนดการแปลค่าเฉลี่ยดังนี้

4.51-5.00 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

3.51-4.50 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมาก

2.51-3.50 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

1.51-2.50 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อย

1.00-1.50 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการศึกษาวิจัย

ผลการศึกษาวิเคราะห์จากการทำ SWOT ของจังหวัดสระแก้ว ได้ดังนี้

จุดแข็ง

1. ที่ตั้งทางยุทธศาสตร์ ตั้งอยู่ติดกับชายแดนกัมพูชา มีด่านชายแดนที่สำคัญ เช่น ด่านอรัญประเทศและตลาดโรงเกลือ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าชายแดนที่คึกคัก
2. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม เช่น อุทยานแห่งชาติปางสีดาและน้ำตกเขาสิบห้าชั้น ซึ่งเป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและอนุรักษ์
3. วัฒนธรรมท้องถิ่น มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นที่ยังคงสืบทอด เช่น ประเพณีท้องถิ่นของชาวไทย-เขมร ที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์
4. ผลิตภัณฑ์ชุมชน มีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือและงานฝีมือที่ได้รับความนิยมในตลาด

จุดด้อย

1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน บางพื้นที่ในจังหวัดยังมีข้อจำกัดเรื่องการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนและระบบขนส่ง
2. การเข้าถึงบริการสาธารณสุข การเข้าถึงบริการสาธารณสุขในพื้นที่ชนบทยังไม่ทั่วถึงและมีข้อจำกัดด้านบุคลากรและอุปกรณ์
3. การกระจายรายได้ รายได้จากการท่องเที่ยวและการค้าชายแดนยังไม่กระจายอย่างทั่วถึงในทุกพื้นที่ของจังหวัด ทำให้บางชุมชนยังคงมีปัญหาด้านเศรษฐกิจ

4. ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติ การบุกรุกพื้นที่ป่าและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างไม่ยั่งยืนส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

โอกาส

1. การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดสระแก้วได้รับการส่งเสริมเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งส่งเสริมการลงทุนจากภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมและการขนส่ง

อุปสรรค

1. การเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรม ชุมชนท้องถิ่นบางส่วนยังขาดความรู้และการเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ ส่งผลให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือการปรับตัวกับตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปทำได้ยาก

2. ความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหาการบุกรุกป่า การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างไม่ยั่งยืน และการทำลายสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาอุตสาหกรรม ส่งผลให้การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นเรื่องท้าทาย

3. การกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียม รายได้จากการค้าขายแดนและการท่องเที่ยวไม่ได้กระจายอย่างเท่าเทียมในทุกพื้นที่ บางชุมชนยังคงมีปัญหาทางเศรษฐกิจ ชาวบ้านยังยากจน

ผู้วิจัยนำเสนอผลการเก็บข้อมูลด้านต่าง ๆ เพื่อไปใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลด้านอัตลักษณ์จังหวัดสระแก้ว จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์ คือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นร่วมกันว่า ผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสระแก้ว ส่วนมากจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือแปรรูปจากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่ พวงม้นสำหรับหลัง หรือ ข้าวอก ข้าวเม่า หรือเห็ด เป็นต้น และอีกผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีรองลงมาคือ ผ้าทอลายต่าง ๆ ที่นำมาดัดแปลงเป็นถุงหรือ กระเป๋า หรือ เสื้อ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่คัดเลือกมาในงานวิจัยนี้มี 5 ผลิตภัณฑ์ดังนี้ คือ 1) ผ้าทอมือจากเส้นใยใบอ้อย เป็นนวัตกรรมการใช้วัสดุทางการเกษตรในท้องถิ่น ผสมผสานกับภูมิปัญญาการทอ เพิ่มมูลค่าสินค้า 2) ผ้าขาวม้าหมักโคลน ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ใช้สืบทอดมาจากรากฐานและวัฒนธรรมชาติ มีลวดลายที่โดดเด่น 3) กระเป๋าและเสื้อทอมือผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผ้าทอมือ ระบายลวดลายและสีสันทันทีหลากหลาย 4) สบู่สมุนไพร ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ใช้สมุนไพรท้องถิ่น สร้างรายได้ให้ชุมชน 5) ดินปลูกที่แปรรูปจากวัสดุเกษตร ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการนำวัสดุทางการเกษตรมาแปรรูป

และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้ง 5 ราย ได้ข้อมูลด้านอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว ดังนี้ คือ 1) จังหวัดติดชายแดนกัมพูชา โดยมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่หลากหลายผสมผสาน เป็นพหุวัฒนธรรม ผสมผสานระหว่างโลฟส์ไคล์ไทย-กัมพูชาและภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) ผ้าทอมือชั้นเลิศ เช่นเส้นใยอ้อย ไหม และฝ้ายทอมือที่มีลวดลายโบราณและกรรมวิธีแนวมัดหมี่ 3) ข้าวหอมนิล “เม็กน้ำ” ข้าวพื้นเมืองที่มีรสชาติเปรี้ยวนุ่มนวล เป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อ 4) หัตถกรรมเซรามิค ภาชนะดินเผาและจักสานไม้ไผ่ที่มีลวดลายทันสมัย 5) ผลไม้อบแห้ง เช่น ลำไยและผลไม้ท้องถิ่นที่ผ่านกรรมวิธีแปรรูป สร้างมูลค่าเพิ่ม 6) ภูมิปัญญาเกษตรนวัตกรรมระบบชลประทานและเมล็ดพันธุ์ข้าวที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ 7) การรักษาสิ่งแวดล้อม กระบวนการผลิตที่ใช้วัสดุเหลือใช้และลดมลภาวะ

ภาพ 1

ภาพลงพื้นที่เก็บข้อมูลชุมชนจังหวัดสระแก้ว



2. ผลการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว
 - ขั้นตอนการออกแบบ ผลจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว จำนวน 5 ราย พบว่าสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ชื่อคำหรือประโยคคำหลัก เนื่องจากชื่อจังหวัดหรือคำที่ใช้อยู่ต้องสามารถทำให้เกิดความเข้าใจ และสื่อสารได้ชัดเจนที่สุดที่ทำให้ผู้บริโภครับรู้ได้ทันทีว่าเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าของชุมชนในจังหวัดสระแก้ว จากการสัมภาษณ์แบบมีส่วนร่วม ได้ข้อสรุปร่วมกันว่าควรใช้ชื่อ “คนสระแก้ว” เป็นตัวแทนของผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดสระแก้ว 2) สีที่ใช้เป็นตัวแทน คือ สีเขียว และสีเหลืองทอง เนื่องจากสีทั้ง 2 สีนี้สื่อถึงความเป็นธรรมชาติของจังหวัดเพราะมีอุทยานแห่งชาติปางสีดา ซึ่งเป็นผืนป่าที่อุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติของจังหวัดสระแก้ว และสีเหลืองทอง เป็นสีของทุ่งข้าว ที่รวงข้าวออกรวง

สีเหลืองทองเต็มผืนนา เนื่องจากจังหวัดสระแก้วเป็นแหล่งปลูกข้าวพันธุ์ดี มากมาย สร้างรายได้ให้กับชาวบ้านและเกษตรกร เปรียบเสมือนสิ่งมีค่าเหมือนทอง 3) ภาพสัญลักษณ์คือ ควาย และผีเสื้อ เพราะควายถือเป็นสัตว์ที่เกษตรกรเกือบทุกบ้านจะเลี้ยงไว้เพื่อทำมาหากิน ทำไร่นา สืบเนื่องจากจังหวัดสระแก้วประชากรส่วนมากเป็นเกษตรกร ปลูกข้าว ทำนา ทำการเกษตร ในอดีตดั้งเดิม ส่วนผีเสื้อ นั้นเป็นสัตว์ที่เป็นสัญลักษณ์ของอุทยานแห่งชาติปางสีดา เพราะมีชื่อเสียงเรื่อง พันธุ์ผีเสื้อที่หลากหลายมากมาย บินอยู่ในอุทยานเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของผีเสื้อจำนวนมาก เป็นภาพจำและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คนทั่วไปรู้จักกันเป็นอย่างดี

- ขั้นตอนการออกแบบ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลและทำการแปลผลอยู่ในรูปแบบ Concept Board ดังภาพประกอบที่ 3 เพื่อใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 3 แบบและนำไปทำการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 3 คน เพื่อทำการคัดเลือกตราสัญลักษณ์ที่มีความเหมาะสมเพียง 1 แบบ ผลจากการประเมินพบว่าตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด เนื่องจากองค์ประกอบโดยรวมในตราสัญลักษณ์สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดสระแก้วได้ชัดเจน สื่อสารได้มากที่สุด และสามารถจดจำได้ง่าย มีความเป็นอัตลักษณ์ของสระแก้ว

ภาพ 2

ตัวเลือกแบบต่าง ๆ ของตราสัญลักษณ์



ผลการศึกษาความพึงพอใจตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว ผลประเมินความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว

ตาราง 1

ความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว

รายการ	n = 100		ระดับความพึงพอใจ
	x	SD	
1. สื่อสารข้อมูลได้อย่างครบถ้วน	4.25	0.75	มาก
2. แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชน	4.25	0.61	มาก
3. รูปแบบตัวอักษร	4.40	0.69	มาก
4. สีเส้นสวยงาม	4.85	0.45	มากที่สุด
5. ส่งเสริมด้านการตลาด	3.80	0.91	มาก
6. เรียบง่ายสร้างความจดจำ	4.60	0.62	มากที่สุด
7. มีความเป็นสากลร่วมสมัย	4.50	0.45	มาก
รวม	4.33	0.51	มาก

โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=4.33$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($SD = 0.51$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสีเส้นสวยงาม มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($X = 4.85$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($SD = 0.45$) รองลงมา ได้แก่ ด้านเรียบง่ายสร้างความจดจำ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($X = 4.60$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($SD = 0.62$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดกว่าทุก ๆ ด้าน ได้แก่ ด้านส่งเสริมด้านการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($X = 3.80$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($SD = 0.91$)

ภาพ 3

ภาพตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว



ภาพ 4

ภาพตัวอย่างตราสัญลักษณ์ที่นำไปใช้งานประชาสัมพันธ์ในผลิตภัณฑ์ชุมชน



อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องการออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์จังหวัดสระแก้ว พบว่าตราสัญลักษณ์ที่ได้รับการออกแบบโดยมีพื้นฐานจากอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ได้รับการตอบรับในเชิงบวกจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่จังหวัดสระแก้ว ผู้ประกอบการในท้องถิ่น และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ โดยผลการประเมินชี้ให้เห็นถึงความเหมาะสมทั้งในด้านเนื้อหา ความงาม และการประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์

1. ด้านความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของจังหวัด การออกแบบตราสัญลักษณ์ในครั้งนี้ได้นำองค์ประกอบทางวัฒนธรรม ภูมิศาสตร์ และเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดสระแก้วมาใช้ในการถ่ายทอดผ่านสัญลักษณ์ เช่น ผลผลิตทางการเกษตรอย่างการปลูกข้าว มันสำปะหลัง หรือมีศูนย์อนุรักษ์ควายไทยอย่างโรงเรียนการกรสกีวิทย มีอุทยานแห่งชาติปางสีดา มีชื่อเสียงเรื่องผีเสื้อ นานาชนิด รวมถึงภาพลักษณ์ของเมืองชายแดน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุนทรียศาสตร์เชิงวัฒนธรรมและหลักการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ ทั้งนี้ ส่งผลให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจและตีความอัตลักษณ์ของจังหวัดผ่านตราสัญลักษณ์ได้อย่างชัดเจน

2. ด้านองค์ประกอบทางการออกแบบ ผลการประเมินจากกลุ่มตัวอย่างสะท้อนว่าตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสมทั้งในด้านความงาม (aesthetic value) ความเรียบง่าย (simplicity) และความสามารถในการจดจำ (memorability) และอื่น ๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการออกแบบตราสัญลักษณ์ตามแนวคิดของ (สุมิตรา ศรีวิบูลย์, 2547) โดยเฉพาะการใช้รูปทรง สี และองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ช่วยเพิ่มความน่าสนใจและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ชุมชน

3. ด้านความเหมาะสมในการนำไปใช้งานจริง ตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบสามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างหลากหลายทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์ บรรจุภัณฑ์ ป้ายประชาสัมพันธ์ รวมถึงสื่อดิจิทัล โดยที่ยังสามารถรักษ่อัตลักษณ์และความชัดเจนของตราสัญลักษณ์ไว้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของการออกแบบเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในเชิงการตลาด (strategic communication design)

4. ข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้ใช้งาน กลุ่มผู้ประกอบการในท้องถิ่นได้เสนอแนะเพิ่มเติมว่า ควรมีการพัฒนารูปแบบของตราสัญลักษณ์ในลักษณะเวอร์ชันย่อย เพื่อรองรับการใช้งานบนวัสดุหรือพื้นผิวที่แตกต่างกัน เช่น สื่อขนาดเล็ก ฉลากผ้าหรือวัสดุที่มีข้อจำกัดด้านการพิมพ์ ทั้งนี้ ข้อเสนอแนะดังกล่าวถือเป็นประเด็นที่สามารถนำไปต่อยอดในการพัฒนาแบบการใช้งานในเชิงเทคนิคได้อย่างมีประสิทธิภาพอัตลักษณ์ของจังหวัดสระแก้ว ในมิติต่าง ๆ ที่ได้ทำการศึกษาและเก็บข้อมูล

1. มิติทางวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น ภาชนะดินเผาที่มีลวดลาย “ดอกแก้ว” ซึ่งเป็นดอกไม้สัญลักษณ์ของจังหวัดสระแก้ว
2. มิติทรัพยากรท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น เครื่องใช้ที่ทำจากไม้ไผ่ในจังหวัด โดยใช้วัสดุที่มีในท้องถิ่น
3. มิติกรรมวิธีการผลิต ตัวอย่างเช่น มีการทำ “เครื่องปั้นดินเผา” ด้วยมือที่สืบทอดกรรมวิธีมากกว่า 50 ปี
4. มิติรูปทรงและลวดลายสัญลักษณ์ ตัวอย่างเช่น หม้อน้ำที่มีลวดลาย “เศียรพญานาค” ซึ่งเชื่อนำโชคลาภ
5. สีสันท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น ผ้าหม่มทอมือที่ใช้สีครามธรรมชาติจากพืชในพื้นที่
6. สัตว์ประจำท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น ผีเสื้อหลากหลายสายพันธุ์ และ ควายไทย ที่มีในจังหวัดจำนวนมากเพราะเป็นแหล่งปลูกข้าว เป็นต้น

จากผลการศึกษาวิจัยสามารถอธิบายความเชื่อมโยงของผลงานวิจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดสระแก้ว การออกแบบตราสัญลักษณ์ และการประเมินการใช้งานจริง ซึ่งมีลักษณะของการพัฒนาองค์ความรู้จากพื้นฐานสู่การประยุกต์ใช้เชิงพาณิชย์อย่างเป็นระบบ

ในด้านแรก คือ การศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดสระแก้วในมิติต่าง ๆ เช่น มิติทางวัฒนธรรม ทรัพยากรท้องถิ่น กรรมวิธีการผลิต รูปทรงและลวดลายสัญลักษณ์ สีสันท้องถิ่น และสัตว์ประจำถิ่น ซึ่งเป็นกระบวนการรวบรวมองค์ความรู้และข้อมูลพื้นฐานที่สะท้อนเอกลักษณ์ของพื้นที่อย่างชัดเจน ข้อมูลดังกล่าวทำหน้าที่เป็นฐานสำคัญในการกำหนดแนวคิดและทิศทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ให้สามารถสื่อความหมายของจังหวัดได้อย่างเหมาะสม

ในด้านที่สอง คือ การออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์จังหวัดสระแก้ว โดยนำองค์ประกอบของอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการออกแบบ เพื่อสร้างสัญลักษณ์ที่มีความงาม เรียบง่าย และสามารถจดจำได้ง่าย ตลอดจนสามารถสะท้อนภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนและความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดได้อย่างชัดเจน ซึ่งถือเป็นการแปลงองค์ความรู้เชิงวัฒนธรรมและทรัพยากรท้องถิ่นให้กลายเป็นสื่อเชิงภาพที่สามารถใช้ในการสื่อสารแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ในระดับพื้นที่

ในด้านที่สาม คือ การประเมินความเหมาะสมและศักยภาพในการนำไปใช้งานจริง โดยการสำรวจความคิดเห็นจากประชาชน ผู้ประกอบการในท้องถิ่น และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ซึ่งผลการประเมินสะท้อนให้เห็นว่าตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสมทั้งในด้านความงาม ความหมาย และความสามารถในการประยุกต์ใช้กับสื่อหลากหลายรูปแบบ เช่น บรรจุภัณฑ์ สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายประชาสัมพันธ์ และสื่อดิจิทัล เมื่อพิจารณาความเชื่อมโยงของงาน

วิจัยทั้งสามด้าน พบว่ากระบวนการดังกล่าวนำไปสู่การพัฒนาตราสัญลักษณ์ที่มีศักยภาพในการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นสามารถทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดสระแก้ว ช่วยเสริมสร้างการรับรู้ของผู้บริโภค ส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะ

- ข้อจำกัดด้านข้อมูลและเวลา การศึกษานี้มีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลและการออกแบบจำกัด ซึ่งอาจส่งผลต่อการวิเคราะห์เชิงลึกและการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างในกระบวนการออกแบบรวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบและสอบถามความคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด และนักท่องเที่ยวจะไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร เพราะเนื่องจากชาวบ้านส่วนใหญ่มีภาระกิจ และความรับผิดชอบต่าง ๆ มาก การเข้าร่วมก็จะเป็นได้เพียงช่วงสั้น ๆ
- ข้อจำกัดของกลุ่มเป้าหมาย การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างอาจจำกัดเฉพาะประชาชนในบางพื้นที่ของจังหวัดสระแก้ว หรือกลุ่มคนที่สามารถเข้าถึงแบบสอบถามได้ ส่งผลให้ความคิดเห็นอาจไม่สะท้อนภาพรวมของประชาชนทั้งจังหวัด
- ข้อจำกัดด้านการตีความและความชอบส่วนบุคคล การออกแบบตราสัญลักษณ์มีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึก ความชอบ และการตีความเชิงศิลปะ ซึ่งอาจแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ส่งผลต่อการประเมินคุณค่าและความเหมาะสมของตราสัญลักษณ์

ข้อเสนอแนะสำหรับกรวิจัยในอนาคต

1. การขยายกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

การศึกษารั้งต่อไปควรพิจารณาขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมประชาชนในหลากหลายบริบท ทั้งในเขตเมืองและชนบท รวมถึงกลุ่มอาชีพที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เกษตรกร นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับสะท้อนมุมมองต่ออัตลักษณ์ของจังหวัดสระแก้วได้อย่างรอบด้าน อันจะช่วยสนับสนุนกระบวนการออกแบบกราฟิกให้สามารถสื่อสารภาพลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างสอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาและวิเคราะห์เปรียบเทียบตราสัญลักษณ์ของจังหวัดอื่น

ควรมีการศึกษาและวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์หรืออัตลักษณ์ทางกราฟิกของจังหวัดอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จในการสื่อสารภาพลักษณ์ของพื้นที่ โดยพิจารณาทั้งในด้านแนวคิด การออกแบบ รูปแบบการนำเสนอ และองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้ มาใช้เป็นกรอบแนวทางในการพัฒนาตราสัญลักษณ์ของจังหวัดสระแก้วให้มีความโดดเด่น สามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม และมีศักยภาพในการสื่อสารภาพลักษณ์ของจังหวัดในระดับที่กว้างขึ้น

3. การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การพัฒนาตราสัญลักษณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่อย่างแท้จริง ควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภาคส่วนต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบ เช่น ภาคประชาชน หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการในท้องถิ่น และนักออกแบบ ผ่านกิจกรรมเวิร์กช็อปหรือการระดมความคิดเห็นเชิงสร้างสรรค์ กระบวนการดังกล่าวจะช่วยให้ตราสัญลักษณ์ที่พัฒนาขึ้นสามารถสะท้อนตัวตนของพื้นที่ได้อย่างครอบคลุม และสร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นเจ้าของร่วมกันในระดับชุมชน

4. การพัฒนาแนวทางการประยุกต์ใช้ตราสัญลักษณ์อย่างเป็นระบบ

ควรมีการกำหนดแนวทางการนำตราสัญลักษณ์ไปใช้ในสื่อต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ เช่น การจัดทำคู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์ (graphic guideline) เพื่อกำหนดมาตรฐานการใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ บรรจุภัณฑ์ ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และสื่อดิจิทัล ทั้งนี้ เพื่อให้การสื่อสารภาพลักษณ์ของจังหวัดมีความเป็นเอกภาพและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทที่หลากหลาย

5. การส่งเสริมบทบาทของเยาวชนและคนรุ่นใหม่ในกระบวนการออกแบบ

ควรส่งเสริมให้เยาวชน นักเรียน และนักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบและพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของจังหวัด ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การประกวดออกแบบหรือการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการออกแบบกราฟิก ซึ่งจะช่วยเปิดโอกาสให้เกิดมุมมองใหม่ ๆ ที่มีความร่วมสมัย และสามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. การกำหนดแนวคิดและสารหลักในการสื่อสารของงานออกแบบ

การออกแบบกราฟิกที่มุ่งสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่หรือย่านเมืองเก่า ควรกำหนดแนวคิดหลัก (concept) และสารที่ต้องการสื่อสารอย่างชัดเจน เพื่อให้ผลงานออกแบบสามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสร้างภาพลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เนื่องจากผลงานออกแบบอยู่ภายใต้โครงการเดียวกัน จึงควรควบคุมความสอดคล้องขององค์ประกอบทางการออกแบบ เช่น รูปแบบ สี รูปทรง และ

ตัวอักษร รวมถึงการใช้ข้อความประกอบ เพื่อให้เกิดความเป็นเอกภาพของงานออกแบบ และ
เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารเชิงภาพลักษณ์ของพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการส่งเสริมการท่องเที่ยว*.

<http://www.tat.or.th>

ทองเจือ เขียดทอง. (2548). *การออกแบบตราสัญลักษณ์*. ลิขสิทธิ์.

ปาพจน์ หนูนกคิต. (2555). *Graphic design principles*. ไอดีซี พรีเมียร์.

สุมิตร ศรีวิบูลย์. (2547). *การออกแบบตราสัญลักษณ์*. Core Function.

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสระแก้ว. (2560). *รายงานการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน*.

<http://www.pcd.go.th>

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตเมืองเก่าธนบุรี เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงออกแบบ (design-based research) ร่วมกับการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและการสนทนากลุ่ม (focus group) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 415 คน ใช้ในการสำรวจความคิดเห็นและองค์ประกอบทางอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 205 คน ใช้ในการประเมินความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ

ผลการวิจัยพบว่า (1) สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญของพื้นที่ ได้แก่ วัดอรุณราชวรามหาวิหาร พระราชวังเดิม และรูปปั้นยักษ์วัดอรุณ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์โดดเด่นของย่านเมืองเก่าธนบุรี (2) สินค้าที่ระลึกควรสะท้อนประสบการณ์ของผู้มาเยือนและมีคุณค่าทางวัฒนธรรม (3) การออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้กราฟิกสร้างสรรค์สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างชัดเจน โดยมีการพัฒนาสินค้าต้นแบบ เช่น โลโก้ เข็มกลัด แก้วมด กระเป๋า และเสื้อยืด (4) ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง 205 คน (รวม 5 ผู้เชี่ยวชาญ และ 200 ประชากรในพื้นที่และนักท่องเที่ยว) พบว่าผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้รับความพึงพอใจในระดับสูงมาก โดยค่าเฉลี่ยรวม 3 ด้าน ได้แก่ อัตลักษณ์/การออกแบบ ความสวยงาม และการใช้งาน อยู่ระหว่าง 4.54 – 4.74 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : เรขศิลป์, สินค้าที่ระลึก, การท่องเที่ยว, ธนบุรี, อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

A Study on Graphic Design Approaches to Create Added Value for Souvenirs to Promote Community-Based Tourism in Thonburi Old Town, Bangkok Yai District, Bangkok

Sanchai Likhitteerawoot ¹

Received : October 7, 2025

Revised : November 26, 2025

Accepted : January 8, 2026

¹ Lecturer in Visual Communication Design and Digital Design, Faculty of Humanities and Social Sciences, Dhonburi Rajabhat University, E-mail: sanchai.l@dru.ac.th

Abstract

This research aimed to study guidelines for graphic design to enhance the value of souvenir products for promoting community-based tourism in the Old Town area of Thonburi, Bangkok Yai District, Bangkok. The research employed a design-based research approach, including questionnaire surveys and focus group discussions. The study involved 415 participants for the survey of opinions and cultural identity elements, and 205 participants for the satisfaction evaluation of the designed products.

The findings revealed that (1) the key cultural symbols of the area include Wat Arun (Temple of Dawn), the Old Royal Palace, and the Giant Guardian statue at Wat Arun, which are distinctive identities of the Old Town area of Thonburi; (2) souvenir products should reflect the visitor experience and possess cultural significance; (3) applying creative graphic design to product development enables a clear communication of the area's identity, leading to the creation of prototype products such as logos, badges, mugs, bags, and T-shirts; and (4) the satisfaction evaluation of 205 participants (including 5 experts and 200 local residents and tourists) indicated a very high level of satisfaction, with the overall average rating across three key aspects—identity/design, aesthetics, and functionality—ranging from 4.54 to 4.74.

Keywords: graphic design, souvenir products, tourism, Thonburi, cultural identity

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ.2503 โดยมีการจัดตั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับประเทศ แม้จำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น แต่รายได้ไม่ได้เพิ่มตามไปเสมอ (2565 ปีพหุโลมเที่ยวไทย ก้าวสู่, 2565) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยมากกว่าหนึ่งในสาม และประเทศยังคงมีชื่อเสียงระดับโลกด้านความงามและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์ไม่คาดฝัน เช่น การระบาดของโควิด-19 ทำให้ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการต้องปรับตัว ภาครัฐจึงมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืน พื้นที่ “เมืองเก่า-ย่านเก่า” ยังคงดึงดูดผู้คนที่ต้องการสัมผัสอดีตและวิถีชีวิตดั้งเดิม เมื่อพื้นที่เหล่านี้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว ภาครัฐจึงมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์ให้ยังคงเป็นพื้นที่อยู่อาศัยคุณภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน การใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในพื้นที่ เช่น สถาปัตยกรรม ประเพณี วิถีชีวิต และงานฝีมือ จึงมีความสำคัญในการสร้างคุณค่าและประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ภาครัฐจึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาย่านเก่า แต่จำเป็นต้องเข้าใจบริบททางประวัติศาสตร์และสิ่งแวดล้อมเพื่อไม่ให้ลดทอนคุณค่า

ปัจจุบัน พื้นที่เมืองเก่ายังคงคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม มีเสน่ห์ และตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ได้ดี แต่ยังคงต้องการการอนุรักษ์และพัฒนาให้สอดคล้องกับยุคสมัย การพัฒนาอย่างยั่งยืนจึงจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น (กรมการท่องเที่ยว ไร่ดินแดน, 2560)

ด้วยเหตุนี้ สีนาคาที่ระลึกจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวแทนของประสบการณ์การเดินทาง และสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว การออกแบบสินค้าที่ระลึกโดยประยุกต์ทุนทางวัฒนธรรม สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางจิตใจให้กับนักท่องเที่ยว งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นไปที่ “การศึกษาแนวทางการออกแบบเชิงศิลป์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าที่ระลึกสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ย่านเมืองเก่าธนบุรี ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และนำเสนอแนวทางการออกแบบเชิงศิลป์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น และเพิ่มมูลค่าสินค้าที่ระลึก เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนและสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่คนในพื้นที่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลต้นทุนทางศิลปวัฒนธรรมของชุมชนที่นำมาใช้กับชุมชนต้นแบบ

ย่านเมืองเก่าธนบุรี เขตบางกอกใหญ่

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความต้องการ การซื้อของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ย่านเมืองเก่าธนบุรี ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

3. เพื่อนำเสนอแนวทางการออกแบบสินค้าที่ระลึกโดยใช้อัตลักษณ์ในพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบย่านเมืองเก่าธนบุรี เขตบางกอกใหญ่

4. เพื่อประเมินความพึงพอใจผลงานต้นแบบสินค้าที่ระลึกสินค้าสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ย่านเมืองเก่าธนบุรี ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าธนบุรี โดยเริ่มจากการรวบรวมข้อมูลอัตลักษณ์ของพื้นที่ผ่านการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และการสนทนากลุ่มกับประชากรในชุมชน เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาการนำอัตลักษณ์พื้นที่มาใช้ในการออกแบบ ความคาดหวังต่อสินค้าและตราสัญลักษณ์ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม อิทธิพลของประวัติศาสตร์ และการผสมผสานกับงานออกแบบสมัยใหม่ โดยใช้ประเด็นคำถาม Focus Group Discussion ใช้กับตัวแทนชุมชนและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เพื่อระดมสมองเกี่ยวกับอัตลักษณ์และวัฒนธรรม รวมถึงการประเมินและให้ข้อเสนอแนะต่อผลงานการออกแบบเรขศิลป์ด้วยแบบสอบถาม แบ่งเป็น 1) การรับรู้อัตลักษณ์ 2) พฤติกรรมและความต้องการซื้อ 3) ความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญ 5 คน และประชากรในพื้นที่และนักท่องเที่ยว 200 คน เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อผลงานออกแบบในด้านอัตลักษณ์ การออกแบบ ความสวยงาม และการใช้งาน

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการตามขั้นตอน 3 ขั้น ได้แก่ 1) สำรวจและสังเคราะห์อัตลักษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มเพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลวัฒนธรรม ศิลปกรรม วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ และสภาพปัจจุบันของย่านเมืองเก่าธนบุรี 2) สำรวจพฤติกรรมและความต้องการซื้อ โดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวเพื่อสำรวจพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก รวมถึงการรับรู้ต่ออัตลักษณ์สำคัญของพื้นที่ 3) ประเมินผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญและประชาชน เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อผลงานออกแบบเรขศิลป์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและผลิตจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย พบว่าผลการวิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก เพื่อนำไปสู่การพัฒนาต้นแบบสินค้าที่ระลึก ดังนี้

1. การระบุอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของพื้นที่ การศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ท้องถิ่นที่โดดเด่นของพื้นที่ย่านเมืองเก่าธนบุรีถือเป็นขั้นตอนสำคัญในการพัฒนาสินค้าที่ระลึก โดยเริ่มจากการ ลงพื้นที่เก็บข้อมูล และบันทึกภาพ เกี่ยวกับเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของย่านนี้ การสำรวจครอบคลุมสถาปัตยกรรมที่สำคัญ เช่น พระปรางค์วัดอรุณฯ และลวดลายศิลปกรรมไทย รวมถึงองค์ประกอบทางศิลปะอื่น ๆ เช่น ยักษ์วัดแจ้ง และ ลายกระเบื้องวัดอรุณฯ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นสัญลักษณ์ที่สามารถนำมาถอดแบบและประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ สัมภาษณ์ชุมชนท้องถิ่น และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเสริมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความหมายและคุณค่าของสัญลักษณ์ท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการ เก็บข้อมูลจากเอกสารและแหล่งข้อมูลทางประวัติศาสตร์ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งและพัฒนาแนวทางการออกแบบที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่โดดเด่น ผลการศึกษาและวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

1.1 การใช้อัตลักษณ์พื้นที่ในการออกแบบ จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อัตลักษณ์ที่โดดเด่น ในพื้นที่ เช่น พระปรางค์วัดอรุณฯ ยักษ์วัดแจ้ง และลายกระเบื้องวัดอรุณฯ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบลวดลายร่วมสมัยผ่านกระบวนการ ตัดทอนและผสมผสานองค์ประกอบ ต่าง ๆ รวมถึงการใช้วัสดุใหม่ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกมีความลงตัวและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมาย

1.2 ความคาดหวังในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกควรมีคุณสมบัติหลักคือ ความคุ้มค่า ความร่วมสมัย และสามารถ สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่ ได้อย่างชัดเจน เพื่อเชื่อมโยงความทรงจำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น

1.3 การมีตราสัญลักษณ์ของย่านเมืองเก่าธนบุรี การสร้างตราสัญลักษณ์ของย่านเมืองเก่าธนบุรีเป็นสิ่งจำเป็นต่อการสื่อสารและสร้างการจดจำภาพลักษณ์ของพื้นที่ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยเสริมความชัดเจนในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก

2. การรับรู้เอกลักษณ์พื้นที่และพฤติกรรมในการเลือกซื้อของนักท่องเที่ยว

จากการสำรวจประชาชนและนักท่องเที่ยวจำนวน 200 คน พบว่า อัตลักษณ์ที่ได้รับการรับรู้สูงสุดคือ พระปรางค์วัดอรุณฯ จำนวน 75 คน (37.5%) รองลงมาคือ ยักษ์วัดแจ้ง

จำนวน 65 คน (32.5%) พระราชวังเดิม 31 คน (15.5%) ลวดลายวัดอรุณฯ 25 คน (12.5%) และอื่น ๆ ได้แก่ ตุ๊กตาศิลาจีน 4 คน (2%) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความโดดเด่นของสัญลักษณ์ และลวดลายที่สะท้อนอัตลักษณ์ของย่านเมืองเก่าธนบุรี ส่วนพฤติกรรมการซื้อขายที่ระลึกพบว่า เหตุผลหลักของนักท่องเที่ยวคือ การซื้อเพื่อเป็นของฝากแก่ผู้ที่รักและนับถือ 95 คน (47.5%) และเพื่อเป็นสัญลักษณ์การมาเยือนสถานที่ 61 คน (30.5%) รองลงมาคือ การเลือกสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ 29 คน (14.5%) ราคา พกพาสะดวก และจัดส่งได้ง่าย 15 คน (7.5%) ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มการเลือกซื้อสินค้าที่ใช้งานได้จริงและมีคุณค่าทางวัฒนธรรม สำหรับประเภทสินค้าที่ระลึกที่นิยมมากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือก สินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อยืด หมวก กระเป๋า และผ้าพันคอ 75 คน (37.5%) รองลงมาคือ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เช่น แก้วกาแฟ จาน 51 คน (25.5%) เครื่องประดับ เช่น ต่างหู 26 คน (13%) เครื่องเขียน และอุปกรณ์สำนักงาน เช่น สมุด 18 คน (9%) และอื่น ๆ เช่น โปสการ์ด เข็มกลัด ที่เปิดขวดแม่เหล็กติดตู้เย็น อาร์ตทอย ผ้ากันเปื้อน กระบอกน้ำ 30 คน (15.5%)

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญทั้งด้านความสวยงาม ความทันสมัย การใช้งานได้จริง และการสะท้อนเอกลักษณ์ของพื้นที่ ส่งผลให้สินค้าที่ระลึกซึ่งประยุกต์ใช้ลวดลาย และอัตลักษณ์ของย่านเมืองเก่าธนบุรี มีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

3. การถอดลวดลายเรขศิลป์และองค์ประกอบทางศิลปวัฒนธรรม การวิเคราะห์ลวดลายและสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม พบว่า:

- ลวดลายบน พระปรางค์วัดอรุณฯ และ ยักษ์วัดแจ้ง สามารถดัดแปลงเป็นลวดลายกราฟิกสำหรับงานออกแบบสินค้าที่ระลึกได้
- การปรับสีและองค์ประกอบให้เหมาะสมกับสื่อและวัสดุหลากหลาย เช่น ผ้า แก้ว โมเดล อาร์ตทอย
- การสร้าง เวกเตอร์ลวดลาย ช่วยให้การปรับใช้ในผลิตภัณฑ์จริงเป็นไปอย่างยืดหยุ่น และคงคุณภาพสูง

แนวคิดในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสินค้าที่ระลึกในงานวิจัยนี้มุ่งเน้นการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของย่านเมืองเก่าธนบุรีมาประยุกต์ใช้ร่วมกับรูปแบบการออกแบบร่วมสมัย โดยมีการประยุกต์ใช้แนวคิดการออกแบบในลักษณะของ Pixel Art และ Pop Art ซึ่งเป็นรูปแบบศิลปะที่เน้นการลดทอนรูปทรงให้เรียบง่าย ใช้สีเส้นที่ชัดเจน และสร้างการจดจำได้ง่าย รูปแบบดังกล่าวช่วยให้สามารถถ่ายทอดสัญลักษณ์สำคัญของพื้นที่ เช่น พระปรางค์วัดอรุณฯ ยักษ์วัดแจ้ง และลวดลายศิลปกรรมไทย ให้อยู่ในรูปแบบกราฟิกที่ร่วมสมัย เหมาะสมกับการนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทต่าง ๆ เช่น เสื้อยืด กระเป๋า แก้วมด และของตกแต่ง ทั้งยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่สะท้อนอัตลักษณ์

ของย่านเมืองเก่าธนบุรีให้เข้ากับบริบทของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน การถอดอัตลักษณ์เพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบ เริ่มจากการวาดแบบร่างลงดราฟต์ด้วยมือ จากนั้นนำมาแปลงเป็น เวกเตอร์ (vector) ด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator เพื่อใช้เป็นต้นฉบับลงดราฟต์ของทีระลิก นอกจากนี้ ยังมีการ ปรับเปลี่ยนคู่สี ของลงดราฟต์จากสีแบบไทยดั้งเดิมให้มีความร่วมสมัย เพื่อให้ลงดราฟต์เหล่านี้นำไปประยุกต์ใช้งานกับสินค้าทีระลิกได้อย่างยืดหยุ่น การดำเนินการนี้เป็นการนำลงดราฟต์จากอัตลักษณ์และทุนทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะเด่นในพื้นที่มาเป็นแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างผลิตภัณฑ์ให้ร่วมสมัยและมีเสน่ห์เท่านั้น แต่ยังช่วยเพิ่มมูลค่าและสร้างการจดจำในท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในย่านเมืองเก่าธนบุรี เขตบางกอกใหญ่

การใช้อัตลักษณ์พื้นที่ในการออกแบบ จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า พระปรางค์วัดอรุณฯ เป็นแลนด์มาร์คที่สำคัญของพื้นที่ รวมถึงยักษ์วัดแจ้ง พระราชวังเดิม และลงดราฟต์ของวัดที่มีความโดดเด่นสวยงาม ทั้งหมดนี้ผู้วิจัยจึงนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยนำเอาลักษณะเด่นและอัตลักษณ์ของพื้นที่มาวิเคราะห์ คัดลอก และถอดดราฟต์ จากศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อผสมผสานในการออกแบบสินค้า ดังแสดงในภาพที่ 1-6

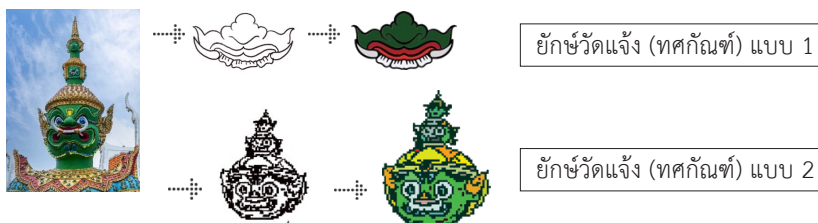
ภาพ 1

การถอดอัตลักษณ์พระปรางค์วัดอรุณเพื่อประยุกต์ใช้กับสินค้าทีระลิก



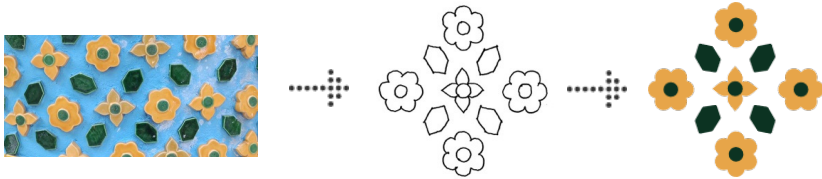
ภาพ 2

การถอดอัตลักษณ์ยักษ์วัดแจ้ง (ทศกัณฐ์) แบบที่ 1-2 เพื่อประยุกต์ใช้กับสินค้าทีระลิก



ภาพ 3

การถอดอัตลักษณ์ลายผ้าทศกัณฐ์ แบบ A เพื่อประยุกต์ใช้กับสินค้าที่ระลึก



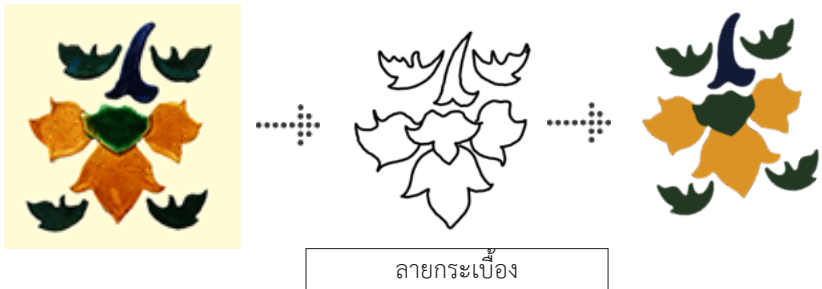
ภาพ 4

การถอดอัตลักษณ์ลายผ้าทศกัณฐ์ แบบ B เพื่อประยุกต์ใช้กับสินค้าที่ระลึก



ภาพ 5

การถอดอัตลักษณ์ลายกระเบื้อง เพื่อประยุกต์ใช้กับสินค้าที่ระลึก



ภาพ 6

การถอดอัตลักษณ์ลายพระราชวังเดิม เพื่อประยุกต์ใช้กับสินค้าที่ระลึก



นอกจากนี้สามารถนำลวดลายจากการถอดอัตลักษณ์ มาประยุกต์ ลวดทอน ผสมผสาน และปรับเปลี่ยนคู่สีให้ดูน่าสนใจ เพื่อให้ร่วมสมัยและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ดังแสดงในภาพที่ 2 การพัฒนาผสมลายเพื่อให้เกิดลวดลายใหม่ ดังภาพที่ 7

ภาพ 7

การพัฒนาผสมลายเพื่อให้เกิดลวดลายใหม่



แนวทางการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าที่ระลึกและตราสัญลักษณ์

1. แนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ ตราสัญลักษณ์มีบทบาทสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์สินค้าและบริการ รวมถึงเป็นเครื่องมือส่งเสริมภาพลักษณ์ของพื้นที่และการท่องเที่ยวในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับย่านเมืองเก่าธนบุรี เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 6 แบบ โดยพัฒนาด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator และผ่านการพิจารณาร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างเหมาะสมที่สุด

แบบร่างสีตราสัญลักษณ์ 6 แบบ แสดงพัฒนาการจากการออกแบบเบื้องต้นเป็นต้นแบบสีด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator โดยตราสัญลักษณ์ทั้ง 6 แบบสะท้อนการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ของย่านเมืองเก่าธนบุรี ผ่านการพิจารณาร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาต้นแบบที่เหมาะสมที่สุดกับบริบทพื้นที่ ดังภาพที่ 8

ภาพ 8

แบบร่างตราสัญลักษณ์ 6 แบบ



การพัฒนาตราสัญลักษณ์และสินค้าที่ระลึกย่านเมืองเก่าธนบุรี เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร การออกแบบและพัฒนาต้นแบบสินค้าที่ระลึกและตราสัญลักษณ์ของย่านเมืองเก่าธนบุรี ดำเนินการโดยความร่วมมือระหว่างชุมชน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และผู้วิจัย โดยคัดเลือกและนำอัตลักษณ์สำคัญและทุนทางวัฒนธรรมเด่นของพื้นที่มาประยุกต์เป็นแนวคิดหลัก ผลลัพธ์เหล่านี้ไม่เพียงสะท้อนเอกลักษณ์และภาพลักษณ์การท่องเที่ยว แต่ยังตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในรูปแบบสร้างสรรค์และร่วมสมัย ดังภาพที่ 9

ภาพ 9

การพัฒนาตราสัญลักษณ์ย่านเมืองเก่าธนบุรี เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร



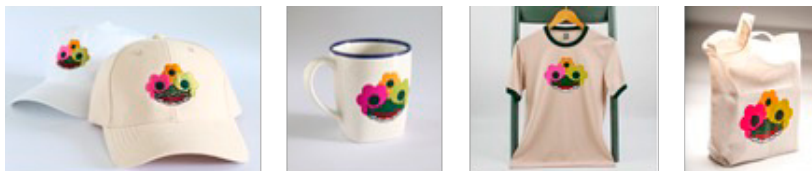
จากการคัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน แบบที่ 6 ได้รับการพัฒนาและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ เช่น การจัดวางองค์ประกอบของพระปรางค์ให้สมดุล ลดจำนวนยักซ์เหลือเพียงตนเดียว และเพิ่มข้อความ “WE ♥ Thon Buri THE OLDTOWN OF BANGKOK YAI DISTRICT” เพื่อสะท้อนความรักและความเป็นเอกลักษณ์ของย่านเมืองเก่าธนบุรี

การออกแบบตราสัญลักษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างสรรค์ต้นแบบสินค้าที่ระลึก โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์เด่นของย่านเมืองเก่าธนบุรี เป็นความร่วมมือระหว่างชุมชน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และผู้วิจัยเพื่อถ่ายทอดเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่สู่ผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ร่วมสมัย สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและนำไปสู่การพัฒนาตลาดสินค้าที่ระลึกได้อย่างเหมาะสม

2. แนวทางการออกแบบสินค้าที่ระลึก ประกอบด้วยผลงานการออกแบบ 5 ชุด ดังนี้
ผลงานการออกแบบชุดที่ 1 : ยักซ์วัดแจ้ง แบบ A ประกอบด้วย: หมวก, แก้วมิก, เสื้อยืด, กระเป๋าผ้า TOTE BAG ชุดนี้นำลวดลาย และอัตลักษณ์ของยักซ์วัดแจ้งแบบ A มาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของย่านเมืองเก่าธนบุรีในรูปแบบที่ใช้งานได้จริง ดังภาพที่ 10

ภาพ 10

ผลงานการออกแบบชุดที่ 1: ยักซ์วัดแจ้ง แบบ A



ผลงานการออกแบบชุดที่ 2 : ยักซ์วัดแจ้ง แบบ B ประกอบด้วย: เสื้อยืด, กระเป๋าสะพายไหล่ SHOULDER BAG, กระบอกน้ำ, ผ้ากันเปื้อน ชุดนี้ต่อยอดจากชุด A โดยปรับองค์ประกอบของลวดลายยักซ์วัดแจ้งแบบ B ให้เหมาะสมกับรูปแบบและฟังก์ชันของผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความหลากหลายและความน่าสนใจ ดังภาพที่ 11

ภาพ 11

ผลงานการออกแบบชุดที่ 2: ยักษ์วัดแจ้ง แบบ B



ผลงานการออกแบบชุดที่ 3: พระปรางค์วัดอรุณฯ ประกอบด้วย: เสื้อยืด, กระบอกน้ำ เก็บอุณหภูมิ, จาน, แก้วมิก ชุดสินค้าที่ระลึกนําสัญลักษณ์พระปรางค์วัดอรุณฯ มาประยุกต์กับผลิตภัณฑ์ เพื่อถ่ายทอดอัตลักษณ์และความงามของสถาปัตยกรรมสำคัญของย่านเมืองเก่าธนบุรี ดังภาพที่ 12

ภาพ 12

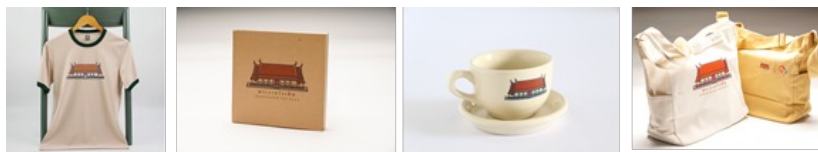
ผลงานการออกแบบชุดที่ 3 พระปรางค์วัดอรุณฯ



ผลงานการออกแบบชุดที่ 4: ชุดพระราชวังเดิม ประกอบด้วย: เสื้อ สมุด แก้วกาแฟ เอสเพรสโซ่ กระเป๋าผ้าสะพายไหล่ Shoulder Bag ชุดนี้ นําร่างบันดาลใจจากพระราชวังเดิม มาประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ระลึกซึ่งสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของพื้นที่ ดังภาพที่ 13

ภาพ 13

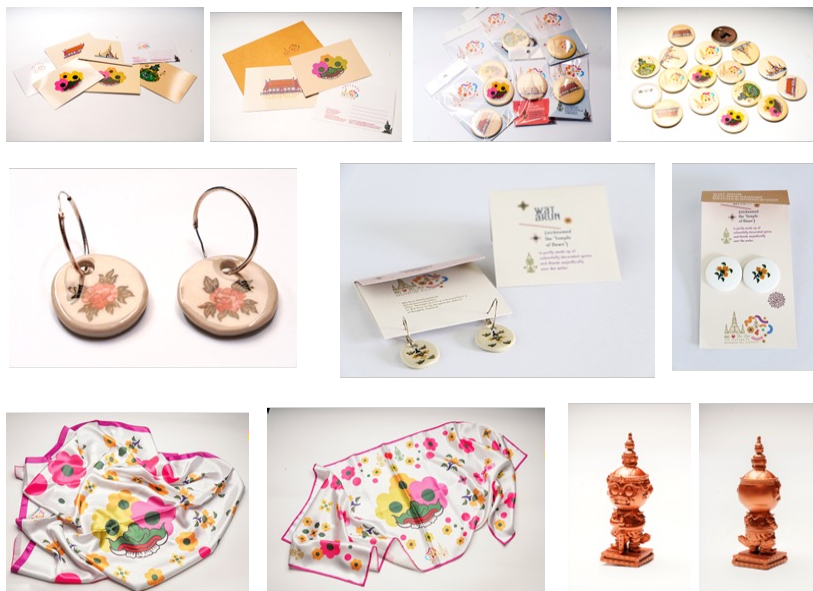
ผลงานการออกแบบชุดที่ 3 พระปรางค์วัดอรุณฯ



ผลงานการออกแบบชุดที่ 5 อัตลักษณ์รวม ประกอบด้วย โปสการ์ด เข็มกลัดและที่เปิดขวดแม่เหล็กติดตู้เย็น ต่างหู ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ โมเดลอาร์ตทอย ชุดสินค้าที่ระลึก อัตลักษณ์รวมนี้เป็นการรวมองค์ประกอบสำคัญของย่านเมืองเก่าธนบุรีทั้งหมด มาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบ ทั้งของใช้และของตกแต่ง เพื่อให้ผู้ใช้สามารถสัมผัสและเชื่อมโยงกับเอกลักษณ์ของพื้นที่อย่างครบถ้วน ดังภาพที่ 14

ภาพ 14

ผลงานการออกแบบชุดที่ 5 อัตลักษณ์รวม



การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มประชากรนักท่องเที่ยวและชุมชนต่อสินค้าที่ระลึก ทั้ง 5 ชุดย่านเมืองเก่าธนบุรี พบว่า ด้านอัตลักษณ์/การออกแบบมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.65$ อยู่ในระดับ “เหมาะสมมากที่สุด” ด้านความสวยงามมีค่าเฉลี่ย 4.62 อยู่ในระดับ “เหมาะสมมากที่สุด” และด้านการใช้งานมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.62 อยู่ในระดับ “เหมาะสมมากที่สุด” ส่วนค่าเฉลี่ยรวมทั้ง 3 ด้านเท่ากับ 4.63 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสินค้าที่ระลึกทั้ง 5 ชุดได้รับความพึงพอใจในระดับสูงจากกลุ่มตัวอย่างอย่างสม่ำเสมอ

จากผลการวิจัย สามารถสรุปและอภิปรายได้ดังนี้

1. ต้นทุนทางศิลปวัฒนธรรมของย่านเมืองเก่าธนบุรี โดยเฉพาะพระปรางค์วัดอรุณฯเป็นหนึ่งในแลนด์มาร์กของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยยักษ์วัดแจ้ง และพระราชวังเดิมเป็นอัตลักษณ์สำคัญที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว (สุทธาสินี, 2569) อัตลักษณ์เหล่านี้เป็นรากฐานในการออกแบบเอกลักษณ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าที่ระลึกและพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าที่ระลึกเพื่อเก็บไว้เป็นสัญลักษณ์ของการเดินทาง โดยนิยมสินค้าที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้งานได้จริง เช่น เสื้อยืด หมวก และเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มความนิยมสินค้าต้นทุนต่ำผลิตง่าย และสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น (Listdose, 2014, อ้างถึงใน สุกฤตา, 2559)

2. การออกแบบเอกลักษณ์ที่ประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ผ่านกราฟิกที่ชัดเจน สามารถสร้างภาพจำและย้ำเตือนความทรงจำการท่องเที่ยวได้โดยเฉพาะเมื่อนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์ในชีวิตประจำวัน (ไพโรจน์ ชีระประภา, 2558) โดยผลการประเมินความพึงพอใจยืนยันว่า การออกแบบสะท้อนอัตลักษณ์ย่านเมืองเก่าธนบุรีได้ชัดเจน สวยงาม รวมทั้งการใช้งานได้จริง ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และแสดงถึงศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้ชุมชน

ดังนั้น การให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ ความสวยงาม และการใช้งานจริงในการออกแบบเอกลักษณ์ มีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าที่ระลึก แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอัตลักษณ์ทางภาพ (visual identity) ซึ่งเน้นการสร้างภาพจำและการสื่อสารเอกลักษณ์ของพื้นที่ผ่านองค์ประกอบทางกราฟิก เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเชื่อมโยงประสบการณ์การท่องเที่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน นักท่องเที่ยวไม่ได้มองหาสินค้าเพื่อความงามหรือการใช้งานเพียงอย่างเดียว แต่ยังคำนึงถึงคุณค่าด้านวัฒนธรรมและความหมายเชิงสัญลักษณ์ (Hugh, 2011; Marzouki, 2020) ดังนั้น สินค้าที่ระลึกจึงเป็น “เครื่องมือทางวัฒนธรรม” ที่ช่วยอนุรักษ์และเผยแพร่อัตลักษณ์ชุมชน โดยการออกแบบที่สร้างสรรค์และดึงดูดใจจะช่วยเพิ่มมูลค่า และกระตุ้นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (ไพโรจน์ ชีระประภา, 2566)

นอกจากนี้ สินค้าที่ระลึกเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนมรดกวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ทำหน้าที่เป็นสื่อประชาสัมพันธ์และเครื่องเตือนความทรงจำของผู้มาเยือน อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น (อดิคุณ เสร้ามัญ และคณะ, 2564)

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยในอนาคตควรต่อยอดจากการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยเน้นการสร้างแบรนด์และเล่าเรื่อง (storytelling) ที่ผสมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น AR/VR รวมถึงพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ข้ามพรมแดน (cross-border e-commerce) สร้างมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ และจัดการโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมในชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยวจัดอันดับแบบของที่ระลึก ปลุกกระแส ‘เที่ยวไทย’. (24 ตุลาคม 2560). มติชนonline. https://www.matichon.co.th/lifestyle/news_482368
- ไพโรจน์ ชีระประภา. (2558). *ฝากไทย : ถอดรหัสเสน่ห์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว*. กระทรวงวัฒนธรรม.
- ไพโรจน์ ชีระประภา. (2566). *เอกสารประกอบการอบรมชนช้างกราฟิก ปีที่ 8* [เอกสารไม่ตีพิมพ์]. สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย.
- สุทธาสินี จิตรกรมไทย เจียจันทร์พงษ์. (1 มกราคม 2569). “วัดอรุณราชวราราม” แลนด์มาร์กตั้งเมืองไทย มีสัญลักษณ์อะไรซ่อนอยู่บ้าง?. *ศิลปวัฒนธรรม*. https://www.silpa-mag.com/culture/article_129292
- สุกฤตา หิรัญชลิต. (2559). นวัตกรรมของฝากจากทุนทางวัฒนธรรม. *วารสารนักบริหาร*, 36(2), 14–23.
- อดิคุณ เสรามัญ, ขวรินทร์ สุดสวาท, สุประภา สมนึกพงษ์, นภัสนันท์ วิจารณ์กิจกุล และอนัญญารัตน์ประเสริฐ. (2564). การพัฒนาสินค้าของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 10(4), 381–392.
- 2565 ปีพหุโลกเที่ยวไทย ก้าวสู่ “ท่องเที่ยวคุณภาพ-ยั่งยืน”. (23 มกราคม 2565). *ประชาชาติธุรกิจ*. <https://www.prachachat.net/tourism/news-834718>
- Hugh, W. (2011). Souvenirs: What and why we buy. *Journal of travel research*, 50(3), 1–30. <https://doi.org/10.1177/004728751036278>
- Marzouki, S. Y. (2020). Studying the vital role of souvenirs industry as an essential component of tourist experience. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 46, 24–33. <https://www.semanticscholar.org/paper/Studying-the-Vital-Role-of-Souvenirs-Industry-as-an-Marzouki/1fd74073026142b1e0a9b-53596cc9b8c59418bf1>

Abstract

This project examines the social friction and misuse of public space resulting from intense urban tourism in an alleyway in Bangkok's Khaosan district, Thailand. The rapid stream of tourists often creates tension with long-standing local communities. This study employed a Design Thinking approach, utilizing mixed methods including “lifetime stories” and “geo-social mapping” from community tools, to understand and design a public art intervention. The project involved the co-creation and installation of a mural and posters, featuring spice-themed anthropomorphic designs and bilingual Roman and Thai lettering. Post-implementation observations and community interviews revealed significant positive outcomes: enhanced aesthetic appeal, increased positive tourist engagement, such as taking photos in the alley, and satisfied local community.

Keywords: mural, design thinking, Bangkok, community engagement, social friction

Introduction

Bangkok is the capital of the Kingdom of Thailand and one of the main tourist destinations in Southeast Asia. Pechpakdee et al. (2022) investigated the relationship between urban tourism, urban development, and Bangkok as a livable city for its residents. This study mentioned that Bangkok provides attractions and diverse accommodations for urban tourists. Bangkok has met the criteria of a livable city set by the United Nations. Those criteria are inclusive, safe, resilient, and sustainable aspects of the city. Khaosan Road area has a dual identity, there is a local community which close to tradition and this area also serves as a global tourist hub. The Khaosan district is part of the old city, which was divided into two parts, North and South of the Chao Phraya River. This design project builds upon such insights by focusing on micro-level conflicts arising from rapid tourism development within historically significant neighbourhoods, a phenomenon also observed by Kulachol (2003) in his historical accounts of the area. Kulachol (2003) noted that this area was allocated for the nobles, Muslim settlements, and a couple of Buddhist temples. This area is also known as Bang Lampoo, after Lam Phu trees, that were commonly grown here. The Khaosan (or uncooked rice in the Thai Language), the name was derived from numerous rice merchants in the area back then. According to Udomsap and lamtrakul (2011) this district has commercial, private sector, government affairs, restaurants, cafes, pubs, and guesthouses. These establishments are meant to cater to the locals and tourists. There are different sets of establishments and activities in the daytime and others at night.

Howard (2005) has discussed the locals who put great effort into reclaiming their area from the backpackers almost 2 decades ago. Yiamjanya (2013) stated that these tourists typically stay in the area for 2 to 7 days and use Khaosan Road as their transit before going to other areas in Thailand or neighboring countries. Their main reason was the affordable accommodations and food. The wide roads enable tourist buses to park. Every night, buses go to Pattaya, Chiang Mai, or other places. During the COVID-19 Pandemic, the locals only ran this area. After COVID-19 restrictions had been lifted, the backpacker started to

stay again in this area. Since then, this area has been filled again with tourists. The archetypes of backpacker visitors after the pandemic are still quite similar to those of twenty years ago. As long-time permanent residents of this area, the local community must share their living space and road with affordable tourist facilities again.

In addition to branding itself as a tourist hub, Bangkok has also put great effort into building its creative economy. Design has been generating economic value for the main developed countries in the world (Douglas, 2024). This project was part of Bangkok Design Week 2024, aligning with the theme: Livable Scape. Bangkok Design Week (BKDW) is an annual program mainly organized by the Creative Economy Agency (CEA), a public organization with various private organizations, and creative business sectors from all over Thailand and internationally. CEA was started in 2018 as the expansion of TCDC (Thailand Creative & Design Centre) under the supervision of the Office of the Prime Minister. This project, conducted as part of Bangkok Design Week 2024, aims to examine the potential of design interventions, specifically a mural and poster installation, to foster improved social dynamics and a sense of shared space within a common alleyway of the Khaosan district. It seeks to explore how art can address issues of public space misuse and promote mutual respect between residents and tourists.

The first BKDW was in 2018 with “The New-ist Vibes: Design for the Future”. Each year, this event has been expanding its area within this city. This event also collaborates with educational institutions, with Bangkok having the largest art schools (Bangkok Design Week.com, About). BKDW is a multi-collaborative event to strengthen this city’s branding as a creative city. This event raised more awareness of design functions for the community and tourists. They are also encouraged to participate in this event. This project was undertaken by a participating designer and part of a doctoral study.

The designated area during BKDW 2024 for this project was an alley in the Khaosan Road Area. Despite Bangkok’s efforts to brand itself as a creative city and tourist hub, the rapid influx of tourism, particularly in historic areas like Khaosan, creates significant social friction and challenges for long-standing local

communities. This project addresses the need for creative interventions to bridge the cultural and social divide between resident communities and transient tourist populations, specifically within the contested public spaces of the Khaosan district. The community has been following a particular social system they have been earning their living as merchants. This community had its particular social system before the massive growth of affordable hotels, pubs, and bars around this area created a different social system. Each social system has to adapt to become a new social system for the present time. The friction was a result of different point of view and cultural understanding between the community and tourists.

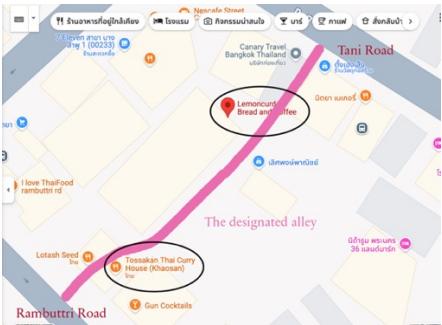
The specific alley is between Rambuttri and Tani Road, and has been used as a shortcut between those roads. Shophouses occupy the area with the owners living within the vicinity. There have been several problems that have arisen between the community and tourists. The alley has poor lighting conditions in the first place, so it has been dark during the night. The dark alley led to tourists urinating, drinking alcohol, and engaging in indecent activities due to intoxication. Another problem was the mobile food carts. Food cart sellers open their businesses at night along Rambuttri and Tani Road. They start selling around dawn and close around 3 AM. This nightly commute was quite noisy and bothered the neighborhood. Two shophouses in the alley rented out their first floor to the food cart sellers.

As mentioned before, the Khaosan area was full of rice shops; indeed, one of the shophouses in this alley is still selling rice and is run by the 3rd generation. Residents typically use their first level as a shop, café, food cart storage, kitchen for a nearby restaurant, or workshop, while the second level serves as their living quarter. However, they have been leasing the shophouses to The Crown Bureau, as the land is owned by them, as part of the government affairs, according to the interview with the habitant on November 27, 2023.

Data collection employed field observation and in-depth, contextual interviews with both community members and employees from local eateries. The initial phase of interviews focused on residents and daily workers, beginning with their needs for alley improvements. These conversations then evolved

Figure 1

Location of the alley, Tossakan Thai Curry House And Lemoncurd Bread and Coffee



into comprehensive life stories, revealing insights due to the interviewees’ long-standing connection to the area; many have resided there their entire lives, with some having lived in the district even before its popularity with international backpackers, including second and third-generation occupants. The field observation and interviews allowed the project to identify particular problems and issues that needed to be addressed.

Figure 2

View of Tani Road with the planned wall to place the mural.



Figure 3

View of Rambuttri Road with the planned wall to place the mural



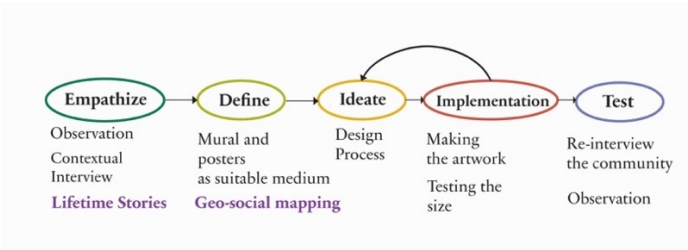
Only the cloth sellers and employees from the Lemoncurd Café who live in other area but come to this alley daily. In Fig.4 each shop house is identified by numbers. 2 middle-aged ladies reside in 217. They have been rescuing stray cats around the area and keeping them on their first floor while using the second floor as their living quarter. These ladies plan to renovate their shophouse into a cat café. In unit 209 resides an elderly lady on the second and third floor. In 2009 a retired elderly man used the first floor as his woodworking studio and lived on the second floor. A busy rice shop is in unit 205; the grandma runs the shop on the first floor with the help of her daughter, who lives nearby. In unit 207 lived a retired couple, the wife was a music lecturer, while her husband was a doctor. The husband has been opening a hardware store on Tani Road, as shown in the right corner of Fig.4. They keep their first floor empty while living on the second. The first floor of 199 is the Lemoncurd café, while the second and third are their bed and breakfast. The cloth seller lady opened her business in the early 90s, and has been coming to the alley ever since. Every weekday, she sells her flowery blouses with the help of her husband. She has quite a lot of clientele, who are mostly elderly ladies.

Objectives

- The objectives of this project are:
- 1. To use a hybrid approach, integrating design thinking methodologies and community engagement tools to identify potential solutions for problematic tourist behaviour within this specific location.
 - 2. To develop a series of graphic art installations, specifically murals and posters, as an intervention addressing the issues.
 - 3. To assess the impact and efficacy of the newly implemented graphic interventions in the area.

Methodology

Figure 4
Design Thinking and Community Tools Process Diagram



Various studies have applied design thinking to overcome community problems in large cities. Community involvement has been crucial, as design thinking. Both analytical and creative approaches focused on the intended user’s concerns, interests, and values. In line with findings from Depine et al. (2017) the involvement of the community in design thinking process empowers them , as their input was taken in constructing the solution Urban revitalization

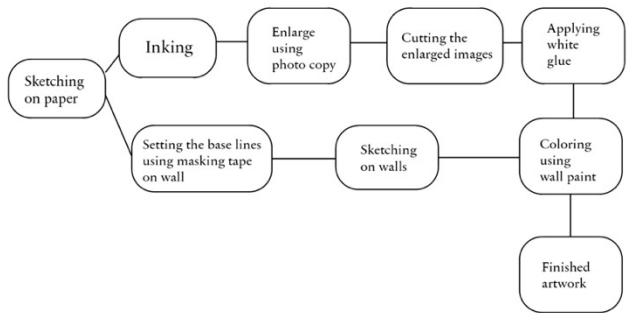
projects should consider the evolving demographics of rapidly growing cities and integrate various methodological tools, including systematic observation and walking tour assessments. Al-Mohannadi et al. (2019) used these methods to study the dynamics between the latest migrant residents and their old neighborhood, especially to analyze the spatial practices of communities. These methods can lead to a deeper understanding of community needs and aspirations.

This project also used observation, taking photos of the alley and site visits, which were similar to a walking tour. The use of creative engagement with food can address social exclusion, and mitigate environmental degradation, connecting social and biophysical subsystems to improve quality of life as happened in Rekow's study in 2020. (Rekow, 2020). Food connects culture and nature, influencing culinary diversity through traditional practices, spices, and herbs (Situngkir et al., 2015). Thus, this project tried to apply food as inspiration in solving the friction problem. Creative engagement with food can help reshape the space in the alley, address social exclusion between the different social groups. In Rekow's study, the engagement could also mitigate environmental degradation, or in this case urban environment. In addition, this engagement is connecting social and biophysical (or in this project urban space) subsystems to improve quality of life (Rekow, 2020). Moreover, food connects culture and nature, influencing culinary diversity through traditional practices, spices, and herbs (Situngkir et al., 2015).

Consequently, this project applies food as inspiration in solving the friction problem. This approach, however, also necessitates a robust methodology. Thus, incorporating insights from the residents and design thinking tools fosters the orchestration of conflicting ideas, identification of singular needs and common goals, productive use of diverse backgrounds, and development of a shared vision. Ultimately, the essence of design thinking is to put learners into contexts that make them think and work like an expert designer, thereby fostering civic literacy, empathy, cultural awareness, and risk-taking. The residents, as one of the stakeholders, appreciate this inclusivity in the design thinking process. Such practices are vital for community-led design, where stakeholders collaborate to develop sustainable solutions for complex design and planning problems

(Hartley, 2009). Design thinking is an approach to problem-solving that prioritizes empathy and iterative solution development, making it particularly well-suited for tackling complex issues such as inclusive community design. Design thinking, which emphasizes collaboration to address challenges, fosters the use of skills like communication, creativity, and critical thinking to solve both simple and complex problems.

Figure 5
Design Process Diagram.



The ideation phase of the design thinking method was based on gathered information from spice images. The first step involved sketching the spices and lettering, with the chosen organic style intended to contrast with the alley walls. Subsequent phases differed slightly for the posters and lettering, though, as shown in the diagram both entered the same coloring phase. Examples of the sketches can be seen in Fig. 7. The sketches were then rendered in black ink for better contrast with the paper, photocopied, and enlarged by 400%. The poster placement linked the main roads, as shown in Fig. 11. According to Harland, graphic objects can be placed vertically or horizontally. In this project, however, each graphic object was strategically placed in specific locations within the alley. Moreover, these placements were determined by the particular section of the wall. They can be placed at flat wall, corners or pavement.

Consequently, the poster arrangements created rhythm in the alley, emphasizing the connection between images and their visibility.

After the comprehensive design phase, this project developed variations of poster prototypes, demonstrating an approach important for impactful urban interventions. Similarly, the lettering art commenced with detailed sketches, as depicted in Fig. 10, employing foundational base lines and construction lines to ensure precision. Consequently, the lettering within this project definitively aligns with artistic typography, specifically classified as commissioned artistic lettering, thereby emphasizing its bespoke and intentional design, unique for this alley. Furthermore, the core form was derived from Roman lettering style; it ingeniously integrated a 45° bevel or shadow to the right for the road name. As noted by Carter and Rickard, (2020), this strategic application of shadow is crucial for imbuing lettering with vitality and depth, a principle meticulously followed to enhance the visual prominence of both Roman and Thai alphabets. The Roman alphabet was intentionally rendered in a larger size, a deliberate choice aimed at ensuring maximum legibility and appeal for international tourists, directly addressing the project's goal of engaging diverse users in the alley. Crucially, the local community actively participated, providing invaluable assistance in accurately rendering the Thai alphabet, which underscores the project's commitment to participatory design and cultural authenticity. Ultimately, the choice of vibrant yellow shades for the letters was made to ensure high visibility and contrast, making the signage brighter and more engaging within the alley's environment.

From a graphic design perspective, this project could explore a graphic-based solution: an urban graphic series focusing on local spices, created with the aid of local inhabitants. The use of local food as inspiration aligns with the findings of Henkel, who identified food as a primary criterion for attracting tourists. In his article, Harland (2019) explained the reciprocal relationship between graphic design and urban design, noting that both contribute significantly to the urban environment. A study by Susanto et al. (2017) used a participatory approach with residents of Palsi Village in Depok, on the outskirts of Jakarta, Indonesia's bustling capital, to co-create a mural. They transformed neglected alley walls

into an interactive public space, addressing the decline of free space due to the metropolis's rapid growth. During this process, the research team co-designed the mural with local children. Petroniene and Juzeleniene (2022) also highlighted the significance of community engagement in the Murals for Communities Project, a large mural initiative held in Waterford, Heerlen, and Kaunas. This was particularly crucial in their case for supporting a sustainable urban environment. Similar to the Khaosan Area, these three cities faced problems of social disconnection.

The primary graphic element in this project was sign lettering, along with two murals and posters serving as supplementary graphics. Shahid and Kumar (2017) studied a variety of lettering used for movie titles, finding a connection between this art form and the urban street graphic landscape. Sign writing art has been recorded since the mid-18th century (Lewery, 1989). The earliest evidence of written signs emerged in Puritan churches after the British government banned elaborate frescoes, leading churches to replace biblical frescoes with letters inside. Further evidence can be found on tombstones, which stonemasons carved for wealthy church congregations. The quality of the sign writing on these gravestones showed stark improvement by the 1750s (Lewery, 1989). Carter and Rickard (2020) also documented the history of signwriting, particularly its use in funfairs; both studies considered signwriting to be a folk art.

Food around the vicinity is the main inspiration for this project. To effectively integrate this theme, the project draws on principles such as those explored by Hosni (2021), who studied Hegel's theory on The Unity of Contradictions in mural painting on architectural surfaces. In his argument, Hosni noted that design elements are plastic elements that can be customized for certain architectural fixtures. He posited that the contrast between these plastic elements and the architecture creates harmony and beauty. In line with this, the organic lines of the lettering and the spice drawings in this project were intentionally placed in contrast with the 19th-century walls in the alley.

This approach is also informed by research on what attracts tourists; for example, studied local Thai residents and international tourists about their top three attractive images of Thailand. They found that residents prioritized cultural

activities, beaches, and historic architecture, whereas international respondents' third most frequently mentioned attraction was food, after culture and beaches. Supporting this focus on food, there are two eateries in the vicinity: a cafe in the alley, close to Tani Road, and a curry restaurant just outside, on the Ram Buttri Roadside. The cafe is named Lemoncurd Bread and Coffee, while the curry restaurant is one of Tossakan Thai Curry House's branches. Significantly, the spices they have been using for their dishes are a direct source of inspiration for this project. Furthermore, information gathered from the Bang Lamphu Museum reveals that this area was historically full of canals, with boats used to carry rice, vegetables, and spices for trade.

There are several proven benefits of a mural project for a community. Riyanto et al. (2023) have proven the benefit of murals in Indonesia, especially the mural boom phenomenon in several regions of Indonesia after the COVID-19 pandemic in 2021. Especially along Gatot Subroto Street in Solo, Central Java, Indonesia. The area was designated as a street art gallery in 2017. Since the open-air nature of this gallery, it became more popular after the pandemic for tourists. Dyomin and Ivashko, (2020) in their study also stated the benefit of the mural as an artistic expression as part of street art, with easy access for the public to see. Their study emphasized the difference between graffiti and mural as street art in New York post the Second World War. Greaney (2002) studied the mural movement in 3 US cities: Boston, Philadelphia, and Los Angeles. Greaney found out that municipal mural projects could initiate communal bonds in urban settings. Moreover, mural painting can also enhance the perception and quality of urban neighborhoods, thus promoting economic development. Greaney also discussed the impact of community-based mural projects done in abstract or decorative style, thus this project, which used a decorative style is quite effective to communicate with both social groups (Greaney, 2002).

One of the definitions of design thinking, which is used for this project, is a practice-based activity, in line with one of Johansson-Sköldberg et al. (2013) definition: to see a wicked problem and find the solution using a designer way of thinking creatively. Another definition of design thinking is an analytical and creative approach that involves a person in the opportunity to explore, experiment,

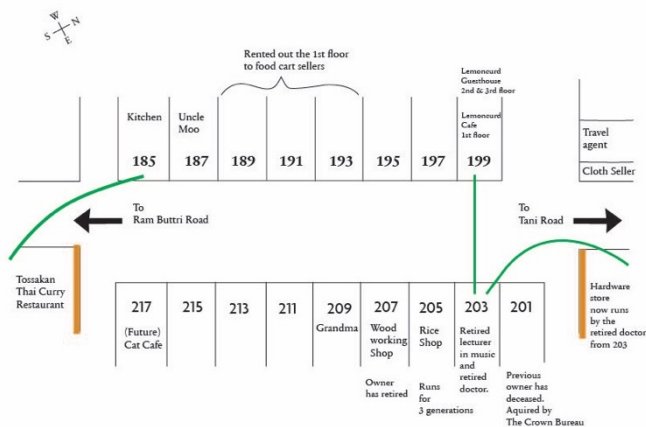
create, and prototype (Delphine et al., 2017) The process focuses on the concerns, interests, and values of the user, because they have taken part in the process. Their study applied design thinking to build a smart city in Brazil. Their main objective was sustainability. Thus, they gained insights from the inhabitants by using interviews and observations. Another example of closer proximity is a study done by Gozzoli, who utilize design thinking methods to solve social issues. Gozzoli have applied this method to co-create a solution for elderly residents in the Ban Bu community in Bangkok Noi District. They used observation and interviews, analyzed the outcomes using the SWOT method, and then conducted a workshop to discuss their ideas and insights from the community. Since there are significant historic sites in the vicinity, such as The One-Hundred-Year-Old Market and Bangkok Noi Community Floating Market, the elderly have ample experience in this area. Therefore, their insight during the development of this project is crucial. Another method used for this project was seven community tools developed by Dr. Komatra (2002). These interchangeable tools were originally intended for anthropological studies; however, they can also be applied to human-centered design. The seven tools are geo-social mapping, lifetime stories, genogram, community organization, local health systems, community calendar, local history, and biographies/life stories. For this project, lifetime stories and geo-social mapping were the most applicable and utilized.

Data were collected through field observation and contextual interviews. These interviews engaged local community members and employees from the two eateries. Initial discussions with daily inhabitants and workers in the area began by exploring their perspectives on improving the alley's condition, naturally progressing into their life stories. This approach was particularly relevant as many participants had lived in the area for their entire lives, with some representing second or third generations of residents, predating the district's popularity among international backpackers. The insights gained from both field observation and these interviews were crucial for identifying specific problems and issues that required addressing.

Shophouse residents, identified by numbers as shown in Fig. 6, include two middle-aged ladies in 217. They rescue stray cats, housing them on their

first floor while using the second floor as their living quarters. These ladies plan to renovate their shophouse into a cat café. An elderly lady lives in 209, occupying the second and third floors. In 2009, a retired elderly man used the first floor of his shophouse as a woodworking studio and lived on the second floor. A busy rice shop operates in 205, run by a grandmother on the first floor with the help of her nearby daughter. In 207 lives a retired couple: the wife, a music lecturer, and her husband, a doctor who operates a hardware store on Tani Road (visible in the right corner of Fig. 6). They keep their first floor empty and reside on the second. Shophouse 199 houses the Lemoncurd Café on its first floor, with the second and third floors serving as a bed and breakfast. The cloth seller lady, who does not live in the alley, opened her business in the early 90s and has been commuting here ever since. Every weekday, she and her husband sell flowery blouses to their clientele, who are mostly elderly ladies. Most residents have witnessed the alley transform from a quiet neighborhood into a busy shortcut for tourists, as the alley is located between 2 bustling roads full with backpacker tourist attractions.

Figure 6
Geo-social Mapping of the Alley



Note. From data collection, several problems emerged. Firstly, trash and sanitation concerns were frequently mentioned by respondents, specifically regarding trash in the alley and the pungent smell of urine. Secondly, residents complained about the noise generated by food carts operating during the night. Furthermore, these food carts were often parked recklessly in the alley during the day, despite their owners having paid to park them inside two of the shophouses. Moreover, the presence of drunken tourists, who were loud, urinated publicly, and engaged in indecent activities, contributed to making the alley dirty and unsafe. Additionally, residents expressed concerns about motorbikes passing through the alley or parking in front of their shophouses. Consequently, they specifically requested this project to make the alley brighter and safer.

This project then utilized geo-social mapping to illustrate the relationships among the neighborhood's occupants and their positions within the alley. As the occupants knew each other quite well, for example, the owner of the Lemoncurd Cafe is the nephew of the couple residing at 203, directly across from the café. Additionally, an employee from the Tossakan Curry House was informally interviewed to inquire about the spices used in their dishes. However, they could not disclose their recipe and could only show the dishes from their menu. Their offerings included Thai Green and Yellow Curry, both containing chili, lemongrass, galangal, coriander, garlic, and shallot, with turmeric added to the yellow curry. Furthermore, according to the owner of Lemoncurd Café, they use rosemary, thyme, and vanilla as spices for their cakes.

In a broader context, various studies have applied design thinking to overcome community problems in large cities. Community involvement has been crucial, as design thinking employs both analytical and creative approaches focused on the intended user's concerns, interests, and values. Consequently, the involvement of design thinking also empowers the community, as their input was integral to constructing the solution. Urban revitalization projects should consider the evolving demographics of rapidly growing cities and integrate various methodological tools, including systematic observation and walking tour assessments. Al-Mohannadi et.al. (2019) utilized these methods to study the dynamics between recent migrant residents and their old neighborhood, particularly to analyze the spatial practices of communities (Al-Mohannadi et al., 2019). Such methods can lead to a deeper understanding of community needs and aspirations. Similarly, this project employed observation, including taking

photos of the alley and conducting site visits, which served as a form of walking tour. Kumoratih did a branding project using engaging design elements to increase public literacy by highlighting the history of spices. This project hopes to emulate a similar method to engage both social group in utilizing engaging design elements from spices.

Discussion

The design process was started with the development of a mood board, which was informed by previously collected data. This initial conceptualization aimed to visually synthesize the identified problems and resident aspirations, thereby guiding the aesthetic and functional aspects of subsequent design interventions. This approach ensured that the design not only addressed practical concerns like sanitation and safety but also integrated cultural and historical narratives relevant to the alley’s unique identity. Furthermore, the design process emphasized interactivity to provide a learning experience, drawing inspiration from successful applications in cultural institutions where visitor engagement and self-expression is key.

Figure 7

Moodboard for Mural and Poster Project in Khaosan Alley



Subsequently, the project involved the acquisition of photographic documentation of various spices. These photographs then served as the basis for the creation of early stage sketches, which were then developed into designs for wheat paste posters with significant community input regarding their placement. As people who live there for decades, they know the traffic well and which places are suitable for the posters.

Figure 8

Posters placement in the alley



The local community actively participated in the project, offering valuable input on the optimal placement for the wheat paste posters. Throughout the mural creation process, residents consistently observed the progress, assisting with rendering road names in Thai script and offering constructive critiques on the accuracy of the lettering. Notably, one resident, a fellow illustrator, directly contributed to the painting phase. This painting process spanned one week, involving daily interactions with the community throughout both the sketching and painting stages, despite a language barrier. The community recognized that the project’s primary objective was to address local concerns or, at a minimum, enhance the area’s aesthetic appeal. Similarly, community members of Simpay Asih Kindergarten were actively involved in a mural project designed to improve the educational environment for children (Halim et al., 2021). The primary murals are strategically positioned on walls parallel to Ram Buttri Road and Tani Road. The design features lettering at the upper section and spice-themed posters positioned below. Roman lettering was employed for the road names. To align with standard road signage conventions, the Thai word “thanon” (road) was

incorporated into the design, a choice also applied to the Thai script lettering. Shahid and Kumar have highlighted the effectiveness of juxtaposing text and imagery in urban graphics to engage audiences, citing its successful application in Bombay. This project similarly adopted this strategy, and the contrast proved effective in captivating passersby due to its strategic placement, ensuring high visibility from a distance within the alley.

Figure 9

Lettering mural and vanilla poster on Thanon Tani side



Figure 10

Lettering mural on Thanon Ram Buttrii side

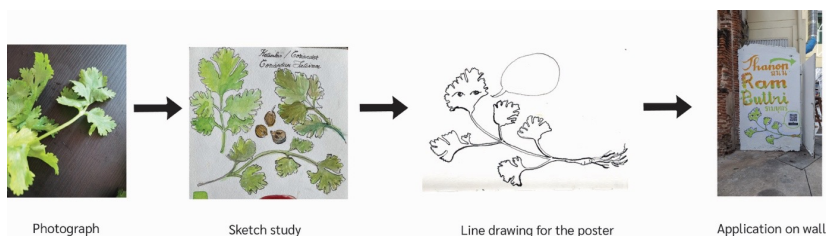


This design incorporates both Roman and Thai lettering and combines them with illustrated hom, drawing inspiration from the principles of bilingual wayfinding systems in their article have shown this system improves the effectiveness and inclusivity of signage. This project incorporated distinct lettering for each road name and elevated these with posters depicting nearby dining establishments. The typographic elements were directly applied to the walls utilizing paint. For the mural section leading to Ram Buttri Road, a design featuring anthropomorphic coriander was selected, while the opposing end, corresponding to Tani Road, depicted coffee in a similar humanoid representation. These illustrations were produced using a poster technique, though PVA glue was utilized as the adhesive agent instead of traditional wheat paste. The PVA adhesive was diluted with water in a 1:1 ratio to facilitate its application to the wall and concrete surfaces. Consistent with the findings of Shahid and Kumar (2017), the application of a drop shadow effect significantly enhanced the contrast of the lettering against the white wall. For the Ram Buttri Road lettering, the design employed green, derived from coriander leaves, along with a yellow or lighter drop shadow. Conversely, for the Tani Road lettering, green from coffee leaves and red were used. The darker shadow subsequently proved to yield greater contrast and higher visibility.

Complementing the enhanced contrast and visibility achieved through the lettering techniques, the overall design, characterized by the organic shapes of the mural and posters, seamlessly integrates with the alley's architecture. These adaptable shapes, particularly in the posters, can be manipulated to follow the contours of corners and walls. Furthermore, the spice color palette introduces a contrasting element against the alley's existing wall colors. The deliberate incorporation of organic forms was intended to imbue the posters with a more humanistic appeal.

Figure 11

Drawing Process Diagram.



Results

A month following the completion of the installations, the project team did a follow-up interview with the alley's residents. Community members actively contributed to the design and implementation, expressing a strong preference for durable murals due to their lasting impact. Post-project interviews show more harmonious daily lives between tourists and inhabitants. The tourists were taking pictures with the artworks and were more cautious and respectful with their behaviour. The inhabitants were pleased because their alley was cleaner and less rowdy.

These post-implementation interviews yielded significant insights, notably the community's strong preference for mural paintings over temporary posters, attributed to murals' enhanced durability and resilience to environmental elements. Residents articulated satisfaction regarding the rise in tourist engagement and photographic activity near the murals, observing that this increased visibility and positive attention had concurrently led to a decrease in public urination incidents in the vicinity of the artworks. Additionally, the Crown Bureau implemented additional lighting and physical barriers, effectively restricting the ingress of food vendors into the alley. Consequently, this graphic art intervention not only augmented the aesthetic value of the space but also fostered a safer and more comfortable environment for residents by promoting more considerate tourist conduct. Ultimately, within this confined urban space, the mural project

cultivated a sense of connection and more harmonious daily lives among the social groups in the alley.

Conclusion

As community engagement is the first objective, fostering dialogue between the two community groups was important. By integrating public art, such as murals and installations, cities can enhance their aesthetic appeal and cultivate spaces that encourage social interaction. Murals, in particular, present a unique opportunity for the radical transformation of architectural spaces through graphic and pictorial techniques, with more affordable building materials. The findings from this design project will contribute to a broader understanding of how art and design can mediate social conflicts in rapidly gentrifying tourist areas and offer practical models for fostering more harmonious urban cohabitation, particularly in the context of creative economy initiatives. This project underscores how strategically implemented public art, especially when community-engaged, can serve as a potent tool for placemaking and the development of sustainable urban environments.

Further studies can be done using this combined method in other locations with similar problems. Although several adjustments may have to be made according to the designated location. Other locations may have different lifestyle patterns, history, and cultural backgrounds, which can be used as a source of inspiration to create mural art. Another possibility is to use other methods from the 7 tools, such as genogram, community organization, local health systems, community calendar, local history, and biographies/life stories.

References

- Al-Mohannadi, A. S., Al-Maiki, A. A., & Furlan, R. (2019). The spatial practice of migrant communities in Doha, Qatar: The case of najada zone. *Saudi Journal of Civil Engineering*, 3(5), 144–155.
- Ardhaniswari, P., & Probosari, N. (2022). City branding Bangkok as creative city of design. *Journal of social and political sciences*, 5(3).
- Carter, J., & Rickard, S. (2020). *Signwriting tips, tricks and inspiration*. Essay. Carters Entertainment.
- Chuengsatiansup, K. (2002). *The 7 Community tools: Simple instruments for effective learning of community life*. Retrieved April 28, 2025, from <http://pws.npru.ac.th/kanitta/data/files/7tools%281%29.pdf>
- Depiné, A., de Avezedo, I. S. C., Santos, V. C., & Texeira, C. S. (2017). *Smart cities and design thinking: Sustainable development from the citizen's perspective*. Conferencia de planameanto regional e Urbano.
- Douglas, M. (2024). From Troubles to triumph: The role of design culture in establishing a design policy in Northern Ireland. *The international journal of design in society*, 18(1).
- Dyomin, M., & Ivashko, O. (2020). Street art: An artistic message in the modern urban environment. *Art narratives on art*, (22), 221–241. <http://doi.org/10.26485/AI/2020/22/13>
- Greaney, M. E. (2002). The power of the urban canvas: Paint, politics, and mural art policy. *New England journal of public policy*, 18(1). <https://scholarworks.umb.edu/nejpp/vol18/iss1/6/>
- Halim, E., Sherlywaty, S., & Octaviani, T. (2021). Mural as educational Media at simpay Asih Kindergarten, Cideres, Majalengka, Jawa Barat. *Journal of innovation and community engagement*, 1(2), 111-120. <https://doi.org/10.28932/jice.v1i2.3547>
- Howard, R. W. (2005). Khaosan road: An evolving backpacker tourist enclave being partially reclaimed by the locals. *International journal of tourism research*, 7(6), 357–374.
- Johannsen-Sköldberg, U., Woodilla, Ji., & Çetinkaya, M. (2013). Design thinking: Past, present and possible futures. *Creativity and innovation management*,

- 22(2), 121–146. Punyamishra. https://www.punyamishra.com/wp-content/uploads/2018/08/Johansson-Sk%C3%B6ldberg_2013_DT_past_present_future.pdf
- Kulachol, K. (2003). Bangkok morphology and its old settlements: an overview. *Manusya, Journal of humanities*, 6(2), 81–110. Chula digital collections. <https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=1337&context=manusya>
- Lewery, A. J. (1989). *Signwritten Art*. David & Charles Books.
- Pechpakdee, P., Muangyai, N., Turnbull, N., Nghiep, L. K., & Tudpor, K. (2022). The challenges of urban tourism, liveable city, and urban environment in Bangkok. *International Journal of Health Sciences*, 6(6). 11094-11106.
- Petronienė, S., & Juzelėnienė, S. (2022). Community engagement via mural art to foster a sustainable urban environment. *Sustainability*, 14(16), 10063. <http://doi.org/10.3390/su141610063>.
- Rekow, L. (2020). *Integrating food culture with socio-environmental recovery: case study perspectives from the global south*. Food cultures & critical sustainability.
- Riyanto, B., Alimin, N. N., Sulistyani, A. N., & Kartikasari, N. N. (2023). Rebirth public creativity and reconciliation conflict towards mural in solo, Indonesia (iconography-iconology analysis). *Congent art & humanities*, 10(1). https://www.researchgate.net/publication/368834514_Rebirth_public_creativity_and_reconciliation_conflict_towards_mural_in_Solo_Indonesia_iconography-iconology_analysis
- Shahid, M., & Kumar, D. U. (2017). *Opportunities for new digital typefaces inspired by lettering in Bollywood film titles and street graphics in India*. Typography Day.
- Situngkir, H., Maulana, A., & Dahlan, R. M. (2019). *A Portrait of diversity in Indonesian traditional cuisine*. Munich personal RePEc archive.
- Susanto, D., Widyarko, W., & Ilmiani, A. N. (2017). *Mural art as a media for making urban Kampung's public space*. IOP conference series: earth and environmental science, 99, 012019. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/99/1/012019>
- Udomsap, T., & Iamtrakul, P. (2011). Accessibility improvement for district's

urban diversity: case study of Rachadamnoen Klong Avenue, Bangkok.
Journal of Society for Transportation and Traffic Studies, 2(3).

Yiamjanya, S, & Wongledee, K. (2013). Food safety and perceived risk: A case study of Khao San road, Bangkok, Thailand. *World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Nutrition and Food Engineering*, 7(1).

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเสียงและภาพในภาพยนตร์แอนิเมชัน ผ่านกรณีศึกษาภาพยนตร์ของสตูดิโอจิบลิสามเรื่อง ได้แก่ My Neighbor Totoro (1988), Spirited Away (2001) และ The Boy and the Heron (2023) แม้ว่าภาพยนตร์แอนิเมชันจะมักถูกมองว่าเป็นสื่อสำหรับเด็ก แต่งานของสตูดิโอจิบลิแสดงให้เห็นว่าแอนิเมชันสามารถเป็นพื้นที่สำหรับการถ่ายทอดเรื่องราวที่มีชั้นเชิงทั้งในเชิงอารมณ์และวัฒนธรรม ซึ่งเข้าถึงผู้ชมได้ในทุกช่วงวัย บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บทบาทของดนตรีในฐานะองค์ประกอบที่มีบทบาททั้งในเชิงโครงสร้างและอารมณ์ โดยเน้นความสัมพันธ์ระหว่างเสียงกับการดำเนินเรื่อง การพัฒนาตัวละคร และการมีส่วนร่วมทางความรู้สึกของผู้ชม

บทความนี้ใช้แนวทางวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยพิจารณาฉากสำคัญในแต่ละเรื่องเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางดนตรีกับภาพและโครงสร้างการเล่าเรื่อง ดนตรีไม่ได้ทำหน้าที่เพียงตกแต่งบรรยากาศ แต่เป็นองค์ประกอบที่เข้าร่วมในกระบวนการสร้างความหมายและอารมณ์อย่างมีนัยสำคัญ กรอบแนวคิด “สุนทรียศาสตร์แบบประสาทสัมผัสร่วม” (multisensory aesthetics) ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ว่าการออกแบบเสียงและภาพที่ประสานกันสามารถสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์ที่ลึกซึ้งเกินกว่าข้อความหรือลำดับภาพโดยตรง ทั้งนี้ยังวิเคราะห์ความร่วมมือระหว่างผู้ประพันธ์ดนตรี โจ อิวาอิชิ และผู้กำกับ ฮายาโอะ มิยาซากิ ที่ร่วมกันสร้างความต่อเนื่องและความกลมกลืนระหว่างเสียงกับภาพอย่างมีศิลปะ

ดนตรีในภาพยนตร์ของสตูดิโอจิบลิมีบทบาทในฐานะ “ภาษาทางอารมณ์” ที่ช่วยสื่อสารสภาวะภายในของตัวละคร เชื่อมโยงการเปลี่ยนผ่านในเนื้อเรื่อง และชี้แนะการตีความของผู้ชม โดยเน้นการใช้คุณลักษณะทางเสียง เช่น สีสั่นของเสียง จังหวะ และความเงียบเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งทำให้เกิดการรับรู้ทางอารมณ์ที่หลากหลาย แนวทางนี้ช่วยเพิ่มความลึกให้กับเรื่องราว พร้อมเปิดพื้นที่สำหรับการตีความในระดับเฉพาะตน

โดยสรุป บทความนี้เสนอว่าการใช้ดนตรีในภาพยนตร์ของสตูดิโอจิบลิเป็นตัวอย่างของ “ศิลปะแห่งการรู้สึก” (art of feeling) ซึ่งภาพและเสียงถูกถักทอเข้าด้วยกันอย่างละเอียดลึกซึ้งเพื่อกระตุ้นอารมณ์ การไตร่ตรอง และความหมายเชิงวัฒนธรรม โดยอิงแนวคิดของลีโอดอลสตอย (Leo Tolstoy) ที่มองว่าศิลปะคือการถ่ายทอดความรู้สึกจากผู้สร้างไปสู่ผู้รับ ทำให้ภาพยนตร์ของจิบลิสามารถสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์ที่มีคุณค่าเหนือกว่าการเล่าเรื่องในเชิงเทคนิคเพียงอย่างเดียว

คำสำคัญ : ภาพเคลื่อนไหว, ดนตรี, สตูดิโอจิบลิ, การวิเคราะห์ดนตรีในภาพยนตร์, สัมผัสภาพแห่งเสียงและภาพ

Harmony of Sound and Vision: An Analysis of the Relationship Between Music and Animation in Studio Ghibli Films

Sethapong Janyarayachon ¹

Jantrapa Rujinam ²

Received : September 18, 2025

Revised : October 22, 2025

Accepted : November 26, 2025

¹ Lecturer, School of Music, Princess Galyani Vadhana Institute of Music, E-mail: sethaponj.j@pgvim.ac.th

² Independent Scholar, E-mail: Mydiary788@gmail.com

Abstract

This article explores the interplay between sound and image in animation through a case study of three Studio Ghibli films: *My Neighbor Totoro* (1988), *Spirited Away* (2001), and *The Boy and the Heron* (2023). Although animation is often associated with childhood audiences, Studio Ghibli's works demonstrate that the medium can convey layered emotional and cultural narratives accessible to viewers of all ages. The article aims to examine the role of music not merely as background, but as a structural and emotional agent that shapes character development, storytelling rhythm, and audience engagement.

The article adopts a qualitative analytical approach, utilizing close reading of key scenes to investigate how music interacts with visual and narrative contexts. Rather than treating music as supplementary, the discussion highlights how compositional choices and sound design participate in narrative construction and emotional resonance. The framework of Multisensory Aesthetics is used to interpret how synchronized audiovisual elements stimulate affective perception beyond the literal storyline. The article also considers the creative partnership between composer Joe Hisaishi and director Hayao Miyazaki, which enables a seamless fusion of sound and image.

The analysis suggests that music in Studio Ghibli films functions as an emotional language, communicating internal character states, supporting narrative transitions, and guiding audience interpretation. Attention is given to how tone color, silence, and rhythmic variation are used symbolically throughout each film. This approach not only enhances the emotional depth of the narrative but also encourages subjective reflection and interpretive openness.

In conclusion, the article argues that Studio Ghibli's use of music exemplifies animation as an "Art of Feeling"—an aesthetic practice where image and sound are intricately woven to evoke emotion, introspection, and cultural resonance. Drawing on Leo Tolstoy's notion that art is the transmission of feeling, the article emphasizes how these films move beyond technical mastery to offer meaningful sensory experiences that invite emotional engagement.

Keywords: animation, music, Studio Ghibli, film music analysis, harmony of sound and vision

แอนิเมชันเป็นสื่อชนิดหนึ่งที่มีการพัฒนามาจากภาพยนตร์ โดยคำว่าแอนิเมชัน (animation) มีความหมายมาจาก “Animare” ในภาษาละติน สื่อความหมายว่า มีชีวิต โดยรวมจึงหมายถึง การสร้างสรรค์ลายเส้นและรูปทรงที่ไม่มีชีวิต ให้เคลื่อนไหว ในรูปแบบของ 2D แอนิเมชัน ซึ่งสตูดิโอจิบลิ สามารถสร้างอัตลักษณ์ของตัวเองผสมผสานกับความดั้งเดิมของประเทศญี่ปุ่น ทั้งด้านเทคนิคด้านงานภาพ ที่โดดเด่นด้วยการวาดภาพด้วยมือ การลงสีภาพบรรยากาศที่สมจริง

แอนิเมชันแบบวาดมือของญี่ปุ่นเกิดขึ้นในปี ค.ศ.1945 ได้เกิดแอนิเมชันแบบวาดมือขึ้นกำกับโดย มิทสึโย เซโอ (Mitsuyo Seo) ถูกสั่งให้สร้างเพื่อใช้เป็น ภาพยนตร์โฆษณาชวนเชื่อสำหรับสงครามของกระทรวงทหารเรือ ญี่ปุ่น มีความยาวกว่า 74 นาที เนื้อหาเล่าเรื่องราวของทหารญี่ปุ่นที่ถูกนำเสนอ ในรูปของสัตว์ที่เดินสองขาเหมือนมนุษย์ ตัวละครออกมาจากนิทานพื้นบ้านของญี่ปุ่นเรื่องโมโมทาโร่ โดยมีรูปแบบเป็นภาพขาว – ดำ ได้รับรูปแบบลายเส้นจากแอนิเมชันตะวันตก เช่น ดิสนีย์ มีเนื้อหาแนวชาตินิยม จนกระทั่งในปี ค.ศ.1960 เกิดยุคทองของแอนิเมชันขึ้น โดยเท็ตซูกะ โอซามุ (Tezuka Osamu) พัฒนาเทคนิคการทำแอนิเมชันรูปแบบ ลิมิเต็ด แอนิเมชัน (limited animation) ซึ่งปกติเทคนิค Full Animation จะใช้การวาดภาพด้วยมือประมาณ 24 เฟรม/วินาที (วาดใหม่ทุกเฟรม) ลิมิเต็ด แอนิเมชัน ใช้การวาดภาพด้วยมือเพียง 8-12 เฟรม/วินาที หรือบางทีก็ค้างภาพเดิมไว้นานกว่า 1 เฟรม เช่น ใช้ภาพเดียวอยู่ 3 เฟรมต่อกัน (เรียกว่า animating on threes) จนกระทั่งในปี ค.ศ.1970-1980 เป็นยุคที่แอนิเมชันเริ่มมีการพัฒนารูปแบบเป็นสื่อบันเทิงที่มีเนื้อเรื่องที่หลากหลายมากขึ้น เช่น ไซไฟ โรแมนติก กีฬา เป็นต้น และยังเป็นช่วงที่ สตูดิโอจิบลิ (Studio Ghibli) ถือกำเนิดขึ้นอีกด้วย ด้วยลายเส้นที่อ่อนโยน รายละเอียดที่ประณีต และการให้ความสำคัญกับการสร้างอารมณ์ผ่านเสียงดนตรี สตูดิโอแห่งนี้ได้สร้างผลงานที่ไม่เพียงแต่ได้รับการยอมรับในระดับประเทศ แต่ยังได้รับการยกย่องในระดับนานาชาติ ในหลายผลงานของสตูดิโอจิบลิ ได้ดนตรีของโจ ฮิซาอิชิ (Joe Hisaishi) ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการเติมเต็มโลกแห่งจินตนาการของผู้กำกับฮายาโอะ มียาซากิ (Hayao Miyazaki) รังสรรค์ขึ้น

ผลงานของสตูดิโอจิบลิแสดงให้เห็นถึงการผสมผสานกันอย่างลึกซึ้งระหว่างภาพและเสียง การวางองค์ประกอบทางดนตรีที่สัมพันธ์กับภาพเคลื่อนไหวไม่เพียงแค่เสริมสร้างอารมณ์ในแต่ละฉาก แต่ยังทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการนำพาเรื่องราว ดนตรีในแอนิเมชันเหล่านี้จึงมิใช่เพียงฉากประกอบ แต่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเล่าเรื่องมีชีวิต องค์ประกอบภาพ เสียง และจังหวะของการดำเนินเรื่องถักทอกันอย่างละเอียดละเมียดละไม นำพาผู้ชมให้ดำดิ่งสู่โลกที่ผสมผสานความจริงและจินตนาการอย่างลงตัว

ด้วยเหตุนี้ บทความนี้จึงมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างดนตรีและภาพเคลื่อนไหวในผลงานของสตูดิโอจิบลิ ผ่านกรณีศึกษาแอนิเมชันสามเรื่องสำคัญ เพื่อวิเคราะห์บทบาทของดนตรีในฐานะองค์ประกอบทางศิลปะที่ส่งเสริมการเล่าเรื่อง และสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาของภาพยนตร์เหล่านี้

บทบาทของสตูดิโอจิบลิกับวงการแอนิเมชันญี่ปุ่น

ในประเทศญี่ปุ่นมีสตูดิโอผลิตผลงานแอนิเมชันมากมาย ภาพยนตร์การ์ตูนจัดเป็นรายการยอดนิยมของเด็ก ๆ ทั้งในประเทศญี่ปุ่นเองและเผยแพร่ไปสู่ระดับโลก หนึ่งในสตูดิโอที่ผลิตผลงานคุณภาพมากมายอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 1985 คือ สตูดิโอจิบลิ (Studio Ghibli) สตูดิโอสร้างสรรค์ผลงานแอนิเมชัน 2 มิติ ที่มีผลงานที่โดดเด่น เต็มเปี่ยม ด้วยความอบอุ่นประทับใจ ลายเส้นสวยงาม น่ารัก เต็มไปด้วยจินตนาการ ให้แรงบันดาลใจ สะท้อนสังคม ลึกถึงจิตใจมนุษย์ แฝงปรัชญาและความหมายแห่งชีวิต คือส่วนหนึ่งในคุณสมบัติที่หลายคนนึกถึงขึ้นมาเป็นอันดับแรก ๆ เวลาพูดถึงสตูดิโอจิบลิ บริษัทผู้ผลิตแอนิเมชันระดับตำนานจากประเทศญี่ปุ่น นอกจากนี้ผลงานของสตูดิโอจิบลียังสะท้อนเรื่องราวรากฐานทางสังคมของวัฒนธรรมญี่ปุ่นตั้งความตั้งใจของผู้ก่อตั้งอย่าง มิยาซากิ ที่สร้างสรรค์ผลงานโดยเป็นทั้งผู้กำกับ แอนิเมเตอร์ เขียนบท สตอรี่บอร์ด ควบคุมการผลิตเอง หลายเรื่อง ถึงแม้เทคโนโลยีในการผลิตแอนิเมชันจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นการผลิตแบบใช้ ซอฟต์แวร์ หรือการสร้างสรรค์ศิลปะดิจิทัลรูปแบบ 3 มิติมากขึ้น แต่ผลงานของสตูดิโอจิบลิ ยังคงเอกลักษณ์ คือ การวาดแอนิเมชันด้วยมือ (handmade) ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ผลงานที่ผลิตออกมามีความสวยงาม ละเอียดอน สมจริง

ในสายตาของนักวิจารณ์แล้ว สตูดิโอจิบลิ เป็นมากกว่าสตูดิโอที่ผลิตผลงานแอนิเมเตอร์ทั่วไป การดูหลายเรื่องสะท้อนภาพที่เป็นจริงของประเทศญี่ปุ่นผ่านแง่มุมต่าง ๆ และอีกหลายเรื่องให้แง่คิดที่ดีในการดำเนินการอยู่ร่วมกันอย่างสันติระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ และระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ. (ณัฐนันท์ เฉลิมพนัส, 2563) โดยเฉพาะภาพยนตร์เรื่อง Spirited Away (2001) ที่เป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของ สตูดิโอจิบลิ และวงการแอนิเมเตอร์ญี่ปุ่น Spirited Away คือผลงานที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก อยู่ในจุดที่สูงสุดของการแอนิเมชันญี่ปุ่น ทำรายได้ทั่วโลกได้มากถึง 347 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และสามารถคว้ารางวัลแอนิเมชันยอดเยี่ยมจากเวทีออสการ์ปี 2003 มาครองได้สำเร็จ และผลงานล่าสุดในปี 2023 อย่างเรื่อง The Boy and the Heron ก็ประสบความสำเร็จจนสามารถคว้ารางวัลออสการ์ในสาขา Best Animated Feature Film มาได้สำเร็จ โดยผลงานเรื่องดังกล่าวมีกลิ่นอายบางอย่างเหมือนภาพยนตร์เรื่อง

Spirited Away อยู่ไม่น้อย เป็นบทพิสูจน์ว่าแม้เวลาจะผ่านพ้นไปแต่แอนิเมชันจากสตูดิโอจิบลิ ยังคงทันสมัย “แอนิเมะอาจพรรณนาถึงโลกสมมติ แต่ถึงกระนั้นผมก็เชื่อว่าแก่นแท้ของมันต้องมีความสมจริง แม้โลกในภาพจะเป็นเรื่องโกหก แต่เคล็ดลับคือการทำให้มันดูเหมือนจริงที่สุด พุดง่าย ๆ คือ แอนิเมเตอร์ต้องสร้างเรื่องโกหกที่ดูเหมือนว่าผู้ชมตัวจริงจะคิดว่าโลกที่ปรากฏ อาจมีอยู่จริง” ครั้งหนึ่ง มิยาซากิ เคยกล่าวเอาไว้ (เปรมวดี ปานทอง, 2566) โดยสิ่งสำคัญที่สุด นอกจากงานภาพที่สวยงามแล้วอีกหนึ่งหัวใจสำคัญคือ การวาดภาพประกอบที่ใช้ฉากโทนสีธรรมชาติไม่ฉูดฉาดมากนักฉากในภาพยนตร์ที่ปรากฏในหลาย ๆ เรื่องมีการอ้างอิงมาจากสถานที่จริงและนำมาดัดแปลงเป็นภาพในการ์ตูนแอนิเมชัน มิยาซากิ ยังชอบร่างภาพด้วยดินสอ และลงเงาด้วยสีน้ำเป็นการร่างภาพแบบสตอรี่บอร์ด (storyboard) เพื่อเป็นการวางโครงเรื่องในซีนต่าง ๆ ในขณะที่ตัวละครในเรื่องที่มีช่วงอายุเป็นเด็กมักจะออกแบบด้วยสีสดใสตัดกับฉาก และเน้นการแสดงออกทางสีหน้าของตัวละครที่เป็นคนและสัตว์ที่มีชีวิตชีวา

ภาพ 1

การร่างภาพด้วยดินสอจาก ภาพยนตร์เรื่อง *Spirited Away* โดย Goro Miyazaki (Miyazaki-san's son)



หมายเหตุ. จาก Studio Ghibli Layout Exhibition by Yonghow, 2008, halcyonrealms (<https://halcyonrealms.com/animation/studio-ghibli-layout-exhibition-a-preview/>). Copyright 2008 by Yonghow.

ในผลงานภาพยนตร์แอนิเมชันหลาย ๆ เรื่องของสตูดิโอจิบลิมีลักษณะการเล่าเรื่องที่มีจุดร่วมกันอันเป็นเอกลักษณ์ที่สื่อออกมาในเนื้อเรื่อง ซึ่งมักมีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นหลังชีวิตของ มิยาซากิ ทั้งสิ้น เช่น ฉากหลังถึงเรื่องราวเกี่ยวกับสงคราม การสูญเสียมารดาจากอาการป่วย ซึ่งสะท้อนออกมาในแอนิเมชันหลายเรื่องที่แม่ของตัวละครเอกมีอาการป่วย มิยาซากิ เคยนำมาสร้างเป็นตัวละครแล้วตั้งแต่ป่าที่เป็นหัวหน้าโจรสลัด Castle in the Sky โซฟีใน Howl's Moving Castle ป้านั่งรถเข็นในแอนิเมชันเรื่อง Ponyo และเรื่องที่มีชื่อเสียงที่สุดของสตูดิโอจิบลิ My Neighbor Totoro โดยการเล่าเรื่องที่มีร่วมกันของสตูดิโอจิบลิมี ดังนี้

1. ฉากและเรื่องราวที่อ้างอิงถึงธรรมชาติ ภาพยนตร์หลาย ๆ เรื่องของสตูดิโอจิบลิมักมีเรื่องราวเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกันระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ ผ่านทางหลักของศาสนาชินโตที่มีแนวความคิดเกี่ยวกับธรรมชาติ โดยสะท้อนออกมาในแอนิเมชันหลายเรื่อง เช่น My Neighbor Totoro คนญี่ปุ่นมักจะมี ความชื่นชม เกรงกลัว และให้ความเคารพต่อธรรมชาติ ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงเกิดวิถีชีวิตที่ให้ความสำคัญกับ การอยู่ร่วมกับธรรมชาติ ดังเช่น แนวความคิดในศาสนาชินโต ที่ให้ความสำคัญกับเทพเจ้าต่าง ๆ นั้นมีบทบาทที่สำคัญต่อการวางรากฐานวัฒนธรรมญี่ปุ่นตั้งแต่ดั้งเดิมจนถึงปัจจุบัน และได้ผสมกลมกลืน จนมีผลทำให้ญี่ปุ่นมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง (ทิเบต เลิศอำนวยอนันต์ และ อิสริยะ พรหมสาขา ณ สกลนคร, 2567) การวาดภาพฉากที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของสตูดิโอจิบลิก็มีความสมจริงและในเนื้อเรื่องเทพเจ้ามักอาศัยอยู่ในป่าอีกด้วย

2. ตัวละครเอกที่เป็นผู้หญิง ภาพยนตร์แอนิเมชันหลายเรื่องของ มิยาซากิ มักเลือกใช้ตัวละครเอกที่เป็นผู้หญิง เกือบทั้งหมด ซึ่งทุกตัวจะมีลักษณะร่วมกันคือ เป็นเด็กหญิงอายุตั้งแต่ 5 ถึง 15 ปี หน้าตาน่ารักน่าเอ็นดู ตัวละครเอกผู้หญิงหลายคนที่ปรากฏในเรื่องมักมีความแข็งแกร่ง เป็นผู้นำ หรือมีการพัฒนาการและการเติบโตจนมีผลกับเนื้อเรื่อง เช่น จิอิโระ จากเรื่อง Spirited Away จากเด็กสาวที่อ่อนแอ ผ่านการผจญภัยไปสู่การเติบโตเป็นเด็กสาวผู้เข้มแข็ง ผ่านเหตุการณ์ต่าง ๆ เช่นการพลัดพรากจากพ่อแม่ที่โดนคำสาปกลายเป็นหมู หรือการทำงานหาเงินในโรงอาบน้ำของแม่มดยูกาบ่า ล้วนทำให้เธอเติบโตจนสู่จุดจบของเรื่องที่เธอสามารถช่วยพ่อแม่จากคำสาปได้สำเร็จ

3. พ่อมด แม่มดและเวทมนตร์ อีกหนึ่งมนต์เสน่ห์ของสตูดิโอจิบลิ คือ เรื่องราวเกี่ยวกับเวทมนตร์ เช่น เรื่อง Spirited Away, Howl's Moving castle และ The Boy and Heron ต่างก็เป็นเรื่องเกี่ยวกับเวทมนตร์คาถาทั้งสิ้นซึ่งในมุมมองของคนญี่ปุ่นก็มีความเชื่อเรื่องเทพเจ้าหรือ คาไม ทุกสิ่งต่างโยงถึงเรื่องเหนือธรรมชาติ จึงไม่น่าแปลกใจนักที่ผลงานส่วนใหญ่ของสตูดิโอจิบลิเต็มไปด้วยเรื่องราวเกี่ยวกับเวทมนตร์ การพลัดถิ่นไปต่างโลก สิ่งเหล่านี้ล้วนสร้างตัวละครใหม่ ๆ ที่ผสมผสานจินตนาการผู้สร้างอย่างเต็มที่ เช่น พ่อมดฮาวล์, แม่มดยูกาบ่า, แม่มดทิกิ, ปิศาจไฟแคลซิเฟอร์ เป็นต้น

4. สงคราม เนื่องจาก มียาซากิ เกิดในปี ค.ศ 1941 เป็นทายาทบริษัทผลิตปีกของเครื่องบินรบซีโร่ให้กับกองทัพญี่ปุ่นในสงครามโลกครั้งที่ 2 หลาย ๆ เรื่องราวในแอนิเมชันของเขาจึงมีเรื่องราวเกี่ยวกับสงคราม ผลงานบางเรื่องจึงมีเนื้อหาที่ละเอียดอ่อน เช่น Grave of the Fireflies ที่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับการสูญเสียในสงคราม หรือเรื่อง My Neighbor Totoro ที่ตัวเอกได้รับผลกระทบจากสงคราม เช่นกัน ทำให้ภาพยนตร์บางเรื่องมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะกับเด็ก เช่น ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องล่าสุด The Boy and the Heron ตัวเอกได้สูญเสียมารดาจากสงคราม หนังสือของมียาซากิยังคงพูดถึงเรื่องสงคราม เป็นสงครามที่มาจากสายตาของผู้ชนะ เขาไม่ได้ทำเพื่อที่จะยกยอ แต่ทำเพื่อต่อต้าน ไม่ว่าหนังสือเรื่องที่ผ่านมาจะแฝงไปด้วยนัยที่หนักหน่วงเพียงใด ความแฟนตาซีเหนือจินตนาการก็จะบดบังมันเอาไว้ และนั่นอาจเป็นความเก่งกาจที่สุดของ มียาซากิในการทำหนังตลอดชั่วชีวิตของเขา (ภาษาปณฺ หาญติฐกุล, 2567)

บทบาททางด้านดนตรีของสตูดิโอจิบลิต่อภาพยนตร์แอนิเมชัน

สตูดิโอจิบลิได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในฐานะผู้สร้างสรรค์แอนิเมชันที่ผสมผสานความงามทางศิลปะเข้ากับการเล่าเรื่องได้อย่างประณีต ผ่านการสร้างโลกแฟนตาซีที่ละเอียดลึกซึ้ง และการถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมญี่ปุ่นในลักษณะที่เข้าถึงได้กับผู้ชมหลากหลายช่วงวัย ผลงานของจิบลิมักเน้นการสร้างตัวละครที่มีความซับซ้อนและเปี่ยมด้วยมนุษยธรรม ขณะเดียวกันก็สะท้อนประเด็นทางสังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมชาติ ผ่านการเล่าเรื่องเชิงสัญลักษณ์อย่างมีชั้นเชิง หนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ภาพยนตร์ของจิบลิมีเอกลักษณ์ คือ บทบาทของดนตรีในการสร้างสุนทรียะและขับเคลื่อนอารมณ์อย่างแนบเนียนกับการดำเนินเรื่อง โดยเฉพาะผลงานของมาโมรุ ฟุจิซาวะ หรือโจ ฮิซาอิชิ (Joe Hisaishi) นักประพันธ์เพลงประกอบภาพยนตร์ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในงานของ มียาซากิ

ลักษณะการประพันธ์ดนตรีของ ฮิซาอิชิ โดดเด่นด้วยการผสมผสานแนวคิดของดนตรีตะวันตกเข้ากับวัฒนธรรมญี่ปุ่นอย่างเป็นธรรมชาติ ผ่านการเลือกใช้แนวเพลงที่หลากหลายทั้งดนตรีพื้นบ้านญี่ปุ่นโดยประกอบไปด้วยเครื่องดนตรีพื้นบ้านของญี่ปุ่น เช่น ชลู่ยฮิจิริกิ (Hichiriki) ซามิเซน (Shamisen) กลองไทโกะ (Taiko) ไปจนถึงการนำเครื่องดนตรีดั้งเดิมและเสียงสังเคราะห์ (Synthesizer) มาใช้ในบริบทของการเรียบเรียงและแต่งเพลงในสไตล์ร่วมสมัย เพื่อสร้างอารมณ์เฉพาะตัวในแต่ละฉาก บทเพลงประกอบในภาพยนตร์ของจิบลิสามารถจัดจำแนกองค์ประกอบหลักได้ 3 ประการดังนี้

1. บทเพลงหลักและการเชื่อมโยงกับโครงสร้างเรื่องราว

กลวิธีที่โดดเด่นประการหนึ่ง คือการใช้แนวทำนองเดิมที่เกิดซ้ำและพัฒนาตลอดทั้ง

เรื่อง เพื่อสร้างสายสัมพันธ์ทางอารมณ์กับผู้ชม แนวทำนองเฉพาะตัวเหล่านี้ทำหน้าที่สะท้อนภาพของตัวละคร เหตุการณ์ หรืออารมณ์สำคัญในเรื่อง เมื่อทำนองนั้นปรากฏขึ้นในบริบทต่าง ๆ จะทำให้ผู้ชมสามารถรับรู้ได้โดยสัญชาตญาณว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาของตัวละครหรือเรื่องราว เช่นเดียวกับแนวคิด Leitmotiv ที่ปรากฏในงานโอเปร่าของริชาร์ด วาร์กเนอร์ (Richard Wagner) ซึ่งใช้ทำนองสั้น ๆ เพื่อเชื่อมโยงกับตัวละครหรือแนวคิดสำคัญ อย่างไรก็ตาม ในบริบทของสตูดิโอจิบลิ การใช้ทำนองซ้ำมีความยืดหยุ่นและแฝงตัวอยู่ในโครงเรื่องอย่างกลมกลืน มิได้ทำหน้าที่เพียงระบุตัวละคร แต่สะท้อนสภาวะอารมณ์ การเติบโตของตัวละคร และความเปลี่ยนแปลงของความสัมพันธ์ในเรื่องอย่างละเอียดอ่อน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ My Neighbor Totoro ซึ่งใช้ทำนองโปร่งเบาและสดใสในการสื่อถึงโลกแห่งความไร้เดียงสา ความอ่อนโยน และสายสัมพันธ์กับธรรมชาติ โดยเฉพาะในบทเพลง The Path of the Wind ซึ่งปรากฏในฉากที่ตัวละครเมและซัตสึกิเข้าสัมผัสกับธรรมชาติและสิ่งมีชีวิตเหนือจริงเป็นครั้งแรก ทำนองนี้จึงมิได้เป็นเพียงสัญลักษณ์ประจำตัวละคร แต่ยังทำหน้าที่เป็นโครงสร้างที่มีบทบาทในการนำทางอารมณ์ของผู้ชมตลอดทั้งเรื่อง

2. การจัดวางองค์ประกอบทางดนตรีและเทคนิคการเรียบเรียง

เทคนิคการเลือกและจัดวางองค์ประกอบทางดนตรีของโจ อิซาวะถือเป็นหัวใจสำคัญที่สร้างเอกลักษณ์ให้แก่บทเพลงประกอบในผลงานของสตูดิโอจิบลิ เขาเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบทางดนตรีที่หลากหลาย เช่น การผสมผสานกลุ่มเครื่องดนตรีหลักและรอง การสร้างชั้นเสียง (layering) ที่มีความซับซ้อน ซึ่งเห็นได้ชัดในบทเพลง One Summer's Day จากภาพยนตร์ Spirited Away ที่ซ้อนชั้นเสียงเปียโนอันละเอียดอ่อนเข้ากับพื้นเสียงออร์เคสตราอย่างแนบเนียน นอกจากนี้ยังมีการใช้เทคนิคโพลีโฟนี (polyphony) ดังปรากฏในเพลง The Girl Who Fell From the Sky จาก Laputa: Castle in the Sky ซึ่งแนวเมโลดี้หลักและแนวประสานเคลื่อนที่เป็นอิสระจากกันอย่างมีชั้นเชิง ตลอดจนการใช้เทคนิคโฮโมโฟนี (homophony) ที่เด่นชัดใน The Path of the Wind จาก My Neighbor Totoro ซึ่งเสียงประสานเคลื่อนที่ไปพร้อมกับแนวเมโลดี้หลักเพื่อเสริมสร้างความสั่นไหวทางอารมณ์ นอกจากนี้ อิซาวะยังใส่ใจการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเสียงกับภาพอย่างละเอียด เช่น การเปลี่ยนความหนาแน่นของเสียงตามจังหวะภาพเคลื่อนไหว หรือการเลือกใช้โทนเสียงที่สอดคล้องกับบรรยากาศในฉากอย่างมีจังหวะ จนทำให้ผู้ชมสัมผัสถึงพลังงานทางอารมณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องได้โดยไม่รู้ตัว

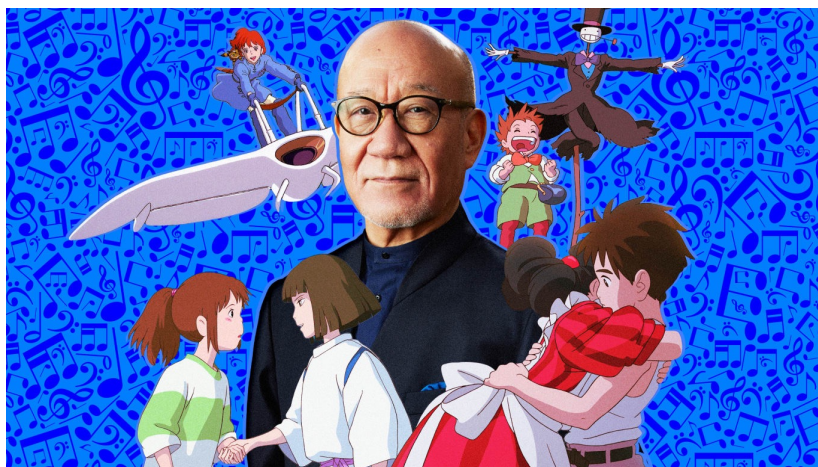
3. การบรรยายเรื่องราวผ่านเสียงดนตรี

โดยการทำหน้าที่เป็น “ภาษาทางอารมณ์” ในการบรรยายเรื่องราวแทนถ้อยคำ ดนตรีไม่เพียงทำหน้าที่เป็นฉากหลังประกอบเหตุการณ์ แต่กลายเป็นตัวขับเคลื่อนอารมณ์และความเข้าใจในเรื่องราวโดยตรง ผ่านการถ่ายทอดอารมณ์ที่หลากหลายจากองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น

การดำเนินแนวทำนองที่ไพเราะติดหู การเล่นกับความแตกต่างของอัตราจังหวะที่เร้าใจในช่วงโคลัมเบีย หรือเป็นนาบเพื่อสร้างบรรยากาศของความเศร้าและการรอคอย ตลอดจนการใช้เสียงประสาน (harmony) ที่สลับระหว่างความโปร่งบางและความหนาแน่น เพื่อกำหนดน้ำหนัทางอารมณ์ในแต่ละช่วงอย่างมีนัยสำคัญ ในองค์ประกอบเหล่านี้ เมื่อนำมาผสมกับภาพแอนิเมชันจะช่วยเสริมสร้างการรับรู้ทางอารมณ์ของผู้ชมให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความตึงเครียด ความสุข ความเศร้า หรือความหวัง ดนตรีจึงไม่ได้มีบทบาทเพียงเสริมการเล่าเรื่อง หากแต่หลอมรวมเป็นโครงสร้างสำคัญที่นำพาจินตนาการของผู้ชมไปพร้อมกับการดำเนินเรื่องอย่างแนบเนียน เปรียบเสมือน “สะพาน” ที่เชื่อมโยงผู้ชมเข้าสู่โลกแห่งเรื่องราวและอารมณ์ของตัวละครอย่างลึกซึ้ง

ภาพ 2

Joe Hisaishi, Composer for Studio Ghibli (From Photo Illustration by Thomas Levinson/The Daily Beast/Studio Ghibli/Getty)



หมายเหตุ. จาก Hayao Miyazaki's Greatest Collaborator Never Expected Awards Recognition, by A. Frank, 2024, thedailybeast (<https://www.thedailybeast.com/obsessed/the-boy-and-the-heron-joe-hisaishi-interview-miyazakis-maestro-finally-enters-awards-season/>). Copyright 2008 by Frank, A.

ด้วยลักษณะการประพันธ์ดนตรีที่มีความโดดเด่นของ อิซาอิกิ ผู้เขียนจึงได้เลือกคัดสรร ภาพยนตร์แอนิเมชัน 3 เรื่องที่มีความสำคัญและเป็นที่รู้จัก ซึ่งกำกับโดย มิยาซากิ รวมถึงผลงานล่าสุดที่ได้รับรางวัลออสการ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ในมิติของสุนทรียศาสตร์และเพื่อทำความเข้าใจ บทบาทของดนตรีในกระบวนการเล่าเรื่องของสตูดิโอจิบลิอย่างลึกซึ้ง

My Neighbor Totoro เป็นหนึ่งในผลงานที่โด่งดังที่สุดของสตูดิโอจิบลิ ด้วยเรื่องราวที่อบอุ่น ตัวละครที่โดดเด่น และดนตรีประกอบที่มีท่วงทำนองไพเราะเป็นเอกลักษณ์ เพลงประกอบที่ อิซาอิกิ ประพันธ์ขึ้นสำหรับภาพยนตร์เรื่องนี้ ได้กลายเป็นตัวอย่างสำคัญของการประสานดนตรีเข้ากับภาพยนตร์แอนิเมชันเพื่อสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์ที่ลึกซึ้ง ดนตรีของอิซาอิกิทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการขับเคลื่อนการเล่าเรื่อง ถ่ายทอดโลกทัศน์แห่งความไร้เดียงสาและความสัมพันธ์กับธรรมชาติ ผ่านสายตาและความรู้สึกของเด็ก

ดนตรีประกอบในภาพยนตร์เรื่องนี้มีโครงสร้างที่เรียบง่ายและเข้าถึงผู้ฟังได้ง่าย เช่น รูปแบบ AABA ซึ่งประกอบด้วยท่อนหลัก (A) ที่นำเสนองานซ้ำ มีท่อนแทรก (B) เพื่อสร้างความหลากหลาย ก่อนกลับสู่ท่อน A อีกครั้ง โครงสร้างนี้ช่วยเสริมความต่อเนื่องของทำนอง และทำให้ผู้ชมจดจำธีมหลักได้อย่างรวดเร็ว เช่น บทเพลง Stroll ซึ่งเป็นธีมเปิดเรื่อง ด้วยจังหวะเพลงมาร์ชที่สนุกสนาน หรือบทเพลง My Neighbor Totoro ซึ่งใช้โครงสร้างเมโลดี้แบบวนซ้ำในโทนเสียงเมเจอร์เพื่อสร้างบรรยากาศอบอุ่นและเป็นมิตร

อีกหนึ่งลักษณะเด่นคือการใช้ทำนองเฉพาะตัวในลักษณะคล้าย Leitmotif เพื่อเชื่อมโยงกับตัวละครโทโทโร่ เช่น ในเพลง The Path of the Wind ที่นำเสนอบรรยากาศสงบและลึกซึ้งผ่านเสียงเครื่องสายและเครื่องลมไม้ ทำนองนี้เปลี่ยนแปลงอย่างละเอียดตามพัฒนาการของเรื่องราว ถ่ายทอดการเคลื่อนไหวของอารมณ์ตั้งแต่ความสงบสุขไปจนถึงความมหัศจรรย์ในฉากสำคัญ เช่น ฉากกลางคืนที่ป้ายรถเมล์ เป็นต้น ซึ่งรูปแบบของการใช้ดนตรีในภาพยนตร์เรื่องนี้อาจตีความได้ว่าสอดคล้องกับแนวคิด Program Music คือ ดนตรีทำหน้าที่เล่าเรื่องในตัวเอง ถ่ายทอดพัฒนาการทางอารมณ์ของตัวละครและโลกที่พวกเขาอาศัยอยู่ การจัดวางจังหวะและไดนามิกสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวของตัวละครและสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้ชมสามารถรับรู้การเปลี่ยนแปลงของอารมณ์และบรรยากาศได้อย่างเป็นธรรมชาติ

โดยภาพรวม ดนตรีใน My Neighbor Totoro ไม่ได้เป็นเพียงองค์ประกอบเสริม แต่กลายเป็นสะพานเชื่อมโยงระหว่างผู้ชมกับโลกของตัวละคร ถ่ายทอดแนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ของญี่ปุ่น เช่น ความงามของความเรียบง่าย (Wabi-Sabi) และการเคารพธรรมชาติ (Shizen) ได้อย่างแนบเนียน (เคมปีตัน, 2018/2020) บทเพลงเหล่านี้มีบทบาทสำคัญทั้งในฐานะเครื่องมือทางอารมณ์และในเชิงโครงสร้างของการเล่าเรื่อง แม้เนื้อเรื่องเมื่อมองผิวเผิน อาจดูปกติธรรมดา แต่ความหมายที่ลึกซึ้งของเรื่องราวนี้ถูกถ่ายทอดอยู่ผ่านการดำเนินเรื่องให้ตระหนักถึงคุณค่าของวิถีชีวิตของตัวละคร (ส้ายันท์ แดงกลม, 2545)

กรณีศึกษา : Spirited Away (2001)

ภาพยนตร์แอนิเมชัน Spirited Away ถือเป็นอีกหนึ่งผลงานระดับมาสเตอร์พีซของสตูดิโอจิบลิ ที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของแอนิเมชันในการถ่ายทอดเรื่องราวที่ซับซ้อนทั้งในเชิงสัญลักษณ์และวัฒนธรรม การสร้างโลกเหนือจริงที่มีระบบกฎเกณฑ์และสัญลักษณ์เฉพาะของตัวเองในเรื่องนี้ ซึ่งเป็นการใช้โครงเรื่องผ่านการเล่าขานของตำนาน โดยตำนานหรือคำว่า “Myth” (มิธ) เป็นคำที่มีรากศัพท์มาจากภาษากรีกคำว่า Mythos (มิธอส) หมายถึง เรื่องเล่า เรื่องแต่ง คำบอกเล่า จากยุคโบราณ ตำนานถูกเข้าใจว่าเป็นเรื่องเล่าที่มีมานานก่อนที่จะเกิดประวัติศาสตร์ของมนุษย์ เป็นเรื่องการกระทำต่าง ๆ ของเทพเจ้า (นฤพนธ์ ตัววิเศษ, 2558) ในเนื้อเรื่อง เช่น ผีไร้หน้า ภูติแห่งแม่น้ำ เป็นต้น ผูกพันกับเนื้อเรื่องและตัวละครของภาพยนตร์เสริมสร้างความน่าเชื่อถือของโลกแห่งจินตนาการ และเชื่อมโยงผู้ชมเข้ากับระบบความหมายใหม่ที่สร้างขึ้น ดนตรีประกอบที่ประพันธ์โดย อิซาอากิ มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างโลกจินตนาการนี้ให้มีชีวิตชีวา ด้วยการผสมผสานโทนเสียงของดนตรีญี่ปุ่นดั้งเดิมเข้ากับการเรียบเรียงแบบออร์เคสตราตะวันตก ดนตรีในเรื่องนี้จึงไม่ได้ทำหน้าที่เพียงเป็นส่วนประกอบพื้นหลัง แต่กลายเป็นโครงสร้างรองรับการเล่าเรื่องที่ขับเคลื่อนพัฒนาการทางอารมณ์ของตัวละครหลักอย่างจิอิโรอย่างละเอียดลึกซึ้ง

บทเพลง One Summer's Day เปิดเรื่องด้วยเสียงเปียโนเดี่ยวในคีย์ D major นำเสนอทำนองที่อ่อนโยนและไหลลื่น ด้วยการเคลื่อนที่ของเสียงที่ค่อย ๆ ได้ระดับขึ้นอย่างนุ่มนวล สร้างบรรยากาศที่สงบนิ่งและละมุน ทำนองหลักนี้ได้รับการนำเสนอซ้ำในหลายช่วงของเรื่อง โดยมีการปรับเปลี่ยนไดนามิกและการบรรเลงด้วยเครื่องดนตรีต่าง ๆ เพื่อสะท้อนการเติบโตและการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ของตัวละครจิอิโร ตั้งแต่ช่วงเวลาของความสับสนไปสู่การค้นพบความแข็งแกร่งในตนเอง การวนซ้ำและการพัฒนาทำนองอย่างค่อยเป็นค่อยไปช่วยสร้างสายสัมพันธ์ทางอารมณ์ระหว่างผู้ชมและตัวละครได้อย่างละเอียดลึกซึ้ง

ดนตรีใน Spirited Away แสดงให้เห็นถึงการใช้ทำนองเฉพาะ (motif) ในการเชื่อมโยงตัวละครและสถานที่สำคัญในเรื่อง เช่น โรงอาบน้ำของยูบาบา มีธีมดนตรีที่สะท้อนบรรยากาศลึกลับและกดดัน ขณะที่ธีมของตัวละครหลักอย่างจิอิโรได้รับการพัฒนาทางอารมณ์อย่างค่อยเป็นค่อยไปตลอดเรื่อง บทเพลง The Sixth Station ใช้ทำนองที่เรียบง่าย ลุ่มลึก และสงบ เพื่อถ่ายทอดความโดดเดี่ยวและการเติบโตภายในของจิอิโร ในขณะที่ Reprise นำเสนอธีมหลักผ่านการบรรเลงวงออร์เคสตราเต็มรูปแบบ เป็นการสรุปการเดินทางทางจิตใจและการค้นพบตัวตนของเธออย่างสมบูรณ์ บทบาทของดนตรีเหล่านี้ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการสร้างบรรยากาศ หากแต่มีส่วนในการขับเคลื่อนเรื่องราวและสะท้อนพัฒนาการของตัวละครอย่างลึกซึ้ง

นอกจากนี้ ผลงานของอิซาอิตซึในเรื่องนี้ยังโดดเด่นด้วยการผสมผสานระหว่างโทนเสียงที่ได้รับอิทธิพลจากดนตรีญี่ปุ่นดั้งเดิมเข้ากับการเรียบเรียงแบบออร์เคสตรา เสียงดนตรีพื้นเมืองของญี่ปุ่นและโครงสร้างทางดนตรีสากลที่ประณีตช่วยเสริมสร้างบรรยากาศเหนือจริงของโลกวิญญาณได้อย่างเป็นธรรมชาติ การเลือกใช้ไดนามิกที่หลากหลาย ตั้งแต่เสียงเปียโนเดี่ยวที่เบาบาง ไปจนถึงการใช้สีสนของเสียงที่หลากหลายอย่างวงออร์เคสตราเต็มรูปแบบ มีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดอารมณ์ทั้งในระดับปัจเจกของตัวละคร และในระดับมหภาคของการดำเนินเรื่อง

ในภาพรวม ดนตรีใน *Spirited Away* ทำหน้าที่เป็นเหมือนสะพานที่เชื่อมโยงโลกแห่งจินตนาการเข้ากับประสบการณ์ของผู้ชม ถ่ายทอดความซับซ้อนของอารมณ์ผ่านสีสนของเสียง จังหวะ และการไล่ระดับอารมณ์อย่างประณีต พร้อมกับการนำทางการเติบโตภายในจิตใจของตัวละครอย่างละเอียดอ่อน เมื่อผนวกกรรมกับการออกแบบฉากและตัวละครที่ได้แรงบันดาลใจจากสถานที่จริง เช่น หมู่บ้านกินซังออนเซ็น (Ginza Onsen) และเทพเจ้าในความเชื่อท้องถิ่นญี่ปุ่น ภาพยนตร์เรื่องนี้จึงไม่เพียงแต่โดดเด่นในฐานะการเล่าเรื่องด้วยภาพ แต่ยังประสบความสำเร็จในการใช้ดนตรีเป็นแกนกลางในการสร้างภูมิทัศน์ทางอารมณ์และวัฒนธรรมที่มีความลึกซึ้งและทรงพลัง

กรณีศึกษา : The Boy and the Heron (2023)

The Boy and the Heron คือผลงานล่าสุดของ มิยาซากิ ที่ถ่ายทอดการเดินทางภายในจิตใจของตัวละครเอกจากความสูญเสีย สู่วิถีแห่งการเปลี่ยนผ่าน และการค้นหาความหมายของชีวิต ท่ามกลางโลกจริงและโลกเหนือจริงที่หลอมรวมกันอย่างละเอียดอ่อน หนึ่งในธีมสำคัญที่สะท้อนอย่างเด่นชัดในภาพยนตร์เรื่องนี้ คือแนวคิดสันติวิธี หรือที่เรียกว่า Pacifism (Kucenski, 2022) ซึ่งเป็นอุดมคติที่มุ่งเน้นการต่อต้านความรุนแรงทุกรูปแบบ และเชื่อว่าความขัดแย้งสามารถแก้ไขได้ด้วยวิถีแห่งสันติ ไม่ใช้การทำสงคราม แนวคิดนี้ได้รับการถ่ายทอดอย่างลึกซึ้งในผลงานของ มิยาซากิ ตั้งแต่ช่วงแรก และใน *The Boy and the Heron* เขาได้นำเสนอผลกระทบของสงครามผ่านภาพของการสูญเสียครอบครัว ความเว้าแหว่ง และการดิ้นรนของเด็กชายตัวเล็ก ๆ ที่ต้องสร้างดำรงชีวิตอยู่กับโลกที่แตกสลาย การเน้นประสบการณ์ของเหยื่อแทนวีรบุรุษ จึงทำให้แนวคิดสันติวิธีในเรื่องนี้มีพลังละเอียดอ่อนและลึกซึ้งกว่าการนำเสนอในรูปแบบตรงไปตรงมา

ในด้านดนตรีประกอบ ซึ่งประพันธ์โดย อีซาอิกิ ได้ใช้บทบาทของเสียงดนตรีที่มีได้จำกัดอยู่แค่การสร้างบรรยากาศ หากแต่กลายเป็นเส้นทางคู่ขนานที่สะท้อนพัฒนาการทางจิตใจของตัวละคร ดนตรีในเรื่องนี้ค่อนข้างแตกต่างจากแอนิเมชันเรื่องอื่น ๆ ในเรื่องของการมุ่งเน้นโทนเสียงที่เรียบง่าย โปร่งเบา และค่อย ๆ ได้ระดับความเข้มข้นตามการเปลี่ยนแปลงของเรื่องราว เช่น ช่วงต้นของภาพยนตร์ เสียงเปียโนเดี่ยวที่ประพันธ์ในคีย์ D minor ถ่ายทอดความรู้สึกโศกเศร้าและสูญเสียได้อย่างกระทบใจ เช่น บทเพลง White Wall ขณะที่การเสริมด้วยเครื่องสายที่ค่อย ๆ เพิ่มขึ้นเสียงในบทเพลง Feather Fletching สะท้อนการเริ่มต้นของความหวังและการเติบโตทางอารมณ์ของตัวเอกอย่างค่อยเป็นค่อยไป

รูปแบบของการประพันธ์ดนตรีในเรื่อง The Boy and the Heron นี้ เผยให้เห็นถึงพัฒนาการทางแนวคิดการประพันธ์ดนตรีของอีซาอิกิที่แตกต่างออกไปจากแอนิเมชันเรื่องอื่น ๆ ด้วยอิทธิพลจากผู้ประพันธ์แนวมินิมัลลิสต์ (Minimalism) อย่างสตีฟ ริช (Steve Reich) และฟิลิป กลาส (Philip Glass) ทำให้ได้เห็นการเลือกใช้เครื่องดนตรีเพียงชิ้นเดียวในการสื่ออารมณ์ในบางฉาก เช่น เปียโน เครื่องสาย และเสียงสังเคราะห์ต่าง ๆ ที่มีสีสันทันของเสียงน้อยและเบาบางเพื่อขับเน้นบรรยากาศทางอารมณ์ด้วยการใช้ช่องว่างของเสียง (musical space) อย่างมีจังหวะ เช่น ในฉากที่ตัวเอกต้องตัดสินใจครั้งสำคัญเสียงดนตรีลดลงจนเหลือเพียงเสียงเปียโนเบา ๆ สลับกับช่วงที่เงียบ เพื่อเปิดพื้นที่ให้ความเงียบกลายเป็นส่วนหนึ่งของการเล่าเรื่อง ช่วยเน้นย้ำความรู้สึกของความโดดเดี่ยวอ้างว้าง ความเปราะบาง และความเครียดในอารมณ์ของตัวละครที่มีผลต่อจุดเปลี่ยนของเรื่องราวอย่างทรงพลัง

การวางโครงสร้างดนตรีใน The Boy and the Heron ไม่ได้ยึดติดกับการใช้ธีมดนตรีซ้ำในรูปแบบตายตัวเหมือนในผลงานก่อนหน้า หากแต่เลือกใช้กลวิธีการเปลี่ยนแปลงโทนเสียงอย่างต่อเนื่อง เพื่อสะท้อนพัฒนาการของตัวละครอย่างละเอียด ตัวอย่างเช่น บทเพลง White Wall ซึ่งเปิดเรื่องด้วยจังหวะเปียโนอันนุ่มนวล คล้ายกับทำนองของบทเพลง Gymnopédies ของ Erik Satie ถ่ายทอดความรู้สึกอ่อนแอและแปลกแยกอย่างประณีต ขณะที่บทเพลง A Feather in the Dusk ใช้การเน้นสีสันทันของเสียงเครื่องสายเพื่อสื่ออารมณ์ถึงความวิตกกังวลและความหวังไปพร้อมกัน เมื่อเรื่องราวดำเนินไปสู่โลกเหนือจริง บทเพลง Warawara อีซาอิกิเลือกใช้เสียงสังเคราะห์ (synthesizer) เพื่อสร้างบรรยากาศของความไม่คุ้นเคยและภาพของการสำรวจโลกใหม่ ในขณะที่บทเพลง Ark ใช้เสียงจากเครื่องเพอร์คัสชัน เช่น ไทแรนเจอร์ (triangle) ไซโลโฟน (xylophone) หรือกลอคเคนชปีล (glockenspiel) ผสมกับเสียงของวงออร์เคสตราเต็มรูปแบบ เพื่อสร้างพลวัตทางอารมณ์ (emotional dynamics) ทั้งนี้ ทำนองดนตรีที่ปรากฏในแต่ละช่วงไม่ได้มีหน้าที่เพียงกำกับอารมณ์ของฉาก แต่ยังทำหน้าที่เป็นแกนโครงสร้างที่สนับสนุนการเปลี่ยนผ่านทางจิตใจของตัวละครอย่างต่อเนื่อง เช่น ฉากของตัวเอกต้องตัดสินใจระหว่างการอยู่ในโลกเสมือนตลอดไปหรือกลับมามีโลกแห่งความจริง ดนตรีช่วย

ให้การดำเนินเรื่องราวไปอย่างกลมกลืนและลึกซึ้งยิ่งขึ้น

สิ่งที่โดดเด่นเป็นพิเศษ คือการเลือกใช้ความเงียบในการสร้างอารมณ์ เช่น ช่วงที่ตัวเอกต้องตัดสินใจเผชิญหน้ากับชะตากรรมของตนเอง เมื่อปราศจากเสียงดนตรีในช่วงเวลานี้ ทำให้ผู้ชมได้เผชิญหน้ากับความเปราะบางและการเติบโตภายในของตัวละครโดยตรง เสียงเงียบกลายเป็นตัวละครที่มองไม่เห็น แต่ทำหน้าที่สื่อสารอารมณ์ ความโดดเดี่ยว และการเปลี่ยนผ่านพฤติกรรมของตัวละครควบคู่ไปกับการดำเนินเรื่อง ดังนั้นหากกล่าวในภาพรวม ดนตรีประกอบใน *The Boy and the Heron* ไม่ได้เพียงทำหน้าที่เสริมสร้างบรรยากาศ แต่กลายเป็นหนึ่งในแกนสำคัญของการถ่ายทอดเรื่องราว เสียงเปียโนที่ไหลลื่นไปตามอารมณ์ การไล่ระดับไดนามิกอย่างละเอียดอ่อน และการเลือกใช้ความเงียบอย่างมีจังหวะ ร่วมกันสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์ที่ซับซ้อนและลึกซึ้งสำหรับผู้ชม ดนตรีไม่ได้เป็นเพียงฉากหลังที่ประดับภาพยนตร์อีกต่อไป แต่ทำหน้าที่แสดงการเติบโตขึ้นของตัวละคร เช่น การเปลี่ยนแปลงของเสียงดนตรีในฉากที่ตัวเอกต้องเผชิญหน้ากับการตัดสินใจครั้งสำคัญ สะท้อนสภาวะความกลัว ความลังเล และการเติบโตได้อย่างชัดเจน บทบาทเชิงเล่าเรื่องของดนตรีในผลงานชิ้นนี้จึงแสดงถึงแนวทางใหม่ที่อิซางิพัฒนาขึ้นจากการสร้างบรรยากาศไปสู่การร่วมเล่าเรื่องด้วยเสียงผ่านการเคลื่อนไหวของอารมณ์ที่สอดคล้องกับโครงสร้างเชิงปรัชญาของเรื่อง ซึ่งว่าด้วยการยอมรับความสูญเสียและการก้าวผ่านสู่ความเข้าใจตนเอง

สรุปและอภิปรายผล

แม้ว่าจะมีภาพจำโดยทั่วไปว่าภาพยนตร์แอนิเมชันเป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับผู้ชมกลุ่มวัยเด็กเป็นหลัก แต่ผลงานของสตูดิโอจิบลิได้พิสูจน์ให้เห็นว่า แอนิเมชันสามารถเป็นพื้นที่ในการสื่อสารประสบการณ์ที่ลึกซึ้งและซับซ้อนได้สำหรับผู้ชมทุกช่วงวัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อภาพ เสียง และเนื้อหาทางอารมณ์ถูกบูรณาการเข้าด้วยกันอย่างแนบแน่น ภาพยนตร์แอนิเมชันอย่าง *My Neighbor Totoro* (1988), *Spirited Away* (2001) และ *The Boy and the Heron* (2023) แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของแอนิเมชันในการสะท้อนสภาวะทางอารมณ์และแนวคิดทางวัฒนธรรม ผ่านกระบวนการเล่าเรื่องที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมสามารถตีความและมีปฏิสัมพันธ์กับเรื่องราวในแบบเฉพาะตน

จากการวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยใช้กรอบแนวคิดสุนทรียศาสตร์แบบประสาทสัมผัสร่วม (multisensory aesthetics) พบว่า ดนตรีในผลงานของสตูดิโอจิบลิไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงองค์ประกอบประกอบฉาก หากแต่เป็นโครงสร้างของตัวละครที่ขับเคลื่อนพัฒนาการของเรื่องราว และพฤติกรรมของตัวละครอย่างมีชีวิต ดนตรีทำหน้าที่เป็นภาษาทางอารมณ์ (emotional

language) ที่ช่วยเชื่อมโยงผู้ชมเข้ากับประสบการณ์ของตัวละคร เช่น ใน My Neighbor Totoro การใช้ทำนองที่เรียบง่ายและอบอุ่นในธีมหลัก สอดคล้องกับลักษณะการเล่าเรื่องและอารมณ์ของตัวละคร ซึ่งสะท้อนแนวคิดเรื่องความไร้เดียงสาและความสัมพันธ์กับธรรมชาติ ส่วน Spirited Away แสดงให้เห็นการเปลี่ยนโทนเสียงและโมติฟดนตรีอย่างละเอียดอ่อนที่สัมพันธ์กับพัฒนาการของจิอิโระ ขณะที่ The Boy and the Heron ใช้จังหวะของเสียงและความเงียบเพื่อถ่ายทอดภาวะการสูญเสียและการเติบโตภายใน การสังเคราะห์ลักษณะเหล่านี้มาจากผลการวิเคราะห์ฉากสำคัญในแต่ละเรื่องซึ่งสะท้อนการทำงานร่วมกันระหว่างเสียงกับภาพในมิติของอารมณ์และการเล่าเรื่อง

นอกจากนี้ ผลงานของจิบลียังแสดงให้เห็นรูปแบบการจัดวางองค์ประกอบทางดนตรีที่สัมพันธ์กับโครงสร้างของเรื่อง เช่น การเน้นคอร์ด Triad ที่สร้างความรู้สึกอบอุ่นใน My Neighbor Totoro การใช้ Hexachord เพื่อสะท้อนบรรยากาศเหนือจริงใน Spirited Away และการใช้ Descending Parallel Chords เพื่อสื่อถึงการเปลี่ยนผ่านทางอารมณ์ใน The Boy and the Heron ซึ่งล้วนเป็นการสังเคราะห์แนวโน้มทางเสียงที่พบจากการวิเคราะห์ฉากและการเรียบเรียงเชิงเปรียบเทียบ

เมื่อพิจารณาแนวทางการออกแบบเสียงและภาพในแอนิเมชันของสตูดิโอจิบลี จะพบว่าทั้งสององค์ประกอบทำงานร่วมกันอย่างมีนัยสำคัญในการถ่ายทอดอารมณ์และขับเคลื่อนเรื่องราว ภาพและเสียงมิได้ทำหน้าที่แยกส่วน หากประสานกันเพื่อสร้างบรรยากาศ เชื่อมโยงกับพัฒนาการของตัวละคร และเปิดพื้นที่ให้ผู้ชมเข้าถึงความรู้สึกอย่างลึกซึ้ง ตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนแปลงของสีสันทางเสียง (tone color) ใน Spirited Away ที่สัมพันธ์กับฉากและจังหวะทางอารมณ์ หรือการใช้เสียงและความเงียบใน The Boy and the Heron ที่ทำหน้าที่แทนคำพูด และถ่ายทอดสภาวะภายในของตัวละครอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ แนวทางการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ของจิบลียังสอดคล้องกับแนวคิดของลีโอดอลสตอย (Leo Tolstoy) ที่เชื่อว่าศิลปะคือการถ่ายทอดความรู้สึกจากศิลปินไปยังผู้รับชม เป็นวิถีทางสำหรับมนุษย์ที่ใช้สื่อสารกันโดยศิลปะสร้างสะพานระหว่างศิลปินและผู้ชม จึงทำให้ผู้ชมรู้จักกันและกันดีขึ้น ศิลปะจึงเหมือนกับภาษาที่ใช้สื่อสารติดต่อกัน มนุษย์สามารถสื่อความคิดและประสบการณ์ต่อกันได้ เพราะสามารถพูดกันรู้เรื่องเฉกเช่นเดียวกับศิลปะเป็นวิถีทางหนึ่งที่ช่วยให้มนุษย์สามารถเข้าใจอารมณ์ซึ่งกันและกันได้ อาทิเช่น ถ้าเราเห็นคน ๆ หนึ่งแสดงอารมณ์อย่างหนึ่งออกมาเราจะเข้าใจสิ่งที่เขาแสดงออกมาทันทีทำให้เราหัวเราะและมีความสุขไปตามที่เห็นและได้ยิน เมื่อใดที่เราเห็นคนร้องไห้เราจะรู้สึกทุกข์และเศร้าใจไปด้วย สิ่งนี้ดอลสตอยกล่าวว่าเหมือนกับการติดเชื่อที่สามารถติดจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง ศิลปะจึงเกิดขึ้นจากความสามารถของมนุษย์ที่สามารถสร้างอารมณ์ให้เกิดร่วมกันได้ (อัญชิสา พิศสะอาด, 2550) โดยไม่จำกัดอยู่แค่ถ้อยคำหรือภาพที่ชัดเจน หากรวมถึงการสร้างพื้นที่ให้ผู้ชมได้ตีความ

ด้วยอารมณ์ของตนเอง ผ่านจังหวะ เว้นวรรค และสัญลักษณ์ที่ไม่ขึ้นำโดยตรง กล่าวได้ว่างานของสตูดิโอจิตคือบทพิสูจน์สำคัญของการพัฒนาแอนิเมชันไปสู่การเป็นศิลปะแห่งความรู้สึก (art of feeling) ที่สามารถนำพาผู้ชมมีอารมณ์ร่วมกับภาพและบทเพลงที่ถูกผสมผสานถ่ายทอดออกมาจากศิลปินผู้สร้างสรรค์ผลงานอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- กษปณ หาดุดิฐกุล. (2567). *The Boy and the Heron การปล่อยวางที่ไม่อาจปล่อยใจของแอนิเมเตอร์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดตลอดกาล*. Thestandard. <https://thestandard.co/the-boy-and-the-heron-3/html>
- เคมบตัน, เบท. (2018). *Wabi Sabi วะบิ ซะบิ: แต่ความไม่สมบูรณ์แบบของชีวิต* (วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ, ผู้แปล). Being. (ต้นฉบับพิมพ์ปี 2018).
- ทิเบต เลิศอานวายนันต์ และ อิสริยะ พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2567). วิเคราะห์ปรัชญาสิ่งแวดล้อมจากมุมมองศาสนาชินโตในภาพยนตร์ญี่ปุ่นของสตูดิโอจิบลิ. *วารสารสหวิทยาการวิทยาลัยสหวิทยาการ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 21(1), 55-70. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/citujournal/article/view/269886/184144>.
- ณัฐนันท์ เกลิมพนัส. (2563). 15 มิถุนายน 1985 – สตูดิโอจิบลิ ผู้ส่งมอบความสุข สร้างสรรค์แรงบันดาลใจ เต็มเต็มจินตนาการชวนฝัน มาตลอดระยะเวลา 35 ปี. Thestandard. <https://thestandard.co/poponthisday15061985/>.
- นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ. (2558). *Myth. Anthropology*. https://anthropology-concepts.sac.or.th/glossary/92?utm_
- เปรมวดี ปานทอง. (2566). *Message from Ghibli*. Onceinlife. <https://onceinlife.co/ghibli-insight>
- สายันท์ แดงกลม. (2545). ห่อใบไผ่ผูกด้วยหน้าหนาวมังกร. *วารสารดำรงวิชาการ*, 1(2), 85–99. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/damrong/article/view/21410/18529>
- อัญชิสา พิศสะอาด. (2550). *คุณค่าทางสุนทรียะตามทัศนะของตลอดสตอย : กรณีศึกษางานนิพนธ์ เรื่อง ศิลปะคืออะไร* [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. Digital library. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:186389.
- Frank, A. (2024). *Hayao Miyazaki's greatest collaborator never expected awards recognition*. thedailybeast. <https://www.thedailybeast.com/obsessed/the-boy-and-the-heron-joe-hisaishi-interview-miyazakis-maestro-finally-enters-awards-season/>
- Kucenski, A. S. (2022). *Miyazaki's peace: The role of pacifism and the soundscape in the films of Studio Ghibli*. [Master's thesis, Pennsylvania state university]. etda. <https://etda.libraries.psu.edu/catalog/23130ask5507>
- Yonghow. (2008). *Studio Ghibli Layout Exhibition*. Halcyonrealms <https://halcyonrealms.com/animation/studio-ghibli-layout-exhibition-a-preview/>

บทคัดย่อ

จากความก้าวหน้าทางการแพทย์และอัตราการเกิดที่ลดลง ทำให้ประเทศไทยก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ส่งผลให้การออกแบบสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ โดยเฉพาะผู้สูงอายุเจนเรชั่นเอ็กซ์ที่มีความสำคัญกับคุณภาพชีวิตแบบองค์รวม ความเป็นอิสระ และการมีส่วนร่วมทางสังคม มีความสำคัญยิ่งขึ้น บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์แนวคิด “พลฒพล้ง” (active ageing) และ “การออกแบบเพื่อคนทั้งมวล” (universal design) เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมที่พกอาศัยที่ตอบโจทยผู้สูงวัยรุ่นใหม่ โดยทบทวนงานวิจัย เอกสาร และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกรอบการทำความเข้าใจความต้องการของผู้สูงอายุนรุ่นใหม่และแนวทางการออกแบบที่เหมาะสม ผลการทบทวนพบว่า การบูรณาการแนวคิดทั้งสองสามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุเจนเรชั่นเอ็กซ์ได้อย่างครอบคลุมมากกว่าแนวคิดที่เน้นเพียงความปลอดภัยหรือความสะดวกสบาย โดยการบูรณาการนี้สนับสนุนการดำเนินชีวิตที่มีความหมาย การรักษาความเป็นอิสระ และการมีส่วนร่วมทางสังคม ผ่านกิจกรรมสำคัญ 7 กลุ่มที่สัมพันธ์กับสุขภาวะของผู้สูงวัย ขณะเดียวกันการวิเคราะห์กรณีศึกษาชี้ให้เห็นข้อจำกัดในการออกแบบสภาพแวดล้อมจริง เช่น การจัดผังที่ไม่สอดคล้องกับกิจกรรมประจำวัน การขาดความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย และองค์ประกอบที่ไม่รองรับการใช้งานต่อเนื่องระยะยาว ทำให้สามารถสรุปได้ว่า แนวทางการออกแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุเจนเรชั่นเอ็กซ์ควรมุ่งเน้นความยืดหยุ่นของพื้นที่ สนับสนุนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และการออกแบบที่คงความหมายต่อชีวิต ควบคู่กับหลักการ universal design เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมพลฒพล้งอย่างแท้จริง และนำไปสู่การพัฒนาสังคมผู้สูงวัยที่มีคุณภาพและความยั่งยืนในอนาคต

คำสำคัญ : พลฒพล้ง, ผู้สูงอายุ, เจนเรชั่นเอ็กซ์, การออกแบบเพื่อคนทั้งมวล, สภาพแวดล้อม

Environmental Design Strategies for Residential Spaces Targeting the Generation X Elderly Population

Nichaporn Suchai ¹

Prin Meesupya ²

Suebsai Sangwachirapiban ³

Received : September 19, 2025

Revised : November 27, 2025

Accepted : December 3, 2025

¹ Lecturer in Interior Design, Department of Visual Design, Faculty of Fine Arts, Srinakharinwirot University,
E-mail: suchai.nichaporn@gmail.com

² Lecturer in Interior Design, Department of Visual Design, Faculty of Fine Arts, Srinakharinwirot University,
E-mail: prinm@g.swu.ac.th

³ Lecturer in Interior Design, Department of Visual Design, Faculty of Fine Arts, Srinakharinwirot University,
E-mail: suebsais@g.swu.ac.th

Abstract

Advances in medical care combined with declining birth rates have accelerated Thailand's transition into a fully aged society, underscoring the increasing importance of residential environment design for older adults—particularly future older adults from Generation X, who value holistic quality of life, independence, and social participation. This article aims to synthesize the concepts of Active Ageing and Universal Design to develop design approaches for residential environments that respond to the needs of this emerging ageing group. Through a review of research studies, academic documents, and relevant case studies, the article constructs a conceptual framework for understanding the needs of new-generation older adults and identifying appropriate design strategies. The review reveals that integrating Active Ageing and Universal Design provides a more comprehensive response to the needs of Generation X than approaches focused solely on safety or convenience. This integrated perspective supports meaningful living, maintains personal autonomy, and promotes social engagement through seven key activity domains associated with older adults' well-being. Meanwhile, case study analyses highlight persistent limitations in real residential environments, such as spatial layouts that do not correspond with daily activities, insufficient flexibility to accommodate age-related physical changes, and design elements that do not support long-term usability. The findings suggest that residential design for Generation X should prioritize spatial flexibility, support for social interaction, and the preservation of personal meaning, alongside the principles of Universal Design. Such an approach can foster environments that genuinely promote Active Ageing and contribute to the development of a high-quality and sustainable ageing society.

Keywords: active ageing, elderly, generation x, universal design, environmental

ในปัจจุบัน ความก้าวหน้าทางโภชนาการ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี โดยเฉพาะด้านการแพทย์ ส่งผลให้อัตราการเกิดลดลง ขณะที่อายุขัยประชากรยืนยาวขึ้น ส่งผลให้สัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นทั่วโลก นำไปสู่ความตื่นตัวและความสนใจในการพัฒนาสังคมผู้สูงอายุอย่างจริงจัง ประเทศไทยเองก็กำลังเข้าสู่ภาวะสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ ภาครัฐจึงได้เริ่มดำเนินนโยบายที่มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ การส่งเสริมสุขภาพ การยืดอายุขัย การเพิ่มโอกาสทางการศึกษา ตลอดจนการเข้าถึงบริการทางการแพทย์ อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุก็นำมาซึ่งการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ป่วยสูงอายุ โดยเฉพาะกลุ่มที่อยู่ในภาวะพึ่งพิงรุนแรง ซึ่งมีจำนวนเพิ่มจากประมาณ 140,000 คนในปี 2552 เป็นประมาณ 180,000 คนในปี 2567 (สุรชาติพิทย์ จันทรักษ์, 2567) เมื่อประชากรมีอายุเพิ่มมากขึ้น การดำเนินชีวิตประจำวันย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพร่างกายที่เสื่อมถอยลง ทำให้ความสามารถในการทำกิจกรรมลดลง นอกจากนี้ ด้านจิตใจก็มักเผชิญกับความวิตกกังวล ความรู้สึกโดดเดี่ยว ขาดการดูแลเอาใจใส่จากคนใกล้ชิด เนื่องจากโครงสร้างครอบครัวในปัจจุบันมีขนาดเล็กลง ผู้สูงอายุต้องพึ่งพาตนเองมากขึ้น ไม่มีหน้าที่การงานที่มั่นคงเหมือนในอดีต และอาจประสบปัญหาในการได้รับการยอมรับจากสังคม การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้นำไปสู่ภาวะพึ่งพิงในผู้สูงอายุ โดยที่ความใส่ใจและความใกล้ชิดระหว่างสมาชิกในครอบครัวกับผู้สูงอายุมีแนวโน้มลดลง ส่งผลให้หลายคนขาดที่พึ่งและไม่ได้รับการดูแลเท่าที่ควร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้สุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจเสื่อมถอยลง ด้วยเหตุนี้ ผู้สูงอายุจำนวนมากจึงหันมาใช้บริการสถานที่พักอาศัยหรือศูนย์ดูแลเพิ่มมากขึ้น ในปัจจุบัน ผู้สูงอายุที่เข้าพักในสถานบริการที่พักอาศัย มักใช้พื้นที่ภายในโดยไม่มีการจัดสรรหรือแยกประเภทการใช้งานตามช่วงวัยหรือพฤติกรรมเฉพาะของแต่ละกลุ่ม ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้ว ผู้สูงอายุแต่ละรุ่นมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนในด้านไลฟ์สไตล์ ความต้องการ และรูปแบบการใช้ชีวิต กลุ่มผู้สูงอายุรุ่นเก่า ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วงประมาณ 70–75 ปี มักต้องการความสงบ ปลอดภัยและเป็นส่วนตัว มีความชอบในกิจกรรมที่เน้นความสงบภายใน เช่น การทำสมาธิหรือการพักผ่อนอย่างสงบ ในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุช่วงต้นอายุ 60–65 ปี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเจนเรชันเอ็กซ์ กลับมีลักษณะการใช้ชีวิตที่กระตือรือร้นมากกว่า มีความสนใจในการท่องเที่ยว เทคโนโลยีสมัยใหม่ และมักมีความต้องการในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ชัดเจน รวมถึงให้ความสำคัญกับการใช้เวลาร่วมกับเพื่อนฝูงและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่ม ลักษณะความแตกต่างนี้จึงควรถูกนำมาพิจารณาในการออกแบบ และจัดสรรพื้นที่ภายในสถานบริการที่พักอาศัย เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ได้เสนอแนวคิด “พฤติกรรม” (active ageing) เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุรุ่นใหม่ให้มีพลังและกระฉับกระเฉง โดยเน้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่สามารถดูแลตนเองได้ มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ และยังคงรักษาสุขภาพของตนในสังคม แนวคิดดังกล่าวถือเป็นกรอบแนวทางสำคัญในการวางแผนพัฒนาสิ่งแวดล้อมและบริการสำหรับผู้สูงอายุยุคใหม่ ซึ่งมีลักษณะทางกายภาพ จิตใจ และไลฟ์สไตล์แตกต่างจากผู้สูงอายุในอดีตอย่างเห็นได้ชัด การพัฒนาเหล่านี้จึงต้องตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการเฉพาะของกลุ่มผู้สูงอายุยุคใหม่ พร้อมทั้งเตรียมสภาพแวดล้อมที่รองรับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่กำลังเปลี่ยนแปลง การออกแบบที่เหมาะสมสามารถขับเคลื่อนได้ผ่านการศึกษาเชิงลึกด้านพฤติกรรมผู้ใช้งานควบคู่กับการประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีทางสถาปัตยกรรม เพื่อสร้างพื้นที่ที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและรองรับการอยู่อาศัยอย่างยั่งยืนในอนาคต

พฤติกรรมการใช้ชีวิตของวัยทำงานในปัจจุบันและสภาพแนวโน้มผู้สูงอายุในอนาคต

ช่วงวัยกลางคน (อายุ 40-65 ปี) เป็นระยะของการเปลี่ยนผ่านระหว่างวัยผู้ใหญ่ตอนต้นไปสู่ผู้สูงอายุ เป็นกลุ่มที่ควรได้รับการศึกษาและทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ทั้งในด้านสภาพร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และบริบททางสังคม เนื่องจากเป็นช่วงชีวิตที่มีการเปลี่ยนผ่านจากความแข็งแรงกระฉับกระเฉงของวัยทำงานไปสู่ช่วงบั้นปลายที่มีข้อจำกัดมากขึ้น คนวัยนี้มักเป็นกลุ่มแรงงานหลักของสังคมที่แบกรับภาระความรับผิดชอบทั้งต่อครอบครัวและต่อระบบเศรษฐกิจ และยังเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงหลายด้านทั้งร่างกายที่เริ่มเสื่อมถอย ความอ่อนไหวทางอารมณ์ การเปลี่ยนแปลงในหน้าที่การงานและโครงสร้างของครอบครัว สิ่งเหล่านี้ล้วนมีผลต่อความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิต ซึ่งควรได้รับการพิจารณาในเชิงวิจัยและการออกแบบเชิงพื้นที่อย่างเหมาะสม

ปัจจุบันกลุ่มวัยกลางคนกำลังจะเข้าสู่วัยสูงอายุในอนาคต ทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งยังอยู่ในช่วงวัยทำงาน เริ่มหันมาใส่ใจสุขภาพและเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมมากขึ้น มีการเตรียมตัวก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุอย่างมีคุณภาพ ซึ่งสามารถนิยามได้ว่าเป็น “ผู้สูงอายุรุ่นใหม่” มีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพร่างกายมากยิ่งขึ้น ควบคู่ไปกับการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมและการสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ (จิรวุฒิ หลอมประโคน และ ประพล เปรมทองสุข, 2555) มักให้ความสำคัญกับการพึ่งพาตนเอง ลดการพึ่งพาผู้อื่น และพยายามปรับตัวทั้งในเชิงร่างกายและจิตใจเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ช่วงชีวิตใหม่ที่มีข้อจำกัดมากขึ้น

แนวคิดผู้สูงอายุที่มีศักยภาพ หรือ พหุพลัง (active ageing) เป็นแนวคิดที่ถูกนำเสนอ โดยองค์การอนามัยโลก (WHO) ในการเปลี่ยนแปลงมุมมองเกี่ยวกับผู้สูงอายุจากการมองในแง่ของ “ความต้องการพื้นฐาน” ที่มีมุมมองผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่ต้องได้รับการช่วยเหลือจากภายนอก มาเป็นมุมมองที่ให้ความสำคัญกับ “สิทธิขั้นพื้นฐาน” ซึ่งเป็นหลักการที่ยอมรับสิทธิในการมีชีวิตอย่างมีศักดิ์ศรีของผู้สูงอายุ โดยให้ผู้สูงอายุมีสิทธิที่จะดำเนินชีวิตในรูปแบบที่ต้องการ แนวคิดนี้ได้รับการสนับสนุนจากองค์การสหประชาชาติ (UN) ที่เน้นให้ผู้สูงอายุมีสิทธิในการใช้ชีวิตอย่างเป็นอิสระและมีคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วยหลักการพื้นฐานที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่ การมีเสรีภาพ ซึ่งหมายถึงการสามารถพึ่งพาตนเองได้ การมีส่วนร่วม ในกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคม การได้รับการดูแลที่เหมาะสม การบรรลุความพึงพอใจในตนเอง และการมีศักดิ์ศรี องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้เสนอกรอบองค์ประกอบหลักของการเป็นผู้สูงอายุที่มีศักยภาพไว้ 3 ประการ ได้แก่ สุขภาพ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม และความมั่นคงในชีวิต ซึ่งทั้งสามด้านนี้ล้วนเกี่ยวพันกันเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในวัยสูงอายุ

1. สุขภาพ เป็นปัจจัยแรกและสำคัญที่สุดในการที่จะทำให้ผู้สูงอายุสามารถดำรงชีวิตได้อย่างอิสระ การที่บุคคลจะมีสุขภาพดีหรือไม่ ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ทั้งจากการดูแลของตนเอง การได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว และสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งการรักษาสุขภาพที่ดีไม่เพียงแต่ช่วยลดความเสี่ยงของการเจ็บป่วย แต่ยังทำให้ผู้สูงอายุสามารถมีชีวิตที่เต็มเปี่ยมไปด้วยพลังและความสุข

2. การมีส่วนร่วม ในกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในครอบครัว ชุมชน และสังคมมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการรักษาคุณค่าและศักดิ์ศรีของตนเอง ผู้สูงอายุที่ยังสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมเหล่านี้จะรู้สึกว่าการดำรงตนมีความหมายในสังคม และช่วยให้รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการเคลื่อนไหวทางสังคม สิ่งเหล่านี้ไม่เพียงแต่ส่งผลดีต่อสุขภาพจิตของผู้สูงอายุเท่านั้น แต่ยังช่วยให้พวกเขามีความสุขและรู้สึกว่าการดำรงตนยังคงมีประโยชน์และคุณค่าในสังคม

3. ความมั่นคงในชีวิต ของผู้สูงอายุหมายถึงความมั่นคงทั้งในด้านร่างกายและเศรษฐกิจ โดยเริ่มจากการมีที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัย และการได้รับการดูแลที่เหมาะสมจากครอบครัวและสังคม ความมั่นคงทางเศรษฐกิจเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ เพราะมันช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีคุณภาพและสามารถดูแลตนเองได้ในระยะยาว

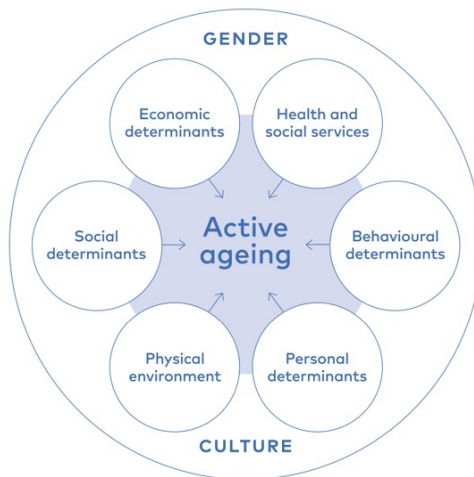
ปัจจุบันการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุด้วยแนวคิดเรื่อง “ผู้สูงอายุที่มีศักยภาพ” (active ageing) ได้รับความสนใจมากขึ้นในวงวิชาการและสังคมทั่วไป โดยเฉพาะกลุ่มประชากรที่กำลังก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุอย่าง “เจนเรชันเอ็กซ์” ที่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากกลุ่มสูงอายุในยุคก่อน ไม่ว่าจะเป็นความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี ความใส่ใจในสุขภาพ ความต้องการความเป็นอิสระทางความคิด การดำเนินชีวิตแบบยืดหยุ่น รวมถึงความสามารถในการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ หนึ่งในมิติสำคัญที่ควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุคือ

“ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม” โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะหลัก ได้แก่ การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการปฏิสัมพันธ์ในระดับกลุ่มในระดับบุคคล การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมสามารถอธิบายผ่านองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1. ความพึงพอใจร่วม คือ ความรู้สึกพึงพอใจในการมีความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานของประโยชน์ซึ่งกันและกัน
2. การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เป็นพฤติกรรมที่ให้แก่งกันโดยไม่หวังผลตอบแทนโดยตรง ซึ่งช่วยส่งเสริมความรู้สึกเชิงบวกและเสริมสร้างความสัมพันธ์
3. ความไว้วางใจ ถือเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยลดเลี่ยนความสัมพันธ์ให้มั่นคง และยังส่งผลต่อความรู้สึกมีคุณค่าของตนเอง
4. ค่านิยมส่วนบุคคล หรือบรรทัดฐานทางสังคมที่สอดคล้องกัน ถือเป็นแรงขับเคลื่อนที่ช่วยสร้างความเข้าใจและลดความขัดแย้งในการอยู่ร่วมกัน

ภาพ 1

แผนภาพ Active Ageing ที่ประกอบด้วย การมีสุขภาพะที่ดี การมีสังคมที่ดี การมีพฤติกรรม การใช้ชีวิตที่ดี สุขภาวะทางร่างกายที่ดี เป็นต้น



หมายเหตุ. จาก Active and healthy ageing: WHO frameworks and related concepts, โดย Nordic Welfare Centre, 2026, (https://nordicwelfare.org/pub/Active_and_Healthy_Ageing___Heterogenous_perspectives_and_Nordic_indicators/context.html). Copyright 2026 by Nordic Welfare Centre.

การมีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับบุคคลหรือกลุ่มจึงสามารถช่วยลดภาวะซึมเศร้า ความเครียด และความโดดเดี่ยวลงได้อย่างมีนัยสำคัญ ช่วยให้ผู้สูงอายุยังคงรู้สึกมีคุณค่าและได้รับการยอมรับจากสังคม ซึ่งสะท้อนผ่านแนวคิดของ “ทฤษฎีกิจกรรม” ที่ระบุว่า การเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ โดยไม่จำเป็นต้องมีความเข้มข้นหรือเป็นทางการมากนัก สามารถส่งผลดีต่อสุขภาพจิตและความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงวัยได้ (พัชรภา มนูญภัทรราชย์, 2544) การศึกษาหลายชิ้นสนับสนุนข้อสรุปดังกล่าว เช่น ผลการวิจัยของ ทิพย์อรุณ สมภู (2552) พบว่า แม้สภาพร่างกายของผู้สูงอายุอาจเสื่อมถอยตามวัย แต่หากยังคงเข้าร่วมกิจกรรมสังคมอย่างสม่ำเสมอ จะสามารถรักษาระดับความสุข ลดความรู้สึกเหงา และส่งเสริมสุขภาพจิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ สมศรี กันธมาลา (2529) พบว่า ผู้เกษียณจากกระทรวงศึกษาธิการที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มอย่างต่อเนื่อง จะสามารถปรับตัวและใช้ชีวิตหลังเกษียณได้อย่างมีความสุขมากกว่าผู้ที่ไม่มีกิจกรรมทางสังคม ขณะที่ ศจี วิสารทศจี (2554) ชี้ว่า การเข้าร่วมกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้ผู้สูงวัยรับรู้ถึงคุณค่าตนเอง และช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตในระยะยาว ทั้งนี้ผู้สูงอายุในเมืองมักมีกิจกรรมยามว่างที่กระทำคนเดียวภายในบ้าน เช่น ดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ อ่านหนังสือ หรือเลี้ยงสัตว์ ซึ่งแม้จะช่วยผ่อนคลายความเครียด แต่กลับไม่ส่งเสริมการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเท่าที่ควร ดังนั้นการออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุยุคใหม่จึงมีความจำเป็น โดยสามารถจำแนกกิจกรรมเหล่านี้ได้เป็น 7 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. กิจกรรมเพื่อสุขภาพ เช่น การออกกำลังกาย โยคะ หรือเดินรำ
2. กิจกรรมด้านศาสนา เช่น การร่วมทำบุญหรือฟังธรรม
3. กิจกรรมฝึกสมอง เช่น การอ่านหนังสือ หรือเล่นเกมที่กระตุ้นการคิด
4. กิจกรรมบันเทิง เช่น การร้องเพลง ดูหนัง หรือฟังดนตรี
5. กิจกรรมสร้างสัมพันธ์ เช่น การพบปะพูดคุย หรือร่วมกลุ่มสังสรรค์
6. กิจกรรมเสริมสร้างจินตนาการ เช่น วาดภาพ ดนตรี หัตถกรรม
7. กิจกรรมพิเศษ เช่น การเดินทางท่องเที่ยว หรือเรียนรู้ทักษะใหม่

สรุปได้ว่า การส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเจนเรชั่นเอ็กซ์ให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมที่หลากหลายและสอดคล้องกับวิถีชีวิตยุคใหม่ จะช่วยเสริมสร้างสุขภาวะที่ดีในระยะยาว ทำให้ผู้สูงวัยสามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณค่า สมศักดิ์ศรี และมีความสุขในสังคมร่วมสมัย

แนวคิดทฤษฎีกิจกรรมของผู้สูงอายุรุ่นใหม่สู่การออกแบบสภาพแวดล้อมทางสถาปัตยกรรม

การทำความเข้าใจรูปแบบกิจกรรมและความสามารถของผู้สูงอายุเป็นพื้นฐานสำคัญของการออกแบบสภาพแวดล้อมทางสถาปัตยกรรม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายเมื่ออายุ

มากขึ้นส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการพึ่งพาตนเอง และกำหนดรูปแบบการใช้พื้นที่ในชีวิตประจำวัน เพื่อชี้ให้เห็นว่า ผู้สูงอายุแต่ละกลุ่มมีกิจกรรม ความต้องการ และข้อจำกัดที่แตกต่างกันอย่างไร และความแตกต่างเหล่านั้นควรสะท้อนสู่แนวทางออกแบบพื้นที่อย่างไร โดยในหนังสือ “การจัดการความรู้และสังเคราะห์แนวทางปฏิบัติของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล: แนวปฏิบัติในการบริการผู้สูงอายุ” (สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข, 2553) ได้มีการจัดกลุ่มผู้สูงอายุตามลักษณะทางกายภาพและความสามารถในการทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1: ผู้สูงอายุที่สามารถดูแลตนเองได้ดี หรือกลุ่มติดสังคม

กลุ่มนี้หมายถึงผู้สูงอายุที่ยังสามารถใช้ชีวิตประจำวันได้ทั้งภายในและภายนอกบ้าน หากมีโรคเรื้อรังยังสามารถควบคุมได้ มีศักยภาพในการช่วยเหลือครอบครัว และยังมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนได้เป็นอย่างดี

กลุ่มที่ 2 : ผู้สูงอายุที่มีข้อจำกัดในการเคลื่อนไหว หรือกลุ่มติดบ้าน

ผู้สูงอายุในกลุ่มนี้เริ่มมีปัญหาด้านสุขภาพบางประการ สามารถช่วยเหลือตนเองได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังคงพึ่งพาผู้อื่นหรืออุปกรณ์ช่วยเหลือในการเคลื่อนไหว ทำให้ออกนอกบ้านน้อยหรือไม่ชอบเข้าสังคม อีกทั้งอาจเผชิญกับภาวะซึมเศร้า ภาวะหลงลืม หรือโรคสมองเสื่อม ซึ่งบางรายอาจมีศักยภาพในการเกื้อกูลครอบครัวและสังคม ในขณะที่บางรายอาจไม่สามารถช่วยเหลือครอบครัวได้

กลุ่มที่ 3 : ผู้สูงอายุที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ หรือกลุ่มติดเตียง

กลุ่มนี้รวมถึงผู้สูงอายุที่มีความพิการหรือทุพพลภาพ ต้องได้รับความช่วยเหลืออย่างเต็มรูปแบบ ไม่สามารถขยับร่างกายได้แม้ขณะนั่ง มีโรคประจำตัวหลายโรค ต้องได้รับการดูแลเต็มรูปแบบ กลุ่มนี้ไม่สามารถมีส่วนร่วมกับกิจกรรมในสังคมได้ด้วยตนเอง จำเป็นต้องพึ่งพาครอบครัวหรือบุคคลอื่นในการดูแล และไม่มีความสามารถในการช่วยเหลือผู้อื่น

ถึงแม้ผู้สูงอายุในกลุ่มที่ 1 และ 2 จะยังคงมีความสามารถในการดูแลตนเองบางส่วน แต่หากขาดการสนับสนุนโดยเฉพาะจากครอบครัวที่มีรายได้ระดับน้อยถึงปานกลาง ก็อาจเผชิญกับความเสี่ยงด้านสุขภาพในอนาคต ดังนั้น การออกแบบที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อช่วยลดอุบัติเหตุที่อาจนำไปสู่ความพิการหรือทุพพลภาพในระยะยาว ซึ่งจะเป็นการลดภาระของครอบครัว และลดโอกาสที่ผู้สูงอายุจะถูกทอดทิ้งในอนาคต

ไตรรัตน์ จารุทัศน์ และคณะ (2548) ได้จัดทำรายงานวิจัย “โครงการศึกษามาตรฐานขั้นต่ำสำหรับที่พักอาศัยและสภาพแวดล้อมของผู้สูงอายุ” ที่ได้รับการสนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ (มสช.) และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) พบว่า การใช้พื้นที่ส่วนใหญ่การใช้พื้นที่ทั้งภายในและภายนอกอาคารที่ผู้สูงอายุใช้เวลาในแต่ละวันมากที่สุด คือ ห้องนั่งเล่น คิดเป็นร้อยละ 34.1 รองลงมา คือ ห้องนอน คิดเป็นร้อยละ 25.6 โดยกิจกรรมที่ชอบทำที่กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่ชอบทำในพื้นที่ภายนอกบ้านหรืออาคารที่พัก คือ การนั่งเล่น นอนเล่น พักผ่อน คิดเป็นร้อยละ

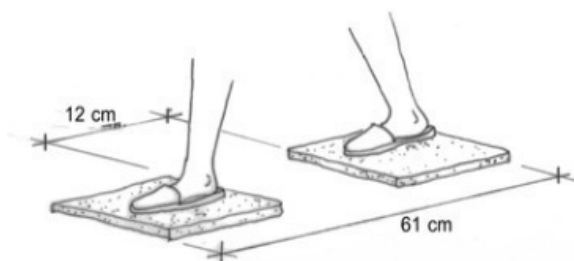
44.4 รองลงมา คือ คุยพบปะผู้คน ทำสวน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และ 32.8 ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังได้สำรวจการวัดขนาดร่างกาย การทดลองใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ติดตั้งภายนอกและภายในอาคาร เพื่อหาข้อสรุปและเสนอแนะขนาดที่เหมาะสมในการออกแบบที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุไทย โดยสามารถสรุปหลักการจัดสภาพแวดล้อมภายในบ้านและรอบบ้าน เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างสะดวก และปลอดภัย ได้ดังนี้

พื้นที่ภายนอกอาคาร

1. ทางเดินเท้า ควรเป็นทางเดินที่เรียบ มีพื้นผิวที่ไม่ลื่น เช่น ผิวกรวดล้าง ความกว้างของทางเดิน ไม่น้อยกว่า 50 เซนติเมตร และ 90 เซนติเมตร สำหรับผู้ที่ใช้รถเข็นสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ หากมีท่อระบายน้ำหรือรางระบายน้ำบนพื้นต้องมีฝาปิดสนิท หากเป็นพื้นแผ่นปูทางเดิน ควรมีระยะห่างระหว่างแผ่นประมาณ 12 เซนติเมตร

ภาพ 2

ระยะก้าวเดินระหว่างแผ่นทางเดิน



หมายเหตุ. จาก โครงการศึกษามาตรฐานขั้นต่ำสำหรับที่พักอาศัย และสภาพแวดล้อมของผู้สูงอายุ: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ (น. 52), โดย ไตรรัตน์ จารุทัศน์ และคณะ, 2548, สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. TU digital collections. (https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:63529). สงวนลิขสิทธิ์ 2548 โดย ไตรรัตน์ จารุทัศน์ และคณะ.

2. ทางลาด หากพื้นที่ระหว่างพื้นที่บริเวณนั้นมีความต่างระดับกันเกิน 2 เซนติเมตร ควรจัดให้มีทางลาดระหว่างพื้นที่ต่างระดับกัน แต่ถ้ามีความต่างระดับกันไม่เกิน 2 เซนติเมตร ต้องปาดมุมพื้นที่ส่วนต่างระดับกัน ไม่เกิน 45 องศา ทางลาดต้องมีความลาดชันไม่เกิน 1:12 มีความกว้าง ไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตร ความยาวช่วงละไม่เกิน 6 เมตร กรณีที่ยาวเกิน 6 เมตร ต้องจัดให้มีชานพักไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร พื้นผิวของจุดต่อเนื่องระหว่างพื้นที่กับทางลาดต้องเรียบ ไม่สะดุด

ภาพ 3

ทางลาด ใช้ค่าจากการทดสอบจริงกับอุปกรณ์

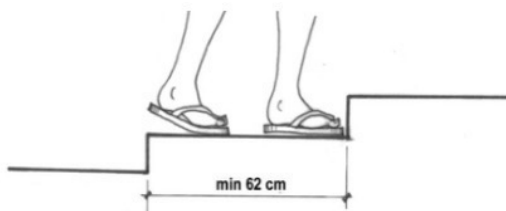


หมายเหตุ. จาก โครงการศึกษามาตรฐานขั้นต่ำสำหรับที่พักรอคาย และสภาพแวดล้อมของผู้สูงอายุ: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ (น. 53), โดย ไตรรัตน์ จารุทัศน์ และคณะ, 2548, สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. TU digital collections. (https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:63529). สงวนลิขสิทธิ์ 2548 โดย ไตรรัตน์ จารุทัศน์ และคณะ.

3. บันไดภายนอกอาคาร จากข้อสรุปที่ได้ศึกษาจากการได้เสนอแนะขนาดที่เหมาะสมกับการออกแบบไว้ โดยที่ลูกตั้งสูงไม่เกิน 13 เซนติเมตร กว้างไม่น้อยกว่า 62 เซนติเมตร และมีขนาดสม่ำเสมอตลอดช่วงบันได ลูกตั้งห้ามเปิดเป็นช่องโหว่ ในกรณีที่มีมุกบันได ให้มีระยะเหลื่อมกันไม่เกิน 2 เซนติเมตร พื้นผิวไม่ลื่น

ภาพ 4

ความกว้างบันไดภายนอกอาคาร



หมายเหตุ. จาก โครงการศึกษามาตรฐานขั้นต่ำสำหรับที่พักรอคาย และสภาพแวดล้อมของผู้สูงอายุ: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ (น. 54), โดย ไตรรัตน์ จารุทัศน์ และคณะ, 2548, สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. TU digital collections. (https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:63529). สงวนลิขสิทธิ์ 2548 โดย ไตรรัตน์ จารุทัศน์ และคณะ.

4. รั้วบ้าน จากข้อสรุปพบว่าผู้สูงอายุเลือกรั้วบ้านที่มีความสูง 1.2 เมตร รูปแบบรั้วที่เลือกเป็นแบบกึ่งทึบกึ่งโปร่ง และเลือกใช้เหล็กเป็นวัสดุมากที่สุด จากข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุมีความต้องการที่จะปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน หรือคนรอบข้าง แต่ในขณะเดียวกันก็ยังต้องการความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยด้วย

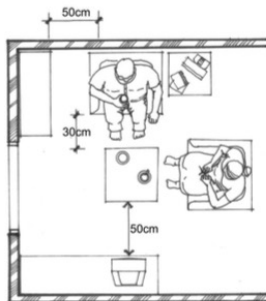
นอกจากนี้ความต้องการพื้นที่ภายนอกของผู้สูงอายุนั้นยังพบว่ามีความต้องการพื้นที่สำหรับการออกกำลังกายโดยใช้กายบริหาร และหากบริเวณบ้านพอมีพื้นที่เหลือ ควรจัดให้มีมุมพักผ่อนด้านนอก เช่น มุมสวน สนามหญ้าหรือเฉลียงหน้าบ้าน เพื่อให้ผู้สูงอายุได้ใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกอื่นๆ ภายในครอบครัว หรือเป็นพื้นที่พูดคุยกับเพื่อนบ้าน เพื่อเป็นการส่งเสริมกิจกรรมสร้างสัมพันธ์

พื้นที่ภายในอาคาร สำหรับผู้สูงอายุ ควรมีพื้นที่ครอบคลุมการใช้งาน มีพื้นที่นั่งพักผ่อน นันทนาการ และรับประทานอาหาร แยกออกจากห้องพักผ่อนแต่ละห้อง

1. ห้องนั่งเล่น ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้เวลาในแต่ละวันอยู่ในห้องนั่งเล่นมากที่สุด เป็นห้องที่เกิดกิจกรรมที่หลากหลายในพื้นที่เดียวกัน การจัดวางเฟอร์นิเจอร์ไม่ควรตั้งกีดขวางจนเป็นอุปสรรคในการเคลื่อนไหวของผู้สูงอายุ ขนาดต่ำสุดสำหรับการใช้โต๊ะ ควรมีระยะห่างอย่างน้อย 30 เซนติเมตร และระยะห่างอย่างน้อย 50 เซนติเมตร สำหรับเฟอร์นิเจอร์

ภาพ 5

ระยะในห้องนั่งเล่น เป็นระยะที่กำหนดการเอื้อมมือเพื่อหยิบของที่สะดวกจากชั้น



หมายเหตุ. จาก โครงการศึกษามาตรฐานขั้นต่ำสำหรับที่พักอาศัย และสภาพแวดล้อมของผู้สูงอายุ: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ (น. 58), โดย ไตรรัตน์ จารุทัศน์ และคณะ, 2548, สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. TU digital collections. (https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:63529). สงวนลิขสิทธิ์ 2548 โดย ไตรรัตน์ จารุทัศน์ และคณะ.

2. ห้องนอน การใช้สอยพื้นที่ภายในห้องนอน นอกจากจะต้องมีพื้นที่สำหรับวางเตียงแล้ว ยังต้องมีพื้นที่รองรับสำหรับทำกิจกรรมส่วนตัว เช่น พื้นที่สำหรับการแต่งตัว ดังนั้นห้องนอนจึงไม่ควรมีพื้นที่เล็กเกินไป โดยจัดให้มีพื้นที่ห่าง 60 เซนติเมตร ระหว่างเตียงและผนัง เพื่อง่ายสำหรับการลุกนอนและจัดเตียง จัดให้อยู่ชั้นล่างของบ้าน

ภาพ 6

ขนาดและระยะต่าง ๆ ภายในห้องนอน



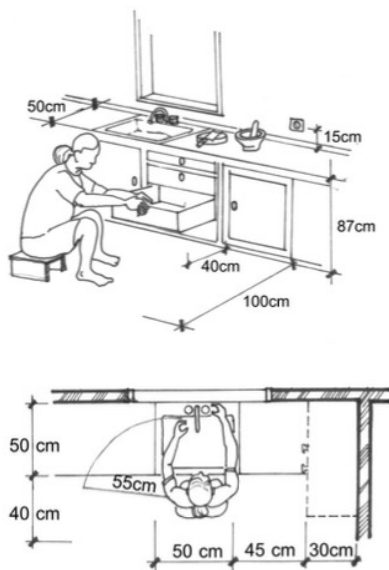
หมายเหตุ. จาก โครงการศึกษามาตรฐานขั้นต่ำสำหรับที่พักอาศัย และสภาพแวดล้อมของผู้สูงอายุ: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ (น. 57), โดย ไตรรัตน์ จารุทัศน์ และคณะ, 2548, สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. TU digital collections. (https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:63529). สงวนลิขสิทธิ์ 2548 โดย ไตรรัตน์ จารุทัศน์ และคณะ.

3. ห้องน้ำ เป็นห้องที่มีความสำคัญต่อความปลอดภัยของผู้สูงอายุ เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีโอกาสเกิดอุบัติเหตุได้ง่าย โดยไม่ควรตั้งอยู่ไกลจากห้องนอนผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุที่มีอายุมาก ๆ มักจะมีปัญหาการกลั้นปัสสาวะไม่อยู่ ขนาดห้องไม่ควรแคบเกินไปจนเป็นอุปสรรคในการเคลื่อนไหวของผู้สูงอายุ ระยะที่เหมาะสมภายในห้องนี้มีเส้นผ่านศูนย์กลางไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร เพื่อให้ผู้สูงอายุที่ใช้เก้าอี้รถเข็นสามารถหมุนตัวกลับได้ ประตูเป็นบานเปิดออกสู่ภายนอก โดยต้องเปิดค้างได้ไม่น้อยกว่า 90 องศา หรือเป็นบานเลื่อน มีราวจับยึดผนังเพื่อช่วยการพยุงตัว พื้นห้องน้ำควรเป็นวัสดุที่ไม่ลื่น ถ้าเป็นพื้นต่างระดับควรเป็นทางลาด เพราะการพลัดหกล้มในผู้สูงอายุมักเกิดจากพื้นที่เปียกชื้น หรือเปลี่ยนระดับ ทำให้ไม่สามารถทรงตัวได้

4. ห้องครัว มีขนาดที่พอเหมาะ ไม่ต้องใช้แรงงานหรือการเดินมาก มีระบบระบายอากาศที่ดี นอกจากการใช้สำหรับเตรียมอาหารแล้ว ยังใช้ในการเก็บอุปกรณ์และเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาหารและชำระล้างภาชนะ เตาไม่ควรอยู่ในมุม ด้านล่างของเคาน์เตอร์มีพื้นที่สำหรับรถเข็น โดยตำแหน่งของห้องครัวควรอยู่ติดกับผนัง ระยะห่างระหว่างเคาน์เตอร์กับสิ่งต่าง ๆ 100 เซนติเมตร ความสูงเคาน์เตอร์ 87 เซนติเมตร ความกว้างเคาน์เตอร์ไม่น้อยกว่า 50 เซนติเมตร ตู้เย็นหรือลิ้นชักในครัวควรอยู่ตำแหน่งที่เหมาะสม เพื่อที่ผู้สูงอายุจะได้ไม่ต้องก้มมากเกินไปเพราะจะเป็นผลเสียกับสุขภาพหลัง

ภาพ 7

ความสูงของเคาน์เตอร์ และ ความลึกของเคาน์เตอร์



หมายเหตุ. จาก โครงการศึกษามาตรฐานขั้นต่ำสำหรับที่พักอาศัย และสภาพแวดล้อมของผู้สูงอายุ: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ (น. 61), โดย ไตรรัตน์ จารุทัศน์ และคณะ, 2548, สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. TU digital collections. (https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:63529). สงวนลิขสิทธิ์ 2548 โดย ไตรรัตน์ จารุทัศน์ และคณะ.

กว่า 80 เซนติเมตร และมีลักษณะความยาวต่อเนื่องตลอดแนวนอนได้ ส่วนที่ยึดติดกับผนังจะต้องไม่กีดขวางหรือเป็นอุปสรรคต่อการใช้งาน

ด้วยเหตุนี้ การออกแบบที่พกอาศัยสำหรับผู้สูงอายุจึงควรตั้งอยู่บนหลักการของ *Universal Design* หรือ *การออกแบบเพื่อทุกคน* ซึ่งเป็นแนวคิดที่มุ่งสร้างสภาพแวดล้อมที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้งานได้อย่างเท่าเทียม ไม่ว่าจะมีความบกพร่องทางร่างกาย อายุ หรือสมรรถภาพเพียงใด แนวคิดนี้เน้นการออกแบบพื้นที่ที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานโดยไม่ต้องมีการปรับเปลี่ยนเฉพาะบุคคล และประกอบด้วยหลักการสำคัญ 7 ประการ อาทิ การใช้งานอย่างเท่าเทียม (equitable use), ความยืดหยุ่นในการใช้งาน (flexibility in use) และ การใช้งานที่ง่ายและเข้าใจได้ (simple and intuitive use) ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในกิจกรรมหลักของผู้สูงอายุเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตได้อย่างเหมาะสม

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้แนวคิดดังกล่าวในงานออกแบบ เช่น การออกแบบพื้นที่สำหรับการเคลื่อนไหวกายในบ้าน ควรหลีกเลี่ยงความต่างระดับ ใช้วัสดุป้องกันการลื่นล้ม มีราวจับในจุดที่เหมาะสม และจัดแสงสว่างให้เพียงพอโดยเน้นแสงธรรมชาติเพื่อป้องกันอุบัติเหตุ พื้นที่สำหรับกิจกรรมทางกายหรือการยืดเหยียด ควรตั้งอยู่ในพื้นที่ศูนย์กลางของบ้านที่สามารถปรับเปลี่ยนฟังก์ชันได้ และเปิดมุมมองสู่ภายนอกเพื่อส่งเสริมสภาวะทางจิตใจที่ดี การจัดการครัวเรือน ควรมีเคาน์เตอร์ที่สามารถปรับระดับความสูง แก้อาหรับพักขณะทำกิจกรรม และติดตั้งระบบแจ้งเตือนฉุกเฉินเพื่อความปลอดภัย นอกจากนี้ พื้นที่เพื่อการปฏิสัมพันธ์และการเรียนรู้ของผู้สูงอายุควรถูกออกแบบให้ส่งเสริมให้พวกเขาออกจากพื้นที่ส่วนตัวมากขึ้น โดยการสร้างลานกิจกรรม หรือพื้นที่สาธารณะกลางแจ้งที่ปลอดภัย ใช้งานสะดวก และเชื่อมต่อกับชุมชน อีกแง่มุมที่สำคัญ คือ การคำนึงถึง “ความสามารถในการตัดสินใจเลือก” และ “การมีส่วนร่วม” ของผู้สูงอายุในกระบวนการออกแบบ ซึ่งสามารถส่งเสริมได้ผ่านการใช้แนวคิด Participatory Design หรือการออกแบบแบบมีส่วนร่วม โดยเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนตั้งแต่ระยะต้น เพื่อให้เกิดพื้นที่ที่ตอบสนองทั้งด้านฟังก์ชัน และสะท้อนถึงตัวตน ประสบการณ์ชีวิต และคุณค่าของผู้สูงอายุในแต่ละบุคคล

กล่าวโดยสรุป การออกแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุในอนาคตควรเป็นการบูรณาการระหว่าง ความต้องการหลักในการใช้งานกิจกรรมในชีวิตประจำวัน 7 ด้าน กับหลักการออกแบบของ *Universal Design* เพื่อพัฒนาพื้นที่ที่เอื้อต่อการดำรงชีวิตอย่างมีศักดิ์ศรี โดยคำนึงถึงสมดุลของสุขภาพกาย สุขภาพใจ และความรู้สึกของการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม การออกแบบที่ก้าวข้ามเพียงมิติทางกายภาพ สู่การเข้าใจวิถีชีวิตของผู้สูงอายุอย่างลึกซึ้ง จะกลายเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างสังคมสูงวัยที่มีคุณภาพและยั่งยืนในระยะยาว

บทเรียนจากอดีตสู่แนวทางการพัฒนาในอนาคต

บุษกร รมยานนท์ (2555) ได้ดำเนินการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบและการปรับเปลี่ยนที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวให้มีความเหมาะสมต่อการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุ โดยวิเคราะห์ศักยภาพขององค์ประกอบทางกายภาพตั้งแต่ระดับแปลงที่ดินจนถึงโครงสร้างบ้าน งานศึกษาชี้ให้เห็นว่ารูปแบบที่ดิน โดยเฉพาะความแตกต่างระหว่างที่ดินหน้ากว้างกับหน้าแคบ และลึก ซึ่งสร้างเงื่อนไขด้านการจัดวางองค์ประกอบภายในและการเข้าถึงที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ บ้านที่ตั้งอยู่บนที่ดินหน้ากว้างมีพื้นที่ด้านหน้ามากพอสำหรับการจัดวางทางเข้า การเว้นพื้นที่สำหรับติดตั้งทางลาดในอนาคต และการขยายห้องฟังก์ชันที่จำเป็น ขณะที่บ้านหน้าแคบและลึกมักมีข้อจำกัด ทำให้การสร้างพื้นที่ต่อเนื่องระหว่างห้องนอน ห้องน้ำ และพื้นที่นั่งเล่น มีความยุ่งยากกว่า ผลลัพธ์เช่นนี้สะท้อนให้เห็นว่าความยืดหยุ่นของบ้านมีรากฐานอยู่ในระดับโครงสร้างและรูปทรงของแปลงที่ดิน ดังนั้นการออกแบบเพื่อรองรับการสูงวัยควรเป็นกระบวนการเชิงระบบที่เริ่มตั้งแต่จุดกำเนิดของโครงการ มิใช่เพียงการแก้ไขเฉพาะจุดภายหลัง โดยเสนอให้พิจารณาความยืดหยุ่นเป็นลำดับขั้น เพื่อให้บ้านสามารถรองรับการใช้งานที่เปลี่ยนไปตามวัยของผู้อยู่อาศัยเป็น 3 ระดับสำคัญ ได้แก่ (1) ระดับโครงสร้าง คือ การป้องกันปัญหาที่อาจต้องรื้อสร้างใหม่ เช่น การออกแบบประตูทุกบานซึ่งรวมถึงประตูห้องน้ำให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตร การออกแบบพื้นให้ไร้ธรณีหรือไร้การเปลี่ยนระดับ รวมถึงการเว้นพื้นที่ภายนอกบ้านอย่างน้อย 1.50 เมตร สำหรับการติดตั้งทางลาดในอนาคต การเตรียมระบบสาธารณูปโภคให้อยู่ในตำแหน่งที่สามารถดัดแปลงหรือขยายได้ในอนาคต (2) ระดับผังภายในและวัสดุโดยสามารถปรับเปลี่ยนเพิ่มในภายหลัง คือ การจัดผังแบบเปิด (Open Plan) ที่เอื้อต่อการปรับฟังก์ชัน ไปจนถึงการจัดวางตำแหน่งสุขภัณฑ์ในห้องน้ำและประตูทางเข้าที่มีความสัมพันธ์กัน (3) ระดับอุปกรณ์และองค์ประกอบเฉพาะ เช่น อ่างล้างหน้าที่สามารถถอดตู้ด้านล่างได้ ราวจับที่สามารถติดตั้งได้ในตำแหน่งเตรียมโครงสร้างไว้แล้ว รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ปรับระดับหรือเลื่อนฟังก์ชันตามต้องการในอนาคต การขยายแนวคิด Adaptable Design ไปสู่การออกแบบทั้งสามระดับนี้ทำให้พื้นที่อยู่อาศัยไม่เพียงรองรับการใช้งานในปัจจุบัน แต่ยังพร้อมปรับตามความต้องการในอนาคตโดยลดค่าใช้จ่ายและความยุ่งยากในการปรับปรุง ส่งผลให้ผู้สูงอายุสามารถดำรงชีวิตได้อย่างสะดวก ปลอดภัย และมีคุณภาพมากขึ้นเมื่อก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุ

อย่างไรก็ดีแม้แนวคิด Universal Design, Accessible Design และ Adaptable Design จะเป็นกรอบแนวคิดสำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์ แต่ผลการศึกษากลับสะท้อนว่าการนำแนวคิดเหล่านี้ไปใช้จริงยังประสบข้อจำกัดอย่างมาก ผู้พัฒนาโครงการจำนวนไม่น้อยเลือกลดมาตรฐานด้านความปลอดภัยและความสะดวกสบายเพื่อควบคุมต้นทุน ทำให้เกิดปัญหา เช่น ประตูห้องน้ำที่มีขนาดเล็กกว่ามาตรฐาน การติดตั้งสุขภัณฑ์ทั่วไปที่ไม่รองรับการใช้งานของผู้สูงอายุ หรือการไม่เตรียมโครงสร้างรองรับทางลาดและอุปกรณ์เสริมตั้งแต่ต้น ส่งผลให้เมื่อเกิดความจำเป็นต้องปรับปรุงจริง ค่าใช้จ่ายกลับสูงขึ้นกว่าการเตรียมความพร้อมตั้งแต่ระยะก่อสร้าง อีกทั้งยังสร้างความยุ่งยากและความเสี่ยงเพิ่มเติมต่อผู้สูงอายุในระหว่างการปรับปรุงบ้าน

ในอีกมิติหนึ่งการศึกษาสภาพการณ์ของผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในโครงการจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยวบ้านแฝด บ้านแถว: กรณีศึกษา โครงการ ไอลิฟ พาร์ค และไอลิฟทาวน์ กานดาพระราม 2 กม.14 (แสมดำ) ของ อรโหฬาร โขควิริยากร (2558) ที่มีการเข้าสำรวจการใช้งานจริงของผู้สูงอายุในโครงการบ้านจัดสรร โดยเน้นศึกษาพฤติกรรมและประสบการณ์ของผู้สูงอายุที่อยู่อาศัยร่วมกับครอบครัวหลายรุ่น ผลการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่เลือกใช้ห้องนอนชั้นล่างเพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากการขึ้นลงบันได แต่ก็มีผู้สูงอายุจำนวนหนึ่งที่ยังคงเลือกใช้ห้องนอนชั้นบนตามความเคยชินเดิม รวมถึงการทำกิจกรรมยามเช้า เช่น การตื่นมาใส่บาตร ซึ่งจำเป็นต้องเดินผ่านเฉลียงหน้าบ้านที่มักจะมีรถจอดขวางอยู่ ซึ่งเป็นอุปสรรคในการเข้าถึงพื้นที่ด้านนอกโดยเฉพาะในช่วงเวลาที่แสงสว่างไม่เพียงพอ สถานการณ์นี้ชี้ให้เห็นความหลากหลายของรูปแบบการใช้ชีวิตที่ไม่สามารถตอบสนองได้ด้วยแบบบ้านมาตรฐานเพียงรูปแบบเดียว และสะท้อนความจำเป็นของพื้นที่ที่สามารถปรับตัวตามพฤติกรรมเฉพาะของแต่ละบุคคล นอกจากนี้การจัดวางพื้นที่ใช้งานภายในบ้าน เช่น ห้องนั่งเล่น ห้องนอน และห้องน้ำ มักถูกคั่นด้วยพื้นที่ว่างหรือจุดเปลี่ยนระดับที่ไม่สามารถเข้าถึงกันได้โดยตรง ยิ่งเพิ่มความเสี่ยงต่อการพลัดตกหกล้ม ซึ่งเป็นประเด็นด้านความปลอดภัยที่ผู้สูงอายุเผชิญเป็นประจำ ตลอดจนตำแหน่งสวิตช์ไฟและดวงโคมที่ไม่เหมาะสม ปัจจัยเหล่านี้เป็นตัวแบบสำคัญของปัญหา “ช่องว่างระหว่างการออกแบบกับการใช้งานจริง” ซึ่งไม่สามารถแก้ได้เพียงจากการเพิ่มฟังก์ชันห้องนอนชั้นล่าง แต่ต้องอาศัยการทบทวนกระบวนการออกแบบภายในทั้งระบบ ความจำเป็นในการปรับปรุงบ้านให้สอดคล้องกับสภาพร่างกายที่เปลี่ยนแปลงจึงเป็นเรื่องสำคัญ แต่กลับพบว่าผู้สูงอายุหลายรายไม่สามารถดำเนินการได้เนื่องจากภาระค่าใช้จ่ายที่สูงเกินกำลัง

เมื่อเปรียบเทียบและสังเคราะห์ผลการศึกษาทั้งสองงานร่วมกัน จะเห็นได้ว่าองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นชี้ไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ นั่นคือ การออกแบบบ้านสำหรับผู้สูงอายุจำเป็นต้องมีความยืดหยุ่นในหลายระดับ ตั้งแต่ระดับโครงสร้าง ระดับผังภายใน ไปจนถึงระดับองค์ประกอบเฉพาะที่สามารถเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนได้ในอนาคต ความยืดหยุ่นดังกล่าวไม่เพียงตอบรับการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายของผู้สูงอายุ แต่ยังรองรับความแตกต่างของพฤติกรรม

ภาพ 9

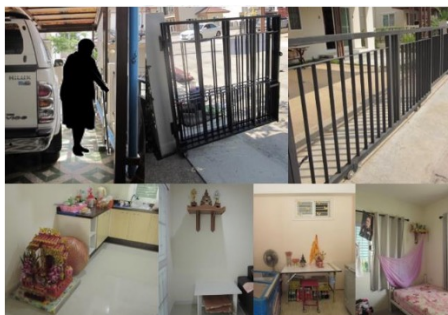
ห้องนั่งเล่นและเฉลียงนอกบ้านของครอบครัวที่มีผู้สูงอายุอาศัยร่วมด้วย



หมายเหตุ. จาก สภาพการของผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในโครงการจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด บ้านแถว : กรณีศึกษา โครงการ ไอลิฟ พาร์ค และไอลิฟทาวน์ กานดา พระราม 2 กม.14 (แสมดำ) (น.116), โดย อรไพลิน โชควิริยากร, 2558, [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย], Chula Digital Collections (<https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/72109/>). สแกนลิขสิทธิ์ 2548 โดย อรไพลิน โชควิริยากร.

ภาพ 10

การเดินทางที่จอดรถเพื่อตักบาตร และการติดตั้งหิ้งพระที่ไม่เหมาะสม



หมายเหตุ. จาก สภาพการของผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในโครงการจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด บ้านแถว : กรณีศึกษา โครงการ ไอลิฟ พาร์ค และไอลิฟทาวน์ กานดา พระราม 2 กม.14 (แสมดำ) (น.114), โดย อรไพลิน โชควิริยากร, 2558, [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย], Chula Digital Collections (<https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/72109/>). สแกนลิขสิทธิ์ 2548 โดย อรไพลิน โชควิริยากร.

และบริบทครอบครัวที่หลากหลาย ทั้งสองงานยังชี้ให้เห็นว่าการบูรณาการแนวคิด Universal Design และ Adaptable Design สู่การออกแบบจริงยังมีช่องว่างขนาดใหญ่ ซึ่งเกิดจากทั้งโครงสร้างตลาดอสังหาริมทรัพย์และต้นทุนการก่อสร้างที่ผู้พัฒนาโครงการต้องการควบคุม ส่งผลให้แบบบ้านมักเน้นการนำเสนอเชิงการตลาดมากกว่าการรองรับการใช้งานระยะยาวของผู้สูงอายุในชีวิตประจำวัน โดยองค์ความรู้จากงานวิจัยทั้งสองชี้ให้เห็นประเด็นเชิงระบบที่ควรถูกนำไปศึกษาต่อ ได้แก่ ความจำเป็นของการพัฒนาแบบบ้านที่รองรับการดัดแปลงในระยะยาว การออกแบบที่ตั้งต้นจากพฤติกรรมจริงของผู้สูงอายุในบริบทไทย การผนวกกรรมต้นทุนเข้าถึงได้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการออกแบบ และการลดช่องว่างระหว่างแนวคิดเชิงหลักการกับการใช้งานจริง ทั้งหมดนี้ชี้ทิศทางไปสู่การพัฒนางานวิจัยที่สามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่ตอบโจทย์ Active Ageing และบริบทสังคมผู้สูงอายุของไทยได้อย่างแท้จริง

บทสรุป

แนวโน้มทางประชากรศาสตร์ในปัจจุบันสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ซึ่งอยู่ในช่วงวัยทำงานปัจจุบันกำลังก้าวเข้าสู่ช่วงวัยสูงอายุ พร้อมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างจากผู้สูงอายุในอดีตอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ ไม่เพียงต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย แต่ยังให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตเชิงองค์รวม ที่ครอบคลุมทั้งสุขภาพกาย สุขภาพใจ ความสัมพันธ์ทางสังคม และการพึ่งพาตนเอง การเข้าร่วมกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การออกกำลังกาย การพบปะกลุ่มเพื่อน การทำกิจกรรมทางศาสนา การฝึกสมอง หรือแม้แต่กิจกรรมเพื่อการสร้างสรรค์และบันเทิง ล้วนช่วยให้ผู้สูงอายรรู้ถึงคุณค่าและศักยภาพของตนเอง ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 7 กลุ่มกิจกรรมหลัก ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดความหมายและคุณค่าของชีวิตในวัยสูงอายุสำหรับคนรุ่นนี้ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในเชิงพื้นที่ กิจกรรมทั้ง 7 ต้องการองค์ประกอบเฉพาะที่เอื้อต่อการใช้งานจริงในชีวิตประจำวัน ที่มีทั้งกิจกรรมแบบเดี่ยวและแบบกลุ่ม แต่ควรส่งเสริมการทำกิจกรรมร่วมกันเป็นหมู่คณะจะเป็นผลดีมากกว่า พื้นที่สำหรับทำกิจกรรมที่มีขนาดที่เพียงพอและเหมาะสม จะช่วยให้เกิดการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ออกกำลังกายที่ปลอดภัยและมีแสงธรรมชาติอย่างเพียงพอ พื้นที่สงบสำหรับกิจกรรมทางศาสนา มุมอ่านหนังสือหรือฝึกสมองที่มีแสงสว่างเหมาะสม พื้นที่บันเทิงที่รองรับการนั่งพักผ่อนเป็นเวลานาน หรือพื้นที่สร้างสรรค์ที่สามารถรองรับการทำงานฝีมือ รวมถึงพื้นที่สังคมขนาดเหมาะสมที่มีการจัดที่นั่งอย่างเพียงพอเพื่อส่งเสริมการพบปะสนทนา และสภาพแวดล้อมที่ร่มรื่นที่ช่วยเสริมสร้างบรรยากาศในการทำกิจกรรมร่วมกัน ล้วนเป็นข้อมูลสำคัญในการออกแบบพื้นที่ให้ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุในยุคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แม้ว่าหลักการออกแบบเพื่อทุกคน จะเป็นกรอบแนวคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง แต่การประยุกต์ใช้ในเชิงปฏิบัติยังคงเผชิญข้อจำกัด จากการศึกษากรณีตัวอย่างพบว่า การจัดวางห้องนอนชั้นล่างเพื่อเพิ่มความปลอดภัยมิได้ทำให้ผู้สูงอายุทุกคนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้งานตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ผู้ใช้งานบางรายยังคงเลือกใช้พื้นที่ชั้นบนตามความเคยชินเดิม สะท้อนให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมมิได้เชื่อมโยงกับประสบการณ์ทางอารมณ์และความผูกพันต่อพื้นที่มากเพียงพอ นอกจากนี้ การออกแบบเฉลี่ยง โรงจอดรถ หรือพื้นที่เชื่อมต่อหน้าบ้านที่ไม่สอดคล้องกับกิจวัตรประจำวัน เช่น การใส่บาตรหรือการตกทายเพื่อนบ้าน ยังแสดงให้เห็นการมองข้ามความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่กับวิถีชีวิตจริงของผู้สูงอายุ

สรุปได้ว่า การออกแบบสภาพแวดล้อมที่มีศักยภาพในการ “เปลี่ยนพฤติกรรมหรือความเคยชิน” ของผู้สูงอายุเจนเรชั่นเอ็กซ์ ให้หันมาใช้พื้นที่ที่ปลอดภัยยิ่งขึ้น จำเป็นต้องอาศัยการออกแบบเชิงจุดใจที่สอดคล้องกับความหมายเชิงวัฒนธรรมและความคุ้นชินของผู้อยู่อาศัย ตัวอย่างเช่น การปรับลักษณะสุนทรียภาพ บรรยากาศ และการจัดวางพื้นที่ให้เอื้อต่อกิจกรรมประจำวัน การจัดแสงและทัศนียภาพที่ดี การเชื่อมโยงพื้นที่หลักด้วยเส้นทางที่ลื่นไหล รวมถึงการออกแบบพื้นที่กิจกรรมให้แรงจูงใจเพียงพอ สิ่งเหล่านี้สามารถส่งผลต่อการปรับพฤติกรรมโดยธรรมชาติ ทำให้ผู้อยู่อาศัยเลือกใช้พื้นที่ที่ปลอดภัยกว่าโดยไม่รู้สึกถูกรบกวน ซึ่งสอดคล้องกับกรอบคิดด้านความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมมนุษย์ การพัฒนาสภาพแวดล้อมที่พึงสำหรับผู้สูงอายุเจนเรชั่นเอ็กซ์ควรก้าวข้ามกรอบคิดแบบ “ปลอดภัยและสะดวกสบาย” ไปสู่การออกแบบที่เชื่อมโยงกับคุณค่าด้านการมีส่วนร่วม การตัดสินใจเลือกได้ และการคงไว้ซึ่งตัวตนทางสังคม การบูรณาการ 7 กลุ่มกิจกรรมหลักเข้ากับหลักการ Universal Design ร่วมกับแนวคิดการออกแบบแบบมีส่วนร่วม (participatory design) มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้สะท้อนประสบการณ์ ความคุ้นชิน และความต้องการเฉพาะตัวตั้งแต่ระยะต้นของกระบวนการออกแบบ ซึ่งจะนำไปสู่สภาพแวดล้อมที่ตอบสนองต่อชีวิตประจำวันอย่างเป็นจริงและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นการออกแบบสภาพแวดล้อมที่พึงอาศัยสำหรับผู้สูงอายุเจนเรชั่นเอ็กซ์ ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจเชิงลึกด้านพฤติกรรมมนุษย์ วิถีชีวิต และความหมายของพื้นที่ มากไปกว่าการตอบโจทย์ทางกายภาพเพียงประการเดียว การออกแบบที่คำนึงถึงความสะดวกอ่อนของกิจกรรมทั้ง 7 กลุ่ม รวมถึงความต้องการเชิงพื้นที่เฉพาะ ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ที่ส่งเสริมการทำกิจกรรมร่วมกัน สภาพแวดล้อมที่สงบและร่มรื่น หรือการจัดทางสัญจรที่เอื้อต่อผู้สูงอายุล้วนมีส่วนสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตรายบุคคล พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนาสังคมสูงวัยคุณภาพที่ยั่งยืนในระดับโครงสร้าง นอกจากนี้ประชากรเจนเรชั่นวายและซีเองที่กำลังจะเป็นกลุ่มที่ก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุในอีกไม่กี่ทศวรรษข้างหน้าก็มีลักษณะวิถีชีวิตแตกต่างจากเจนเรชั่นเอ็กซ์อย่างชัดเจน จึงควรมีการขยายผลการศึกษากลุ่มประชากรดังกล่าว เพื่อพัฒนา

“แนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมสำหรับผู้สูงอายุในอนาคต” ที่ตอบสนองต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ความหลากหลายของรูปแบบครอบครัว รวมถึงวิถีชีวิตเชิงดิจิทัลและกิจกรรมร่วมสมัยที่แตกต่างไปจากผู้สูงอายุในยุคปัจจุบัน การศึกษาต่อยอดดังกล่าวจะช่วยสร้างฐานข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญสำหรับการออกแบบที่อยู่อาศัยในสังคมสูงวัยระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- จิรวุฒิ หลอมประโคน และ ประพล เปรมทองสุข. (2555). รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 3(1), 145-162. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/human_ubu/article/view/85427
- ไทรรัตน์ จารุทัศน์, จิราพร เกศพิชญวัฒนา, ศรัณยา หล่อมนิพนธ์, และ กิตติอร ชาลปติ. (2548). *โครงการศึกษามาตรฐานขั้นต่ำสำหรับที่พักอาศัย และสภาพแวดล้อมของผู้สูงอายุ: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์*. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. TU digital collections. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:63529
- ทิพย์อรุณ สมภู. (2552). *คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ กรณีศึกษาสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU digital collections. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:124497
- บุษกร รมยานนท์. (2555). ลักษณะบ้านเดี่ยวและแนวทางการปรับเปลี่ยนตามแนวคิดบ้านปรับเปลี่ยนได้ง่ายยามสูงวัย. *Journal of Architectural/Planning Research and Studies*, 9(2), 123-137. <https://doi.org/10.56261/jars.v9i2.168574>
- พัชรภา มนูญภราชชัย. (2544). *การเตรียมการก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุของประชากรในชุมชนขนาดใหญ่พื้นที่เขตบางซื่อ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU digital collections. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:116337
- ศจี วิสารทศจี. (2554). *แนวทางการออกแบบศูนย์ส่งเสริมสังคมและนันทนาการสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่เขตทุ่งครุและพื้นที่ใกล้เคียงจังหวัดกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU digital collections. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:121600
- สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข. (2553). *การจัดการความรู้และสังเคราะห์ แนวทางปฏิบัติของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล: แนวปฏิบัติในการบริการผู้สูงอายุ*. สหมิตรพรินติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง. <https://dol.thaihealth.or.th/resourcecenter/sites/default/files/documents/kaarcchadkaarkhwaamruuaelasangekhraaahaenwthaa.pdf>
- สมศรี กันธมาลา. (2529). *การส่งเสริมบทบาทผู้เกษียณอายุให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม*. วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.

สุธาทิพย์ จันทรักษ์. (2567). การขับเคลื่อนการดำเนินงานพัฒนาระบบการดูแลผู้สูงอายุในชุมชนแบบไร้รอยต่อ. *วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 7(1), 116-128. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/SSRUJPD/article/view/271101>

อรไพลิน โชควิริยากร. (2558). *สภาพการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุในโครงการจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด บ้านแถว: กรณีศึกษา โครงการไอลิฟพาร์ค และ ไอลิฟทาวน์ กานดาพระราม 2 กม.14 (แสมดำ)* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chula Digital Collections. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/72109/>

Nordic Welfare Centre. (May 5, 2025). *Active and healthy ageing: WHO frameworks and related concepts*. https://nordicwelfare.org/pub/Active_and_Healthy_Ageing___Heterogenous_perspectives_and_Nordic_indicators/context.html

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งวิเคราะห์แนวคิด “สวนลอยบาบิโลน (Hanging Gardens of Babylon)” ในฐานะสิ่งมหัศจรรย์ทางสถาปัตยกรรมยุคโบราณที่สะท้อนรากฐานของ “การออกแบบเชิงประสบการณ์ผู้ใช้ (user experience design)” และ “การออกแบบเพื่อมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (human-centered design)” สวนลอยฯ แสดงให้เห็นแนวคิดการคิดเชิงออกแบบ (design thinking) ผ่านการเข้าใจผู้ใช้และสร้างนวัตกรรมทางวิศวกรรมที่ตอบสนองทั้งด้านอารมณ์และฟังก์ชัน นอกจากนี้ ยังบูรณาการการคิดเชิงวิพากษ์ (critical thinking) ในการแก้ปัญหาข้อจำกัดของภูมิอากาศและการคิดสร้างสรรค์ (creative thinking) ในการผสานธรรมชาติกับสถาปัตยกรรมอย่างกลมกลืน แนวคิดดังกล่าวได้รับการสืบทอดและตีความใหม่ในยุคสมัยใหม่ผ่านผลงานของสถาปนิกระดับโลก เช่น นอร์แมน ฟอสเตอร์ และซาฮา ฮาดิด ซึ่งต่างนำหลักการออกแบบเชิงประสบการณ์มาใช้ในบริบทเทคโนโลยีร่วมสมัย ทั้งการสร้างอาคารที่ยั่งยืนและการออกแบบพื้นที่ที่กระตุ้นอารมณ์และการรับรู้เชิงสุนทรีย์ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าสวนลอยบาบิโลนและสถาปัตยกรรมร่วมสมัยมีจุดร่วมสำคัญคือการสร้าง “ความรู้สึกมีส่วนร่วมกับพื้นที่” และ “การเชื่อมโยงกับธรรมชาติ” ผ่านเทคโนโลยีและการออกแบบที่เหมาะสมกับบริบทของยุคสมัย อีกทั้งแนวคิดดังกล่าวยังขยายสู่โลกดิจิทัล ผ่านการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ในซอฟต์แวร์อย่าง Adobe XD และ Figma แสดงให้เห็นถึงความต่อเนื่องของพัฒนาการทางความคิดด้านการออกแบบจากอดีตสู่ปัจจุบันและอนาคต ทั้งในมิติของสถาปัตยกรรมวัฒนธรรม และจิตวิญญาณของมนุษย์

คำสำคัญ : การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้, การออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้, การคิดเชิงสร้างสรรค์, การคิดเชิงวิพากษ์, การคิดเชิงออกแบบ

Crafting Experiences Across Time: From Ancient Origins to Modern Design

Sangpetch Srinim ¹

Received : September 19, 2025

Revised : November 26, 2025

Accepted : December 3, 2025

¹ Lecturer in Media Arts Program, School of Architecture and Design, King Mongkut's University of Technology Thonburi, E-mail: sangpetch.sr@gmail.com

Abstract

This study examines the Hanging Gardens of Babylon as one of the ancient architectural wonders that embodies the early foundation of User Experience Design (UX Design) and Human-Centered Design (HCD) within the spiritual dimension of human civilization. The Hanging Gardens illustrate the principles of Design Thinking through empathy and human understanding, leading to innovative architectural and engineering solutions that fulfill both functional and emotional needs. Furthermore, the Gardens integrate Critical Thinking—as seen in their response to environmental and climatic constraints through advanced irrigation systems—and Creative Thinking through the imaginative fusion of nature and built structures, forming a “garden in the air” unprecedented in history. These conceptual foundations have been reinterpreted in modern architecture through the works of world-renowned architects such as Norman Foster and Zaha Hadid. Foster emphasizes sustainable, technology-driven environmental architecture, as seen in The Gherkin and Apple Park, while Hadid focuses on emotional and perceptual experiences through fluid, dynamic forms, as demonstrated in the Heydar Aliyev Center and Guangzhou Opera House. The findings reveal that both ancient and modern designs share a unifying principle: creating a sense of belonging and connection with nature through technology and design suitable for their respective eras. Moreover, these principles extend into the digital realm, as seen in user experience design tools like Adobe XD and Figma, which translate the conceptual essence of the Hanging Gardens into virtual experiential spaces. The study concludes that human-centered design thinking is not a modern invention but a timeless cultural and architectural legacy bridging the past, present, and future.

Keywords: user experience design, user interface, creative thinking, critical thinking, design thinking

หากมองย้อนกลับไปที่จุดกำเนิดตั้งต้นของศาสตร์แห่งการออกแบบประสบการณ์ในอดีตนั้น ก็ได้ริเริ่มกำเนิดมานานตั้งแต่ยุคอารยธรรมเมโสโปเตเมีย (Mesopotamia) มีสิ่งปลูกสร้างในสมัยนั้นที่มีชื่อเสียงโด่งดัง จัดเป็น 1 ใน 7 สิ่งปลูกสร้างมหัศจรรย์ของโลกยุคโบราณ ตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำ ยูเฟรติส กลางทะเลทรายอันร้อนระอุเคยมีสวนลอยบาบิโลนตั้งตระหง่านดุจสวรรค์บนดิน นักเดินทางสามารถมองเห็นได้ตั้งแต่ระยะไกลเพราะความใหญ่โตโอ้อ่าของสวนแห่งนี้ อีกทั้งยังเป็นที่พักพิงหลบร้อนและสร้างความประทับใจด้วยความงดงามจนเลื่องลือไปทั่ว แม้ปัจจุบันสวนลอยจะสูญสลายไปแล้ว แต่ชื่อเสียงและเรื่องราวยังคงอยู่ในหน้าประวัติศาสตร์ เมื่อย้อนมองอารยธรรมบาบิโลน เราจะเห็นความก้าวหน้าด้านวิศวกรรมและการเกษตรที่ล้ำยุค เช่น ระบบชลประทานที่นำน้ำจากแม่น้ำยูเฟรติสมาหล่อเลี้ยงพืชพันธุ์และสร้างน้ำตกในพระราชวัง ตลอดจนสถาปัตยกรรมอันงดงาม ทั้งหอคอย วิหาร พระราชวัง และบ้านเรือนที่ชาวเมืองสร้างขึ้นด้วยดินรอบ ๆ เมือง บาบิโลนยังเป็นศูนย์กลางการค้าสำคัญของเมโสโปเตเมีย เต็มไปด้วยผู้คนหลากหลายเชื้อชาติและมีพัฒนาการด้านวิทยาการต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว

ชาวบาบิโลนมีความรู้ด้านคณิตศาสตร์ คิดค้นเครื่องมือช่วยคำนวณ และเป็นหนึ่งในผู้แรกที่สังเกตได้ว่า ดวงอาทิตย์ ดวงจันทร์ และดาวเคราะห์อีก 5 ดวง แตกต่างจากดวงดาวทั่วไป ความรู้นี้ทำให้พวกเขาสร้างปฏิทินขึ้นมา โดยกำหนดเดือนหนึ่งมี 28 วัน แบ่งเป็น 4 สัปดาห์ และตั้งชื่อวันตามดวงอาทิตย์ ดวงจันทร์ และดาวเคราะห์เหล่านั้นเรื่องราวของบาบิโลนยังมีมิติที่น่าสนใจอีกมากมาย ทั้งด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวิทยาการ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่และความงดงามของอารยธรรมโบราณที่ครั้งหนึ่งเคยรุ่งโรจน์ท่ามกลางทะเลทราย (สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ, 2565) พิกัด 32 ° 32'08" N 44 ° 25'39" E

ยุคกำเนิดศาสตร์แห่งการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้โดยสวนลอยบาบิโลน

สวนลอยบาบิโลน (Hanging Gardens of Babylon) เป็นหนึ่งในเจ็ดสิ่งมหัศจรรย์ของโลกยุคโบราณที่ได้รับการกล่าวขานมาอย่างยาวนานในฐานะตัวแทนของความยิ่งใหญ่ทางสถาปัตยกรรมและภูมิสถาปัตยกรรมของเมโสโปเตเมีย แม้ว่าจะเป็นสิ่งก่อสร้างที่เต็มไปด้วยเสน่ห์ทางวรรณกรรมและตำนาน แต่ข้อเท็จจริงเชิงโบราณคดีกลับไม่สามารถยืนยันการดำรงอยู่

ภาพ 1

มุมมองจากอวกาศ “สวนลอยบาบิโลน”



หมายเหตุ. จาก สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ, โดย ภัทรพงศ์ ธรรมบริธ, 2565, gistda (https://gistda.or.th/news_view.php?n_id=5755&lang=TH). สงวนลิขสิทธิ์ 2565 โดย สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ.

ของสวนดังกล่าวได้อย่างแน่ชัด (วรกาญจน์ เจ, 2564) ดังนั้น การศึกษาเรื่องสวนลอยบาบิโลน จึงมิใช่เพียงการสำรวจมรดกทางสถาปัตยกรรมโบราณ แต่ยังเป็นการวิเคราะห์ถึงบทบาทของ ตำนาน ความทรงจำ และการเมืองทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและสืบทอดความหมาย องค์ประกอบสำคัญในสวนลอยนั้นคือ อาคารหินที่ซับซ้อนและมีหลายชั้น มีลักษณะ คล้ายกับสิ่งปลูกสร้างชนิด ซิกกูรัต หรือ ซิกูเรต (Ziggurat) ของยุคนั้น ที่มีต้นปาล์มขนาดใหญ่ ประดับไปตามระเบียงของอาคาร ดินถูกแยะไปที่ผนังให้หน้าพอกที่จะปลูกพืชและดอกไม้ได้ คล้ายกับการปลูกพืชที่ตาดฟ้าของอาคารคอนโดมิเนียม (condominium) แต่ต้นไม้ไม่สามารถ อยู่ได้โดยตรง จึงมีระบบชลประทานภายในอาคาร ที่นำน้ำมาจากแม่น้ำยูเฟรติส (Euphrates) ไกลเคียง และจัดการเป็นระบบหมุนเวียนผ่านกังหันน้ำและถังเก็บน้ำบนอาคาร ทำให้ใช้น้ำให้ เหมาะสมกับพืชและมีน้ำตกหมุนเวียนภายในสวนลอยบาบิโลนได้ (วรกาญจน์ เจ, 2564)

ภาพ 2

อาคาร ต้นไม้ และระบบชลประทาน



หมายเหตุ. จาก อาคาร ต้นไม้ ระบบชลประทาน : “สวนลอยบาบิโลนสถาปัตยกรรมโบราณ ที่ถูกตั้งคำถามถึงการมีอยู่, โดย วรกาญจน์ เจ, 2564, The MATTER (<https://thematter.co/social/hanging-gardens-of-babylon/132574>). สงวนลิขสิทธิ์ 2564 โดย วรกาญจน์ เจ.

ความยิ่งใหญ่ของสวนลอยบาบิโลนที่มีทั้งความสวยงามและการใช้วิทยาศาสตร์อันล้ำค่า ความเป็นศาสตร์อันยิ่งใหญ่ กับการจัดระบบชลประทานในสมัยก่อนคริสตกาล จากการศึกษา อักษรรูปลิ่มโบราณ (cuneiform) พบว่า สวนที่กล่าวถึงไม่ตั้งอยู่ในบริเวณบาบิโลนตามที่เคยเชื่อ แต่ถูกสร้างไกลออกไปทางทิศเหนือของบาบิโลน ณ เมืองนิเนเวห์ (Nineveh) ซึ่งเป็นเมืองหลวงของอาณาจักรอัสซีเรีย (Assyria) และได้รับการสร้างขึ้นโดยพระเจ้าเซนัคคาริบ (Sennacherib) ซึ่งแตกต่างจากความเชื่อเดิมที่มีอยู่ บันทึกโบราณในยุคของพระเจ้าเซนัคคาริบเล่าถึงพระราชวังที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นถิ่นบึงของชาวประชาด้วย นอกจากนี้ยังกล่าวถึงอุปกรณ์ที่คล้ายกับเครื่องสูบน้ำทำจากทองแดง ซึ่งเชื่อว่านั้นเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในระบบชลประทาน เพื่อช่วยในการให้น้ำหล่อเลี้ยงต้นไม้ให้เขียวขจีจนความสวยงามได้ในระยะเวลาที่ยาวนานเสมือนการปลูกในพื้นแนวราบ (วรกาญจน์ เจ, 2564) จะเห็นได้ว่าการออกแบบระบบการเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในยุคพระเจ้าเนบูคัดเนสซาร์ที่ 2 (Nebuchadnezzar II) กษัตริย์ผู้ปกครองกรุงบาบิโลน ด้วยต้องการสร้างสรรค์พื้นที่โดยเนรมิตให้เป็นที่ประทับใจแด่พระสนมของพระองค์ที่รำลึกนึกถึงทัศนียภาพของบ้านเมืองที่พระสนมจากมา

สวนลอยบาบิโลนก็นับเป็นการตอบใจหย้ตอบสนองผู้ใช้ในระดับกว้างเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดนวัตกรรมในเรื่องระบบการจัดการสวนและระบบชลประทานด้านน้ำที่ทันสมัยในยุค นั้นที่สุดสวนลอยบาบิโลนจึงมีใช้เพียงสิ่งมหัศจรรย์ในความหมายทางสถาปัตยกรรม แต่ยังเป็น “พื้นที่เชิงวัฒนธรรม” ที่สะท้อนถึงการต่อสู้ทางอำนาจ การจัดการธรรมชาติ และการสร้างความทรงจำในประวัติศาสตร์ การวิเคราะห์เรื่องนี้แสดงให้เห็นว่า แม้ไม่มีหลักฐานโบราณคดีที่ยืนยันการมีอยู่จริง แต่สวนลอยบาบิโลนยังคงดำรงอยู่ในฐานะตำนานทางอารยธรรมที่ถูกตีความและสร้างความหมายใหม่อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นการศึกษาสวนลอยบาบิโลน (Hanging Gardens of Babylon) มีความสำคัญไม่เพียงแต่ในเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมเท่านั้น แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการแนวคิด “การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้” (user experience design) ในมิติของอารยธรรมมนุษย์ สวนลอยบาบิโลนเป็นตัวอย่างแรก ๆ ของการสร้าง “พื้นที่เพื่อประสบการณ์” ที่รวมศาสตร์ด้านสถาปัตยกรรม ภูมิสถาปัตยกรรม และวิศวกรรมระบบน้ำเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความรู้สึกของผู้ใช้ ในที่นี้คือพระสนมของพระเจ้าเนบูคัดเนสซาร์ที่ 2 ที่โยหยาห์ศัณียภาพบ้านเกิด การออกแบบดังกล่าวจึงสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิด “การออกแบบเพื่อผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง” (human-centered design) ในเชิงประวัติศาสตร์ ที่ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงโครงสร้างทางกายภาพ แต่คำนึงถึงอารมณ์ ความทรงจำ และบริบททางวัฒนธรรมของผู้ใช้ นอกจากนี้ ระบบชลประทานอันซับซ้อนและการจัดการพื้นที่สีเขียวแบบหลายชั้นยังชี้ให้เห็นถึงนวัตกรรมและการผสมผสานระหว่างศาสตร์กับศิลป์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบเชิงประสบการณ์ในยุคปัจจุบันที่ตึงค่านึงถึง “ความรู้สึก การมีส่วนร่วม และการจดจำ” ของผู้ใช้อย่างลึกซึ้ง ปูทางไปสู่ศาสตร์แห่งการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ในลำดับต่อไป

พลังแห่งการออกแบบประสบการณ์ (user experience design)

การออกแบบประสบการณ์ (experience design) หรือ UX (user experience design) ไม่จำกัดเพียงแค่การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลเท่านั้น มันครอบคลุมทุกมิติของประสบการณ์ที่ผู้ใช้ได้สัมผัส ลิ้มรสได้ การได้กลิ่น และอื่น ๆ อีกมากมาย นักวิชาการและนักออกแบบมักมอง UX หรือประสบการณ์การใช้งานในมุมมองที่กว้างขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้ได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุดเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ แนวคิดของ UX ไม่เฉพาะแค่ด้านการใช้งานผ่านอุปกรณ์ดิจิทัล แต่ยังครอบคลุมการออกแบบประสบการณ์ทางสัมผัส (tactile experience) การออกแบบที่สามารถสร้างประสบการณ์ทางกลิ่น (olfactory experience)

และการออกแบบในทางที่จะสามารถสร้างประสบการณ์ทางรส (gustatory experience) ด้วย เช่นการให้ประสบการณ์การใช้งานที่เกี่ยวข้องกับกลิ่นหอมของผลิตภัณฑ์ การออกแบบอาหารหรือเครื่องดื่มที่มีรสชาติหรือส่วนผสมที่ทำหายและน่าสนใจ (ณัฐ จันทโรทัย, 2566)

การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (user experience design: UX) ถือเป็นแนวทางการออกแบบที่ก้าวไปไกลกว่าการสร้างเพียงความสวยงามของส่วนติดต่อผู้ใช้ โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าและประสบการณ์เชิงบวกในทุกมิติ ทั้งด้านความรู้สึก การใช้งาน และความประทับใจในระยะยาว (บลูบิต, 2564) การทำ UX ที่มีประสิทธิภาพจึงจำเป็นต้องเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้ใช้อย่างลึกซึ้ง เนื่องจากประสบการณ์ของผู้ใช้อาจเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดการตัดสินใจเลือกใช้หรือไม่ใช้บริการของธุรกิจ หากผู้ใช้พบว่าระบบซับซ้อนหรือใช้งานยาก ย่อมมีแนวโน้มสูงที่จะละทิ้งการใช้งานและไม่กลับมาอีก นอกจากนี้ UX ยังมีบทบาทโดยตรงต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มยอดขาย การลดต้นทุนในการให้บริการลูกค้า หรือการสร้างความภักดีและการคงอยู่ของผู้ใช้ (user retention) ดังนั้นการออกแบบ UX จึงควรเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างทีมธุรกิจ ทีมเทคนิค และทีมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มุมมองที่ครบถ้วนและออกแบบประสบการณ์ที่ตอบโจทย์อย่างแท้จริง ไม่ใช่เพียงเพื่อความสวยงามในเชิงสุนทรียะเท่านั้น (บลูบิต, 2564) เมื่อธุรกิจขยับเข้าสู่ยุคดิจิทัล การออกแบบ UX และส่วนติดต่อผู้ใช้ (user interface design: UI) ยังมีความสำคัญมากขึ้น เพราะการนำเสนอสินค้าและบริการบนแพลตฟอร์มออนไลน์จำเป็นต้องราบรื่นและสร้างความประทับใจเช่นเดียวกับการให้บริการแบบออฟไลน์

การออกแบบ UX เป็นมากกว่าการตกแต่งเชิงภาพลักษณ์ แต่เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้งาน ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจ ความภักดี และความสำเร็จของธุรกิจในยุคดิจิทัล ซึ่งนำมาสู่แนวคิดทางด้านการออกแบบที่เป็นรากฐานสำคัญต่อพัฒนาต่อในอนาคต

แนวคิดกระบวนการด้านการออกแบบ (essential thinking methods)

การคิดอย่างเป็นระบบถือเป็นรากฐานสำคัญของการเรียนรู้ การแก้ปัญหา และการพัฒนาความรู้ในสาขาวิชาต่าง ๆ นักวิชาการได้เสนอแนวทางการคิดที่สำคัญซึ่งช่วยเสริมสร้างศักยภาพทางปัญญาและทักษะการวิเคราะห์ โดยสามารถสรุปได้เป็น 3 วิธีการคิดหลัก ดังนี้ การคิดเชิงวิพากษ์ (critical thinking) การคิดเชิงวิพากษ์คือกระบวนการตรวจสอบ วิเคราะห์ และประเมินข้อมูลหรือข้อโต้แย้งอย่างมีเหตุผล เพื่อลดอคติและเพิ่มความแม่นยำของข้อสรุป วิธีการคิดลักษณะนี้ช่วยให้ผู้เรียนสามารถตัดสินใจได้อย่างมีหลักเกณฑ์ และมองเห็นข้อดี

ข้อจำกัดของข้อมูลที่น่ามาใช้ การคิดเชิงสร้างสรรค์ (creative thinking) การคิดเชิงสร้างสรรค์เป็นการมุ่งเน้นไปที่การสร้างแนวคิดใหม่ ๆ หรือวิธีแก้ปัญหาที่แปลกใหม่และไม่จำกัดอยู่กับกรอบความคิดเดิม การคิดประเภทนี้มีความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรม การออกแบบ และการสร้างสรรค์งานที่มีเอกลักษณ์ กระบวนการคิดเชิงออกแบบที่ (design thinking) เป็นกระบวนการคิดเชิงออกแบบที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ โดยใช้มนุษย์เป็นศูนย์กลาง (human-centered) กระบวนการนี้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในวงการธุรกิจ การศึกษา และนวัตกรรม เนื่องจากสามารถเชื่อมโยงความเข้าใจต่อผู้ใช้งานกับการสร้างสรรค์แนวทางแก้ไขที่นำไปใช้ได้จริง (จุฬารามาส โหยังไทย, 2561)

การคิดเชิงวิพากษ์ (critical thinking)

การคิดเชิงวิพากษ์ (critical thinking) เป็นทักษะที่มีความสำคัญต่อการเรียนรู้และการตัดสินใจในบริบทต่าง ๆ การคิดเชิงวิพากษ์ช่วยให้ผู้เรียนสามารถพิจารณาและประเมินข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อโต้แย้ง และหลักฐานอย่างรอบด้าน เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปที่สมเหตุสมผลและเชื่อถือได้ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) ในยุคที่ข้อมูลและความซับซ้อนของปัญหามีมากขึ้นความสามารถในการคิดเชิงวิพากษ์จึงถือเป็นทักษะสำคัญที่ผู้เรียนและผู้ปฏิบัติงานทุกระดับควรพัฒนา ตามพจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์ร่วมสมัยของราชบัณฑิตยสถานการคิดเชิงวิพากษ์หมายถึง กระบวนการคิดที่ใช้ปัญญาและเหตุผลนำหน้า เพื่อค้นหาความจริงและคุณค่าที่แท้จริงของข้อมูล โดยเริ่มจากการพิจารณาข้อเท็จจริง หลักฐาน และความสัมพันธ์ระหว่างเหตุและผลอย่างรอบคอบ จนสามารถตัดสินใจหรือแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม แนวคิดดังกล่าวสามารถเปรียบเทียบกับหลักการในพระพุทธศาสนา เช่น การคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณ (โยนิโสมนสิการ) และการคิดเพื่อการตัดสินใจ (สัมปชัญญะ) ซึ่งล้วนเน้นการใช้เหตุผลและปัญญาในการพิจารณาและประเมินผล

ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ตามทฤษฎีบลูม (Bloom's taxonomy)

การคิดเชิงวิพากษ์สามารถพัฒนาได้ผ่านการเรียนการสอนที่ออกแบบตาม ทฤษฎีจำแนกพฤติกรรมของบลูม (Bloom's taxonomy) ซึ่งแบ่งกระบวนการเรียนรู้เชิงปัญญาออกเป็น 6 ระดับ ได้แก่ 1) ความรู้ (knowledge) การจดจำข้อมูล ข้อเท็จจริง หรือแนวคิดพื้นฐาน เช่น นิยาม ชื่อ หรือคุณลักษณะ 2) ความเข้าใจ (comprehension) การตีความและอธิบายสิ่งที่

เรียนรู้ เช่น การสรุปความหมายหรือให้ตัวอย่าง 3) การนำไปใช้ (application) การประยุกต์ความรู้เพื่อแก้ปัญหาหรือสร้างสิ่งใหม่ 4) การวิเคราะห์ (analysis) การแยกองค์ประกอบและพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่าง ๆ 5) การสังเคราะห์ (synthesis) การรวมองค์ความรู้เพื่อสร้างแนวคิดหรือสิ่งใหม่ 6) การประเมิน (evaluation) การตัดสินคุณค่าและประสิทธิผลของข้อมูลหรือสถานการณ์ด้วยเหตุผล การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นทักษะเหล่านี้ช่วยพัฒนาผู้เรียนให้สามารถคิดอย่างมีระบบ รอบคอบ และรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ของการตัดสินใจ (Bloom, 1976) การพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ต้องอาศัยการออกแบบกิจกรรมที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง เช่น การอภิปราย การวิเคราะห์กรณีศึกษา การทดลอง หรือการแก้ปัญหาจากสถานการณ์จริง กิจกรรมเหล่านี้ส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถ คิดเป็น ทำเป็น และแก้ปัญหาเป็น ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการปฏิรูปการศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียนให้พร้อมเผชิญความซับซ้อนของโลกยุคปัจจุบัน

การคิดเชิงวิพากษ์เป็นทักษะสำคัญที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถประเมินข้อมูลและตัดสินใจอย่างมีเหตุผล กระบวนการนี้รวมถึงการพิจารณาข้อเท็จจริง หลักฐาน และความสัมพันธ์เชิงเหตุผลอย่างรอบด้าน ทั้งในด้านความถูกต้อง คุณค่า และประโยชน์ การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ตามทฤษฎีของบลูม สามารถส่งเสริมให้ผู้เรียน คิดเป็น ทำเป็น และแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิด มิติ และการคิดเชิงสร้างสรรค์ (creative thinking)

แนวคิดทางจิตมิติ การวัดการคิดสร้างสรรค์ ด้วยจิตมิติ เริ่มต้นจากใน ค.ศ.1967 กลุ่มของกิลฟอร์ด ได้บุกเบิกศึกษาการคิดสร้างสรรค์ด้วยวิธีจิตมิติ โดยการ สร้างแบบทดสอบวัดการคิดสร้างสรรค์ขึ้นหลายชุด การสร้างงานของกิลฟอร์ดกระตุ้นให้ เอลลิส พอล ทอแรนซ์ (Ellis Paul Torrance) พัฒนาแบบทดสอบ การคิดสร้างสรรค์ขึ้นใน ค.ศ. 1966 ซึ่งเป็นแบบทดสอบ ง่ายง่ายของการคิดแบบอนกนัยและทักษะในการแก้ ปัญหาอื่น ๆ สำหรับการได้คะแนนจะพิจารณาจาก องค์ประกอบของการคิดสร้างสรรค์ เป็นการคิดที่มีลักษณะ อนกนัย คือ การคิดหลายทิศทาง หลายแง่มุม คิดกว้างไกล การคิดเช่นนี้นำไปสู่การประดิษฐ์สิ่งใหม่ที่แปลกใหม่ การคิด การแก้ปัญหา (ดวงเดือน ศาสตราจารย์, 2557)

การคิดเชิงสร้างสรรค์ (creative thinking) เป็นทักษะที่มีความสำคัญต่อการเรียนรู้ และการทำงานในศตวรรษที่ 21 เนื่องจากช่วยให้บุคคลสามารถคิดค้นแนวทางใหม่ ๆ ในการ แก้ไขปัญหาและสร้างคุณค่าที่แตกต่าง การคิดเชิงสร้างสรรค์ไม่ได้เป็นเพียงพรสวรรค์เฉพาะบุคคล แต่สามารถพัฒนาได้ผ่านการเรียนรู้และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์ (Beghetto

& Kaufman, 2014) งานวิจัยด้านจิตวิทยาสร้างสรรค์ได้ชี้ให้เห็นว่าการคิดเชิงสร้างสรรค์มักสัมพันธ์กับการคิดแบบกระจาย (divergent thinking) ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลักได้แก่ ความอุดม (fluency) ความยืดหยุ่น (flexibility) ความแปลกใหม่ (originality) และการขยายความ (elaboration) (Runco & Acar, 2012) การใช้กระบวนการคิดเช่นนี้อธิบายให้ผู้เรียนสามารถมองเห็นความเป็นไปได้หลายแนวทาง และสร้างคำตอบที่แตกต่างจากแนวคิดแบบเดิม ๆ การพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์สามารถทำได้ผ่านการเรียนการสอนที่เปิดโอกาสให้นักเรียนได้ทดลอง คิดวิเคราะห์ และนำเสนอแนวทางใหม่ ๆ (Beghetto & Kaufman, 2014) นอกจากนี้ การสร้างบรรยากาศที่ปลอดภัยทางจิตใจ (psychological safety) การสนับสนุนจากครู และการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แสดงออกอย่างอิสระ เป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการคิดเชิงสร้างสรรค์ (Amabile, 1996)

การคิดเชิงสร้างสรรค์เป็นทักษะสำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแก้ปัญหาและสร้างคุณค่าใหม่ ๆ ให้กับทั้งบุคคลและสังคม องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ การคิดแบบกระจายและมิติความคิดที่หลากหลาย ทั้งในระดับเล็กและระดับสูง การจัดการเรียนการสอนที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์จึงเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์ของผู้เรียน

ระบบการจำแนกประเภทของการออกแบบ (typology of design)

การออกแบบ (design) สามารถจำแนกได้ตามลักษณะและขอบเขตการดำเนินงานออกเป็นหลายระดับ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ ระบบขนาดใหญ่ (large scale systems) ระบบและพฤติกรรม (systems & behavior) ประสบการณ์ (experience) และ สิ่งประดิษฐ์ (artifact) ซึ่งแต่ละประเภทสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทที่แตกต่างกันของการออกแบบต่อสังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี ดังนี้ 1) ระบบขนาดใหญ่ (large scale systems) การออกแบบในระดับระบบขนาดใหญ่เป็นการจัดการกับโครงสร้างและบริบทที่ซับซ้อน ครอบคลุมตั้งแต่การออกแบบนโยบายสาธารณะ การออกแบบบริการสาธารณะ การออกแบบระบบโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม ไปจนถึงการออกแบบสภาพแวดล้อมที่เชื่อมโยงกับบริบทโลก การออกแบบในระดับนี้มีเป้าหมายเพื่อสร้างผลกระทบเชิงระบบและยั่งยืนต่อสังคมโดยรวม 2) ระบบและพฤติกรรม (systems & behavior) ประเภทนี้เน้นการออกแบบที่เชื่อมโยงกับการใช้พื้นที่และพฤติกรรมของผู้คน ครอบคลุมการออกแบบผังเมือง สถาปัตยกรรม สถาปัตยกรรมภายใน การออกแบบบริการ การออกแบบกลยุทธ์ทางธุรกิจ ตลอดจนการสนับสนุน SMEs และการส่งเสริมวัฒนธรรม การออกแบบเชิงระบบและพฤติกรรมจึงมีลักษณะเป็นการเชื่อมโยงระหว่างมิติทางกายภาพ สังคม และเศรษฐกิจ 3) ประสบการณ์

(experience) การออกแบบในมิติประสบการณ์ให้ความสำคัญกับมุมมองของมนุษย์ โดยมุ่งเน้นการออกแบบที่ตอบสนองความต้องการและการรับรู้ของผู้ใช้ เช่น การออกแบบปฏิสัมพันธ์ การออกแบบที่มีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (human-centered design) 4) การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (user experience design) ตลอดจนการศึกษาเชิงมานุษยวิทยาและการออกแบบปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับคอมพิวเตอร์ 5) สิ่งประดิษฐ์ (artifact) การออกแบบสิ่งประดิษฐ์เน้นที่ผลงานที่จับต้องได้และสะท้อนความคิดสร้างสรรค์ในเชิงวัตถุ ประกอบด้วย การออกแบบผลิตภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์ แฟชั่น เครื่องประดับ กราฟิก สื่อใหม่ และงานวิศวกรรม การออกแบบในประเภทนี้เป็นพื้นฐานของการสร้างคุณค่าเชิงเศรษฐกิจและสุนทรียะที่สามารถนำไปใช้จริงในชีวิตประจำวัน (กัลยา ตันติยาสวัสดิกุล, 2567)

ดังนั้นการออกแบบ (design) สามารถจำแนกออกเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ การออกแบบระบบขนาดใหญ่ (large scale systems) ซึ่งมุ่งจัดการโครงสร้างและบริบทที่ซับซ้อนเพื่อสร้างผลกระทบเชิงระบบอย่างยั่งยืน การออกแบบระบบและพฤติกรรม (systems & behavior) ที่เชื่อมโยงพื้นที่กับพฤติกรรมของผู้คน ครอบคลุมตั้งแต่ผังเมือง สถาปัตยกรรม ไปจนถึงกลยุทธ์ทางธุรกิจ การออกแบบประสบการณ์ (experience) ซึ่งเน้นมิติด้านมนุษย์และการรับรู้ของผู้ใช้ เช่น การออกแบบปฏิสัมพันธ์และประสบการณ์ผู้ใช้ และการออกแบบสิ่งประดิษฐ์ (artifact) ที่มุ่งสร้างผลงานเชิงวัตถุ เช่น ผลิตภัณฑ์ (product) เฟอร์นิเจอร์ (furniture) แฟชั่น (fashion) และกราฟิก (graphics) เพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสุนทรียะในชีวิตประจำวัน

การพัฒนาของ “การออกแบบ” ในฐานะศาสตร์ (development of “design” as a discipline)

การค้นหายามและทฤษฎีดั้งเดิมของการออกแบบ พัฒนาการของศาสตร์การออกแบบสามารถแบ่งออกเป็นช่วงเวลาต่าง ๆ ดังนี้ ช่วงที่ 1: Design Thinking ระหว่างทศวรรษ 1960 – 1980 เป็นระยะเริ่มต้นของการเคลื่อนไหวด้านระเบียบวิธีคิดทางการออกแบบ (design methodology) และศาสตร์การออกแบบ (design science) โดยมุ่งเน้นไปที่การทำความเข้าใจลักษณะเชิงกระบวนการของการออกแบบ รวมทั้งการนำการออกแบบไปประยุกต์ใช้ในมิติของปฏิสัมพันธ์และการบริการ ช่วงที่ 2: Design Thinking ระหว่างทศวรรษ 1980 กลางทศวรรษ 1990 ในช่วงนี้ การศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบให้ความสำคัญกับ “การรู้คิดเชิงกระบวนการออกแบบ” (design cognition) ที่มุ่งเน้นต่อความเข้าใจด้านกระบวนการ ความรู้

ความเข้าใจ และคุณลักษณะของมนุษย์ที่มีผลต่อการออกแบบ อันเป็นการขยายขอบเขตจากเพียงแนวคิดเชิงระเบียบวิธีไปสู่การบูรณาการองค์ความรู้ด้านจิตวิทยาและวิทยาการอื่น ๆ ช่วงที่ 3: Design Thinking ระหว่างทศวรรษ 1990 – กลางทศวรรษ 2000 เป็นระยะที่เกิดการตระหนักถึงความสำคัญของการออกแบบบริการ (service design) และการพัฒนาเครื่องมือสนับสนุนการออกแบบต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีการให้ความสำคัญกับความเข้าใจเชิงลึกต่อ “การรู้คิดเกี่ยวกับการออกแบบ” (design knowledge) ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาวิธีการและทฤษฎีใหม่ ๆ ในการสร้างสรรค์และจัดการความรู้ด้านการออกแบบ (กลยา ตันติยาสวัสดิกุล, 2567)

ในปี ค.ศ. 1962 นักวิชาการผู้ทรงอิทธิพล อาทิ บรูซ อาร์คเซอร์ (Bruce Archer) จอห์น คริสโจนส์ (John Chris Jones) ปีเตอร์ สแลนน์ (Peter Slann) และฮอร์ส ริกเทิล (Horst Rittel) ได้จัดการประชุมวิชาการ ณ กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ภายใต้หัวข้อการประชุมระเบียบวิธีเชิงระบบและความรู้ความเข้าใจในวิศวกรรม การออกแบบอุตสาหกรรม สถาปัตยกรรม และการสื่อสาร (The conference on systematic and methods in engineering, industrial design, architecture and communications) การประชุมครั้งนี้ นับเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวทางวิชาการในการแสวงหานิยามและทฤษฎีดั้งเดิมของ “การออกแบบ” เพื่อสร้างความแตกต่างขอวิชาชีพด้านการออกแบบจากสาขาศิลปะอื่น ๆ อีกทั้งยังเป็นแรงบันดาลใจในการก่อตั้ง Design Research Society ในเวลาต่อมา บรูซ อาร์คเซอร์ นับเป็นนักวิชาการผู้บุกเบิกการวิจัยที่ผลักดันให้ “Design” มีสถานะเป็นศาสตร์ที่มีระเบียบวิธีและหลักการของตนเอง ขณะที่ เฮอร์เบิร์ต ไซมอน (Herbert Simon) ได้เสนอแนวคิดเชิงวิทยาศาสตร์ต่อการศึกษาด้านการออกแบบ ในอีกด้านหนึ่ง ฮอร์ส ริกเทิล และเมลวิน เวบบอร์ (Melvin Webber) ได้โต้แย้งมุมมองการออกแบบที่อิงกรอบคิดเชิงวิทยาศาสตร์แบบตายตัว โดยทั้งคู่ชี้ให้เห็นว่าปัญหาการออกแบบมิใช่ปัญหาที่สามารถนิยามได้อย่างชัดเจน หากแต่เป็น “ปัญหาพยศ” (wicked problems) ซึ่งมีความซับซ้อนและไม่สามารถหาคำตอบที่แน่นอนได้เพียงหนึ่งเดียว นอกจากนี้ วิกเตอร์ ปาปาเนค (Victor Papanek) ยังได้เสนอแนวคิดด้านการออกแบบที่ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเน้นให้งานออกแบบมุ่งสร้างนวัตกรรมที่ยั่งยืนและตอบสนองต่อความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ (กลยา ตันติยาสวัสดิกุล, 2567)

1) บรูซ อาร์คเซอร์ (Bruce Archer) เป็นต้นฉบับของการออกแบบ (design thinking between 1960 - 1980) ยุคเริ่มต้นความเคลื่อนไหว เกี่ยวกับระเบียบวิธีคิดด้านการออกแบบ วิทยาศาสตร์ การออกแบบ บุกเบิกการศึกษาวิจัยให้ “Design” เป็นศาสตร์ ที่มีระบบระเบียบวิธี และหลักการของ (Nola method and principles) ใช้แนวทางที่เป็นระบบ (systematic approach) ในการทำความเข้าใจและอธิบายการออกแบบ ให้ความสำคัญกับกระบวนการออกแบบ (problem identification, research, ideation, prototyping, testing and

evaluation) ให้ความสำคัญกับ Iterative process

2) เฮอร์เบิร์ต ไซมอน (Herbert Simon) ให้นิยามงานออกแบบคือสิ่งประดิษฐ์ (design is artificial) จากหนังสือชื่อเรื่อง วิทยาศาสตร์ของสิ่งประดิษฐ์ (The sciences of the artificial) ของเฮอร์เบิร์ต ไซมอน ที่ตีพิมพ์ใน ค.ศ.1969 การออกแบบคือกระบวนการอย่างเป็นระบบที่มีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมประดิษฐ์ให้ได้ผลลัพธ์ที่พึงปรารถนา

3) ฮอรัส ริทเทล และเมลวิน เวบบอร์ (Melvin Webber) บทความที่เขียน ในปี ค.ศ. 1973 ชื่อ ภาวะวิกฤตในทฤษฎีทั่วไปของการวางแผน (dilemmas in a general theory of planning) ที่ได้บ่งชี้ถึง ปัญหาพยศ (wicked problems) ผ่านการสำรวจตรวจสอบการปฏิบัติงานด้านนโยบายผังเมือง ปัญหาพยศ คือ ปัญหาที่มีความไม่แน่นอน มีลักษณะเฉพาะตัว และไม่มีทางออกสุดท้ายที่ชัดเจน โดยเมื่อแก้ปัญหาหนึ่ง ๆ แล้วเสร็จก็จะเกิดปัญหาใหม่ ๆ ขึ้นตามมาเป็นลำดับ

4) วิคเตอร์ ปาปานเนค (Victor Papanek) ได้ตีพิมพ์หนังสือที่ให้มุมมองด้านจริยธรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบของ นักออกแบบชื่อเรื่อง การออกแบบสำหรับโลกที่แท้จริง : นิเวศวิทยา มนุษย์และการเปลี่ยนแปลงทาง สังคม (design for the real world: human ecology and social change) หนังสือเล่มนี้ได้รับการยกย่องว่าเป็นตำราการออกแบบเพื่อความยั่งยืน หัวใจของหนังสือเล่มนี้คือ ได้ผสมผสานหลักการทางมานุษยวิทยา (anthropology) เข้าไปในทางปฏิบัติเพื่อให้งานออกแบบตอบสนองต่อทั้งสังคม และระบบนิเวศสภาพแวดล้อม งานออกแบบควรจะไปไกลกว่าแค่เรื่องผลิตภัณฑ์และกำไร การออกแบบควรมีหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลัก

5) ปีเตอร์ โรว์ (Peter Rowe) หนังสือเรื่อง การคิดเชิงออกแบบ (design thinking) ที่ตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 1987 ไนเจล ครอสส์ (Nigel Cross) ค้นคว้าลึกลงไปยังกระบวนการออกแบบ และค้นพบว่าทำไมนักออกแบบจึงสามารถสร้างแนวความคิดได้ในขณะที่คนอื่น ๆ ทำไม่ได้ ซึ่งผลการวิจัยเป็นประเด็นนำไปสู่การหาเทคนิคการทำงานที่สร้างสรรค์หลากหลายเทคนิค เช่น การระดมสมอง (brainstorming) หนังสือเรื่อง รู้เขารู้เรา (designerly ways of knowing) อธิบายถึงสาเหตุที่ทำให้นักออกแบบคิดและตัดสินใจแตกต่างไปจากบุคคลในวิชาชีพอื่น ๆ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างแนวทางการคิดเชิงออกแบบในปัจจุบัน (กลียา ดันติยาสวัสดิ์ ดิกุล, 2567)

สรุปได้ว่า การพัฒนาทฤษฎีและการศึกษาการออกแบบตั้งแต่ทศวรรษ 1960 จนถึงกลางทศวรรษ 2000 แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงจากการเน้นระเบียบวิธีและกระบวนการสู่การบูรณาการความรู้ด้านมนุษย์ สังคม และเทคโนโลยี พร้อมทั้งการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและความยั่งยืน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของแนวคิด Design Thinking ในปัจจุบัน

บุคคลสำคัญสร้างสรรค์พลังจากการออกแบบ

(key individuals cultivate power through the creative practice of design)

ปลายศตวรรษที่ 20 และต้นศตวรรษที่ 21 เป็นช่วงเวลาที่ยุทธศาสตร์ของห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ และแหล่งเรียนรู้เริ่มก้าวข้ามแนวทางแบบดั้งเดิม โดยพื้นที่เหล่านี้ไม่เพียงเป็นสถานที่สำหรับรับความรู้อย่างเชื่องช้า แต่ถูกออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการอันหลากหลายของผู้คนในสังคมอนาคต การลดทอนความศักดิ์สิทธิ์และการสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับวิถีชีวิตประจำวัน ทำให้ผู้คนสามารถใช้สถานที่เหล่านี้เพื่อกิจกรรมทางวัฒนธรรม งานเทศกาล นัดหมายทางธุรกิจ การสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์ หรือแม้กระทั่งพิธีแต่งงาน ในขณะเดียวกัน แหล่งเรียนรู้ยังคงรักษาบทบาทด้านการเรียนรู้และสารสนเทศไว้อย่างมั่นคง ส่วนหนึ่งก็เพราะผลจากความก้าวหน้าทางสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม รวมถึงบทบาทสำคัญของนักออกแบบในการทำความเข้าใจวิถีชีวิตของชุมชนเพื่อนำจินตนาการมาสร้างสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น ซีรีส์ “เบื้องหลังความคิดและจินตนาการของนักออกแบบแหล่งเรียนรู้แห่งศตวรรษที่ 21” จำนวน 6 ตอน นำเสนอเรื่องราวและผลงานเจ้าของไอเดียแหล่งเรียนรู้ที่โดดเด่น 7 ราย ได้แก่ เร็ม 庫哈าส (Rem Koolhaas) โจชัว ปรินซ์-รามุส (Joshua Prince-Ramus) อึน ยัง ยี (Eun Young Yi) แฟรงก์ โอเวน เกห์รี (Frank Owen Gehry) ซาฮา ฮาดิด (Zaha Hadid) นอร์แมน ฟอสเตอร์ (Norman Foster) และโตโย อิโตะ (Toyo Ito) เป็นต้น (ทัศนีย์ แซ่ลิ้ม, 2564)

นอร์แมน ฟอสเตอร์ (Norman Foster)

นอร์แมน ฟอสเตอร์ (Norman Foster) สถาปนิกคนใหญ่ชาวอังกฤษ เดิมทีที่เมืองแมนเชสเตอร์ซึ่งเป็นศูนย์รวมประดิษฐ์กรรมที่ยิ่งใหญ่ของยุคอุตสาหกรรม ฟอสเตอร์สนใจงานด้านวิศวกรรมศาสตร์และการออกแบบส่งผลให้นอร์แมน ฟอสเตอร์ สร้างสรรค์ ออกแบบสถาปัตยกรรมล้ำโลก ตั้งแต่สนามบินที่ทันสมัย ท่าอากาศยานไร้คนขับ ท่าอากาศยาน หรือแม้แต่แคมป์พักอาศัยบนดวงจันทร์ (ทัศนีย์ แซ่ลิ้ม, 2564) นอร์แมน ฟอสเตอร์ได้เข้าร่วมทำงานกับทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชนหลายแห่ง เช่น แผนกทรัพย์สินของสำนักงานเมืองแมนเชสเตอร์ (Manchester) ซึ่งส่งผลให้ได้ร่วมงานกับเพื่อนที่กำลังศึกษาด้านสถาปัตยกรรมศาสตร์ในกองทัพอากาศสหราชอาณาจักรซึ่งได้เก็บเกี่ยวแรงบันดาลใจด้านอากาศยานอย่างเต็มเปี่ยมและต่อมาได้สมัครเข้าร่วมลูกจ้างแผนกสัญญาของบริษัทสถาปนิกในท้องถิ่น ซึ่งมีพอร์ตโฟลิโอ (portfolio) โดยใช้วิธีการวาดแบบด้วยมือนำเสนอผลงาน ปรากฏว่าได้รับเลือกและเลื่อนตำแหน่งให้มาดูแลในส่วนของแผนการวาดภาพ จนกระทั่งสะสมประสบการณ์มากขึ้นจึงได้ตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยด้านสถาปัตยกรรม

ภาพ 3

นอร์แมน ฟอสเตอร์ (Norman Foster)



หมายเหตุ. (ภาพซ้าย) จาก นอร์แมน ฟอสเตอร์ ‘ผู้ออกแบบ ‘สมองแห่งเบอร์ลิน’ สถาปนิกที่เชื่อมั่นในพลังสร้างสรรค์ของคนหนุ่มสาว, โดย ทศนีย์ แซ่ลิ้ม, 2564, thekommon (<https://www.thekommon.co/norman-foster/>). สงวนลิขสิทธิ์ 2564 โดย ทศนีย์ แซ่ลิ้ม. (ภาพขวา) จาก Trafalgar Squire, โดย Foster + Partners, 2025, (<https://www.fosterandpartners.com/projects/trafalgar-square>). Copyright 2025 by Foster + Partners.

นอร์แมน ฟอสเตอร์เป็นผู้ก่อตั้งบริษัทสถาปนิกขนาดใหญ่แห่งหนึ่งของโลก คือ ฟอสเตอร์ แอนด์ พาร์ตเนอร์ส (Foster + Partners) ผลงานการออกแบบในระยะต้นมักเป็นอาคารอุตสาหกรรม งานชิ้นแรก คือการสร้างสำนักงานใหญ่ให้กับ วิลลิส เฟเบอร์ แอนด์ ดุมัส (Willis Faber & Dumas) ซึ่งต้องการสถานที่ทำงานที่มีกลิ่นอายของความเป็นชุมชน หลังจากนั้นนอร์แมน ฟอสเตอร์ก็ได้รับสรุคสถาปัตยกรรมสาธารณะอย่างต่อเนื่อง อาทิ หอศิลป์ Sainsbury Centre สะพานคนเดินข้ามแม่น้ำเทมส์ (Millennium Bridge) สนามกีฬาเวมบลีย์ (Wembley Stadium) และส่วนต่อเติมโถงระหว่างอาคารของพิพิธภัณฑ์แห่งชาติประเทศอังกฤษ (British Museum) พิพิธภัณฑ์ศิลปะร่วมสมัย (The Carré d'art) ในฝรั่งเศส ตำนานความสามารถของฟอสเตอร์ได้รับการการันตีด้วยรางวัลพริตซ์เกอร์ (pritzker prize) ซึ่งเปรียบได้กับรางวัลโนเบลของคนที่ทำงานด้านการออกแบบ ฟอสเตอร์เชื่อว่าสิ่งสำคัญที่สุดในการทำงานสร้างสรรค์ก็คือพลังพรสวรรค์ของคนหนุ่มสาว ดังนั้นตั้งแต่ปี 1967 จวบจนปัจจุบัน

อายุเฉลี่ยของพนักงานบริษัท (Foster + Partners) จึงอยู่ที่ 32 ปีเท่านั้น (ทักษิณ แซ่ลิ่ม, 2564)

นอร์แมน ฟอสเตอร์ เป็นสถาปนิกผู้สร้างสรรค์ผลงานล้ำสมัยทั้งในระดับอุตสาหกรรมและสาธารณะ ด้วยแนวคิดที่ผสมผสานวิศวกรรมกับการออกแบบ เขาเน้นการทำงานร่วมกับคนรุ่นใหม่ สิ่งที่สะท้อนตัวตนของนอร์แมน ฟอสเตอร์ มีดังนี้ 1) ประวัติและแรงบันดาลใจของนอร์แมน ฟอสเตอร์ 2) เส้นทางอาชีพตั้งแต่การทำงานในหน่วยงานรัฐและเอกชนจนก่อตั้งบริษัท (Foster + Partners) 3) ผลงานสำคัญของฟอสเตอร์ทั้งในด้านอาคารอุตสาหกรรมและสถาปัตยกรรมสาธารณะ 4) ความเชื่อและแนวคิดในการทำงาน โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับพลังและความคิดสร้างสรรค์ของคนรุ่นใหม่ 5) การยกย่องและรางวัลที่แสดงถึงความสำเร็จในวงการสถาปัตยกรรม

ซาฮา ฮาดิด (Zaha Hadid)

วิสัยทัศน์อันกว้างไกลและการเป็นสตรีหนึ่งเดียวผู้บุกเบิกงานสถาปัตยกรรมของ ซาฮา ฮาดิด ได้สร้างนิยามใหม่ให้กับสถาปัตยกรรมในศตวรรษที่ 21 และดึงดูดจินตนาการของผู้คนทั่วโลก ผลงานของซาฮา ฮาดิดได้พลิกโฉมแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งที่สามารถสร้างขึ้นจากคอนกรีต เหล็ก และกระจก โดยผสมผสานความเชื่อมั่นในอนาคตอย่างไม่สั่นคลอนกับพลังแห่งการสร้างสรรค์ ร่วมด้วยนวัตกรรมการออกแบบ วัสดุ และเทคนิคก่อสร้างที่ก้าวหน้า สถาปนิกหลายท่านได้รับมอบหมายให้สร้างสัญลักษณ์แห่งความก้าวหน้าทางสังคม แต่ไม่มีท่านใดที่สามารถทำได้อย่างสม่ำเสมอ สร้างสิ่งที่คาดไม่ถึง และน่าทึ่งเท่าที่ซาฮา ฮาดิด ความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่และต่อเนื่องส่งผลให้ได้รับเกียรติสูงสุดจากองค์กรระดับนานาชาติ เช่น ด้านวิชาชีพ ด้านวิชาการ และสถาบันต่าง ๆ ทั่วโลก สำนักงานหลักของซาฮา ฮาดิด ยังคงเป็นหนึ่งในสตูดิโอ (Studio) สถาปัตยกรรมที่สร้างสรรค์ที่สุดในโลกต่อเนื่องยาวนานกว่า 40 ปี

ซาฮา ฮาดิด เกิดที่กรุงแบกแดด (Baghdad) ประเทศอิรัก (Iraq) ในปี 1950 จบการศึกษาด้านคณิตศาสตร์ที่มหาวิทยาลัยอเมริกันแห่งเบรุต (The American University of Beirut) ก่อนจะย้ายไปกรุงลอนดอน (London) สหราชอาณาจักร (United Kingdom) ในปี 1972 เพื่อเข้าศึกษาที่โรงเรียนสถาปัตยกรรม AA (Architectural Association School) และได้รับรางวัล ดีพลอมา (diploma prize) ในปี 1977 ซาฮา ฮาดิด สอนที่โรงเรียนสถาปัตยกรรม AA จนถึงปี 1987 และได้รับตำแหน่งศาสตราจารย์รับเชิญจากมหาวิทยาลัยระดับโลกหลายแห่ง เช่น โคลัมเบีย (Columbia) ฮาร์วาร์ด (Harvard) เยล (Yale) และมหาวิทยาลัยศิลปะประยุกต์แห่งเวียนนา (The University of Applied Arts in Vienna)

ในปี 1979 ซาฮา ฮาดิด ก่อตั้งสำนักงาน ซาฮา ฮาดิด อาร์คิเทคส์ (Zaha Hadid Architects) และในปี 2004 ได้รับรางวัลสถาปัตยกรรมพริตซ์เกอร์ (pritzker architecture prize) ซึ่งเปรียบได้กับรางวัลโนเบลแห่งวงการสถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างของซาฮา ฮาดิด แต่ละแห่งก็ได้เข้าไปอยู่ในหน้าประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรม ด้วยการก่อสร้างที่ยืดเยื้อ แนวคิด

ภาพ 4

ซาฮา ฮาดิด (Zaha Hadid)



หมายเหตุ. (ภาพซ้าย) จาก Zaha Hadid 1950-2016 Founder, by Zaha Hadid Architects, 2025, (<https://www.zaha-hadid.com/people/zaha-hadid/>). Copyright 2025 by Zaha Hadid Architects. (ภาพขวา) จาก Heydar Aliyev Centre, by Zaha Hadid Architects, 2026, (<https://www.zaha-hadid.com/architecture/heydar-aliyev-centre/>). Copyright 2025 by Zaha Hadid Architects.

ทางสถาปัตยกรรม และพลังดึงดูดอันมหาศาล ผลงานสถาปัตยกรรมสะท้อนกรอบคิดเชิงปรัชญาอันล้ำสมัยและวินัยที่เข้มงวด จากโจทย์ที่ท้าทายและได้รับมอบหมายให้สร้างอาคารตามโครงการต่าง ๆ ได้สร้างผลงานที่ตอบสนองและเกินกว่าความคาดหวัง พร้อมสะท้อนเจตจำนงร่วมของคนรุ่นใหม่ ผลงานของ ซาฮา ฮาดิด ถูกจัดแสดงในนิทรรศการที่ได้รับคำชื่นชมในระดับนานาชาติ เช่น พิพิธภัณฑ์ โซโลมอน อาร์. กุกเกนไฮม์ในนครนิวยอร์ก (New York's Solomon R. Guggenheim Museum) ปี 2006 พิพิธภัณฑ์การออกแบบแห่งกรุงลอนดอน (London's Design Museum) ปี 2007 พิพิธภัณฑ์แห่งกรุงเซนต์ปีเตอร์เบิร์ก (Saint Petersburg's State Hermitage Museum) ปี 2015 และ หอศิลป์เซอร์เพนไทน์ (London's Serpentine Galleries) ในปี 2016

ผลงานอันโดดเด่นของซาฮา ฮาดิด ได้รับการยกย่องจากสถาบันทั้งด้านวิชาชีพ การศึกษา และภาครัฐทั่วโลก รวมถึงการติดอันดับในผู้หญิงที่มีอิทธิพลที่สุดของโลก (Forbes World's Most Powerful Women) ได้รับรางวัล แพรเมียม อิมพีเรียล (praemium imperiale) เป็นรางวัลศิลปะนานาชาติ จากสมาคมศิลปะแห่งญี่ปุ่น และได้รับรางวัล สเตอร์ลิงไพรซ์ (stirling prize) สองปีซ้อน ปี 2010 และ ปี 2011 จากสถาบันสถาปนิกแห่งอังกฤษ (RIBA) รางวัลและเกียรติอื่น ๆ ได้แก่ การได้รับการแต่งตั้งเป็น “ศิลปินเพื่อสันติภาพ” ของ UNESCO ได้รับ

เหรียญอิสริยาภรณ์จากสาธารณรัฐฝรั่งเศสในฐานะ (Commandeur de l'Ordre des Arts et des Lettres) ติดอันดับ 100 บุคคลผู้ทรงอิทธิพลที่สุดในโลก ของนิตยสาร TIME และได้รับการยกย่องว่าเป็น นักคิดอันดับหนึ่งของโลกในปี 2010 ในปี 2012 สมเด็จพระราชินีนาถเอลิซาเบธที่ 2 ทรงแต่งตั้ง ซาฮา ฮาดิดเป็นผู้บัญชาการหญิงแห่งเครื่องราชอิสริยาภรณ์อันทรงเกียรติเชิดชูยิ่งของจักรวรรดิบริติช (Dame Commander of the Order of the British Empire) และเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2016 ได้รับรางวัลรอยัล โกลด์ เมดัล (Royal Gold Medal) ช่วงท้ายของชีวิตของซาฮา ฮาดิด ถึงแก่อสัญกรรมเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2016

ตาราง 1

ตารางสรุปการบูรณาการแนวคิดทางการออกแบบในผลงานสถาปัตยกรรมของสถาปนิกระดับโลก

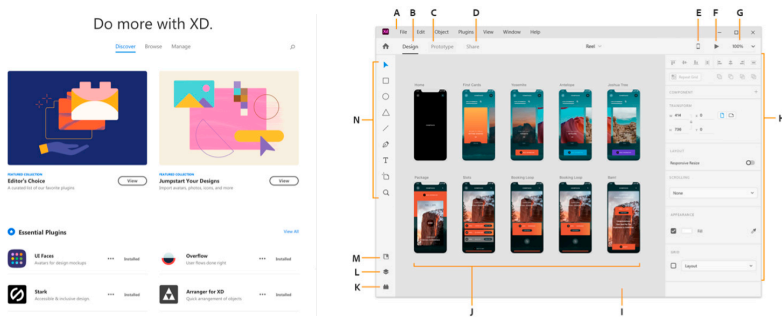
สถาปนิก Architect	ผลงานตัวอย่าง design project	การคิดเชิงวิพากษ์ critical thinking	การคิดสร้างสรรค์ creative thinking	การคิดเชิงออกแบบ design thinking
นอร์แมน ฟอสเตอร์ (Norman Foster)	- เดอะ เกร์กิน ตึกระฟ้าในลอนดอน (The Gherkin Tower) แอปเปิลพาร์ก ในเมืองคูเปอร์ติโน รัฐแคลิฟอร์เนีย (Apple Park) - สะพานคนเดิน มิลเลนเนียม แห่งลอนดอน (Millennium Bridge)	- วิเคราะห์ปัญหาการใช้พลังงานและโครงสร้างอาคารแบบเก่า เพื่อออกแบบระบบระบายอากาศธรรมชาติและโครงสร้างประหยัดพลังงาน	- ผสมผสานเทคโนโลยีอัจฉริยะกับธรรมชาติ สร้างอาคารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาวะผู้ใช้	- มองจากมุมมองผู้ใช้ เน้นประสบการณ์ที่เชื่อมโยงคน เมือง และธรรมชาติให้เป็นหนึ่งเดียว
ซาฮา ฮาดิด (Zaha Hadid)	- เฮย์ดาร์ อาลีเยฟ เซ็นเตอร์ ประเทศอาเซอร์ไบจาน (Heydar Aliyev Center) - โรงละครแห่งเมืองกวางโจว (Guangzhou Opera House) - ศูนย์กีฬาทางน้ำแห่งลอนดอน (London Aquatics Centre)	- วิพากษ์รูปทรงทางสถาปัตยกรรมแบบดั้งเดิม สร้างภาษาใหม่ของเส้นสายที่ลื่นไหลและพลวัต	- ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและคณิตศาสตร์ในการสร้างสถาปัตยกรรมที่เหมือนงานศิลปะเคลื่อนไหว	- ออกแบบโดยคำนึงถึงประสบการณ์เชิงอารมณ์ของผู้ใช้ ให้นั้นที่สร้างความรู้สึกเชื่อมโยงและเคลื่อนไหวต่อเนื่อง

ประสบการณ์ผู้ใช้โปรแกรมสร้างสรรค์โค้ดบี เอ็กซ์ดี (Adobe XD)

อโดบีเอ็กซ์ดี (Adobe XD) เป็นซอฟต์แวร์ที่พัฒนาโดยบริษัท Adobe Systems สำหรับการออกแบบและสร้างต้นแบบ (prototype) ของเว็บไซต์และแอปพลิเคชันมือถือ โดยเน้นการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (user experience, ux) และส่วนต่อประสานผู้ใช้ (user interface, ui) โดยเฉพาะ โปรแกรมนี้เปิดตัวครั้งแรกในเดือนมีนาคม ค.ศ.2016 ภายใต้ชื่อ Adobe Experience Design CC และได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับฟีเจอร์ต่าง ๆ ที่ตอบเจตยานักออกแบบดิจิทัลในยุคปัจจุบัน หนึ่งในจุดเด่นของ Adobe XD คือความสามารถในการสร้างต้นแบบแบบ interactive ซึ่งช่วยให้นักออกแบบสามารถจำลองการใช้งานจริงของเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ โปรแกรมยังรองรับการทำงานร่วมกับซอฟต์แวร์อื่น ๆ ของ Adobe เช่น Photoshop และ Illustrator ทำให้งานออกแบบมีความต่อเนื่องและลดขั้นตอนการทำงานซ้ำซ้อน การพัฒนา Adobe XD สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการออกแบบที่เน้นผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง (user-centered design) และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างประสบการณ์ผู้ใช้ที่ดีขึ้น โปรแกรมนี้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจากนักออกแบบทั่วโลก และยังคงได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปในวงการออกแบบดิจิทัล (Adobe Inc, 2023)

ภาพ 5

ส่วนสไลด์งาน อโดบีเอ็กซ์ดี (Adobe XD)



หมายเหตุ. จาก Adobe XD: Design, prototype, and share user experiences, by Adobe, 2025, (<https://adobexdplatform.com/>). Copyright 2025 by Adoby.

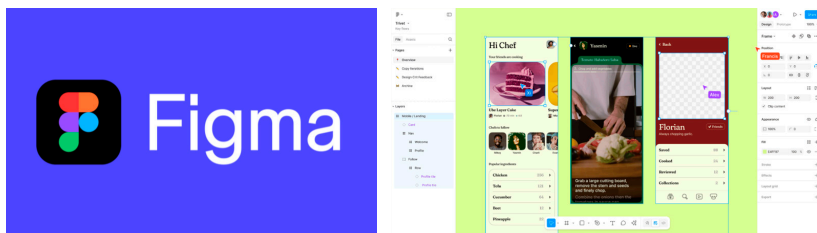
จากสตาร์ทอัพสู่ปีกหน้าใหม่ ฟิกม่า (Figma)

ฟิกม่า (Figma) บริษัทซอฟต์แวร์ด้านการออกแบบที่มีผู้ใช้ทั่วโลกกว่า 13 ล้านคน ได้เปิดตัวในตลาดหลักทรัพย์นิวยอร์ก (NYSE) อย่างเป็นทางการ และสร้างปรากฏการณ์ราคาหุ้นพุ่งทะยานกว่า 250% ในวันแรกของการซื้อขายจากการตั้งราคา IPO ที่ 33 ดอลลาร์ต่อหุ้น ราคาหุ้นของ Figma (FIG) ทะยานสู่ราคาปิดที่ 115.50 ดอลลาร์ ส่งผลให้มูลค่าบริษัท (market cap) พุ่งสู่ระดับเกือบ 68,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ความสำเร็จครั้งนี้ไม่เพียงแต่เป็นการตอกย้ำการเติบโตของ Figma ที่มีลูกค้ารายใหญ่อย่าง Google Microsoft และ Netflix ฟิกม่าเป็นซอฟต์แวร์ออกแบบกราฟิกและอินเทอร์เฟซผู้ใช้งาน (UI/UX) ที่พัฒนาขึ้นเพื่อสนับสนุนการทำงานร่วมกันแบบออนไลน์ในรูปแบบเรียลไทม์ ก่อตั้งโดย ดีแลน ฟิลด์ (Dylan Field) และ อีวาน วอลเลซ (Evan Wallace) ผู้ก่อตั้งและซีโอโอของ Figma ซึ่งเป็นสตาร์ทอัพด้านซอฟต์แวร์ออกแบบที่เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเน้นการฟังความคิดเห็นของผู้ใช้ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาด (ฟอบส์ ไทยแลนด์, 2565) ดีแลน ฟิลด์ได้รับแรงบันดาลใจจากการศึกษาที่ มหาวิทยาลัยบราวน์ (Brown University) และประสบการณ์ในการฝึกงานที่ ลิงคด์อิน (LinkedIn) ซึ่งนำไปสู่การร่วมก่อตั้ง Figma ร่วมกับ Evan Wallace ในปี 2012. Figma เปิดตัวในปี 2016 และได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในกลุ่มนักออกแบบ โดยมีผู้ใช้งานหลายล้านคนและรายได้ประจำปีที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี ค.ศ. 2012 และเปิดตัวอย่างเป็นทางการในปี ค.ศ. 2016 (Field & Wallace, 2016) โปรแกรมนี้ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วเนื่องจากสามารถใช้งานผ่านเว็บเบราว์เซอร์โดยไม่ต้องติดตั้งซอฟต์แวร์เพิ่มเติม ทำให้ผู้ใช้หลายคนสามารถทำงานร่วมกันได้พร้อมกันแบบเรียลไทม์ เหมาะกับทีมออกแบบที่ต้องการประสิทธิภาพในการทำงานแบบกระจาย

Figma เป็นเครื่องมือสำคัญในวงการออกแบบ UI/UX ด้วยความสามารถในการทำงานร่วมกันแบบเรียลไทม์ การเข้าถึงง่าย พิเจอร์ครบวงจร และสนับสนุนการออกแบบที่เน้นผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง การใช้ Figma ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดความซับซ้อนในการสื่อสารระหว่างทีม และช่วยให้องค์กรสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้อย่างรวดเร็ว

ภาพ 6

ส่วนหน้าตอนรับ ฟิกม่า (Figma)



หมายเหตุ. จาก Figma: Collaborative interface design tool, by Figma, 2025, (<https://www.figma.com>). Copyright 2025 by Figma.

การวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างโปรแกรมอโดบีเอ็กซ์ดี (Adobe XD)

และโปรแกรมฟิกม่า (Figma)

การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (user experience: UX) และส่วนติดต่อผู้ใช้ (user interface: UI) ได้รับความสำคัญอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมดิจิทัลสมัยใหม่ เนื่องจากมีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ การเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมในการออกแบบ UX/UI ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของงานและประสิทธิภาพการทำงานของทีมงาน ปัจจุบันโปรแกรม Adobe XD และ Figma ถือเป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมสูงในการออกแบบ UX/UI ซึ่งแม้จะมีจุดมุ่งหมายคล้ายคลึงกัน แต่ก็มีจุดแข็งและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธี การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบเอกสาร (documentary comparative analysis) โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ทางการของซอฟต์แวร์ และงานเขียนเชิงวิชาการที่เกี่ยวข้องกับ Adobe XD และ Figma เพื่อนำมาเปรียบเทียบในประเด็นหลัก ได้แก่ ประวัติและการพัฒนา ฟังก์ชันการใช้งาน ข้อดี-ข้อจำกัด และการประยุกต์ใช้ในปัจจุบัน ฟังก์ชันการใช้งานหลัก และการใช้ SWOT Analysis (การวิเคราะห์ SWOT) เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์และวางแผนกลยุทธ์ โดยย่อมาจากคำว่า Strengths (จุดแข็ง) Weaknesses (จุดอ่อน) Opportunities (โอกาส) และ Threats (ภัยคุกคาม อุปสรรค) ตามตารางการเปรียบเทียบที่ 1 ดังนี้

ตาราง 2

ตารางสรุปการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างโปรแกรมอโดบีเอ็กซ์ดี (Adobe XD) และโปรแกรมฟิกม่า (Figma)

โปรแกรม SWOT	อโดบีเอ็กซ์ดี (Adobe XD) (Adobe, 2019)	ฟิกม่า (Figma) (Figma, 2020)
จุดแข็ง (strengths)	- การผสานกับ Adobe Creative Cloud ได้ดี ทำงานร่วมกับ Photoshop, Illustrator ได้ง่าย - รองรับการทำงานบน UI/UX ทั้งบน Windows และ Mac - มีเครื่องมือสำหรับ Prototyping และการเคลื่อนไหว (animation) ในตัว - รองรับการทำงานระบบปิด (offline)	- ทำงานบนระบบกลุ่มคลาวด์ (cloud) ทำให้เข้าถึงและแก้ไขไฟล์ได้จากทุกอุปกรณ์ - รองรับการทำงานร่วมกันแบบปัจจุบันที่เน้นการทำงานร่วมกัน (collaboration) ได้ดี - ใช้งานผ่านเว็บและไม่จำเป็นต้องติดตั้ง - มีแหล่งทรัพยากร (community resources) และ ส่วนเสริม (plugin) มากมายให้ใช้งาน
จุดอ่อน (weaknesses)	- การทำงานร่วมกันแบบเรียลไทม์ยังไม่ดีเท่า Figma - ต้องติดตั้งซอฟต์แวร์ ไม่สามารถใช้งานผ่านเว็บได้เต็มรูปแบบ - ราคาสูงสำหรับบางแพ็คเกจ	- ฟีเจอร์และคุณสมบัติเสริมในการสร้างต้นแบบ (prototyping) และการเคลื่อนไหว (animation) ยังสู้ Adobe XD บางจุดไม่ได้ - ต้องเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพื่อใช้งานเต็มประสิทธิภาพมากกว่าแบบระบบปิด (offline) - บางคุณสมบัติขั้นสูงอาจซับซ้อนสำหรับผู้เริ่มต้นใช้งาน
โอกาส (opportunities)	- การขยายระบบนิเวศ (ecosystem) ของ Adobe เพิ่มส่วนเสริม (plugin) และ บูรณาการ (Integration) - การพัฒนา AI tools ใน Adobe Sensei ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการออกแบบ - เหมาะกับองค์กรที่ใช้ Adobe Creative Cloud อยู่แล้ว	- การเติบโตของรูปแบบการทำงานเป็นทีมพร้อมกัน (remote work) และ การออกแบบที่สามารถใช้งานพร้อมกันในเวลาเดียวกัน (collaborative design) ทำให้ Figma เป็นที่นิยมมากขึ้น - ขยายการใช้งานในองค์กรและสถาบันการศึกษา - พัฒนาฟีเจอร์ใหม่ เช่น การระดม ความคิดเพื่อสร้างสรรค์ไอเดียใหม่ ๆ (brainstorming) และ พื้นที่ทำงานร่วมกันที่ออกแบบมาเพื่อส่งเสริมการประชุม (whiteboarding)
อุปสรรค (threats)	- การแข่งขันจาก Figma ที่เน้นการทำงานร่วมกัน (collaboration) และระบบกลุ่มคลาวด์ (cloud based) - ผู้ใช้อาจย้ายไปใช้ ฟิกม่า (figma) หากต้องการลำดับขั้นตอนการทำงาน (workflow) แบบปัจจุบัน	- การพึ่งพาระบบกลุ่มคลาวด์ (cloud based) และอินเทอร์เน็ตอาจเป็นปัญหาในบางองค์กร - การแข่งขันจาก Adobe XD ที่เน้นการทำงานร่วมกัน (collaboration) กับ ระบบนิเวศของอโดบี (Adobe ecosystem)

จากการวิเคราะห์พบว่า Adobe XD และ Figma ต่างมีจุดแข็งที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้แตกต่างกัน Adobe XD เหมาะสำหรับผู้ที่ทำงานในระบบนิเวศ (ecosystem) ของ Adobe และต้องการเครื่องมือที่เชื่อมโยงกับโปรแกรมกราฟิกขั้นสูง ส่วน Figma เหมาะสำหรับทีมที่เน้นการทำงานร่วมกัน ความยืดหยุ่น และการเข้าถึงจากทุกแพลตฟอร์ม โดยในปัจจุบัน Figma มีแนวโน้มการใช้งานเพิ่มขึ้นและกลายเป็นมาตรฐานใหม่ของวงการออกแบบ UX/UI

บทสรุป

จากการศึกษาพบว่า สวนลอยบาบิโลน (Hanging Gardens of Babylon) สิ่งมหัศจรรย์ทางสถาปัตยกรรมของโลกยุคโบราณ แต่ยังเป็นต้นแบบของ “การออกแบบเชิงประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience Design)” ในระดับจิตวิญญาณของอารยธรรมมนุษย์ การสร้างสวนลอยขึ้นเพื่อมอบความสุขและความประทับใจแก่พระสมณของกษัตริย์เนบูคัดเนสซาร์ที่ 2 แสดงให้เห็นแนวคิดการคิดเชิงออกแบบ (design thinking) อย่างชัดเจน ซึ่งเริ่มต้นจาก “ความเข้าใจในผู้ใช้” (empathy) ก่อนนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมทางวิศวกรรมและสถาปัตยกรรมที่ตอบโจทย์ทั้งด้านอารมณ์และหน้าที่การใช้งาน ในเชิงแนวคิด สวนลอยบาบิโลนยังเป็นการบูรณาการของ (การคิดเชิงวิพากษ์) Critical Thinking และ การคิดสร้างสรรค์ (creative thinking) อย่างลึกซึ้ง การคิดเชิงวิพากษ์ทำให้เกิดการตั้งคำถามต่อข้อจำกัดของสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ แล้วใช้เหตุผลและการวิเคราะห์เพื่อสร้างระบบชลประทานที่ซับซ้อน ส่วนการคิดสร้างสรรค์สะท้อนผ่านจินตนาการที่ผสมธรรมชาติและสิ่งก่อสร้างเข้าด้วยกัน กลายเป็น “สวนในอากาศ” ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนในประวัติศาสตร์ แนวคิดเชิงบูรณาการเช่นนี้ได้รับการสืบทอดและตีความใหม่ในยุคสมัยใหม่ผ่านผลงานของสถาปนิกระดับโลก ได้แก่ นอร์แมน ฟอสเตอร์ (Norman Foster) และ ซาฮา ฮาดิด (Zaha Hadid) ซึ่งต่างนำแนวคิดการออกแบบเชิงประสบการณ์มาพัฒนาในบริบทเทคโนโลยีร่วมสมัย ฟอสเตอร์เน้นการใช้ เทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน เช่น อาคาร The Gherkin และ Apple Park ที่ออกแบบให้ใช้พลังงานธรรมชาติและเชื่อมโยงผู้ใช้กับธรรมชาติรอบตัวอย่างกลมกลืน ขณะที่ฮาดิดเน้น การสร้างประสบการณ์เชิงอารมณ์และการรับรู้ทางศิลปะ ผ่านเส้นสายที่พลวัตและลื่นไหล เช่น Heydar Aliyev Center และ Guangzhou Opera House ซึ่งสร้างความรู้สึกเคลื่อนไหวและอิสระในพื้นที่ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าแม้สวนลอยบาบิโลน กับตัวสถาปนิกอย่าง นอร์แมน ฟอสเตอร์ และซาฮา ฮาดิด จะอยู่ต่างยุคสมัยแต่ต่างก็สะท้อน “หลักคิดเดียวกัน” คือการออกแบบที่มุ่งสร้างประสบการณ์ให้ผู้ใช้เกิด ความรู้สึกมีส่วนร่วมกับพื้นที่ (sense of belonging)

และ เชื่อมโยงกับธรรมชาติ (connection with nature) ผ่านเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับยุคนั้น นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลในเอกสารที่เกี่ยวข้องยังพบว่า แนวคิดของการออกแบบประสบการณ์ได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องจากยุคโบราณสู่ยุคดิจิทัล โดยเฉพาะในงานออกแบบสมัยใหม่ที่ใช้เครื่องมืออย่าง Adobe XD และ Figma เพื่อจำลอง “ประสบการณ์ของผู้ใช้” ในพื้นที่เสมือน ซึ่งถือเป็นการต่อยอดแนวคิดของสวนลอยบาบิโลนในโลกดิจิทัลจาก “สวนแห่งความรู้สึกรู้สึก” ในอดีต สู่ “พื้นที่ประสบการณ์เสมือน” ในปัจจุบัน

กล่าวโดยสรุป การศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่า “การออกแบบเพื่อมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (human-centered design)” มีใช้แนวคิดใหม่ของยุคเทคโนโลยีเท่านั้น แต่มีรากฐานลึกซึ้งในประวัติศาสตร์อารยธรรมของมนุษย์ การตีความสวนลอยบาบิโลนในบริบทของสถาปัตยกรรมร่วมสมัยจึงเป็นการเปิดมิติใหม่ในการมองเห็นความต่อเนื่องของพัฒนาการทางความคิดด้านการออกแบบ ที่เชื่อมโยงอดีต ปัจจุบัน และอนาคตเข้าด้วยกันอย่างทรงคุณค่า ทั้งในเชิงสถาปัตยกรรม วัฒนธรรม และจิตวิญญาณของมนุษย์

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา ตันติยาสวัสดิกุล. (2567). *Design Thinking* [เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์]. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฑามาส ไชยงไทย. (2561). การพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์กับศตวรรษที่ 21. *วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 9(2), 344–356. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EdAd/article/view/193109>
- ณัฐ จันทโรทัย. (2566). ภูมิทัศน์การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้. *วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 7(1), 242–258. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husojournalpnru/article/view/265972>
- ดวงเดือน ศาสตรภัทร. (2557). การคิดสร้างสรรค์. *วารสารสุขภาพการจัดการสุขภาพ*, 1(1), 10–23. <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/slc/article/view/221813?Page-Speed=noscript>
- ทักษิณ แซ่ลิ่ม. (2564). ‘นอร์แมน ฟอสเตอร์’ ผู้ออกแบบ ‘สมองแห่งเบอร์ลิน’ สถาปนิกที่เชื่อมั่นในพลังสร้างสรรค์ของคนหนุ่มสาว. *The Kommon*. <https://www.thekommon.co/norman-foster/>
- บุบิิต. (2564). *User Experience Design* ขั้นกว่าของการออกแบบ. Bluebik. <https://bluebik.com/th/insight/user-experience-design/>
- ฟอบส์ ไทยแลนด์. (2565). *Dylan Field* ก่อร่างสร้าง Figma. <https://forbesthailand.com/world/america/dylan-field-ก่อร่างสร้าง-figma>
- ราชบัณฑิตยสภา. (2556). *พจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์ร่วมสมัย*. ราชบัณฑิตยสภา.
- วรกาญจน์ เจ. (2564). อาคาร ต้นไม้ ระบบชลประทาน : ‘สวนลอยบาบิโลน’ สถาปัตยกรรมโบราณที่ถูกตั้งคำถามถึงการมีอยู่. *The MATTER*. <https://thematter.co/social/hanging-gardens-of-babylon/132574>
- สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ. (2565). *สวนลอยบาบิโลน (Babylon)*. https://gistda.or.th/news_view.php?n_id=5755&lang=TH
- Adobe. (2019). *Adobe XD overview*. Adobe Systems. <https://www.adobe.com/th/products/xd.html>
- Adobe Inc. (2023). *Adobe XD: Design, prototype, and share user experiences*. <https://www.adobe.com/products/xd.html>
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context*. Westview Press.
- Beghetto, R. A., & Kaufman, J. C. (2014). Classroom contexts for creativity. *High Ability Studies*, 25(1), 53–69. <https://doi.org/10.1080/13598139.2014.905247>

- Bloom, B. S. (1976). *Human characteristics and school learning*. New York: McGraw-Hill.
- Field, D., & Wallace, E. (2016). *Figma: Collaborative interface design tool*. Figma Inc. <https://www.figma.com>
- Figma. (2020). *About Figma*. Figma, Inc. <https://www.figma.com/about>
- Foster + Partners. (2025) *Trafalgar Square*. Fosterandpartners. <https://www.fosterandpartners.com/projects/trafalgar-square>
- Runco, M. A., & Acar, S. (2012). Divergent thinking as an indicator of creative potential. *Creativity Research Journal*, 24(1), 66–75. <https://doi.org/10.1080/10400419.2012.652929>
- Zaha Hadid Architects. (2025). *Zaha Hadid 1950-2016 Founder*. Zaha Hadid Architects. <https://www.zaha-hadid.com/people/zaha-hadid/>
- Zaha Hadid Architects. (2025). *Heydar Aliyev center*. Zaha Hadid Architects. <https://www.zaha-hadid.com/architecture/heydar-aliyev-centre/>

หลักเกณฑ์การจัดทำต้นฉบับบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่ ในวารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

วารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นวารสารเผยแพร่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์และตีพิมพ์เพื่อเผยแพร่ความก้าวหน้าผลงานวิชาการ บทความวิจัยและบทความวิชาการทางด้านศิลปะ การออกแบบและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบนิเทศศิลป์ ออกแบบภายใน เครื่องเคลือบดินเผา ออกแบบเครื่องแต่งกาย ประยุกต์ศิลปศึกษา ออกแบบเครื่องประดับ ศิลปะการออกแบบดิจิทัล ศิลปะการออกแบบ ศิลปศึกษา ทัศนศิลป์ หัตถศิลป์และหัตถกรรม ศิลปะการออกแบบเชิงวัฒนธรรม ศิลปะการออกแบบบูรณาการข้ามศาสตร์ ให้แก่อาจารย์ นักศึกษา และนักวิชาการทั้งภายในและภายนอกสถาบัน โดยมีหลักเกณฑ์ในการนำผลงานของผู้สนใจส่งผลงานมาตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design ต้องได้รับการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรงกับสาขาวิชา 3 คนต่อ 1 บทความ เพื่อให้วารสารมีคุณภาพระดับมาตรฐานสากลที่ส่งเสริมงานวิชาการ มีประโยชน์และสามารถอ้างอิงได้ ผลงานที่ส่งมาต้องมีความน่าสนใจ มีประเด็นสำคัญของผู้เขียนที่ชัดเจนด้วยองค์ความรู้ที่ทันสมัย และต้องเป็นผลงานที่ไม่เคยเสนอหรือกำลังเสนอเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการใดมาก่อน โดยวารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design รับต้นฉบับทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

กำหนดออกปีละ 3 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน

ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม

ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม

1. ประเภทของบทความที่เผยแพร่

1.1 บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความที่ผู้เขียนได้เขียนด้วยการนำเสนอแนวคิด วิเคราะห์ วิวิจารณ์ บนพื้นฐานทางวิชาการผ่านการเรียบเรียงจากงานสร้างสรรค์ ผลงานศิลปะ ออกแบบและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ของตนเองหรือของผู้อื่น รวมถึงการวิเคราะห์ปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลง การพัฒนา ที่เกี่ยวข้องกับ ศิลปะ การออกแบบ และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ผู้เขียนสามารถใส่ภาพประกอบ ตาราง เพื่อส่งเสริมให้สร้างความเข้าใจให้กับผู้อ่านได้ง่ายและทำให้บทความมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ด้วยการอ้างอิงอย่างเป็นระบบตามมาตรฐาน APA 7th Edition

ส่วนประกอบ : ชื่อเรื่อง ชื่อ-นามสกุลและสังกัดของผู้เขียน (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทคัดย่อความยาว 250 - 300 คำ) บทนำ เนื้อหา (สามารถแบ่งเป็นหัวข้อตามที่ผู้เขียนต้องการนำเสนอ) บทสรุป และเอกสารอ้างอิงที่เป็นภาษาไทยและที่แปลเป็นภาษาอังกฤษ

1.2 บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่ผู้เขียนได้แสดงผลของการค้นคว้า มีวัตถุประสงค์ชัดเจน เพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการทางด้านศิลปะ การออกแบบและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง มีลักษณะเป็นการเขียนด้วยรูปแบบของหลักการวิจัยประกอบด้วย

ส่วนประกอบ : ผู้เขียนสามารถใส่ภาพประกอบ ตาราง เพื่อส่งเสริมให้สร้างความเข้าใจให้กับผู้อ่านได้ง่ายและทำให้บทความมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ด้วยการอ้างอิงอย่างเป็นระบบตามมาตรฐาน APA 7th Edition ชื่อเรื่อง ชื่อ-นามสกุลและสังกัดของผู้เขียน (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) บทคัดย่อความยาว 250-300 คำ) บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย เครื่องมือวิจัยและวิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล สรุปและอภิปรายผล และเอกสารอ้างอิง ที่เป็นภาษาไทยและที่แปลเป็นภาษาอังกฤษ

2. การจัดเตรียมต้นฉบับ

2.1 บทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun New ขนาดตัวอักษร 14 pt เมื่อรวมภาพประกอบและตาราง ไม่เกิน 15 หน้า ในการจัดเตรียมบทความ

2.2 ใส่เลขหน้ากำกับทุกหน้าที่ด้านล่าง กึ่งกลางของหน้ากระดาษ A4

2.3 ชื่อเรื่องของบทความ ไม่ควรเกิน 100 ตัวอักษร รวมเว้นวรรค ให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun NEW ขนาดตัวอักษร 18 pt ตัวหนา

2.4 ชื่อผู้เขียนบทความ อยู่ลำดับลงมาจากชื่อเรื่อง หากมีผู้เขียนบทความหลายคนที่ตั้งกัต่างหน่วยงานกันให้ใช้ตัวอักษรอารบิกตัวเล็กกำกับเหนือตัวอักษรสุดท้ายของนามสกุลแต่ละคนใส่เครื่องหมายจุลภาค (, comma) ถัดจากตัวอักษรอารบิก ตามด้วยเครื่องหมายดอกจัน (asterisk) สำหรับรายละเอียดสถานะของผู้เขียนบทความ ให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun NEW ขนาดตัวอักษร 14

2.5 ที่อยู่ผู้เขียนบทความ อยู่ลำดับลงมาจากชื่อผู้เขียนบทความ ให้เขียนเรียงลำดับตามตัวอักษรอารบิกที่กำกับไว้ในส่วนของชื่อผู้เขียนบทความ ให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun NEW ขนาดตัวอักษร 12

2.6 อีเมลผู้เขียนบทความ อยู่ลำดับลงมาจากที่อยู่ผู้เขียนบทความ ให้ใส่อีเมลของผู้เขียนบทความที่สามารถติดต่อได้ในระหว่างดำเนินการ ให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun NEW ขนาดตัวอักษร 12

2.7 บทคัดย่อ (abstract) หรือ บทสรุป (summary) ให้มีเพียงย่อหน้าเดียวโดยไม่ใช้หัวข้อย่อยในบทคัดย่อ ระบุความยาวไม่ควรเกิน 250-300 คำ หากเป็นบทคัดย่อภาษาไทยต้องมีบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผู้เขียนบทความควรกำหนดคำสำคัญ (key-words) ของเรื่อง แต่ไม่ควรเกิน 5 คำ ขนาดตัวอักษร 14

2.8 องค์ประกอบของบทความ

2.8.1 บทความวิชาการ ประกอบด้วย

1. ส่วนนำ

- ชื่อเรื่อง

- ชื่อผู้เขียนบทความ

- (ระบุผู้เขียนบทความสำหรับติดต่อ)

- ที่อยู่ผู้เขียนบทความ/สังกัด

- (คณะ มหาวิทยาลัย จังหวัดและอีเมลผู้เขียนบทความ)

2. บทคัดย่อ บทคัดย่อต้องระบุถึงความสำคัญของเรื่องประเด็นสำคัญของบทความบทสรุป ความยาว 250-300 คำ

3. เนื้อหา

- บทนำ (introduction)

- เนื้อหาในแต่ละประเด็น

- ส่วนสรุปประเด็น (conclusion)

เพื่อแสดงสิ่งสำคัญของประเด็นในแต่ละหัวข้อโดยเรียบเรียงอย่างต่อเนื่อง
นำไปสู่ความคิดเห็นของผู้เขียนในประเด็นของเนื้อหาบทความ

2.8.2 บทความวิจัย ประกอบด้วย

1. หน้าชื่อเรื่อง

- ชื่อเรื่อง
- ชื่อผู้เขียนบทความ (ระบุผู้เขียนบทความสำหรับติดต่อ)
- สังกัด (คณะ มหาวิทยาลัย จังหวัด) และอีเมลผู้เขียนบทความ

2. บทคัดย่อ

- บทคัดย่อต้องระบุถึงความสำคัญของเรื่อง วัตถุประสงค์ วิธีการศึกษา ผลการศึกษา และบทสรุป ความยาว 250-300 คำ

3. เนื้อหาบทความ

- บทนำ (ความสำคัญของที่มา ปัญหาของงานวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย)
- วัสดุอุปกรณ์และวิธีการ
- ผลการศึกษา
- อภิปรายผลการศึกษา
- สรุปผลการศึกษา
- กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

ขั้นตอนการพิจารณาจากผู้ประเมินพิจารณาบทความ

1. การตอบรับหรือปฏิเสธบทความ

กองบรรณาธิการพิจารณาบทความเมื่อได้รับบทความจากผู้เขียน แล้วแจ้งผลการพิจารณาตอบรับหรือปฏิเสธบทความให้ผู้ส่งบทความทราบภายใน 15 วัน หากบทความมีรูปแบบหรือองค์ประกอบไม่ตรงตามหลักเกณฑ์การจัดทำต้นฉบับบทความที่วารสารกำหนด ฝ่ายประสานงานจะติดต่อกับผู้ส่งบทความเพื่อให้ปรับปรุงแก้ไขภายใน 15 วัน

2. การประเมินบทความ

ฝ่ายประสานงานนำต้นฉบับบทความที่ผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการแล้ว นำเสนอให้ผู้ประเมินพิจารณาบทความ (peer reviewer) จำนวน 3 ท่าน โดยกองบรรณาธิการเป็นผู้เลือกจากผู้เชี่ยวชาญหรือเกี่ยวข้องกับสาขาวิชาที่สอดคล้องกับบทความ ให้เป็นผู้พิจารณาเผยแพร่วรรณกรรมตามเกณฑ์ประเมินบทความที่วารสารกำหนด โดยเก็บข้อมูลทั้งหมดเป็นความลับและไม่เปิดเผย ชื่อ-นามสกุล รวมถึงหน่วยงานที่สังกัดทั้งของผู้เขียนและผู้ประเมินบทความ (double-blinded) จนกว่าต้นฉบับบทความจะได้รับการเผยแพร่ ใช้เวลาพิจารณาแต่ละบทความประมาณ 1 เดือน

3. ผลการประเมินบทความ

บทความที่ผ่านการประเมิน คือ บทความที่ได้รับผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิในระดับ ดี ดีมาก ดีเด่น ทั้งนี้ ผลการพิจารณาของผู้ประเมินบทความถือเป็นสิ้นสุด โดยไม่มีการทบทวนบทความที่ไม่ผ่านการประเมินหรือทบทวนระดับผลการประเมินอีกครั้ง หรือเปลี่ยนแปลงผู้ประเมินบทความใหม่ในทุกกรณี

4. การแจ้งผลการประเมินบทความ

กองบรรณาธิการวารสารจะส่งผลการประเมินให้ผู้ส่งบทความได้ทราบภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับผลการประเมินจากผู้ประเมินท่านสุดท้าย หากมีข้อเสนอแนะหรือข้อแก้ไขปรับปรุงจากผู้ประเมิน ให้ผู้ส่งบทความปรับแก้ไขภายใน 15 วัน แล้วส่งกลับมายังกองบรรณาธิการ นับตั้งแต่วันที่ได้รับทราบผลการพิจารณาจากกองบรรณาธิการ หากผู้ส่งบทความไม่เห็นด้วยกับข้อเสนอแนะหรือข้อแก้ไขปรับปรุงของผู้ประเมิน ให้ทำหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษรชี้แจงรายละเอียดให้กองบรรณาธิการพิจารณา

5. การตอบรับการเผยแพร่บทความ

บทความที่ผ่านการแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ประเมิน จะได้รับการพิจารณาอีกครั้งจากกองบรรณาธิการ แต่เป็นในรายละเอียดของรูปแบบบทความ การใช้ภาษา และการพิสูจน์อักษร โดยพิจารณาจากความง่ายต่อการอ่านบทความ จากนั้นกองบรรณาธิการจะแจ้งข้อเสนอให้ผู้ส่งบทความแก้ไขปรับปรุง เมื่อแก้ไขปรับปรุงเสร็จสมบูรณ์แล้ว ให้ถือวันที่บรรณาธิการให้ความเห็นชอบแก้ไขบทความครั้งสุดท้ายเป็นวันแก้ไขบทความ และให้ถือวันที่บรรณาธิการมีหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งการเผยแพร่บทความ เป็นวันตอบรับการตีพิมพ์บทความ

6. การเผยแพร่บทความ

บทความที่ได้รับหนังสือตอบรับการเผยแพร่จากบรรณาธิการวารสารแล้ว จะได้รับการเผยแพร่ผ่านระบบวารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design ออนไลน์ (ThaiJO) ภายใน 30 วัน นับแต่วันออกหนังสือตอบรับการเผยแพร่ โดยที่การเผยแพร่ได้เรียงลำดับก่อนหลังตามวันที่บรรณาธิการวารสารมีหนังสือแจ้งการตีพิมพ์ให้ผู้ส่งบทความทราบ ตามลำดับอย่างเคร่งครัดโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือทบทวนไม่ว่ากรณีใด

จริยธรรมการตีพิมพ์บทความในวารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

วารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นเสมือนพื้นที่กลางในการนำเสนองานวิชาการด้านศิลปะ การออกแบบ และสาขาที่เกี่ยวข้อง จากการสร้างสรรค์ การวิจัย การเขียนงานวิชาการ ให้กับนักวิชาการ นักออกแบบ ศิลปิน อาจารย์ นิสิต นักศึกษา รวมทั้งบุคคลทั่วไปที่สนใจในงานวิชาการ เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการให้อยู่ในหลักเกณฑ์ ยึดถือความถูกต้อง คุณภาพของผลงาน ความโปร่งใส และปฏิบัติตามจริยธรรมอย่างเคร่งครัด โดยยึดแนวหลักการ

กองบรรณาธิการวารสารจึงได้กำหนดแนวทางปฏิบัติของบทบาทหน้าที่สำหรับบุคคล 3 กลุ่มให้อยู่ในหลักเกณฑ์การเผยแพร่วารสาร ได้แก่ ผู้เขียนบทความ (Author) บรรณาธิการวารสาร (Editor) และผู้ประเมินบทความ (Peer-Reviewer) ให้ทำความเข้าใจและนำไปปฏิบัติตาม ดังนี้

บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียนบทความ

1. ผู้เขียนบทความต้องรับรองว่าผลงานที่เผยแพร่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และเป็นผลงานใหม่
2. ผู้เขียนบทความต้องศึกษารูปแบบการเขียนบทความตามเกณฑ์ของวารสารกำหนดให้ถูกต้องตามองค์ประกอบ
3. ผู้เขียนบทความต้องเขียนและนำเสนอผลงานตนเองทั้งหมด หากในผลงานมีการกล่าวถึงผลงานเขียนของผู้อื่น ต้องมีการอ้างอิงอย่างถูกต้อง และต้องมีการระบุให้ชัดเจนไว้ในเอกสารอ้างอิง ภายในบทความและเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ
4. ผู้เขียนบทความต้องเขียนข้อเท็จจริงจากการทำวิจัยหรือการค้นคว้าทางวิชาการ การสร้างสรรค์ ด้วยความซื่อสัตย์ทางวิชาการ ไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ทางวิชาการจนมองข้ามหรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคล หรือสิทธิมนุษยชน
5. ผู้เขียนบทความต้องไม่คัดลอกข้อความจากผลงานเดิมของตนเอง ในเรื่องเดียวกันไปเผยแพร่ในวารสารวิชาการมากกว่าหนึ่งฉบับ โดยไม่อ้างอิงผลงานเดิมตามหลักวิชาการในลักษณะที่สร้างความเข้าใจว่าผลงานนั้นเป็นผลงานใหม่
6. ผู้เขียนบทความต้องระบุแหล่งทุนสนับสนุนในการทำวิจัย

7. ผู้เขียนบทความที่มีมากกว่า 1 คน ต้องมีบทบาทหน้าที่ในการวิจัย ค้นคว้าและเขียนบทความด้วยกันจริง

8. ผู้เขียนบทความต้องชี้แจงผลประโยชน์ทับซ้อนที่มีอยู่ในบทความให้กองบรรณาธิการทราบ ตั้งแต่เริ่มส่งบทความ

9. ผู้เขียนบทความต้องยื่นหลักฐานแสดงการอนุญาตจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยของสถาบัน ที่ดำเนินการ หากบทความมีการใช้ข้อมูลจากการทำวิจัยในคนหรือสัตว์

10. ผู้เขียนบทความต้องไม่ละเมิดกระบวนการพิจารณาบทความ การประเมินบทความ และการดำเนินงานของวารสารไม่ว่าในช่องทางใด

11. บทความที่ไม่ผ่านการพิจารณาจากผู้ประเมินให้ ไม่สามารถนำมาประเมินใหม่ หรือนำมาเสนอใหม่ได้อีกครั้ง

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณากลับกรองคุณภาพของบทความเพื่อเผยแพร่ในวารสารที่รับผิดชอบ

2. บรรณาธิการมีหน้าที่ดำเนินการเผยแพร่บทความในวารสารตามรูปแบบ องค์ประกอบ และหลักเกณฑ์ที่วารสารกำหนด

3. บรรณาธิการต้องปกปิดข้อมูลของผู้เขียนบทความและผู้ประเมินบทความ ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ

4. บรรณาธิการต้องไม่นำบทความที่เคยตีพิมพ์มาแล้ว มาเผยแพร่ซ้ำ

5. บรรณาธิการต้องจัดลำดับการเผยแพร่บทความให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดอย่างเคร่งครัด

6. บรรณาธิการต้องไม่นำบทความของตน มาเผยแพร่ในวารสารที่รับผิดชอบขณะเป็นบรรณาธิการ

7. บรรณาธิการต้องไม่มีประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนบทความ ผู้ประเมิน และผู้บริหาร

8. บรรณาธิการต้องกำกับไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิ แทรกแซงกระบวนการพิจารณา การประเมินบทความ และการดำเนินงานของวารสาร

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความต้องไม่เปิดเผยข้อมูลและรักษาความลับของบทความ

2. ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการวารสารทราบและปฏิเสธการประเมินบทความ หากพบว่าผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนบทความที่ตนเป็นผู้ประเมิน

3. ผู้ประเมินบทความควรประเมินบทความที่ตรงกับสาขาวิชาที่ตนเชี่ยวชาญ พิจารณาหลักการ แนวคิด เนื้อหา รวมทั้งคุณภาพของการวิเคราะห์และความเข้มข้นของผลงานตามหลักวิชาการ

4. ผู้ประเมินบทความต้องประเมินตามการวิชาการ ปราศจากอคติ ประเมินตามข้อเท็จจริงตามหลักการวิชาการ ไม่ใช่ความเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลมารองรับเพียงพอ

5. ผู้ประเมินบทความต้องประเมินและให้ข้อคิดเห็น วิวิจารณ์เชิงวิชาการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เขียนในเชิงรายละเอียดเพื่อปรับปรุงแก้ไข โดยให้ความสำคัญต่อความก้าวหน้าทางการสร้างความรู้ทางวิชาการ

6. ผู้ประเมินบทความต้องระบุ แสดงให้เห็นผลงานวิชาการที่สำคัญต่อบทความที่ประเมิน แต่ผู้เขียนบทความไม่ได้กล่าวถึง หากมีส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของบทความที่เหมือนหรือมีความซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่นที่เคยมีผู้ศึกษาไว้ก่อนแล้ว ต้องแจ้งให้บรรณาธิการรับทราบ

7. ผู้ประเมินบทความต้องไม่ละเมิด แทรกแซงกระบวนการพิจารณาบทความ การประเมินบทความ และการดำเนินงานของวารสารในทุกช่องทาง

การส่งบทความ สิ่งที่คุณเขียนบทความต้องนำส่ง

1. ใบสมัคร ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design
2. ไฟล์ต้นฉบับบทความที่จัดพิมพ์ด้วย Microsoft word ในแบบฟอร์มตามที่วารสารได้เตรียมให้ โดยพิจารณาว่าเป็นบทความวิจัย หรือบทความวิชาการ โดยผู้เขียนสามารถปรับหัวข้อตามเหมาะสม แต่ควรรีดยึดขนาดของตัวอักษร การจัดหน้ากระดาษตามตัวอย่างจากไฟล์แล้วส่งในระบบ ThaiJO (Submission)

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม :

รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย อาริรุ่งเรือง

areerungruang_s@silpakorn.edu

บรรณาธิการ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

โทรศัพท์ : 08-1619-3228

ID Line : supachai.joe

หมายเหตุ : ทศนะและข้อคิดเห็นในวารสารแต่ละฉบับเป็นของผู้เขียนบทความแต่ละท่าน มิใช่เป็นความคิดเห็นของกองบรรณาธิการหรือคณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ทั้งนี้ กองบรรณาธิการหรือคณะมัณฑนศิลป์ ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยกับความคิดเห็นดังกล่าวเสมอไป



<https://so07.tci-thaijo.org/index.php/decorativeartsJournal>

DEC
JOURNAL

Art and Design

วารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ISSN : 3088-1277 (print) ISSN : 3088-1323 (online)

เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200

โทรศัพท์: 02-221-5874, 02-221-5832 โทรสาร: 02-225-4350



70th Anniversary
Faculty of Decorative Arts,
Silpakorn University
Creative and Design Wisdom Provider in Asia