

Design Cultural Identity to Promote Community Creative Economy in Nakhon Nayok Province

Rungnapha Suwannasri

Faculty of Fine and Applied Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

E-mail: rungnapha@rumtt.ac.th

Abstract

Design a cultural identity to promote the community creative economy in Nakhon Nayok province have a purpose is to study identity and culture to find guidelines for identity design in Nakhon Nayok province. Design a cultural identity to promote the community's creative economy in Nakhon Nayok province, and creating works using identities on products to promote community creative economic products in Nakhon Nayok province. The tool used in creativity was a questionnaire. A population and sample of 40 people were randomly selected to study satisfaction with creative work. The results of the analysis were evaluated as percentage (%), mean ($\bar{x}$) and standard deviation (SD.) and the results were summarized in an essay.

Summary of creative work. Identity and culture that guide identity design are an elephant holding a sheaf of rice is the provincial symbol, Supanniga flowers provincial and Thai Phuan woven fabrics. The economic crops such as marigolds, dahlia flowers, and bamboo shoots were used to design the identity by creating a positive image. Using the image of an elephant holding a sheaf of rice that is the symbol of Nakhon Nayok province, and designed in the form of a big head, round body, and smiling. Have a good friendship that when viewed makes an impression. The design emphasizes styles that make the characters look bright and cute in order to promote a good image. The graphics were designed by studying the Abstract, Botanical and Design trend. Botanical images of Supanniga flowers, dahlias, and daisies are cast in wood to combine novelty in graphic design inspired by botanicals with creative artistic influences. A work of using identity on products to promote creative economic products in the Nakhon Nayok province community. In terms of identity style, satisfaction was at a high level ($\bar{x} = 4.18$) (SD. = 0.23), mascot design was at a high level ($\bar{x} = 4.26$) (SD. = 0.26), graphic design was at a high level ($\bar{x} = 4.27$) (SD. = 0.18) The use of creative identity on commercial products is at a high level ($\bar{x} = 4.17$) (SD. = 0.29) The use of creative identity on products promoting cultural tourism is at a high level ($\bar{x} = 4.25$) (SD. = 0.74) and in summary, all results were satisfied at a high level ($\bar{x} = 4.19$) (SD. = 0.25)

Keywords: Cultural Identity, Creative Economy, Nakhon Nayok Province

ออกแบบอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ชุมชนจังหวัดนครนายก

รุ่งนภา สุวรรณศรี

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

อีเมล: rungnapha@rumtt.ac.th

บทคัดย่อ

ออกแบบอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชน จังหวัดนครนายก มีวัตถุประสงค์ คือเพื่อศึกษาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมเพื่อหาแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์ จังหวัดนครนายก ออกแบบอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชน จังหวัดนครนายก และสร้างสรรค์ผลงาน การใช้อัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชน จังหวัดนครนายก เครื่องมือที่ใช้ ในการสร้างสรรค์ คือแบบสอบถาม มีประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คนโดยการสุ่มตัวอย่างในการศึกษา ความพึงพอใจที่มีต่อผลงานการสร้างสรรค์ ประเมินผลวิเคราะห์เป็นค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ประกอบสรุปผลเป็นความเรียง

สรุปผลงานการสร้างสรรค์ เอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่เป็นแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์คือ สัญลักษณ์ประจำจังหวัดช้างชูรวงข้าว ดอกไม้ประจำจังหวัดดอกสุพรรณิการ์ ผ้าทอไทยพวน พืชเศรษฐกิจ ได้แก่ มะยงชิด ดอกดาหลา และหน่อไม้ นำมาออกแบบอัตลักษณ์โดยสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกใช้รูปช้างชู รวงข้าวที่เป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัดนครนายก ออกแบบรูปแบบหัวโต ตัวกลม ยิ้มแย้มมีความเป็นมิตรภาพที่ดี ที่มองแล้วทำให้เกิดความประทับใจ การออกแบบเน้นรูปแบบที่ทำให้ตัวละครดูสดใส น่ารัก เพื่อให้สามารถ ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี กราฟิกรออกแบบโดยการศึกษาเทรนด์ Abstract Botanical Design รูปภาพแนว พฤกษศาสตร์ของดอกสุพรรณิการ์ ดอกดาหลา มะยงชิด หล่อใหลมาผสมผสานความแปลกใหม่ในการออกแบบ กราฟิกที่ได้แรงบันดาลใจจากพฤกษศาสตร์ด้วยอิทธิพลสร้างสรรค์ทางศิลปะ ผลงานการใช้อัตลักษณ์ บนผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชนจังหวัดนครนายก ด้านรูปแบบอัตลักษณ์มีความพึงพอใจ ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.18) (SD. = 0.23) ออกแบบมาสคอตระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.26) (SD. = 0.26) การออกแบบ กราฟิกประกอบระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.27) (SD. = 0.18) การนำอัตลักษณ์สร้างสรรค์บนผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ ระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17) (SD. = 0.29) การนำอัตลักษณ์สร้างสรรค์บนผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.25) (SD. = 0.74) และสรุปผลรวมทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.19) (SD. = 0.25)

คำสำคัญ: อัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรม, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, จังหวัดนครนายก

1. บทนำ (Introduction)

อัตลักษณ์เป็นคุณลักษณะเฉพาะตัวตนที่เป็นตัวบ่งชี้เฉพาะขององค์กร ตลอดจนที่บอกเอกลักษณ์ของสินค้าที่แสดงออกถึงความเฉพาะตัวตน ผ่านการออกแบบเป็นสัญลักษณ์โดยการออกแบบกราฟิกให้สามารถสื่อความหมายโดยใช้สัญลักษณ์ภาพ เครื่องหมายตัวอักษร การใช้สี การวาดภาพผ่านกระบวนการออกแบบที่ประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ คือเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ช่วยในการออกแบบที่จะทำให้งานออกแบบมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การออกแบบอัตลักษณ์จะช่วยสร้างสรรค์เอกลักษณ์ขององค์กรเพื่อใช้ในการออกแบบสื่อเชิงพาณิชย์ให้เกิดความเข้าใจ ช่วยส่งเสริมการรับรู้ทางการมองเห็นเป็นสื่อกลางที่จะทำให้การรับรู้มีความชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการออกแบบอัตลักษณ์ จำเป็นต้องอาศัยการออกแบบให้มีรูปแบบที่สื่อความหมายที่แสดงออกเฉพาะถึงความเป็นองค์กร คือ มีลักษณะเฉพาะตัว ไม่ซ้ำซ้อน มีความเหมาะสม มีความเรียบร้อย มีความน่าเชื่อถือ และสวยงามตามรูปแบบของงานศิลปะที่ผ่านการออกแบบให้มองเห็นในอัตลักษณ์เฉพาะที่สวยงามสามารถดึงดูดสายตาให้น่าสนใจสามารถแสดงถึงพลังแห่งการสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้า ทางเทคโนโลยี จินตนาการและแนวความคิดของความเป็นเอกลักษณ์นำไปสู่ผู้บริโภคได้ทั้งการออกแบบอัตลักษณ์ที่ดีจะช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจทางการค้า การบริการมีการพัฒนาที่ดีขึ้น ซึ่งในทางจิตวิทยาอัตลักษณ์ที่ดีจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่น เชื่อถือ มีความศรัทธาเกิดความเข้าใจยอมรับในตัวองค์กรและสินค้า ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการรู้สึกประทับใจ ส่วนทางด้านพฤติกรรมกรออกแบบอัตลักษณ์ที่ดีจะทำให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมตอบสนองในเรื่องของแรงจูงใจที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้ามาใช้บริการ ทางด้านภาพลักษณ์องค์กร สินค้าจะทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี มีความนิยมชมชอบ เกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร อ้างใน (Sriwiboon, 2011) ให้ความเห็นว่านิยามของคำว่า อัตลักษณ์ คือ มีจุดหมายทำให้แบรนด์นั้นมีความแตกต่าง สิ่งใดที่ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ และจดจำได้ คุณค่าแบรนด์เป็นคุณค่าในภาพรวมซึ่งนับเป็นจุดแข็งทางการตลาดของแบรนด์ คือคุณสมบัติโดยชอบตามกฎหมาย มีความถูกต้อง และสืบทอดกฎหมายของแบรนด์นั้น (Sriwiboon, 2011) ได้กล่าวอีกว่า ในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับองค์กร หรือ แบรนด์ สิ่งที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการวางกลยุทธ์และแผนการตลาดที่ดี ก็คือการออกแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่ยั่งยืนให้กับองค์กรหรือแบรนด์นั้น เนื่องจากการสร้างสิ่งที่เป็นรูปธรรมซึ่งบุคคลสามารถรับรู้ได้ผ่านการสื่อสารแบรนด์ การสร้างแบรนด์จะมีได้ขึ้นอยู่กับการออกแบบสัญลักษณ์หรือการสร้างระบบอัตลักษณ์เท่านั้น สิ่งเหล่านี้เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม เป็นสิ่งที่จับต้องได้และมองเห็น

เชิงวัฒนธรรมเป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดนครนายก มีการบอกเล่าเรื่องราวทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมองค์ความรู้และการให้คุณค่าของสังคม โดยสภาพแวดล้อมทางพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยว สถาปัตยกรรม ที่มีคุณค่าอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความงามและประโยชน์ที่ได้รับจากศิลปวัฒนธรรม และธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น ส่วนในเรื่องของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมจากมูลค่าทางความคิดของมนุษย์ ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพยากรทางปัญญา ศิลปะวัฒนธรรมที่มีอยู่เป็นต้นทุนในการบริการ อุตสาหกรรมการผลิตสินค้า เพื่อเป็นกลไกในการกระจายรายได้ และการสร้างงาน ภายใต้แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์ซึ่งผู้สร้างสรรค์จะนำอัตลักษณ์ไปใช้กับผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์จะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางสามารถส่งข่าวสารถึงกลุ่มเป้าหมาย หลายกลุ่มได้ในเวลาที่พร้อมกันด้วยการเผยแพร่สื่อรวดเร็วทันสมัยมีความน่าเชื่อถือ และยังสามารถออกแบบรูปแบบสื่อได้เต็มที่ทั้งด้านเนื้อที่

ขนาดของสื่ออีกทั้งยังให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในสินค้าและบริการ และนำไปปฏิบัติตาม โดยเน้นในการส่งเสริมการขายสินค้า สร้างภาพพจน์ขององค์กร ให้เป็นที่ยอมรับ เกิดความเชื่อถือ ความศรัทธาตามมาทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจกลับมาซื้อสินค้าและบริการอีก สมาคมทรัพย์สินทางปัญญาแห่งประเทศไทย (Intellectual Property Association of Thailand, 2021) ได้กล่าวถึง สื่อเชิงพาณิชย์ว่าทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการขายสินค้า และบริการ การออกแบบอัตลักษณ์จะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่าง ผู้ผลิตสินค้ากับผู้บริโภค สินค้า โดยจะเป็นสัญลักษณ์แทนตัวผู้ผลิตสินค้า บอกแหล่งที่มาของ สินค้า รวมทั้งเป็นสัญลักษณ์แสดงคุณภาพของสินค้าด้วย การออกแบบอัตลักษณ์เพื่อนำไปออกแบบสื่อเชิงพาณิชย์ จึงควรให้มีลักษณะที่สามารถจดจำได้ง่าย และมีความทันสมัยอยู่เสมอ ซึ่งถือเป็นสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศตามแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมจากมูลค่าทางความคิดของมนุษย์ ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพย์สินทางปัญญา ศิลปะวัฒนธรรมที่มีอยู่เป็นต้นทุนในการสร้างบริการ อุตสาหกรรมการผลิตสินค้า เพื่อเป็นกลไกในการกระจายรายได้และการสร้างงาน ภายใต้แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ ซึ่งผู้สร้างสรรค์จะนำอัตลักษณ์ไปใช้กับผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์จะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางสามารถส่งข่าวสารถึงกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่มได้ในเวลาพร้อมกัน

ดังนั้นผู้สร้างสรรค์จึงได้นำแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์เพื่อนำมาสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปะบนผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ให้เกิดแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชน ที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจร่วมกันโดยผ่านผลงานออกแบบ โดยศึกษาแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์เฉพาะที่มีรูปแบบความเป็นวัฒนธรรมของจังหวัดนครนายก ออกแบบอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชน จังหวัดนครนายก และสร้างสรรค์ผลงานศิลปะการใช้อัตลักษณ์บนสื่อผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์สินค้าเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครนายกที่ดีขึ้น ทั้งยังสามารถพัฒนาส่งเสริมสินค้า การบริการ และการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่เศรษฐกิจด้านต่าง ๆ ที่ดี ผลงานสร้างสรรค์ดังกล่าวจะส่งเสริมให้องค์กรแสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะได้อย่างชัดเจน เพิ่มคุณค่า มูลค่า อันจะสร้างความเข้าใจ ความน่าเชื่อถือ ความศรัทธา รวมถึงการจดจำภาพลักษณ์องค์กร สินค้า รวมถึงการใช้บริการ ทั้งนี้ชุดผลงานการสร้างสรรค์ยังสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภคของชุมชนนำไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้เพื่อนำไปพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้จริง

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย(Research Objectives)

- 2.1 ศึกษาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมเพื่อหาแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์ จังหวัดนครนายก
- 2.2 ออกแบบอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชน จังหวัดนครนายก
- 2.3 สร้างสรรค์ผลงานการใช้อัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชน จังหวัดนครนายก

3. ขอบเขตของการวิจัย (Research Scope)

3.1 ขอบเขตด้านข้อมูล ศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดนครนายก การออกแบบอัตลักษณ์ หลักการทางศิลปะที่เกี่ยวข้องกับความงามทางสุนทรียศาสตร์ การออกแบบสื่อและผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เทรนด์การออกแบบและพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน งานสร้างสรรค์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแหล่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ จังหวัดนครนายก

3.3 ขอบเขตด้านผลงานศิลปะที่แสดงถึงอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครนายกบนผลิตภัณฑ์สินค้าดังต่อไปนี้

3.3.1 ผลงานการสร้างสรรคเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์สินค้าชุมชนจังหวัดนครนายก ประเภทสื่อสร้างสรรค์อัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมมาศคอต (ต้นแบบ) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การให้บริการ จำนวน 1 แบบ

3.3.2 ผลงานการสร้างสรรคอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์สินค้าชุมชนจังหวัดนครนายก ประเภทสื่อบรรจุภัณฑ์ประชาสัมพันธ์สินค้า เพื่อส่งเสริมสินค้าเชิงพาณิชย์ จำนวน 5 แบบ และประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม จำนวน 5 แบบ

4. วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในขั้นตอนการศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชนจังหวัดนครนายก ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ใช้งานในชุมชน และกลุ่มผู้สนใจในการออกแบบอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชนจังหวัดนครนายก โดยสุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมเพื่อหาแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์ จังหวัดนครนายก วิเคราะห์พื้นที่ทั่วไปเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบอัตลักษณ์ทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม โดยสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการนำเสนอตาราง และความเรียงให้เข้าใจง่ายเพื่อนำไปสู่กระบวนการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชน จังหวัดนครนายก กำหนดแนวความคิดการสร้างสรรค (Creative Brief)

1. วิเคราะห์กระบวนการสร้างสรรค์อัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรม โดยการวิเคราะห์การออกแบบอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรม ศึกษาต้นทุนทางวัฒนธรรม ตีความหมาย การนำไปสร้างสรรค์ กำหนดองค์ประกอบทางศิลปะ

2. ออกแบบอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมตามขอบเขตการสร้างสรรค ประกอบด้วย อัตลักษณ์หลัก มาศคอต กราฟิกประกอบอัตลักษณ์เพื่อนำไปใช้บนผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ และผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ใช้แบบสอบถามประเมินประเมินรูปแบบการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 3 สร้างสรรคผลงานการใช้อัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชน จังหวัดนครนายก ใช้แบบสอบถามวัดความพึงพอใจ และ สร้างสรรคต้นแบบอัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชน จังหวัดนครนายก 2 ชุด คือชุดผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ 5 รูปแบบ และชุดผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว 5 รูปแบบ

5. ประโยชน์ของการวิจัย (Research Benefits)

5.1 ประโยชน์ด้านวิชาการ การนำผลงานการสร้างสรรค์อัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครนายก ผลงานที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ให้มีความทันสมัย มีรูปแบบอัตลักษณ์ที่สื่อความหมายเฉพาะได้ สร้างความเข้าใจ ความน่าเชื่อถือ มีความงามทางด้านศิลปะ ที่จะทำให้เกิดความศรัทธาต่อองค์กร สินค้า การท่องเที่ยว รวมถึง การใช้บริการเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถนำไปต่อยอดในเรื่องกระบวนการออกแบบอัตลักษณ์ได้และสามารถ นำอัตลักษณ์ที่พัฒนาขึ้นไปใช้บนสินค้าของชุมชนในจังหวัดนครนายกได้จริง และสร้างมูลค่าสินค้าเพิ่มด้วย การนำอัตลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นนำไปผลิตให้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย โดยการเผยแพร่ความรู้ในตีพิมพ์ วารสารวิชาการ และนำไปสู่การจดสิทธิบัตร

5.2 ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและพาณิชย์ การใช้อัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าสินค้าชุมชน จังหวัดนครนายก ด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มผู้บริโภค จะช่วยยกระดับสินค้าให้ชุมชนที่สามารถ สร้างมูลค่าเพิ่ม และส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าให้ดูดีขึ้นกว่าเดิม ผลงานสร้างสรรค์ใหม่จะทำให้กลุ่มผู้บริโภค เข้าถึงสินค้าได้อย่างรวดเร็ว และรู้จักสินค้าได้ดีมากขึ้นอันจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต้องการ สินค้า และบอกต่อไปยังผู้บริโภคกลุ่มที่ยังไม่รู้จักต่อไป ส่งผลให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและการพาณิชย์ที่ดี ต่อคนชุมชน ได้ต้นแบบผลงานการสร้างสรรค์อัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมสำหรับการบริการ สามารถเป็นแนวทาง ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่จะทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการซ้ำ

5.3 ประโยชน์ด้านสังคมและชุมชน การใช้ผลงานการสร้างสรรค์อัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่า สินค้าชุมชนจังหวัดนครนายก ด้วยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มผู้บริโภคจะช่วยส่งเสริมที่ชุมชนมี เศรษฐกิจที่ดี คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทำให้มีการการพัฒนาทางด้านสังคมเปิดกว้างด้านสินค้าบนสื่อ ผลิตภัณฑ์ ทำให้คนรู้จักสินค้าชุมชนและผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าเพิ่มมากขึ้น ได้อัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรม สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีเอกลักษณ์ที่จดจำง่าย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

6. ผลการวิจัย (Research Results)

6.1 ผลการศึกษาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมเพื่อหาแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์ จังหวัดนครนายก

พื้นที่ทั่วไปประกอบด้วยประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและพิธีกรรม งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก ศาสนารวมถึง พิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา ดนตรี การแสดงละคร ภาษาและวรรณกรรม วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่าง ๆ ลักษณะงานและเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่นเฉพาะ แหล่งธรรมชาติ ระลึก สื่อที่นิยมใช้ในการประชาสัมพันธ์พื้นที่ สื่อออนไลน์ แปรนด์เนอร์แหล่งข้อมูลที่สำคัญทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว เหมาะแก่การไหว้พระทำบุญ และความเชื่อความศรัทธาในการทำพิธีกรรมทางศาสนา สินค้าสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม ของที่ระลึก สื่อที่นิยมใช้ ในการประชาสัมพันธ์พื้นที่ สื่อออนไลน์ แปรนด์เนอร์ ผลิตภัณฑ์และสินค้าที่โดดเด่น และมีความสำคัญของ จังหวัดนครนายก คือ มะยงชิด ผลิตภัณฑ์จากดอกดาหลา ข้าวยาคุล หน่อไม้ เหมาะสำหรับเป็นของฝากกลับบ้าน

6.2 ผลการออกแบบอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชนจังหวัดนครนายก โดยมีแนวความคิดการสร้างสรรค์ในการออกแบบ (Creative Brief) ดังนี้

6.2.1 Design Brief Problem : จังหวัดนครนายกนับเป็นเมืองรองที่มีความสำคัญแห่งหนึ่งของ ประเทศเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นในเรื่องของการท่องเที่ยว และมีพืชผล สินค้า ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับ ชุมชนจนเศรษฐกิจระดับประเทศ ที่ผ่านมาทางจังหวัดได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวอันจะสร้างรายได้ให้คนในชุมชนที่ สามารถผลิตสินค้าได้เอง เช่น ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องแต่งกาย ของที่ระลึก เพื่อให้เป็น

ในแนวทางการสร้างสรรค์เศรษฐกิจของประเทศ การออกแบบอัตลักษณ์นำมาสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปะบนผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์จะเกิดแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจร่วมกันโดยผ่านผลงานออกแบบ และสร้างสรรค์ผลงานการใช้อัตลักษณ์บนสื่อผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์สินค้าตามลำดับเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครนายกที่ดีขึ้น ผู้บริโภคของชุมชนนำไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์ผลงานผ่านการใช้ความงามด้านศิลปะและการออกแบบลงบนผลิตภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์

6.2.2 Design Brief Objective : เพื่อออกแบบอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมประจำจังหวัด และนำไปใช้ออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะทั้งด้านความหมาย งามทางศิลปะสู่การเพิ่มคุณค่า มูลค่าให้กับสินค้า และบริการ

6.2.3 Target Group : กลุ่มครอบครัว วัยทำงาน และวัยรุ่น ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความเชื่อความศรัทธา รักการผจญภัย ผู้สร้างสรรค์จะศึกษาพฤติกรรมและการใช้ชีวิตของสังคมในยุคใหม่ ผู้คนได้ใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปจากเดิมด้วยเหตุและปัจจัยหลายอย่างไม่ว่าจะเป็น เรื่องของสภาพแวดล้อม ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมถึงภัยคุกคามที่คาดไม่ถึงอย่างโรคโควิด 19 ซึ่งเป็นเหตุปัจจัยให้การใช้ชีวิตต้องปรับเปลี่ยน ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การสื่อสาร การเดินทาง การท่องเที่ยว การรับประทานอาหาร รวมถึงการปรับตัวด้านการค้าขาย เมื่อเกิดกระแสที่ต้องปรับเปลี่ยนชีวิตให้เข้ากับบริบทใหม่ การอยู่ร่วมกับแบบใหม่ ซึ่งพฤติกรรมนี้ตรงกับเทรนด์ที่ต้องเรียนรู้ในการทำตลาดของกลุ่มเป้าหมาย การสื่อสาร การออกแบบรูปแบบธุรกิจแบบคนยุคใหม่ที่ใช้ชีวิต และพฤติกรรมของผู้บริโภคดังต่อไปนี้ที่จะสามารถเชื่อมโยงต่อกันออกแบบให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค คือชีวิตที่มีความสมดุลและสุขภาวะที่ดี (Well-Balanced & Wellness) พฤติกรรมไร้สัมผัส (Contractless) ดิจิทัล (Digital) และความโหยหาอดีต (Nostalgia)

6.2.4 Concept Design : การออกแบบอัตลักษณ์จะเป็นรูปแบบที่มีความทันสมัย รูปแบบของผลงานสามารถตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามการรับรู้ที่เชื่อมโยงกับเทรนด์การออกแบบในปี 2024 โดยนำเอารูปแบบของ การออกแบบภาพแนว Character Illustrations กับการออกแบบที่ใช้ภาพประกอบตัวละครแนว Illustrations ที่เรียกว่าเป็นอีกหนึ่งเทรนด์ ด้วยสี มืด ความทันสมัย ที่ทำให้ภาพดูมีมิติเหมือนในแอนิเมชันผสมผสานกับการใช้การออกแบบเทรนด์ Abstract Botanical Design เรียกว่าเป็นการออกแบบโดยใช้ลักษณะและดีไซน์ของรูปภาพแนวพฤกษศาสตร์ เช่น ดอกไม้ ต้นไม้ กิ่งไม้ เป็นต้น มาผสมผสานกับรูปทรงต่าง ๆ เพื่อสร้างรูปแบบพฤกษศาสตร์ที่แปลกใหม่ ซึ่งจริงๆ เทรนด์การออกแบบกราฟิกที่ได้แรงบันดาลใจจากดอกไม้และพฤกษศาสตร์ ด้วยอิทธิพลของศิลปะ สไตล์นี้จึงถูกจินตนาการใหม่ ในรูปแบบการไล่ระดับสีที่มากขึ้นการออกแบบภาพด้วยเทรนด์นี้จะตอบโจทย์ของกลุ่มเป้าหมายการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ คือชีวิตที่มีความสมดุลและสุขภาวะที่ดี (Well-Balanced & Wellness) พฤติกรรมไร้สัมผัส (Contractless) ดิจิทัล (Digital) และความโหยหาอดีต (Nostalgia)

6.2.5 Mood and Tone : การใช้โทนสีให้ตรงตามเทรนด์กลุ่มเป้าหมาย ต้องเป็นเทรนด์การเกิดขึ้นใหม่ของสไตล์ Y2K กับเทรนด์ Y2K Holographic Gradient Fluid ทำให้เทรนด์นี้ฮอตฮิตติดไวรัลและแทรกซึมไปในทุกอุตสาหกรรม ยุค Y2K มีอิทธิพลอย่างมากต่อเทรนด์การออกแบบกราฟิกในยุค 2000 ด้วยองค์ประกอบสำคัญของสไตล์นี้ คือการออกแบบกราฟิกที่เหมือนของเหลว ผสมผสานกับการไล่ระดับสีแบบไฮโลแกรม ซึ่งทำให้โดดเด่นการออกแบบกราฟิก โดยมีกลิ่นไอของการผสมผสานของความโหยหาอดีต (Nostalgia) โทนสียุค Retro Cartoon Stickers เทรนด์นี้เรียกว่ากลับมามีอิทธิพลเป็นอย่างมาก ศิลปะแนวตลกเกอร์การ์ตูนแนวเรโทร

ที่บ่งบอกถึงความต่อเนื่องของยุค 90s (เรโทร-ฟิวเจอร์ริสม์) ที่มาแรงตั้งแต่ในปี 2023 ซึ่งคาดว่าปีนี้จะได้เห็น สติกเกอร์สไตล์สีสดใสมากขึ้น เพราะกราฟิกแนวนี้จะช่วยเพิ่มความโดดเด่นและกลืนอายุยุคเรโทร

6.2.6 Design Response : รูปแบบอัตลักษณ์การให้บริการ และอัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์จะทำให้ เกิดชีวิตที่มีความสมดุลและสุขภาวะที่ดี (Well-Balanced & Wellness) เมื่อได้เห็นผลงานประกอบกับพฤติกรรม ไร้สัมผัส (Contractless) มีระบบดิจิทัล (Digital) ในการนำเสนอให้เข้าถึงได้รวดเร็ว และสามารถสื่อถึงทุน วัฒนธรรมเดิมได้อย่างลงตัวด้วยความรู้ความโหยหาอดีต (Nostalgia) ผู้บริโภคกลับมาใช้ชีวิตปกติหลังโควิด-19 ด้วยแบรนด์การออกแบบเพื่อบริการและบนผลิตภัณฑ์ที่จะตอบสนองการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ส่งผลต่อการออกแบบกิจกรรมทางท่องเที่ยว การตลาด สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเพื่อสร้างประสบการณ์ของแบรนด์ การผสมผสานกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมด้วยระบบดิจิทัล เพื่อให้เกิดประสบการณ์รูปแบบใหม่ที่ได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น Stimulate Sharing สร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับงานนั้นๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการแชร์ต่อ Quality > Quantity ให้ความสำคัญกับคุณภาพ มากกว่าจำนวนคนเข้าร่วมงาน ทำให้เกิดความประทับใจ การจดจำและ การบอกต่อได้ดี และ 3 สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเพื่อสร้างประสบการณ์ของแบรนด์ คือ Hybrid Event การผสมผสานกิจกรรม แบบมีส่วนร่วมด้วยระบบดิจิทัล เพื่อให้เกิดประสบการณ์รูปแบบใหม่ที่ได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น

6.2.7 Scope/Media Type : 1. รูปแบบอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมต้นแบบสำหรับนำไปออกแบบ บนผลิตภัณฑ์ 2. ต้นแบบอัตลักษณ์สำหรับการให้บริการ ได้แก่ มาสคอต 3. ผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้า เชิงพาณิชย์ได้แก่ ถุงใส่สินค้า ถุงกระดาษใส่สินค้า ผลิตภัณฑ์ประกอบสินค้า ผลิตภัณฑ์แก้ว กล่องใส่อาหาร 4 ผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เสื้อ หมวก กระเป๋าผ้า ภาพกราฟิกสำหรับการตกแต่ง 2 แบบ

ชุดที่ 1 กระบวนการสร้างสรรค์อัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรม

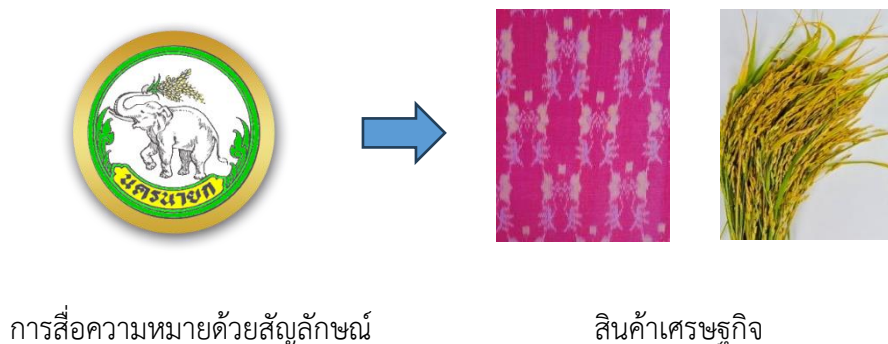


Figure 1 การสื่อความหมายด้วยเอกลักษณ์เฉพาะจังหวัดนครนายก

Source: Suwannasri (2024)

รูปแบบการสร้างสรรค้อัตลักษณ์ประจำจังหวัดนครนายก



Figure 2 รูปแบบอัตลักษณ์จังหวัดนครนายก

Source: Suwannasri (2024)

กระบวนการผลิตสามารถสร้างสรรค์ต้นแบบ 3D อัตลักษณ์สำหรับการให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทมาสคอตด้วยคอมพิวเตอร์กราฟิก (3D) เพื่อใช้ในระบบอุตสาหกรรมได้

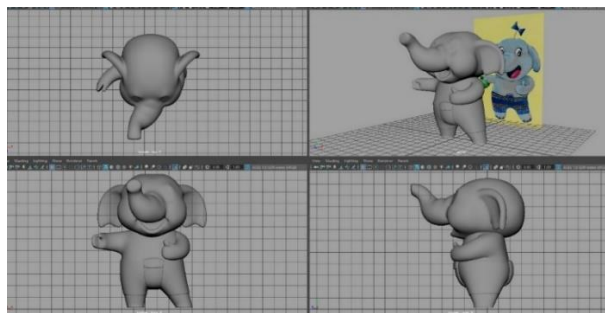


Figure 3 ภาพแสดงการออกแบบสร้างสรรค์ประเภทมาสคอตด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3D

Source: Suwannasri (2024)



Figure 4 ภาพแสดงการออกแบบสร้างสรรค์ประเภทมาสคอตจากการปรี้นด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3D

Source: Suwannasri (2024)



Figure 5 ภาพต้นแบบการสร้างสรรค์ประเภตมาสคอตจากการปรี้นด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3D
เพ้นท์งานด้วยสีอะคริลิก

Source: Suwannasri (2024)

กระบวนการผลิตสามารถสร้างสรรค์มาสคอตด้วยวิธีการปั้น รูปแบบลอยตัว โดยการปั้นรูป
ต้นแบบ และตามด้วยกระบวนการหล่อ อัดลักษณะสำหรับการให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์



แบบที่ 1



แบบที่ 2



แบบที่ 3



แบบที่ 4

Figure 6 ภาพต้นแบบการสร้างสรรค์ประเภตมาสคอตจากการปรี้นด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3D
เพ้นท์งานด้วยสีอะคริลิก

Source: Suwannasri (2024)



Figure 7 ภาพต้นแบบการสร้างสรรค์ประเภตมาสคอตด้วยการปั้น หล่อจากแม่แบบและระบาย
สีอะคริลิก

Source: Suwannasri (2024)



Figure 8 ชุดภาพต้นแบบการสร้างสรรค์ประเภตมาสคอตด้วยการปั้น

Source: Suwannasri (2024)

สรุปผลการสร้างสรรค์อัตลักษณ์สำหรับการให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์ประเภตมาสคอตจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่เป็นเสมือนตัวแทนในการให้บริการทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดภาพจำ และสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวก รูปแบบการออกแบบจะต้องเป็นการออกแบบนำคาแรคเตอร์รูปร่างที่เป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัดนครนายกที่มองแล้วทำให้เกิดความประทับใจ การออกแบบเน้นรูปแบบที่ทำให้ตัวละครดูสุดใน น่ารัก เพื่อให้สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของการบริการได้ โดยคำนึงถึงหลักในการออกแบบ คือการออกแบบภาพให้หัวโต ตัวอ้วนกลม ตาโต ยิ้มแย้มแจ่มใส ทันสมัย ด้วยการสร้างเรื่องราวในการนำเสนอสินค้าที่เป็นสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ในการบริการ และการขายสินค้าให้แก่ผู้พบเห็น มุ่งเน้นให้ผู้บริโภคเกิดการจำ นำเสนอการใส่ผ้าทอไทพวนเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัด เพื่อสร้างความประทับใจในการนำเสนอสินค้าเมื่อพบเห็น เน้นสีสันสวยงามทันสมัยที่เป็นธรรมชาติ ใกล้เคียงสิ่งจริงตามธรรมชาติ แต่ให้ดูมีลักษณะเฉพาะตัวที่มีความเป็นมิตร รูปแบบการผลิตทำให้เห็นถึงกระบวนการสร้างสรรค์ มีกระบวนการผลิตได้ 2 วิธี คือ การขึ้นรูปต้นแบบด้วยโปรแกรม 3D และการปั้น 3D และวิธีการปั้นขึ้นรูปต้นแบบ ตามด้วยกระบวนการหล่อด้วยเรซิน สรุปชุดผลงานสร้างสรรค์อัตลักษณ์ชุดมาสคอต และการนำไปใช้ ดังนี้



Figure 9 ชุดภาพต้นแบบการนำไปใช้ประเภตมาสคอตด้วยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3D

Source: Suwannasri (2024)



Figure 10 ชุดภาพต้นแบบการนำไปใช้ประเภทมาสคอตด้วยการปั้น

Source: Suwannasri (2024)

ชุดที่ 2 กระบวนการสร้างสรรค์อัตลักษณ์เชิงพาณิชย์

แนวความคิดเทรนด์ Abstract Botanical Design เป็นการออกแบบโดยใช้ลักษณะและดีไซน์ของรูปภาพแนวพฤกษศาสตร์ เช่น ดอกไม้ ต้นไม้ กิ่งไม้ ได้รูปแบบจากพืชพันธุ์เศรษฐกิจสำคัญของจังหวัด

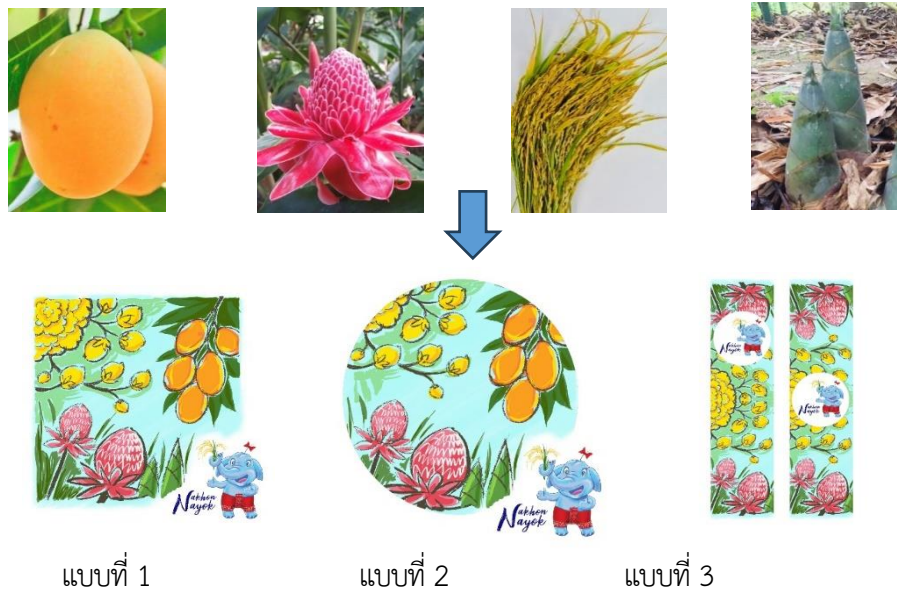


Figure 11 ออกแบบอัตลักษณ์ภาพกราฟิก

Source: Suwannasri (2024)

จากการศึกษาเทรนด์ Abstract Botanical Design เรียกว่าเป็นการออกแบบโดยใช้ลักษณะและดีไซน์ของรูปภาพแนวพฤกษศาสตร์ เช่น ดอกไม้ ต้นไม้ กิ่งไม้ เป็นต้น มาผสมผสานกับรูปทรงต่างๆ เพื่อสร้างรูปแบบพฤกษศาสตร์ที่แปลกใหม่ เทรนด์การออกแบบกราฟิกที่ได้แรงบันดาลใจจากดอกไม้และพฤกษศาสตร์ด้วยอิทธิพลของศิลปะ สไตล์นี้จึงถูกจินตนาการใหม่ ในรูปแบบการไล่ระดับสี ให้ความสดใสสวยงาม รูปแบบทันสมัยเพื่อให้นำไปใช้ได้กับสื่อ และผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ภาพ ออกแบบรูปแบบภาพที่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของเศรษฐกิจเฉพาะของจังหวัด ด้วยการสร้างเรื่องราวในการนำเสนอสินค้าที่เป็นสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ในการบริการ และการขายสินค้าให้แก่ผู้พบเห็น มุ่งเน้นรูปแบบการออกแบบให้สวยงามตามหลักการทางศิลปะ ในเรื่องการใช้ลายเส้น รูปร่าง การเน้นจังหวะในการจัดวาง การใช้สี กับรูปแบบ

ภาพ นำมาจัดวางองค์ประกอบศิลป์ให้ผู้บริโภคเกิดการจำ และสร้างความประทับใจ เน้นสีสันสวยงามโทนสีที่เป็นธรรมชาติ ใกล้เคียงสีจริงตามธรรมชาติ เน้นให้มีสีที่สวยงามตามหลักการทางศิลปะ ให้ความรู้สึกสดใส สรุปรูปชุดผลงานสร้างสรรค์อัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ และการนำไปใช้ ดังนี้



Figure 12 ชุดภาพต้นแบบการนำอัตลักษณ์ไปใช้ประเภทสินค้าเชิงพาณิชย์

Source: Suwannasri (2024)



Figure 13 ชุดภาพต้นแบบการนำอัตลักษณ์ไปใช้ในรูปแบบการท่องเที่ยว

Source: Suwannasri (2024)

Table 1 การวิเคราะห์ผลความคิดเห็นที่มีต่อผลงานสร้างสรรค์ชุดต้นแบบอัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนจังหวัดนครนายก

รายการประเมิน	N = 40		
	$\bar{x}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
อัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรม			
1. การออกแบบอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรม			
1.1 อัตลักษณ์มีรูปแบบเฉพาะที่น่าสนใจ	4.20	.75	มาก
1.2 อัตลักษณ์สามารถจดจำง่าย	3.70	.45	มาก
1.3 อัตลักษณ์มีความงามในด้านสุนทรียภาพ	4.20	.51	มาก
1.4 อัตลักษณ์สามารถส่งเสริมสินค้าเชิงพาณิชย์ได้	4.25	.89	มาก
1.5 อัตลักษณ์สามารถนำไปใช้ได้ง่าย	4.30	.46	มาก
1.6 อัตลักษณ์สามารถนำไปใช้ได้หลากหลายในเชิงพาณิชย์	4.52	.50	มาก
1.7 อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเชิงพาณิชย์	4.07	.85	มาก
ผลรวม	4.18	.23	มาก
2. การจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะ			
2.1 รูปร่าง/รูปทรงของอัตลักษณ์ที่น่าสนใจ	4.30	.56	มาก
2.2 ลักษณะลายเส้นอัตลักษณ์	4.62	.58	มาก
2.3 สีที่แสดงความเป็นอัตลักษณ์	4.70	.68	มาก
2.4 ขนาดสัดส่วนและการจัดวางอัตลักษณ์	4.55	.59	มาก
2.5 รูปแบบตัวอักษรอ่านง่าย	4.12	.51	มาก
2.6 จังหวะการจัดวางตัวอักษรมีความเหมาะสม	4.37	.58	มาก
ผลรวม	4.44	.22	มาก
ผลรวมด้านอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรม	4.31	.16	มาก
การออกแบบมาสคอต			
1. มาสคอตมีเอกลักษณ์เฉพาะเชิงวัฒนธรรม	4.32	.69	มาก
2. มาสคอตมีเอกลักษณ์จดจำง่าย	3.90	.59	มาก
3. มาสคอตมีความน่ารัก ร่าเริง สดใส	4.25	.58	มาก
4. รูปร่าง/รูปทรงของมาสคอตมีความน่าสนใจ	4.25	.86	มาก
5. ขนาดสัดส่วนของมาสคอตมีลักษณะสมส่วน	4.32	.52	มาก
6. มาสคอตสามารถส่งเสริมการขายสินค้าเชิงพาณิชย์	4.57	.54	มาก
7. มาสคอตสามารถนำไปใช้กับสื่อต่างๆ ได้ง่าย	4.20	.79	มาก
ผลรวมการออกแบบมาสคอต	4.26	.26	มาก
กราฟิกประกอบ			
1. ด้านการออกแบบภาพกราฟิกประกอบ			
1.1 กราฟิกประกอบมีภาพประกอบบอกถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนครนายก	4.12	.75	มาก
1.2 กราฟิกประกอบมีรูปแบบจดจำง่าย	3.85	.62	มาก

Table 1 การวิเคราะห์ผลความคิดเห็นที่มีต่อผลงานสร้างสรรค์ชุดต้นแบบอัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนจังหวัดนครนายก (ต่อ)

รายการประเมิน	N = 40		
	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
1.3 กราฟิกประกอบสามารถส่งเสริมสินค้าเชิงพาณิชย์	4.12	.51	มาก
1.4 กราฟิกประกอบสามารถนำไปใช้ได้ง่าย	4.27	.81	มาก
1.5 กราฟิกประกอบสามารถนำไปใช้ได้กับผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย	4.32	.47	มาก
1.6 กราฟิกประกอบส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าและมีมูลค่า	4.37	.66	มาก
ผลรวม	4.17	.24	มาก
2. ด้านการจัดวางองค์ประกอบศิลป์			
2.1 กราฟิกประกอบมีลายเส้นสวยงาม	4.15	.76	มาก
2.2 กราฟิกประกอบมีสีสันสวยงาม	4.45	.59	มาก
2.3 ขนาดสัดส่วนของการจัดวางกราฟิกประกอบ	4.55	.63	มาก
2.4 ช่วงจังหวะของการจัดวางภาพกราฟิกประกอบ	4.35	.76	มาก
2.5 ความเป็นเอกภาพของกราฟิกประกอบ	4.40	.67	มาก
2.6 การใช้บริเวณว่างในการจัดวางองค์ประกอบ	4.20	.60	มาก
2.7 กราฟิกประกอบส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม	4.47	.55	มาก
ผลรวม	4.36	.22	มาก
ผลรวมด้านกราฟิกประกอบ	4.27	.18	มาก
อัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์			
1. ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ที่นำมาสร้างสรรค์	4.30	.82	มาก
2. อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม	3.65	.73	มาก
3. อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์สินค้าจดจำง่าย	4.27	.67	มาก
4. อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าและมีมูลค่า	3.95	.87	มาก
5. อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์สื่อความหมายเฉพาะของจังหวัดนครนายกได้	4.42	.59	มาก
6. ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้งาน	4.47	.71	มาก
ผลรวมด้านอัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์	4.17	.29	มาก
อัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม			
1. ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ที่นำมาสร้างสรรค์	4.15	.73	มาก
2. อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม	3.77	.53	มาก
3. อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์จดจำง่าย	4.20	.60	มาก
4. อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าและมีมูลค่า	4.22	.86	มาก
5. อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์สื่อความหมายเฉพาะของจังหวัดนครนายกได้	4.30	.46	มาก
6. ผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม	4.45	.63	มาก

Table 1 การวิเคราะห์ผลความคิดเห็นที่มีต่อผลงานสร้างสรรค์ชุดต้นแบบอัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนจังหวัดนครนายก (ต่อ)

รายการประเมิน	N = 40		
	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
7. ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้งาน	4.25	.74	มาก
ผลรวมด้านอัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.19	.25	มาก
ผลรวมทั้งหมด	4.24	.28	มาก

Source: Suwannasri (2024)

สรุปผลการวิเคราะห์ ตามรายด้านดังต่อไปนี้ ด้านอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรม ผลรวมทั้งหมดระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.31) (SD. = 0.16) ด้านการออกแบบมาสคอต ผลรวมระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.26) (SD. = 0.26) ด้านการออกแบบกราฟิกประกอบ 1. ด้านการออกแบบภาพกราฟิกประกอบ ผลรวมระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17) (SD. = 0.24) 2. ด้านการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ ผลรวมระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.36) (SD. = 0.22) โดยมีผลรวมทั้งหมดระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.27) (SD. = 0.18) ด้านอัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ ผลรวมระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17) (SD. = 0.29) ด้านอัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลรวมระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.25) (SD. = 0.74) และสรุปผลรวมทั้งหมดทุกด้านมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.19) (SD. = 0.25)

7. การสรุปผลและการอภิปรายผล (Conclusion and Discussion)

7.1 เอกลักษณ์และวัฒนธรรมเพื่อหาแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์ จังหวัดนครนายก

พื้นที่ทั่วไปประกอบด้วยประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา ดนตรี การแสดงละคร ภาษาและวรรณกรรม วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่าง ๆ ลักษณะงานและเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่นเฉพาะ แหล่งธรรมชาติ สื่อที่นิยมใช้ในการประชาสัมพันธ์พื้นที่ สื่อออนไลน์ แบนด์เนอร์แหล่งข้อมูลที่สำคัญทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว เหมาะแก่การไหว้พระทำบุญ และความเชื่อความศรัทธาในการทำพิธีกรรมทางศาสนา ประกอบด้วยอุทยานพระพิฆเนศ วัดศรีวัน วัดมณีวงศ์ วัดจุฬารามณ์วนาราม เมืองโบราณดงละคร โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มครอบครัว กลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มคนทำงาน กิจกรรมการท่องเที่ยวการทำบุญ ไหว้พระ พิธีกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ สินค้าสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม ของที่ระลึก สื่อที่นิยมใช้ในการประชาสัมพันธ์พื้นที่ สื่อออนไลน์ แบนด์เนอร์ ผลิตภัณฑ์และสินค้าที่โดดเด่น และมีความสำคัญของจังหวัดนครนายก คือ มะยงชิด กล้วยอบ ข้าวยาคุล ดอกดาหลา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2556) ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนใน

แต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณีในยุคปัจจุบัน การแข่งขันในตลาดโลกได้ให้ความสำคัญในการนำเอาวัฒนธรรมมาเป็นส่วนหนึ่งในตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตนจำหน่ายเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง กระแสเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่กำลังมาแรง ตรงกับสิ่งที่ผู้สร้างสรรค์ศึกษาจากพื้นที่จริงและต้องการการออกแบบ คือ กราฟิกและบรรจุภัณฑ์ใส่สินค้า ผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกายจัดเป็นของที่ระลึกที่มีความสำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ คือ ผ้าไทยพวน เสื้อ หมวก ถุงผ้า แก้วเครื่องดื่ม เหมาะสำหรับซื้อใส่ และเป็นของฝากกลับบ้าน และสิ่งที่ต้องการการออกแบบคือ กราฟิกและบรรจุภัณฑ์ใส่สินค้า ตราสัญลักษณ์ อัตลักษณ์ที่สำคัญคือ ช้าง และดอกไม้ประจำจังหวัดที่สำคัญ ทำให้เชื่อมโยงต่อรูปแบบการออกแบบ ตราสัญลักษณ์ประกอบด้วยรูปวงกลม มีความหมายความกลมเกลียวและความสามัคคีของคนจังหวัดนครนายกช้างชูรวงข้าว ความหมายคือ จังหวัดนครนายกนั้นเป็นจังหวัดที่มีป่าไม้อุดมสมบูรณ์มีช้างมาก โดยช้างของจังหวัดนครนายก รวงข้าว ความหมายคือ อาชีพหลักของชาวนครนายกที่ส่วนใหญ่มีอาชีพการทำนาและได้ข้าวอุดมสมบูรณ์ดี สามารถส่งไปยังเมืองหลวงได้ ดอกไม้ประจำจังหวัดคือ ดอกฝ้ายคำ หรือสุพรรณิการ์หรือกรรณิการ์มีลักษณะเป็นช่อดอกสีเหลืองสด ออกดอกในฤดูร้อน ดอกมีขนาดใหญ่ ออกแบบเป็นช่อดอกหรือเป็นกลุ่ม และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ้าทอลวดลายดอกสุพรรณิการ์เป็นการทอวัฒนธรรมไทพวน ผ้าฝ้ายทอด้วยกี่ไม้ ทอต่อดอกเรียงกันเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่มีกระบวนการทอผ้า เทคนิคการย้อมมัดหมี่การออกแบบลวดลายให้มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแผนพัฒนาจังหวัดนครนายก 2561-2565 อธิบายพื้นที่ทั่วไปในรูปแบบของเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกในด้านการเกษตร เกี่ยวกับพืชเศรษฐกิจของจังหวัด สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นชื่อของจังหวัด และพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีความสำคัญเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ

7.2.1 การสร้างสรรค์อัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่เป็นเสมือนตัวแทนในการทำหน้าที่หลักประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวก รูปแบบการออกแบบจะต้องเป็นการออกแบบนำคาแรคเตอร์รูปช้างชูรวงข้าวที่เป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัดนครนายก ออกแบบให้หัวโต ตัวกลม ยิ้มแย้มมีความเป็นมิตรภาพที่ดี ที่มองแล้วทำให้เกิดความประทับใจ การออกแบบเน้นรูปแบบที่ทำให้ตัวละครดูสดใหม่ น่ารัก เพื่อให้สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีได้ โดยคำนึงถึงหลักในการออกแบบ คือ การออกแบบภาพช้างชูรวงข้าวให้มีรูปแบบหัวโต ตัวอ้วนกลม ตาโต ยิ้มแย้มแจ่มใส มีลักษณะเฉพาะตัว ผู้พบเห็น มุ่งเน้นให้ผู้บริโภคเกิดการจำ และสร้างความประทับใจเมื่อพบเห็น สี เน้นสีส้มสวยงามโทนสีที่เป็นธรรมชาติ ใกล้เคียงสีจริงตามธรรมชาติ แต่ให้ดูมีลักษณะเฉพาะตัวที่มีความเป็นมิตร และตัวอักษรออกแบบสร้างสรรค์ให้มีรูปแบบเป็นตัวประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่มีความทันสมัย อ่านง่าย เน้นการจัดวางที่มีความแตกต่าง เพื่อให้มีความเหมาะสมกับพื้นที่ของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทในการเลือกรูปแบบในการจัดวางนำไปใช้ให้เกิดคุณค่า และสามารถนำไปใช้งานกับสื่อประเภทต่างๆ ได้ทั้ง 3 แบบตามความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับทฤษฎีของ (Sriwiboon, 2004) ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติสำคัญของสัญลักษณ์ที่ดีไว้ดังนี้ มีความเรียบง่าย (Simplicity) มีลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness) เป็นการสร้างความไม่ซ้ำแบบใคร ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคจดจำ และรับรู้ในความแตกต่างเมื่อได้เห็นสัญลักษณ์นั้น เป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า (Value) ความมีพลังในตัวของสัญลักษณ์ ขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะทำให้เกิดการจดจำ มีความแตกต่าง (Differentiate) สิ่งที่เป็นปัญหาที่สุดในการออกแบบจะคำนึงถึงแต่การสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ สัญลักษณ์ที่บอกรายละเอียด (Descriptive) เป็นตัวแทนได้ ใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขาย และใช้งานได้นาน (Longevity) เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย และสอดคล้องกับผลสรุปงานวิจัยของ (Theopanich, 2013) เรื่องงานวิจัยเรื่องการออกแบบเลขศิลป์สิ่งแวดล้อมอัตลักษณ์ล้านนา ได้กล่าวไว้ว่า สัญลักษณ์จะสามารถสื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่าย มีความโดดเด่นที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว มีความเป็น

เอกภาพ ทั้งในเรื่องของรูปร่าง รูปทรง ขนาด สี และตัวอักษร ความเป็นสากลภายใต้อัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น รูปแบบมีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

7.2.2 การสร้างสรรค์อัตลักษณ์สำหรับการให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทมาสคอต ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่เป็นเสมือนตัวแทนในการให้บริการทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดภาพจำ และสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวก รูปแบบการออกแบบจะต้องเป็นการออกแบบนำคาร์เลเตอร์รูปช้างที่เป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัด นครนายกที่มองแล้วทำให้เกิดความประทับใจ การออกแบบเน้นรูปแบบที่ทำให้ตัวละครดูสุดใน น่ารัก เพื่อให้สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของการบริการได้ โดยคำนึงถึงหลักในการออกแบบ คือ การออกแบบภาพให้หัวโต ตัวอ้วนกลม ตาโต ยิ้มแย้มแจ่มใส ด้วยการสร้างเรื่องราวในการนำเสนอสินค้าที่เป็นสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ในการบริการ และการขายสินค้าให้แก่ผู้พบเห็น มุ่งเน้นให้ผู้บริโภคเกิดการจำ นำเสนอการใส่ผ้าทอไทพวนเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัด เพื่อสร้างความประทับใจในการนำเสนอสินค้าเมื่อพบเห็น สี เน้นสีสดใสสวยงามโทนสีที่เป็นธรรมชาติ ใกล้เคียงสีจริงตามธรรมชาติ แต่ให้ดูมีลักษณะเฉพาะตัวที่มีความเป็นมิตร รูปแบบการผลิตทำให้เห็นถึงกระบวนการสร้างสรรค์ มีกระบวนการผลิตได้ 2 วิธี คือ การขึ้นรูปต้นแบบด้วยโปรแกรม 3D และการปั้น 3D และวิธีการปั้นขึ้นรูปแบบต้นแบบ ตามด้วยกระบวนการหล่อด้วยเรซิน และการออกแบบมาสคอตช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ หน้าที่หลักของ มาสคอต คือ เป็นตัวแทนในการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างให้เกิดการจดจำและสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก การออกแบบมาสคอตจึงมักจะออกมาในรูปแบบคาแรคเตอร์ของสิ่งที่สามารถรับรู้ร่วมกันได้ง่าย เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำและเกิดความประทับใจ ด้วยเหตุนี้มาสคอตส่วนใหญ่จึงถูกออกแบบให้เป็นคาแรคเตอร์ของตัวการ์ตูน คนหรือสัตว์ที่มีบุคลิกลักษณะและการแสดงออกที่ชัดเจนในเชิงบวก มีความน่ารัก ฉลาด สดใส ร่าเริง โดยต้องสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์สินค้า และสอดคล้องกับผลสรุปงานวิจัยของ (Thepsathit, (2019) เรื่อง ออกแบบมาสคอตที่ใช้ส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชนอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี รูปแบบมาสคอตอัตลักษณ์ชุมชนที่ออกแบบขึ้นมามีความเป็นสากล เข้าถึงได้ง่ายทุกเพศทุกวัย ใช้หลักการออกแบบโดยการตัดทอนจากรูปแบบจริงให้มีความเรียบง่าย มีลักษณะเฉพาะตัว ดูเป็นสัญลักษณ์ที่สร้างความประทับใจได้เวลาพบเห็น สื่อความหมายถึงชุมชน อำเภอหนองเสือ ได้เป็นอย่างดี นำไปต่อยอดในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ได้หลากหลายรูปแบบ และมีความเป็นไทยร่วมสมัย มาสคอตอัตลักษณ์สามารถสื่อสารถึงชุมชน จังหวัดได้ เข้าใจง่าย และจดจำได้ง่าย สามารถนำไปต่อยอดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชนได้เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจและเชิงนิเวศให้กับชุมชน

สร้างสรรค์กราฟิกประกอบผลิตภัณฑ์ โดยการศึกษาเทรนด์ Abstract Botanical Design เรียกว่าเป็นการออกแบบโดยใช้ลักษณะและดีไซน์ของรูปภาพแนวพฤกษศาสตร์ เช่น ดอกไม้ ต้นไม้ กิ่งไม้ เป็นต้น มาผสมผสานกับรูปทรงต่าง ๆ เพื่อสร้างรูปแบบพฤกษศาสตร์ที่แปลกใหม่ เทรนด์การออกแบบกราฟิกที่ได้แรงบันดาลใจจากดอกไม้และพฤกษศาสตร์ ด้วยอิทธิพลของศิลปะ สไตล์นี้จึงถูกจินตนาการใหม่ ในรูปแบบการไล่ระดับสี ให้มีความสดใสสวยงาม รูปแบบทันสมัยเพื่อนำไปใช้ได้กับสื่อ และผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ สร้างสรรค์รูปแบบภาพที่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของเศรษฐกิจเฉพาะของจังหวัด ด้วยการสร้างเรื่องราวในการนำเสนอสินค้าที่เป็นสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ในการบริการ และการขายสินค้าให้แก่ผู้พบเห็น มุ่งเน้นรูปแบบการออกแบบให้สวยงามตามหลักการทางศิลปะ ในเรื่องการใช้ลายเส้น with รูปร่าง การเน้นจังหวะในการจัดวาง การใช้สี กับรูปแบบภาพ นำมาจัดวางองค์ประกอบศิลป์ให้ผู้บริโภคเกิดการจำ และสร้างความประทับใจ สี เน้นสีสดใสสวยงามโทนสีที่เป็นธรรมชาติ ใกล้เคียงสีจริงตามธรรมชาติ เน้นให้มีสีที่สวยงามตามหลักการทางศิลปะ ให้ความรู้สึกละเอียด สอดคล้องกับทฤษฎีของ (Zipevent, 2023) ได้กล่าวถึงเทรนด์ Abstract Botanical Design เรียกว่าเป็นการออกแบบโดยใช้ลักษณะและดีไซน์ของรูปภาพ

แนวพฤษภาคมศาสตร์ เช่น ดอกไม้ ต้นไม้ กิ่งไม้ เป็นต้น มาผสมผสานกับรูปทรงต่างๆ เพื่อสร้างรูปแบบพฤษภาคมศาสตร์ที่แปลกใหม่ ซึ่งจริงๆ เทรนด์การออกแบบกราฟิกที่ได้แรงบันดาลใจจากดอกไม้และพฤษภาคมศาสตร์แนวนี้นี้มีมาสักพักหนึ่งแล้ว แต่อย่างไรก็ตาม ด้วยอิทธิพลของศิลปะ สไตล์นี้จึงถูกจินตนาการใหม่ ในรูปแบบการไล่ระดับสีที่มากขึ้น และสอดคล้องกับการสรุปผลงานวิจัยของ (Suwannasri, 2018) ได้สรุปงานวิจัยเรื่องศึกษาศิลปะแบบศรีวิชัย เพื่อออกแบบอัตลักษณ์ลวดลายบนผลิตภัณฑ์เครื่องถมทอง กระบวนการวิเคราะห์อัตลักษณ์ลวดลายจากองค์ความรู้ คือ การออกแบบลวดลาย การความคิดรวมถึงจินตนาการ หลักการจัดองค์ประกอบทางด้านศิลปะเข้าด้วยกัน ขั้นตอนที่สำคัญในการออกแบบอัตลักษณ์ลวดลาย คือขั้นศึกษาข้อมูลการรวบรวมข้อมูลทั้งหมด กระบวนการความคิดสร้างสรรค์เป็นขั้นที่ต้องแปลข้อมูลออกมาเป็นรูปธรรมนำไปสู่กระบวนการออกแบบ และประเมินผลงานการออกแบบ

7.2.3 สร้างสรรค์ผลงานการใช้อัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชนจังหวัดนครนายก

ผลการออกแบบที่มีต่ออัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมให้มีความสำคัญในการสร้างสรรค์ คือ

1. ด้านการออกแบบอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย อัตลักษณ์มีรูปแบบเฉพาะที่น่าสนใจ อัตลักษณ์สามารถจดจำง่าย อัตลักษณ์มีความงามในด้านสุนทรีภาพ อัตลักษณ์สามารถส่งเสริมสินค้าเชิงพาณิชย์ อัตลักษณ์สามารถนำไปใช้ได้ง่าย อัตลักษณ์สามารถนำไปใช้ได้หลากหลายในเชิงพาณิชย์ อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเชิงพาณิชย์ ผลรวมในการสร้างสรรค์ผลงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) (SD. = 0.23)
2. การจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะที่มีต่ออัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย รูปร่าง/รูปทรงของอัตลักษณ์ที่น่าสนใจ ลักษณะลายเส้นอัตลักษณ์ สีที่แสดงความเป็นอัตลักษณ์ ขนาดสัดส่วนและการจัดวางอัตลักษณ์ รูปแบบตัวอักษรอ่านง่าย จังหวะการจัดวางตัวอักษรมีความเหมาะสม ผลรวมด้านการจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะที่มีต่ออัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$) (SD. = 0.22) ผลรวมทั้งหมดด้านการจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะที่มีต่ออัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) (SD. = 0.16) ผลการออกแบบมาสคอตผู้สร้างสรรค์ให้มีความสำคัญในการสร้างสรรค์ คือ มาสคอตมีเอกลักษณ์เฉพาะเชิงวัฒนธรรม มาสคอตมีเอกลักษณ์จดจำง่าย มาสคอตมีความน่ารัก ร่าเริง สดใส รูปร่าง/รูปทรงของมาสคอตมีความน่าสนใจ ขนาดสัดส่วนของมาสคอตมีลักษณะสมส่วน มาสคอตสามารถส่งเสริมการขายสินค้าเชิงพาณิชย์ มาสคอตสามารถนำไปใช้กับสื่อต่างๆ ได้ง่าย ผลรวมการออกแบบมาสคอตระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$) (SD. = 0.26) ผลการออกแบบกราฟิกประกอบผู้สร้างสรรค์ให้มีความสำคัญในการสร้างสรรค์ คือ

1. ด้านการออกแบบภาพกราฟิกประกอบ ดังนี้ กราฟประกอบมีภาพประกอบบอกถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนครนายก กราฟประกอบมีรูปแบบจดจำง่าย กราฟประกอบสามารถส่งเสริมสินค้าเชิงพาณิชย์ กราฟประกอบสามารถนำไปใช้ได้ง่าย กราฟประกอบสามารถนำไปใช้ได้กับผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย กราฟประกอบส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าและมีมูลค่า ผลรวมด้านการออกแบบภาพกราฟิกประกอบในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) (SD. = 0.24)
2. ด้านการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ ดังนี้ กราฟประกอบมีลายเส้นสวยงาม กราฟประกอบมีสีเส้นสวยงาม ขนาดสัดส่วนของการจัดวางกราฟิกประกอบระดับช่วงจังหวะของการจัดวางภาพกราฟิกประกอบ ความเป็นเอกภาพของกราฟิกประกอบ การใช้บริเวณว่างในการจัดวางองค์ประกอบ กราฟประกอบส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม ผลรวมด้านการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$) (SD. = 0.22) ผลรวมทั้งหมดของการออกแบบกราฟิกประกอบระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) (SD. = 0.18) ผลการนำอัตลักษณ์เพื่อสร้างสรรค์บนผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ผู้สร้างสรรค์ให้มีความสำคัญในการสร้างสรรค์ คือ ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ที่นำมาสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์สินค้าจดจำง่าย อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าและมีมูลค่า

ระดับ อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์สื่อความหมายเฉพาะของจังหวัดนครนายกได้ ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้งาน ผลรวมของการนำอัตลักษณ์เพื่อสร้างสรรค์บนผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) ($SD. = 0.29$) ผลการนำอัตลักษณ์เพื่อสร้างสรรค์บนผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้สร้างสรรค์ให้ความสำคัญในการสร้างสรรค์ คือ ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ที่นำมาสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์จดจำง่าย อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าและมีมูลค่า อัตลักษณ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์สื่อความหมายเฉพาะของจังหวัดนครนายกได้ ผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้งาน ผลรวมการนำอัตลักษณ์เพื่อสร้างสรรค์บนผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) ($SD. = 0.74$) และสรุปผลรวมทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับมาก $\bar{X} = 4.19$ ($SD. = 0.25$)

ซึ่งการสร้างสรรค์ผลงานอัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชน จังหวัดนครนายก มีความสอดคล้องกับทฤษฎีของ (Suwannasri, 2016) ได้สรุปผลงานวิจัยเรื่อง เรื่องศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเงินลวดลาย 12 นักษัตร จังหวัดนครศรีธรรมราช ว่าผู้ที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์มีความต้องการ 2 ด้าน คือ ด้านประโยชน์ใช้สอยตามความหมายของการใช้งาน และด้านความงามของรูปทรง และลวดลายกราฟิก การออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์สามารถสร้างสรรค์ได้ ทั้งลักษณะ 2 มิติ บนพื้นผิวของวัสดุ เช่น กระดาษ แผ่นพลาสติก โฟม ผ้า ฯลฯ ก่อนนำวัตถุดิบ วัสดุเหล่านี้ประกอบกัน เป็นรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ ส่วนในลักษณะ 3 มิติ ก็อาจทำได้ 2 กรณีคือ ทำเป็นแผ่นฉลาก (label) หรือแผ่นป้าย ที่นำไปติดบนแผ่นบรรจุภัณฑ์ประเภท rigid forms ที่ขึ้นรูปมาเป็นภาชนะบรรจุสำเร็จมาแล้ว หรืออาจจะสร้างสรรค์บนผิวภาชนะบรรจุ รูปทรง 3 มิติ โดยตรงก็ได้เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก ผ้า เป็นต้น ซึ่งลักษณะของการออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์นี้ส่วนใหญ่มักถือตามเกณฑ์ของเทคนิคการพิมพ์ในระบบต่างๆ เป็นหลัก การออกแบบกราฟิก ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะว่าเป็น ส่วนประกอบที่สำคัญ เหนือไปจากการบรรจุและการป้องกันผลิตภัณฑ์โดยตรงทำให้ผลิตภัณฑ์ ได้มีหน้าที่ เพิ่มขึ้นมาโดยที่ลักษณะกราฟิก กระบวนออกแบบ คือ เด่น (Stand Out) ภายใต้สภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรง การออกแบบจำต้องออกแบบให้มีความเด่นสะดุดตา จึงจะมีโอกาสได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายเมื่อวางประกบกับบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง เทคนิคที่ใช้กันมากคือ รูปทรงและขนาดซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของผลิตภัณฑ์หรืออาจใช้การตั้งตราสินค้าให้เด่น ตราภาพพจน์และความแตกต่าง (Brand Image Differentiate) เป็นความรู้สึกที่จะต้องก่อให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายเมื่อมีการสังเกตเห็น แล้วจึงใจให้ดูรายละเอียดการออกแบบตราภาพพจน์ให้มีความแตกต่างนี้เป็นวิธีการออกแบบที่แพร่หลายมาก และความรู้สึกร่วมที่ดี การออกแบบที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ซื้อเกิดความรู้สึกที่ดีต่อศิลปะที่ออกแบบโดยรวมทั้งหมด เริ่มจากการก่อให้เกิดความสนใจด้วยความเด่น เปรียบเทียบรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้ตัดสินใจซื้อสินค้า สร้างความมั่นใจเพิ่มขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่ม และจบลงด้วยความรู้สึกที่ดีที่สามารถสนองต่อความต้องการของผู้ซื้อได้ จึงนับเป็นรูปธรรมสุดท้าย การชักจูง การหว่านล้อมโดยรูป คำบรรยายสัญลักษณ์

8. ข้อเสนอแนะงานวิจัย (Research Suggestion)

ข้อเสนอแนะในการทำงานสร้างสรรค์ครั้งต่อไป

1. การศึกษาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมเพื่อหาแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์ จังหวัดนครนายก สามารถเป็นต้นแบบในการศึกษาพื้นที่ในการทำผลงานสร้างสรรค์และงานวิจัยให้กับจังหวัดอื่น ๆ ได้อีกต่อไป
2. รูปแบบอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชน จังหวัดนครนายก ที่ออกแบบขึ้นสามารถนำไปสร้างสรรค์ต่อยอดในการวิจัยร่วมกับการใช้สื่อสมัยใหม่ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่นๆ สื่อมัลติมีเดีย และการสร้างคอนเทนต์ได้
3. ผลงานการใช้อัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชน จังหวัดนครนายกสามารถนำไปประยุกต์ใช้บนผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น การพิมพ์ลวดลายผ้า การทำลวดลายบนผลิตภัณฑ์ชุมชน

ข้อเสนอแนะในการนำผลงานสร้างสรรค์ไปใช้

1. การศึกษาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมเพื่อหาแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์ จังหวัดนครนายกเป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ได้เชิงทฤษฎีในระบบการศึกษา และเป็นแนวทางในการทำงานปฏิบัติการได้
2. รูปแบบอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชน จังหวัดนครนายก ที่ออกแบบขึ้นนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อภาพนิ่งในรูปแบบสิ่งพิมพ์ ผลิตภัณฑ์ และภาพเคลื่อนไหวประเภทการทำสื่อโซเชียล สื่อแอนิเมชัน
3. ผลงานการใช้อัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชน จังหวัดนครนายกสามารถนำไปโปรโมทสินค้า การท่องเที่ยวให้ครอบคลุมได้ทุกพื้นที่ภายในจังหวัด ต่างจังหวัด รวมถึงต่างประเทศ

9. เอกสารการอ้างอิง (References)

- Intellectual Property Association of Thailand. (2021). Copyright. www.ipat.ar.th. [in Thai]
- Pinkaeo, K. (2013). Cultural Tourism Destinations. <https://tourism-dan1.blogspot.com>. [in Thai]
- Sriviboon, S. (2004). Corporate Identity. Nonthaburi: Core Function Publisher. [in Thai]
- Sriviboon, S. (2011). Brand Design. Bangkok: Elef Glasses Colors Co., Ltd. [in Thai]
- Suwanasri, R. (2016). The Idea of 12-Zodiac Pattern Design on Nielloware Product. Journal of The Way Human Society, 4(2), 215-231. [in Thai]
- Suwanasri, R. (2018). The Identities of Srivijaya Art for Products Design on Golden Niello Ware. Faculty of Fine and Applied Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. [in Thai]
- Theopanich, N. (2013). Environmental Graphic Design for Lanna Identity. [Master's dissertation, Silpakorn University]. [in Thai]
- Thepsathit, A. (2019). Design a mascot used to promote community identity in Nong Suea District, province. Pathum Thani. Faculty of Fine and Applied Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. [in Thai]
- Zipevent. (2023). Graphic Design Trends. www.zipeventapp.com. <https://www.zipeventapp.com/blog/2023/01/17/6-graphic-design-trends-2023/>. [in Thai]