

การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์

Product design to add value from billboard waste to identity creation

รัชชานนท์ พัฒนโสภณ¹

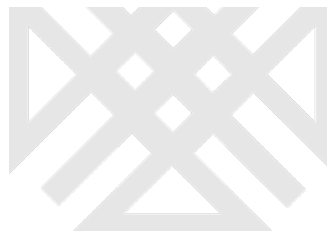
บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้นำเสนอผลการวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้ว นำมาสร้างอัตลักษณ์จากสถานที่ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและทำการทดลองคุณสมบัติกรรมวิธีในการออกแบบวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้วนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการใช้งานเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าด้านแบบให้กับตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี โดยขอบเขตงานวิจัยครั้งนี้ จะออกแบบจากอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน สู่ผลิตภัณฑ์กระเป๋าส่งสำหรับการท่องเที่ยวชายทะเล ซึ่งกลุ่มเป้าหมายในการออกแบบ ได้แก่ ประชากรกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในพื้นที่ และนอกพื้นที่จังหวัดชลบุรี โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมสถิติจากแบบสอบถามความต้องการและความคิดเห็นของสถานที่และผลิตภัณฑ์กระเป๋าส่งสำหรับการท่องเที่ยว ผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ กิจกรรมการพักผ่อนริมทะเล 81% และการใช้กระเป๋าส่งขนาดเล็กแบบกันน้ำ ทั้งหมด จำนวน 120 คน ผลที่ได้จากการศึกษาได้นำไปวิเคราะห์ประเภทวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้วและวัสดุที่คัดเลือกจากสถานที่ชายหาดบางแสน คือ วัสดุจากเตียงผ้าใบ วัสดุจากห่วงยางและวัสดุจากร่มชายหาด รูปแบบผลิตภัณฑ์ได้ทั้งหมด 3 รูปแบบ คือ รูปแบบ A1 กระเป๋าส่งพายช้าง รูปแบบ A2 กระเป๋าคาดหน้าอก และรูปแบบ A3 กระเป๋าส่งพายหลัง ที่ได้ผ่านการวิเคราะห์จากอัตลักษณ์ของสถานที่ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ข้อค้นพบที่ได้คือการผสมผสานวัสดุทั้ง 2 เข้าด้วยกันทำให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ รูปแบบใหม่ ซึ่งต่างจากผลิตภัณฑ์กระเป๋าส่งไวน์ลทั่วไป และยังออกแบบให้มีภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับสถานที่

ผลการสรุปการออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 รูปแบบ คือ รูปแบบ A1 ค่าเฉลี่ย 4.07 มีความพึงพอใจลำดับที่ 1 รูปแบบ A3 ค่าเฉลี่ย 3.95 มีความพึงพอใจลำดับที่ 2 เพราะว่าสามารถใช้สำหรับการท่องเที่ยวชายทะเลได้ดีด้วยภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับการนำไปใช้งานและสะท้อนรูปทรงที่สวยงามจากอัตลักษณ์วัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้วและวัสดุเสริมแสดงถึงภาพลักษณ์ชายหาดบางแสนจังหวัดชลบุรี

คำสำคัญ : ป้ายโฆษณาไวน์ลเหลือใช้, เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์, อัตลักษณ์สถานที่

¹ นิสิตหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา



ABSTRACT

This research paper is to present the results of product design research done on used vinyl billboards and how upcycling can be added to them. It is also how these vinyl billboards can create an association with and identity for Saen Suk District in Chon Buri. The objective was to study and experiment on the properties of the design process of used vinyl billboard materials to design the product to be suitable and consistent with the use as a prototype bag product for Saen Suk Subdistrict. Chonburi Province by the scope of this research will be designed from the Bangsaen beach identity to a bag product for beach tourism The target group for the design is the population of tourists in the area. and outside the area Chonburi Province The method of collecting statistics is a questionnaire for needs. Use of places and luggage products for tourism The results of the data collection were 81% beach leisure activities and the use of waterproof small bags in total of 120 people. The results of the study were used to analyze used vinyl billboard materials and materials. Selected from Bangsaen Beach is the material from the canvas bed. Materials from rubber rings and materials from beach umbrellas A total of 3 product styles are available: A1 style crossbody bag, A2 style chest bag, and A3 style backpack. which has been analyzed from the identity of Bang Saen Beach Chonburi Province findings It is a combination of both materials to create a new product that is different from other vinyl bags. and also designed to have an image that is consistent with the location

The results of the product design summary of all 3 formats are: A1 format, the average value is 4.07, the first satisfaction is the A3 format, the average value is 3.95, the second satisfaction is because it can be used for seaside tourism well with the product image. It is suitable for use and reflects the beautiful shape from the identity of the used vinyl billboard material and the supplementary material representing the image of Bangsaen Beach, Chonburi Province.

KEYWORDS : billboard garbage, product upcycling, location identity

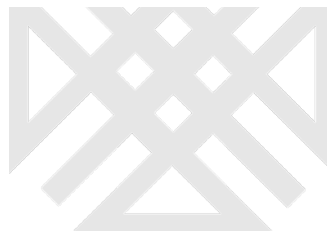


บทคัดย่อ

“ป้ายโฆษณา” เป็นหัวใจหลักในการผลิตสื่อการสื่อสารให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ มากมายส่งผลให้อุตสาหกรรมป้ายโฆษณาจำนวนมากเกิดขึ้นและมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนต่อเศรษฐกิจในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็น หน่วยงานรัฐบาลหรือเอกชนต่างก็ใช้สื่อทางโฆษณาที่แตกต่างกันออกไปโดยวัสดุที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ ไวนิล (vinyl) การโฆษณาแบบชั่วคราวจากวัสดุภายนอกอาคารที่เป็นรูปแบบที่เน้นการใช้งานไม่ถาวร เนื่องจากวัสดุของผ้าไวนิลมีส่วนผสมของพลาสติก PVC เคลือบทับบนเส้นใยสังเคราะห์ส่งผลให้เมื่อถูกความร้อนจากแสงแดดจึงทำให้เกิดการแข็งตัวจนแตกเสียหายได้ง่าย เพราะป้ายเหล่านี้แค่ใช้เพียงโฆษณาตามวาระการใช้งานต่าง ๆ เช่น เทศกาลงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ การเลือกตั้ง จึงทำให้เกิดปัญหาในเรื่องของการสร้างขยะสาธารณะให้แก่ชุมชน เนื่องจากแผ่นป้ายโฆษณานั้นเป็นขยะที่สามารถนำไป recycle ได้ยากและผ่านกระบวนการหลากหลายขั้นตอนส่งผลทำให้เกิดมลพิษและมลภาวะ ซึ่งในปัจจุบันวิธีการกำจัดทิ้งโดยการฝังกลบแต่ในบางพื้นที่ใช้การเผาทิ้ง จึงเกิดปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากก๊าซไวนิลคลอไรด์เข้าสู่คนอันตรายต่อตับและเป็นสารก่อมะเร็ง ระบายเคื่องผิวหนัง ระบบหายใจ สารก่อมะเร็ง (ศูนย์พิษวิทยารามาธิบดี)

จากปัญหาที่กล่าวมาจากผลกระทบของป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้ว ผู้วิจัยได้หาแนวทางการแก้ปัญหาโดยการนำขยะกลับมาใช้ใหม่ในรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ า โดยนำหลักการ 3RS เป็นหลักที่มีการนำมาประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวาง ประกอบด้วย 3RS เป็นหลักการที่มีการนำมาใช้อย่างกว้างขวางในระบบอุตสาหกรรมต่าง ๆ ประกอบด้วย 1) R1 – Reduce ซึ่งคือ การลด หรือการใช้น้อยเท่าที่จำเป็น 2) R2 – Reuse ซึ่งคือ การใช้ซ้ำ 3) R3 – Recycle ซึ่งคือ การแปรรูปมาใช้ใหม่ 3RS เป็นหลักการจัดการของเสียขั้นพื้นฐานที่พึงมีแต่ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสนใจในการใช้หลักการ Upcycling เป็นแนวทางหลัก คำว่า Upcycling เป็นคำศัพท์ที่ค่อนข้างใหม่สำหรับคนไทย เพราะหากพูดถึงเรื่อง การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่คนส่วนใหญ่จะนึกถึงการ Recycle ที่เป็นการแปรสภาพวัสดุมากกว่า นอกจากนี้ในอดีตยังมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ตระหนักถึงการนำเศษวัสดุเหลือใช้ในโรงงานกลับมาใช้ใหม่ แต่ปัจจุบัน คำว่า Upcycling ได้รับความนิยมมากขึ้น ในการแปรสภาพจากสิ่งปฏิกูลเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ โดยใช้การออกแบบและกรรมวิธีการผลิตใหม่ที่แตกต่างกันออกไป (สิงห์ อินทรชูโต, 2557)

การเพิ่มมูลค่าจากสิ่งปฏิกูลให้เป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ขึ้นนั้นทำให้เกิดความน่าสนใจด้านความงาม ด้านประโยชน์ใช้สอยและเกิดการสร้างรายได้แก่ชุมชน เพื่อให้การออกแบบมีประสิทธิภาพในด้านเทคนิคและรูปแบบที่เป็นที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบชายทะเลบางแสน จึงต้องนำหลักการสร้างอัตลักษณ์ของสถานที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวัสดุในพื้นที่ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าทั้งในด้านเนื้อหาและรูปแบบ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจ ของชิ้นงาน และเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจในแนวทางการเพิ่มมูลค่าจากสิ่งปฏิกูลเหลือใช้ โดยได้ผลจากการวิเคราะห์อัตลักษณ์สถานที่ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี จากแบบสอบถาม ประชากรกลุ่ม



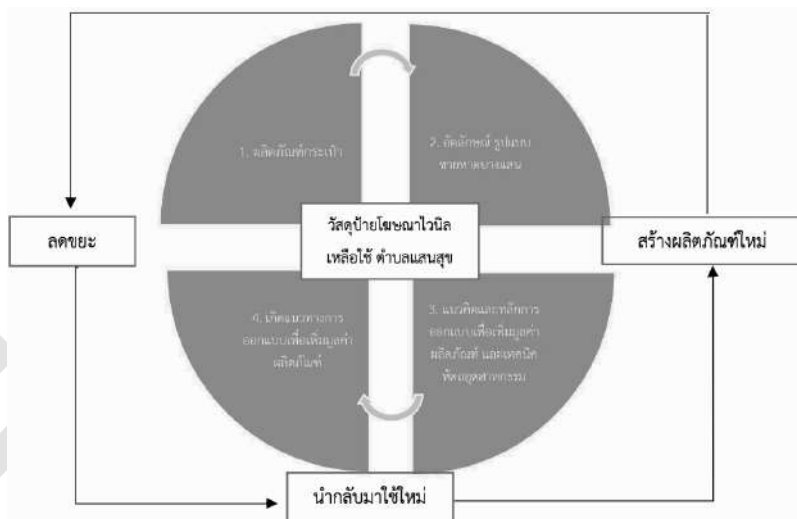
ตัวอย่าง เพื่อนำเสนองานออกแบบผลิตภัณฑ์จากขยะเหลือใช้ และยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในด้านวัสดุ และความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาขยะจำนวนมากที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยเชื่อว่างานวิจัยนี้เป็นแรงกระตุ้นความคิดความอ่านและศึกษาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้เพื่อสิ่งแวดล้อมต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาและทำการทดลองคุณสมบัติกรรมวิธีในการออกแบบวัสดุประเภทยาสูบยาสูบไวน์ที่ใช้แล้ว
2. เพื่อนำยาสูบยาสูบไวน์ที่ใช้แล้วมาพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการนำไปใช้
3. เพื่อสร้างอัตลักษณ์จากผลิตภัณฑ์กระป๋องต้นแบบให้กับตำบล แสนสุข ผู้ผลิตพันธุ์ทุดกระป๋อง

กรอบแนวความคิดงานวิจัย

แนวคิดในการทำวิจัยนี้ มุ่งเน้นไปที่การออกแบบผลิตภัณฑ์กระป๋องจากอัตลักษณ์สถานที่โดยนำวัสดุประเภทยาสูบยาสูบไวน์ที่ใช้แล้วบริเวณ ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรีเป็นวัสดุหลัก และวัสดุร่วมที่ได้จากการวิเคราะห์จากแบบสอบถามเพื่อหาลักษณะเฉพาะของชาวหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี เพื่อนำเสนอแนวทางการนำวัสดุที่ใช้แล้วมาสร้างสรรค์ผลงาน ได้นำเอาแนวคิดและหลักการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าวัสดุเหลือใช้ก่อให้เกิดแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพและช่วยลดสิ่งปฏิกูล



ภาพที่ 1 : แสดงแผนผังกรอบแนวความคิดงานวิจัย

ที่มา : รัชชานนท์ พัฒนโสภณ, 2564

การวิจัยเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างจากการนำรูปแบบของอัตลักษณ์สถานที่

ชายหาดบางแสน ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี โดยใช้วัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลเหลือใช้หัวข้อเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์ ได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการออกแบบผลงาน ดังต่อไปนี้

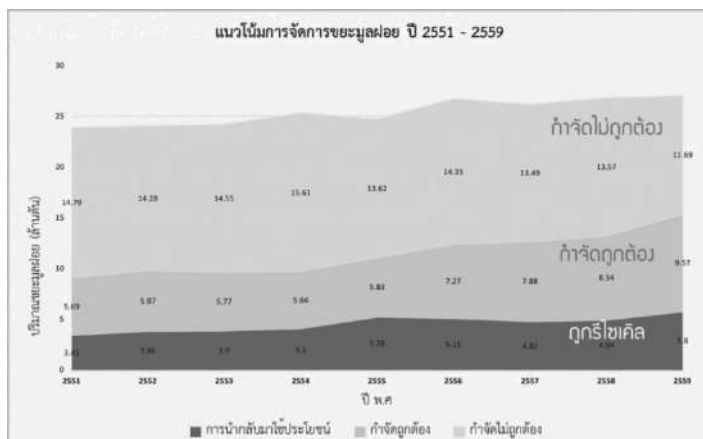
1. แนวทางและหลักการที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

- 1.1 แนวทางเกี่ยวกับวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ล
- 1.2 แนวทางการนำขยะทั่วไปกลับมาสร้างมูลค่า (Upcycling)
- 1.3 แนวทางเกี่ยวกับหลักการออกแบบกระเป๋
- 1.4 แนวทางเกี่ยวกับแนวคิดการสร้างอัตลักษณ์
- 1.5 แนวทางเกี่ยวกับหลักการตลาดออนไลน์
- 1.6 กายศาสตร์
- 1.7 จิตวิทยาสี

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาปัญหา ประเทศไทยมีปริมาณขยะสูงขึ้นต่อเนื่องขึ้นทุกปี จากรายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชนของประเทศไทย ปี 2559 พบว่ามีปริมาณการเกิดขยะรวมกันทั้งประเทศ 27.06 ล้านตันต่อปี เทียบเท่าตึกโบหยก 2 จำนวน 140 ตึก คิดเป็นประมาณ 74,130 ตันต่อวัน เฉลี่ยเป็นปริมาณขยะ 1.14 กิโลกรัมต่อคนต่อวัน ยังไม่รวมขยะตกค้างสะสมที่เพิ่มขึ้นทุกปีไม่ต่ำกว่าปีละ 10 ล้านตัน จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าถึงแม้ประเทศไทยจะมีความพยายามในการรีไซเคิลและกำจัดขยะอย่างถูกต้องมากขึ้น แต่แนวโน้มปริมาณขยะในแต่ละปีเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้ปริมาณขยะกว่าครึ่งยังถูกกำจัดอย่างไม่ถูกวิธี

อุปสรรคของการกำจัดขยะให้ถูกวิธี เช่น งบประมาณในการทำสถานที่กำจัดขยะแบบถูกต้องมีค่าใช้จ่ายสูง มีขั้นตอนและเกี่ยวข้องกับคนหลายฝ่าย ทั้งในแง่ของการมาตรฐานการกำจัด และการขออนุญาตให้ถูกต้อง การหาพื้นที่ที่เหมาะสม การเตรียมพื้นที่ การดูแลผลกระทบที่เกิดขึ้นจากขยะและคนในชุมชนใกล้เคียง จุดคุ้มทุนของการลงทุนระบบเนื่องจาก เตาเผาขยะ มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง หากแต่บางที่เปิดไปสักพักต้องปิด เพราะไม่มีจำนวนขยะ “ดี” เพียงพอเอามาเปลี่ยนเป็นพลังงานหรือไฟฟ้า เป็นต้น (รายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชนของประเทศไทย, กุมภาพันธ์ 2560, สำนักจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุมมลพิษ)



ภาพที่ 2 : รายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชนของประเทศไทย ปี 2559 กรมควบคุมมลพิษ
ที่มา : กรมควบคุมมลพิษ 2561

2. ศึกษาพื้นที่วัสดุ คือ สถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งรวบรวมวัสดุจากสถานที่ที่สำคัญของจังหวัดชลบุรี โดยเฉพาะ ตำบลแสนสุข หรือ บางแสน นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจที่เข้ามาใช้เพื่อพักผ่อน มีทั้งภูเขา ทะเลและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย จึงทำให้มีกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งต่างจังหวัดและในจังหวัดได้เข้ามาใช้บริการสถานที่แห่งนี้เป็นประจำทุกวันและบ่อยครั้ง เนื่องจากบางแสนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมจึงต้องดำเนินการจัดประชาสัมพันธ์ตามวาระด้วยวิธีการจัดทำป้ายโฆษณาไว้นิลจากร้านทำป้ายในพื้นที่ตำบลแสนสุข เหตุผลเพราะต้นทุนต่ำ รวดเร็วต่อการประชาสัมพันธ์ ทำให้ในทุก ๆ ปีมีป้ายไว้นิลที่ใช้แล้วถูกเก็บไว้ที่ศูนย์เทคนิคตำบลแสนสุขแล้วรอการเผาทิ้ง ซึ่งส่วนมากจะเป็นป้ายลากลอบติดตั้งโดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นจำนวนมากแล้วไม่มาเก็บ จึงเป็นหน้าที่ของเทคนิคที่ทำการเก็บรวบรวมป้ายไว้นิลเหล่านี้มาเพื่อรอเจ้าของมารับผิดชอบ เมื่อเวลาผ่านไปป้ายไว้นิลที่ไม่มีเจ้าของมารับกลับเกิดเป็นขยะในที่สุด



ภาพที่ 3 : ป้ายโฆษณาไว้นิลที่ใช้แล้ว ศูนย์เทคนิคเทศบาลเมืองแสนสุข
ที่มา : รัชชานนท์ พัฒนโสภณ, 2563

3. ศึกษากระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ด้วยวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋านอ้ตราส่วน คือ วัสดุป้ายโฆษณาไวเนล 70 เปอร์เซ็นต์ วัสดุร่วมที่จากการวิเคราะห์หาลักษณะพื้นที่ชายหาดบางแสน 30 เปอร์เซ็นต์

4. ศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากสถานที่ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมหรือจัดบันทึกจากแหล่งข้อมูลโดยตรง สำหรับงานวิจัยนี้ ได้ทำการออกแบบสอบถามความคิดเห็นและการสังเกตจากพื้นที่จริง เพื่อนำมาวิเคราะห์หาลักษณะของสถานที่ ให้รู้ถึงมุมมองและวิถีทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างชัดเจน

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง โดยเนื้อหาจะประกอบไปด้วยแหล่งภาพจากสำนักข่าว ข้อมูลเชิงสถิติ ข้อมูลชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

ประชากร คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มคนในพื้นที่จะเป็นวิธีแบบไม่เจาะจงเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากรูปแบบการสำรวจความคิดเห็นและแผนภูมิสรุปผลทำให้สามารถได้แนวทางการออกแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋านอ้ตราส่วนจากป้ายโฆษณาไวเนลในตำบลแสนสุขจังหวัดชลบุรี ที่เน้นในเรื่องของอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน

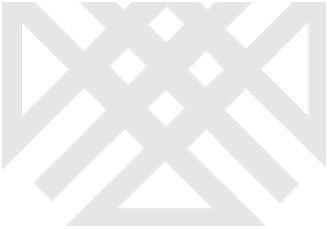
5. ศึกษาวัสดุ

5.1 วัสดุหลัก : วัสดุป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้ว

5.2 วัสดุร่วม : วัสดุที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของสถานที่

ผลการศึกษา/ทดลอง

จากการศึกษาและการทดลองในส่วนต่าง ๆ ของงานวิจัยครั้งนี้ คุณสมบัติของวัสดุป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วและวัสดุร่วมที่ได้จากพื้นที่ที่ได้ทำการกำหนดไว้พบว่า วัสดุป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วภายในบริเวณสถานที่ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี มีปริมาณป้ายไวเนลได้ถูกนำเก็บไว้ตามร้านป้ายโฆษณาและศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอยู่เป็นจำนวนมากยากต่อการทำให้หมดไป ด้วยจำนวนวัตถุดิบหลักที่มากได้ทำให้งานวิจัยในครั้งนี้มีวัสดุเพียงพอต่อการทดลองสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบและด้านวัสดุเสริมที่ได้จากสถานที่พบว่า ความเป็นไปได้ที่จะสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของสถานที่ชายหาดบางแสนได้นั้น ผู้วิจัยต้องคำนึงถึงวัสดุมาเป็นอันดับแรก โดยการศึกษารูปแบบทางกายภาพและแบบสอบถามความคิดเห็นสรุปถึงคุณสมบัติของวัสดุเสริมได้ว่า ต้องสามารถผสมผสานกับวัสดุหลักด้วยเทคนิคเดียวกันได้ ซึ่งได้กำหนดผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋านอ้ตราส่วนรูปแบบต่อ



หนึ่งคอลเลคชั่นโดยกำหนดจากแบบสอบถามความต้องการ รูปแบบดังกล่าวได้มาจากหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสันพื้นฐานโดยจะต้องคำนึงถึงน้ำหนัก (weight) ให้เหมาะสมกับการใช้งานเนื่องจากผลิตภัณฑ์กระเป๋าน้ำหนักจะเพิ่มขึ้นจากปริมาณสิ่งของที่ใส่และหลักกายศาสตร์ของร่างกายมนุษย์ โดยจะถ่ายน้ำหนักลงบนกล้ามเนื้อหน้าอก (Trapezius Muscle) และกล้ามเนื้อ (Infraspinatus Muscle)

ผลการวิเคราะห์

วิเคราะห์จากข้อมูลแบบสอบถามและข้อมูลภาคสนามเชิงรูปธรรมนำข้อมูล ได้แก่ กิจกรรม สถานที่วัฒนธรรม สิ่งที่อยู่ตามธรรมชาติ และสิ่งปลูกสร้าง อาหาร เทศกาล ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้บริการ โดยนำข้อมูลที่ได้มาทำการถอดอัตลักษณ์เพื่อหาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ซึ่งผลที่ได้ คือ (ดูตารางที่ 1, 2)

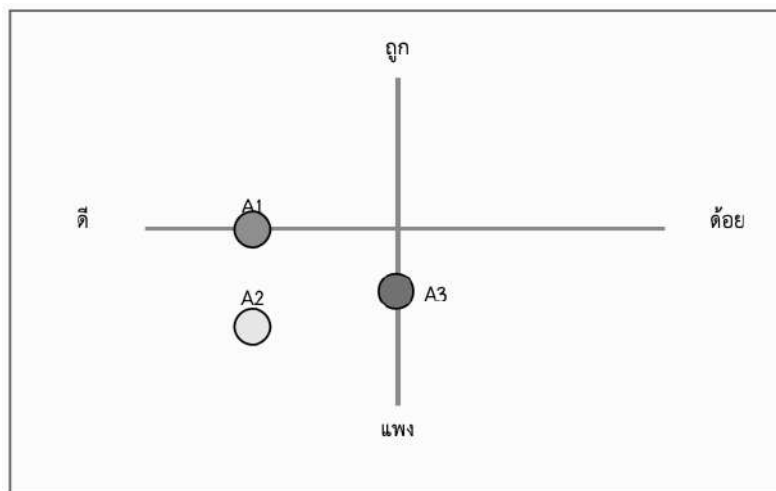
ลักษณะทางกายภาพ	หลักการออกแบบกระเป๋า				แนวทาง
	วัสดุ	รูปทรง	โทนสี	ลวดลาย	
อาหารทะเล	-	-	-		A1
ลมทะเล	-	-	-	-	
คลื่นทะเล	-	-	-		
ดัมมะพริ้ว	-	-	-		A2
เรือยาง	-	-	-		
พระอาทิตย์ตก	-	-			
ภูเขา	-	-	-		A3
เก้าอี้ผ้าใบ					
ห่วงยาง					
ร่มชายหาด					รูปแบบกระเป๋าสะพายหลัง
สีน้าทะเล	-	-			
หาดทราย	-	-			

ตารางที่ 1 : แสดงผลการวิเคราะห์แนวทางอัตลักษณ์ชายหาดบางแสนสู่แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า

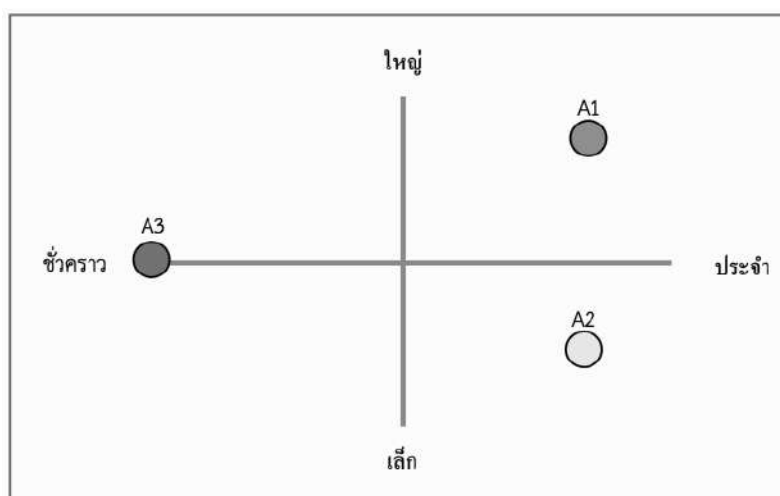
ที่มา : รัชชานนท์ พัฒนโสภณ, 2564

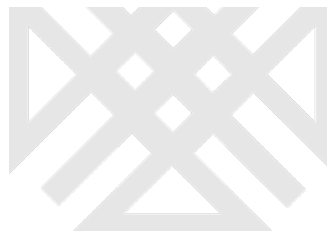


1. ราคาและคุณภาพ

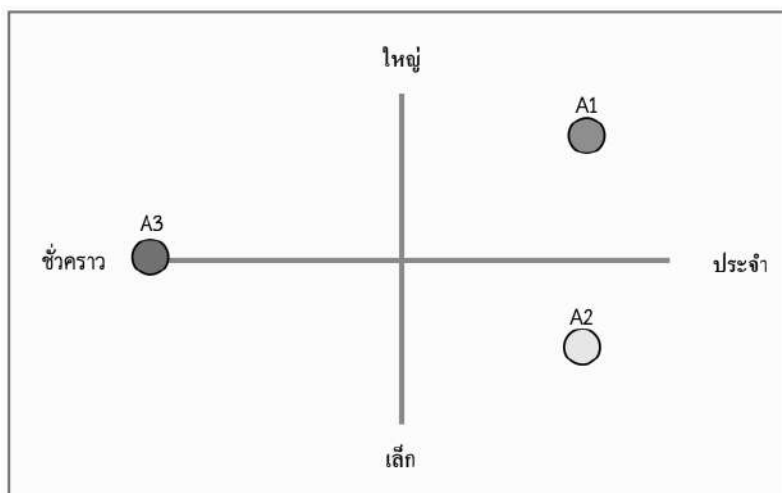


2. ขนาดและการใช้งาน





3. รูปแบบ



ตารางที่ 2 : แสดงผลการวิเคราะห์รูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ากจากอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน
ที่มา : รัชชานนท์ พัฒนโสภณ, 2564

จากตารางที่ 1 และ 2 วิเคราะห์ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ คือ รูปแบบ A1, รูปแบบ A2 และรูปแบบ A3

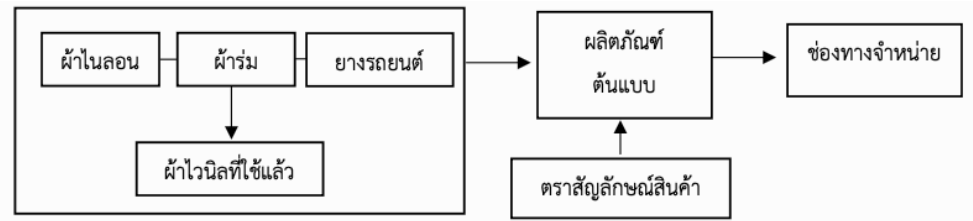
A1 : วัสดุเก้าอี้ผ้าใบร่วมกับวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้วโดยมีราคาปานกลางแต่คุณภาพสูงใช้งานได้บ่อยครั้งและมีขนาดใหญ่

A2 : วัสดุห่วงยางร่วมกับวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้วโดยมีราคาสูงขนาดกลางแต่ใช้งานได้ชั่วคราวคุณภาพปานกลาง

A3 : วัสดุร่มชายหาดร่วมกับวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้วโดยมีขนาดกลางราคาค่อนข้างสูงเน้นใช้การงานแต่ไม่คงทน

สังเคราะห์ข้อมูลสร้างต้นแบบ

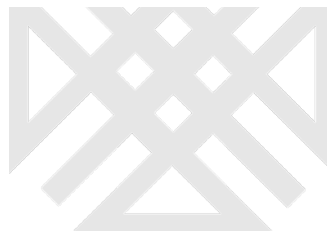
นำข้อมูลรูปธรรมทางกายภาพที่ผ่านการวิเคราะห์ทั้งวัสดุ สี ลวดลายและรูปทรงมาออกแบบร่างเพื่อหาแนวทางผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ ได้แก่ กระเป๋ารูปแบบขนาดเล็ก, ขนาดกลางและขนาดใหญ่ จากกรอบแนวความคิดที่ได้คือ ผลิตภัณฑ์จากวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้วผ่านกระบวนการแปลงหน้าที่ของวัสดุเหลือใช้หรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถใช้งานตามหน้าที่เดิมให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เน้นความผสมผสานของวัสดุและนำเสนออัตลักษณ์สถานที่ที่ส่งผลสัมฤทธิ์ต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ



ภาพที่ 4 : แสดงแผนผังการสังเคราะห์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
ที่มา : รัชชานนท์ พัฒนโสภณ, 2564

ตารางที่ 3 แสดงภาพแบบร่างและผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ภาพแบบร่าง	ภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
	<p>ผลิตภัณฑ์กระเป๋า รูปแบบ A1</p>
	<p>ผลิตภัณฑ์กระเป๋า รูปแบบ A2</p>



ตารางที่ 3 : แสดงภาพแบบร่างและผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
ที่มา : รัชชานนท์ พัฒนโสภณ, 2565

ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบทั้งสามรูปแบบจากวัสดุป้ายโฆษณาเหลือใช้จากอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี มีดังนี้

1. แนวคิดในการออกแบบ รูปแบบ A1 กระเป๋าทรงสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่มีสายสะพายข้างตัดกันกับลวดลายผ้าในลอนรูปแบบและวัสดุได้รับแรงบันดาลใจจากเก้าอี้ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี วัสดุทั้งสองประเภทมีลักษณะที่ค่อนข้างแข็งโดยเฉพาะผ้าในลอนจึงทำให้การออกแบบมีรูปแบบกระเป๋าขนาดใหญ่ และเน้นใช้งานใส่ของอเนกประสงค์จำนวนมาก

2. แนวคิดในการออกแบบ รูปแบบ A2 กระเป๋าทรงสี่เหลี่ยมขนาดเล็กมีสายคาดหน้าอกเสริมความแข็งแรงด้วยยางชายหาดกับลวดลายกราฟิกบนพื้นผิวยาง รูปแบบและวัสดุได้รับแรงบันดาลใจจากห่วงยางชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี วัสดุยางมีลักษณะที่ค่อนข้างหนาและมีน้ำหนักจึงทำให้การออกแบบมีรูปแบบกระเป๋าขนาดเล็กเพื่อให้ได้กระเป๋าที่มีน้ำหนักเบามากขึ้นแต่แข็งแรง เน้นใช้งานใส่ของอเนกประสงค์ได้เล็กน้อย

3. แนวคิดในการออกแบบ รูปแบบ A3 กระเป๋าทรงถุงขนาดกลางมีเชือกสำหรับถือและสะพายหลัง รูปแบบและวัสดุได้รับแรงบันดาลใจจากร่มชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี วัสดุผ้าร่มมีลักษณะที่ค่อนข้างเบาบางและมีน้ำหนักเบาจึงทำให้การออกแบบด้านหน้าเป็นลักษณะมีกระเป๋านขนาดเล็กคล้ายชายร่มที่พลิ้วไหว เน้นใช้งานใส่ของอเนกประสงค์ได้ค่อนข้างมาก



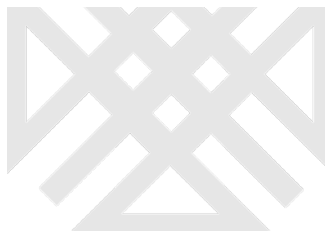
ภาพที่ 5 : แสดงภาพผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบรูปแบบ A1
ที่มา : รัชชานนท์ พัฒนโสภณ, 2565



ภาพที่ 6 : แสดงภาพผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบรูปแบบ A2
ที่มา : รัชชานนท์ พัฒนโสภณ, 2565



ภาพที่ 7 : แสดงภาพผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบรูปแบบ A3
ที่มา : รัชชานนท์ พัฒนโสภณ, 2565



สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุป้ายโฆษณาไว้นิลที่ใช้แล้วและหลักการเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุเหลือใช้ (upcycling) ทำให้ทราบข้อมูลและแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบกระเป๋าส่งสำหรับการท่องเที่ยวโดยอ้างอิงเนื้อหาและภาพลักษณ์ของอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าส่งจึงควรคำนึงถึงการนำเสนอประเภทของวัสดุเสริมที่จะนำมาใช้ร่วมกับวัสดุหลักที่ได้มาจากสถานที่ที่กำหนดไว้และผลิตภัณฑ์ต้นแบบยังต้องสร้างความพึงพอใจให้กลุ่มเป้าหมายได้

ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกระเป๋าส่งสำหรับการท่องเที่ยวนั้นจะสามารถเข้าหา กลุ่มเป้าหมายได้ โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์จะให้ความรู้สึกที่เรียบง่ายไม่อึดอัดรวมไปถึงภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและยังมีการศึกษาจากหลักการออกแบบตราสัญลักษณ์พบว่าการใช้ตราสัญลักษณ์ให้มีรูปแบบอักษรที่ชัดเจนและเข้าใจง่ายทำให้ผู้ใช้เข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้นในส่วนวัสดุเลือกใช้โลหะเงาเพื่อติดตั้งบนผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมให้ชิ้นงานมีเอกภาพและมูลค่าเพิ่มขึ้น

ด้านผลิตภัณฑ์จะมีการนำเสนอในเรื่องของผลิตภัณฑ์กระเป๋าส่งทรงพื้นฐานแต่จะนำเสนอผ่านวัสดุที่ได้จากการวิเคราะห์สู่ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าส่งทั้ง 3 รูปแบบ คือ กระเป๋าส่งสะพายหลัง, กระเป๋าคาดหน้าอก และกระเป๋าส่งสะพายข้าง ซึ่งชิ้นงานแต่ละรูปแบบจะใส่วัสดุเสริมที่แตกต่างกันตามความเหมาะสมของขนาดกระเป๋าส่ง โดยในชิ้นงานจะมีการแสดงเนื้อหาบางส่วน ของป้ายโฆษณาไว้นิล ได้แก่ ข้อความและเนื้อหาของป้ายโฆษณานั้นวิธีการขึ้นรูปด้วยเทคนิคตัด อุตสาหกรรม ทั้ง 3 ชิ้นงานและยังศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อชิ้นงานต้นแบบ ทำให้ทราบว่ากลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อชิ้นงานต้นแบบ คือ เพศหญิง 70 เปอร์เซนต์ เพศชาย 30 เปอร์เซนต์ จากแบบประเมินความพึงพอใจ โดยใช้เกณฑ์การประเมินแสดงถึงภาพลักษณ์ของ วัสดุป้ายโฆษณาไว้นิลที่ใช้แล้วและวัสดุที่ใช้ร่วมที่มีรูปทรงสวยงามใช้สีของไปเที่ยวทะเลได้ แล้ว ผลิตภัณฑ์ยังต้องมีภาพลักษณ์วัสดุเหลือใช้และแสดงถึงอัตลักษณ์ชายหาดบางแสนด้วย จากแบบ ประเมินนั้นผู้ตอบแบบสอบถามต้องการซื้อสินค้าที่มีรูปทรงที่ทันสมัยและไม่เป็นทางการมาก เพื่อใช้ สำหรับการท่องเที่ยวชายหาดทะเลเหมาะสมกับบริบทวิถีชีวิตสมัยใหม่ และสามารถเป็นเครื่องแต่งกาย ได้อีกด้วย

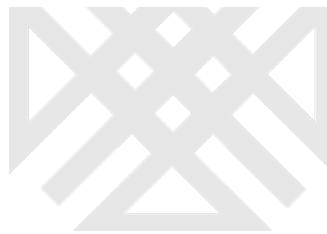
ด้านการอภิปรายผล ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้มีจุดเด่นโดยการใช้วัสดุเหลือใช้มากถึง 90% ได้แก่ ป้ายโฆษณาไว้นิลและวัสดุจากห่วงยาง ผ้าร่ม และเก้าอี้ชายหาด ภายในกระเป๋าส่งด้วย ผ้าที่ทำจากขวดพลาสติก นอกจากนั้นยังแสดงถึงจังหวัดระยองหลายที่ไม่เหมือนกันของวัสดุที่นำมาใช้ ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางพัฒนาเศรษฐกิจด้วยวัสดุเหลือใช้โดยสุภาพรณ กานจนวีระโยธินแปลบทความ อยู่คู่ สู่ถิ่นนิคมหลัง ไร่ว่า กระบวนการแปลงวัสดุเหลือใช้หรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถใช้งานตาม หน้าที่เดิมให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพและมูลค่าเพิ่มขึ้น (สุภาพรณ กานจนวีระโยธิน, ผู้แปล, 2556) นอกจากนี้ผู้วิจัยได้มีแนวคิดที่สอดคล้องกับ Markus and Daniel Freitag ที่เล็งเห็นถึงวัสดุ

เหลือใช้ที่พบเห็นทั่วไปส่งผลให้เกิดความใส่ใจ สิ่งแวดล้อมและรักษารัชมชาติ ยังคำนึงถึงวัสดุที่นำมาใช้งานเสมอ (เว็บไซต์ PRONTO Shop, 2662)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงวางแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากวัสดุเหลือใช้เพื่อจำหน่ายในการตลาดออนไลน์ ซึ่งช่องทางการจำหน่ายนี้สามารถทำให้สินค้าเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้รวดเร็ว เหมาะสมกับบริบทกับวิถีการใช้ชีวิตในปัจจุบัน และยังเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ ที่เป็นรูปแบบของการจัดแสดงและจำหน่าย สุดท้ายงานวิจัยครั้งนี้ได้สรุปผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สามารถผลิตได้ในโรงงานอุตสาหกรรมทั่วไปที่เป็นรูปแบบเทคนิคหัตถอุตสาหกรรมได้ ตลอดจนเป็นงานวิจัยต้นแบบในการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าวัสดุ پایโฆษณาไว้นิตที่ใส่แล้วจากอัตลักษณ์สถานที่เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการขนาดเล็กและงานวิจัยฉบับอื่นที่มีความสนใจ

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ. (2561). รายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชนของประเทศไทย ปี 2559. แหล่งที่มา <https://www.schoolofchangemakers.com/knowledge/11678>. , สืบค้นเมื่อ กุมภาพันธ์ 2565.
- กิ่งพร ทองใบ. (2541). สื่อโฆษณาภายนอกอาคาร. ขั้นตอนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาของบริษัทไอ.เจ.สยาม จำกัด กรณีศึกษา บริษัท Huawei. แหล่งที่มา <https://e-research.siam.edu/kb/2-2/>. , สืบค้นเมื่อ กุมภาพันธ์ 2565.
- โครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย iTAP. (2557). 3RS หลักการจัดการของเสียขั้นพื้นฐาน. เข้าถึง ได้จาก หนังสือพัฒนาเศษวัสดุอย่างสร้างสรรค์.
- โครงการ Upcycling the Oceans Thailand. (2562). เนมิตขยะพลาสติกในท้องทะเลให้กลายเป็นสินค้าแฟชั่น. แหล่งที่มา <https://adaymagazine.com/upcycling-the-oceans/>, สืบค้นเมื่อ กุมภาพันธ์ 2565.
- บุริม โอทกานนท์. (2552). อัตลักษณ์ของแบรนด์. แหล่งที่มา <http://panupat-arti3901.blogspot.com/2012/07/logo.html>, สืบค้นเมื่อ ตุลาคม 2565.
- ปัทมรา โคตะขุน. (2559). รูปทรงและคำศัพท์ทัศนศาสตร์. แหล่งที่มา <https://prapasara.blogspot.com/2016/12/blog-post.html>, สืบค้นเมื่อ ตุลาคม 2565.
- ภาณุ อิงคะวัต. (2561). กระแสแฟชั่น. GreyHound Brand. แหล่งที่มา <https://readthecloud.co/ceo-5/>
- โรงงานผลิตเครื่องหนัง leather mine. (2559). วัตถุดิบสังเคราะห์หนังเทียม. แหล่งที่มา www.leathermine.com, สืบค้นเมื่อ ตุลาคม 2565.
- วสันต์ แผลงสิทธิ์. (2559). การตลาดออนไลน์. แหล่งที่มา <https://www.wynnsoft-solution.com/>, สืบค้นเมื่อ สิงหาคม 2565.
- วิลเลียม แมคโดนัลด์. (2561). แหล่งกำเนิดสู่แหล่งกำเนิด. แหล่งที่มา <http://www.tcdc.or.th/articles/design-creativity/17190/William-McDonough->, สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2565.



- เว็บไซต์แบรนด์ดู้ดี. (2561). กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ 4Cs. แหล่งที่มา
<https://www.branddoodee.com/category/>, สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2565.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีศึกษา.
กรุงเทพฯ. ไคมอน อิน บิสสิเนส เวิร์ล.
- ศูนย์พิษวิทยารามาธิบดี. (2543). มลพิษจากการเผาไหม้พลาสติกบางชนิด ปี 2543. แหล่งที่มา
<https://med.mahidol.ac.th/poisoncenter/th/bulletin/bul99/v7n1/Table Monomer>,
สืบค้นเมื่อ ตุลาคม 2565.
- สกนธ์ ภู่งามดี. (2545). แนวคิดความคิดสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์. สาขาจิตวิทยา
คณะจิตวิทยา มหาวชิราวุธวิทยาลัย.
- สิงห์ อินทรชูโต. (2557). กระบวนการออกแบบจากเศษวัสดุ. เข้าถึงได้จาก หนังสือพัฒนาเศษวัสดุ
อย่างสร้างสรรค์.
- สุภาภรณ์ กานจนวีระโยธิน. (2556). “จากอู่สู่อู่” Cradle to Cradle. สำนักพิมพ์มติชน.
แหล่งที่มา <https://oyspace.wordpress.com/2012/03/28/cradle-to-cradle>,
สืบค้นเมื่อ ตุลาคม 2565.
- สุมิตรา ศรีวิบูลย์. (2547). การออกแบบอัตลักษณ์. กรุงเทพฯ. Core Function.
- สุวิทย์ สาดสังข์. (2558). การจัดการสินค้าแฟชั่น. สาขาวิชาการออกแบบเครื่องแต่งกาย
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2543). แนวความคิดหลักการทางสังคมวิทยาเรื่องอัตลักษณ์.
กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- ไวยอร์ ทาวเวอร์. (2565). ออกแบบป้ายอย่างไรให้โดนใจลูกค้า. แหล่งที่มา
<https://www.ivorytower.co.th>, สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2565.
- Am2b Marketing. (2560). เทคนิค ออกแบบป้ายโฆษณา อย่างไรให้โดนใจผู้บริโภค.
แหล่งที่มา <https://www.am2bmarketing.co.th/creative-design/billboard-design-part-3/>,
สืบค้นเมื่อ ตุลาคม 2565.
- Ehs Techniques and Thai National Lci Database. (2561). Life - Cycle Assessment.
(2022, October 15). Retrieved from <http://greenstylethailand.com/?p=3998,%2021%20Jun,%202018>.
- McCarty, E. J., & Perreault, W. D. Jr. (1990). Basic marketing. Illinois: Ridchard D. Irwin.
- Keawjan, R. (2013). Corporate identity design. (2022, October 15), Retrieved from
<http://panupat-arti3901.blogspot.com/2012/07/logo.html>.
- Kendall, D.G. (1984). Shape Manifolds, Procrustean Metrics, and Complex Projective
Spaces. Bulletin of the London Mathematical Society, 16(2), 81-121.
- Shannon South. (2562). Remade usa. (2022, October 15), Retrieved <https://remadeusa.com/TS Frame Wood>.
- Hall, S. (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. London: Sage.