

ผลิตภัณฑ์ห้องต้น ศิลปะชุมชนและสิ่งแวดล้อม



ระยอง
ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
ศิลปะชุมชนและสิ่งแวดล้อม



บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (GC)

สถานที่บนโลกใบนี้ ไม่ว่าจะที่ใดก็ตามมักมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ ซ่อนอยู่เสมอ และประวัติศาสตร์ส่วนใหญ่นั้นก็มักมีที่มาจากศิลปวัฒนธรรม ในแต่ละยุคสมัย ดังเช่น จังหวัดระยอง ที่ไม่เพียงแต่เป็นเมืองอุตสาหกรรม แต่จังหวัดแห่งนี้ยังมีทั้งเสน่ห์และความหลากหลายทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยว อาหารพื้นถิ่น และวิถีชีวิตชุมชนที่น่าค้นหา ให้นำไปศึกษาเรียนรู้ได้อีกมากมาย

ปัจจุบันประชากรจากหลาย ๆ จังหวัดได้เคลื่อนย้ายสู่เมืองใหญ่ ความผูกพัน และความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่นของตนจึงลดเลือนหายไปตามกาลเวลา โครงการ 'เส้นทางแห่งความสุข' ด้วยความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยศิลปากร จึงจัดตั้งขึ้นเพื่อค้นหาความเป็นมาและตัวตนของ จังหวัดระยอง พร้อมเชื่อมโยงมรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดสู่ประชาชน โดยมุ่งหวังว่าจังหวัดระยองจะเป็นเมืองต้นแบบที่ทำให้เมืองรองต่าง ๆ ทั่วประเทศไทยหันกลับมาสนใจความเป็นพื้นถิ่นและรากเหง้า จนเกิดการ พัฒนาอย่างยั่งยืน และนำไปสู่การต่อยอดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ในที่สุด

พวกเราได้อยู่ในจังหวัดที่ดี ต้องถือเป็นความสุข แล้วความสุขนั้น คือ ความสุขที่ทุกคนได้ค้นหาและเจอตัวตน พร้อมความภาคภูมิใจ ในถิ่นฐานของตัวเอง

นายสุพัฒน์พงษ์ พันธุ์มีไชว้

รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงาน
อดีตรองอธิบดีกรมเจ้าหน้าทีบริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่

บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)



บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (GC)

บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (GC) ในฐานะแกนนำธุรกิจเคมีภัณฑ์ของกลุ่ม ปตท. มุ่งมั่นในการผสมผสานนวัตกรรมเคมีภัณฑ์และเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่การสร้างสรรค์ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น นอกจากนี้ ยังมีความเชื่อและดำเนินธุรกิจตามแนวทางความยั่งยืน ด้วยการสร้างสมดุล 3 ประการ คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม วันนี้ GC มีความภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาด้านสังคม ภายใต้ “โครงการเส้นทางแห่งความสุข”

โครงการเส้นทางแห่งความสุข ได้ยกระดับและชูอัตลักษณ์ของจังหวัดระยองให้น่าสนใจได้เป็นอย่างดี โดยการดึงรากเหง้าของสิ่งที่ท้องถิ่นมีมาสู่ประชาชน ซึ่งจุดเริ่มต้นของโครงการนี้มาจากคุณสุพัฒน์พงษ์ พันธุ์มีเข่าว ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ในขณะนั้น (ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงาน) ภายใต้แนวคิดที่ว่าจังหวัดระยองเป็นบ้านของ GC และเป็นจังหวัดที่อุดมไปด้วยประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม การศึกษาความเป็นมาของตนเองผ่านสิ่งเหล่านี้ จึงเป็นสิ่งพื้นฐานที่จะทำให้คนท้องถิ่นได้รู้จักและเข้าใจตัวเอง นำไปสู่ความรักถิ่นฐานบ้านเกิดและความภาคภูมิใจอันเป็นที่มาแห่งความสุขที่แท้จริง

ท้ายที่สุดนี้ ขอขอบคุณคณะโบราณคดี คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร และผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้ศึกษารากเหง้าทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดระยองจนประสบความสำเร็จด้วยดีดังที่ปรากฏในหนังสือเล่มนี้

ดร.คงกระพัน อินทรแจ้ง
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)



คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร

จังหวัดระยองอุดมไปด้วยมรดกวัฒนธรรมอันทรงคุณค่านานัปการ ศาสตร์และศิลปะสะท้อนผ่านภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าแขนงต่าง ๆ จากรุ่นสู่รุ่น บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (GC) และมหาวิทยาลัยศิลปากร ตระหนักถึงความสำคัญของศิลปวัฒนธรรมดังกล่าว จึงก่อกำเนิดความร่วมมือในโครงการคลังข้อมูลสารสนเทศศิลปวัฒนธรรมระยอง

โครงการคลังข้อมูลสารสนเทศศิลปวัฒนธรรมระยอง ระหว่าง พ.ศ. 2561–2563 โดยมหาวิทยาลัยศิลปากร ภายใต้ความร่วมมือของ บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (GC) เป็นการค้นคว้าหาทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดระยองซึ่งครอบคลุมทั้งข้อมูลมรดกวัฒนธรรมและศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่ต่าง ๆ ในจังหวัดระยอง เพื่อเข้าใจและรู้จักรากฐานความเป็นมาของจังหวัดระยองอย่างลุ่มลึก อนุรักษ์พัฒนา ยกกระดับ หรือต่อยอดเพื่อเสริมสร้างมูลค่าทางทางสังคมและเศรษฐกิจในพื้นที่ได้อย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

สารานุกรมมรดกท้องถิ่นระยองเป็นการเรียบเรียงเนื้อหาสาระในโครงการวิจัยย่อยต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้สู่สาธารณะชน โดยเฉพาะผู้คนที่ท้องถิ่นจังหวัดระยอง ประกอบไปด้วยหนังสือ 5 เล่ม คือ

ระยอง : ประวัติวัฒนธรรม โบราณคดี และเส้นทางสายประวัติศาสตร์

ระยอง : สมุดไทยและใบลาน

ระยอง : วัด บ้าน ศาลเจ้า ศิลปกรรมและงานช่างโบราณ

ระยอง : คนจีนโพ้นทะเล ผู้คนและวิถีชีวิต

ระยอง : ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ศิลปะชุมชนและสิ่งแวดล้อม

คณะโบราณคดี ด้วยความร่วมมือกับ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าองค์ความรู้ที่ได้ศึกษาวิจัยมรดกศิลปวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าของจังหวัดระยองในครั้งนี้ จะก่อให้เกิดความเข้าใจ ตระหนักถึง หวงแหน อนุรักษ์ รากเหง้าที่บรรพบุรุษสั่งสมตลอดมาในพื้นที่จังหวัดระยองรวมถึงภูมิภาคตะวันออกของประเทศ และจะเกิดประโยชน์สูงสุด หากใช้เป็นต้นทุนในการต่อยอดสืบสานศิลปวัฒนธรรมระยองให้คงอยู่ต่อไป

ท้ายที่สุดนี้ ขอขอบพระคุณบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (GC) เป็นอย่างสูง ที่ให้การสนับสนุนและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี และเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้โครงการฯ สามารถดำเนินงานจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชวลิต ขาวเขียว
คณบดีคณะโบราณคดี

คำนำผู้เขียน

จังหวัดระยอง จังหวัดที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่งดงาม พืชพรรณผลไม้อุดมสมบูรณ์และมีชื่อเสียงไปทั่วประเทศ แต่ในด้านประวัติศาสตร์น้อยคนนักที่จะทราบว่าจังหวัดระยองมีประวัติศาสตร์การค้าที่สามารถสืบย้อนไปได้นับพันปี มีศิลปกรรมที่งดงามและเป็นเอกลักษณ์ กอปรกับงานวิชาการในด้านประวัติศาสตร์และศิลปะก็ไม่ได้มีมากนักจึงไม่ได้รับความสนใจมากพอ

โครงการพัฒนาศักยภาพของวัสดุจากชุมชนในพื้นที่จังหวัดระยอง การเชื่อมโยงระหว่างวัสดุจากผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น กับ นวัตกรรมวัสดุจากอุตสาหกรรมปิโตรเคมี และ โครงการสร้างสื่อศิลปะเพื่อการสื่อสารประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดระยอง ด้วยนวัตกรรมทางด้านวัสดุศาสตร์ผสมผสานกับการประดิษฐ์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน เป็นหนึ่งในโครงการภายใต้ความร่วมมือระหว่าง บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) คณะโบราณคดี และคณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการที่จะพัฒนาและต่อยอดผลจากการวิจัยในเรื่องประวัติศาสตร์ ข้อมูลทางศิลปวัฒนธรรม การเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของผู้คนในหลาย ๆ ชุมชนของจังหวัดระยอง ร่วมกับการตระหนักถึงการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ผ่านการนำนวัตกรรมทางด้านวัสดุศาสตร์ต่าง ๆ ที่ถูกคิดค้นจะถูกนำมาพิจารณาในการใช้เพื่อการออกแบบสร้างสรรค์ให้ออกมาเป็นรูปธรรม มีผลลัพธ์เป็นงานศิลปะหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นแนวทางในการนำเสนอเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน เพื่อการท่องเที่ยว ผ่านการบริหารจัดการเลือกใช้วัสดุการผสมผสานระหว่างนวัตกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างความยั่งยืนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

คณะผู้วิจัยจึงขอขอบคุณคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) พระภิกษุสงฆ์ผู้ดูแลวัดราชบัลลังก์ประดิษฐานรามอันเป็นแหล่งศิลปกรรมสำคัญ บริษัท กงพัฒนา เอ็นจิเนียริ่ง แอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด ตึกกลุ่มเก้าแก้วเทียน ถนนยมจินดา รวมถึงประชาชนทั่วไปโดยเฉพาะในย่านเมืองเก่าที่ให้การสนับสนุนและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ซึ่งคณะนักวิจัยคาดหวังว่าหนังสือเล่มนี้จะเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดระยอง เป็นแรงขับเคลื่อนทางวิชาการสำหรับงานด้านนวัตกรรม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และศิลปะของเมืองระยองต่อไป

สารบัญ

บทที่ 1

010 วัสดุ ผลิตภัณฑ์ และวิถีชุมชน

- วัสดุในวิถีชีวิตท้องถิ่น
- ผลิตภัณฑ์บนวิถีชุมชน

บทที่ 2

020 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

- ชุมชนหนองแพบ
- ผลิตภัณฑ์ลuffala (Luffala)
- ผลิตภัณฑ์ข้าวหลามบ้านหนองแพบ

บทที่ 3

096 ศิลปะกับชุมชน

- กิจกรรมศิลปะในพื้นที่สาธารณะกับโรงเรียนประถมบ้านหนองแพบ
- ผลงานศิลปะ Pet Dolphin (โลมา เพ็ท)

บทที่ 4

106 การสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ : จากยมจินดาถึง
ปากน้ำประแส

- การหล่อพระพุทธรูปต้นแบบโดยการจำลองจากองค์พระประธาน
วัดราชบัลลังก์ประดิษฐานราม
- การพัฒนาชุมชนจากงานประติมากรรม
- ผลิตภัณฑ์ชุมชน กระชูดจากศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์หมู่บ้านโอท็อปเพื่อการ
ท่องเที่ยวบ้านมาบเหลาชะโอน

150

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินงาน

156

เชิงอรรถ

157

บรรณานุกรม

1 —

วัสดุ ผลิตภัณฑ์ และวิถีชุมชน





ศูนย์การเรียนรู้การผลิตข้าวหอม หนองแฟบ

ลานหนองแฟบ

4.0

การเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชนผ่านสิ่งที่ชุมชนผลิต ไม่ว่าจะเป็น สิ่งประดิษฐ์ งานหัตถกรรม และผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นในชุมชน ล้วนเป็น ภูมิปัญญาอันเป็นส่วนหนึ่งของมรดกวัฒนธรรมในท้องถิ่น และเป็นสิ่ง สะท้อนศิลปวัฒนธรรมของประเทศ ดังนั้นการส่งเสริมให้ชุมชนในท้องถิ่น รักษา มรดกวัฒนธรรม ศิลปวัฒนธรรมของตน รวมทั้งปรับให้เข้ากับการ เปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมโดยไม่สูญเสียอัตลักษณ์ของชุมชน ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ชุมชนในท้องถิ่นมี ความเข้มแข็งที่ยั่งยืน

วัสดุในวิถีชีวิตท้องถิ่น

ข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตของชุมชน และศิลปวัฒนธรรม ท้องถิ่น ที่ได้จากการศึกษาของคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นข้อมูลสำคัญที่จะนำมาวิเคราะห์เพื่อค้นหาศักยภาพของชุมชนและ ผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัสดุต่างๆ ที่ชุมชนนำมาใช้ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ทั้งวัสดุจากธรรมชาติที่หาได้ในพื้นถิ่นและวัสดุ สังเคราะห์ที่มาประกอบในการประดิษฐ์ สิ่งเหล่านี้ต่างมีความเป็นไปได้ใน การนำมาพัฒนา ออกแบบประยุกต์ให้แก่ชุมชนเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ดีขึ้น อันส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชน เป็นการสืบสานของท้องถิ่น และเป็นการส่งต่อวัฒนธรรมในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้มาเยือน

นอกเหนือไปจากวัสดุพื้นถิ่นที่นำมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่นดังกล่าวแล้ว เป็นที่ทราบดีว่า ในจังหวัดระยองนั้นมีนิคมอุตสาหกรรม ขนาดใหญ่ที่เข้ามาสร้างพื้นที่อุตสาหกรรม ผลผลิตที่ได้จากกิจการอุตสาหกรรม ดังกล่าวคือวัสดุสังเคราะห์ที่นำไปใช้ทั่วทั้งประเทศ อีกทั้งยังทำให้กลุ่ม ประชากรคนทำงานในระบบอุตสาหกรรมมีการย้ายถิ่นเข้ามาทำงานและ อยู่อาศัยในพื้นที่จังหวัดระยองจำนวนมาก

วัสดุสังเคราะห์ที่เป็นผลผลิตที่ได้จากกิจการอุตสาหกรรมเหล่านี้ต่างแทรกซึมอยู่ในการใช้ชีวิตของคนทุกคนทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคเกษตรกรรมในสังคมอันหลีกเลี่ยงไม่ได้ยากเพราะเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในระบบวงจรการอุปโภคบริโภคในยุคปัจจุบัน อย่างไรก็ตามเราสามารถอยู่ร่วมกับวัสดุเหล่านี้ได้อย่างเข้าใจ ผ่านกระบวนการผลิต การอุปโภค การบริโภค และการรีไซเคิลนำกลับไปผลิตใหม่ได้ โดยใช้วัสดุเหล่านี้เพื่อเป็นสื่อหลักในการทดลองประดิษฐ์ เพื่อสื่อความหมายระหว่างชุมชนสิ่งแวดล้อม และศิลปวัฒนธรรม วิธีการเผยแพร่องค์ความรู้ในการใช้วัสดุสังเคราะห์เหล่านี้จึงเป็นหน้าที่ของการศึกษาวิจัยในเชิงศิลปศาสตร์และมนุษยศาสตร์ที่จะทำให้เห็นและเชื่อมโยงคุณค่าที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ของวัสดุสังเคราะห์เหล่านี้ทั้งในเชิงเศรษฐกิจและความหมายเชิงสังคม

การนำวัสดุที่เกิดจากการผลิตขึ้นในพื้นที่จังหวัดระยองเหล่านี้ อันรวมถึงวัสดุที่มาจากธรรมชาติ และวัสดุในกิจการอุตสาหกรรมที่ถูกแปรรูปเป็นวัสดุสังเคราะห์ในการนำมาเป็นสื่อในการทำงานสร้างสรรค์ ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะในพื้นที่สาธารณะ เพื่อเป็นตัวกลางในการแสดงออกถึงความมีส่วนร่วม ร่วมมือร่วมใจในการสร้างสรรค์ สร้างจิตสำนึกที่ดีในการอยู่ร่วมกันระหว่างมนุษย์และธรรมชาติ ผ่านศิลปวัฒนธรรมจึงเป็นเป้าหมายหนึ่งของการศึกษาภายใต้โครงการ “การพัฒนาศักยภาพของวัสดุจากชุมชนในพื้นที่จังหวัดระยอง: การเชื่อมโยงระหว่างวัสดุจากผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นกับนวัตกรรมวัสดุจากอุตสาหกรรมปิโตรเคมี” ฉบับนี้

ผลิตภัณฑ์บนวิถีชุมชน

การเชื่อมโยงระหว่างวัสดุกับผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นเป็นโจทย์หลักในการศึกษารั้งนี้ อันตั้งอยู่บนพื้นที่สำคัญ คือ วัดหนองแพบ จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นชุมชนชาวประมงดั้งเดิมมาตั้งแต่ก่อนที่นิคมอุตสาหกรรมจะเกิดขึ้น ซึ่งในปัจจุบันพื้นที่ของวัดหนองแพบประกอบไปด้วย วัดหนองแพบ

โรงเรียนบ้านหนองแพบ และชุมชนโดยรอบ โดยส่วนหนึ่งทางวัดหนองแพบ ได้แบ่งพื้นที่เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนโดยมีพื้นที่ของโรงทำข้าวหลามหนองแพบ และร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สบู่และครีมภายใต้ตราสินค้า “ลuffala (Luffala)”

พื้นที่ของวัดหนองแพบเป็นพื้นที่ชุมชนเล็กๆ ที่อยู่ท่ามกลางอาณาจักรของนิคมอุตสาหกรรม โรงงานต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงงานของบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public Company Limited) หรือ จีซี (GC) ดังนั้นจุดประสงค์หลักก็คือการให้ความช่วยเหลือ ส่งเสริม พัฒนา คุณภาพชีวิตของชุมชนผ่านการศึกษาริวิจัย และหาจุดเชื่อมโยงระหว่างชุมชนและบริษัทฯ โดยมีคณะทำงานจากคณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นผู้ดำเนินการปฏิบัติการในพื้นที่และขอบเขตงานดังกล่าว โดยได้จัดทำขึ้นภายใต้โครงการ “การพัฒนาศักยภาพของวัสดุจากชุมชนในพื้นที่จังหวัดระยอง ผ่านการเชื่อมโยงระหว่างวัสดุจากผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น กับนวัตกรรมวัสดุจากอุตสาหกรรมปิโตรเคมี” โดยแบ่งการทำงานออกเป็น 2 โครงการ และ 2 โครงการย่อย คือ

โครงการที่ 1 โครงการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นเพื่อยกระดับการสื่อสารและการนำไปใช้อุปโภค/บริโภคที่ดีขึ้น แบ่งเป็นสองงานย่อยคือ

โครงการย่อยที่ 1 การศึกษาพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์สบู่และครีมทาผิว ตราสินค้า “ลuffala (Luffala)”

โครงการย่อยที่ 2 การศึกษาพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวหลามหนองแพบ **โครงการที่ 2** โครงการบูรณาการผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรมปิโตรเคมีที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาชุมชน

การหารือร่วมกับ
โรงเรียนบ้านหนองแพบ

วิธีการทำงานใช้วิธีลงพื้นที่เป้าหมาย ศึกษา สัมภาษณ์ วิเคราะห์
ผลิตภัณฑ์ และร่วมหารือกับตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของแต่ละผลิตภัณฑ์
เมื่อได้ความเห็นผ่านข้อดี ข้อด้อยต่างๆ แล้ว ทางคณะวิจัยได้ดำเนินการ
การออกแบบพัฒนา โดยร่วมมือกับตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการตรวจ
ทานข้อมูลและนำเสนอผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่พึงพอใจของทั้ง
ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และอยู่ภายใต้วิสัยทัศน์ของคณะวิจัยทางด้าน
การออกแบบที่พิจารณาแล้วว่ามีความเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ในเชิง
ธุรกิจต่อไป



การหารือร่วมกับกลุ่ม
ผลิตภัณฑ์ข้าวหอม
หนองแฟบ



การทำหรือร่วมกับกลุ่ม
ผลิตภัณฑ์สบู่และครีมทาผิว
ตราสินค้าลูฟฟา
(Luffala)





2 —

การพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น





LUFFALA
SENSE OF HEALTHY SKIN

LUFFALA

APPEAR
BETTER
USE IT



LUFFALA
SENSE OF HEALTHY SKIN

REFRESHMENT
BODY LOTION

ครีมทาผิวทสึบรีฟรเชมเมนท์

REFRESHMENT

NET WT. 500 ML

ชุมชนหนองแพบ

“ชุมชนหนองแพบ” เป็นชุมชนหนึ่งในเขตเทศบาลเมืองมาบตาพุด อำเภอเมืองระยอง พื้นที่ของชุมชนหนองแพบ เล่ากันว่า เดิมทีผู้ที่อพยพ มาอยู่ในยุคแรกจะมาอาศัยอยู่ในบริเวณรอบ ๆ หนองน้ำที่มี “ต้นแพบ” ขึ้นอยู่ทั่วไป ซึ่งปัจจุบัน คือบริเวณสี่แยกโรงเรียนหนองแพบแต่ต่อมาได้มีการถมที่และก่อสร้างอาคารบ้านเรือนขึ้นเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามหมู่บ้านแห่งนี้ก็ได้ใช้ชื่อว่า “หนองแพบ” หรือ “ชุมชนหนองแพบ” จนถึงปัจจุบัน

ชุมชนหนองแพบตั้งอยู่ใกล้บริษัทอุตสาหกรรมหลายแห่ง และในปัจจุบันบริษัทอุตสาหกรรมตั้งอยู่ใกล้ชุมชนอย่างมาก กล่าวกันว่า วัดหนองแพบตั้งอยู่ห่างจากบริษัทอุตสาหกรรมราว 500 เมตร “แค่ข้ามถนน (2 เลน) เท่านั้น” ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงได้ทำให้เกิดโครงการของบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public Company Limited) หรือ จีซี (GC) ขึ้น เพื่อร่วมมือกันระหว่างชาวบ้าน กับบริษัทอุตสาหกรรมในพื้นที่ เพื่อพัฒนาวิถีชีวิตความเป็นอยู่และรักษา อัตลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน ทั้งนี้ชุมชนหนองแพบมีชุมชนย่อย 3 ชุมชน ประกอบด้วย ได้แก่ ชุมชนสำนักมะม่วง ชุมชนหนองแพบ ชุมชนบ้านบนเนิน รวมกันเป็นชุมชนหนองแพบประมาณ 200 หลังคาเรือน โดยมีคณะกรรมการ ชุมชน ซึ่งได้รับการเลือกตั้งจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเพื่อทำหน้าที่ บริหารงานชุมชน เป็นผู้นำชุมชนในการร่วมมือกับประชาชนเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน และโดยได้รับแต่งตั้งจากเทศบาลเมื่อ พ.ศ. 2551



แผนที่ท่องเที่ยว
ชุมชนนนงแพบ
ที่มา แผนที่ท่องเที่ยว
ชุมชนนนงแพบ 2562
[ออนไลน์] เทศบาลเมือง
มาบตาพุด จังหวัดระยอง
ใน <http://www.mtp.go.th>

ผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala)

ผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala) เป็นการเริ่มต้นจากจุดเล็ก ๆ ที่มุ่งหวังจะสร้างสรรค์คุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี ด้วยการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ และความยั่งยืนให้กับชุมชน ใน พ.ศ. 2553 บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public Company Limited) หรือ จีซี (GC) ให้การสนับสนุนเงินทุน นวัตกรรม และเทคโนโลยี ผสานกับองค์ความรู้ของสำนักวิชาวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ร่วมกันสร้างสรรค์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยการนำคุณค่าจากสารสกัดสมุนไพร ในธรรมชาติ อาทิ ผักบุ้งทะเล ใบบัวบก มะหาด ผสมกับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจาก “กลีเซอริน” ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท จึงได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์คุณภาพภายใต้ชื่อ “ลูฟฟา” (Luffala) โดยจดทะเบียนจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มลูฟฟาใน พ.ศ. 2554 ซึ่งจากรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนประจำปี 2554 ของกลุ่มบริษัท แสดงผลว่าสามารถทำให้แต่ละครัวเรือนมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นประมาณ 3,000–5,000 บาท

การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้แก่ชุมชนบ้านหนองแพบเป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาชุมชนรอบ ๆ นิคมอุตสาหกรรมที่ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของท้องถิ่นดั้งเดิมว่าควรแก่การพัฒนาพื้นที่รอบ ๆ โรงงาน ให้เป็นพื้นที่ที่มีความน่าสนใจและเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในบริเวณชุมชนบ้านหนองแพบ ซึ่งโครงการต่าง ๆ เกิดขึ้นจากการสนับสนุนขององค์กรเอกชน นักวิจัยสาขาต่าง ๆ และผู้เชี่ยวชาญชำนาญการมาถ่ายทอดองค์ความรู้ แนะนำแนวทางเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความสมบูรณ์แบบในตัวเองของผลิตภัณฑ์ และเป็นการสร้างเสริมอาชีพ เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่คนในชุมชน ให้มีอาชีพและความมั่นคงในการดำเนินชีวิตประจำวัน รวมถึงการแปรรูปของทรัพยากรในท้องถิ่นให้มีมูลค่าเพิ่มจากเดิมมาเป็นผลิตภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ และเห็นผลตอบรับเป็นรูปธรรมในการเป็นอยู่ร่วมกันระหว่างนิคมอุตสาหกรรมกับชุมชน

ความสำเร็จครั้งนี้สะท้อนถึงความสามัคคีของคนในชุมชนหนอง
แพบจังหวัดระยองจากก้าวแรกจนเป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็ง
สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนกลุ่มลuffala (Luffala)
เปิดให้ผู้สนใจเข้าเยี่ยมชมขั้นตอนการผลิต เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน
เรียนรู้สำหรับผู้ที่มีความสนใจประกอบอาชีพ ซึ่งถือเป็นความร่วมมือระหว่าง
ชุมชนและภาคอุตสาหกรรม ที่ทำให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมและ
เกิดความยั่งยืนต่อเนื่องในอนาคต

“ผลิตภัณฑ์ลuffala (Luffala)” ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์
OTOP 3 ดาว หนึ่งในสินค้าขายดีประจำจังหวัดระยอง จึงเป็นที่สนใจของ
บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) และได้สนับสนุนผลิตภัณฑ์ลuffala
(Luffala) ทั้งครีมทาผิวและสบู่เหลวล้างมือ สำหรับผู้โดยสารบนเครื่องบิน
ของสายการบินไทย

ปัจจุบัน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มลuffala (Luffala) ยังคงพัฒนาผลิตภัณฑ์
เพื่อขยายตลาดไปสู่ผู้บริโภคพิเศษ หรือ กลุ่มพรีเมียม (Premium) ตาม
นโยบายพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOIP ประชากรรัฐอย่างต่อเนื่อง ด้วยการปรับ
ภาพลักษณ์ (Rebranding) ให้ภาพลักษณ์มีความทันสมัย ตอบโจทย์ความ
ต้องการของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น



ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์
ลูฟฟา (Luffala)



แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์

หลักการเบื้องต้น ทางโครงการวิจัยได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เช่น รูปทรงของสนุ่ สีส้นของผลิตภัณฑ์สนุ่ รวมไปถึงบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala) ที่ทางตัวแทนวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการที่จะพัฒนาให้ภาพพจน์ของสินค้าดีขึ้น เพื่อนำสินค้าเข้าสู่ตลาดในกลุ่มที่ใหญ่ขึ้นและมีคุณภาพสินค้าดีขึ้น โดยได้ทำการศึกษาไปถึงองค์ความรู้ด้านการออกแบบอาคาร สถาปัตยกรรม และการตกแต่งภายในของร้านจัดจำหน่าย โดยอภิปรายร่วมกับชุมชน เพื่อหาความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบองค์รวมครบทุกมิติ ทั้งแนวทางการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ การปรับปรุงตกแต่งงานสถาปัตยกรรมทั้งภายนอกและภายในของร้านค้าลูฟฟา-Luffala Flagship store เพื่อส่งเสริมตราสินค้าลูฟฟา (Luffala)

หลังจากการลงพื้นที่สำรวจโจทย์และปัญหาทางงานวิจัยร่วมกับคณะทำงาน และชุมชน พบว่าผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala) มีมิติที่หลากหลายในการตั้งโจทย์การออกแบบ ตั้งแต่ในเรื่องของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์เอง การปรับปรุงร้านค้าลูฟฟา-Luffala Flagship store ซึ่งก็ไม่เพียงแต่การจัดวางสินค้าบนชั้นวางเท่านั้น แต่ยังคงต้องรวมไปถึงการออกแบบตกแต่งภายใน การจัดแสงไฟ และรวมถึงปัญหาของตัวอาคารที่ทางร้านลูฟฟา (Luffala) ในปัจจุบันตั้งทำการอยู่ ที่เกิดมีน้ำรั่วจากด้านบน จึงอาจต้องทำการปรับปรุงแก้ไขในเชิงโครงสร้างหลังคา และระบบรางน้ำฝนต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับตัวอาคารศาลาวัดหนองแพบ ที่เป็นโครงสร้างอาคารหลัก และรวมถึงการสร้างภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้าลูฟฟา (Luffala) โดยคณะวิจัยจะทำการเชื่อมโยงข้อมูลทั้งหมดเพื่อทำงานด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

คณะทำงานได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ หรือ โลโก้ของตราสินค้าลูฟฟา (Luffala) ใหม่ เพื่อให้มีภาพลักษณ์ที่ยกระดับตัวสินค้าขึ้นได้ โดยการศึกษาการออกแบบฉลากของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala) ว่ามีหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ประเภทใด และทำจากสารสกัดใด เพื่อนำไปออกแบบให้เป็นฉลากเฉพาะตัวผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งเนื่องจากทั้งหมดมีขนาดและขอบเขตของงานที่กว้าง และปริมาณชิ้นงานในการออกแบบมีจำนวนมาก จึงได้หารือกับตัวแทนวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala) ว่าควรจะเริ่มต้นจากกรอบงานใดที่เทียบเคียงกับเทศกาลและโอกาสในทางการตลาด เพื่อมาใช้ในการกำหนดกรอบเวลา และกลุ่มของผลิตภัณฑ์ในการออกแบบก่อนเป็นอันดับแรก

ในช่วงเวลาของการศึกษาดังกล่าวนั้น (มีนาคม) ใกล้กับช่วงงานเทศกาลสงกรานต์ คณะทำงานจึงได้ข้อสรุปว่าจะทดลองทำผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala) ในชุดสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสงกรานต์เพื่อเพิ่มโอกาสในทางการค้าให้กับผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala) และสามารถใช้เป็นผลงานที่เป็นรูปธรรมสามารถวัดผล ประเมินผลได้ทั้งในเชิงทัศนธาตุ (รูปลักษณ์ รูปแบบ) รวมถึง ประเมินผลได้ในศักยภาพในการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala)

ทั้งนี้แนวความคิดในการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของแบรนด์ คือการมุ่งเน้นในการขยายตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น และผลักดันผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดสินค้าพรีเมียม ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยเริ่มต้นจากการเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ ปรับรูปลักษณ์ ปรับรูปแบบ (Mood & Tone) และออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ (Brand Identity) ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้น คือ สะท้อนอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Brand Personality) ที่มีความเรียบหรู สำหรับกลุ่มลูกค้าตั้งแต่ช่วงวัยรุ่นขึ้นไป

หน้าขวา

ภาพผลิตภัณฑ์ของไทย
ยี่ห้อ HARNN ที่มีภาพลักษณ์
และคุณภาพสินค้าเป็น
ที่ต้องการในระดับสากล
ที่มา HARNN
DIVINELOTUS
New Year 2018
Catalog, 2018 [Online] in
<https://hamnlifestyle.com>

การทบทวน เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ที่เคยทำ และคู่แข่งในตลาด

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala) เริ่มต้นจากผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้น โดยการสนับสนุนของวัดหนองแพบ และบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public Company Limited) หรือ จีซี (GC) ทำให้เกิดโอกาสในการกระจายสินค้าของชุมชน จากเริ่มต้น เป็นเพียงสินค้าที่มีขายในท้องถิ่น หรือตามงานแสดงสินค้าโอท็อป (OTOP) โดยสินค้าลูฟฟา (Luffala) ได้มีโอกาสเข้าไปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในบริษัท ในเครือของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) และเครือบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งโอกาสในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปใน พื้นที่เหล่านี้ ย่อมเป็นการเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและสร้างภาพลักษณ์ ให้กับสินค้าได้เป็นอย่างมาก

ทางกลุ่มผู้ประกอบการตราสินค้าลูฟฟา (Luffala) จึงมองถึง คู่แข่ง และรวมไปถึงจุดหมายทางการค้าว่ามีตราสินค้าใดบ้างที่มี ภาพลักษณ์อยู่ในระดับสูงของตลาด โดยจากการอภิปรายร่วมกันแล้ว ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ของไทย ยี่ห้อ HARNN เป็นสินค้าที่มีภาพลักษณ์ ที่แข็งแกร่ง ซึ่งตราสินค้าของลูฟฟา (Luffala) เองนั้น อาจจะได้อยู่ใน ตำแหน่งทางการตลาดที่สูงระดับนั้น แต่ให้มองเป็นจุดหมาย (Benchmark) เพื่อทำการศึกษาวិเคราะห์ต่อไป



BALANCED RESTORATION with CYMBOPOGON (LEMONGRASS & LAVENDER)

The union of East and West creates a synthesis of the ultimate delight from Lemongrass and Lavender. Lemongrass, the native herb to Southeast Asia, is known for its rich, functional, and natural antiseptic and anti-inflammation properties, where it is used extensively in ancient Indian Ayurvedic medicine. On the other hand, Lavender possesses a sweet and refreshing scent with natural calmative effect and aids restful sleep. Together they create a form of unprecedented synergy for the body and mind.

II



THE CYMBOPOGON DIVINE LOTUS SET II

Cymbopogon Body Wash 230 ml.
Cymbopogon Natural Body Oil Spray 220 ml.
HARNN Monogram Amenity Bag - Medium

Regular THB 2,350

Special THB 2,130

SHOP NOW

III



THE CYMBOPOGON DIVINE LOTUS SET III

Cymbopogon Body Wash 230 ml.
Cymbopogon Body Soufflé 220 ml.
Cymbopogon Hand Cream 50 g.
HARNN Monogram Amenity Bag - Large

Regular THB 2,830

Special THB 2,530

SHOP NOW



IV

THE CYMBOPOGON DIVINE LOTUS SET IV

Cymbopogon Body Wash 230 ml.
Cymbopogon Natural Body Oil Spray 220 ml.
Cymbopogon Hand Cream 50 g.
Cymbopogon Soap 100 g.
HARNN Monogram Amenity Bag - Large

Regular THB 3,360

Special THB 2,990

SHOP NOW



V

THE CYMBOPOGON DIVINE LOTUS SET V

Cymbopogon Body Wash 230 ml.
Cymbopogon Body Soufflé 220 ml.
Cymbopogon Nourishment Shampoo 230 ml.
Cymbopogon Nourishment Conditioner 150 g.
Cymbopogon Hand Cream 50 g.
HARNN Monogram Amenity Bag - Large

Regular THB 4,130

Special THB 3,680

SHOP NOW

Special price is valid until January 31, 2018

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala)

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala) เป็นผลิตภัณฑ์เริ่มต้นของกลุ่มชุมชน จึงเริ่มใช้ขวดบรรจุภัณฑ์แบบพลาสติกที่หาได้ในท้องตลาด เพื่อให้มีขนาดบรรจุที่เป็นสากลตามกลุ่มของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ และใช้วิธีการติดสติ๊กเกอร์ ลวดลาย ตราสินค้า ลงไปบนบรรจุภัณฑ์เหล่านั้นกันเองภายในชุมชน

การวางชื่อตราสินค้าลูฟฟา (Luffala) มีการกำหนดกลุ่มสีของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับวัตถุดิบ สารสกัดตั้งต้น และรวมถึงการเพิ่มเติมลวดลายกราฟฟิกที่เกี่ยวข้องกับสารตั้งต้นเหล่านั้นแยกตามผลิตภัณฑ์ เช่น ภาพว่านหางจระเข้ ภาพลูกมั่งคุด ภาพดอกผักบุ้งทะเล เป็นต้น



ภาพผลิตภัณฑ์ของลูฟฟาล่า
(มีนาคม 2562) ที่ใช้ผลิต
อยู่ในระหว่างที่คณะวิจัย
เข้ามาทาการศึกษา

เมื่อได้ข้อสรุปจากการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดเพื่อเชื่อมโยงกับการทำงานการออกแบบ จึงกำหนดโจทย์ในการทำงานในช่วงแรกดังนี้

- (1) ลูฟฟา (Luffala) จะออกผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญ (gift set) สำหรับเทศกาลงานสงกรานต์
- (2) ผลิตภัณฑ์ จะกำหนดเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากส่วนผสมของว่านหางจระเข้ (Aloe Vera)
- (3) ชุดงานจะประกอบไปด้วย
 - (a) โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์สินค้าออนไลน์ (On-line Print Advertising)
 - (b) ชุดผลิตภัณฑ์ของขวัญประกอบด้วย สบู่ ครีมบำรุงผิว แชมพู เจลอาบน้ำ สูตรว่านหางจระเข้
 - (c) ถุงผ้า เพื่อใส่ชุดผลิตภัณฑ์ของขวัญเข้าด้วยกัน

ทั้งนี้เพื่อต้องการควบคุมค่าใช้จ่ายในการผลิต และเพื่อความคุ้มค่าของบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มวิสาหกิจสามารถรองรับได้ จึงกำหนดข้อจำกัดของการทำงานดังนี้

- (1) จำเป็นต้องใช้ตัวบรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบเดิมที่มีอยู่แล้วเท่านั้น
- (2) การเปลี่ยนตราสินค้าเพื่อแสดงถึงการยกระดับของผลิตภัณฑ์ (Repositioning) โดยการเปลี่ยนตราสินค้าหรือโลโก้ (Logo) ใหม่ และลวดลายประกอบต่างๆ และสีของผลิตภัณฑ์ได้ แต่จะต้องใช้วิธีการติดฉลากในขนาดและวิธีแบบฉลากเดิมก่อน เพื่อให้ผู้ประกอบการในวิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินการติดฉลากได้เองและมีความคุ้นเคยกับวิธีการแบบเดิมอยู่
- (3) หากจะมีการเปลี่ยนวิธีการห่อหุ้มของฉลากหรือบรรจุภัณฑ์ แต่ต้องอยู่ในขอบเขตของความเป็นไปได้ในการทำงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ภาพกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่
แล้วของลูฟฟา (Luffala)
เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่
มาจากส่วนผสมของ
ว่านหางจระเข้



การวิเคราะห์และการนำเสนอแนวทางในการออกแบบ

โลโก้ (Logo) ตัวโลโก้ตราสินค้าลูฟฟา (luffala) แบบเดิมเป็นแบบตัวเขียน โดยได้หารือกับกลุ่มผู้ประกอบการ และมีความเห็นพ้องต้องกันว่าควรปรับเปลี่ยนใหม่ให้ดูทันสมัยขึ้น โดยการปรับรูปแบบใหม่ให้อ่านได้ง่ายขึ้นในระยะไกล โดยเฉพาะระยะของการมองเห็นสินค้าจากชั้นวาง

สี (Color) จากโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เดิมที่สร้างขึ้นเพื่ออธิบายถึงสารสกัดในตัวสินค้านั้น เช่น สีเขียวแทนค่าถึงสารสกัดจากว่านหางจระเข้ สีเหลืองเข้มแทนค่าถึงสารสกัดจากมังคุด สีแดงแทนค่าถึงสารสกัดจากผักบุ้งทะเล และสีชมพูแทนค่าถึงสารสกัดจากดอกกุหลาบ เป็นต้น โดยการศึกษาโครงสร้างสีนั้น ทางคณะทำงานได้ศึกษาถึงกลุ่มสีของสารสกัดตั้งต้น และได้ทำการเทียบเคียงคู่สีต่างๆ ที่เป็นกลุ่มสีของสีเอกรงค์ (Monochrome Painting) โดยการลดโทนสีให้อ่อนลงทางสายตา ให้อยู่ในกลุ่มสีพาสเทล (Pastel) และได้ทดลองจัดคู่สีใหม่ให้เข้ากับผลิตภัณฑ์

การออกแบบกลุ่มโทนสีโทนอ่อน (Pastel) เป็นไปตามกลุ่มสีเดิมของสารตั้งต้นผลิตภัณฑ์ และให้ความรู้สึกนุ่มนวล และรู้สึกถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้น

ลายเส้นของสารสกัดผลิตภัณฑ์ (Graphic) จากผลิตภัณฑ์เดิมมีภาพประกอบของสารสกัดในผลิตภัณฑ์ (เช่น มังคุด ว่านหางจระเข้ ฯลฯ) โดยการทำเป็นภาพของผลหรือใบของสารสกัดนั้นและมีสีเส้นประกอบจากการศึกษาถึงผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องสำอางค์ โดยทางคณะทำงานได้นำเสนอข้อมูลของสารสกัดในผลิตภัณฑ์เหล่านี้ในรูปแบบของลายเส้นและลดทอนสีเส้นของสารสกัดต่าง ๆ ลง โดยให้ความสำคัญกับสีของพื้นหลัง (Background) ของฉลากและบรรจุภัณฑ์มากขึ้น เพื่อคงไว้ซึ่งสัญลักษณ์ของสารสกัดต่าง ๆ ที่เป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ และได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างเหล่านั้นใหม่ ให้ความอ่อนหวานขึ้น โดยศึกษา Mood Tone ของสีที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ทางคณะวิจัยและคณะทำงานการออกแบบ



แนวคิดสำคัญในการนำเสนอและสื่อสารระหว่างความเป็นธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ มาเป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอางค์ และการเลือกใช้องค์ประกอบการจัดวางตามทฤษฎีสัดส่วนทองคำ (Golden Ratio: Fibonacci)

จากองค์ประกอบทางทัศนธาตุ (รูปลักษณ์ รูปแบบ) ทั้งหมด ทางคณะทำงานได้นำเสนอรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการปรับปรุงฉลากใหม่ เพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการได้เปรียบเทียบกับรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เดิม โดยได้ให้ทางกลุ่มผู้ประกอบการหารือ อภิปราย และมีส่วนในการตัดสินใจร่วมกัน โดยข้อมูลทั้งหมดนี้ คณะผู้วิจัย ทั้งรับฟัง ปรับปรุง และนำเสนอถึงผลลัพธ์ของการออกแบบที่สามารถประเมินผลได้ทางทัศนธาตุ และได้รับความเห็นชอบจากกลุ่มผู้ประกอบการฯ ตามรูปลักษณ์ที่คณะผู้วิจัยได้นำเสนอ



บน

การออกแบบตราสินค้า
ลูฟฟา- LUFFALA ใน
รูปแบบใหม่ ที่ต้องการเน้น
ความทันสมัย เรียบง่าย
สามารถเข้าใจ อ่าน และ
จำได้ง่ายเมื่อเห็นได้จาก
ระยะที่เหมาะสม รวมถึง
แนวทางการใช้กลุ่มสีต่าง ๆ
ต่าง

แนวทางในการออกแบบ
ลายเส้นกราฟฟิค จากส่วน
ผสมสารสกัดของพืชที่ใช้
ในผลิตภัณฑ์ลูฟฟา
(luffala) โดยต้องการลด
สีเส้นของสารสกัดเหล่านี้ให้
เหลืออยู่แต่ในรูปของลาย
เส้น แต่ยังคงรายละเอียด
ของลายเส้นที่สมจริงอยู่

SYMBOL OPEN TYPE
BASIC SYMBOL RATIO

A1 GOLDEN RATIO

LUFFALA
SENSE OF HEALTHY SKIN

A2 BW VERSION

LUFFALA
SENSE OF HEALTHY SKIN

A3 EMBLEM VERSION



A4 COLOR VERSION

LUFFALA
SENSE OF HEALTHY SKIN

LOGO DESIGN



ว่านหางจระเข้



มะหาด



มะขาม



อัญชัญ



มังคุด



บิวบก



ผักบุ้งทะเล



กุหลาบ

KEY VISUAL

บน

ภาพจำลองด้วยคอมพิวเตอร์ ถึงการออกแบบตราสินค้าบรรจุภัณฑ์ ในแนวทางการออกแบบใหม่ (New Design Language) ที่นำเสนอแนวทางแก่ผลิตภัณฑ์ลูฟฟาล่า เพื่อให้รับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้น

ภาพจำลองด้วยคอมพิวเตอร์ ถึงการออกแบบตราสินค้าบรรจุภัณฑ์ ในแนวทางการออกแบบใหม่ (New Design Language) ที่นำเสนอแนวทางแก่ผลิตภัณฑ์ลูฟฟาล่า เพื่อให้รับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้น



ภาพถ่ายอย่างสื่อ
ประชาสัมพันธ์เดิมผลิต
ภัณฑ์ลูฟฟา (luffala) ใน
ช่วงเทศกาลวันวาเลนไทน์

การออกแบบโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์สินค้า

หลังจากที่คณะผู้วิจัย ได้ข้อสรุปถึงทัศนธาตุ (รูปลักษณะ รูปแบบ) ในการออกแบบเบื้องต้นของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ลูฟฟา (luffala) แล้ว คณะผู้วิจัยได้ทำการออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อทำการประชาสัมพันธ์สินค้า ฉลากใหม่นี้ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อทำการสื่อสารกับกลุ่มผู้บริโภคของ สินค้าของลูฟฟา (luffala) โดยจากข้อมูลเบื้องต้น ทางกลุ่มผู้ประกอบการ ได้นำเสนอข้อมูลของสื่อประชาสัมพันธ์ (print ad) ที่ทางกลุ่มฯ ได้เคย ทำไว้แล้วเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าในช่วงเทศกาลวันวาเลนไทน์เพื่อเป็น แนวทางในการออกแบบสื่อกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์

Luffala

Luffala in love

มอบชุดของขวัญลูฟฟา
แทนคำว่า “รัก”
ในเทศกาลวาเลนไทน์

LOVE & SHARE
WITH SENSE OF HEALTHY SKIN

299฿

250฿

LUFFALA ร่วมกับรวมพลคนเกิดเดือนกุมภาพันธ์
รายได้ทุก 100 บาท สมทบทุน 10 บาท
เพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยเด็กโรคลิ้นหัวใจรั่ว

ภาพถ่ายอย่างของผลิตภัณฑ์
ในกลุ่มสินค้าเดียวกัน
จากเครื่องหมายการค้าอื่น
(Bath & Bloom
(บาธแอนด์บลูม)
Thai Smile) ที่มีการ
จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์
ผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญใน
ช่วงเทศกาลสงกรานต์
ในปี 2561

จากข้อมูลตัวอย่างของสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งของสินค้าลูฟฟา (luffala) เอง และของสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกันจากตราสินค้าอื่น คณะผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวทางในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ใหม่ให้กับสินค้าชุดของขวัญของลูฟฟา (luffala) ในชุดว่านหางจระเข้ โดยมีรายละเอียดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ในเซตที่มีการกำหนดราคา การระบุถึงเทศกาลสงกรานต์ และการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของสื่อประชาสัมพันธ์ใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับตราสัญลักษณ์ใหม่ และสื่อถึงความสดใสชุ่มฉ่ำในช่วงเทศกาลสงกรานต์ โดยมีการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวอย่างออกมาผ่านคำแนะนำให้ปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมข้อความ และปรับองค์ประกอบของภาพใหม่ จนได้ภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ของสินค้าในท้ายที่สุด



บน

ภาพกราฟฟิกของสื่อ
ประชาสัมพันธ์ชุดแรก ๆ
มีโบว์คาดและระบุราคา
ระหว่างกลุ่มสินค้าที่จัด
กลุ่ม (Set) กันอยู่
ล่าง

ภาพสรุปสุดท้ายของสื่อ
ประชาสัมพันธ์ มีการ
ปรับเปลี่ยนรายละเอียด
และการวางองค์ประกอบให้
เหมาะสม โดยภาพนี้ทาง
กลุ่มผู้ประกอบการลูฟฟา
(Luffala) ได้ทำการอัปเดต
เพื่อเผยแพร่ในสื่อสังคม
ออนไลน์ของสินค้าของตน



การผลิตชิ้นงาน

เมื่อได้ข้อสรุปของแบบที่กำหนดแล้ว คณะทำงานจึงได้จัดทำไฟล์งานออกแบบ ที่เป็นไฟล์ออกแบบผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยมีนามสกุลของไฟล์ คือ ai และ pdf เพื่อให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจนำไฟล์ออกแบบเหล่านั้นไปจัดพิมพ์เพื่อทำฉลากติดบรรจุภัณฑ์สินค้า ทั้งฉลากที่เป็นสติ๊กเกอร์สำหรับขวดบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ (ครีม โลชั่น แชมพู สบู่เหลว) และฉลากที่เป็นกระดาษห่อหุ้มผลิตภัณฑ์สบู่ เพื่อให้ผู้ผลิตฉลากในท้องถิ่นสามารถผลิตฉลากต่าง ๆ ได้ทันกับเวลาที่กำหนดในช่วงเทศกาลสงกรานต์

กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจจุฬาลงกรณ์ (luffala) ได้มารวมตัวกันเพื่อติดฉลาก และห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์เหล่านี้เข้าด้วยกัน โดยในขณะเดียวกันก็ได้นำตราสินค้าโลโก้ (logo) ของจุฬาลงกรณ์ (luffala) เพื่อจัดพิมพ์ลายลงบนถุงผ้า เพื่อบรรจุชุดของขวัญ ชุดผลิตภัณฑ์จุฬาลงกรณ์ทั้งหมด

ผลลัพธ์ของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ออกจำหน่ายในท้องตลาด ในเทศกาลสงกรานต์ 2562

ผลลัพธ์ของการศึกษา ออกแบบ วิเคราะห์ ประเมินผลงานออกแบบ ในกรอบเวลาที่จำกัดนั้น ทางคณะผู้วิจัยสามารถสรุปผลงานออกแบบ และผลงานการออกแบบให้กับผู้ผลิตในท้องถิ่นของชุมชนเพื่อใช้ในเทศกาลสงกรานต์ 2562 และกลุ่มผู้ประกอบการได้ร่วมมือร่วมแรงกันในการติดฉลากสินค้าที่ออกแบบใหม่ให้กับชุดของขวัญที่กำหนด ประกอบกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ทางกลุ่มผู้ประกอบการฯ ได้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปในช่องทางออนไลน์ และตามกลุ่มลูกค้าองค์กรต่าง ๆ ซึ่งได้รับเสียงตอบรับที่ดี และมีคำสั่งซื้อเข้ามาตามเป้าหมายที่กำหนด

ผลลัพธ์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ในภาพรวมทั้งหมด

ท้ายที่สุด ทางโครงการวิจัยได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ทั้งหมด รวมงานออกแบบทั้งสิ้น 39 รายการ ครอบคลุมผลิตภัณฑ์เกือบทั้งหมด

ภาพของกลุ่มผู้ประกอบการ
วิสาหกิจลuffala (luffala)
ขณะทำการติดฉลาก
บรรจุภัณฑ์อันใหม่ให้กับ
ผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญใน
เทศกาลสงกรานต์
เมษายน 2562



ของผลิตภัณฑ์สินค้า (Luffala) โดยสามารถสรุปได้ดังตารางด้านล่างนี้

Luffala Product Design			
ลำดับ	รายการ	สูตร	ปริมาณ
1	สบู่อ่อนสูตรผักบุ้งทะเล (สีแดง)	ผักบุ้งทะเล ผสมใบบัวบก สำหรับใบหน้า	60g
		ผักบุ้งทะเล ผสมมะขาม	90g
		ผักบุ้งทะเลครึ่งท่อน ผสมโยบวบ	
		ผักบุ้งทะเล	
2	สบู่อ่อนสูตรมังคุด (สีม่วง)	มังคุด ผสมใบบัวบก สำหรับใบหน้า	60g
		มังคุด ผสมมะขาม	90g
		มังคุด ผสมโยบวบ	
		มังคุด	
3	สบู่อ่อนสูตรว่านหางจระเข้ (สีเขียว)	ว่านหางจระเข้ ผสมใบบัวบก สำหรับใบหน้า	60g
		ว่านหางจระเข้ ผสมมะขาม	90g
		ว่านหางจระเข้ ผสมโยบวบ	
		ว่านหางจระเข้	
4	สบู่อ่อนมะขาม+ใบบัวบก (สีขาว)	มะขาม+ใบบัวบก สำหรับใบหน้า	60g
5	เจลอาบน้ำ	เจลอาบน้ำว่านหางจระเข้	300ml
		เจลอาบน้ำผักบุ้งทะเล	
		เจลอาบน้ำมังคุด	
6	เจลล้างมือ	ผักบุ้งทะเล	250ml
7	โฟมล้างหน้า	ยูคาลิปตัส (Eucalyptus)	200ml

Luffala Product Design			
ลำดับ	รายการ	สูตร	ปริมาณ
8	โฟมล้างมือ	ยูคาลิปตัส (Eucalyptus)	350ml
9	ยาสระผม (2 in 1)	มังคุด ผสมอัญชัน	300ml
		ว่างหางจระเข้ ผสมมะกรูด	
		ผักบุ้งทะเล ผสมมะหาด	
10	ครีมนวดผม	อัญชัน	300ml
11	ครีมทาผิว	มะหาด	50g
		ผักบุ้งทะเล	
		มังคุด	
		ว่างหางจระเข้	
12	ครีมทาผิว	มะหาด	250ml
		ผักบุ้งทะเล	
		มังคุด	
		ว่างหางจระเข้	
13	โลชั่น	Cozy Woman	300ml
		Sweety	
		Beauteous	
		Summer Refresh	
		Refreshment	
รวมงานออกแบบทั้งสิ้น 39 รายการ			

บน

ผลงานการออกแบบ
บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่
(Body Set)

ล่าง

ผลงานการออกแบบบรรจุ
ภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ยาสระผม
และครีมนวดผม (Hair set)



บน

ผลงานการออกแบบ
บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์
ครีมทามือ (Hands Set)

ล่าง

ผลงานการออกแบบ
บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์โฟม
ล้างหน้า (Facial Set)



บน

ผลงานการออกแบบบรรจุ
ภัณฑ์ผลิตภัณฑ์โลชั่นทาตัว
(Body Lotions Set)

ล่าง

รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
โลชั่นทาตัว
(Body Lotions Set)



รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
โลชั่นทาตัว
(Body Lotions Set)



รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
โลชั่นทาตัว
(Body Lotions Set)



รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์สบู่
อาบน้ำ (Body Soap)







รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
สบู่อาบน้ำ (Body Soap)





รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
สบู่อาบน้ำ (Body Soap)





รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
สบู่อาบน้ำ (Body Soap)



รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
สบู่ล้างหน้า (Facial Soap)



รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
สบู่ล้างหน้า (Facial Soap)



รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
สบู่ล้างหน้า (Facial Soap)



รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
สบู่ล้างหน้า (Facial Soap)



รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
โฟมล้างหน้า (Facial Soap)



รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
โฟมล้างมือ
(Foaming hand soap)



รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
เจลอาบน้ำ (Gel Bath)



รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
เจลอาบน้ำ (Gel Bath)



รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
ครีมทามือ (Hand Cream)



รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
ครีมทามือ (Hand Cream)

LUFFALA
Mahaad Hand cream
กลิ่นทานตะวันหอมกรุ่น

ครีมทามือที่มีส่วนผสมของสารสกัดธรรมชาติจากสารสกัดของมะพร้าวและวิตามินซีจากผลไม้สด ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นและปกป้องผิวจากอนุมูลอิสระ

5618 : ใช้ทาบริเวณที่มือแห้งแตกแห้ง หรือมือที่รู้สึกคันมือแห้ง

ส่วนผสม : Aqua, Decylm EDTA, Glycerin, Acrylates, Cetylalcohol & Cetearylol, Cetyl Alcohol, Glyceryl monostearate, Alloucus latuochs Extract, Isocetyl Palmitate, Fragrance, Phenoxyethanol, Tetrahydrofuran

ปริมาณสุทธิ 250 มล.
Product of Thailand
www.luffala.com

LUFFALA
SENSE OF HEALTHY SKIN

Mahaad
HAND-CREAM
กลิ่นทานตะวันหอมกรุ่น

NET WT. 250 ML

LUFFALA
Aloe Vera Hand cream
กลิ่นทานตะวันหอมกรุ่น

ครีมทามือที่มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติจากอัญชันและวิตามินซีจากผลไม้สด ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นและปกป้องผิวจากอนุมูลอิสระ

5618 : ใช้ทาบริเวณที่มือแห้งแตกแห้ง หรือมือที่รู้สึกคันมือแห้ง

ส่วนผสม : Aqua, Decylm EDTA, Glycerin, Acrylates, Cetylalcohol & Cetearylol, Cetyl Alcohol, Glyceryl monostearate, Aloe barbacensis leaf extract, Isocetyl Palmitate, Fragrance, Phenoxyethanol, Tetrahydrofuran

ปริมาณสุทธิ 250 มล.
Product of Thailand
www.luffala.com

LUFFALA
SENSE OF HEALTHY SKIN

Aloe Vera
HAND-CREAM
กลิ่นทานตะวันหอมกรุ่น

NET WT. 250 ML

รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
ครีมทามือ (Hand Cream)



รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
ครีมทามือ (Hand Cream)



รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์
แชมพูและครีมอาบน้ำ
(Shampoo 2 in 1)



ภาพแสดงรูปลักษณ์เดิม
(Branding) ของผลิตภัณฑ์
ลูฟฟา (Luffala)

สรุปกระบวนการทำงานการออกแบบผลิตภัณฑ์

Luffala
Sense of Healthy Skin

ภาพโลโก้เดิม



Mood & Tone



การออกแบบโลโก้ (logo)
เพื่อแสดงอัตลักษณ์ของ
สินค้า (Brand Identity)

การศึกษาสินค้า (Brand Research)

- ค้นคว้าหาข้อมูลภูมิหลังของผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala) เพื่อศึกษาเรื่องราว แนวทาง ธุรกิจ รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม เพื่อรวบรวมไว้เป็นข้อมูลก่อนเข้าพูดคุย

การรับฟังโจทย์ (Brand brief)

- ออกแบบโลโก้ (logo) เพื่อแสดงอัตลักษณ์ของสินค้า (Brand Identity)
- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้แก่สินค้าของผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala)

SYMBOL OPEN TYPE
BASIC SYMBOL RATIO

A1 GOLDEN RATIO

A2 BW VERSION

LUFFALA
SENSE OF HEALTHY SKIN

LUFFALA
SENSE OF HEALTHY SKIN

A3 EMBLEM VERSION

A4 COLOR VERSION



LUFFALA
SENSE OF HEALTHY SKIN

LOGO DESIGN

การสร้างคุณค่า (Brand Value)

- ช่วยพัฒนาอาชีพของชุมชนหนองแพบ

การศึกษาบุคลิกภาพของสินค้า (Brand Personality)

- ยกระดับสินค้าของผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala) เป็นสินค้าพรีเมียม

ผู้บริโภคเป้าหมาย (Target)

- กลุ่มพนักงานในนิคมอุตสาหกรรม อายุ 30 ถึง 40 ปี
- กลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นหรือวัยกลางคน
- ผู้รับจ้างผลิตสินค้าให้กับบริษัทที่จะไปขายในแบรนด์ของตัวเอง OEM (Original Equipment Manufacturer)
- ผลิตภัณฑ์ในเครือบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์การตลาด (Marketing Analysis)

- วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ผ่านเทรนด์การออกแบบผลิตภัณฑ์ (ฤดูกาล เทศกาล แฟชั่น)

คุณลักษณะพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ (Brand DNA Analysis)

- ศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Attributes)
- ศึกษาคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ (Benefit)
- ศึกษาบุคลิกภาพของแบรนด์ (Personality)
- ศึกษาคุณค่าของแบรนด์ (Value)

การปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ใหม่ (Reference Research)

- ตราสัญลักษณ์ (Logo)
- รูปลักษณ์ รูปแบบ (Mood & Tone)
- ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ Brand Imagery

การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ (Design Logo & Packaging Design)

- การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ (Logo & Packaging Design)
- การรับฟังความคิดเห็น และปรับปรุง (Approve & Edit)
- ผลิตชิ้นงานบรรจุภัณฑ์ (Final Package)

ภาพถ่ายสินค้าบรรจุภัณฑ์
ผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala)
ที่ได้รับการออกแบบใหม่



ภาพถ่ายสินค้าบรรจุภัณฑ์
ผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala)
ที่ได้รับการออกแบบใหม่



บน

การออกแบบแผ่นพับ

ล่าง

บูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ชั่วคราว Pop up

Performance (2019)

กระบวนการทำงานงานอีเว้นท์ และการจัดแสดงชิ้นงาน

- ตั้งบูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชั่วคราว
- ถ่ายภาพผลิตภัณฑ์
- ออกแบบแผ่นพับ
- เตรียมของจัดตกแต่งสถานที่
- จัดเตรียมสถานที่



บูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์
ชั่วคราว Pop up
Performance (2019)



บน

บูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ชั่วคราว Pop up

Performance (2019)

ล่าง

ภาพรวมการออกแบบบรรจุ

ภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลูฟฟา

(Luffala)



ภาพร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์
ลูฟฟา (Luffala)
ก่อนการปรับปรุง

การปรับปรุงร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala)

การปรับปรุงร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala) โดยการปรับปรุงตกแต่งงานสถาปัตยกรรมทั้งภายนอกและภายในเพื่อส่งเสริมตราสินค้าลูฟฟา (Luffala) โดยคำแนะนำจากคณะวิจัย เป็นการปรับปรุงร้านค้าลูฟฟา-Luffala Flagship store เบื้องต้น โดยเน้นไปที่ภาพลักษณ์ด้านหน้าร้าน และตราสัญลักษณ์ โลโก้ (Logo) ใหม่



ภาพการปรับปรุงร้าน
จำหน่ายผลิตภัณฑ์ลูฟฟา
(Luffala)



ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

ข้อสรุป

เมื่อได้ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านเครือข่ายของร้านค้า ได้รับการตอบสนองอย่างดี โดยมีคำสั่งซื้อเข้ามาตามเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้เมื่อถึงช่วงเวลาจำหน่ายสินค้า ผู้ประกอบการสามารถจัดหาสินค้าที่สอดคล้องกับฉลากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาใหม่ได้ตามคำสั่ง ซึ่งลูกค้าให้ความสนใจความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ อันเป็นการทำให้เพิ่มการรับรู้เพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ลูฟฟา (Luffala)

สิ่งที่ต้องแก้ไข

เนื่องจากเวลาจำกัด การออกคอลเลคชั่นสงกรานต์เซ็ตจึงเปรียบเสมือนการทดลองทางการตลาดประเภทหนึ่ง ย่อมมีข้อผิดพลาดเพื่อให้ได้ศึกษาแก้ไขต่อไป เช่น สีของฉลากผลิตภัณฑ์เพี้ยนไปจากสีที่เห็นจากคอมพิวเตอร์ ความโปร่งใสของสติ๊กเกอร์ฉลากที่ทำให้เมื่อแปะลงบนบรรจุภัณฑ์ขูดใสแล้ว ทำให้ลวดลายกราฟิกไม่เด่นชัด รวมถึงการติดฉลากบรรจุภัณฑ์ มีความยากและผู้ผลิตในท้องถิ่นไม่ชำนาญ ทำให้การติดฉลากทำได้ไม่สวยงามเท่าที่ควร และกระดาษห่อบรรจุภัณฑ์สบู่อีสและเนื้อกระดาษเมื่อพับแล้ว มีรอยแยกของกระดาษ

แนวทางในการพัฒนาและแก้ไขปรับปรุง

ทางคณะผู้วิจัย และกลุ่มผู้ประกอบการได้ประเมินผลงานในครั้งแรกนี้มีผลเป็นบวก แต่ก็มีสิ่งที่ต้องปรับปรุงแก้ไข ซึ่งอาจจะส่งผลถึงการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการผลิตฉลากหรือบรรจุภัณฑ์ แต่ก็สามารถกำหนดให้อยู่ในงบประมาณที่เหมาะสม ยอมรับได้ เพื่อให้ได้ผลตอบรับของผลิตภัณฑ์ฉลากบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าได้ดียิ่งขึ้น

ภาพรวมผลการการ
ออกแบบผลิตภัณฑ์หรือ
บรรจุภัณฑ์ลูฟฟา
(Luffala) ในบูธจำหน่าย
ผลิตภัณฑ์ชั่วคราว Pop up
Performance (2019)

การพัฒนาวิธีการติดฉลากบนตัวผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม อาจจะ
ขยายผลไม่เพียงแต่เป็นแค่สติ๊กเกอร์ในขนาดเท่าเดิม แต่สามารถศึกษา
ข้อมูลถึงการทำสีบนบรรจุภัณฑ์และหรือการติดฉลากแบบครอบทั้งตัว
บรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้จำเป็นต้องพิจารณาในเรื่องของราคาค่าผลิตที่เหมาะสม
กับคุณภาพของงานดังกล่าว

การเทียบสีของการพิมพ์ผลงานฉลากให้ตรงกับสีที่ระบุไว้ในงาน
ออกแบบ จะต้องมีการทดสอบการพิมพ์เพื่อเทียบสีจนกว่าจะได้สีของฉลาก
หรือบรรจุภัณฑ์ตามที่กำหนดไว้ในงานออกแบบ

การห่อบรรจุภัณฑ์ด้วยกระดาษ หรือวัสดุอื่นที่เหมาะสม เพื่อไม่ให้
เกิดร่องรอยแตกของกระดาษระหว่างพับห่อผลิตภัณฑ์ การเลือกวัสดุ
กระดาษที่เหมาะสมกับการห่อบรรจุภัณฑ์ตามมาตรฐานในท้องตลาด
สามารถทำได้ และเทียบราคากับคุณภาพการผลิตให้เหมาะสม



ภาพรวมผลการการ
ออกแบบผลิตภัณฑ์หรือ
บรรจุภัณฑ์ลูฟฟา
(Luffala) ในบูธจำหน่าย
ผลิตภัณฑ์ชั่วคราว Pop up
Performance (2019)



การหารือร่วมกับกลุ่ม
ผลิตภัณฑ์ข้าวหอม
หนองแพบ



ผลิตภัณฑ์ข้าวหอมบ้านหนองแพบ ที่มาของผลิตภัณฑ์ข้าวหอมบ้านหนองแพบ

ผลิตภัณฑ์ข้าวหอมบ้านหนองแพบ เป็นหนึ่งในโครงการที่ได้รับ การสนับสนุนจากบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public Company Limited) หรือ จีซี (GC) โดยเป็นการ ร่วมมือกันระหว่างกลุ่มนิคมอุตสาหกรรมร่วมกับวัดบ้านหนองแพบ และ คนในชุมชน มาร่วมกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ อันเป็นหนึ่งในโครงการ พัฒนาชุมชนบริเวณรอบ ๆ นิคมอุตสาหกรรมให้มีความยั่งยืนและเสริมสร้าง รายได้คืนสู่ชุมชน

ข้าวหอมบ้านหนองแพบเกี่ยวข้องกับประเพณีหนึ่งที่จัดขึ้นทุกปี ของชุมชนหนองแพบคือ งานประเพณีบุญข้าวหอม จัดขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 3 ของทุกปี โดยสอดคล้องกับวันมาฆบูชา ซึ่งชาวชุมชน ทุกตำบล ทุกอำเภอในจังหวัดระยองจะรวมตัวกันเพื่อทำข้าวหอม โดยเน้นรสชาติ ให้ได้สามรส คือ หวาน มัน เค็ม โดยการนำข้าวเหนียวที่ผสมกะทิเรียบร้อยแล้ว แล้วกรอกใส่กระบอกลอยไม้ไผ่ จากนั้นนำไปเผาไฟบนดินแบบโบราณ

การทำข้าวหอมแต่ละบ้านอาจจะเผาข้าวหอมกันเองภายใน ครอบครัว หรือในแต่ละชุมชนจะนำข้าวหอมมาเผาพร้อมกัน ซึ่งเป็นการ

เผาบนดินแบบโบราณ โดยชาวชุมชนจะต้องขุดดินบนลานโล่งเป็นรางตั้ง ๆ ตั้งกระบอกล้างข้าวหลาม แล้วก่อกองไฟขนานไปกับกระบอกล้างข้าวหลาม ภายหลังจากเผาข้าวหลามเสร็จก็จะแบ่งกันไปและนำไปทำบุญที่วัดใกล้ ๆ กับงานบุญข้าวหลาม ถือเป็นกาณ์ถ่ายทอดวัฒนธรรมประเพณีบุญข้าวหลามให้ลูกหลานได้สืบสานต่อไป สิ่งที่แฝงมากับประเพณีบุญข้าวหลามนอกจากการชักจูงให้ผู้คนเข้าวัดทำบุญทำกุศลแล้ว ยังเป็นโอกาสพิเศษที่คนในครอบครัวญาติพี่น้อง สมาชิกในครอบครัวที่แยกย้ายกันไปได้กลับมาพบหน้ากันอีกด้วย

อีกหนึ่งกิจกรรมภายในงานประเพณีบุญข้าวหลามที่พลาดไม่ได้คือการประกวดทำข้าวหลามอร่อยตามสูตรลับเฉพาะของแต่ละบ้านและชุมชน รวมไปถึงการแข่งขันกินข้าวหลามที่มีทั้งคนในชุมชนและผู้ประกอบการใกล้เคียงร่วมลงแข่งขันกันอย่างสนุกสนาน ซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างสีสันและความสนุกสนานแล้ว ยังเป็นโอกาสอันดีให้ผู้เฒ่า ผู้แก่ พี่ ป้า น้า อา ลูกเด็กเล็กแดงและผู้เข้าร่วมงานประเพณีบุญข้าวหลามได้ลิ้มชิมรสข้าวหลามรสเลิศอีกด้วย

ในทุก ๆ ปี กลุ่มบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public Company Limited) หรือ จีซี (GC) ได้เข้าร่วมอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องและพร้อมสนับสนุนงบประมาณในการจัดงาน เพื่อสืบสานประเพณีที่ดีงาม

ทางคณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมจากสิ่งของที่ใช้แล้วให้กลับมามีมูลค่าและมีการใช้สอยได้เป็นอย่างดี เช่น ถังอบข้าวหลาม สะท้อนให้เห็นแนวความคิดสร้างสรรค์ในการใช้อุปกรณ์หรือวัสดุที่มีอยู่มาต่อยอดให้การเพิ่มมูลค่าในการสร้างสิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น และยังเป็นการตอบโจทย์ของความต้องการในการลดต้นทุนในการผลิตได้เป็นอย่างดี

การทำผลิตภัณฑ์ข้าวหลามบ้านหนองแพรมีการปรับปรุงพื้นที่ส่วนหนึ่งภายในวัดบ้านหนองแพบให้เป็นโรงผลิตขนาดย่อม เป็นมาตรฐานตามหลักการผลิต และยังมีมือร่วมมือกับชุมชนและวัด ซึ่งเป็นกำลังสำคัญหลักในการผลิตข้าวหลามบ้านหนองแพบ อันเป็นการสร้างรายได้เสริมให้

ผู้เชี่ยวชาญอธิบายกรรมวิธี
ในการผลิตข้าวหอม
หนองแฟบ

แก่ชุมชนและวัดหนองแฟบได้เป็นอย่างดี อันเป็นการสะท้อนให้เห็นการ
ตระหนักของนิคมอุตสาหกรรมถึงความสำคัญของชุมชนบริเวณรอบ ๆ
นิคม ผ่านการเข้ามาสนับสนุนและช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ รวมถึงการ
สร้างอาชีพที่ยั่งยืนให้แก่ชุมชนและวัดบ้านหนองแฟบ โดยมีคำแนะนำและ
การส่งต่อความรู้จากคณะผู้เชี่ยวชาญให้แก่ชุมชนเพื่อเป็นการต่อยอดใน
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความสมบูรณ์แบบ และการเปลี่ยนแปลงตาม
ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพของตัวผลิตภัณฑ์
ให้มีความสำเร็จในการเผยแพร่ออกสู่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดียิ่งขึ้น



การพัฒนาเตาในการผลิต
ข้าวหลามหนองแสบ
โดย กลุ่มบริษัท พีทีที
โกลบอล เคมิคอล จำกัด
(มหาชน) (PTT Global
Chemical Public
Company Limited) หรือ
จีซี (GC)



บน

การพัฒนาเตาในการผลิต
ข้าวหลามหนองแพบ
โดย กลุ่มบริษัท พีทีที
โกลบอล เคมิคอล จำกัด
(มหาชน) (PTT Global
Chemical Public
Company Limited)
หรือ จีซี (GC)

ล่าง

การพูดคุยเพื่อค้นหา
ความเป็นไปได้ในการ
ออกแบบผลิตภัณฑ์
ข้าวหลามบ้านหนองแพบ



ผลการหารือพูดคุย

จากการลงพื้นที่ของคณะนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญที่ได้เข้าไปพบปะพูดคุย ให้คำปรึกษา และรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้นในการผลิตข้าวหอมบ้านหนองแฟบ ประเด็นสำคัญหนึ่งที่พบ คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวหอมบ้านหนองแฟบให้ความสำคัญกับการศึกษาและการค้นคว้าแนวทางเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากล แต่กลับมีปัญหาจากจำนวนการผลิตจากวัตถุดิบของบรรจุภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ (ต้นไผ่) ที่มีปริมาณไม่เพียงพอในความต้องการ อันเป็นปัญหาหลักที่สำคัญในการกระจายผลิตภัณฑ์ออกสู่ภายนอกชุมชน แต่อย่างไรก็ตามได้มีการร่วมกันหาแนวทางอย่างต่อเนื่องในปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ระหว่างภาคส่วนต่างๆ แล้ว

โดยผลการหารือระหว่างคณะนักวิจัยกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวหอมบ้านหนองแฟบ เมื่อได้ศึกษาแล้วพบว่า มีข้อจำกัดในการทำค่อนข้างมาก คณะวิจัยจึงได้เสนอแนวคิดในภาพรวมให้กับทาง กลุ่มบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public Company Limited) หรือ จีซี (GC) ในการไปออกแบบและพัฒนาในอนาคต โดยสามารถจำแนกได้ดังนี้

- (1) การออกแบบโลโก้ผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ ใช้ลักษณะเป็นเหล็กนาบ ความร้อนไปบนผิวกระบอกไม้ไผ่
- (2) การนำเสนอการออกแบบมัดผลิตภัณฑ์เป็นชุดเพื่อหิ้วได้ตามจำนวนของในการขายผลิตภัณฑ์เป็นเซต (Set) เช่น กลุ่มละ 3 กระบอก กลุ่มละ 4 กระบอก เป็นต้น
- (3) ในด้านขั้นตอนการเผาข้าวหอมก็ได้มีการพัฒนาเตาโดยกลุ่มบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public Company Limited) หรือ จีซี (GC) แล้ว แต่ในตัวของข้าวหอมและบรรจุภัณฑ์กระบอกไม้ไผ่ยังมีความสิ้นเปลืองอยู่มาก เช่นการขนส่ง และการตัดบางส่วนออก

ผลิตภัณฑ์ข้าวหลาม
บ้านหนองแพบ

ไผ่ส่วนที่ใช้ไม่ต้องการออก คณะวิจัยจึงเห็นว่ามีความเป็นไปได้ในการพัฒนารูปแบบวิธีการทำสูตรข้าวหลามใหม่ ที่เหมาะสมกับวิถีในการบริโภคตามยุคสมัย เช่น คำเล็กลง หรือการห่อผลิตภัณฑ์ด้วยใบจากไม้ไผ่ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารหรือวิธีการสร้าง बै้ากระหะ สำหรับเผาข้าวหลามเพื่อให้ได้รูปทรงของอาหารตามขนาดที่ต้องการผ่านการออกแบบอุปกรณ์การปรุงอาหารในเชิงอุตสาหกรรม รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่จะใช้วัสดุย่อยสลายได้เพื่อทดแทนกระบอกไม้ไผ่ ลดความเสี่ยงสิ่งแวดล้อม โดยใช้วัสดุจากนวัตกรรมที่ทางกลุ่มบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public Company Limited) หรือ จีซี (GC) มาประยุกต์ใช้ต่อไป



3 — ศิลปะกับชุมชน







กิจกรรมสร้างสรรค์งานศิลปะกับโรงเรียนบ้านหนองแพบ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นของการร่วมมือระหว่างกลุ่มบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public Company Limited) หรือ จีซี (GC) กลับโรงเรียนบ้านหนองแพบและคณะอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร โดยเป็นการสร้างสรรค์ศิลปะในเชิงความคิดกับผู้ร่วมกิจกรรม โดยเน้นไปที่เด็กนักเรียนในโรงเรียนบ้านหนองแพบ อันเป็นการปลูกฝังจิตสำนึกในเรื่องของการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ การเล็งเห็นถึงความสำคัญของการรักษาธรรมชาติ เป็นการถ่ายทอดความรู้ในเชิงปฏิบัติที่ให้นักเรียนและครูของโรงเรียนบ้านหนองแพบเข้ามามีส่วนร่วมผ่านการส่งเสริมให้มีความคิดบวกต่อการรักษาทรัพยากรในด้านต่าง ๆ



กิจกรรมศิลปะในพื้นที่สาธารณะกับโรงเรียนประถม บ้านหนองแพบ

กิจกรรมสร้างสรรค์ศิลปะจากสิ่งของเหลือใช้เพื่อชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของวัสดุเหล่านั้น ผ่านการประยุกต์วัสดุต่างๆ ว่ามีประโยชน์ใช้สอยที่แตกต่างกัน และการแยกขยะเป็นสิ่งที่ปลูกฝังให้มีจิตสำนึกต่อการลดทรัพยากรที่มีอยู่และให้ใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่า โดยกิจกรรมที่ทำร่วมกันมีความสนุกสนานแต่แฝงแนวความคิดการอนุรักษ์ทรัพยากรในท้องถิ่น เป็นการปลูกฝังความรักทรัพยากรท้องถิ่นให้กับเยาวชนผ่านกับการสร้างสรรค์งานศิลปะไปพร้อมๆ กัน กิจกรรมดังกล่าวร่วมกันทำงานเป็นทีมในการสร้างสรรค์จินตนาการผ่านการแสดงออกของนักเรียน และสิ่งเหล่านี้เป็นประสบการณ์ที่ดีแก่เยาวชนในการดำเนินชีวิตในวันนี้และเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่ดีในวันหน้า โดยสำนึกถึงคุณค่าของทรัพยากรที่มีและเป็นการสร้างนิสัยที่ดีงามผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์งานศิลปะในพื้นที่ท้องถิ่นของตน

กิจกรรมนี้ให้ความสำคัญกับเยาวชนเป็นอย่างมากเพื่อปลูกจิตสำนึกให้กับเยาวชนต่อการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ อันส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดในอนาคต โดยคณะผู้วิจัยได้หารือและได้รับความเห็นชอบในการทำงานร่วมกันกับโรงเรียนประถมหนองแพบทั้งระดับครูและนักเรียนชั้นประถม โดยครูและนักเรียนประกอบกิจกรรมศิลปะในพื้นที่โรงเรียนของตนเอง ในช่วงเวลาดังกล่าวหลายคนอาจจะสะท้อนใจกับภาพข่าวของสัตว์ทะเลที่ต้องเสียชีวิตไปเพราะผลจากการกีดกันพลาสติกเข้าไป จึงต้องการณรงค์เพื่อให้ตระหนักถึงผลของพฤติกรรมการใช้พลาสติก สำนึกถึงการลดการใช้วัสดุประเภทขวดพลาสติกประเภทใช้แล้วทิ้ง หรือนำกลับมาใช้ซ้ำในรูปแบบของการทำงานศิลปะ โดยเสริมสร้างวิธีการสอนศิลปะสำหรับนักเรียนประถมสำหรับครู และสร้างกิจกรรมทางศิลปะผ่านวัสดุเหลือใช้และให้ครูนักเรียนได้มีส่วนร่วม

บน

การพูดคุยที่โรงเรียน
บ้านหนองแพบ โดยมี
ศิลปินผู้ออกแบบผลงาน
ร่วมในการพูดคุยด้วย

ล่าง

การพูดคุยที่โรงเรียน
บ้านหนองแพบ พื้นที่ลาน
กิจกรรมต่างๆ ในโรงเรียน



ผลลัพธ์ของกิจกรรม คือ การจัดสร้างประติมากรรมรูปปลาโลมา ชื่อ PET ขนาดสูง 2.50 เมตร ทำด้วยโครงเหล็กหุ้มตะแกรงลวด มีจุดประสงค์ในการใช้รับขยะพลาสติกขวดใส (PET) โดยการโยนเข้าทางปากปลาโลมา นอกจากนี้ยังมีการตกแต่งรั้วโรงเรียนด้วยวัสดุจากถุงพลาสติก และการแปรรูปขวดพลาสติก จากการทำงานศิลปะ การจัดกิจกรรมการเดินทางแบบแพชั้นด้วยเครื่องประดับเครื่องแต่งกายที่ประดิษฐ์มาจากวัสดุเหลือใช้ โดยมีนักเรียน คุณครู และอาสาสมัครจาก กลุ่มบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public Company Limited) หรือ จีซี (GC) มามีส่วนร่วมในกิจกรรม การจัดทำภาพวาด Graffiti ที่สะท้อนวิถีชุมชนและสิ่งแวดล้อม ในบริเวณโถงกิจกรรม โรงอาหารให้กับโรงเรียน โดยกิจกรรมทั้งหมดได้ดำเนินการเสร็จสิ้น และได้รับผลตอบรับเป็นที่น่าประทับใจแก่ผู้มีส่วนร่วมกิจกรรม

ในการนี้ คณะผู้วิจัย ได้มีโอกาสพาคณะนักศึกษาหลักสูตรดุริยางค์ บัณฑิตศิลปะการออกแบบ (นานาชาติ) เข้าเยี่ยมชมศูนย์เอนเนอร์ยี คอมเพล็กซ์ (Energy Complex Company Limited) ถนนวิภาวดี เพื่อทำความเข้าใจกับนวัตกรรมวัสดุใหม่ที่ทางกลุ่มบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public Company Limited) หรือ จีซี (GC) ได้ทำวิจัยและนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตัวอย่างที่บีมน้ำมันของ ปตท. สาขาสามย่าน ที่นำเสนอเป็นร้านต้นแบบ (Flag Ship Store) ของร้านกาแฟ Amazon ในการใช้วัสดุนวัตกรรมเหล่านี้ในการตกแต่งร้าน ซึ่งเป็นวัสดุที่น่าสนใจ และมีศักยภาพที่ทางคณะวิจัยของคณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร จะนำมาต่อยอดในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ หรืองานออกแบบที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ กับโครงการวิจัยที่กำลังดำเนินการอยู่และจะวางแผนดำเนินการศึกษาต่อไป

บน

การพูดคุยที่โรงเรียน
บ้านหนองแฟบ พื้นที่ลาน
กิจกรรมต่าง ๆ ในโรงเรียน
ล่าง
คณะผู้สร้างสรรค์ผลงาน
Pet Dolphin (โลมา เพ็ท)



ผลงานศิลปะ Pet Dolphin (โลมา เพ็ท)



การจัดวางประติมากรรม
รูปปลาโลมา PET ในการ
ใช้รับขยะพลาสติกขวดใส
(PET)

ข้อมูลทั่วไป

ชื่อผลงาน : Pet Dolphin (โลมา เพ็ท)

วัสดุ/เทคนิค : เชื่อมโลหะ ลวดเหล็ก, ขวดพลาสติก pet

ขนาด : 1.40 x 2.00 x 2.40 เมตร

คณะผู้สร้างสรรค์ : อาจารย์และนักศึกษาภาควิชาประติมากรรม
คณะจิตรกรรม ประติมากรรมและภาพพิมพ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร นำโดย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลูกลีว จันทร์พุดซา, นายคมสัน เพ็ชรสิทธิ์, นายสุชน
สุจิต, นายปณตพงศ์ เทพสุทิน และคณะ, เจ้าหน้าที่จิตอาสาจาก กลุ่มบริษัท
พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public
Company Limited) หรือ จีซี (GC)

แนวความคิด

โลมาหัวบาตรเป็นสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม มีพฤติกรรมการอยู่กัน
เป็นกลุ่มเป็นหมู่คณะ พบเห็นได้ในย่านทะเลตะวันออกของอ่าวไทย เป็น
สัญลักษณ์ของสิ่งมีชีวิต คณะผู้สร้างสรรค์ได้เลือกโลมาหัวบาตรมาเป็น



การจัดวางประติมากรรม
รูปปลาโลมา PET ในการ
ใช้รับขยะพลาสติกขวดใส
(PET)

สัญลักษณ์ตัวแทนของของโรงเรียนวัดหนองแพปลในจังหวัดระยอง สะท้อน
ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ผ่านการสร้างสรรค์รูปลักษณ์ของโลมาให้น่ารัก
เพื่อสื่อสารกับกลุ่มของนักเรียนระดับชั้นประถม การสร้างสรรค์รูปทรงด้วย
เทคนิคการเชื่อมลวดเหล็กที่มีลวดลายและวัสดุแทนค่าของอุตสาหกรรม
ที่มีส่วนร่วมอยู่ในเมืองระยองแห่งนี้

การคัดเลือกวัสดุที่นำมาประกอบ คือ ขวดพลาสติกที่ใช้บรรจุน้ำดื่ม
โดยเฉพาะขวดใส (Pet) คือผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากการผลิตของสารตั้งต้น
ในโรงงานอุตสาหกรรม และในปัจจุบัน (2562) ขวดใสนี้เป็นข่าวในสื่อ
ต่าง ๆ ที่ว่าเป็นสาเหตุของการเสียชีวิตของสัตว์น้ำและการปนเปื้อนในทะเล
อันเป็นผลที่เกิดขึ้นจากขยะพลาสติกที่ถูกทิ้งในทะเล ผลงานประติมากรรม
“โลมา เพ็ด (Pet)” จึงต้องการสะท้อนให้เห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อมใน
ธรรมชาติ และการตระหนักรู้ถึงผลพวงของวัสดุที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้
เกิดจิตสำนึกในการบริหารจัดการวัสดุที่เหล่านี้นี้ที่เราจำเป็นต้องผลิต
ใช้บริโภค โดยให้เกิดความเหมาะสมกับการบริโภคในวิถีชีวิตและยังคง
รักษาสมดุลในธรรมชาติได้



4 — การสร้างสรรค์
ผลงานศิลปะ :
จากยมจินดา
ถึงปากน้ำประแส



國
立
一



רְתִיבֵנוּ רְתִיבֵנוּ



วัดราชบัลลังก์

วัดราชบัลลังก์

วัดราชบัลลังก์

วัดราชบัลลังก์

ชุมชนปากน้ำประแส

การดำเนินงานในส่วนนี้อยู่ภายใต้ชุดโครงการวิจัย โครงการสร้างสื่อศิลปะเพื่อการสื่อสารประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดระยอง ด้วยนวัตกรรมทางด้านวัสดุศาสตร์ผสมผสานกับการประดิษฐ์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน เป็นหนึ่งในโครงการภายใต้ความร่วมมือระหว่าง บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) คณะโบราณคดีและคณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยใน พ.ศ. 2563 ได้วางแผนการดำเนินงานต่อเนื่องไปยังบริเวณชุมชนปากน้ำประแส อำเภอแกลงจังหวัดระยอง โดยการพัฒนาศักยภาพของวัสดุจากชุมชนในพื้นที่ โดยมุ่งเน้นไป 3 ด้านคือ

- (1) การพัฒนาศิลปะจากศิลปกรรมโบราณในพื้นที่
- (2) การพัฒนาชุมชนจากงานศิลปะ
- (3) การพัฒนาพัฒนาศักยภาพของวัสดุจากชุมชนในพื้นที่

โดยทั้งสามด้านจะพัฒนาจากรากฐานและอัตลักษณ์ที่มีจากในชุมชนปากน้ำประแสเป็นหลัก เพื่อก่อให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างวัสดุจากผลิตภัณฑ์ชุมชนในท้องถิ่น



การหล่อพระพุทธรูปต้นแบบโดยการจำลองจากองค์พระประธาน วัดราชบัลลังก์

ชุมชนในกลุ่มน้ำประแส อำเภอกาญจนบุรี เป็นย่านชุมชนสำคัญและเก่าแก่อันมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาย้อนไปจนถึงสมัยอยุธยาตอนปลาย ดั้งเดิมศิลปกรรมโบราณแบบพื้นถิ่นระยองหลายแหล่งในพื้นที่กลุ่มน้ำประแส เป็นพยานเชิงประจักษ์ คณะวิจัยได้สำรวจและศึกษาศิลปกรรมโบราณที่วัดโพธิ์ทองและวัดราชบัลลังก์ประดิษฐาน โดยศึกษาลักษณะทางศิลปกรรมแบบช่างหลวงและช่างท้องถิ่นทั้งโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ทั้งอุโบสถ พระพุทธรูป ที่มีลักษณะเฉพาะสกุลช่างระยอง รวมไปถึงวัสดุโบราณอันเป็นส่วนหนึ่งของการก่อสร้างศิลปกรรมโบราณเหล่านี้

โครงการนี้เริ่มขึ้นภายใต้การดำเนินงานของ โครงการสร้างสื่อศิลปะเพื่อการสื่อสารประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดระยอง ด้วยนวัตกรรมทางด้านวัสดุศาสตร์ผสมผสานกับการประดิษฐ์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน คณะนักวิจัยได้ศึกษาลักษณะทางศิลปกรรมแบบช่างหลวงและช่างท้องถิ่นทั้งโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ทั้งอุโบสถ พระพุทธรูปที่มีลักษณะเฉพาะสกุลช่างระยอง รวมไปถึงวัสดุโบราณอันเป็นส่วนหนึ่งของการก่อสร้างศิลปกรรมโบราณ คณะวิจัยได้สำรวจข้อมูลทางลักษณะของพุทธศิลป์เบื้องต้น และวิเคราะห์รูปแบบในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม หลังจากการลงพื้นที่สำรวจโจทย์และปัญหาทางงานวิจัยร่วมกับคณะทำงาน พบว่าวัดราชบัลลังก์ประดิษฐานมีลักษณะทางศิลปกรรมแบบช่างหลวงและช่างท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์น่าสนใจ ได้แก่ หลวงพ่อหวาย หรือ หลวงพ่อโครงหวาย จึงนำมาเป็นต้นแบบในกระบวนการหล่อพระพุทธรูปต้นแบบจากเศษวัสดุสังเคราะห์ด้วยการหล่อเรซิน

ในเบื้องต้นคณะวิจัยพบว่าพระพุทธรูปประธานภายในพระอุโบสถเก่าที่วัดราชบัลลังก์ประดิษฐานวราาราม หรือ “หลวงพ่อกวายเป็น” มีพุทธลักษณะงดงามแบบพระพุทธรูปปางมารวิชัย พระพักตร์กลม เม็ดพระศกเล็กมีแบบเปลวแหลม ห่มจีวรเรียบห่มเฉียง นิ้วพระหัตถ์เสมอกันแบบพระพุทธรูปที่นิยมในช่วงรัชกาลที่ 2¹ ส่วนฐานมีลายเป็นดอกจอกก้านเฉียงที่หน้ากระดานบนและดอกสี่กลีบที่หน้ากระดานล่าง ซึ่งเป็นลวดลายที่นิยมในสมัยรัตนโกสินทร์

โดยตามประวัติดั้งเดิมนั้นกล่าวว่า เป็นพระพุทธรูปซึ่งสมเด็จพระเจ้าตากสินทรงพระราชทานให้แก่วัด² โดยเป็นพระพุทธรูปฝีมือสร้างโดยวัสดุพื้นถิ่นที่พิเศษอาจมีการใช้วัสดุเป็นหวายหรือไม้ในการสร้างพระพุทธรูปองค์นี้ ซึ่งพื้นถิ่นอื่น ๆ เช่น ภาคอีสานและภาคเหนือ ก็มีการพบพระพุทธรูปไม้เช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม พระพุทธรูปองค์นี้มีการซ่อมแซมชิ้นใหม่ทั้งหมดทำให้ไม่สามารถตรวจสอบพุทธศิลป์ดั้งเดิมได้ชัดเจน ในการนี้ทางคณะวิจัยได้ทำการสแกนพุทธลักษณะของพระพุทธรูปองค์นี้ออกเป็นแบบ 3 มิติ (3D Scanning) เพื่อสามารถใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์แบบพุทธลักษณะพุทธศิลป์ในเบื้องต้น และสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบเพื่อสร้างสรรค์ต่อไปได้ในอนาคต

สำหรับศิลปะกรรมที่มีคุณค่าต่าง ๆ ทางคณะวิจัยได้สำรวจข้อมูลทางลักษณะของศิลปกรรมเหล่านั้นในเบื้องต้น และวิเคราะห์รูปแบบในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม โดยร่างแบบที่สะท้อนรูปแบบและลักษณะการนำไปใช้ที่เหมาะสม เพื่อเป็นข้อมูลนำไปสู่การสร้างสรรคผลงานต่อไป



การสำรวจและศึกษา
ศิลปกรรมโบราณในพื้นที่
ชุมชนปากน้ำประแส





บน

การสำรวจและศึกษา
ศิลปกรรมโบราณในพื้นที่
ชุมชนปากน้ำประแส
ล่าง
พระอุโบสถเก่าที่วัด
ราชบัลลังก์ประดิษฐวราราม



พระพุทธรูปประธาน
ในพระอุโบสถเก่า



การหล่อพระต้นแบบหน้าตัก 9 นิ้ว โดยจำลองมาจากองค์พระประธาน
วัดราชบัลลังก์ประดิษฐาราม ด้วยเทคนิค 3D scan, 3D printing, และ
หล่อเรซินผสมวัสดุสังเคราะห์จากกระบวนการรีไซเคิล

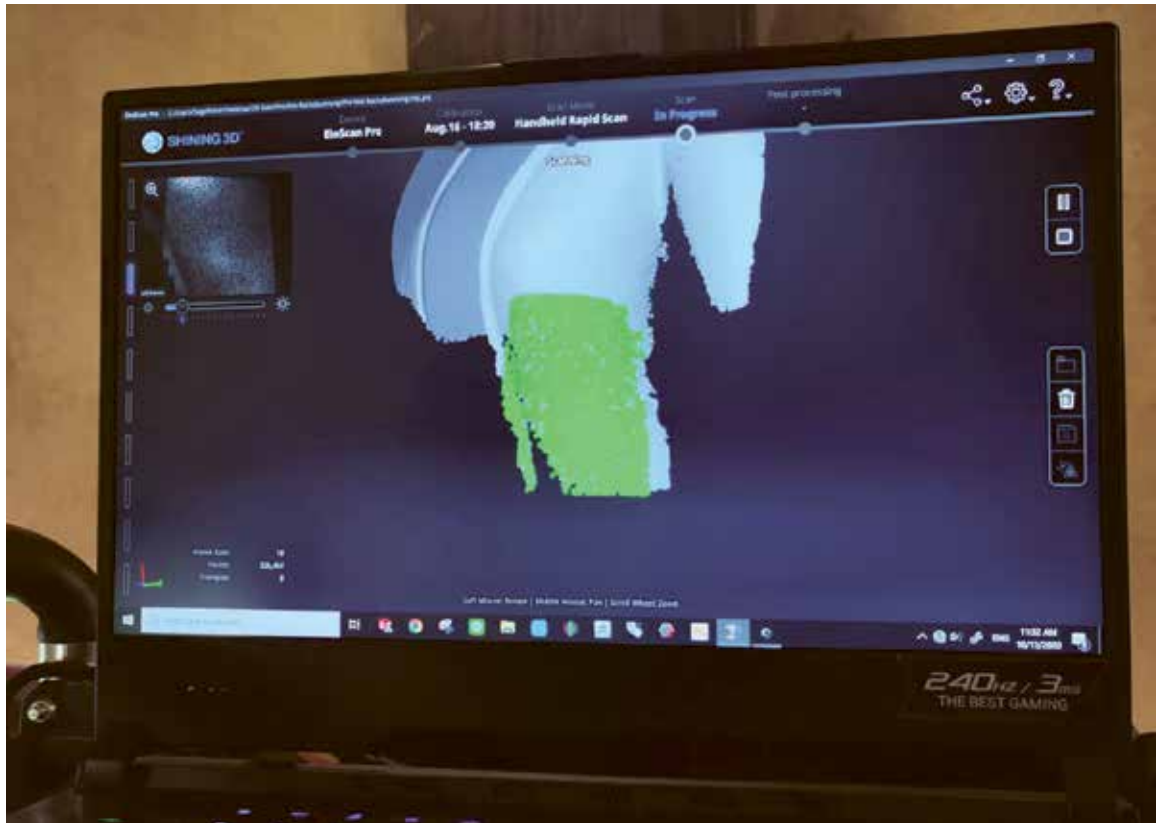
กระบวนการหล่อทำพระต้นแบบหน้าตัก 9 นิ้ว โดยจำลองมาจาก
องค์พระประธานวัดราชบัลลังก์ ด้วยเทคนิค 3D scan, 3D printing,
และการหล่อเรซินผสมวัสดุสังเคราะห์จากกระบวนการรีไซเคิลที่ได้รับ
ความร่วมมือและสนับสนุนวัสดุสังเคราะห์จากกลุ่มบริษัท พีทีที โกลบอล
เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public Company
Limited) หรือจีซี (GC) โดยมีกระบวนการดังนี้

บน

การสแกนแบบ 3 มิติ
(3D Scanning) พระพุทธรูป
ประธานในพระอุโบสถเก่า
ล่าง

ผลลัพธ์ขณะสแกนที่แสดง
บนจอคอมพิวเตอร์

1. ขั้นตอนการสแกน 3 มิติ โดยสแกนอย่างละเอียดเพื่อเก็บลักษณะ
พิเศษให้ได้ครบถ้วนตามองค์พระประธานต้นแบบ โดยคุณอาณัติ จรรย์คร



2. ผลลัพธ์เบื้องต้นที่ได้จากการสแกน 3 มิติ นำผลลัพธ์ที่ได้จากการสแกนภาพ 3 มิติมาปรับแต่งรูปทรงพื้นผิวด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ให้มีความสมมาตร โดยยังคงรักษาพุทธลักษณะให้ครบถ้วนตามแบบเดิม โดยทำงานทุกรายละเอียดของชิ้นส่วนประดับตกแต่ง



บน
ภาพแสดงจุดที่ต้อง
ปรับแต่งให้สมมาตร
ล่าง
ภาพก่อนการปรับแต่ง

3. นำผลลัพธ์ที่ได้จากการสแกนมาปรับแต่งรูปทรงพื้นผิวด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ปรับแต่งให้มีความสมมาตร โดยยังคงรักษาพุทธลักษณะให้ครบถ้วนตามแบบเดิม โดยทำงานทุกรายละเอียดของชิ้นส่วนประดับตกแต่ง





บน 1-3

ผลลัพธ์ที่ได้หลังจากการ
ปรับแต่งเรียบร้อยแล้ว

ล่าง 1-2

รายละเอียดส่วนประกอบ
ต่าง ๆ ที่ได้จากฐาน
พระประธาน



บน

ภาพจำลองวัสดุ

ทองเหลือง

ล่าง

ภาพจำลองวัสดุ

ซีเมนต์สังเคราะห์

4. ขั้นตอนการสร้างภาพกราฟิกส์ (computer rendering)

โดยคุณเพชร พรหมสิทธิ์ จำลองผลลัพธ์พระพุทธรูปด้วยวัสดุต่าง ๆ ว่าจะออกมาเป็นอย่างไร



บนซ้าย

วัสดุ HDPE

บนขวา

ผลลัพธ์ที่ได้จากวัสดุ HDPE

ล่างซ้าย

วัสดุ PHA

ล่างขวา

ผลลัพธ์ที่ได้จากวัสดุ PHA

หน้าตรงซ้าย

บนซ้าย

วัสดุ PET

บนกลาง

ผลลัพธ์ที่ได้จากวัสดุ PET

บนขวา

ผลลัพธ์ที่ได้จากวัสดุ

ซีฟิ่งสังเคราะห์

5. ขั้นตอนการผลิตพระพุทธรูปต้นแบบด้วยเครื่อง 3D printing

โดยการผลิตจากซีฟิ่งสังเคราะห์ และวัสดุสังเคราะห์ที่ใช้เป็นส่วนผสมในการหล่อเรซินซึ่งมาจากความร่วมมือของบริษัท GC และกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนี้

(1) Pipe Compound (HDPE)

(2) Bioplastic Compound (PHA) for marine degradable.

(3) Flake (PET) upcycling from Trashpresso.

(4) ซีฟิ่งสังเคราะห์





ล่างซ้าย-กลาง
ช่วงขณะลงรักปิดทอง
ล่างขวา
ผลงานที่ได้จากการ
ลงรักปิดทอง

6. การลงรักปิดทองบริเวณส่วนฐานและส่วนยอดพระเศียร
พระพุทธรูป เพื่อความสมบูรณ์และความสวยงามของผลงาน ควบคุมโดย
อาจารย์ภูษิต รัตนพานพ





ซ้าย

พระพุทธรูปที่เสร็จสมบูรณ์

ขวา

พระพุทธรูปจัดตั้ง

เบื้องต้นที่ประดิษฐาน

หลวงพ่อดังคัหวาย

พระประธานต้นแบบ

ภายในอุโบสถเก่าแก่

วัดราชบพิธสถิต

ประดิษฐาน



พระพุทธรูปจัดตั้ง
เบื้องหน้าที่ประดิษฐาน
หลวงพ่อดังคหาวัย
พระประธานต้นแบบ
ภายในอุโบสถเก่าแก่
วัดราชบัลลังก์
ประดิษฐาน

ผลการดำเนินงาน

ผลงานที่ได้จากโครงการวิจัยนี้จะจัดตั้งอยู่ในพระอุโบสถเก่าแก่
เบื้องหน้าที่ประดิษฐานหลวงพ่อดังคหาวัย พระประธานต้นแบบ นอกจากนี้
คณะนักวิจัยยังได้จัดทำแผ่นประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนผู้เข้ามาสักการะ
ได้ทราบถึงขั้นตอนวิธีการทำและวัสดุที่ใช้ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์
เกี่ยวกับเทคนิค นวัตกรรม การรีไซเคิลพลาสติก ความคิดสร้างสรรค์
และการเพิ่มคุณค่า ทั้งยังเป็นแหล่งเรียนรู้อีกทางหนึ่งด้วย โดยในลำดับต่อไป
วัดราชบัลลังก์ประดิษฐานจะนำพระพุทธรูปที่ได้ไปผ่านพิธีปลุกเสกเพื่อให้
เป็นที่สักการะบูชาต่อไป

การพัฒนาชุมชนจากงานประติมากรรม

จังหวัดระยอง เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีพัฒนาการทางประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน เนื่องจากเป็นชุมชนการค้าชายฝั่งราว 2,000 ปีมาแล้ว ชุมชนเก่าสุดของระยองเท่าที่พบหลักฐาน คือยุคก่อนอยุธยา พัฒนามาเรื่อย ๆ จนมีชุมชนหนาแน่นบริเวณบ้านค่าย มีร่องรอยคูน้ำคันดินซึ่งคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากรเพิ่งเข้ามาสำรวจด้วยการสนับสนุนของ GC (บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)) ในโครงการเส้นทางแห่งความสุข มีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างแหล่งศิลปวัฒนธรรมอันทรงคุณค่า อีกทั้งสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ต่อยอดองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้ร่วมกับศึกษาวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้อย่างบูรณาการ

โครงการสร้างสื่อศิลปะเพื่อการสื่อสารประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดระยอง ด้วยนวัตกรรมทางด้านวัสดุศาสตร์ผสมผสานกับการประดิษฐ์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน ต้องการที่จะพัฒนาและต่อยอดผลจากการวิจัยในโครงการที่ผ่านมาที่ทางคณะโบราณคดีได้ทำการศึกษาวิจัยในเรื่องประวัติศาสตร์ ข้อมูลทางศิลปวัฒนธรรม การเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของผู้คนในหลาย ๆ ชุมชนของจังหวัดระยอง ด้วยการสร้างสื่อทางศิลปะจากเรื่องราวของประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรมวิถีชุมชนในจังหวัดระยอง จากการศึกษาดูงาน ทำให้คณะนักวิจัยเล็งเห็นว่า ถนนยมจินดา มีความน่าสนใจอย่างยิ่ง เป็นถนนเก่าแก่ เส้นทางคมนาคมสายแรกของเมืองระยองตั้งตามชื่อเจ้าเมืองระยองคนสุดท้าย คือ พระศรีสมุทรโภค (อ้อม ยมจินดา) ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาถนนยมจินดาก็ได้กลายเป็นศูนย์กลางเมืองระยองที่คลาคล่ำไปด้วยผู้คนชุมชนบ้านไม้ย่านการค้าที่มีทั้งตลาดสด โรงหนัง และธนาคาร โดยถนนทอดตัวยาวขนานไปกับแม่น้ำระยองที่มีประวัติศาสตร์การค้าและเศรษฐกิจหล่อเลี้ยงชาวระยองมาตั้งแต่อดีต ปัจจุบัน ถนนยมจินดายังคงรายล้อมไปด้วยตึกกรมบ้านช่องเก่าแก่สลับกับอาคารพาณิชย์ตามยุคสมัย บ้างดัดแปลงเป็นร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านกาแฟ รวมถึงเป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์เมืองระยอง ซึ่งเกิดจากความ

ตั้งใจของกลุ่มชมรมอนุรักษ์ฟื้นฟูเมืองเก่าระยอง ให้เป็นที่รวบรวมของเก่าของดีของเมืองระยอง จัดแสดงสิ่งของโบราณต่าง รวมไปถึงภาพถ่ายชาวตำที่สะท้อนภาพของคนเมืองระยองในอดีต

คณะนักวิจัยได้ร่วมมือกับกลุ่ม YEC (Young Entrepreneur Chamber of Commerce) นำโดยคุณอุฐู-กลวัชร สุวิมล แห่งกลุ่ม YEC ในการออกแบบศิลปะที่จะนำไปติดตั้งบริเวณถนนยมจินดา ถึงลักษณะงานศิลปะ วัสดุ วิธีการนำเสนอ โดยต้องคำนึงถึงความเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์จังหวัดระยองเป็นหลัก หลังจากที่ได้หารือและผ่านการทำงานร่วมกันระยะหนึ่งแล้ว คณะนักวิจัยและสมาชิกกลุ่ม YEC จึงสรุปผลงานศิลปะที่จะนำเสนอจำนวน 2 ผลงาน ได้แก่

- (1) ประติมากรรม “ย้อนมุมย้อนเวลากับคานเรือเก่า 2563” (Vision of old dock 2020)
- (2) ประติมากรรม “ยิ้ม ระยอง 2563” (Smile of Rayong 2020)

ประติมากรรม “ย้อนมุมย้อนเวลากับคานเรือเก่า 2563” (Vision of old dock 2020)

ประติมากรรม “ย้อนมุมย้อนเวลากับคานเรือเก่า 2563” มีขนาดกว้าง 120 เซนติเมตร สูง 240 เซนติเมตร สร้างสรรค์ด้วยเทคนิคเลเซอร์คัท เป็นลวดลายต่าง ๆ แล้วนำมาซ้อนทับกันเพื่อให้เกิดลำดับชั้นและทำให้ผลงานมีมิติและน่าสนใจ โดยการออกแบบลวดลายต่าง ๆ นั้นได้แรงบันดาลใจมาจากประวัติศาสตร์ของชาวระยองที่ผูกพันกับแม่น้ำระยอง ตั้งแต่อดีตและสื่อให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของจังหวัดระยองผ่านทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ โดยเฉพาะ พยูง ที่เคยมีบันทึกว่าพยูงเคยเข้ามาหากินถึงบริเวณดังกล่าว นอกจากนี้ยังเพิ่มเอกลักษณ์ด้วยดอกไม้ประจำจังหวัดระยอง นั่นคือดอกสารภีทะเล ในผลงานครั้งนี้ด้วย



บน

อาจารย์ ดร. ศราวุฒิ ปิ่นทอง
อาจารย์คณะมัณฑนศิลป์
ขณะบรรยายหัวข้อศิลปะ
กับชุมชนให้แก่คณะนักวิจัย
และสมาชิกกลุ่ม YEC
เพื่อเป็นแนวทางในการ
ออกแบบผลงานศิลปะ
กลาง
ภาพร่างผลงาน
ล่าง
ดอกสารภีทะเล



บนซ้าย

ภาพแสดงส่วนประกอบ
ของผลงาน ซึ่งออกแบบ
ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

บนขวา

ภาพจำลองการเรียงตัว
ของส่วนประกอบแต่ละชิ้น
กลาง

ภาพแสดงส่วนประกอบ
ของผลงาน ซึ่งออกแบบ
ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ล่าง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์
ดร.วีรวัฒน์ สิริเวสมาศ
อาจารย์ภูษิต รัตนภานพ
และคุณกลวัชร สุวิมล
กรรมการรองผู้จัดการ
บริษัทก่งพัฒนา เอ็นจิเนียริง
แอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด



บนซ้าย-บนกลาง
ผลงานส่วนหนึ่งจากการ
ผลิตภายใต้บริษัท
กงพัฒนา เอ็นจีเนียริง
แอนด์ คอนสตรัคชัน จำกัด

บนขวา-ล่าง
ขั้นตอนการผลิตแผ่นเหล็ก
ด้วยเลเซอร์

ในขั้นตอนการผลิตแผ่นเหล็กด้วยเลเซอร์นี้ ได้รับความอนุเคราะห์
เครื่องมือและสถานที่จากบริษัทกงพัฒนา เอ็นจีเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชัน
จำกัด โดยคุณกฤษกร สุวิมล เป็นผู้ควบคุมการผลิตด้วยช่างที่มีความชำนาญ
เพื่อให้ผลงานออกมามีความสมบูรณ์มากที่สุด



การตรวจสอบแผ่นเหล็ก
หลังจากการฉลุเรียบร้อยแล้ว



ซ้าย

ผลงานการฉลุส่วนหนึ่ง

กลาง

การปรับแบบโดย

เพิ่มดอกสารภีทะเล

และปรับส่วนอื่น ๆ

ให้มีความโค้งมน

ขวา

แบบจำลองผลงาน

หลังจากผ่านการ

ปรับแก้เรียบร้อยแล้ว

ผลลัพธ์ที่ได้พบว่าบริเวณใบไม้มีความแหลมคม อาจทำให้เกิดอันตรายต่อผู้มาเยี่ยมชมได้ คณะผู้วิจัยจึงได้ปรับเปลี่ยนแบบโดยเพิ่มดอกสารภีที่กล่าวไปข้างต้น และปรับเปลี่ยนให้ส่วนประกอบมีความโค้งมนทั้งหมด เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว





บน
ขั้นตอนการติดตั้ง
ผลงานศิลปะ
ล่าง
ผลงานที่ติดตั้งเสร็จ
สมบูรณ์แล้ว โดยเลือก
ใช้สีแดงและสีเหลือง
เนื่องจากเป็นสีประจำ
จังหวัดระยอง



บน
บรรยากาศตลาดนัดกลางคืน
บริเวณถนนยมจินดา
ล่าง
จุดถ่ายรูปภายใน
ถนนยมจินดา
ปรับแก้เรียบร้อยแล้ว

ในขั้นตอนการหาพื้นที่ติดตั้ง คณะนักวิจัยต้องการให้ตั้งอยู่ริมน้ำ ซึ่งภายในถนนยมจินดามีจุดถ่ายรูปที่บริการนักท่องเที่ยวอยู่แล้วและมีพื้นที่ริมน้ำว่างอยู่ จากข้อมูลทราบว่าบริเวณปลายตรอกที่ตั้งผลงาน ฝั่งตรงข้ามเคยเป็นคานเรือเก่า (คู่อเรือ) และเคยมีเรือสำเภากล่นเข้ามาค้าขายอีกด้วย คณะนักวิจัยจึงเลือกที่จะติดตั้งผลงานบริเวณนี้ เพื่อเป็นอีก 1 จุดถ่ายรูปสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมถนนยมจินดาไม่ว่าจะกลางวันกลางคืน โดยจุดที่ตั้งผลงาน อยู่ในจุดที่ผู้ชมสามารถมองผ่านไปยังฝั่งตรงข้ามแม่น้ำ เพื่อสร้างจินตนาการถึงประวัติศาสตร์ความงดงามและความอุดมสมบูรณ์ในอดีตของชุมชนแห่งนี้ ณ มุมมองสายตาในปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของชื่อผลงาน “ย้อนมุมย้อนเวลากับคานเรือเก่า 2563” นั่นเอง



บน

งานประติมากรรม

ในเวลากลางวัน

ล่าง

งานประติมากรรมในเวลา

กลางคืนประติมากรรม

“ยิ้ม ระยอง 2563”

Smile of Rayong 2020

ผลงานประติมากรรม “ยิ้ม ระยอง 2563” (Smile of Rayong 2020)

หลังจากการลงพื้นที่ พบปะพูดคุยกับชุมชนถึงแนวทางในการสร้างศิลปะติดตั้งภายในถนนยมจินดานั้น จะต้องคำนึงถึงความเชื่อมโยงระหว่างชุมชนกับผลงานศิลปะดังกล่าว ซึ่งคณะนักวิจัยได้รับความร่วมมือจากคุณอาร์ม-อริวัฒน์ คุณาเดชดี ตึกเก้าแก่เทียน เจ้าของตึกเก้าแก่แห่งหนึ่งบนถนนยมจินดา โดยได้รับการสนับสนุนให้สามารถติดตั้งผลงานที่เสร็จสมบูรณ์แล้วบนผนังตึกได้ ทั้งนี้ในการพูดคุยพบว่าในอดีตช่วงที่การค้าขายในถนนยมจินดารุ่งเรือง ตึกแห่งนี้เคยเป็นโรงภาพยนตร์มาก่อน ชื่อว่า “วิกเกษม” ก่อนที่จะเปลี่ยนผ่านธุรกิจไปตามยุคสมัยแต่ยังคงรักษาสภาพตึกที่เป็นสถาปัตยกรรมเก่าแก่แต่เดิมไว้





บน
การพูดคุยที่ตึกเก่าแก่เทียน
ล่าง
ตึกเก่าแก่เทียน

ด้วยเหตุที่ว่า ตึกเก่าแก่ที่จะนำผลงานไปติดตั้งนั้นเคยเป็นโรง
ภาพยนตร์มาก่อน กอปรกับจังหวัดระยอง เป็นบ้านเกิดของนางเอก
ภาพยนตร์ชื่อดังที่แสดงภาพยนตร์มากกว่า 300 เรื่อง และมีฉายาว่า
นางเอกนัยน์ตาหยาดน้ำผึ้ง นั่นคือ เพชรา เชาวราษฎร์ จึงเป็นแรงบันดาลใจ
ในการสร้างผลงานครั้งนี้ เพื่อเล่าเรื่องผ่านบรรยากาศในอดีต ที่ ณ ช่วง
เวลาหนึ่ง สถานที่แห่งนี้ น่าจะคลาคล่ำไปด้วยผู้คนที่มาชมการแสดงของเธอ
ซึ่งหลังจากคณะนักวิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลงานศิลปะบนผนังใน
รูปแบบต่าง ๆ เพื่อหารือจะสร้างผลงานออกมาในรูปแบบใด จึงได้ผลสรุปว่า
จะใช้เทคนิคการสร้างสรรค์ผลงานที่เรียกว่า Dot Sculpture โดยมีลักษณะ
เป็นการต่อกลมหรือตะปูเชื่อมโยงกัน จากนั้นจะนำเอาเส้นด้ายมาร้อยเชื่อม
จุดต่าง ๆ จนออกมาเป็นรูปคุณเพชราเชาวราษฎร์ ซึ่งผ่านการขออนุญาต
จากตัวศิลปินแล้ว โดยผลงานมีขั้นตอนการทำงานดังนี้

ขั้นตอนการวาดภาพ
ออกแบบเบื้องต้น



บน

แบบร่างลักษณะงานศิลปะ

กลาง

แบบจำลอง 3 มิติ

ล่าง

ภาพขณะทีมงานกำลัง

ดำเนินงานตามแบบที่วางไว้



ขณะติดตั้งผลงานศิลปะ
บนผนังตึก





บน-กลาง

ภาพผลงาน

ที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว

ล่าง

ผู้ว่าราชการจังหวัดระยอง

นายชาญนะ เอี่ยมแสง

เดินทางมาร่วมงาน ทั้งยัง

มีส่วนร่วมในการสร้างศิลปะ

ดังกล่าว





บนซ้าย

คณะนักวิจัยถ่ายภาพคู่กับ

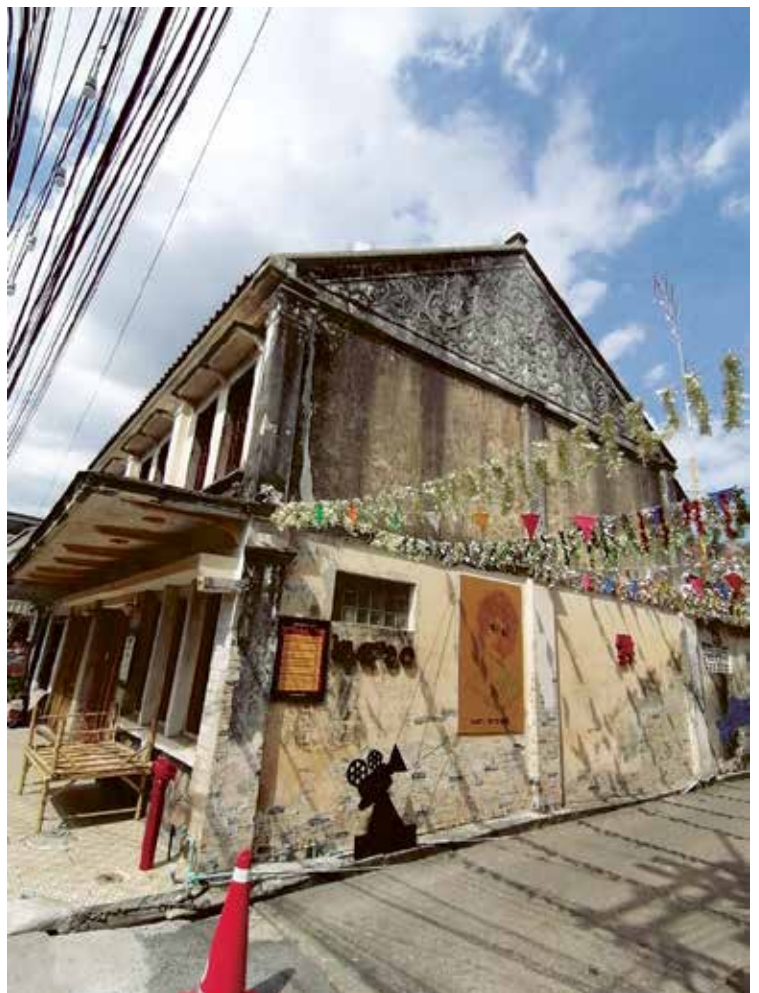
ผลงานประติมากรรม

“ยิ้ม ระยอง 2563”

บนขวา-ล่าง

“ยิ้ม ระยอง 2020”

Smile of Rayong 2020



ผลิตภัณฑ์ชุมชน กระจุจจากศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์หมู่บ้านโอทอป เพื่อการท่องเที่ยวบ้านมาบเหลาชะโอน

คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจผลิตภัณฑ์เสื้อกระจุจ ที่ศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์หมู่บ้านโอทอปเพื่อการท่องเที่ยวบ้านมาบเหลาชะโอน อำเภอแกลง โดยได้เข้าพบกลุ่มผู้นำศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์ จากการสำรวจพบว่าที่ศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์ฯ ได้ผลิตเสื้อและผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบกระจุจมาเป็นเวลากว่า 19 ปีแล้ว โดยมีกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนเข้ามาทำงานสานกันทุกวัน และสามารถผลิตชิ้นงานได้ตามปริมาณและมาตรฐานที่ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศต้องการได้ รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย และมีสถาบันการศึกษาหลายสถาบันเข้ามาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์กันอยู่อย่างสม่ำเสมอ

อย่างไรก็ตาม ทางชุมชนมีความต้องการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระเป๋าถือให้มีคุณสมบัติที่ทนทานสามารถผสมผสานกับวัสดุประเภทอื่นได้ เพื่อความสวยงามและอรรถประโยชน์ใช้สอย โดยเน้นที่รูปแบบที่เรียบง่าย และที่สำคัญคือชาวบ้านในชุมชนสามารถนำไปผลิตต่อยอดเองได้ในครัวเรือน

คณะนักวิจัยจึงเข้าไปร่วมพัฒนาในจุดที่ศูนย์ฯ ต้องการสร้างผลงานรูปแบบใหม่ที่ขยายกลุ่มลูกค้ามากขึ้น โดยเน้นการทดลองผสมผสานเส้นเสื้อกระจุจร่วมกับวัสดุอื่น ๆ เช่น วัสดุสังเคราะห์จากอุตสาหกรรม(พลาสติก) หนัง โลหะ เป็นต้น โดยคณะผู้วิจัยทำการศึกษาถึงความต้องการของชุมชน เปรียบเทียบกับแนวโน้มรูปแบบทางการพัฒนาแบบจากกระแสต่าง ๆ และขยายร่วมมือในการทดลองทำต้นแบบกับเครือข่ายผู้ช่วยนักวิจัยของมหาวิทยาลัยศิลปากรและสถาบันในเครือข่าย เช่นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานผลิตภัณฑ์ผักตบชวา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เป็นต้น โดยเป็นการแลกเปลี่ยนวัสดุเพื่อการทดลอง เมื่อได้ผลลัพธ์แล้วจึงนำมาอภิปรายและวิเคราะห์ร่วมกันถึงศักยภาพความเป็นไปได้ในการใช้วัสดุสังเคราะห์ต่าง ๆ มาผสมผสานกับเส้นใยกระจุจ

บน

ศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์

กลุ่มจักสาน

บ้านมาบเหลาชะโอน

ล่าง

การพัฒนาพัฒนาศักยภาพ

ของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่

คณะผู้วิจัย นำโดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรวัฒน์ สิริเวสมาศ ได้ทดลองออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากวัสดุกระจูดนี้ โดยในเบื้องต้นได้แรงบันดาลใจในการออกแบบคือเพื่อตอบสนองการใช้งานของผู้วิจัยเอง แล้วจึงออกแบบให้มีความหลากหลายเพื่อการใช้งานที่ตอบโจทย์กับหลาย ๆ กลุ่มลูกค้าที่อาจจะเกิดขึ้น โดยตัวอย่างผลการออกแบบมีดังนี้



บน

การพูดคุยกับศูนย์พัฒนา
ผลิตภัณฑ์

ล่าง

การพัฒนาพัฒนาศักยภาพ
ของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่



ซ้าย

ผลงานการออกแบบขั้นที่ 1

ขวา

ผลงานการออกแบบขั้นที่ 2

ผลงานการออกแบบขั้นที่ 1

ผลงานการออกแบบขั้นที่ 1 เป็นการผสมผสานระหว่างวัสดุธรรมชาติ คือ กระจุตและผ้าแคนวาส โดยออกแบบเป็นกระเป๋าหูรูด เข้ากับวัสดุสังเคราะห์ เช่น หนัง โลหะ โซ่ เพื่อให้เกิดความทันสมัยและดูเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นวัยรุ่นมากขึ้น บริเวณกันกระเป๋าคือใช้วัสดุหนังเทียมเพื่อป้องกันการเสียหาย เนื่องจากเป็นบริเวณที่จะกระแทกหรือเสียดสีบ่อย ๆ ขณะใช้งาน

ผลงานการออกแบบขั้นที่ 2

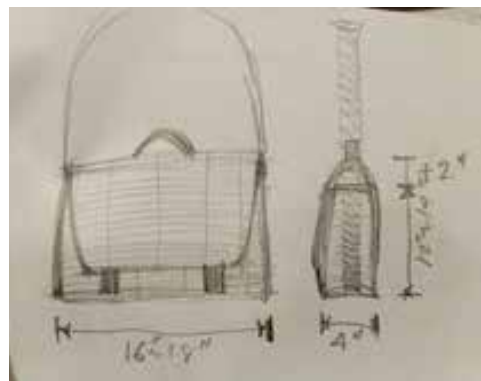
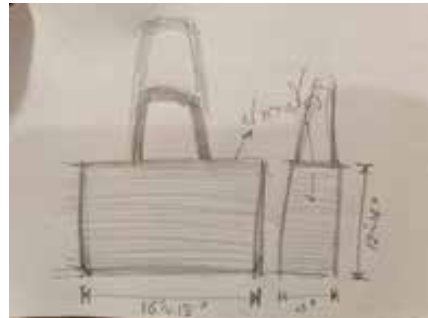
ผลงานการออกแบบขั้นที่ 2 เป็นรูปแบบกระเป๋าที่ต้องการเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ใหญ่มากขึ้นแต่ไม่ดูสูงวัยจนเกินไป ด้วยการนำกระจุตมาผสมผสานกับวัสดุอื่น ๆ เช่น หนังเทียม โดยให้สีของหนังเทียมเป็นจุดตัดกับสีเส้นกระจุต ทำให้เกิดความน่าสนใจและทันสมัยมากขึ้น เพิ่มลูกเล่นด้วยการประดับตกแต่งด้วยหมุดเพื่อเพิ่มความหรูหราและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์



ผลงานการออกแบบขั้นที่ 3

กระเป๋าทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ทรงสูงแนวตั้งหรือแนวนอน รูปทรงเรียบ ๆ ที่สามารถใช้ได้ทั้งชายและหญิง โดยเน้นไปที่ขนาด/มิติของกระเป๋าที่สามารถบรรจุของได้มาก โดยเฉพาะสัมภาระที่มีความยาว เช่น Laptop แฟ้มเอกสาร เป็นต้น

ทั้งนี้ผลงานการออกแบบได้ดัดแปลงจากรูปแบบเดียวกัน โดยเพิ่มฝาปิด คล้าย ๆ กระเป๋าเอกสาร สามารถใช้ได้ทั้งหัวหรือสะพาย เน้นทรงเรียบง่าย โดยจะเน้นไปที่เทคนิคการจักสานหรือการเล่นสีวัสดุ



บน

คุณป้าบุญล้อม จากกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชนจักสาน
ผลิตภัณฑ์ผักตบชวา
นครชัยศรี ขณะสานเส้น
กระดาษร่วมกับเส้นพลาสติก
โดยคุณป้าบุญล้อม
มีส่วนช่วยในการแก้ไขแบบ
แนะนำวัสดุที่เหมาะสม
กับแบบ

ล่าง

ผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์
กระเป๋าจากเส้นกระดาษ
และพลาสติก



ผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์
กระเป๋ากจากเส้นกระจูด
และผักตบชวา





ผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์กระเป๋า
จากเส้นกระจูด





5 —

สรุปผล การดำเนินงาน





๙ สมบูรณ์โฮลด์ 
การพาณิชย์ โฮลดิ้ง จำกัด
Samabun Holdings

๑๖๔



ขออนุญาต
ใช้พื้นที่

การพาณิชย์
โฮลดิ้ง จำกัด





TS1453E

บริษัท รุ่งเรือง 99

โครงการพัฒนาศักยภาพของวัสดุจากชุมชนในพื้นที่จังหวัดระยอง การเชื่อมโยงระหว่างวัสดุจากผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น กับ นวัตกรรมวัสดุจากอุตสาหกรรมปิโตรเคมี และ โครงการสร้างสื่อศิลปะเพื่อการสื่อสารประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดระยอง ด้วยนวัตกรรมทางด้านวัสดุศาสตร์ผสมผสานกับการประดิษฐ์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน เป็นหนึ่งในโครงการภายใต้ความร่วมมือระหว่าง บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) คณะโบราณคดีและคณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร บทสรุปของการศึกษาโครงการวิจัยชุดนี้หลายส่วนอาจจะไม่ได้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ตามเป้าหมายตอนแรกเริ่ม เช่นการนำวัสดุนวัตกรรมหลายอย่างที่ทางกลุ่มบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public Company Limited) หรือ จีซี (GC) มาใช้ในงานวิจัย ไม่สามารถทำมาใช้ได้โดยทันทีเพราะต่างต้องมีการศึกษาถึงผลดีผลเสีย รวมถึงวิธีที่จะนำมาใช้ จึงเริ่มต้นจากการพัฒนาวัสดุที่พบเห็นได้ก่อน นอกจากนี้ กิจกรรมหลายส่วน เมื่อได้ทำงานเชิงปฏิบัติ ได้เห็นปัญหา และได้ทำการแก้ไขปัญหาตามกรอบของงานวิจัย และเวลา ได้ทำให้คณะผู้วิจัยได้ค้นพบโอกาสและความเป็นไปได้ต่อไปในการศึกษาและทำการวิจัย โดยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ในมิติของการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การใช้ นวัตกรรมทางวัสดุศาสตร์ ผลิตภัณฑ์ทางวัสดุ การพัฒนาต่อยอดจากผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี ทั้งในกระบวนการการนำกลับมาใช้ใหม่ การปรับคุณภาพเพื่อมาใช้ใหม่ หรือการใช้วัสดุที่อยู่ในกลุ่มที่ย่อยสลายได้ทั้งวัสดุที่ทำจากอินทรีย์และวัสดุสังเคราะห์ วัสดุที่เกิดขึ้นจากการวิจัยของ กลุ่มบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public Company Limited) หรือ จีซี (GC) เหล่านี้เชื่อมโยงกับการวิจัยในการออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบบนพื้นฐาน ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้า บรรยากาศการบริโภคสินค้าและบริการ หรือออกแบบเพื่อพัฒนาวิธีการใช้สินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อประยุกต์ใช้กับ

ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นจังหวัดระยอง และสามารถเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ของ
ท้องถิ่นเหล่านี้ได้ ทั้งนี้ในบางผลิตภัณฑ์ที่ได้พิสูจน์แล้วว่ามีความมีศักยภาพ และ
สามารถเข้าสู่วงจรผลิตภัณฑ์ในเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มบริษัท พีทีที
โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTT Global Chemical Public
Company Limited) หรือ จีซี (GC) ต่อไป

ในมิติของการสร้างงานศิลปะกับมิติจิตสาธารณะ เพื่อรณรงค์
ปลูกจิตสำนึกถึงสิ่งแวดล้อม ผ่านการสร้างงานศิลปะ ประติมากรรม
ศิลปะจัดวาง รวมถึงกิจกรรมทางศิลปะต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกับชุมชน
สิ่งแวดล้อม และพื้นที่สาธารณะ เพื่อให้ประชาชน คนในชุมชน ทั้งในหน่วย
ย่อยหรือหน่วยใหญ่ ได้มีส่วนร่วม ได้เกิดการรับรู้และพัฒนาไปสู่พฤติกรรม
ในทางที่ดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ศิลปะเป็นสื่อกลางที่ดีที่มีผลต่อ
จินตนาการความรู้สึกนึกคิดของคนหมู่มาก โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ โดยรูปแบบ
ของการนำเสนอผลงานศิลปะ การเลือกใช้วัสดุในการสร้างสรรค์
ที่สอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าวก็จะยิ่งส่งเสริมให้เกิดพลวัตทางวัฒนธรรม
ในทิศทางที่ดีขึ้น

ในมิติของการออกแบบที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์สู่การเรียนรู้
อย่างยั่งยืน และการรับรู้ถึงวัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชน กลุ่มคณะวิจัยจาก
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้ใช้การเชื่อมโยงกับผลงานวิจัย
ของคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร ผ่านเรื่องราวทางประวัติศาสตร์
ชุมชนที่ได้ทำการศึกษา และนำมาพัฒนาประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทาง
ด้านศิลปะและการออกแบบเพื่อพัฒนาต่อยอดวิถีชีวิตในชุมชน ผ่านโครงการ
ผลิตภัณฑ์และศิลปะในพื้นที่สาธารณะ โดยการดำเนินงานต่อเนื่องไปยัง
บริเวณชุมชนปากน้ำประแส อำเภอแกลงจังหวัดระยอง โดยการพัฒนา
ศักยภาพของวัสดุจากชุมชนในพื้นที่ โดยมุ่งเน้นไป 3 ด้านคือ (1) การพัฒนา
ศิลปะจากศิลปกรรมโบราณในพื้นที่ (2) การพัฒนาพัฒนาคุณภาพของวัสดุ
จากชุมชนในพื้นที่ และ (3) การพัฒนาชุมชนจาก งานศิลปะ ซึ่งสามารถ
พัฒนาได้ออกมาเป็น 3 ส่วนคือ (1) การหล่อพระต้นแบบหน้าตัก 9 นิ้ว
โดยจำลองมาจากองค์พระประธานวัดราชบัลลังก์ประดิษฐานราม ด้วยเทคนิค

3D scan, 3D printing, และหล่อเรซินผสมวัสดุสังเคราะห์จากกระบวนการรีไซเคิล (2) ประติมากรรม “ย้อนนุมนย้อนเวลากับคานเรือเก่า 2563” (Vision of old dock 2020) และ ประติมากรรม “ยิ้ม ระยอง 2563” (Smile of Rayong 2020) และส่วนสุดท้ายคือ (3) กระจุดจากศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์หมู่บ้านโอทอปเพื่อการท่องเที่ยวบ้านมาบเหลาชะโอน โดยหวังเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และรวบรวมฐานข้อมูลจากการศึกษา ในการส่งต่อความเข้าใจทางวัฒนธรรมของชุมชนสู่การใช้ชีวิตในปัจจุบันที่รัฐจักรากเหง้าและเข้าใจการใช้ชีวิตร่วมสมัยกับเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมในทางสร้างสรรค์ เพื่อรักษาสมดุลย์ทางธรรมชาติให้ประเทศชาติและลูกหลานต่อไป

เชิงอรรถ

¹ศักดิ์ชัย สายสิงห์, พระพุทธรูปในประเทศไทย รูปแบบพัฒนาการ และความเชื่อของคนไทย (กรุงเทพฯ: ภาควิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2556), 514.

²คณะสงฆ์จังหวัดระยอง ศูนย์เผยแผ่พุทธศาสนาจังหวัดระยอง, ประวัติวัดจังหวัดระยอง พ.ศ.๒๕๔๐ (ระยอง: ม.ป.ท., 2540), 356.

บรรณานุกรม

HARNN DIVINELOTUS New Year2018 Catalog,

2018 [Online] in <https://harnnlifestyle.com>

Sustainability report 2011 รายงานการพัฒนาอย่าง

ยั่งยืน ประจำปี พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ: บริษัท พีทีที

โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน), 2554.

คณะสงฆ์จังหวัดระยอง ศูนย์เผยแผ่พุทธศาสนาจังหวัด

ระยอง. **ประวัติวัดจังหวัดระยอง พ.ศ.๒๕๔๐.**

ระยอง : ม.ป.ท, 2540.

แผนที่ท่องเที่ยว ชุมชนหนองแพบ, 2562 [ออนไลน์]

เทศบาลเมืองมาบตาพุด จังหวัดระยอง ใน [http://](http://www.mtp.go.th)

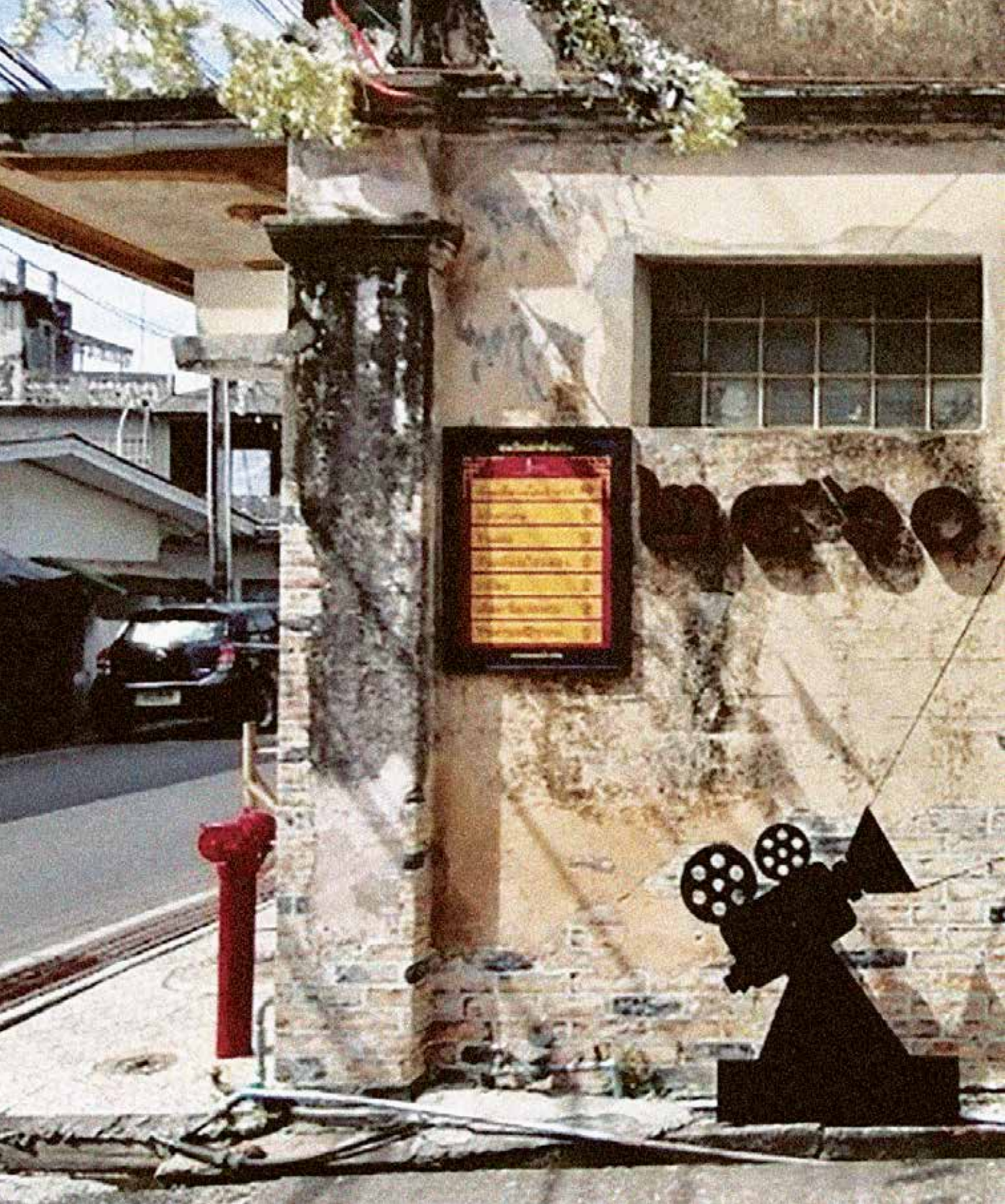
www.mtp.go.th

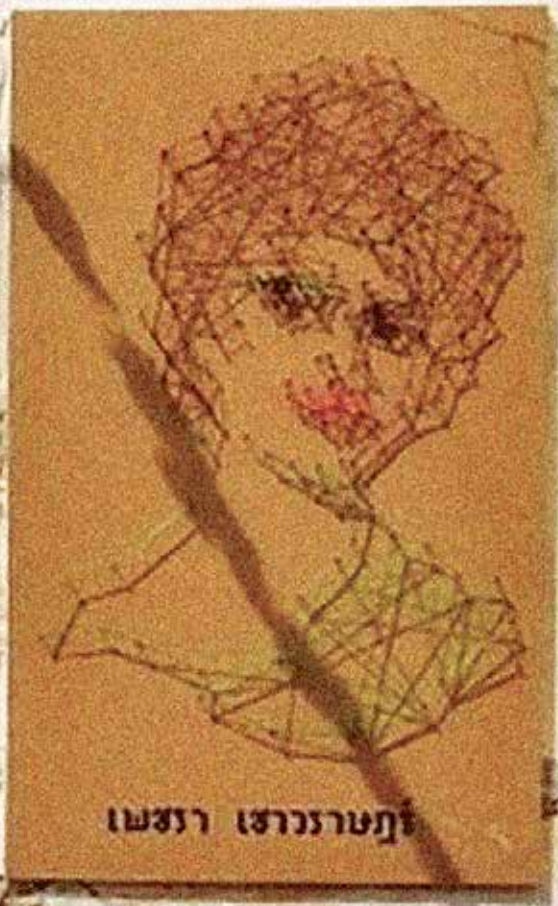
ศักดิ์ชัย สายสิงห์. **พระพุทธรูปในประเทศไทย รูปแบบ**

พัฒนาการ และความเชื่อของคนไทย. กรุงเทพฯ: ภาควิ

ชาประวัติศาสตร์ศิลปะ คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัย

ศิลปากร, 2556.





תְּתַרְכְּרְצוּ רִצְעָנוּ



ชื่อหนังสือ

ระยอง : ผลิตภัณฑท์ท้องถิ่น ศิลปะชุมชนและสิ่งแวดล้อม

สนับสนุนโดย

บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)

จัดทำโดย

คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่มา

ชุดโครงการวิจัย “โครงการพัฒนาศักยภาพของวัสดุจากชุมชนในพื้นที่จังหวัดระยอง การเชื่อมโยงระหว่างวัสดุจากผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น บนวัฒนธรรมวัสดุจากอุตสาหกรรมปิโตรเคมี” ภายใต้โครงการคลังข้อมูลสารสนเทศศิลปวัฒนธรรมระยอง

ผู้เขียน

วีรวัฒน์ สิริเวสมาศ

ภูษิต รัตนานพ

ศรารุณี ปิ่นทอง

ชินดนัย ไม้เกตุ

กองบรรณาธิการ

วีรวัฒน์ สิริเวสมาศ

ชินดนัย ไม้เกตุ

คณะวิจัย

- | | |
|---|---------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีรวัฒน์ สิริเวสมาศ | หัวหน้าโครงการวิจัย |
| 2. อาจารย์ ภูษิต รัตนานพ | นักวิจัย |
| 3. อาจารย์ ดร. ศรารุณี ปิ่นทอง | นักวิจัย |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ลูกปลิว จันทร์พุดชา | นักวิจัย |
| 5. นายคมสัน เพ็ชรสิทธิ์ | ผู้ช่วยนักวิจัย |
| 6. นายสุชน สุจิต | ผู้ช่วยนักวิจัย |
| 7. นายปณตพงศ์ เทพสุทิน | ผู้ช่วยนักวิจัย |
| 8. นายธนศานต์ เอี่ยมทัศนะ | ผู้ช่วยนักวิจัย |
| 9. นายวิทวัส สกัณฑ์ | ผู้ช่วยนักวิจัย |
| 10. นางสาวณัฐลิมา พุทไทย | ผู้ช่วยนักวิจัย |
| 11. นางสาวธนัชพร ธนะฐิติพงศ์ | ผู้ช่วยนักวิจัย |
| 12. นางสาวภาพตะวัน กันยาใส | ผู้ช่วยนักวิจัย |
| 13. นางสาวกัลยรัตน์ แข่งสมุทร | ผู้ช่วยนักวิจัย |
| 14. นายอภิเชก นรินทร์ชัยรังษี | ผู้ช่วยนักวิจัย |

ออกแบบ

BANANA STUDIO.

พิมพ์ที่

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)

ISBN

978-974-641-774-7

วีรวัฒน์ สิริเวสมาศ และคนอื่นๆ. ระยอง : ผลิตภัณฑท์ท้องถิ่น ศิลปะชุมชนและสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2564.

“ ระยอง ”



ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
ศิลปะชุมชนและสิ่งแวดล้อม

ISBN 978-974-641-774-7



9 789746 417747