

การออกแบบเรขาคณิตประดับประดาเพื่อสื่อสารเทศกาลต่างๆสำหรับกลุ่มเป้าหมาย
เจนเนอร์เรชั่นวาย



นายเรงฤทธิ์ เอกวงค์อนันต์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานฤมิตรศิลป์ ภาควิชา นฤมิตรศิลป์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2556

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR) are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

GRAPHIC DESIGN ON PACKAGE OF CHINESE DESSERTS TO COMMUNICATE VARIOUS
FESTIVALS FOR GENERATION Y

Mr. Roengrit Ekwonganan



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Fine and Applied Arts Program in Creative Arts

Department of Creative Arts

Faculty of Fine and Applied Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2013

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้เจ้าเพื่อ
สื่อสารเทศกาลต่างๆสำหรับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่น
วาย

โดย

นายเริงฤทธิ์ เอกวงศ์อนันต์

สาขาวิชา

นฤมิตศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยาณบุตร

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

.....คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยาณบุตร)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ดร.เพิ่มศักดิ์ สุวรรณทัต)

.....
CHULALONGKORN UNIVERSITY

เริงฤทธิ์ เอกวงค์อนันต์ : การออกแบบเรขศิลป์บรรจุกฎณ์ชุดขนมไหว้เจ้าเพื่อสื่อสารเทศกาลต่างๆสำหรับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่นวาย. (GRAPHIC DESIGN ON PACKAGE OF CHINESE DESSERTS TO COMMUNICATE VARIOUS FESTIVALS FOR GENERATION Y) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รศ.อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, 217 หน้า.

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์หาอารมณ์ (Emotions) สี (Colors) สัญลักษณ์มงคล(Auspicious Symbols) และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons) บนบรรจุกฎณ์ชุดขนมไหว้เจ้าแต่ละเทศกาลไหว้ เพื่อหาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ที่สื่อสารถึงแต่ละเทศกาลที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ได้

วิธีที่ใช้ในงานวิจัย คือ การศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเรขศิลป์บรรจุกฎณ์ชุดขนมไหว้และข้อมูลในแต่ละเทศกาลไหว้โดยคัดเลือก 6 ใน 8 เทศกาลไหว้ที่นิยมไหว้ในประเทศไทยจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญประเพณีจีน เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการหาอารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม ที่มีต่อเทศกาลต่างๆ โดยใช้เครื่องมือในงานวิจัย คือ การใช้แบบสอบถามเชิงคุณภาพ 3 ขั้นตอน โดยขั้นตอนที่ 1 นำแบบสอบถามมาถามผู้เชี่ยวชาญด้านประเพณีจีนถึงอารมณ์แต่ละเทศกาลไหว้ ขั้นตอนที่ 2 นำคำตอบอารมณ์ที่ได้มาถามผู้เชี่ยวชาญด้านเรขศิลป์เพื่อหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม ขั้นตอนที่ 3 นำคำตอบที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 มาถามกลุ่มเป้าหมายเพื่อคัดกรองข้อมูลอีกครั้ง

สรุปผลงานวิจัยในส่วนของอารมณ์ที่สามารถสื่อสารถึงเทศกาลไหว้แต่ละเทศกาลดังนี้ อารมณ์ที่ทุกเทศกาลได้ผลร่วมกันคือ ความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional) และความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย (Oriental and Ethnic) ซึ่งแต่ละเทศกาลผลลัพธ์ที่ได้มีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย อีกทั้งยังมีเทศกาลที่ได้ผลลัพธ์ทางอารมณ์ที่เหมือนกันคือ เทศกาลไหว้ขนมจ้างและเทศกาลสารทจีน ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้นั้นได้จัดกลุ่มตามเทศกาลและนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญเรขศิลป์โดยไม่ระบุว่าเป็นของเทศกาลใด เพื่อหา สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สามารถสื่อสารถึงเทศกาลต่างๆ พบว่าแต่ละเทศกาล สามารถได้รับการออกแบบให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและแตกต่างกันได้ด้วยทางเลือกที่แตกต่างกันของสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยม

ภาควิชา นฤมิตรศิลป์

ลายมือชื่อนิสิต

สาขาวิชา นฤมิตรศิลป์

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ปีการศึกษา 2556

5586726035 : MAJOR CREATIVE ARTS

KEYWORDS: CHINESE DESSERT / CHINESE FESTIVAL / PACKAGING DESIGN /
GENERATION Y

ROENGRIT EKWONGANAN: GRAPHIC DESIGN ON PACKAGE OF CHINESE
DESSERTS TO COMMUNICATE VARIOUS FESTIVALS FOR GENERATION Y.
ADVISOR: ASSOC. PROF.ARAYA SRIKANLAYANABUTH, 217 pp.

The research objects to study and analyze emotions, colors, auspicious symbols and polygons on package of Chinese dessert each festival and to search for a graphic design that communicates to the generation-y target.

The method in the research: to study and collect information about the Chinese dessert packaging then selected 6 of 8 popular festivals in Thailand from interviewing Chinese traditional experts to finding emotional, color, symbols and the polygon towards each Chinese festivals using research method: qualitative 3 step query. First, the query to asked the Chinese traditional expert of the emotion of each festival. Step 2; bring the answers of the emotional to asked the graphic design expert to find color symbols and polygon structures. Finally, bring the answers from step 2 and asked the target group to filter the information again.

Research summary of the emotion to communicate each festival. All festival have in common are Classic and Traditional, Oriental and Ethnic ,which each festival have slightly different but there also the same result are Dragon Boat Festival and Ullambana Festival. The results are grouped according to the season and bring to ask graphic design expert without identified the festival to find colors, auspicious symbols and polygons which communicate of its festival. Each festival can be designed to have unique and differentiate the choice of colors, auspicious symbols and polygons.

Department: Creative Arts

Student's Signature

Field of Study: Creative Arts

Advisor's Signature

Academic Year: 2013

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำในงานวิจัยชิ้นนี้ให้สำเร็จ ลุล่วงไปได้ ขอขอบคุณบิดามารดาและภรรยาของข้าพเจ้าที่ได้ให้กำลังใจและความช่วยเหลือเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อารยะ ศรีภักทยานบุตร ที่ให้คำแนะนำ คำติชมในงานวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ อีกทั้งยังให้ความรู้ในเรื่องอื่นๆ ที่เป็นประสบการณ์ที่หาที่เปรียบมิได้ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตต่อไป

ขอขอบคุณคณาจารย์และฝ่ายธุรการ จากภาควิชาคณิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้และคำปรึกษาแก่ข้าพเจ้าตลอดปีการศึกษาที่ผ่านมา

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญด้านเงินศึกษาและประเมินเงินทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาจารย์วรศักดิ์ มหันตโนบล ผู้อำนวยการศูนย์เงินศึกษา สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่สละเวลาและให้คำปรึกษาและแนะนำความรู้ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ และขอขอบคุณอีกหลายท่านที่ไม่ได้กล่าวในที่นี้

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าให้ความช่วยเหลือตอบแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในงานวิจัยชิ้นนี้

ขอขอบคุณที่ผู้เชี่ยวชาญพิเศษตรวจแบบสอบถามในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. น้ำฝน อัครเมธิน สาขาวิชาคอมพิวเตอร์แอนิเมชัน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

สุดท้ายขอขอบคุณเพื่อนๆร่วมรุ่น MFA10 ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และให้ประสบการณ์มิตรภาพอันมีค่าของการเรียนร่วมกันอย่างมีความสุขเสมอมา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่ 1	1
บทนำ	1
1.1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย	10
1.3. สมมติฐานของการวิจัย.....	10
1.4. ขอบเขตของงานวิจัย.....	10
1.5. วิธีดำเนินการวิจัย.....	10
1.6. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	12
1.7. ทำการออกแบบแบบจำลอง.....	12
1.8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	13
1.9. คำจำกัดความในการวิจัย.....	13
บทที่ 2	14
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับเทศกาลไหว้เจ้าที่สำคัญของจีน.....	14
2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับขนมไหว้เจ้า	18
2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับสัญลักษณ์มงคลต่างๆของจีน.....	34
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายเงินเนอเรชั่น วาย.....	41
2.5 ทฤษฎีการออกแบบบรรจุภัณฑ์และองค์ประกอบแบบจำลอง.....	45
2.6 ทฤษฎีตัวเชื่อม	58
บทที่ 3	63
วิธีดำเนินการวิจัย	63

3.1.	ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	63
3.2.	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	64
3.3.	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
3.4.	การดำเนินการออกแบบ.....	80
บทที่ 4	82
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....		82
4.1	ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนที่ 1.....	82
4.2	ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนที่ 2.....	93
4.3	ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนที่ 3.....	134
	ส่วนที่ 1.....	134
	ส่วนที่ 2.....	142
บทที่ 5	163
สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....		163
5.1	การสรุปวิเคราะห์ผลแต่ละเทศกาล.....	163
	5.1.1 เทศกาลตรุษจีน.....	163
	5.1.2 เทศกาลเซ็งเม้ง.....	164
	5.1.3 เทศกาลไหว้ขนมจ้าง.....	165
	5.1.4 เทศกาลสารทจีน.....	166
	5.1.5 เทศกาลไหว้ขนมพระจันทร์.....	167
	5.1.6 เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย.....	168
5.2	สรุป.....	169
5.3	ข้อเสนอแนะ.....	170
บทที่ 6	171
ผลงานการออกแบบ.....		171
6.1	แบบสรุปย่อทางการออกแบบ.....	171
6.2	ผลงานการออกแบบ.....	174
รายการอ้างอิง.....		186

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....217



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 แสดงช่วงเวลาในการไหว้ในแต่ละเทศกาล.....	3
ตารางที่ 2 ขนมไหว้ที่ใช้ในแต่ละเทศกาล.....	4
ตารางที่ 3 ขนมไหว้ที่ใช้ไหว้ในเทศกาลต่างๆ ในประเทศไทย.....	18
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนประชากรในเจนเนอเรชันวาย.....	42
ตารางที่ 5 การแยกประเภทบรรจุภัณฑ์.....	48
ตารางที่ 8 แสดงส่วนผสมทางการตลาดในแต่ละขั้นตอนของวัฏจักรผลิตภัณฑ์.....	51
ตารางที่ 6 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับประเภทของอาหารแปรรูป.....	54
ตารางที่ 7 มาตรฐานของลอนกระดาษลูกฟูก.....	56
ตารางที่ 9 แสดงโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม.....	57
ตารางที่ 10 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยอารมณ์ที่สื่อสาร เทศกาลตรุษจีน.....	83
ตารางที่ 11 แสดงสรุปอันดับค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด 5 อันดับแรกของ เทศกาลตรุษจีน.....	84
ตารางที่ 12 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยอารมณ์ที่สื่อสาร เทศกาลเซ็งเม้ง.....	85
ตารางที่ 13 แสดงสรุปอันดับค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด 5 อันดับแรกของ เทศกาลเซ็งเม้ง.....	86
ตารางที่ 14 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยอารมณ์ที่สื่อสาร เทศกาลไหว้ขนมจ่าง.....	86
ตารางที่ 15 แสดงสรุปอันดับค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด 5 อันดับแรกของ เทศกาลไหว้ขนมจ่าง.....	88
ตารางที่ 16 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยอารมณ์ที่สื่อสาร เทศกาลสารทจีน.....	88
ตารางที่ 17 แสดงสรุปอันดับค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด 5 อันดับแรกของ เทศกาลสารทจีน.....	89
ตารางที่ 18 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยอารมณ์ที่สื่อสาร เทศกาลไหว้พระจันทร์.....	90
ตารางที่ 19 แสดงสรุปอันดับค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด 5 อันดับแรกของ เทศกาลไหว้พระจันทร์.....	91
ตารางที่ 20 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยอารมณ์ที่สื่อสาร เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย.....	91
ตารางที่ 21 แสดงสรุปอันดับค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด 5 อันดับแรกของ เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย.....	93
ตารางที่ 22 สรุปคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 1. ความดั้งเดิมและโบราณ.....	94
ตารางที่ 23 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 1. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย โดยเรียงจากมากที่สุด ไปน้อยที่สุด.....	96
ตารางที่ 24 สรุปคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 2. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย.....	98
ตารางที่ 25 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 2. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย โดยเรียงจากมากที่สุด ไปน้อยที่สุด.....	99

ตารางที่ 26	สรุปคะแนนเฉลี่ย	สี่	สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม	3. ความสุขและมี โชค.....	101
ตารางที่ 27	วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย	สี่	สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม	3. ความสุขและมีโชค	102
ตารางที่ 28	สรุปคะแนนเฉลี่ย	สี่	สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม	4. ความ อบอุ่นรักใคร่.....	104
ตารางที่ 29	วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย	สี่	สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม	4. ความอบอุ่นรักใคร่.....	105
ตารางที่ 30	สรุปคะแนนเฉลี่ย	สี่	สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม	5. ความราบรื่น	107
ตารางที่ 31	วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย	สี่	สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม	5. ความราบรื่น	108
ตารางที่ 32	สรุปคะแนนเฉลี่ย	สี่	สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม	6.ความคิดถึงบ้าน และนึกถึงช่วงเวลาในอดีต.....	109
ตารางที่ 33	วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย	สี่	สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม	6.ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต.....	111
ตารางที่ 34	สรุปคะแนนเฉลี่ย	สี่	สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม	7.ความเศร้าโศก เสียใจและระลึกถึง	113
ตารางที่ 35	วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย	สี่	สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม	7.ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง	114
ตารางที่ 36	สรุปคะแนนเฉลี่ย	สี่	สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม	8. ความดั้งเดิมและ กระตือรือร้น.....	115
ตารางที่ 37	วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย	สี่	สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม	8. ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น	117
ตารางที่ 38	สรุปคะแนนเฉลี่ย	สี่	สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม	9.ความเป็นมนุษย์ และธรรมชาติ.....	118
ตารางที่ 39	วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย	สี่	สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม	9.ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ	120
ตารางที่ 40	สรุปคะแนนเฉลี่ย	สี่	สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม	10. ความซ้ำซ้อน และมีทักษะฝีมือ.....	122
ตารางที่ 41	วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย	สี่	สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม	10. ความซ้ำซ้อนและมีทักษะฝีมือ	124

ตารางที่ 42 สรุปคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 11.ความอ่อนคลาย	125
ตารางที่ 43 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 11.ความอ่อนคลาย	127
ตารางที่ 44 สรุปคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 12.ความหวานชื่น และเต็มไปด้วยจินตนาการ	128
ตารางที่ 45 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 12.ความหวานชื่นและเต็มไปด้วยจินตนาการ	130
ตารางที่ 46 สรุปคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 13.ความสดชื่น และอดทน	132
ตารางที่ 47 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 13.ความสดชื่นและอดทน	133
ตารางที่ 48 การจัดกลุ่มอารมณ์ตามเทศกาล	135
ตารางที่ 49 อารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สำหรับเทศกาลตรุษจีน	136
ตารางที่ 50 อารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สำหรับเทศกาลเซ็งเม้ง	137
ตารางที่ 51 อารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สำหรับเทศกาลไหว้ขนมจ่า	138
ตารางที่ 52 อารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สำหรับเทศกาลไหว้สารทจีน	139
ตารางที่ 53 อารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สำหรับเทศกาลไหว้พระจันทร์	140
ตารางที่ 54 อารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สำหรับเทศกาลไหว้ขนมบัวลอย	141
ตารางที่ 55 แสดงการเลือก สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่อรสนิยม กลุ่มเป้าหมายสำหรับ เทศกาลตรุษจีน	142
ตารางที่ 56 แสดงการเลือก สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่อรสนิยม กลุ่มเป้าหมายสำหรับ เทศกาลเซ็งเม้ง	144
ตารางที่ 57 แสดงการเลือก สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่อรสนิยม กลุ่มเป้าหมายสำหรับ เทศกาลไหว้ขนมจ่า	146

ตารางที่ 58 แสดงการเลือก สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่อรสนิยม กลุ่มเป้าหมายสำหรับ เทศกาลไหว้สารทจีน.....	148
ตารางที่ 59 แสดงการเลือก สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่อรสนิยม กลุ่มเป้าหมายสำหรับ เทศกาลไหว้พระจันทร์	150
ตารางที่ 60 แสดงการเลือก สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่อรสนิยม กลุ่มเป้าหมายสำหรับ เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย	152
ตารางที่ 61 สรุปผลอารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยมที่สื่อสารเทศกาล ตรุษจีน	155
ตารางที่ 62 สรุปผลอารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยมที่สื่อสารเทศกาล เซ็งเม้ง	156
ตารางที่ 63 สรุปผลอารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยมที่สื่อสารเทศกาล ไหว้ขนมจ่าง	157
ตารางที่ 64 สรุปผลอารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยมที่สื่อสาร เทศกาลไหว้สารทจีน.....	158
ตารางที่ 65 สรุปผลอารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยมที่สื่อสาร เทศกาลไหว้พระจันทร์	159
ตารางที่ 66 สรุปผลอารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยมที่สื่อสารเทศกาล ไหว้ขนมบัวลอย.....	160

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 ลักษณะการวางชายขนมไหว้หน้าร้านย่านเยาวราช.....	6
ภาพที่ 2 ขนมแข่ง	8
ภาพที่ 3 บรรจุภัณฑ์ขนมจ้างที่วางขายในห้างสรรพสินค้า	8
ภาพที่ 4 ขั้นตอนการดำเนินวิจัย	12
ภาพที่ 5 ซาลาเปา.....	20
ภาพที่ 6 ขนมไข่.....	21
ภาพที่ 7 ขนมถ้วยฟู	22
ภาพที่ 8 ขนมจันอับ	23
ภาพที่ 9 ขนมเปียะ	25
ภาพที่ 10 ขนมแข่ง	26
ภาพที่ 11 ขนมเทียน.....	27
ภาพที่ 12 ขนมจู้ซังเปียะ แบบกรอบ	28
ภาพที่ 13 จูซังเปียะ แบบนุ่ม	29
ภาพที่ 14 ขนมจ้างหรือบ๊ะจ่าง.....	30
ภาพที่ 15 ขนมกั๊จ้าง แบบมัดรวมกันและแยกชิ้น	31
ภาพที่ 16 ขนมไหว้พระจันทร์.....	32
ภาพที่ 17 ขนมโก๋ขาวและโก๋เหลือง	33
ภาพที่ 18 ขนมบัวลอยหรือขนมอี.....	34
ภาพที่ 19 ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	37
ภาพที่ 20 ปลาทอง (Golden Fish).....	37
ภาพที่ 21 ดอกบัว (Lotus Flower).....	38
ภาพที่ 22 แจกันวิเศษ (Treasure Vase).....	38
ภาพที่ 23 ธงชัย (Victorious Banner)	38
ภาพที่ 24 ธรรมจักร (Wheel of Law).....	39
ภาพที่ 25 หอยสังข์ (Couch).....	39
ภาพที่ 26 เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	40
ภาพที่ 27 แปดสัญลักษณ์มงคล	40
ภาพที่ 28 แปดสัญลักษณ์มงคล	41
ภาพที่ 29 ประชากรจำแนกตามอายุ และเพศ.....	42

ภาพที่ 31	ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์	50
ภาพที่ 30	โครงสร้างกระดาษลูกฟูก.....	56
ภาพที่ 32	ตราสินค้า	174
ภาพที่ 33	บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลตรุษจีน.....	174
ภาพที่ 34	บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลตรุษจีน.....	175
ภาพที่ 35	ถุงผ้าใส่บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลตรุษจีน	175
ภาพที่ 36	บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลเซ็งเม้ง.....	176
ภาพที่ 37	บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลตรุษจีน.....	176
ภาพที่ 38	ถุงผ้าใส่บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลตรุษจีน	177
ภาพที่ 39	บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้ขนมจ่าง	177
ภาพที่ 40	บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้ขนมจ่าง.....	178
ภาพที่ 41	ถุงผ้าใส่บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้ขนมจ่าง.....	178
ภาพที่ 42	บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลสารทจีน.....	179
ภาพที่ 43	บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลสารทจีน.....	179
ภาพที่ 44	ถุงผ้าใส่บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลสารทจีน	180
ภาพที่ 45	บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้พระจันทร์	180
ภาพที่ 46	บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้พระจันทร์.....	181
ภาพที่ 47	ถุงผ้าใส่บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้พระจันทร์	181
ภาพที่ 48	บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้ขนมบัวลอย	182
ภาพที่ 49	บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้ขนมบัวลอย	182
ภาพที่ 50	ถุงผ้าใส่บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้ขนมบัวลอย	183
ภาพที่ 51	ภาพรวมบรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้ในแต่ละเทศกาล.....	183
ภาพที่ 52	หิ้วถุงผ้าและวิธีการห่อบรรจุภัณฑ์	184
ภาพที่ 53	ภาพรวมถุงใส่บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้ในแต่ละเทศกาล	184
ภาพที่ 54	ตัวอย่าง Mobile Application สำหรับเทศกาลตรุษจีน.....	185

บทที่ 1

บทนำ

1.1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การไหว้เจ้า เป็นส่วนหนึ่งของเทศกาลความเชื่อของชาวจีน ซึ่งมีประวัติศาสตร์อันยาวนานมากกว่า 5,000 ปี จนเกิดเป็นเทศกาลต่างๆของชาวจีน ซึ่งล้วนแต่มีรากฐานมาจากความเชื่อและการดำเนินชีวิตประจำวันของชาวจีนโบราณ โดยเทศกาลจีนนั้น มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ตามความเจริญทางสังคมอันเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นประชากร สินค้า ฐานะทางการเงิน และความเชื่อทางศาสนา สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้เกิดเทศกาลต่างๆ ที่มีรวมเอาความหลากหลายในวัฒนธรรมทางสังคมของชาวจีนโบราณ เทศกาลจีนจึงเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่สำคัญในการใช้ชีวิตของชาวจีน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

เทศกาลจีนโดยส่วนใหญ่ในอดีตนั้นล้วนแต่เชื่อมโยงกับการพัฒนาทางด้านดาราศาสตร์ ปฏิทิน และคณิตศาสตร์ โดยมีการพัฒนามาจาก 24 ฤดูกาลของจีน (Twenty-Four Seasonal Division Points) ซึ่งถูกใช้เป็นตัวแบ่งในแต่ละเทศกาล หรือที่เรียกว่าปฏิทินจันทรคติ โดยเริ่มใช้ครั้งแรกในช่วง ก่อนคริสตศักราช 206 - 220 ในสมัยราชวงศ์ฮั่น (The Han Dynasty) ผู้คนในยุคสมัยนั้นต่างมีความหลากหลายทางอาชีพ และการใช้ชีวิตที่พึ่งพาความหวัง และความกลัวต่อการเปลี่ยนแปลงฤดูกาลของปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ เทศกาลต่างๆก็เริ่มเข้ามามีบทบาท เช่น เทศกาลตรุษจีน เทศกาลโคมไฟ เทศกาลเซ็งเม้ง เทศกาลสารทจีน เทศกาลไหว้ขนมจ่าง เทศกาลไหว้พระจันทร์ เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย ฯลฯ ซึ่งโดยดั้งเดิมแต่ละเทศกาลต่างได้รับอิทธิพลมาจากการบวงสรวงเทพเจ้า ความเชื่อเรื่องภูตผี ตำนาน และความเชื่อทางศาสนา ซึ่งในสมัยราชวงศ์ฮั่นนั้น ถือว่าเป็นช่วงการรวมชาติของจีน เป็นยุคทองของการเมือง เศรษฐกิจ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่กำลังพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็ว จนไปสู่ยุคสมัยของราชวงศ์ถัง (The Tang Dynasty) ช่วง ค.ศ. 618 -907 มุมมองของเทศกาลได้ค่อยๆเปลี่ยนไปจากการบวงสรวงและความเชื่อเรื่องภูตผีแบบเดิมๆ กลายเป็นสิ่งที่สร้างความบันเทิงให้กับการใช้ชีวิต เทศกาลได้กลายเป็นช่วงเวลาสนุกสนาน และได้พัฒนาเพิ่มเติมในเรื่องของการสื่อสารระหว่างเชื้อชาติที่แตกต่างกัน ทำให้เทศกาลต่างๆ ได้แผ่ขยายไปสู่ผู้คนชาวจีนได้อย่างทั่วถึง จนสามารถหล่อหลอมรวมกันเป็นเทศกาลหลักของชาวจีนเพื่อให้สืบทอดต่อไปจนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน

เทศกาลแบบดั้งเดิมของชาวจีนนั้น ไม่เพียงแต่มีบทบาทที่สำคัญทางด้านวัฒนธรรม การใช้ชีวิตของชาวจีนแล้ว แต่ยังมีอีกบทบาทหนึ่งที่สำคัญคือทางด้านเศรษฐกิจโดยเกือบทุกเทศกาลนั้นมีการติดต่อกันทางด้านสังคมและด้านการค้า โดยชาวนานั้นสามารถแลกเปลี่ยนหรือขายสินค้าต่อกัน

ชาวเมืองมาจับจ่ายซื้อของในช่วงเทศกาล เกิดการจ้างงาน จึงทำให้เทศกาลกลายเป็นสิ่งที่สำคัญทางด้านเศรษฐกิจของชาวจีน

การพัฒนาการของเทศกาลต่าง ๆ นั้นเกิดขึ้นในช่วงเวลาอันเป็นประวัติศาสตร์อันยาวนาน ธรรมชาติอันดั้งเดิมของเทศกาลจีนนั้น ได้สะท้อนถึงชีวิตชีวาในประวัติศาสตร์และความมั่งคั่งของชนชาติจีนของชาวจีนฮั่น แต่ก็ยังมีอีก 55 ชนเผ่าชาวจีน ซึ่งต่างก็มีขนบธรรมเนียมและประเพณีของตน และยังมีสืบทอดต่อมาจนปัจจุบัน ซึ่งเป็นเครื่องบ่งบอกถึงการใช้ชีวิตในอดีต และถือเป็นสีสันความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชาวจีน

ด้านสังคมได้ถูกพัฒนาด้วยทัศนคติที่เปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรมซึ่งวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องเรื่อยมา จนกระทั่ง การปฏิวัติในปี ค.ศ. 1911 ประเทศจีน เทศกาลที่ยังคงมีเทศกาลที่มีความหลากหลายและยังอยู่ร่วมกันในสังคม ซึ่งบางเทศกาลก็ยังคงมีความนิยม แต่บางเทศกาลความนิยมกลับลดลง เทศกาลที่ยังเป็นที่นิยมอยู่ คือ เทศกาลตรุษจีน เทศกาลเซ็งเม้ง เทศกาลไหว้ขนมจ่าง เทศกาลสารทจีน และเทศกาลไหว้พระจันทร์ ยังคงเฉลิมฉลองกันอย่างกว้างขวางซึ่งก็ยังคงสืบทอดต่อมาแต่ก็ยังมีพัฒนาโดยยังคงแก่นสารของเทศกาลแบบดั้งเดิมอยู่แต่ก็รับเอาอิทธิพลใหม่ๆเข้ามาร่วมอยู่เสมอ จนกระทั่งเริ่มค่อยๆลบล้างรูปแบบเทศกาลแบบดั้งเดิมลงอย่างช้าๆ จนถึงปัจจุบัน เทศกาลจีนในปัจจุบันนั้นได้รับเอา วัฒนธรรมและเทศกาลฝั่งตะวันตก เช่น เทศกาลแห่งความรัก (Valentine's Day) เทศกาลวันโกหก (April Fool's Day) เทศกาลวันแม่ (Mother's Day) และวันคริสต์มาส (Christmas Day) ซึ่งกำลังกลายเป็นที่นิยมขึ้นเรื่อยๆในสังคมชาวจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนรุ่นใหม่ที่อยู่อาศัยในเมือง

ซึ่งบทบาทการไหว้เจ้าและการสืบทอดประเพณีการไหว้มาสู่ไทยนั้น มาจากกลุ่มชาวจีนที่มาตั้งรกรากอยู่ที่ประเทศไทยเป็นเวลานาน เช่น คนจีนแต้จิ๋ว แคะ ฮกเกี้ยน ไทหล่า หรืออื่นๆ [1] เราจึงเรียกคนกลุ่มนี้ว่า “ชาวจีนโพ้นทะเล” หรือ หวาเฉียว ซึ่งเป็นชาวจีนที่อพยพเข้ามาจากชายฝั่งตะวันออกเฉียงใต้และภาคใต้ของประเทศจีน โดยส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกรรมกรและชาวนา และนำเอาประเพณีท้องถิ่นของตนที่ติดตัวมาจากการดำเนินชีวิต เมื่อผ่านไปหลายชั่วอายุคนจึงเกิดการผสมผสานกันระหว่างภาษาและวัฒนธรรมไทย จนกระทั่งเป็น “ชาวไทยเชื้อสายจีน” หรือ หวาอี้ กันเกือบหมดแล้ว ซึ่งในช่วงเวลาที่ชาวจีนโพ้นทะเลเข้ามาสู่ในประเทศไทยนั้น ได้นำเอาพิธีกรรมความเชื่อต่างๆ ตามถิ่นฐานที่ตนเองที่ถูกถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น พร้อมกับนี้ยังผสมผสานเอา ความเชื่อทางศาสนาพุทธนิกายมหายาน ลัทธิเต๋า และขงจื้อ ที่เน้นในเรื่องคุณธรรม ความกตัญญูรู้คุณและสัจธรรม เคารพเช่นไหว้บรรพบุรุษ รวมทั้งคำสอนของเหลาจื้อ ซึ่งเน้นให้ใช้ชีวิตที่เรียบง่าย รู้จักการถือสันโดษ รู้จักพอ และปล่อยวางให้เป็นธรรมชาติ ทั้งนี้โดยพื้นฐานเชื่อว่าผู้ที่เป็นคนดีและอุทิศตนเพื่อสังคมส่วนรวมเมื่อจบชีวิตลงจะถูกยกย่องให้กลายเป็นเซียน ดังจะให้เห็นจากเทศกาล ตรุษจีน สารท

จีน หรือเทศกาลไหว้พระจันทร์ เป็นต้น [2] ซึ่งจากข้อมูลจึงเป็นที่มาของการสืบทอดประเพณีการไหว้เจ้าในแต่ละเทศกาล ในสังคมไทยต่อมาจนถึงปัจจุบัน

การไหว้เจ้าจึงเป็นประเพณีที่ชาวไทยเชื้อสายจีนปฏิบัติสืบทอดกันมาเพื่อให้เกิดความสิริมงคล และนำมาซึ่ง ความสุขความเจริญรุ่งเรืองแก่ตนเองและครอบครัว รวมทั้งกิจการงานธุรกิจที่ประกอบอยู่ ชาวจีนจึงมีความเชื่อสืบต่อกันมาว่า ในปีหนึ่งๆ มักจะมีสิ่งเลวร้าย เรื่องไม่ดั่งใจ เรื่องต่างๆ เช่น การเจ็บไข้ได้ป่วย การงานติดขัดไม่ราบรื่น เงินทองไม่คล่อง ทำอะไรก็พบความยุ่งยาก ค่าขายลำบาก มีแต่อุปสรรค บุตรบริวารก่อเรื่องวุ่นวาย นำความยุ่งยากลำบากใจมาให้ หรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่ผิดปกติ ทำให้รู้ได้ว่า "ดวงชะตาชีวิต" ไม่ดีนัก จึงจะต้องมีการขวนขวายหาที่พึ่ง จึงทำให้ออกอาการกำเนิดประเพณีการไหว้เจ้า ไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และไหว้บรรพบุรุษขึ้น

1.1.1. เทศกาลไหว้

เทศกาลไหว้เจ้าที่ชาวจีนนิยมไหว้ในรอบหนึ่งปีนั้น จะมีการไหว้ทั้งหมด 8 ครั้ง แบ่งออกเป็น 8 เทศกาลไหว้ที่สำคัญดังนี้ 1. เทศกาลตรุษจีน 2. เทศกาลไหว้โคมไฟ 3. เทศกาลเซ่งเม้ง 4. เทศกาลไหว้ขนมจ๋าง 5. เทศกาลไหว้สารทจีน 6. เทศกาลไหว้พระจันทร์ 7. เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย 8. เทศกาลไหว้สิ้นปี [3] มีช่วงเวลาในการไหว้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงช่วงเวลาในการไหว้ในแต่ละเทศกาล

ลำดับ	เทศกาลไหว้	ช่วงเวลา
1	เทศกาลตรุษจีน (Spring Festival)	วันที่ 1 เดือน 1
2	เทศกาลโคมไฟ (Lantern Festival)	วันที่ 15 เดือน 1
3	เทศกาลเซ่งเม้ง (Pure Brightness Festival)	วันที่ 4 เดือน 3
4	เทศกาลไหว้ขนมจ๋าง (Dragon Boat Festival)	วันที่ 5 เดือน 5
5	เทศกาลสารทจีน (Ullambana Festival)	วันที่ 15 เดือน 7
6	เทศกาลไหว้พระจันทร์ (Mid-Autumn Festival)	วันที่ 15 เดือน 8
7	เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย (Dong Jie Festival)	วันที่ ไม่กำหนดวัน เดือน 11
8	เทศกาลไหว้สิ้นปี	วันที่ ไม่กำหนดวัน เดือน 12

1.1.2. การจัดของไหว้

- ถ้าจัดใหญ่ นิยมเป็นตัวเลข 5 คือ มีของควา 5 อย่าง เรียกว่า “โหงวแซ” ประกอบด้วย หมู ไก่ ตับ ปลา และกุ้งมังกร แต่เนื่องจากกุ้งมังกรนั้นแพงและหาไม่ง่าย จึงนิยมไหว้เป็ดหรือปลาหมึกแห้งแทน ของหวาน 5 อย่าง เรียกว่า “โหงวเปี้ย” อาจเป็นซาลาเปาไส้หวาน ขนมไข่ ขนมถ้วยฟู ขนมกุยช่าย และขนมจันอับ ผลไม้ 5 อย่าง เรียกว่า “โหงวก้วย”
- ถ้าจัดเล็ก ก็เป็นชุดละ 3 อย่าง มีของควา 3 อย่างเรียกว่า “ซาแซ” ของหวาน 3 อย่าง เรียกว่า “ซาเปี้ย” ผลไม้ 3 อย่าง เรียกว่า “ซาก้วย” หรือจะมีแค่อย่างเดียวก็น่าได้

1.1.3. การจัดขนมไหว้ในแต่ละเทศกาล

จากการได้รับคำปรึกษาจาก อาจารย์วรศักดิ์ มหัทธโนบล ผู้อำนวยการศูนย์จีนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย [4] ได้สรุปเทศกาลไหว้ที่สำคัญของคนไทยเชื้อสายจีนที่นิยมไหว้กันอยู่ จาก 8 เทศกาล เหลือเพียง 6 เทศกาลเพื่อให้เหมาะสมกับงานวิจัยโดยอ้างอิงกับช่วงเวลาในการไหว้ โดยยกเว้น 2 เทศกาลคือ เทศกาลไหว้สัณปี และเทศกาลโคมไฟ ซึ่งจัดอยู่ในช่วงเวลาเดียวกันกับเทศกาลตรุษจีนกล่าวคือ เสมือนเป็นส่วนหนึ่งของเทศกาลตรุษจีน ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงของการวิจัยเพื่อใช้ในการออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้เจ้าตามเทศกาล ซึ่งถ้าช่วงเวลาใกล้เคียงกันจนเกินไปอาจทำให้ไม่สามารถแยกแยะบรรจุภัณฑ์แต่ละเทศกาลได้ อีกทั้งยังเป็นการสิ้นเปลืองในกรณีที่น่าไปใช้ ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำเป็นตารางการไหว้ขนม ในแต่ละเทศกาล เพื่อใช้ในการประกอบการจัดกลุ่มชุดบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ซึ่งในงานวิจัยนี้จัดทำเพื่อเป็นประโยชน์กับกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนเท่านั้น โดยผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญได้คัดเลือกเฉพาะเทศกาลที่มีกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนนิยมไหว้ในปัจจุบัน

ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวแบ่งตามเทศกาลไหว้เฉพาะขนมไหว้ 6 เทศกาล ดังนี้

ตารางที่ 2 ขนมไหว้ที่ใช้ในแต่ละเทศกาล

เทศกาล	ขนมที่ใช้ประกอบการไหว้
1. เทศกาลตรุษจีน	<ul style="list-style-type: none"> - ซาลาเปา (มีไส้และไม่มีไส้) - ขนมไข่ - ขนมถ้วยฟู - จั๊บกี้ม (ขนมจันอับ) - ตัวเปี้ย (ขนมเปี้ย) - ขนมแข่ง - ขนมเทียน

2. เทศกาลเซ็งเม้ง	- ขนمجูซังเปี้ย (แบบกรอบและนุ่ม)
3. เทศกาลไหว้ขนมจ่าง	- ขนมบ๊ะจ่าง - ขนมกี้จ่าง
4. เทศกาลสารทจีน	- ซาลาเปา(มีไส้และไม่มีไส้) - ขนมไข่ - ขนมเทียน - ขนมแข่ง - จับกิม (ขนมจันอับ) - ขนมถั่วพู
5. เทศกาลไหว้พระจันทร์	- ขนมไหว้พระจันทร์ - ขนมโก๋ (สีขาและสีเหลือง)
6. เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย	- ขนมอี๋(ขนมบัวลอย)

ชาวไทยเชื้อสายจีนได้รับการสืบทอดประเพณีการไหว้เจ้าในเทศกาลต่างๆ จากบรรพบุรุษ ส่งต่อมารุ่นสู่รุ่น อาจารย์เศรษฐพงศ์ จงสงวน นักวิชาการอิสระด้านจีนศึกษา (2555) [5] ได้พูดถึงปัญหาการสืบทอดการไหว้เจ้าอันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรมว่าลูกหลานชาวจีนนั้นไม่ได้ให้ความสำคัญของการไหว้เนื่องจากต้องออกไปทำงาน ทำให้ไม่มีเวลาเตรียมของเซ่นไหว้ ซึ่งมีรายละเอียดค่อนข้างมาก ซึ่งแนวโน้มสภาพหน้าการเลืกดซื้อของไหว้เจ้าจะเป็นในลักษณะสำเร็จรูป คือการจัดเป็นชุด เพื่อให้สะดวกในการเลือกซื้อ แต่สิ่งหนึ่งที่เป็นกังวลคือ กลุ่มคนรุ่นใหม่เหล่านี้ จะรู้ถึงความหมายและความสำคัญของการไหว้ได้อย่างไร

การไหว้ในยุคต่อไปจึงมีแนวโน้มเป็นการไหว้แบบสำเร็จรูป แม้อีกนานกว่าประเพณีตรุษจีนจะหายไปจากสังคมไทย แต่การจะทำให้วัฒนธรรมของตรุษจีนยังคงอยู่ คงต้องถ่ายทอดความรู้เชิงวัฒนธรรมลงไปในตัวคนรุ่นใหม่ๆ แบบรุ่นต่อรุ่น ให้เป็นองค์ความรู้ในระยะยาว ก่อนที่วัฒนธรรมนี้จะขาดช่วงและสูญหายไป



ภาพที่ 1 ลักษณะการวางขายขนมไหว้หน้าร้านย่านเยาวราช

(ที่มาภาพ : ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย)

ซึ่งจากการเดินสำรวจร้านขายขนมไหว้ของผู้วิจัยในย่านเยาวราชนั้น พบว่ามีร้านขายขนมไหว้โดยส่วนมากจะวางขายกันขนมกันโดยไม่แบ่งเทศกาล รูปที่ 1 อีกทั้งยังมีขนมหลายอย่างที่มิได้ใช้ในงานเทศกาลไหว้ เช่น ขนมไหว้ที่ใช้ในงานมงคล งานขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น ทำให้ผู้ที่มาซื้อขนมไหว้นั้นจำเป็นต้องมีความรู้ที่เทศกาลที่ตนไหว้นั้นต้องใช้ขนมอะไรบ้างในการไหว้ ถึงแม้ว่าจะสามารถถามเจ้าของร้านได้แต่คงไม่สะดวกนักเวลาเลือกซื้อ

เนื่องจากประเพณีการไหว้เจ้า เป็นประเพณีที่มีความสำคัญของคนเชื้อชาติจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ คนไทยที่มีเชื้อสายจีน ที่กระทำสืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งมีความยุ่งยากในการจัดเตรียมอุปกรณ์ในการเซ่นไหว้ อีกทั้งการไหว้เจ้า บุคคลที่เป็นคนจัดเตรียมล้วนแต่เป็นคนเฒ่าคนแก่ภายในครอบครัว ซึ่งต้องยอมรับกันว่ากลุ่มคนที่จะมารับการสืบทอดวิธีการไหว้และจัดเตรียมของไหว้นั้น คือรุ่นลูกและรุ่นหลาน ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วมิได้ให้ความสำคัญหรือไม่รู้ถึงความสำคัญของการไหว้เท่าไรนัก จึงขาดความสนใจในการรับรู้วิธีการจากรุ่นก่อนๆ อีกทั้งภาวะ การแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ที่เร่งรีบแข่งกับเวลาในสังคมปัจจุบันบังคับให้คนกลุ่มนี้ต้องทำงานเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญที่จะสามารถชักจูงคนกลุ่มนี้ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยคือ กลุ่มเจนวาย Generation Y (Why Generation)

กลุ่มเจนวาย Generation Y (Why Generation) กลุ่มคนที่ในช่วงเกิด พ.ศ. 2523 – 2533 ช่วงอายุ 23-33 ปี เนื่องจากเป็นบุคคลที่ต้องทำงานในยุคสังคมของการแข่งขัน ซึ่งมีลักษณะนิสัยชอบแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบอยู่ในกรอบเงื่อนไข คนกลุ่มนี้ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่าสิ่งที่ทำให้มีผลต่อตนเองและต่อหน่วยงานอย่างไร อีกทั้งยังมีความสามารถในการทำงานเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร และยังสามารถทำงาน

หลายๆอย่างได้ในเวลาเดียวกัน Gen-Y เป็นผู้บริโภคที่ใจร้อน ต้องการเห็นผลสำเร็จอย่างรวดเร็วเนื่องจากเชื่อในศักยภาพของตนเอง [6]

ซึ่งด้วยลักษณะนิสัยดังกล่าวนี้ส่งผลให้คนกลุ่มเจนวายขาดความอดทนในการรับรู้ถึงความสำคัญของการไหว้ การเรียนรู้วิธีการและการจัดเตรียมเครื่องไหว้จากผู้ใหญ่รุ่นก่อนๆ เนื่องจากการไหว้เจ้านั้นต้องใช้เวลาในการจัดเตรียม การเลือกซื้อซึ่งมีรายละเอียดค่อนข้างมาก อีกทั้งลักษณะการไหว้ในแต่ละช่วงเทศกาลมีความแตกต่างกันออกไปตามแต่ละเทศกาล ยิ่งเพิ่มความยุ่งยากในการจัดเตรียมมากยิ่งขึ้นไปอีก ส่งผลให้คนในกลุ่มนี้อาจตัดสินใจเลิกไหว้ และอาจทำให้ประเพณีการไหว้เจ้าของคนไทยเชื้อสายจีนอาจจะค่อยๆ ลดลงจนสูญหายไปที่สุดในที่สุด

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายถึงปัญหาของการเลือกซื้อขนมไหว้เจ้า คือผู้ซื้อไม่รู้ว่าจะในช่วงเทศกาลไหว้ของตนนั้น มีขนมอะไรบ้างที่จะต้องซื้อ ถึงแม้ว่าจะรู้แต่ก็ไม่สามารถหาซื้อได้ง่ายนักจำเป็นต้องไปซื้อจากแหล่งสินค้าเฉพาะ เช่น เขาวราช หรือย่านตลาดชาวจีน แต่ถ้าสามารถหาซื้อได้ตามร้านสะดวกซื้อต่างๆ เช่น โลตัส บิ๊กซี เซเว่นอีเลเว่น ได้ก็คงดี เพราะไม่ยากเสียเวลาในการเดินทางและเลือกซื้อว่าถูกต้องหรือไม่ และถ้าหากมีการจัดขนมไหว้เป็นชุดๆ ในแต่ละช่วงเทศกาลได้ ผู้ซื้อจะสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างไม่ยากนัก [7]

ซึ่งจากการสำรวจเปรียบเทียบความนิยมในกลุ่มของขนมไหว้เจ้านั้น ขนมไหว้พระจันทร์เป็นขนมที่มีการทำตลาดมากที่สุด ทำให้มีกลุ่มธุรกิจร้านอาหาร เช่น เอสแอนด์พี , สตาร์บัคส์, คอฟฟี่เวิลด์, สเวนเซนส์ และสีฟ้า เป็นต้น หันมารุกตลาดขนมไหว้กันมากขึ้น [8] เนื่องจากการแข่งขันกันทางตลาด จึงทำให้บรรจุกิจภัณฑ์ขนมไหว้พระจันทร์ได้รับการพัฒนาและออกแบบเรขศิลป์และบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ยิ่งส่งผลให้การออกแบบในกลุ่มนี้ได้รับความนิยมอย่างมาก

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย[9]ได้กล่าวถึงตลาดเฉพาะขนมไหว้พระจันทร์นั้นคิดเป็นมูลค่าต่อปีถึง 750 ล้านบาท และได้แนะนำหนึ่งในกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งคือการออกแบบรูปลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ ว่า บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม บ่งบอกความหมายที่เป็นมงคล สร้างคุณค่าให้กับผู้ให้และผู้รับ ถือเป็นปัจจัยต่อการตัดสินใจซื้อที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ารสชาติของขนมไหว้พระจันทร์ ดังนั้น ในทุกปีผู้ประกอบการขนมไหว้พระจันทร์ จึงมีการออกแบบรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ขนมไหว้พระจันทร์ให้มีความสวยงาม แปลกตา สามารถเก็บไว้เป็นที่ระลึกหรือของสะสมได้ ซึ่งนอกจากจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายแล้วยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าอีกด้วย



ภาพที่ 2 ขนมขง

(ที่มาภาพ : <http://www.dmc.tv/pages/scoop/ของไหว้เจ้า.html>)

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยเห็นว่ายังมีขนมไหว้อื่นๆที่ยังไม่ได้รับการออกแบบที่เหมาะสม และขนมไหว้บางชนิดยังไม่มีการทำบรรจุภัณฑ์เลยดังรูปที่ 1 เช่น ขนมขง เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าถ้าขนมไหว้อื่นๆ ได้รับการออกแบบเรขศิลป์และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายก็น่าจะช่วยกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น



ภาพที่ 3 บรรจุภัณฑ์ขนมจ้ำงที่วางขายในห้างสรรพสินค้า

(ที่มาภาพ : ผู้วิจัย)

แนวโน้มในปัจจุบันเริ่มมีการทำบรรจุภัณฑ์ขนมไหว้ชนิดอื่นๆ นอกเหนือจากขนมไหว้พระจันทร์ คือ ขนมจ้าง รูปที่ 3 ซึ่งผู้วิจัยได้สำรวจมาในห้างสรรพสินค้า ซึ่งยังขาดเอกลักษณ์ และยังไม่เป็นที่ดึงดูดต่อกลุ่มเป้าหมายดังรูป

Gen-Y เป็นผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความเท่ (Cool) ในแบบฉบับของตนเองเป็นอย่างมาก ซึ่งในความเท่ในแบบฉบับของ Gen-Y ก็จับทิศทางได้ยากเหมือนกัน เพราะความเท่เป็นเรื่องของความรู้สึกนึกคิด ซึ่งยากอยู่ที่จะทำให้คนหลายๆ คนคิดเห็นตรงกันได้ จากการศึกษาพฤติกรรมและความคิดของ Gen-Y นั้นพบว่า ความเท่ในแบบฉบับที่ Gen-Y มีโอกาสสนใจนั้น สามารถแยกออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ 1.ความเท่ในแบบฉบับ Mix and Match ซึ่งหมายถึงความเท่ในแบบไร้ระเบียบ (Unorganized) หมายถึงการนำสองสิ่งที่ไม่น่าจะอยู่ร่วมกันมาปรับเข้าชุดกันทำให้เกิดความแปลกใหม่ 2. ความเท่ในแบบมี Innovation ไม่ว่าจะ เป็น Innovation ใน Product Prize Promotion และPlace แปรนด์ที่พยายามจะจับคนกลุ่มนี้ จึงต้องค้นหาวิธีการใหม่ๆ แหวกแนว และลองทำตลาดดู หากเท่และโดนใจ โอกาสสำเร็จก็ไม่ยาก [10]

จากการสัมภาษณ์นางสาววิภาพรรณ เลิศพัฒนสุขไพศาล กลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่นวาย ต่อความคิดเห็นบรรจุภัณฑ์ขนมไหว้เจ้าในท้องตลาดพบว่า บรรจุภัณฑ์ที่พบในท้องตลาดดูเหมือนกันหมดในทุกๆร้านทำให้ไม่รู้สึกลงถึงเทศกาลใดๆเป็นพิเศษ และมักใช้การตัดสินใจเลือกซื้อจากร้านที่ได้ยินหรือได้ฟังว่ารสชาติดีโดยไม่ได้สนใจในตัวบรรจุภัณฑ์ซักเท่าไรหรอก แต่ถ้าร้านคำมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามอย่างสินค้าของเอสแอนด์พี ก็จะเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้เลือกซื้อถึงแม้ว่าจะเป็นร้านที่ไม่เคยซื้อมาก่อนก็ตาม [11]

สอดคล้องกับ นภวรรณ คณานุรักษ์ (2547) พูดถึงว่า การออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ดีสามารถกระตุ้นความต้องการและการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้ เพราะกราฟิกสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดึงดูด กระตุ้นอารมณ์ และกระตุ้นการซื้อสินค้าผู้บริโภคได้ [12]

ซึ่งผลวิจัยและการออกแบบเรขศิลป์ในงานวิจัยนี้จะช่วยให้ กลุ่ม Gen Y ได้รับรู้ถึงเอกลักษณ์ความหมายและความสำคัญของการไหว้เจ้า ให้คนรุ่นใหม่ได้เห็นถึงคุณค่าและความหมายของเทศกาล ที่เปรียบได้กับครอบครัวชาวเงิน ที่ให้ความสำคัญต่อบุพการีและบรรพบุรุษ ไปจนถึงการส่งต่อความสุขแก่ผู้คนรอบข้าง ทั้งยังช่วยเพิ่มความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการเลือกซื้อได้ตรงกับเทศกาลไหว้เจ้าได้ อีกทั้งในแง่เศรษฐกิจยังเป็นตัวช่วยหนึ่งที่สำคัญในการทำตลาดขนมไหว้เจ้าอื่นๆ ได้อีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อหาอารมณ์ที่สื่อสารถึงแต่ละเทศกาลไหว้ได้
- 1.2.2 เพื่อหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารกับแต่ละเทศกาลไหว้ตามอารมณ์ได้
- 1.2.3 เพื่อหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารถึงแต่ละเทศกาลไหว้และเหมาะสมกับบรรณนิยของกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ได้

1.3 สมมุติฐานของการวิจัย

- 1.3.1 เอกลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละเทศกาลไหว้สามารถสื่อสารทางอารมณ์ที่เหมาะสมได้
- 1.3.2 เอกลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละเทศกาลไหว้สามารถสื่อสารได้ด้วยสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้
- 1.3.3 เอกลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละเทศกาลไหว้สามารถสื่อสารถึงแต่ละเทศกาลไหว้และเหมาะสมกับบรรณนิยของกลุ่มเป้าหมายได้

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

- 1.4.1 งานวิจัยนี้จะศึกษาถึงการออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้เจ้าที่ถูกใช้ในเทศกาลการไหว้หลักๆของชาวไทยเชื้อสายจีนเท่านั้น
- 1.4.2 งานวิจัยนี้ได้นำส่วนหนึ่งของสัญลักษณ์มงคลจีนเฉพาะแปดสัญลักษณ์มงคลเท่านั้นเนื่องจากระยะเวลาในการทำวิจัยและข้อมูลอ้างอิงที่มีจำกัด
- 1.4.3 งานวิจัยนี้จะมุ่งเน้นศึกษาถึงการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เท่านั้นจะไม่ครอบคลุมถึงตัวบรรจุภัณฑ์ วัสดุบรรจุภัณฑ์ กระบวนการผลิต และต้นทุนในการผลิต

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

- 1.5.1 ศึกษารวบรวมข้อมูลเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 1.5.1.1 เทศกาลไหว้ต่างๆ ของจีน
- 1.5.1.2 สัญลักษณ์มงคลต่างๆ ของจีน
- 1.5.1.3 ขนมไหว้เจ้า
- 1.5.1.4 กลุ่มเป้าหมายเงินเนอเรชั่นวาย
- 1.5.1.5 ทฤษฎีการออกแบบบรรจุภัณฑ์และองค์ประกอบของเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์
- 1.5.1.6 ทฤษฎีตัวเชื่อม (ทฤษฎีบุคลิกภาพ,ทฤษฎีสุนิยม ฯลฯ)

นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน

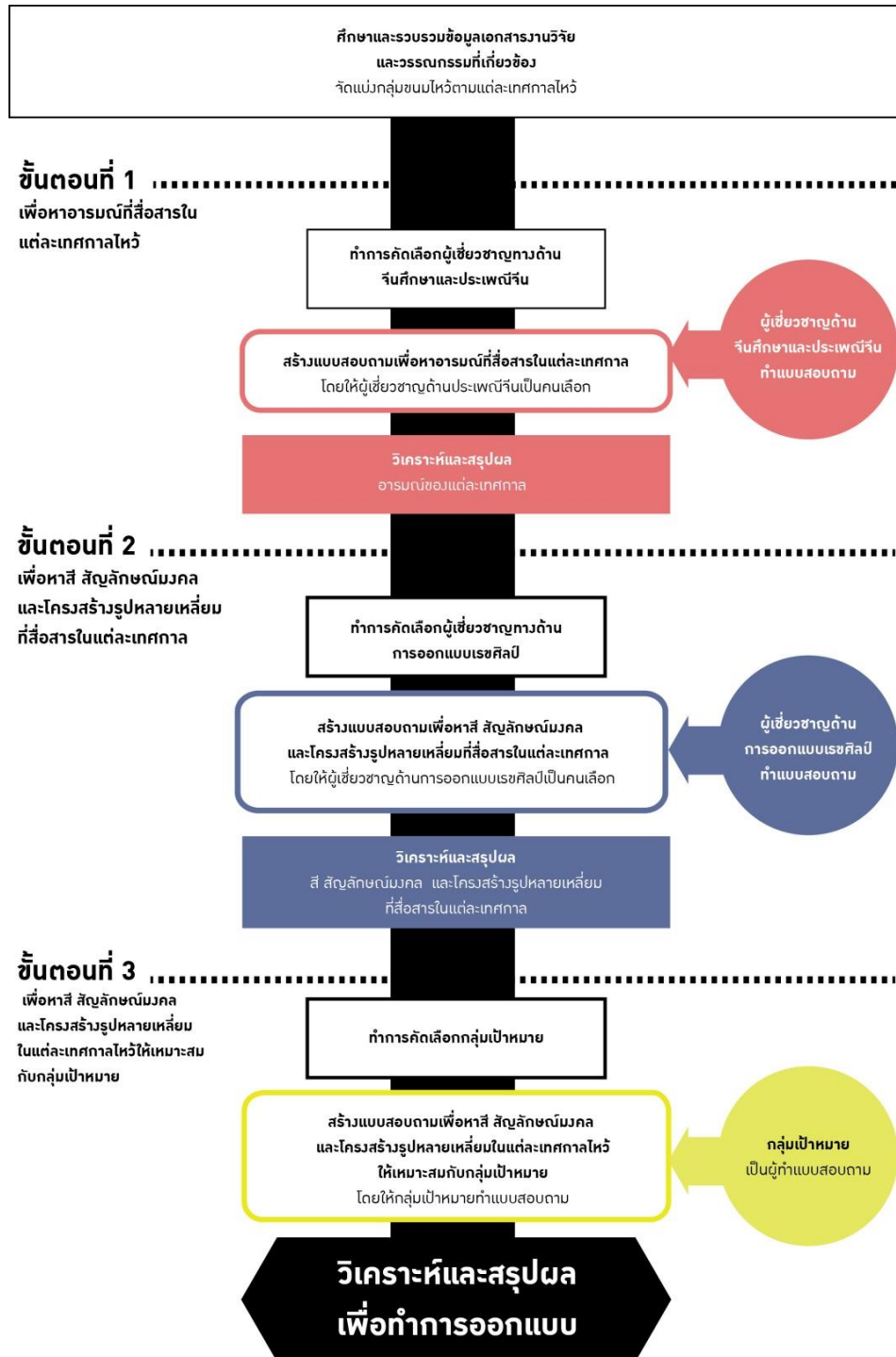
ขั้นตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเพื่อหาเอกลักษณ์ทางอารมณ์ ที่เหมาะสมกับเทศกาลไหว้ต่างๆ ของจีน และทำการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญทางด้านประเพณีจีนเพื่อเก็บผลจากแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่นำอารมณ์ที่ได้คำตอบมาจากขั้นตอนที่ 1 ในแต่ละเทศกาลมาเชื่อมโยงกับทฤษฎีออกแบบที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์เพื่อหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายโดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์เป็นผู้ทำแบบสอบถามและเก็บผลจากแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่นำเอาผลแบบสอบถามจากชุดที่ 2 นำมาให้กลุ่มเป้าหมายทำแบบสอบถามเพื่อวัดผลและเก็บรวบรวมผลจากแบบสอบถาม

1.6 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1.7 ทำการออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 4 ขั้นตอนการดำเนินวิจัย

(ที่มา : ผู้วิจัย)

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.8.1 สามารถหาอารมณ์ที่สื่อสารถึงแต่ละเทศกาลไหว้เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์ได้
- 1.8.2 สามารถหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารกับแต่ละเทศกาลไหว้ตามอารมณ์ได้
- 1.8.3 สามารถหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารถึงแต่ละเทศกาลไหว้ และเหมาะสมกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้เจ้าได้

1.9 คำจำกัดความในการวิจัย

เรขศิลป์ หมายถึง ภาพที่เกิดจากองค์ประกอบศิลป์ ได้แก่ ภาพ สี ช่องว่าง และลักษณะพื้นผิวที่ประกอบกันบนพื้นระนาบหรือวัสดุสองมิติ ที่มีความกว้างและยาวเท่ากัน [13]

การบรรจุภัณฑ์ หมายถึง หน่วยรูปแบบวัตถุภายนอกที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง หรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดผลประโยชน์ในทางการค้า [14]

ขนมไหว้เจ้า ขนมที่ใช้ประกอบพิธีทางศาสนาของชาวจีน ประเภทเครื่องเซ่นไหว้ ได้แก่ ซาลาเปา ขนมไข่ จันอับ (จับกิม) ขนมเปี๊ยะ ขนมจ้ำง ขนมถ้วยฟู ขนมเทียน ขนมเซ่ง ขนมไหว้พระจันทร์ ขนมบัวลอย เป็นต้น

กลุ่มเจนวาย Generation Y (Why Generation) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523 – 2533 อายุ 23-33 ปี เป็นกลุ่มคนที่โตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี เป็นวัยที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน มีลักษณะนิสัยชอบแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบอยู่ในกรอบและไม่ชอบเงื่อนไข คนกลุ่มนี้ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่าสิ่งที่มีผลต่อตนเองและต่อหน่วยงานอย่างไร อีกทั้งยังมีความสามารถในการทำงานที่เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร และยังสามารถทำงานหลาย ๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน Gen-Y เป็นผู้บริโภครุ่นที่ใจร้อน ต้องการเห็นผลสำเร็จทุกอย่างอย่างรวดเร็วเนื่องจากเชื่อในศักยภาพของตนเอง กลุ่มคน Gen-Y เชื่อว่าการประสบความสำเร็จในชีวิตจะเกิดขึ้นต้องทำงานหนัก ทำให้มีการแต่งงานช้าลง ไม่ถึง 30 ไม่แต่ง ถ้ามีแฟนแล้วแฟนมีอุปสรรคกับงาน ก็จะเลิกกับแฟนเลิกงาน คนกลุ่มนี้มักเปลี่ยนงานบ่อย มีเครดิตการ์ดมากกว่า 1ใบ ใช้บริการประเภทและมักใช้บริการ Personal Credit มากขึ้น [15]

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้เป็นการนำเสนอข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องการออกแบบเรขศิลป์บรรจุกฎบัตรชุดขนมไหว้เจ้าเพื่อสื่อสารเทศกาลต่างๆ สำหรับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่น วาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความหมายในรายละเอียดและสาระต่างๆ ที่นำไปใช้สำหรับการวิเคราะห์ และกำหนดขอบเขตในงานวิจัย โดยผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาเป็นหัวข้อดังนี้

- 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับเทศกาลไหว้เจ้าต่างๆ
- 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับขนมไหว้เจ้า
- 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับสัญลักษณ์มงคลต่างๆของจีน
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่น วาย
- 2.5 ทฤษฎีการออกแบบบรรจุกฎบัตรและองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุกฎบัตร
- 2.6 ทฤษฎีตัวเชื่อม
 - ทฤษฎีบุคลิกภาพ
 - ทฤษฎีอารมณ์สี

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับเทศกาลไหว้เจ้าที่สำคัญของจีน

เทศกาลไหว้ที่สำคัญของจีนนั้นในส่วนของงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกเทศกาลไหว้ที่ใช้ไหว้กันเฉพาะที่เป็นที่นิยมไหว้ในประเทศไทยเท่านั้น ซึ่งจากการสืบค้นและสัมภาษณ์ ได้แหล่งข้อมูลที่สำคัญ 5 แหล่งด้วยกันดังนี้

- หนังสือ Chinese Festival แต่งโดย Wei Liming [16]
- หนังสือเปิดตำนานเทศกาลจีน แปลและเรียบเรียงโดย ถาวร สิกขโกศล [17]
- หนังสือตี่งหนั่งเกี่ย ลูกหลานกตัญญู แต่งโดย จิตรรา กอนันทเกียรติ
- หนังสือจีนเทศกาลและวันสำคัญ แต่งโดย วันทิพย์ สิ้นสูงสุด [18]
- สัมภาษณ์อาจารย์วรศักดิ์ มหัทธโนบล ผู้อำนวยการศูนย์จีนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการศึกษาและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจีนศึกษา ผู้วิจัยได้สรุปคัดเลือกเทศกาลที่เหมาะสมต่องานวิจัย คือการออกแบบเรขศิลป์บรรจุกฎบัตรชุดขนมไหว้เจ้าเพื่อสื่อสารเทศกาลต่างๆ สำหรับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่น วาย ได้เป็น 6 เทศกาลซึ่งมีรายละเอียดแต่ละเทศกาลโดยสังเขป ดังนี้

1. เทศกาลตรุษจีน
2. เทศกาลเซ็งเม้ง
3. เทศกาลไหว้ขนมจ่าง
4. เทศกาลสารทจีน
5. เทศกาลไหว้พระจันทร์
6. เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย

2.1.1 เทศกาลตรุษจีน

ช่วงเวลา วัน 8 ค่ำ เดือน 12 ของปฏิทินจีนจนถึง 15 ค่ำ เดือนอ้ายของปีถัดไป

ที่มา เทศกาลตรุษจีน (ซุนเจีย-เทศกาลฤดูใบไม้ผลิ) คือวันเฉลิมฉลองวันปีใหม่ตามปฏิทินจันทรคติของชาวจีนเป็นเทศกาลใหญ่และยาวนานที่สุด เดิมเป็นกิจกรรมฉลองเกี่ยวกับการเก็บเกี่ยวและเซ่นบวงสรวงเทวดากับบรรพบุรุษเป็น เทศกาลมงคลเก่าแก่ อันเป็นสัญลักษณ์ของความหวัง การชุมนุมพร้อมหน้า และสามัคคีกลมเกลียว ซึ่งที่มาของเทศกาลตรุษจีนนั้นมาจากตำนานอยู่ 2 เรื่อง

เรื่องแรกคือตำนานที่เล่าถึงสัตว์ประหลาดตนหนึ่ง เรียกว่า “เหนียน (ปี)” ได้มาบุกหมู่บ้าน “เฉาฮวาซุน (หมู่บ้านดอกท้อ)” ในทุกๆ สิ้นปี จะออกมาอาละวาดกินมนุษย์และสัตว์เป็นอาหาร ซึ่งผู้คนในละแวกต่างหวาดกลัวกันมาก จนมาปีหนึ่งมีขอทานชราท่านหนึ่งมาขอพักในหมู่บ้าน และได้ให้วิธีการไล่เหนียนโดยการติดกระดาษสีแดงไว้บริเวณประตูบ้าน และให้นำปล้องไม้ไผ่โยนเข้ากองไฟให้เกิดการระเบิดเสียงดังซึ่งภายหลังพัฒนาต่อมาเป็นประทัด จนทำให้สัตว์ประหลาดเหนียนหนีไป ชาวบ้านต่างดีใจกันมา ดังนั้นทุกสิ้นปี ชาวบ้านต่างก็ประดับประดากระดาษสีแดง และจุดประทัด กิจกรรมนี้เรียกว่า “กั้วเหนียน” แปลว่า “ข้ามปี” คือข้ามปีเก่าไปสู่ปีใหม่

เรื่องที่สองเป็นตำนานของชายหนุ่มคนหนึ่งชื่อ “ว่านเหนียน (หมื่นปี)” กล่าวกันว่าในสมัยโบราณยังไม่มีปฏิทินใช้ มนุษย์ไม่มีเครื่องมือในการบอกเวลาในการเพาะปลูกในแต่ละฤดูกาล ทำให้ผลผลิตไม่ดี พระราชารู้อิตรังวิตกกังวลเป็นอันมาก ซึ่งว่านเหนียนได้สังเกตเห็นเงาต้นไม้สั้นยาวต่างกันตามวันเวลา จึงได้คิดค้นเครื่องมือในการบอกเวลาที่เรียกว่า “นาฬิกาแดด” ขึ้น ซึ่งต่อมว่านเหนียนได้ประดิษฐ์ “นาฬิกาน้ำหยด 5 ชั้น” จากแรงบันดาลใจในการสังเกตเห็นการหยดของน้ำจากน้ำตก และได้ค้นพบหลักการเปลี่ยนสลับช่วงเวลาสั้นยาวของกลางวันกลางคืน รวมถึงระยะเวลาใน รอบ 1 ปีกินเวลา 360 กว่าวัน ว่านเหนียนได้กราบบังคมทูลเรื่องนี้ต่อพระราชซึ่งพระองค์ชื่นชมยินดีเป็นอย่างมาก ซึ่งต่อมาได้ทำปฏิทินสุริยคติตามรอบฤดูกาล เพื่อเป็นเกียรติในคุณงามความดีทรงตั้งชื่อปฏิทินนี้ว่า “ว่านเหนียนลี (ปฏิทินว่านเหนียน)” ซึ่งใช้เรียกปฏิทินพื้นบ้านของจีนถึงทุกวันนี้ เนื่องจากประชาชนซาบซึ้งถึงบุญคุณของเขา จึงจัดงานฉลองรำลึกถึงเขาตอนต้นฤดูใบไม้ผลิก่อนลงมือทำนา จึงเป็นที่มาของเทศกาลตรุษจีนในที่สุด

2.1.2 เทศกาลเซ่งเม้ง

ช่วงเวลา อยู่ในช่วงเดือน 3 ของจีน หรือตรงกับวันที่ 4 – 6 เดือนเมษายนของปฏิทินสากล

ที่มา วันชิงหมิง หรือเซ่งเม้งในภาษาแต้จิ๋วเป็นเทศกาลเช่นบวงสรวงที่สำคัญที่สุดของจีน เป็นวันกวาดสุสานและเซ่นไหว้บรรพชน โดยทั่วไปสมาชิกของวงศ์ตระกูล จะตื่นกันแต่เช้านดหมายกัน แล้วเดิน "เหยียบหน้้าเขียว" คือหย้้าตามทางเดินไปยังสุสานซึ่งอยู่ในทุ่งหรือภูเขาในชนบท ถอนหน้้าและตัดต้นไม้ที่ขึ้นปกคลุมสุสาน เติมนดินใหม่ให้พอกพูน ขัดแผ่นศิลาจารึกหน้าสุสาน ตกแต่งด้วยกระดาษสี (แถบรุ้ง 5 สี)บนสุสาน จากนั้นจึงทำการเซ่นไหว้บรรพชน

2.1.3 เทศกาลขนมจ้าง

ช่วงเวลา 5 ค่ำ เดือน 5 ของปฏิทินจีน

ที่มา เทศกาลขนมจ้าง-บ๊ะจ่าง หรือ เทศกาลตวนอู้ "ตวน" แปลว่า เริ่มต้น, แรกสุด ส่วน "อู้" แปลว่า 5 ตวนอู้ จึงหมายถึงวัน 5 แรก คือ 5 ค่ำ เดือน 5 เทศกาลนี้มีมาตั้งแต่ยุคชุนชิวและจั้นกั๋ว ถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 2,000 กว่าปีเดิมวันเทศกาลนี้มีชื่อเรียกอีกหลายชื่อ เช่น ตวนอู้(5 แรก – 5 ค่ำ เดือน 5) ฉงอู้ (ช้อน 5 คือ 5 ค่ำ เดือน 5) ตวนหยวง(ตะวันตรงหัว) หลงโจวเจี้ย (เทศกาลเรือมังกร) ชื่อเหวินเจี้ย (เทศกาลกวี) จ้งเจี้ย (เทศกาลขนมจ้างหรือขนมบ๊ะจ่าง) จนถึงปัจจุบัน เทศกาลนี้ถือเป็นเทศกาลที่สำคัญของคนจีนทั่วโลก โดยที่มาของเทศกาลนั้น มาจากการรำลึกถึงชีร์หยวน (Qin Yuan) ชีร์หยวนเป็นกวีเอกและขุนนางผู้ใหญ่ของแคว้นฉู่ ซึ่งถูกใส่ร้ายโดยขุนนางกังฉิน จนถูกปลดออกจากราชการ ด้วยความคับแค้นใจ เค้้าได้แต่งบทกวีที่มีชื่อเสียงมากมายจนเป็นที่ยอมรับจากชาวบ้านให้เค้้ากลายเป็นกวีเอก จนถึงวัน 5 ค่ำ เดือน 5 278 ปี ก่อนคริสต์ศักราช เขาได้ข้้าว่าแคว้นฉินบุกยึดนครอิ่งตู เมืองหลวงของแคว้นฉู่ได้ ด้วยความรักชาติและเจ็บข้้า เขาจึงได้อ้อมหินและกระโดดข้้าตัวตายที่แม่น้ำหลัวเจียง ชาวบ้านทราบข้้า ก็พากันพายเรือออกไปงมหาศพเขา บ้างก็โยนก้อนข้้า เพื่อให้ปลากินอ้อมจะได้ไม่ไปกัดกินศพของชีร์หยวนเสียหาย หลังจากนั้นทุกวัน 5 ค่ำ เดือน 5 พัฒนาการเอาข้้าเหนียวมาห่อเป็นขนมจ้าง (บ๊ะจ่าง) เช่นไหว้ชีร์หยวน บางแห่งแข่งพายเรือมังกรรำลึกถึงการพายเรือตามมหาศพบชีร์หยวน จนกลายเป็นเทศกาล ทั้งนี้เพื่อรำลึกถึงชีร์หยวนกวีผู้รักชาติของจีน

2.1.4 เทศกาลสารทจีน

ช่วงเวลา 15 ค่ำ เดือน 7 ของปฏิทินจีน

ที่มา เทศกาลสารทจีน หรือ เทศกาลจงหยวน (Zhongyuan Festival) เรียกอีกอย่างว่าเทศกาลเดือน 7 “กู่เจีย” (เทศกาลผี) ซึ่งในทางพุทธศาสนาเรียกวันเทศกาลนี้ว่า “อิ้วหลันผินเจีย” ซึ่งหมายถึงวัน “เทศกาลอุลลัมพะสังฆทาน (Ullam-bana Festival)” โดยแปลความหมาย คือ อ่างสังฆทาน เพื่อโปรดผีที่ต้องรับโทษแขวนห้อยหัวลง โดยนัยหมายถึงผู้ตกรกทั้งปวง โดยมีที่มาจากตำนานพระโมคคัลลาน์โปรดมารดาในรก พระโมคคัลลาน์ คือพระอัครสาวกเบื้องซ้ายของพระพุทธเจ้า เป็นเลิศทางเมตตา แต่มารดาบาปหนัก รับทัณฑ์ทรมานและอดอยากหิวโหยอยู่ในนรก ไม่สามารถรับอาหารที่พระเถระส่งให้โยมมารดาได้ เพราะถูกสัตว์นรกทั้งหลายแย่งอาหาร ภายหลังจึงสอบถามพระพุทธเจ้า ทรงประทานคัมภีร์อุลลัมพะสูตร และแนะนำให้ใส่ภาชนะถวายเป็นสังฆทานแด่พระสงฆ์ทั่วทุกสารทิศ ด้วยบุญกุศล มีอนุภาพให้สัตว์นรกทั้งหลายและมารดาได้พ้นจากทุกข์ จึงเป็นที่มาของเทศกาลสารทจีนก็คือ งานอุลลัมพะสังฆทานนั่นเอง นอกจากนี้ยังถวายสังฆทานแล้วยังแจกของแก่คนยากคนจน เหมือนงานทิ้งกระจาดของไทย

2.1.5 เทศกาลไหว้พระจันทร์

ช่วงเวลา 15 ค่ำ เดือน 8 ของปฏิทินจีน

ที่มา เทศกาลไหว้พระจันทร์ หรือ วันเทศกาลจงชิว หมายถึง กึ่งกลางฤดูใบไม้ร่วง โดยมีที่มาจากตำนานฉางเอ๋อร์เหินสู่ดวงจันทร์ เล่าสืบกันมาว่า ในยุคบรรพกาลปรากฏดวงอาทิตย์ขึ้น 10 ดวง แดดเผาผู้คนจนอยู่ไม่ได้ ชายหนุ่มชื่อโฮ่วอี้ จึงขึ้นไปบนยอดสูงสุดของเขาคุนหลุน ใช้นูยิงดวงอาทิตย์ดับไป 9 ดวง โลกจึงเย็นลงทำให้พืชและสัตว์ดำรงอยู่ต่อมาได้ วันหนึ่งโฮ่วอี้ ได้พบกับพระแม่เจ้าซีหวางหมู่เทพมารดร พระนางชื่นชมในคุณงามความดีจึงประทานยาวิเศษมาให้ 2 เม็ด ถ้ากินแล้วจะบรรลุอมตะภาวะเป็นเซียนไม่แก่ไม่ตาย โฮ่วอี้ไม่ยอมเป็นเซียนเพียงคนเดียว จึงให้ภรรยาฉางเอ๋อร์ภรรยาของตนเก็บไว้ ต่อมาเฝิงเหมิงรู้ความลับจึงหวังจะชิงเอายาวิเศษมา จึงหาโอกาสช่วงที่โฮ่วอี้ไม่อยู่และได้ปีบับังคับฉางเอ๋อร์นางจึงกินยาลงไป 2 เม็ด ทำให้ร่างกายเบาจึงลอยขึ้นท้องฟ้า โฮ่วอี้ได้กลับมาเห็นฉางเอ๋อร์ลอยจึงคว้าได้เพียงชายเสื้อของฉางเอ๋อร์ วันนั้นเป็นวัน 15 ค่ำ กลางเดือน 8 พอตี พอถึงวันนี้ของทุกปีโฮ่วอี้จะเฝ้ามองฉางเอ๋อร์ในดวงจันทร์ด้วยความอาวรณ์ถวิลหา ประชาชนชาวซั้งคุณงามความดีของฉางเอ๋อร์เพื่อไม่ให้หายตกไปอยู่กับคนชั่ว และความรักของโฮ่วอี้ จึง

จัดพิธีไหว้ดวงจันทร์ในวัน 15 ค่ำ กลางเดือน 8 ตามปฏิทินจีนสืบต่อกันมาทุกปีจนกลายเป็น เทศกาลไหว้พระจันทร์

2.1.6 เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย

ช่วงเวลา ประมาณวันที่ 22 ธันวาคม ของทุกปี

ที่มา เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย หรือ เทศกาลฤดูหนาว (ตงจื่อ-จีนกลาง ,ต้งโจ๊ะ-จีนแต้จิ๋ว) หมายถึง วันเพ็ญขึ้น คือวันที่พระอาทิตย์จะส่องแสงสั้นที่สุด หรือ วันที่เป็นจุดสูงสุดในฤดูหนาว (The Extreme of Winter) ในยุคโบราณ ชาวจีนให้ความสำคัญไม่แพ้วันตรุษจีน เพราะถือเสมือนวันสิ้นปี ผู้คนจะปิดร้านและบ้านเรือน ไปทำบุญตามวัดหรือไหว้เจ้าเอกลักษณ์ที่สำคัญของเทศกาลนี้ คือ ผู้คนจะปั้นและกินขนมที่มีลักษณะคล้ายขนมบัวลอยของไทย (ออกเสียงสำเนียงแต้จิ๋วว่า “อื้อ”) ซึ่งทำจากแป้งต้มกับน้ำเชื่อมคนจีนนิยมกินขนมชนิดนี้ และมีชื่อเรียกต่างกันไป เช่น ทางเหนือจะกินเกี้ยวน้ำ ทางใต้จะกินขนมที่มีลูกใหญ่และเรียกว่า “ถ่างหยวน” (Tang Yuan) เพื่อเพิ่มความอบอุ่นให้แก่ร่างกาย และเมื่อทานแล้วคนในครอบครัวจะรักใคร่และผูกพันกันมากยิ่งขึ้น ทั้งยังเชื่อว่าเป็นมงคลทำให้ชีวิตยืนยาวขึ้นอีกหนึ่งปี และยังสามารถนำไปใช้ไหว้บรรพบุรุษและเป็นของขวัญต่อกันได้อีกด้วย

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับขนมไหว้เจ้า

ขนมไหว้เจ้าถือเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่สำคัญของพิธีกรรมการเซ่นไหว้ในเทศกาลสำคัญต่างๆ ของชาวจีนแต่โบราณ สืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งในส่วนของงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ 2 ส่วนคือ ผู้เชี่ยวชาญด้านประเพณีจีน และเจ้าของร้านขายขนมไหว้ในย่านสำคัญ เช่น เยาวราช และตลาดพลู ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ในการหาข้อมูลขนมที่นิยมไหว้ในประเทศไทย ซึ่งขอบเขตในงานวิจัยนี้จำกัดเฉพาะเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งขนมที่ใช้ไหว้นั้น อาจแตกต่างกันออกไปในบางพื้นที่ จากการหาข้อมูลขนมไหว้ สรุปเป็นขนมที่ใช้ไหว้ในแต่ละเทศกาลดังนี้

ตารางที่ 3 ขนมไหว้ที่ใช้ไหว้ในเทศกาลต่างๆ ในประเทศไทย

เทศกาล	ขนมที่ใช้ประกอบการไหว้
1. เทศกาลตรุษจีน	<ul style="list-style-type: none"> - ซาลาเปา (มีไส้และไม่มีไส้) - ขนมไข่ - ขนมถ้วยฟู - ขนมจันอับ (จับกิม)

	<ul style="list-style-type: none"> - ตัวเปี้ย (ขนมเปี้ย) - ขนมแข่ง - ขนมเทียน
2. เทศกาลสงกรานต์	<ul style="list-style-type: none"> - ขนมจู้ชึ่งเปี้ย (แบบกรอบและนุ่ม)
3. เทศกาลไหว้ขนมจ่าง	<ul style="list-style-type: none"> - ขนมบ๊ะจ่าง - ขนมกี้ย่าง
4. เทศกาลสารทจีน	<ul style="list-style-type: none"> - ซาลาเปา(มีไส้และไม่มีไส้) - ขนมไข่ - ขนมเทียน - ขนมแข่ง - ขนมจันอับ (จับกิม) - ขนมถ้วยฟู
5. เทศกาลไหว้พระจันทร์	<ul style="list-style-type: none"> - ขนมไหว้พระจันทร์ - ขนมโก๋ (สีขาวและสีเหลือง)
6. เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย	<ul style="list-style-type: none"> - ขนมบัวลอย (ขนมอี)

โดยงานวิจัยนี้มุ่งเน้นวิจัยเรื่องการออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์ขนมไหว้เจ้า ผู้วิจัยจำเป็นต้องศึกษาลักษณะทางกายภาพของขนมไหว้เจ้าในเทศกาลต่างๆ โดยได้ศึกษาจากขนมไหว้และเก็บตัวอย่างขนมไหว้ด้วยตัวเองโดยการถ่ายภาพขนมเพื่อประกอบในงานวิจัยนี้ โดยบันทึกขนาดและลักษณะทางกายภาพอื่นๆ และกระบวนการผลิต ซึ่งกระบวนการผลิตผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์คุณแม่นี้ แซ่อึ้ง เจ้าของร้านเฮียบเตียง ตลาดน้อย และจากการศึกษาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อประโยชน์ในการออกแบบต่อไป โดยมีส่วนประกอบและขั้นตอนการผลิตโดยสังเขปในขนมไหว้แต่ละชนิด ดังนี้

ซาลาเปา



ภาพที่ 5 ซาลาเปา

(ที่มาภาพ : ผู้วิจัย)

ขนาด (โดยประมาณ) 9 × 9 × 5 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ มีลักษณะนุ่มและมีความชื้นเล็กน้อย

ไส้ แบบหวานและเค็ม

ส่วนประกอบ แป้งสาลี ยีสต์ น้ำตาลทราย ผงฟู เกลือป่น เนยขาว น้ำเปล่า และเอสพี

ขั้นตอนการทำ ร่อนแป้ง ผงฟู รวมกันเติม ยีสต์ เคล้าให้เข้ากันพักไว้ ละลายน้ำตาลทราย เกลือ ในน้ำคนจนเข้ากันจนส่วนผสมละลาย เติมลงในส่วนแป้งนวดพอเข้ากัน ใส่เอสพีและเนยขาวนวดต่อจนกระทั่งเนื้อเนียนพักไว้ ตัดแป้งเป็นก้อน และนำมาคลึงเป็นก้อนกลมพักไว้ นำแป้งที่พักไว้ได้ที่แล้วมาคลึงจับจีบ และนำไปวางบนกระดาษที่ไว้ให้ขึ้นฟูเป็น สองเท่า หรือประมาณ 20-30 และนำไปนึ่งในน้ำเดือดประมาณ 10 นาที

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ขนมไข่



ภาพที่ 6 ขนมไข่
(ที่มาภาพ : ผู้วิจัย)

ขนาด (โดยประมาณ) 9 x 9 x 5 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ นิ่มมีความชื้นเพียงเล็กน้อย

ไส้ ไม่มีไส้

ส่วนประกอบ แป้งเค้ก น้ำตาลทราย ผงฟู ไข่ไก่ วนิลาและน้ำมันาว

ขั้นตอนการทำ นำไข่ไก่มาตีให้ขึ้นฟู และค่อย ๆ ทอยใส่ น้ำตาลลงไป ตีจนน้ำตาลละลายไข่ฟูขาว ใส่ น้ำมันาว วนิลา ลงไปตีเล็กน้อย ค่อย ๆ ร่อนแป้งลงไป เเบา ๆ อย่าให้ไข่ยุบตัว แล้วใช้ไม้พายปาดอย่างเบามือ เทใส่พิมพ์ที่เตรียมไว้ แล้วนำเข้าเตาอบ ประมาณ แปดถึงสิบนาที ดูให้หน้าขนมเป็นสีน้ำตาลแล้วเอาออกจากเตาทิ้งไว้สักครู่ เสร็จแล้วเอาออกจากพิมพ์ทิ้งไว้ให้เย็น

ขนมถ้วยฟู



ภาพที่ 7 ขนมถ้วยฟู

(ที่มาภาพ : ผู้วิจัย)

ขนาด (โดยประมาณ) ใหญ่ 16 x 16 x 10 ซม.

เล็ก 9 x 9 x 5 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ นิ่มและมีความชื้นเพียงเล็กน้อย

ไส้ ไม่มีไส้

ส่วนประกอบ แป้งสาลี น้ำเปล่า น้ำตาลทรายปน เอสพี ผงฟู ไข่ไก่ น้ำเปล่าผสมน้ำมะนาว นมข้นหวาน

ขั้นตอนการทำ นำเอสพีตีกับน้ำเปล่า ประมาณครึ่งถ้วยตวง ใส่น้ำตาลทรายปนตีต่อจนขึ้น ขาว ไข่ไข่ไก่ตีพอเข้ากัน ใส แป้งร่อนแล้วกับผงฟู น้ำมะนาวบีบใส่น้ำประมาณครึ่งถ้วย เทไข่ ไข่ไก่กับแป้งที่ตีเข้ากันแล้ว ใส่นมข้น ตีแรงจนขึ้นยอด ผึ่งไว้ น้ำล้างถึง ใส่น้ำ เปิดไฟกลาง รอ ให้น้ำเดือดพล่าน ตักขนมใส่แม่พิมพ์ ยกขึ้นนึ่ง พอสุกยกลง รอให้เย็น

ขนมจันอับ (จับกิม)



ภาพที่ 8 ขนมจันอับ

(ที่มาภาพ : ผู้วิจัย)

ในขนมจันอับประกอบไปด้วยขนม 5 อย่าง ดังนี้

1. ถั่วตัด

ขนาด (โดยประมาณ) 5 × 1.5 × 1 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ กรอบแห้งมีความเหนียวเล็กน้อย

ไส้ ไม่มี

ส่วนประกอบ น้ำตาล ถั่วลิสงอบ น้ำ เบนแซ งาขาวคั่วและเกลือป่น

ขั้นตอนการทำ ผสมน้ำตาลและน้ำเปล่า ลงบนหม้อตั้งไฟอ่อนๆ พอได้น้ำเชื่อมให้ใส่ เบนแซลงไป คนให้เหนียว ใส่ถั่วและงาขาว นำมาเทลงบนฟลอร์ รีบเกลี่ยถั่วอย่างรวดเร็ว โรยหน้าด้วยงา

2. งาตัด

ขนาด (โดยประมาณ) 7 × 3 × 1 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ กรอบแห้งมีความเหนียวเล็กน้อย

ไส้ ไม่มี

ส่วนประกอบ น้ำตาล งาขาวคั่วอบ น้ำ แปะแซ และเกลือป่น

ขั้นตอนการทำ ผสมน้ำตาลและน้ำเปล่า ลงบนหม้อตั้งไฟอ่อนๆ พอได้น้ำเชื่อมให้ใส่ แปะแซลงไป คนให้เหนียว ใส่งาขาว นำมาเทลงบนฟอยล์ รีบเกลี่ยตัวอย่างรวดเร็ว

3. ข้าวพอง

ขนาด (โดยประมาณ) 5 x 2.5 x 1.5 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ กรอบ และแห้ง

ไส้ ไม่มี

ส่วนประกอบ ข้าวเหนียว น้ำตาลทราย แปะแซ และน้ำมันพืช

ขั้นตอนการทำ นำข้าวเหนียวสะอาดแช่ไว้ 1 คืน นึ่งให้สุกแล้วมาผึ่งแดดให้แห้ง เกลี่ยอย่าให้ติดกันเป็นก้อน จากนั้นนำกระทะตั้งไฟ ใส่น้ำมันพืช เอาข้าวเหนียวลงทอดให้เหลืองกรอบ จากนั้นตั้งกระทะทองเหลืองเคี่ยวน้ำตาลผสมน้ำเปล่า ผสม แปะแซลงไป จากนั้นผสมข้าวเหนียวคนให้เข้ากัน ตักใส่ถาดให้เต็มอัดให้แน่น พักให้เย็นแล้วตัดเป็นชิ้นๆ

4. ลูกกวาด

ขนาด (โดยประมาณ) 1 x 1.5 x 1 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ กรอบ และแห้ง

ไส้ ถั่ว

ส่วนประกอบ น้ำตาล ถั่วลิสงอบ น้ำ แปะแซ สีผสมอาหาร และเกลือป่น

ขั้นตอนการทำ ผสมน้ำตาลและน้ำเปล่า ลงบนหม้อตั้งไฟอ่อนๆ พอได้น้ำเชื่อมให้ใส่ แปะแซลงไป ใส่สีผสมอาหาร คนให้เหนียว ใส่ถั่ว จากนั้นคั่วให้น้ำตาลเคลือบลงบนผิว

5. ฟักเชื่อม

ขนาด (โดยประมาณ) 5 x 2 x 1 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ กรอบ และแห้ง

ไส้ ไม่มี

ส่วนประกอบ น้ำตาล ฟักข้าว

ขั้นตอนการทำ นำฟักมาปอกหั่นเป็นชิ้นยาวประมาณ 4 นิ้ว กว้างประมาณ ½ นิ้ว
แช่น้ำปูนใสไว้ 1 คืน แล้วล้างน้ำให้สะอาด นำฟักมาต้มน้ำเปล่าในกระทะทองเหลือง
จนใสแล้วใส่น้ำตาลทราย ต้มจนน้ำเชื่อมซึมเข้าไปในเนื้อฟักดีแล้ว เติมน้ำตาล
เพื่อให้จับเป็นเงาที่ผิวฟัก พอน้ำตาลทรายที่เติมละลายหมดก็ยกลงจากเตา

ขนมเปี๊ยะ



ภาพที่ 9 ขนมเปี๊ยะ

(ที่มาภาพ : ผู้วิจัย)

ขนาด (โดยประมาณ) 12 x 12 x 3 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ เปลือกกรอบข้างในนุ่ม มีความชื้นเล็กน้อย

ไส้ ไส้ฟัก ถั่ว และถั่วดำ

ส่วนประกอบ แป้งอเนกประสงค์ น้ำตาลทราย น้ำมัน ไข่ไก่ น้ำเย็น แปะแซ ส่วนผสมไส้
ฟัก ฟักเชื่อม มันหมูต้มหั่นเล็ก ๆ น้ำตาลทราย งาขาวคั่ว น้ำ ตันหอมสับ หอมเจียว น้ำมัน
แป้งขนมโก๋

ขั้นตอนการทำ

วิธีทำไส้-นำฟักเชื่อมมาสับให้ละเอียด มันหมูต้มให้สุกหั่นเป็นชิ้นเล็กๆ นำทั้งสองอย่างมาคลุกให้เข้ากันกับน้ำตาล งาคั่ว หอมสับ หอมเจียว น้ำ เกล้าให้ส่วนผสมเข้ากัน เทแป้งขนมโก๋ลงผสมเร็ว ๆ ให้เข้ากัน แบ่งแป้งนอกเป็นก้อน สีสับกรั้ม แป้งในก้อนละ สามสิบห้ากรั้ม ห่อแป้งในไว้ในแป้งนอก แล้วรีดออกเป็นแผ่นม้วนเป็นรูปขอนไม้ ทำเช่นนี้สองครั้ง พักแป้งไว้ สิบนาทีก่อน คลึงแป้งที่ได้ออกเป็นแผ่นกลม ห่อไส้ที่เตรียมไว้ หุ้มให้มิด วางเรียงในถาดที่ทาน้ำมันไว้ โดยนำด้านหน้าวางกันถาด นำเข้าเตาอบ เวลาประมาณ ยี่สิบห้านาที จึงพลิกกลับทาผิวด้วยไข่แดง พิมพ์ตราสีแดง ใช้ไม้แหลมเล็ก ๆ จิ้มขนมให้ทั่ว อบต่อจนกระทั่งสุก ขนมเหลือง นำออกพักให้เย็น ห่อด้วยกระดาษแก้ว

วิธีทำแป้งชั้นนอก-แป้งร่อนแล้วตวงส่วน ทำหลุมตรงกลาง ละลายแะแซในน้ำ ใส่ น้ำตาล น้ำมันลงนวดให้แป้งเนียนนุ่ม พักแป้งไว้ประมาณหนึ่งชั่วโมง

วิธีทำแป้งชั้นใน- ร่อนแป้งแล้วตวงตามส่วน ใส่น้ำมันลงนวดให้เข้ากันจน แป้งนุ่ม เนียน พักแป้งไว้ประมาณ หนึ่งชั่วโมง

ขนมแข่ง



ภาพที่ 10 ขนมแข่ง

(ที่มาภาพ : ผู้วิจัย)

ขนาด (โดยประมาณ) 8 × 8 × 3 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ นิ่มและชื้น

ไส้ ไม่มีไส้ และหน้ามะพร้าว

ส่วนประกอบ แป้งข้าวเหนียว น้ำตาลทราย น้ำ กระทงใบตอง น้ำมันพืช

ขั้นตอนการทำ นำแป้ง น้ำตาลทราย นวดให้เข้ากันแล้วเติมน้ำนวดให้เข้ากัน พักไว้ นำกระทงใบตองมาทาน้ำมันให้ทั่ว นำแป้งที่ผสมเข้าที่แล้วมาเทใส่กระทงใบตองที่ทำน้ำมันเตรียมไว้ประมาณ สามในสี่ของกระทง นำไปนึ่ง โดยใช้ไฟปานกลางอย่าใช้ไฟแรงจะทำให้หน้าขนมไม่เนียน นึ่งประมาณหนึ่งชั่วโมง พอสุกยกออกจากเตาทิ้งไว้ให้อุ่นแล้วใช้น้ำมันพืชทาบนหน้าขนมอีกทีเพื่อให้เกิดความเงางาม แล้วทิ้งไว้ให้เย็น

ขนมเทียน



ภาพที่ 11 ขนมเทียน

(ที่มาภาพ : ผู้วิจัย)

ขนาด (โดยประมาณ) 5 × 5 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ ห่อด้วยใบตองข้างในนิ่ม และชื้น

ไส้ เค็ม

ส่วนประกอบ แป้งข้าวเหนียว น้ำตาลปี๊ป กะทิ ถั่วเขียวซีกเลาะเปลือก (นึ่งสุกบดละเอียด) น้ำตาลทราย เกลือป่น พริกไทยป่น หอมแดงสับละเอียด น้ำมันถั่วเหลือง และใบตองตัดทรงกลม

ขั้นตอนการทำ ผัดหอมแดงกับน้ำมันถั่วเหลือง เติมหั้วหนึ่งบดลงไป ปรงรสด้วยเกลือป่น พริกไทยป่น น้ำตาลทราย ผัดให้เข้ากันและพักไว้ให้เย็น เทกะทิครึ่งหนึ่งลงไปผสมกับน้ำตาลปี๊ป ใช้มือบีบให้น้ำตาลปี๊ปละลาย เติมแป้งลงไป แล้วค่อย ๆ เติมกะทิส่วนที่เหลือลงไปผสมกันจน แป้งเริ่มเป็นก้อน และพักไว้ นำใบตองใบไปลนไฟให้นิ่ม จากนั้นปั้นไส้ถั่วเป็นก้อนกลม ขนาดหนึ่งนิ้ว และปั้นแป้งเป็นลูกกลม ขนาด หนึ่งนิ้วครึ่ง กดแป้งให้แบนและนำแป้งไปห่อไส้ให้มิด นำใบตองใบเล็กซ้อนใบใหญ่ (ให้ด้านหลังชนใบตองชนกัน) จากนั้นม้วนให้เป็นกรวย นำขนมวางในกรวยและริมใบตองทั้งสองด้าน นำไปนึ่งในน้ำเดือดจัด นึ่งจนสุก ยกลงพักไว้ให้เย็น

ขนมจู้ชังเปีย (แบบกรอบ)



ภาพที่ 12 ขนมจู้ชังเปีย แบบกรอบ

(ที่มาภาพ : ผู้วิจัย)

ขนาด (โดยประมาณ) 5 x 6 x 0.5 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ แห้งและกรอบ

ไส้ ไม่มีไส้

ส่วนประกอบ แป้ง งาขาว เนย น้ำตาลทราย ไข่ไก่ เบ็กกิ้งโซดา

ขั้นตอนการทำ ผสมเนยกับน้ำตาลตีให้เข้ากัน ใส่ไข่ เบ็กกิ้งโซดา ใส่เกลือเล็กน้อย จากนั้นปั้นเป็นแผ่นวางลงบนกระดาษ จากนั้นเอาไปเข้าเตาอบ

ขนมจุกชึ่งเปียะ (แบบนึ่ง)



ภาพที่ 13 จุกชึ่งเปียะ แบบนึ่ง

(ที่มาภาพ : ผู้วิจัย)

ขนาด (โดยประมาณ) 5 x 5 x 2.5 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ กรอบข้างในนึ่งและมีความชื้นเล็กน้อย

ไส้ ไส้เค็มและไส้หวาน

ส่วนประกอบ แป้งอเนกประสงค์ น้ำตาลทราย น้ำมัน ไข่ไก่ น้ำเย็น เบะแซ ต้มหอม มันหมู กุ้งแห้ง ผงพะโล้และงา

ขั้นตอนการทำ ตัวแป้ง- แป้งร่อนแล้วตวงส่วน ทำหลุมตรงกลาง ละลายเบะแซในน้ำ ใส่น้ำตาล น้ำมันลงนวดให้แป้งเนียนนุ่ม พักแป้งไว้ประมาณหนึ่งชั่วโมง

ตัวไส้ – น้ำมันหมูมาสับ และนำมาคลุกกับต้นหอม กุ้งแห้ง น้ำ ผงพะโล้เคล้าให้เท่ากัน ใสแป้งขนมโก๋ลงไปเล็กน้อย

ปั้นแป้งให้เป็นก้อน แล้วคลึงให้เป็นแผ่นกลมๆ ท่อไส้ที่เตรียมไว้ให้มิด นำเข้าเตาอบจนกระทั่งสุก

ขนมจ้างหรือขนมบ๊ะจ่าง



ภาพที่ 14 ขนมจ้างหรือบ๊ะจ่าง

(ที่มาภาพ : ผู้วิจัย)

ขนาด (โดยประมาณ) 8 × 8 × 8 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ นิ่มและชื้น

ไส้ ไช้แดง

ส่วนประกอบ ข้าวเหนียวเขี้ยวงู ไช้เท้า ถั่วลิสง หมูผัดพะโล้ กุนเชียง เผือกกวน แป๊ะก๊วย เห็ดหอม เกาลัดจีนลูกกลาง กุ้งแห้ง ไช้เค็ม น้ำตาล ซีอิ๊วขาว กระทียมสับละเอียด พริกไทยป่น และใบไผ่เมืองจีน

ขั้นตอนการทำ แช่ข้าวเหนียวกับน้ำให้นุ่ม แล้วเอากระทียมไปผัดกับน้ำมันในกระทะจนมีกลิ่นหอม จึงนำข้าวเหนียวลงไปผัดด้วย ไส้ไช้เท้า ถั่วลิสง พริกไทย น้ำตาล ซีอิ๊วขาวลงไปผัดกับข้าวเหนียวจนเป็นเนื้อเดียวกัน ตักข้าวเหนียวผัดใส่หม้อพักไว้ให้เย็น นำใบไผ่เมืองจีนไปแช่น้ำให้นุ่ม ล้างฝุ่นผงออกให้หมดแล้วนำไปม้วนเป็นก้นหอย ตักข้าวเหนียวผัดใส่ลงไปตรงกลาง ใส่หมูผัดผพะโล้ กุนเชียง เผือกกวน แป๊ะก๊วย เห็ดหอม เกาลัด กุ้งแห้ง ไช้เค็ม ตรงกลาง แล้วตักข้าวเหนียวโปะปิดข้างบน จึงห่อใบไผ่ให้มิด ใช้เชือกมัดให้แน่น นำไปต้มจนข้าวเหนียวสุก

ขนมจี๊้าง



ภาพที่ 15 ขนมจี๊้าง แบบมัดรวมกันและแยกชิ้น

(ที่มาภาพ : ผู้วิจัย)

ขนาด (โดยประมาณ) 5 x 5 x 5 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ นิ่มและชื้น

ไส้ ไม่มีไส้

ส่วนประกอบ ข้าวเหนียว น้ำตาล และใบไผ่

ขั้นตอนการทำ นำข้างเหนียวแช่น้ำล้างให้สะอาดจากนั้นใส่น้ำตาลผ่านตัวกรองลงไปนึ่งข้าวเหนียว หมักทิ้งไว้ 3 วัน หลังจากนั้นนำมาสะเด็ดน้ำ แล้วจึงนำมาห่อด้วยใบไผ่ ที่ล้างสะอาดแล้ว ห่อให้เป็นรูปสามเหลี่ยม แล้วมัดด้วยเชือกปอหรือเชือกพลาสติก จากนั้นเอาไปต้มให้สุกใช้เวลาประมาณ 3 ชั่วโมง หลังจากนั้นนำมามัดรวมกันให้เป็นก้อน

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ขนมไหว้พระจันทร์



ภาพที่ 16 ขนมไหว้พระจันทร์

(ที่มาภาพ : ผู้วิจัย)

ขนาด (โดยประมาณ) 9 x 9 x 3.5 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ นิ่มและชิ้นเล็กน้อย

ไส้ ทุเรียนกวน เม็ดแตงโม(โหวงยั้ง) และไข่เค็ม

ส่วนประกอบ ส่วนผสมของแป้งที่หนึ่ง แป้งสาลีเอนกประสงค์ น้ำมันพืช น้ำเชื่อมที่ต้มจนเป็นสีน้ำตาลเข้ม น้ำตาล น้ำค้าง ส่วนผสมไส้ ทุเรียนกวน เม็ดแตงโม ไข่เค็ม เอาแต่ไข่แดง

ขั้นตอนการทำ นำน้ำตาลทราย ใส่กระทะทองเหลือง นำขึ้นตั้งไฟกลางค่อนข้างอ่อนบีบน้ำมะนาวลงไป ใส่เปลือกลงไปด้วยก็ได้ แล้วค่อยกรองออก ต้มให้น้ำตาลละลาย แต่ไม่ต้องคน เพราะถ้าคนน้ำตาลจะเป็นผลึก ต้มจนน้ำเชื่อมได้ที่สังเกตว่า ลองหยดน้ำตาลลงในน้ำเย็นแล้วจับตัวเป็นก้อน ไม่ละลายไปกับน้ำ พอได้ที่แล้วทิ้งไว้ให้

ตัวแป้งขนม - ทำน้ำตาลโดยผสมน้ำต้มสุกที่ไม่ร้อนกับโซดาคาร์บอเนต คนให้เข้ากัน เอาเฉพาะส่วนที่เป็นน้ำใส ๆ มาใช้ ผสมน้ำเชื่อม น้ำมัน น้ำตาล เข้าด้วยกัน ใส่แป้งส่วนที่หนึ่งเข้าไปผสม คนให้เข้ากัน พักไว้ประมาณ สามสิบนาที พอครบเวลา ก็เติมแป้งส่วนที่สองลงไป นวดให้เข้ากัน นำแป้งมาชั่งให้ได้ตามน้ำหนักของพิมพ์ บั่นทุเรียนเป็นก้อนกลม ๆ จากนั้นแผ่แผ่นแป้งให้แบน แล้วนำมาหุ้มไส้ทุเรียนให้มิด พอปั้นเป็นลูกกลิ้งคลึงให้เป็นลูกกลม ๆ จากนั้นนำใส่พิมพ์ที่โรยแป้งนวลไว้แล้วเคาะออก พอให้มีแป้งเคลือบอยู่ ใช้ฝ่ามือกดแป้งให้เต็มพิมพ์ จากนั้นเคาะพิมพ์บนที่รอง เคาะซ้ายที ขวาที แล้วก็เคาะตรงหัวพิมพ์ ให้ขนม

ออกมา วางภาตทาเนยขาว อบไฟล่าง ก่อนอบให้ฉีบน้ำด้วย ขนมจะได้หน้าไม่ดำน อบประมาณ ยี่สิบนาที แล้วนำออกมาทาไข่แดง จากนั้นอบต่ออีกสิบนาที พอสุกเอาออกมาทิ้งไว้ให้เย็น แล้วเก็บบรรจุกล่อง

ขนมโก๋ (ขาวและเหลือง)



ภาพที่ 17 ขนมโก๋ขาวและโก๋เหลือง

(ที่มาภาพ : ผู้วิจัย)

ขนาด (โดยประมาณ) 4 x 4 x 1 ซม./ชิ้น

ลักษณะทางกายภาพ เปราะหักง่ายและแห้ง

ไส้ ไม่มี

ส่วนประกอบ แป้งขนมโก๋ น้ำตาลทราย น้ำเปล่าและพิมพ์ขนมโก๋

ขั้นตอนการทำ เทน้ำตาลและน้ำใส่หม้อยกขึ้นตั้งไฟกลาง คนจนน้ำตาลละลาย พอส่วนผสมเริ่มเดือดลดไฟลง เคี่ยวต่อสักพักจนส่วนผสมข้นเหนียวเป็นยางมะตูม ปิดไฟ ใช้มือนวดให้เข้ากัน จนมีลักษณะคล้ายเม็ดทราย นำไปอัดใส่พิมพ์รูปต่าง ๆ ควรผสมแป้งให้พอดีและอัดขนมเสร็จในครั้งเดียว ไม่ควรเก็บไว้ครั้งต่อไปเพราะแป้งจะแห้งขึ้นเรื่อย ๆ ไม่เกาะกันเป็นก้อน

ขนมบัวลอย



ภาพที่ 18 ขนมบัวลอยหรือขนมอี

(ที่มา : <https://focuskhonkaen.com/?p=1754>)

ขนาด (โดยประมาณ) 1 × 1 × 1 ซม.

ลักษณะทางกายภาพ เป็นก้อนแป้งนิ่มสีขาวและชมพู มีความชื้นเล็กน้อย

ไส้ ไม่มี

ส่วนประกอบ ตัวขนมอี - แป้ง น้ำ และสีผสมอาหาร

น้ำเชื่อม - น้ำตาลทราย น้ำเปล่า เกลือ และซิงแก

ขั้นตอนการทำ ตัวขนมอี - ใสสีผสมลงในน้ำจากนั้นเทน้ำที่ผสมลงบนแป้งที่เตรียมไว้ นวดให้เข้ากัน จากนั้นปั้นเป็นก้อนเล็กๆ

น้ำเชื่อม - ต้มน้ำ จากนั้นใส่น้ำตาล เกลือ และซิง ด้วยไฟปานกลาง

หลังจากละลายดีแล้วปิดไฟและทิ้งไว้ให้เย็น

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับสัญลักษณ์มงคลต่างๆของจีน

สัญลักษณ์มงคลต่างๆของจีนนั้น ล้วนแต่มีความหมายที่สื่อถึง ความเป็นสิริมงคลเป็นสำคัญ หรือที่คนจีนเรียกกันว่า จี้เสียง ซึ่งสัญลักษณ์ดังกล่าวนี้ ได้มีผู้ศึกษาในความหมายต่างๆ ของสัญลักษณ์แล้วเรียกการสร้างสัญลักษณ์แบบจีนนี้ว่า “วัฒนธรรมมงคล” อันเป็นแบบอย่างอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชนชาติจีน ความหมายในวัฒนธรรมมงคลนั้น คือ การแสวงหา สิ่งต่างๆที่ลด บันดาลให้เกิดความสุข ความสมหวังตั้งใจปรารถนา ซึ่งอาจจะเปรียบเทียบกับในอดีตที่ผู้คนล้วน แสวงหาวัตถุที่คิดว่าเป็นมงคลกับตนเอง เช่น ลูกปัด กระจกหรือเขี้ยวของสัตว์ หรือแม้แต่เป็นการ สร้างสัญลักษณ์ให้กับชนเผ่าของตน อันปรากฏในหลักฐานทางประวัติศาสตร์ตั้งแต่สมัยยุคหินใหม่

นานมาแล้ว ในประวัติศาสตร์จีนยุคศึกดาบรพ ภัยสัญลักษณ์มังกรก็ได้กลายมาเป็นสัญลักษณ์แห่งอำนาจ สมัยราชวงศ์ซางสัญลักษณ์รูปหน้าเสื่อมีปรากฏเป็นลวดลายประดับบนภาชนะกระถางสำริด เป็นต้น

ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ได้ถูกหล่อหลอมจากกาลเวลา การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ความเชื่อและวัฒนธรรม จนกระทั่งกลายมาเป็นสัญลักษณ์มงคลที่เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของวิถีชีวิตของชาวจีนในที่สุด

2.3.1 สัญลักษณ์แทนความหมาย

สัญลักษณ์สื่อความหมายนั้นเกิดจากผลพวงของความรุ่งรวยศิลปวัฒนธรรมและลัทธิธรรมเนียมของจีนในอดีต ที่สะท้อนให้เห็นถึงเรื่องราวความเอาใจใส่ในรายละเอียดของทุกสิ่งในชีวิตประจำวันของชาวจีน ซึ่งถ้าจัดประเภทของสัญลักษณ์จีนเป็นกลุ่มๆ นั้นค่อนข้างที่จะหลากหลายกลุ่มอย่างมาก เช่น เทพเจ้า พระพุทธเจ้า พระโพธิสัตว์ พืช สัตว์ เครื่องประดับ เครื่องใช้ภายในบ้าน ตัวเลข ตัวอักษร เป็นต้น และยังคงมีสัญลักษณ์อีกบางจำพวกที่ไม่สามารถจัดกลุ่มได้ เช่น ล้าง อาบน้ำ โลง เป็นต้น ซึ่งจากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นล้วนเป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวตามแนวคิดทางวัฒนธรรมที่อยู่ในสังคมในแต่ละยุคสมัย

2.3.2 แปดสัญลักษณ์มงคล (Eight auspicious symbols)

“8 สัญลักษณ์มงคล” หรือ “ปาจีเสียง” หรือ “จีเสียงปาเป่า” คือ ภาพสัญลักษณ์ทางพุทธศาสนาฝ่ายมหายานทั้งแปดอย่าง เรียกกันว่า “อัฐมงคลแปดประการ” จัดเป็นสัญลักษณ์เครื่องหมายสิ่งของเครื่องใช้หรือวัตถุมงคลทั้งแปดประเภทซึ่งถือว่ามีคุณค่าดีลึกลับและเป็นเครื่องหมายแห่งความสิริมงคลทั้งปวง [19]

สัญลักษณ์มงคลทั้งแปดประการจึงไม่เพียงเป็นลวดลายอันสวยงาม แต่ยังแฝงความหมายอันลึกซึ้งต่อหลักพระธรรมคำสอนในพุทธศาสนา เชื่อกันว่า สัญลักษณ์ทั้งแปดนี้ก็คือ ทรัพย์ประจำกายขององค์พระศากยมุนีสัมพุทธเจ้าทำให้รูปสัญลักษณ์ทั้งแปดจะปรากฏอยู่ในสถาปัตยกรรมจีนมากเป็นพิเศษ โดยเฉพาะเป็นลวดลายประดับบนอาคารวัด วิหาร อาราม รวมทั้งเป็นลวดลายบนเครื่องเรือนเครื่องใช้ของพระภิกษุฝ่ายมหายาน และยังใช้เป็นแบบอย่างลวดลายผ้าสำหรับพิธีกรรมทางพุทธศาสนาและงานศิลปะประเภทศิลปหัตถกรรมต่างๆ ในสมัยราชวงศ์ซิง เฉียงหลงฮ่องเต้ยังได้รับสั่งให้จัดสร้างจัดทำภาชนะและเครื่อง

เคลือบดินเผาสำหรับใช้ในวังเป็นลาย 8 สัญลักษณ์มงคลอีกด้วย เพื่อให้พระองค์และราชวงศ์
ประสบโชคดีและมีความสิริมงคลตลอดไป

ในพุทธศาสนาตันตระวัชรยานถือว่า 8 สัญลักษณ์มงคลนี้ เป็นสิ่งแทนพระวรกาย
ของพระศากยมุณีสัมมาสัมพุทธเจ้า กล่าวคือ

- ร่มวิเศษ (เป่าसान) เป็นสัญลักษณ์แทนพระเศียร (ศีรษะ)
- ปลาทอง (จินอวี) เป็นสัญลักษณ์แทนพระเนตร (ดวงตา)
- ดอกบัว (เหลียนฮวา) เป็นสัญลักษณ์แทนพระชิวหา (ลิ้น)
- แจกันวิเศษ (เป่าผิง) เป็นสัญลักษณ์แทนพระศอ (คอ)
- ธงชัย (ไป่ไก่) เป็นสัญลักษณ์แทนพระวรกาย (ร่างกาย)
- ธรรมจักร (ฝ่าหลุน) เป็นสัญลักษณ์แทนพระบาท (เท้า)
- หอยสังข์ (ฝ่าหลอ) เป็นสัญลักษณ์แทนพระวาจา (คำพูด)
- เงื่อนไม่รู้จบ (ผานฉาง) เป็นสัญลักษณ์แทนพระจิต (จิตใจที่รู้แจ้ง)

อิทธิพลของภาพ 8 สัญลักษณ์สิริมงคลนี้ ยังได้แพร่หลายไปสู่ประเทศอื่นๆ ตาม
พระพุทธศาสนาฝ่ายมหายานที่เผยแผ่ไปจากจีนสู่ดินแดนต่างๆ ทำให้คติความเชื่อเรื่อง 8
สัญลักษณ์มงคลมีส่วนสัมพันธ์กับศิลปะของทิเบต เนปาล และภูฏาน ซึ่งจะเรียก 8
สัญลักษณ์มงคลนี้ว่า “ทาซิทักเย” (Tashi Tahye)

8 สัญลักษณ์มงคล [20] ได้แก่

1. ร่มวิเศษ (Golden Parasol)
2. ปลาทอง (Golden Fish)
3. ดอกบัว (Lotus Flower)
4. แจกันวิเศษ (Treasure Vase)
5. ธงชัย (Victorious Banana)
6. ธรรมจักร (Wheel of Law)
7. หอยสังข์ (Couch)
8. เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)

1. ร่มวิเศษ หรือ เป่าसान (Golden Parasol)



ภาพที่ 19 ร่มวิเศษ (Golden Parasol)

(ที่มา: 108 สัญลักษณ์จีน)

สัญลักษณ์ร่มวิเศษแทนอำนาจแห่งพุทธองค์ที่ปกป้องความร้อนจากสุริยะ ตั้งแสงธรรมที่คอยป้องกันจิตวิญญาณของมนุษย์ให้พ้นภัยจากภยันตรายทั้งปวง

2. ปลาทอง (Golden Fish) หรือ จินอวี หรือ ปลาคู่



ภาพที่ 20 ปลาทอง (Golden Fish)

(ที่มา: 108 สัญลักษณ์จีน)

สัญลักษณ์ปลาทอง หรือ ปลาทองคำ สัญลักษณ์แทนตาทั้งคู่ที่เปิดกว้างเสมอแม้อยู่ในน้ำ เหมือนปลาที่ลืมน้ำว่ายน้ำแม่ในสายน้ำเชี่ยว และความรู้แจ้งต่ออุปสรรคและปัญหาทั้งปวง ดังเช่นการปฏิบัติตนอย่างมีสติสัมปชัญญะในวิถีทางที่ถูกต้อง นำพามาซึ่งความสุขและสมหวัง

ในประเทศจีนสัญลักษณ์ปลาคู่เป็นสัญลักษณ์ที่นิยมใช้ในงามมงคลสมรส เนื่องจากความหมายที่มีนัยถึงความจงรักภักดี และความสุข อีกทั้งคำว่า "yu" ในภาษาจีน แปลว่า ปลาและความมั่งคั่งอันยิ่งใหญ่ จึงมีความเชื่อที่ว่าสัญลักษณ์ปลาทอง หรือปลาทองคำ เป็นสัญลักษณ์ที่ใช้ในการดึงดูดความมั่งคั่ง

3. ดอกบัว (Lotus Flower) หรือ เหลียนฮวา



ภาพที่ 21 ดอกบัว (Lotus Flower)

(ที่มา: 108 สัญลักษณ์จีน)

สัญลักษณ์ดอกบัวเป็นสัญลักษณ์แทนความบริสุทธิ์ผ่องแผ้ว เปรียบเสมือนดอกบัวที่แม้กำเนิดจากโคลนตม แต่ก็ไม่แปดเปื้อนมลทิน ซึ่งสัญลักษณ์ดอกบัวในอีกนัยหนึ่งก็คือ การแทนองค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าองค์พระศาสดาแห่งพุทธศาสนา

4. แจก้านวิเศษ (Treasure Vase) หรือ เป่าผิง



ภาพที่ 22 แจก้านวิเศษ (Treasure Vase)

(ที่มา: 108 สัญลักษณ์จีน)

สัญลักษณ์แจก้านวิเศษเป็นสัญลักษณ์แทนที่บรรจุสมบัติ คือพระธรรมคำสอนของพระพุทธองค์เปรียบเสมือนขุมทรัพย์ในแจก้านสมบัติ ที่จะช่วยให้ผู้ศรัทธาสมมาตปรารถนา

5. ธงชัย (Victorious Banner) หรือ ไป่ไก่



ภาพที่ 23 ธงชัย (Victorious Banner)

(ที่มา: 108 สัญลักษณ์จีน)

สัญลักษณ์แทนความรู้อันกระจ่างแจ้งและธรรมเหนือธรรมเปรียบเสมือนดังธงชัยที่
ประกาศพระศาสนาสู่การรู้แจ้งเห็นธรรม

6. ธรรมจักร (Wheel of Law) หรือ ฝ่าหลุน



ภาพที่ 24 ธรรมจักร (Wheel of Law)
(ที่มา: 108 สัญลักษณ์จีน)

สัญลักษณ์แทนพระธรรมคำสอน ความไม่หยุดนิ่งและเคลื่อนที่อยู่เสมอ เป็นวงล้อ
แห่งธรรมที่แทนคำสอนของพระพุทธองค์ที่ไม่หยุดนิ่ง และเคลื่อนที่สู่ความรุ่งเรืองตลอดเวลา

7. หอยสังข์ (Couch) หรือ ฝ่าหลอ หรือบางครั้งเรียกว่า หอยสังข์ขาว หรือ ไปให้หลอ



ภาพที่ 25 หอยสังข์ (Couch)
(ที่มา: 108 สัญลักษณ์จีน)

สัญลักษณ์แทนเสียงแห่งพระธรรมของพระพุทธองค์ที่ก้องกังวานไปทุกสารทิศ หรือ
เสียงแห่งการประกาศพระศาสนาสู่โลก

8. เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot) หรือ ผานฉาง

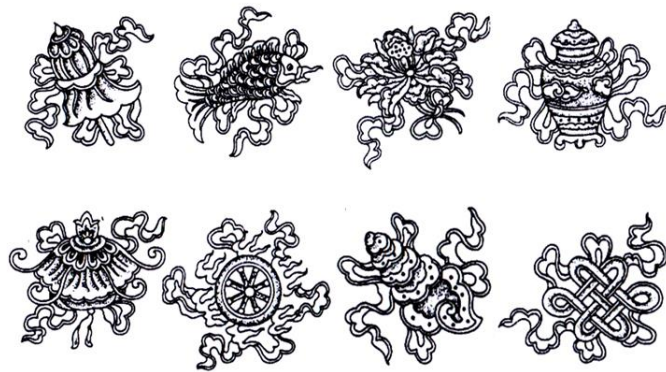


ภาพที่ 26 เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)

(ที่มา: 108 สัญลักษณ์จีน)

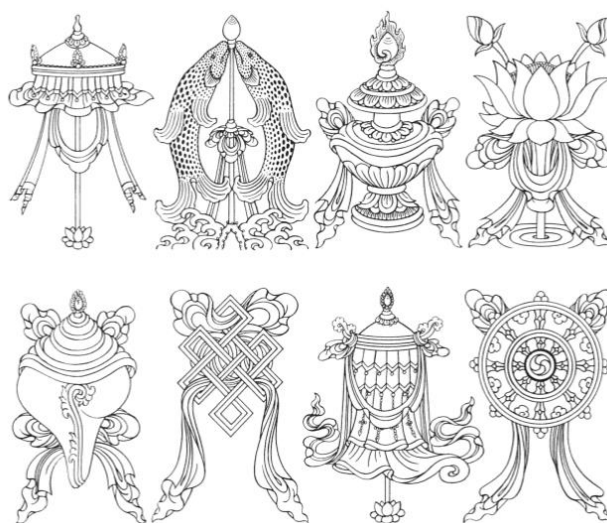
สัญลักษณ์แทนจิตใจอันบริสุทธิ์ ความลึกซึ้งในห้วงดวงใจความคิดและความรักที่เป็นเงื่อนตามดั่งปมที่ไม่รู้จบ หรือรักอมตะนิรันดร

จากการค้นคว้าในงานวิจัยพบว่าแปดสัญลักษณ์นั้นมีรูปลักษณะหรือรูปทรงที่แตกต่างกันออกไปตามการออกแบบหรือแหล่งอ้างอิงของแต่ละหนังสือหรือการสืบค้นในอินเทอร์เน็ต แต่ยังคงมีการให้ความหมายที่คล้ายคลึงกัน ดังภาพที่ 27 และ 28 ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาเปรียบเทียบในสัญลักษณ์แบบเดียวกัน



ภาพที่ 27 แปดสัญลักษณ์มงคล

(ที่มา: 108 สัญลักษณ์จีน)



ภาพที่ 28 แปดสัญลักษณ์มงคล

(ที่มา: *The Handbook of Tibetan Buddhist Symbols*)

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่น วาย

2.4.1 ลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย Gen Y

เจนเนอเรชั่น Y หรือ Gen Y คือคนที่เกิดในช่วงพ.ศ. 2523 ถึง พ.ศ. 2533 [21] จากสถิติสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. 2553 สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่ามีจำนวนประชากรช่วงอายุ 20-29 ปีทั้งหมด 9,784,11 คน เป็นชาย 4,890,930 คน หญิง 4,893,187 คน [22]

ตาราง 3 ประชากร จำนวนตามกลุ่มอายุ เพศ และเขตการปกครอง ทวีราชอาณาจักร พ.ศ. 2553
Table 3 Population by age group, sex and area, Whole kingdom: 2010

กลุ่มอายุ	ประชากร Population			ร้อยละ Percentage			ในเขตเทศบาล Municipal area			นอกเขตเทศบาล Non-municipal area			Age group
	รวม Total	ชาย Male	หญิง Female	รวม Total	ชาย Male	หญิง Female	รวม Total	ชาย Male	หญิง Female	รวม Total	ชาย Male	หญิง Female	
ยอดรวม	65,981,659	32,355,032	33,626,627	100.0	100.0	100.0	29,133,829	14,120,842	15,012,987	36,847,830	18,234,190	18,613,640	Total
0 - 4	3,739,868	1,915,887	1,823,981	5.7	5.9	5.4	1,351,735	685,185	666,550	2,388,133	1,230,702	1,157,431	0 - 4
5 - 9	4,081,644	2,100,931	1,980,712	6.2	6.5	5.9	1,476,549	753,771	722,779	2,605,095	1,347,161	1,257,934	5 - 9
10 - 14	4,864,280	2,494,484	2,369,795	7.4	7.7	7.0	1,820,041	929,546	890,495	3,044,239	1,564,938	1,479,300	10 - 14
15 - 19	4,900,590	2,464,805	2,435,784	7.4	7.6	7.2	2,182,999	1,075,516	1,107,484	2,717,590	1,389,290	1,328,300	15 - 19
20 - 24	4,691,520	2,361,297	2,330,223	7.1	7.3	6.9	2,482,054	1,207,524	1,274,530	2,209,466	1,153,772	1,055,694	20 - 24
25 - 29	5,092,597	2,529,633	2,562,964	7.7	7.8	7.6	2,698,419	1,314,421	1,383,997	2,394,178	1,215,212	1,178,966	25 - 29
30 - 34	5,394,917	2,669,927	2,724,990	8.2	8.3	8.1	2,710,890	1,334,630	1,376,260	2,684,027	1,335,297	1,348,730	30 - 34
35 - 39	5,614,849	2,754,129	2,860,720	8.5	8.5	8.5	2,633,320	1,296,227	1,337,093	2,981,529	1,457,901	1,523,627	35 - 39
40 - 44	5,672,012	2,753,282	2,918,730	8.6	8.5	8.7	2,547,538	1,233,463	1,314,075	3,124,474	1,519,819	1,604,655	40 - 44
45 - 49	5,266,065	2,552,531	2,713,534	8.0	7.9	8.1	2,316,720	1,113,075	1,203,645	2,949,345	1,439,456	1,509,889	45 - 49
50 - 54	4,588,033	2,211,649	2,376,384	7.0	6.8	7.1	2,004,622	955,925	1,048,697	2,583,411	1,255,524	1,327,887	50 - 54
55 - 59	3,567,088	1,697,221	1,869,867	5.4	5.2	5.6	1,496,304	701,337	794,968	2,070,784	995,885	1,074,899	55 - 59
60 - 64	2,765,397	1,311,024	1,454,373	4.2	4.1	4.3	1,139,851	533,417	606,434	1,625,546	777,606	847,940	60 - 64
65 - 69	1,933,352	902,675	1,030,677	2.9	2.8	3.1	770,128	355,128	415,000	1,163,224	547,547	615,677	65 - 69
70 - 74	1,607,639	722,246	885,393	2.4	2.2	2.6	636,403	282,117	354,286	971,236	440,129	531,107	70 - 74
75 - 79	1,123,385	482,686	640,698	1.7	1.5	1.9	434,911	182,363	252,548	688,474	300,323	388,150	75 - 79
80 - 84	662,663	273,915	388,748	1.0	0.8	1.2	265,183	106,423	158,760	397,480	167,492	229,988	80 - 84
85 - 89	280,941	108,639	172,302	0.4	0.3	0.5	110,954	41,660	69,294	169,987	66,979	103,007	85 - 89
90 - 94	100,037	35,867	64,170	0.2	0.1	0.2	40,780	14,088	26,692	59,256	21,779	37,477	90 - 94
95 - 99	30,833	10,965	19,868	0.0	0.0	0.1	12,789	4,457	8,332	18,044	6,508	11,536	95 - 99
100 ขึ้นไป	3,949	1,238	2,711	0.0	0.0	0.0	1,638	569	1,068	2,312	669	1,643	100 and over

ที่มา: สำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. 2553 สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
Source: The 2010 Population and Housing Census, National Statistical Office, Ministry of Information and Communication Technology

ภาพที่ 29 ประชากรจำแนกตามอายุ และเพศ

(ที่มา : สำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. 2553 สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร)

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนประชากรในเจนเนอเรชันวาย

กลุ่มอายุ	รวม	ชาย	หญิง
Age	Total	Male	Female
20-24	4,691,520	2,361,297	2,330,223
25-29	5,092,597	2,529,633	2,562,964

จากงานวิจัยของนางสาวรุ่งรัตน์ เรืองเดช (2552) [23] สามารถสรุปรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่ม Gen Y ได้ดังนี้

1. เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ไม่สูงนัก
2. ส่วนใหญ่เป็นโสดและยังอาศัยอยู่กับบิดามารดา
3. มีการเปิดรับสื่อหลากหลายช่องทาง

4. นิยมใช้อินเทอร์เน็ต และ social network
5. นิยมความบันเทิง แต่ก็มีสาระ
6. ใส่ใจสุขภาพ
7. ผู้หญิงสนใจแฟชั่น ผู้ชายสนใจกีฬาและเทคโนโลยี
8. ใส่ใจสิ่งแวดล้อม
9. ให้ความสำคัญกับฟังก์ชัน หรือคุณสมบัติของสินค้า
10. พรีเมียมเตอร์ ดารา นักร้อง ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคกลุ่มนี้

จากลักษณะพฤติกรรมและการดำเนินชีวิตของกลุ่ม Gen Y ดังกล่าว ศรีภิญญา มงคลศิริ [10] ได้กล่าวไว้ถึงแนวทางการทำตลาดกับคนกลุ่มนี้ดังนี้

1. **Price Conscious :** Gen Y เป็นผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับราคา โดยมักจะนำราคามาพิจารณาควบคู่กับคุณค่าทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ การทำตลาดกับ Gen Y จึงจำเป็นต้องนำเสนอคุณค่าทั้งสองประการผ่านสื่อทุกรูปแบบ

2. **High Speed New Brand Loyalty :** ในอดีตนักการตลาดเชื่อว่าความภักดีต่อแบรนด์จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้บริโภคเรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับแบรนด์ซ้ำๆ ต่อเนื่องกันหลายปี แต่ดูเหมือนว่าทฤษฎีดังกล่าวจะไม่สามารถใช้กับ Gen Y ได้ เมื่อนักการตลาดเริ่มสังเกตเห็นว่าแบรนด์ใหม่ๆ ที่เพิ่งก่อตั้งสามารถสร้างความภักดีต่อแบรนด์ให้แก่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้อย่างรวดเร็ว เช่น Yahoo, Google, Sanook, Gap, Roxy เป็นต้น

ข้อสังเกตก็คือ แบรนด์ที่ได้รับนิยามในกลุ่ม Gen Y ในลักษณะ High speed มักเป็นแบรนด์เกิดใหม่ ที่นำเสนอสินค้าและบริการแบบไม่ธรรมดาหรือสื่อสารแบบไม่ธรรมดา พฤติกรรมการยอมรับแบรนด์และภักดีต่อแบรนด์อย่างรวดเร็วนี้ ถือเป็นปรากฏการณ์ใหม่ ที่เป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคในการทำตลาดกับ Gen Y กรณีเป็นโอกาสคือ ทำให้แบรนด์ใหม่มีความหวังว่าจะสามารถทำตลาดกับ Gen Y ได้ง่ายและรวดเร็ว หากสินค้านั้นมีคุณค่าที่จับต้องได้ที่แปลกใหม่และโดนใจ หรือหากสามารถสื่อสารได้แปลกใหม่และตรงใจ แต่ที่เป็นอุปสรรคก็เพราะพฤติกรรมยอมรับแบรนด์ใหม่อย่างรวดเร็วนี้ ไม่มีข้อจำกัดเลย Gen Y พร้อมทั้งจะพอใจแบรนด์ใหม่ๆ ก็ได้จากทั่วทุกมุมโลก นั่นหมายความว่า แม้แบรนด์ที่ประสบความสำเร็จกับ Gen Y ในวันนี้ ก็ไม่ได้เป็นการรับประกันว่า Gen Y จะพอใจในแบรนด์นั้น และเลิกแสวงหาสิ่งดีกว่าในวันหน้าแต่อย่างใด

3. Cool Conscious : Gen Y เป็นผู้บริโภครที่ให้ความสำคัญกับความเท่ (Cool) ในแบบฉบับของตนเองเป็นอย่างมาก ซึ่งความเท่ในแบบฉบับของ Gen Y ก็จับทิศทางได้ยากเหมือนกัน เพราะความเท่เป็นเรื่องของความคิดและความรู้สึก ซึ่งยากอยู่ที่จะทำให้คนหลายๆ คนคิดเห็นตรงกันได้

กระนั้นก็ดี จากการศึกษาพฤติกรรมและความคิดของ Gen Y นั้นพบว่า ความเท่ในแบบฉบับที่ Gen Y มีโอกาสสนใจนั้น สามารถแยกออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน

ประเภทแรก คือ ความเท่ในแบบฉบับ Mix 'n' Match ซึ่งหมายถึงความเท่แบบไร้ระเบียบ (Unorganized) หมายถึงการนำของสองสิ่งที่ไม่น่าจะอยู่ด้วยกันมาปรับเปลี่ยนจัดชุดเข้ากัน ทำให้เกิดเป็นความแปลกใหม่ที่เท่เก๋และลงตัว

ประเภทที่สอง คือ ความเท่แบบมี Innovation ไม่ว่าจะ Innovation ใน P-Product, P-Price, P-Promotion หรือแม้แต่ P-Place แปรนดท์ที่พยายามจะจับตลาดกลุ่มนี้ จึงไม่จำเป็นต้องยึดติดกับไปเบิ้ลการตลาดเดิมๆ หากแต่สามารถคิดหาวิธีใหม่ๆ ที่แหวกแนว และลองทำตลาดดู หากเท่และโดนใจ โอกาสสำเร็จก็ไม่ยาก

4. Decoration & Beautification Conscious : Gen Y เป็นเจนเนอร์ชั่นอารมณ์ดี มองโลกในแง่ดี จึงมองทุกสิ่งเป็นสิ่งที่สวยงาม สิ่งใดที่สวยงามก็มักจะนำมาตกแต่งให้สะท้อนตัวตนและความสวยงามไปพร้อมๆ กัน อาทิ โทรศัพท์มือถือถือ รถส่วนตัว รูปร่างหน้าตาตัวเอง สัตว์เลี้ยง ฯลฯ

5. Connexity : ด้วยการที่เกิดมาเป็นคนรุ่นใหม่แห่งยุคไร้พรมแดน Gen Y ต้องการเชื่อมต่อ (Connexity) ทุกที่ ทุกเวลา กับทุกคนในทุกๆ ลักษณะของข้อความ (anywhere, anytime, any message) แต่เนื่องจากชีวิตของ Gen Y เต็มไปด้วยกิจกรรมต่างๆ เวลาว่างเพื่อทำการติดต่อเอง ดูเหมือนจะไม่ค่อยมี นั่นก็หมายความว่า แปรนดท์ใดที่สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง ช่วยทำหน้าที่เชื่อมต่อให้ Gen Y ได้ก็สามารถทำตลาดกับ Gen Y ได้ไม่ยาก ตัวอย่างเช่น กรณีบริการบอกรักผ่านเพลงของ Orange in Love หรือบริการส่งข้อความ SMS เป็นภาษาไทย ฯลฯ ที่ช่วยลดภาระการกดแป้นพิมพ์ SMS ภาษาไทยที่แสนยุ่งยากได้เป็นอย่างดี

ดังลักษณะ 5 ประการดังกล่าวนี้เป็นลักษณะที่สำคัญสำหรับการทำการตลาดกับคนเจนเนอร์ชั่นวายนั้นเพียงสังเขปเท่านั้น ประเด็นสำคัญก็คือการสร้างความแตกต่างให้มากเพียงพอสำหรับการแข่งขัน และต้องสอดคล้องกับลักษณะนิสัยของคนกลุ่มนี้

จากการศึกษาข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายเจนเนอร์ชั่นวายการออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจของคนกลุ่มนี้ ผู้วิจัยสรุปเป็นข้อๆที่สำคัญ ดังนี้

1. ต้องเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีความใหม่แปลกแหวกแนว
2. สินค้าต้องมีความสะดวกสบายรวดเร็ว ประหยัดเวลา
3. ต้องมีเสน่ห์และมีความเท่
4. มีความเป็นอิสระในการมีส่วนร่วม

2.5 ทฤษฎีการออกแบบบรรจุภัณฑ์และองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

2.5.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging design)

ผู้วิจัยเห็นว่าควรศึกษาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นประโยชน์ในงานวิจัย เพื่อให้ทราบถึง บทบาทหน้าที่ และองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ ที่สามารถจำแนกหรือสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันต่อเทศกาลไหว้ต่างๆ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง หน่วยรูปแบบวัตถุภายนอกที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง หรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดผลประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค [14]

บรรจุภัณฑ์ ยังนิยามว่าเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าในการจัดจำหน่ายเพื่อสนองต่อความต้องการของผู้ซื้อและหรือผู้บริโภคด้วยต้นทุนที่เหมาะสม นอกจากนั้นยังเป็น ศาสตร์และศิลป์ เพราะการออกแบบบรรจุภัณฑ์หนึ่งชิ้นนั้นประกอบไปด้วย เทคโนโลยีความรู้หลายๆ สาขา เช่น การถนอมอาหาร เป็นต้น และยังมีเรื่องของ การออกแบบที่ต้องคิดคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์ ที่เป็นการจูงใจในแง่ของการตลาด [24]

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง การออกแบบและผลิตสิ่งทีบรรจุหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์อาจรวมถึง บรรจุภัณฑ์ขั้นต้น (Primary container) เช่น หลอดยาสีฟัน บรรจุภัณฑ์อันดับสอง (Secondary package) ซึ่งผู้บริโภคจะทิ้งบรรจุภัณฑ์อันดับสองไปเมื่อนำผลิตภัณฑ์มาใช้ เช่น กล่องบรรจุยาสีฟัน และบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping package) ซึ่งจำเป็นสำหรับการเก็บ ระบุชนิด และขนส่งผลิตภัณฑ์ เช่น กล่องใส่ยาสีฟันจำนวน 6 โหล ซึ่งรวมถึงฉลากที่พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ก็ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์ด้วย [25]

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ หมายถึง กลยุทธ์สำคัญในการตอบโจทย์การตลาดกระแสหลัก เพื่อสร้างประสบการณ์และอารมณ์ร่วมระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค กระตุ้นให้

ผู้บริโภคกระหายที่จะได้เป็นเจ้าของสร้างความผูกพันจนกลายเป็นพันธะสัญญา อันจะนำไปสู่การเป็น “แบรนด์” ในดวงใจผู้บริโภค [26]

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือ ปัจจัยหนึ่งที่ใช้ตอบโจทย์การตลาด ทั้งทางด้านการสร้างความแตกต่าง การสร้างนวัตกรรม และสามารถสอดแทรกความคิดสร้างสรรค์ไปอย่างแนบเนียน รวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้คนได้อย่างเฉพาะเจาะจงหลากหลาย สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้ [12]

2.5.2 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

ประชิด ทิณบุตร [14] ได้กล่าวถึงหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1. การบรรจุและการคุ้มครองป้องกัน (Containment and protection) ซึ่งถือว่าเป็นหน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์ ที่สามารถป้องกันสินค้าจากการเสียหายอันเนื่องมาจากการขนส่ง การเน่าเสีย และง่ายต่อการเก็บรักษา ไม่เสื่อมสลาย เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคได้รับอันตรายจากการอาหารเป็นพิษ หรือบาดเจ็บอันเนื่องมาจากบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เรียบร้อยและไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์
2. การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ (Identification) บรรจุภัณฑ์ต้องแสดงให้เห็นถึงตัวผลิตภัณฑ์ในทันที โดยเกิดจาก ชื่อของผลิตภัณฑ์ (Trade Name) เครื่องหมายการค้า (Trademark) ชื่อผู้ผลิต ลักษณะหรือประเภทของสินค้า เพื่อเป็นการสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์ว่าเป็นอย่างไร เพื่อลดความผิดพลาดในการหยิบฉวยสินค้า โดยเฉพาะเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์ถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง
3. การอำนวยความสะดวก (Convenience) ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นต้องเอื้ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค การขนส่งและการเก็บรักษา กล่าวคือในแง่ของผู้บริโภคจำเป็นต้องสังเกตถึง พฤติกรรมกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ว่าเป็นอย่างไร เช่นเหมาะสมมือสะดวกในการใช้สอย และปลอดภัยจากการใช้งาน ทางด้านการขนส่งนั้นต้องคำนึงถึงความแข็งแรงจากการวางผลิตภัณฑ์ซ้อนกัน (Stacking) ขนาดและรูปร่างที่เหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์ (Fitness Size) ง่ายต่อการเรียงซ้อนกันบนชั้นวางแสดงสินค้า (Easy to stack and display)
4. การดึงดูดความสนใจผู้บริโภค (Consumer Appeal) การที่บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้นั้นอันเป็นผลมาจากองค์ประกอบที่หลากหลายอย่าง เช่น ขนาดรูปร่างหรือรูปทรง สี วัสดุ ข้อความตัวอักษรวิธีการใช้ ฯลฯ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ทางจิตวิทยาของผู้บริโภค (To fit the consumer ‘needs) เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดที่หลากหลาย เพื่อให้สอดคล้องต่องบประมาณการซื้อที่แตกต่างกัน การใช้สีบน

บรรจุภัณฑ์ที่ทำให้เกิดความรู้สึกสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน เช่น สีแดง สีชมพู สีเขียวและสีฟ้า สะท้อนให้เกิดความรู้สึก น่ารัก สดใส เป็นต้น การใช้รูปร่างให้ตรงกับผลิตภัณฑ์เฉพาะกรณี เช่น เทศกาล โอกาส เพศและวัย ความรู้สึกถึงความคุ้มค่าก็เป็นอีกปัจจัย เช่น การรวมผลิตภัณฑ์เป็นชุดหรือ หน่วยบรรจุรวม (Unit Packaging) เป็น 2, 4, 6, 8, 12, หรือมากกว่านั้น เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่าสินค้านั้นถูกลง อีกทั้งบางครั้งผู้ออกแบบสามารถแปลงให้บรรจุภัณฑ์ให้สามารถแปลงหน้าที่ของตนให้เป็นภาชนะบรรจุอย่างอื่นหลังจากใช้ผลิตภัณฑ์หมดไป สร้างความรู้สึกต่อผู้บริโภคว่าได้ของแถม (Premium)

5. การเศรษฐกิจ (Economy) บรรจุภัณฑ์มีบทบาทในการกำหนดราคาสินค้าตามต้นทุนการผลิต (Production cost) อันเกิดจากการว่าจ้างแรงงาน ราคาวัสดุบรรจุภัณฑ์ ราคาของกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งมีปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อราคาของบรรจุภัณฑ์ได้แก่

- ราคาของบรรจุภัณฑ์ (Cost of packaging material)
- ราคาของกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ (Cost of manufacturing the package)
- ราคาของเครื่องมือเครื่องจักร ที่ใช้ในการผลิตและบรรจุผลิตภัณฑ์ (Cost of equipment used to manufacture and fill package)
- ราคาของการใช้แรงงานที่เกี่ยวข้องกับ (Cost of associated labor)

2.5.3 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ซึ่งต้องมีหน้าที่ในการส่งต่อจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคนั้น ต้องผ่านขั้นตอน อันเกิดจากกระบวนการผลิต การเก็บสินค้าในคลัง ระบบขนส่ง และระบบการจัดจำหน่าย เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกในการบริโภคและการกำจัดซากบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย โดย ปูน และสมพร คงเกียรติ (2541) ได้จำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์ได้หลายลักษณะแล้วแต่จุดมุ่งหมายการแยกประเภท ดังแสดงใน ตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การแยกประเภทบรรจุภัณฑ์

วิธีการ	จุดมุ่งหมาย	ประเภทบรรจุภัณฑ์
1.	การออกแบบ	1.1 บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิ (Primary Packaging)
		1.2 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิ (Secondary Packaging)
		1.3 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามหรือตติยภูมิ (Tertiary Packaging)
2.	วัสดุที่ใช้ผลิต	2.1 เยื่อและกระดาษ
		2.2 พลาสติก
		2.3 แก้ว
		2.4 โลหะ

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถจำแนกประเภทได้ 3 ประเภทดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิ (Primary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคได้สัมผัสเวลาบริโภค บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ไม่สามารถนำกลับมาใช้อีกหลังจากบริโภคสินค้าหมด โดยการฉีก แกะ ตัด เช่น ซองบรรจุน้ำตาล เป็นต้น ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นในนั้นมีปัจจัยที่ต้องพิจารณา 2 ประการคือ ประการแรก บรรจุภัณฑ์ที่ใช้นั้นต้องเข้ากันได้กับผลิตภัณฑ์ กล่าวคือตัวผลิตภัณฑ์นั้นต้องไม่ทำปฏิกิริยากับบรรจุภัณฑ์อันก่อให้เกิดความเสียหาย เช่น การบรรจุวัตถุที่ร้อนเมื่อเย็นลงจะเกิดการยุบตัวหรือเกิดรอยบุบให้กับบรรจุภัณฑ์ ประการที่สอง บรรจุภัณฑ์นั้นต้องวางขายบนหิ้งหรือไม่เพื่อที่จะได้ออกแบบให้เหมาะสมกับการจัดวาง และเกิดความสวยงาม

2. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิ (Secondary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่รวบรวมผลิตภัณฑ์ชั้นแรกเข้าด้วยกัน เพื่อเพิ่มความแข็งแรงให้กับผลิตภัณฑ์หรือเพื่อจัดจำหน่ายและความสะดวกในการขนส่ง เช่น กล่องกระดาษแข็งใส่หลอดยาสีฟัน ถุงพลาสติกใส่ซองน้ำตาล 50 ซอง เป็นต้น

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองนั้นมักเป็นบรรจุภัณฑ์ที่แสดงบนหิ้ง ณ จุดขาย ดังนั้นการเน้นการออกแบบที่สวยงามและภาพพจน์ของสินค้าจะช่วยให้การดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ ถึงแม้ว่าบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกนั้นได้รับการออกแบบอย่างสวยงามแล้ว แต่บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองนั้นถือเป็นประตูที่เปิดให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามได้อีกชั้น

3. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามหรือตติยภูมิ (Tertiary Packaging) หน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์นี้คือ การปกป้องสินค้าระหว่างการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ขนส่งนี้อาจแบ่งได้เป็น 3 ประเภทย่อย ดังนี้

- บรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับการขนส่งจากผู้ผลิตสินค้าถึงผู้ค้าปลีก บรรจุภัณฑ์นี้ก็จะหมดหน้าที่ เช่น แคร่และกระบะ (Pallet) เป็นต้น
- บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ระหว่างโรงงาน เป็นบรรจุภัณฑ์ที่จัดส่งสินค้าระหว่างโรงงาน เช่น ลังใส่ของพริกป่น ถังน้ำจิ้ม เพื่อนำไปบรรจุรวมกับสินค้าหลัก เป็นต้น
- บรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับการขายปลีกไปยังมือผู้บริโภคโดยตรง เช่น ถัง หรือ กล่องต่างๆ ที่ร้านค้าใส่สินค้าให้ผู้ซื้อ

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามนี้ สิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือการป้องกันตัวสินค้าระหว่างการขนส่งส่วนข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ขนส่งจะช่วยให้การขนส่งเป็นไปอย่างสะดวกและถูกต้อง บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามนี้ มักเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Distribution Packaging)

ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะมุ่งเน้นไปที่บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิและบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือตติยภูมิ เพราะว่าเป็นงานวิจัยครั้งนี้จัดทำเป็นชุดขนมไหว้ซึ่งต้องมีความสอดคล้องกันระหว่างบรรจุภัณฑ์ชั้นในและชั้นที่สอง กล่าวคือ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทำสองหน้าที่คือการปกป้องผลิตภัณฑ์และการรวบรวมผลิตภัณฑ์ให้จัดเป็นชุด เพื่อความสะดวกในการขนส่ง

2.5.4 การพัฒนาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ปูน และสมพร คงเกียรติ (2541) ได้กล่าวไว้ว่า ไม่มีบรรจุภัณฑ์ใดในโลกที่จะสามารถใช้ได้ตลอดเวลา เหตุเป็นเช่นนั้นเพราะว่า การเปลี่ยนแปลงทางด้านการตลาด และเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยของผู้บริโภค อีกทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนที่เปลี่ยนไป และความต้องการในการรักษาสิ่งแวดล้อมในโลกยุคปัจจุบัน

เมื่อบรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่ในการปกป้องผลิตภัณฑ์ และการขนส่งตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงมือของผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์ยังสามารถแปลงกายให้เหมาะสมกับสถานที่จัดจำหน่าย เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายอีกทางหนึ่ง ดังนั้นการพัฒนาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ถือเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่นักออกแบบนั้นต้องให้ความสำคัญ

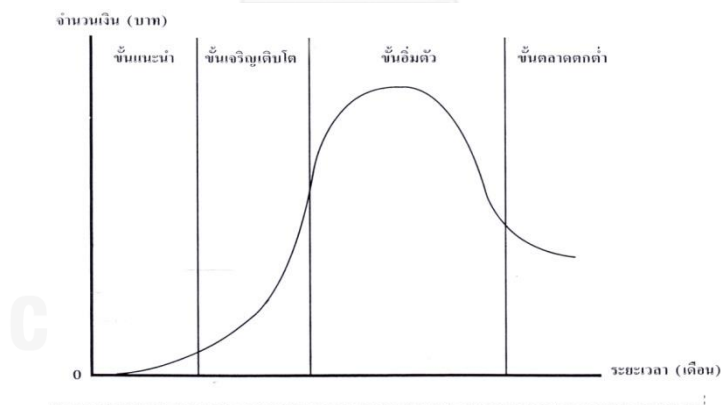
โดยแนวทางการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แบ่งได้เป็น 2 ส่วน

1. **โครงสร้าง** เป็นการออกแบบทางด้านเทคนิคและทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ โดยที่มุ่งเน้นไปในกระบวนการบรรจุใส่ การรักษาคุณภาพสินค้า การป้องกันที่เหมาะสมต่อการขนส่งและการกระจายสินค้า
2. **กราฟฟิค** เป็นการออกแบบในรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อและเป็นการสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ผ่านทางการออกแบบกราฟฟิค อีกทั้งยังเป็นการสร้างภาพพจน์และความประทับใจจากลูกค้า

2.5.5 สาเหตุของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

เหตุที่จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีด้วยกันหลายประการ ซึ่งสามารถอธิบายได้จาก วัฏจักรชีวิตของบรรจุภัณฑ์ (Product Life Cycle) ดังรูป ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์
2. ขั้นตลาดเจริญเติบโต
3. ขั้นตลาดอิ่มตัว
4. ขั้นตลาดตกต่ำ



ภาพที่ 30 ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์

(ที่มา : บรรจุภัณฑ์อาหาร 2541:1)

ซึ่งจากสถานะจากขั้นตอนวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่ ปุ่น และสมพร คงเกียรติ (2541) สรุปลักษณ์ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงส่วนผสมทางการตลาดในแต่ละขั้นตอนของวัฏจักรผลิตภัณฑ์

ส่วนผสมทางการตลาด	ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์			
	1. แนะนำ	2. เติบโต	3. อิ่มตัว	4. ตกต่ำ
ก. ผลิตภัณฑ์	ชนิดเดียว	หลายชนิด	แข่งขัน	เหลือน้อยราย
ข. การจัดส่ง	เลือกระบบ	ที่เหมาะสม	หลายระบบ	ระบบที่จำเป็น
ค. การส่งเสริม	แนะนำ	เร่งเร็ว	ทุกรูปแบบ	แยกประเภท
ง. ราคา	เจาะตลาด	สูงสุด	ตัดราคา	ลดสุดๆ

จากวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ปูน และสมพร คงเกียรติ (2541) ได้อธิบายถึงมูลเหตุสำคัญที่แบ่งเป็นตารางดังกล่าว โดยพิจารณาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. มูลเหตุเกิดจากภายนอกองค์กร เนื่องจากผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นส่วนผสมในด้านการตลาด การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงเป็นเครื่องมือในด้านการตลาดอย่างหนึ่ง เพื่อชิงความได้เปรียบในด้านการแข่งขัน ไม่ว่าจะในขั้นตอนแนะนำจนถึงตกต่ำ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์มุ่งเน้นในเชิงระยะยาวเพื่อให้เกิดประสิทธิผลต่อวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เช่น การเปลี่ยนช่องทางจัดจำหน่าย การเปลี่ยนระบบการจัดส่ง เพื่อให้สอดคล้องต่อการขนส่งของคู่ค้า อีกมูลเหตุภายนอกอีกประการหนึ่งคือ กฎหมายใหม่ที่มีการออกกฎข้อบังคับทางกฎหมาย เช่น การที่ผู้ผลิตต้องแสดงคุณค่าทางโภชนาการบนฉลากผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นต้น
2. มูลเหตุจากภายในองค์กร ทุกๆ ผลิตภัณฑ์มีโอกาสเข้าสู่ขั้นตอนการตกต่ำและหายไปในตลาด เนื่องจากการเกิดใหม่ของผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา ดังนั้นองค์กรที่เตรียมพร้อมในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยคำนึงถึงขั้นตอนชีวิตผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญจะมีความได้เปรียบในด้านการตลาด โดยแนวทางการพัฒนาก็มักจะ ปรับปรุงพัฒนาด้านความสวยงาม และสมรรถนะการใช้งานและเพื่ออำนวยความสะดวกของตัวบรรจุภัณฑ์เอง
3. มูลเหตุจากด้านเทคโนโลยี ในกระแสความก้าวหน้าในโลกปัจจุบัน มีวิวัฒนาการใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์มีเกิดขึ้นใหม่เสมอ เช่น การใช้สัญลักษณ์รหัสแท่งที่จะนำไปสู่การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การใช้ระบบการพิมพ์แบบไร้สัมผัส (Non-Contact) การบรรจุภายใต้สภาวะปลอดเชื้อ (Aseptic) เป็นต้น ซึ่งวิวัฒนาการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีบทบาทในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ

จากการศึกษาถึงข้อมูลดังกล่าวชุดบรรจุภัณฑ์นมโห้วเจ้าถือเป็นผลิตภัณฑ์ในขั้นแนะนำเพราะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการรวมชุดผลิตภัณฑ์ไว้ด้วยกันเพื่อใช้ในการจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในช่วงเทศกาลต่างๆ

2.5.6 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ (The structural packaging design)

การออกแบบโครงสร้าง หมายถึง การกำหนด ลักษณะ รูปร่าง ขนาด ปริมาตร ให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนขั้นตอนการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษาและการขนส่ง

การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์นั้น โดยส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิและบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิ ซึ่งรูปร่างของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์นั้นขึ้นอยู่กับลักษณะและรูปร่างของผลิตภัณฑ์ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใด โดยผู้ที่ทำการออกแบบจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องบรรจุว่ามีขนาด รูปร่างเป็นอย่างไร เพื่อที่จะได้ออกแบบได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะลักษณะพิเศษที่เพิ่มเติมเข้ามา เช่น มือถือ หูหิ้ว และการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผง จำเป็นที่จะต้องใช้วัสดุสำหรับการกันความชื้นได้ดี โดยที่ผู้ออกแบบจำเป็นต้องศึกษาและกำหนดกระบวนการในการออกแบบ เช่น ราคาวัสดุ การผลิตเครื่องจักร การขนส่ง การตลาด การพิมพ์ ฯลฯ จากนั้นจึงมากำหนดเป็น ขนาด รูปร่าง (Shape & Form) ของบรรจุภัณฑ์อีกครั้งหนึ่ง

ซึ่งการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์นั้นผู้ออกแบบจำเป็นต้องนึกถึงเทคโนโลยีการบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบต้องตอบสนองต่อความคาดหวังทางด้านการตลาดขององค์กร ผู้ออกแบบต้องให้ความสำคัญต่อทั้งสองด้านอย่างเหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์อีกทั้งต้องพยายามที่จะพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความแตกต่างกันเพื่อสร้างความน่าดึงดูดต่อผู้บริโภคที่มีความต้องการที่เปลี่ยนไปตามแต่ละยุคสมัย

2.5.6.1 ประเภทของบรรจุภัณฑ์จำแนกตามวัสดุ

บรรจุภัณฑ์แยกตามวัสดุหลักที่ใช้ในการผลิตได้ 4 ประเภทคือ

1. เยื่อและกระดาษ เยื่อและกระดาษ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด และมีแนวโน้มในการใช้มากขึ้นเรื่อยๆ อันเนื่องมาจากเป็นวัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้ง่าย สืบเนื่องจากการรณรงค์สิ่งแวดล้อม เยื่อและกระดาษเป็นวัสดุประเภทเดียวที่สามารถใช้การปลูกป่าทดแทนได้ อีกทั้งสามารถพิมพ์ตกแต่งได้ง่ายและสวยงาม สามารถพับได้เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งบรรจุภัณฑ์

2. พลาสติก เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงมาก ซึ่งประโยชน์หลักของพลาสติก คือ น้ำหนักที่เบา สามารถป้องกันการซึมผ่านของอากาศและก๊าซได้ในระดับหนึ่ง

สามารถต่อต้านความเสียหายต่อผลิตภัณฑ์อันเกิดจากแบคทีเรียและเชื้อรา อีกทั้งพลาสติกยังมีคุณสมบัติอันหลากหลาย เช่น ทนความร้อน ซึ่งสามารถผลิตให้ตรงต่อความต้องการของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม

3. แก้ว เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีความสามารถในทนต่อปฏิกิริยากับสารเคมีซึ่งภาพต่างๆ เมื่อเทียบกับวัสดุอื่นสามารถรักษาคุณภาพของสินค้าได้ดี ทนต่อแรงกดสูง อีกทั้งยังมีความใส และสามารถทำสีต่างได้ และยังสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้หรือแม้แต่การหลอมใหม่ได้ ข้อเสียคือมีความเปราะง่ายหรือแตกได้ง่าย ข้อควรระวังคือฝาขวดแก้วนั้นต้องเลือกใช้ฝาที่มีขนาดพอดีกับฝาขวดเพื่อที่จะปิดได้สนิทแน่นเพื่อการรักษาคุณภาพสินค้าและยืดอายุสินค้าให้นานขึ้น

4. โลหะ ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์อาหาร วัสดุที่ใช้มี 2 ชนิด คือ

- เหล็กเคลือบดีบุก เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงป้องกันอันตรายจากสิ่งแวดล้อมและสภาวะอากาศได้ดี มีต้นทุนการผลิตที่ไม่สูงนัก สามารถใช้บรรจุอาหารได้ดี เนื่องจากปิดได้สนิทและสามารถฆ่าเชื้อได้ด้วยความร้อน และสามารถคัดแยกขยะได้ด้วยแม่เหล็ก
- อะลูมิเนียม มักใช้ในรูปเปลวอะลูมิเนียมหรือกระป๋อง มีน้ำหนักเบา ทนต่อการซึมผ่านของอากาศ ก๊าซ แสง และกลิ่นได้ดี ในแง่ของเปลวอะลูมิเนียมมักใช้ในการเคลือบผิวบนวัสดุอื่นๆ สามารถใช้ประโยชน์จากความเงาวาว อีกทั้งยังเหนียวนำความเย็นได้ดี

ซึ่งในการเลือกประเภทวัสดุที่เหมาะสมกับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยศึกษาเรื่องการออกแบบเรขาคณิตบรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้ ซึ่งเป็นกลุ่มเบเกอร์รี่และขนมหวานดังส่วนหนึ่งของตารางประเภทของบรรจุภัณฑ์อาหาร ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 7 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับประเภทของอาหารแปรรูป

กลุ่มอาหาร	ประเภทบรรจุภัณฑ์	คำแนะนำและเหตุผล
กลุ่มเบเกอรี่และขนมหวาน	1. กล่องกระดาษแข็ง	บรรจุภัณฑ์ที่สามารถพิมพ์ ตกแต่งได้อย่างสวยงามและ ราคาถูก
	2. ภาตพลาสติกใส แบบ กาบหอย (Clam Shell)	สามารถมองเห็นสินค้า เพิ่ม มูลค่าให้กับสินค้า ถ้าใช้ พลาสติกที่มีอัตราการซึมผ่าน ของก๊าซน้อย สามารถใช้ เทคนิคการบรรจุภัณฑ์ สมัยใหม่ เพื่อยืดอายุอาหาร ได้นานขึ้น
	3. ภาตพลาสติกหรือ กระดาษปิดผนึกด้วยความ ร้อนบนแผ่นฟิล์ม	ราคาถูกกว่าแต่ต้องคัดเลือก ประเภทของพลาสติกให้ เหมาะสมกับตัวสินค้า และสามารถใช้เทคนิคการปรับ สภาวะได้
	4. ภาตอะลูมิเนียมพร้อมฝา ทำด้วยกระดาษแข็ง	มีราคาสูงแต่สามารถปกป้อง รักษาคุณภาพสินค้าไว้ได้นาน เหมาะสำหรับแช่เย็นหรือแช่ แข็ง

ผู้วิจัยได้เห็นว่าประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษแข็ง มาใช้ศึกษาต่อไป เนื่องจากมีความเหมาะสมในแง่ของราคา และเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถพิมพ์ตกแต่งได้ อีกทั้งยังสามารถพับ ขึ้นรูปได้ง่าย

2.5.6.2 บรรจุภัณฑ์อาหารที่ผลิตจากเยื่อและกระดาษ

เนื่องจากกระดาษมีคุณสมบัติมากมาย ดังคุณลักษณะเด่น คือ สามารถที่จะพับขึ้น รูปได้หลากหลายรูปทรง ดังไปใช้ประโยชน์ต่างๆได้ เช่น ถุงและกล่อง ซึ่งจุดด้อยของกระดาษ ก็คือลักษณะทางกายภาพที่มีความเป็นรูพรุนเล็กๆ ไม่สามารถทนต่อความชื้นมากๆ ได้ แต่ก็ สามารถแก้ปัญหาได้โดยการเคลือบผิวด้วย พลาสติกหรืออะลูมิเนียม

2.5.6.2.1 คุณสมบัติทั่วไปของกระดาษ

ความหนาและน้ำหนักมาตรฐาน หน่วยซื้อขายกระดาษคิดเป็นน้ำหนักกรัมต่อพื้นที่

1 ตารางเมตร ความหนาวัดเป็นไมครอน (Microns)

ความขาวสว่าง (Brightness) ความขาวสว่างของกระดาษสามารถวัดได้จากการสะท้อนกลับของแสงสีขาวที่ค่าระหว่าง 1-100 โดยปกติจะมีประมาณ 80 ยิ่งสว่างมากจะเป็นการเพิ่มความมั่นใจในการพิมพ์

ปริมาณความชื้น กระดาษมีคุณสมบัติดูดและคายความชื้นได้ดีและรวดเร็ว เมื่อมีความชื้นสัมพัทธ์เป็น 20 % กระดาษจะมีความชื้นประมาณ 4% ณ อุณหภูมิห้อง 25 องศา ถ้าความชื้นสัมพัทธ์เป็น 80% กระดาษจะมีปริมาณความชื้นที่ 14.8% ปริมาณความชื้นในกระดาษที่มีความแตกต่างกันสามารถส่งผลกระทบต่อบรรจุภัณฑ์ได้

2.5.6.2.2 ประเภทบรรจุภัณฑ์กระดาษ

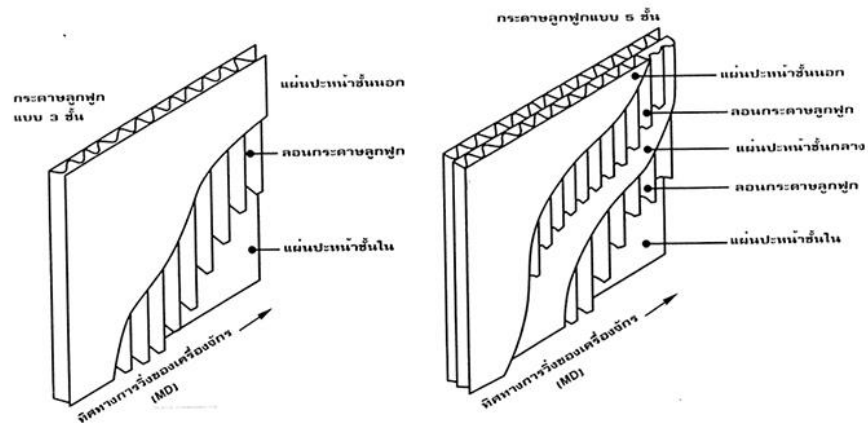
เป็นบรรจุภัณฑ์กระดาษที่นิยมในอุตสาหกรรมอาหารแบ่งเป็นประเภทดังนี้

1. กล่องกระดาษแข็งพับได้ เป็นกล่องกระดาษแข็งที่สามารถขึ้นรูปและจัดส่งเป็นแผ่นราบ (Flat Blanks) ประหยัดค่าขนส่ง
2. กล่องกระดาษแบบคงรูป เป็นกล่องที่มีการขึ้นรูปไว้อยู่แล้ว เช่น กล่องรองเท้า กล่องไม้ขีด
3. บรรจุภัณฑ์การ์ด (Carded Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ประกอบไปด้วยกระดาษและพลาสติก แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ แบบบลิสเตอร์แพ็ค (Blister Pack) และแบบแนบผิว (Skin Pack)
4. บรรจุภัณฑ์แบบเคลือบหลายชั้น จากจุดด้วยของกระดาษที่มีรูพรุน การเคลือบหลายชั้นด้วยพลาสติก และเปลวอะลูมิเนียมได้รับความนิยมอย่างมาก
5. กล่องกระดาษลูกฟูก เป็นบรรจุภัณฑ์ที่นิยมใช้ในการขนส่งมากที่สุด แข็งแรงและเหมาะสมกับราคา และยังสามารถผลิตและใส่สีได้ง่าย

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจะศึกษาการทำบรรจุภัณฑ์ด้วยวัสดุกระดาษลูกฟูก เนื่องจากสามารถรับน้ำหนักได้ดีอีกทั้งยังมีความแข็งแรงและด้วยความเป็นชั้นๆ สามารถรับความชื้นได้ในระดับหนึ่งที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้เจ้า และยังสามารถพับขึ้นรูปได้

2.5.6.3 กล้องกระดาษลูกฟูก

ตัวแผ่นกระดาษลูกฟูกที่ใช้กันโดยทั่วไปประกอบไปด้วยแผ่นปะหน้า 2 แผ่น และมีลูกฟูกตรงกลาง มีชื่อเรียกทั่วไปว่ากระดาษลูกฟูก 3 ชั้น และที่มีความแข็งแรงมากคือ 5 ชั้น



ภาพที่ 31 โครงสร้างกระดาษลูกฟูก

(ที่มา: บรรจุกันท์อาหาร 2541)

การใช้กระดาษลูกฟูกนั้นจำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติการเลือกลอนตามมาตรฐานลอนของกระดาษลูกฟูกดังนี้

ตารางที่ 8 มาตรฐานของลอนกระดาษลูกฟูก

ชื่อลอน	ชื่อไทย	จำนวนลอนต่อความยาว เป็นเมตร	ความสูงของลอน (มิลลิเมตร)
A	ใหญ่	105 - 125	4.5 - 4.7 มม.
B	เล็ก	150 - 185	2.1 - 2.9 มม.
C	กลาง	120 - 145	3.5 - 3.7 มม.
E	จิว	290 - 320	1.1 - 1.2 มม.
Micro	ไมโคร	400 - 440	0.7 - 0.8 มม.

ซึ่งการเลือกใช้ลอนกระดาศลูกฟูกนั้นจำเป็นต้องเลือกให้เหมาะสมกับงาน ถ้าต้องการใช้ความแข็งแรงเพื่อการขนส่งให้ใช้ลอน A, B หรือ C ลอน E และ Micro ไม่ค่อยนิยมใช้มากนัก ส่วนลอนที่ถูกใช้มากที่สุดคือลอน B และ C

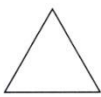

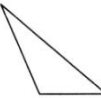

ซึ่งในงานวิจัยนี้จำเป็นต้องใช้การพับเป็นหลักจึงเลือกใช้ลอน B เป็นหลัก เนื่องจากมีความแข็งแรงเพียงพอและสามารถพับขึ้นรูปได้




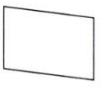
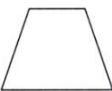



2.5.6.4 โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons) จากหนังสือ Structural Packaging ของ Paul Jackson [27] อธิบายว่า ทุกๆ รูปทรงหลายเหลี่ยมเป็นแผนเรียบซึ่งเกิดจากเส้นตรงมาประกอบและชนมุมกัน ซึ่งทุกบรรจุกัณฑ์ที่เป็นรูปทรงสามมิติก็ประกอบไปด้วยโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมทั้งสิ้น ถ้าสามารถนำโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมไปใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการออกแบบจะทำให้เข้าใจและออกแบบได้ง่ายขึ้น

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมแบ่งเป็น 12 ชนิดดังนี้

ตารางที่ 9 แสดงโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม

1		รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle) ทุกมุมและทุกด้านขนาดเท่ากัน
2		รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle) มุมสองมุมและด้านสองด้านขนาดเท่ากัน
3		รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle) ทุกมุมและทุกด้านขนาดไม่เท่ากัน
4		รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก (Right-angled Triangle) หนึ่งมุมตั้งฉาก

5		รูปสี่เหลี่ยม (Square) รูปด้านสี่เหลี่ยมซึ่งทุกมุมและทุกด้านมีค่าเท่ากัน
6		รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle) รูปด้านสี่เหลี่ยมซึ่งทุกมุมและด้านตรงข้ามมีค่าเท่ากัน
7		รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus) รูปด้านสี่เหลี่ยมซึ่งมุมตรงข้ามมีค่าเท่ากันและด้านเท่ากัน
8		รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram) รูปด้านสี่เหลี่ยมซึ่งมุมตรงข้ามและด้านตรงข้ามมีค่าเท่ากัน
9		รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่า หรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู (Trapezium) รูปด้านสี่เหลี่ยมที่มีด้านขนานกันและมุมตรงข้ามมีค่ารวมกัน 180 องศา
10		รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon) รูปด้านห้าเหลี่ยมซึ่งทุกมุมและทุกด้านมีค่าเท่ากัน
11		รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon) รูปด้านหกเหลี่ยมซึ่งทุกมุมและทุกด้านมีค่าเท่ากัน
12		รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon) รูปด้านแปดเหลี่ยมซึ่งทุกมุมและทุกด้านมีค่าเท่ากัน

2.6 ทฤษฎีตัวเชื่อม

เพื่อหาตัวเชื่อมระหว่างเทศกาลไหว้กับงานออกแบบผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีบุคลิกภาพของ ชิเก โนบุ โทบายาชิ จากหนังสือ Color Image Scale [28] และอารมณ์สีของ นาโอมิ คุโน [29] เพื่อนำมาศึกษาและวิเคราะห์ความเหมาะสมต่อการนำไปใช้เชื่อมโยง

2.6.1 ทฤษฎีบุคลิกภาพ

ทฤษฎีบุคลิกภาพของการใช้สีในงานออกแบบเรขศิลป์ ชิเกโนบุ โทบายาชิ (1990) มีการวิจัยหารูปแบบบุคลิกภาพตามรสนิยมและรูปแบบชีวิต สามารถจัดกลุ่มบุคลิกภาพได้ 15 แบบ ในแต่ละแบบมีบุคลิกภาพย่อย ๆ ที่มีความหมายไปในทิศทางเดียวกันประกอบอยู่

1. ล้าลอง : (Casual)

องค์ประกอบ : เยาว์วัย (Young) ฉูดฉาด (Flamboyant) สนุกสนาน (Enjoyable) ร่าเริง (Merry) แจ่มแจ้ง (Vivid)

2. ทันสมัย : (Modern)

องค์ประกอบ : ก้าวหน้า (Progressive) ดูเป็นโลหะ (Metallic) มีเหตุมีผล (Rational) ชัด เฉียบคม (Sharp) เป็นชาวเมือง เป็นผู้ดี (Urbane)

3. ชวนฝัน : (Romantic)

องค์ประกอบ : มีเสน่ห์ (Charming) ช่างฝัน (Dreamy) ไร้เดียงสา (Innocent) อ่อนโยน (Soft) อ่อนหวาน (Sweet)

4. เป็นธรรมชาติ : (Natural)

องค์ประกอบ : มีความกรุณา (Generous) สนิทสนม (Intimate) เป็นธรรมชาติ (Natural) ประทับใจ (Simple/Appealing) ราบรื่น (Tranquil)

5. สะอาดสะอาง : (Elegant)

องค์ประกอบ : เยาว์วัย (Young) ฉูดฉาด (Flamboyant) สนุกสนาน (Enjoyable) ร่าเริง (Merry) แจ่มแจ้ง (Vivid)

6. เก๋/เท่ ตามยุคสมัย : (Chic)

องค์ประกอบ : สงบเสถียร (Modest) เงียบ (Quiet) เรียบง่าย (Simple) มีสติ (Sober) ละเอียดอ่อน (Subtle)

7. ได้รับความนิยม : (Classic)

องค์ประกอบ : ได้รับความนิยม (Classic) ลึกซึ้ง (Heavy/Deep) เป็นผู้ใหญ่ (Mature) มีรสนิยม (Tasteful) มีแบบแผน (Traditional)

8. โอ้อำ : (Dandy)

องค์ประกอบ : สง่างาม (Dignified) สงบเงียบ (Placid) ไว้ใจได้ (Reliable) ช่ำชองโลก/เป็นชาวกรุง (Sophisticated) มีสาระ (Substantial)

9. สะอาด : (Clear)

องค์ประกอบ : สดชื่น (Bracing) สะอาด (Clean) ใส (Crystalline) ทำให้มีกำลัง (Refreshing) คล่องแคล่ว (Neat)

10. หรรษา : (Gorgeous)

องค์ประกอบ : สุกใส (Brilliant) ร่ำรวย (Rich) ฟุ่มเฟือย (Luxurious) มีเสน่ห์ (Fascinating) สมบูรณ์ (Abundant)

11. เป็นทางการ : (Formal)

องค์ประกอบ : อำนาจ (Majestic) จริงจัง (Earnest) มีคุณค่า (Precious) มีอำนาจ (Authoritative) ซ้ำซาก (Solemn)

12. น่ารัก : (Pretty)

องค์ประกอบ : ไร้เดียงสา (Native) เหมือนเด็ก (Childlike) สวยฉลาด (Cute)

13. สุขุม : (Cool Casual)

องค์ประกอบ : ว่องไว (Agile) สม่ำเสมอ (Steady) คล่องแคล่ว (Smart) ตูกระฉับกระฉ่าง (Sporty)

14. เคลื่อนไหว : (Dynamic)

องค์ประกอบ : คล่องแคล่ว (Active) กระตุ้น (Provocative) มีพลัง (Forceful) กระฉับกระฉ่าง (Vigorous) รุนแรง (Fiery)

15. รุนแรง : (Wild)

องค์ประกอบ : แข็งขันเอาการเอางาน (Robust) ดูเป็นชนเผ่า (Ethnic) ไม่อ่อนน้อม (Untamed) รุนแรง (Wild)

2.6.2 ทฤษฎีอารมณ์สี

ทฤษฎีอารมณ์สีในงานออกแบบเรขศิลป์ ของ นาโอมิ คุโน (Naomi Kuno) จากหนังสือ Tasteful Color Combinations โดยการเน้นอารมณ์จาก สัมผัสทั้ง 5 รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส ออกมาเป็นอารมณ์ต่างๆ มาได้ 44 อารมณ์ ดังนี้

1. ความผ่อนคลาย (Relaxation)
2. ความหายใจสดชื่น (Cool breathe)
3. ความอบอุ่นและรักใคร่ (Warmth)
4. ความราบรื่น (Smooth)
5. ความปลอดภัยและสงบ (Security and Peace)
6. ความสุขและมีโชค (Happiness and Luck)
7. ความมีพลังและมีพฤติกรรมเกินจริง (Energetic and Dramatic)
8. ความตื่นเต้นกับความเร็ว (Throbbing and Speed)
9. ความสูงขึ้นและมั่นใจ (Rising and Insistence)
10. ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น (Primitive and Wild)
11. ความกระตือรือร้นและเขย่าขวัญ (Wild and Thrilling)
12. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย (Oriental and Ethnic)
13. ความอบอุ่นร้อนชื้น (Tropical)
14. ความโดดเดี่ยวและมีจินตนาการ (Seclusion and Fantasy)
15. ความวิเศษและดีเลิศ (Magical and Awesome)

16. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต (Nostalgic and Memory)
17. ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง (Melancholic and Sentiment)
18. ความงดงามและสง่างาม (Grace and Elegance)
19. ความไวและไร้เดียงสา (Purity and Sensitivity)
20. ความทันสมัยและเจริญเติบโตเต็มที่ (Chic and Matured)
21. ความวางใจและภาคภูมิใจ (Trust and Pride)
22. ความชำนาญและมีทักษะฝีมือ (Brew and Craftsmanship)
23. ความมีการศึกษา (Academic)
24. ความเป็นทางการ (Formality)
25. ความน่ารักและเป็นมิตร (Cute and Friendly)
26. ความสดชื่นและอดทน (Cheerful and Tolerant)
27. ความหวานชื่นและเต็มไปด้วยจินตนาการ (Sweet and Romantic)
28. ความถึงความใส และบริสุทธิ์ (Crystal clear and Pure)
29. ความมีปัญญาและดูทันสมัย (Intellectual and Cool)
30. ความฉลาดและนำสมัย (Smart and Stylish)
31. ความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องและเกี่ยวกับเครื่องจักรกล (Technical and Mechanical)
32. ความสงบและปลอบโยน (Tranquility and Soothing)
33. ความสุขภาพดีและสดชื่น (Healthy and Fresh)
34. ความคล่องแคล่วและน่าขบขัน (Nimble and Amusing)
35. ความสนใจในกีฬาและอิสระ (Sporty and Freedom)
36. ความมั่งคั่งและพอใจ (Richness and Fulfillment)
37. ความโอ้อ่าและตกแต่งหรูหรา (Gorgeous and Decorative)
38. ความสำคัญที่สุดและมีเสน่ห์ (Prime and Charm)
39. ความอุดมสมบูรณ์และมีโภชนาการ (Fertility and Nutrition)
40. ความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional)
41. ความเด็ดเดี่ยวและสง่าผ่าเผย (Stability and Stateliness)
42. ความเป็นวิทยาศาสตร์และเคมี (Science and Chemistry)
43. ความสมัยใหม่และเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ (Modern and Radical)
44. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ (Human and Naturalness)

สรุปในการศึกษาข้อมูลผู้วิจัยได้เลือกอารมณ์สีของนาโอมิ คูโน เนื่องจากความชัดเจนในหัวข้อและจำนวนอารมณ์ที่ไม่มากและน้อยเกินไปซึ่งเหมาะสมต่องานวิจัยนี้



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขศิลป์บรรจุกิจกรรมชุดขนมไหว้เจ้าเพื่อสื่อสารเทศกาลต่างๆ สำหรับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่น วาย (GENERATION Y) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาความรู้สึก สีสัญลักษณ์มงคล โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สามารถสื่อสารถึงเทศกาลไหว้เจ้า 6 เทศกาลที่นิยมไหว้ในประเทศไทย ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่น วาย ดังนั้นการกำหนด ขั้นตอนและวิธี การในการรวบรวมผลงานและการวิเคราะห์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งก่อนที่จะทำการวิจัยเพื่อให้ผลสรุปที่น่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ ได้อย่างเหมาะสม โดยมีการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา
- 3.2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3. การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.4. การดำเนินการออกแบบ

3.1. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย มีด้วยกัน 2 ประเภท คือ

- 3.1.1 ข้อมูลประเภทเอกสาร
- 3.1.2 ข้อมูลประเภทบุคคล

3.1.1 ข้อมูลประเภทเอกสาร

ได้แก่ ข้อมูลที่เป็นแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ โดยรวบรวมจากแหล่งข้อมูลทางวิชาการต่างๆ ได้แก่ หนังสือ บทความ ตำรา งานวิจัย วิทยานิพนธ์ สื่อพิมพ์ต่างๆ และข้อมูลที่ได้จากสื่อออนไลน์ เช่น อินเทอร์เน็ต ซึ่งรายละเอียดในเนื้อหาได้กล่าวไว้ในบทที่ 2 โดยข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการสร้างและพัฒนาเครื่องมือในงานวิจัยในการวิเคราะห์หาคำตอบในงานวิจัยในครั้งนี้ ข้อมูลดังกล่าวประกอบไปด้วย

1. ข้อมูลเกี่ยวกับเทศกาลไหว้เจ้า
2. ข้อมูลเกี่ยวกับขนมไหว้
3. ข้อมูลเกี่ยวกับสัญลักษณ์มงคล
4. ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่นวาย
5. แนวความคิดและทฤษฎีเรื่องการออกแบบบรรจุกิจกรรม
6. แนวความคิดตัวเชื่อม (ทฤษฎีบุคลิกภาพและทฤษฎีอารมณ์สี)

3.1.2 ข้อมูลประเภทบุคคล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลประเภทบุคคล 3 กลุ่ม

กลุ่มแรก ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญพิเศษในด้านเงินศึกษาและประเพณีจีน เพื่อเป็นผู้ให้คำปรึกษาและเป็นผู้ตอบคำถามในแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถามลักษณะปลายปิด เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์หาอารมณ์ที่สื่อสารถึงเทศกาลไหว้ 6 เทศกาลที่นิยมไหว้ในประเทศไทย และนำผลลัพธ์ที่ได้ไปใช้ในการหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยมต่อไป โดยผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญดังนี้

1. สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโทขึ้นไปในสาขาที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาในแบบสอบถาม
2. สำหรับผู้สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาโท ต้องมีประสบการณ์การทำงานในสาขาที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาแบบสอบถามไม่ต่ำกว่า 10 ปี

กลุ่มที่ 2 ได้แก่กลุ่มบุคคลที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบเรขศิลป์ เพื่อเป็นผู้ตอบคำถามในแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถามลักษณะปลายปิด เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์หาโครงสร้างและองค์ประกอบเรขศิลป์บรรจุกัณฑ์ และใช้เป็นแนวทางในการออกแบบอย่างเหมาะสม โดยผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญดังนี้

1. สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโทขึ้นไปในสาขาที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาในแบบสอบถาม
2. สำหรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท ต้องมีประสบการณ์การทำงานในสาขาที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาแบบสอบถามไม่ต่ำกว่า 7 ปี

กลุ่มที่ 3 ได้แก่กลุ่มบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง หรือกลุ่มเป้าหมาย เป็นตัวแทนผู้บริโภคที่ต้องการซื้อถึง ซึ่งกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่น วาย (GENERATION Y) มีคุณสมบัติดังนี้

1. เป็นกลุ่มบุคคลที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2523 – 2533 คือช่วงอายุ 23-33 ปี
2. เป็นบุคคลที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น

3.2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็นขั้นตอนสำคัญ 2 ขั้นตอน ดังนี้

- 3.2.1 รวบรวมข้อมูลประเภทเอกสารเพื่อกำหนดกรอบเนื้อหาในเครื่องมือวิจัย
- 3.2.2 การออกแบบเครื่องมือวิจัย

3.2.1 รวบรวมข้อมูลประเภทเอกสารเพื่อกำหนดกรอบเนื้อหาในเครื่องมือวิจัย

ต้องมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ สามารถตอบข้อสมมุติฐานของงานวิจัยได้ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้

การคัดเลือกและการจำแนกประเภทเนื้อหาที่ใช้ในการวิจัยถือเป็นขั้นตอนสำคัญสำหรับงานวิจัย

3.2.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับเทศกาลไหว้

ผู้วิจัยเลือกใช้ข้อมูลหลักจากหนังสือเปิดตำนานเทศกาลจีน (2555) และ CHINESE FESTIVALS ของ Wei Liming (2554) เป็นหลักที่จะนำมาใช้อ้างอิง โดยนำมาใช้ประกอบเนื้อหาความสำคัญของแต่ละเทศกาลเท่านั้นเพราะมีความชัดเจนและน่าเชื่อถือ ส่วนการกำหนดว่าเทศกาลใดที่นิยมไหว้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านประเพณีจีนและข้อมูลจากหนังสือธรรมเนียมจีน (2546) ซึ่งบอกเล่าถึงเรื่องการไหว้เจ้าในประเทศไทย

ซึ่งในขอบเขตงานวิจัยนี้จะวิจัยเฉพาะเทศกาลไหว้เจ้าที่นิยมไหว้ในประเทศไทยเท่านั้นโดยอ้างอิงจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านจีนศึกษาและประเพณีจีน ซึ่งเทศกาลที่จะใช้ในงานวิจัยนี้ประกอบไปด้วย

- 1) เทศกาลตรุษจีน
- 2) เทศกาลเซ็งเม้ง
- 3) เทศกาลไหว้ขนมจ้าง
- 4) เทศกาลสารทจีน
- 5) เทศกาลไหว้พระจันทร์
- 6) เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย

3.2.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับขนมไหว้

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลขนมไหว้จากการไหว้เจ้าในแต่ละเทศกาลเพื่อหาว่าแต่ละเทศกาลไหว้นั้นใช้ขนมประเภทใดบ้าง จากนั้นเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ร้านขายขนม การเก็บข้อมูลด้วยการถ่ายจากขนมจริงๆ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อหาข้อมูลเบื้องต้นเพื่อใช้ในการออกแบบ

3.2.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับสัญลักษณ์มงคล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลสัญลักษณ์มงคลจากหนังสือ 108 สัญลักษณ์มงคล (2552) และ The handbook of Tibetan Buddhist symbols (2003) และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยในงานวิจัยนี้จะวิจัยเฉพาะแปดสัญลักษณ์มงคลของจีน (Eight Auspicious Symbols) เนื่องจากเป็นสัญลักษณ์ที่มีความน่าเชื่อถือจากการจัดกลุ่มสัญลักษณ์ที่ตรงกันในหลายแหล่งข้อมูล

3.2.1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มหมายเจนนอระชั้นวัย

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลกลุ่มเป้าหมายจากแหล่งข้อมูลมาจากหนังสือ Gen Y จับให้มันคั่นให้เวิร์ค (2550) ข้อมูลวิทยานิพนธ์เรื่อง”รูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเลือกซื้อของกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร” ของ รุ่งรัตน์ เรืองเดช สาขาวิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2552) วารสารบทความ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.2.1.5 แนวความคิดและทฤษฎีเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ผู้วิจัยได้ศึกษาเพื่อเป็นความรู้พื้นฐานในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับงานวิจัยโดยศึกษาจากหนังสือบรรจุภัณฑ์อาหาร (2541) หนังสือการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (2531) ออกแบบให้โดนใจ (2548) What is packaging design (2004) ในส่วนของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผู้วิจัยได้ศึกษาจากหนังสือพื้นฐานการออกแบบสามมิติ (2554) และหนังสือ Structural Packaging (2012) โดยผู้วิจัยได้เลือกรูปแบบการใช้รูปทรงหลายเหลี่ยม (Polygons) จากหนังสือ Structural Packaging เนื่องจากเป็นรูปทรงที่มีความเหมาะสมและเข้าใจง่ายเหมาะสมต่อการไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบและการสร้างแบบสอบถามในงานวิจัยนี้

3.2.1.6 แนวความคิดตัวเชื่อม (ทฤษฎีบุคลิกภาพและทฤษฎีอารมณ์สี)

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทางทฤษฎีเพื่อใช้เป็นตัวเชื่อม โดยศึกษาแนวทางจากหนังสือทฤษฎีสีต่างๆ ที่สามารถจำแนกและอธิบายถึงอารมณ์และบุคลิกภาพได้แก่ หนังสือ Color Image Scale ของโคบายาชิ และ Tasteful Color Combinations ของนาโอมิ คุโน (Naomi Kuno) (2009)

โดยผู้วิจัยได้เลือกรูปแบบทางอารมณ์ของ Tasteful Color Combinations ของนาโอมิ คุโน เนื่องจาก การใช้จำแนกทางอารมณ์และจำนวนนั้นมีความเหมาะสมต่อการนำไปสร้างแบบสอบถามเพื่อจำแนกเทศกาลไหว้ต่างๆได้

3.2.2 การออกแบบเครื่องมือวิจัย

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการออกแบบเป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 เพื่อหาอารมณ์ที่สื่อสารในแต่ละเทศกาลไหว้

ขั้นตอนที่ 2 เพื่อหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารถึงแต่ละเทศกาลไหว้ตามอารมณ์ได้

ขั้นตอนที่ 3 เพื่อหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารถึงแต่ละเทศกาลไหว้ที่เหมาะสมต่อรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายได้

3.2.2.1 ขั้นตอนที่ 1 เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์และสร้างเครื่องมือในการวิจัยเพื่อวิเคราะห์หาอารมณ์ที่เหมาะสมกับแต่ละเทศกาลไหว้ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตศึกษาและประเพณีจีนเป็นผู้ทำแบบสอบถาม จำนวน 7 คน และมีเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้

- 3.2.2.1.1 มีประสบการณ์ในการทำงานหรือมีความเชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องกับจิตศึกษาและประเพณีจีน
- 3.2.2.1.2 มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป ในกรณีที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาโทต้องมีประสบการณ์ทำงานไม่ต่ำกว่า 10 ปี

โดยแบบสอบถามในขั้นตอนที่ 1 ประกอบไปด้วย 3 ส่วนด้วยกัน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นโครงการ และเป็นส่วนที่อธิบายถึงรายละเอียดของแต่ละเทศกาลไหว้ และอารมณ์สี ของ นาโอมิ คุโน (Naomi Kuno) จากหนังสือ Tasteful Color Combinations โดยการเน้นรสนิยมจาก สัมผัสทั้ง 5 รูป รส กลิ่น เสียงและสัมผัส ออกมาเป็นอารมณ์ต่างๆ มาได้ 44 รสนิยม ดังนี้

1. ความผ่อนคลาย (Relaxation)
2. ความหายใจสดชื่น (Cool breathe)
3. ความอบอุ่นและรักใคร่ (Warmth)
4. ความราบรื่น (Smooth)
5. ความปลอดภัยและสงบ (Security and Peace)
6. ความสุขและมีโชค (Happiness and Luck)
7. ความมีพลังและมีพฤติกรรมเกินจริง (Energetic and Dramatic)
8. ความตึ้นตึ้นกับความเร็ว (Throbbing and Speed)
9. ความสูงขึ้นและมั่นใจ (Rising and Insistence)
10. ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น (Primitive and Wild)
11. ความกระตือรือร้นและเขย่าขวัญ (Wild and Thrilling)
12. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย (Oriental and Ethnic)

13. ความอบอุ่นร้อนชื้น (Tropical)
14. ความโดดเดี่ยวและมีจินตนาการ (Seclusion and Fantasy)
15. ความวิเศษและดีเลิศ (Magical and Awesome)
16. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต (Nostalgic and Memory)
17. ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง (Melancholic and Sentiment)
18. ความงดงามและสง่างาม (Grace and Elegance)
19. ความไวและไร้เดียงสา (Purity and Sensitivity)
20. ความทันสมัยและเจริญเติบโตเต็มที่ (Chic and Matured)
21. ความวางใจและภาคภูมิใจ (Trust and Pride)
22. ความชำนาญและการมีทักษะฝีมือ (Brew and Craftsmanship)
23. ความมีการศึกษา (Academic)
24. ความเป็นทางการ (Formality)
25. ความน่ารักและเป็นมิตร (Cute and Friendly)
26. ความสดชื่นและอดทน (Cheerful and Tolerant)
27. ความหวานชื่นและเต็มไปด้วยจินตนาการ (Sweet and Romantic)
28. ความถึงความใส และบริสุทธิ์ (Crystal clear and Pure)
29. ความมีปัญญาและดูทันสมัย (Intellectual and Cool)
30. ความฉลาดและทันสมัย (Smart and Stylish)
31. ความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องและเกี่ยวกับเครื่องจักรกล (Technical and Mechanical)
32. ความสงบและปลอบโยน (Tranquility and Soothing)
33. ความสุขภาพดีและสดชื่น (Healthy and Fresh)
34. ความคล่องแคล่วและน่าขบขัน (Nimble and Amusing)
35. ความสนใจในกีฬาและอิสระ (Sporty and Freedom)
36. ความมั่งคั่งและพอใจ (Richness and Fulfillment)
37. ความโอ้อ่าและตกแต่งหรูหรา (Gorgeous and Decorative)
38. ความสำคัญที่สุดและมีเสน่ห์ (Prime and Charm)
39. ความอุดมสมบูรณ์และมีโภชนาการ (Fertility and Nutrition)

40. ความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional)
41. ความเด็ดเดี่ยวและสง่างาม (Stability and Stateliness)
42. ความเป็นวิทยาศาสตร์และเคมี (Science and Chemistry)
43. ความสมัยใหม่และเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ (Modern and Radical)
44. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ (Human and Naturalness)

ส่วนที่ 2 การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ ในการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญมาสัมภาษณ์ ด้วยคำถามปลายเปิด เพื่อเก็บข้อมูล สำหรับตอบแบบสอบถามสำหรับขั้นตอนที่ 1 นี้และผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญที่มีความเชี่ยวชาญด้านจีนศึกษาและประเพณีจีน โดยผู้ที่คัดเลือกมาประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นอาจารย์ 4 ท่าน ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านจีนศึกษา 2 ท่าน และผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นรองนายกสมาคมจีน 1 คน รวม 7 ท่าน ดังนี้

1. ผศ.ดร.สุรสิทธิ์ อมรวิชชศักดิ์
ตำแหน่ง อาจารย์ ภาควิชาภาษาจีน คณะศิลปศาสตร์
สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ระดับการศึกษา ปริญญาเอก
ประสบการณ์ 6 ปี
2. ดร.ศิริวรรณ วรชัยยุทธ
ตำแหน่ง อาจารย์ ภาควิชาภาษาจีน คณะศิลปศาสตร์
สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ระดับการศึกษา ปริญญาเอก
ประสบการณ์ 10 ปี
3. ดร.จรี สุขนวนิช
ตำแหน่ง อาจารย์และหัวหน้าสาขา คณะมนุษยศาสตร์ สาขาวิชา
ภาษาจีน
สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ระดับการศึกษา ปริญญาเอก
ประสบการณ์ 3 ปี

4. ดร.จินดาพร พินพงทรัพย์
ตำแหน่ง อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์ สาขาวิชาภาษาจีน
สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ระดับการศึกษาปริญญาเอก
ประสบการณ์ 8 ปี
5. นาย วรศักดิ์ มัทธโนบล
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการศูนย์จีนศึกษา
สถานที่ทำงาน ศูนย์จีนศึกษา สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย และคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ระดับการศึกษาปริญญาตรี
ประสบการณ์ 26 ปี
6. ดร.ทวี ธีรวงศ์เสรี
ตำแหน่ง นักวิจัยอาวุโส
สถานที่ทำงาน ศูนย์จีนศึกษา สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
ระดับการศึกษาปริญญาเอก
ประสบการณ์ 40 ปี
7. นาย สุรทิน วงศ์อนันต์กิจ
ตำแหน่ง รองนายกสมาคม ตระกูลโจ้ว
สถานที่ทำงาน ตระกูลโจ้ว
ระดับการศึกษา -
ประสบการณ์ 40 ปี

ส่วนที่ 3 เป็นการตอบแบบสอบถามแบบปลายปิดโดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้าน
จีนศึกษาและประเพณีจีนทำแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) และใช้
หลักเกณฑ์การตอบแบบสอบถามด้วยการให้คะแนนในคำตอบที่ต้องการเลือก 5
ระดับ ได้แก่

- 5 คือ สำคัญมากที่สุด
- 4 คือ สำคัญมาก
- 3 คือ สำคัญปานกลาง
- 2 คือ สำคัญน้อยที่สุด
- 1 คือ สำคัญน้อยที่สุด

เพื่อหาคำตอบว่าอารมณ์ใดสามารถสื่อสารถึงแต่ละเทศกาลไหว้ได้ โดยได้คำตอบที่สื่อสารได้ในแต่ละเทศกาลไหว้ได้

3.2.2.2 ขั้นตอนที่ 2 นำผลลัพธ์จากขั้นตอนที่ 1 มาสร้างเครื่องมือในการวิจัยแบบสอบถามชุดที่ 2 เพื่อหา สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละอารมณ์ดังนี้

1. ความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional)
2. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย (Oriental and Ethnic)
3. ความสุขและมีโชค (Happiness and Luck)
4. ความอบอุ่นและรักใคร่ (Warmth)
5. ความราบรื่น (Smooth)
6. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต (Nostalgic and Memory)
7. ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง (Melancholic and Sentiment)
8. ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น (Primitive and Wild)
9. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ (Human and Naturalness)
10. ความชำนาญและมีทักษะฝีมือ (Brew and Craftsmanship)
11. ความผ่อนคลาย (Relaxation)
12. ความหวานชื่นและเต็มไปด้วยจินตนาการ (Sweet and Romantic)
13. ความสดชื่นและอดทน (Cheerful and Tolerant)

โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์จำนวน 11 คน และมีเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้

3.2.2.2.1 มีประสบการณ์ในการทำงานหรือเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์

3.2.2.2.2 มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป ในกรณีที่การศึกษาต่ำกว่าปริญญาโทต้องมีประสบการณ์ทำงานไม่ต่ำกว่า 7 ปี
โดยแบบสอบถามในขั้นตอนที่ 2 ประกอบไปด้วย 3 ส่วนด้วยกัน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นโครงการ และเป็นส่วนที่อธิบายถึง อารมณ์สี (Colors) ของ นาโอมิ คูโน แปดสัญลักษณ์มงคล (Eight Auspicious) และ โครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยม (Polygons)

ส่วนที่ 2 การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ ในการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญสำหรับตอบแบบสอบถามสำหรับขั้นตอนที่ 1 นี้ผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญที่มีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ โดยผู้ที่คัดเลือกมาประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ 11 ท่าน ดังนี้

1. นางสาวกัญตพัฒน์ กังแฮ
ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ
สถานที่ทำงาน บริษัท อาย วิว
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี
ประสบการณ์ 10 ปี
2. นาย บวรรัตน์ แจ่มสว่างศรี
ตำแหน่ง Graphic Designer
สถานที่ทำงาน อีสระ
ระดับการศึกษา ปริญญาโท
ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี
3. นาย เดชา งามเลิศนภาพรณ์
ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ
สถานที่ทำงาน Dailytouch
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี
ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี

4. นาย อนุภพ โสภิตปิยกุล
ตำแหน่ง Graphic Designer
สถานที่ทำงาน คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี
ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี
5. นาย จีระวุฒิ อ้อยตาล
ตำแหน่ง Designer
สถานที่ทำงาน Honda
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี
ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี
6. นางสาว จุติมา จันทร์ชุม
ตำแหน่ง Graphic Designer
สถานที่ทำงาน อัมรินทร์พริ้นท์ติ้ง
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี
ประสบการณ์การทำงาน 8 ปี
7. นางสาว วิกัญดา ธรรมโอรส
ตำแหน่ง Graphic Design
สถานที่ทำงาน อัมรินทร์พริ้นท์ติ้ง
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี
ประสบการณ์การทำงาน 7 ปี
8. นางสาว ศรันยา มะระพลษ์วรรณ
ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ
สถานที่ทำงาน Name IT Co.,LTD
ระดับการศึกษา ปริญญาโท
ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี

9. นาย วุฒิกุล โอเจริญ
ตำแหน่ง อาจารย์พิเศษ
สถานที่ทำงาน ม.ศิลปากร (SUIC),ม.หอการค้า และ ม.ศรีปทุม
ระดับการศึกษา ปริญญาโท
ประสบการณ์การทำงาน 11 ปี

10. นางสาว นันทภัสกร ลำภากร
ตำแหน่ง อาจารย์
สถานที่ทำงาน วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ระดับการศึกษา ปริญญาโท
ประสบการณ์การทำงาน 9 ปี

11. นางสาว องค์กร วงษ์ลังการ
ตำแหน่ง อาจารย์
สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ระดับการศึกษา ปริญญาโท
ประสบการณ์การทำงาน 7 ปี

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเพื่อหา สី สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละอารมณ์ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญออกแบบเรขาคณิตเป็นผู้ทำแบบสอบถามโดยตอบที่ละอารมณ์ทั้งหมด 13 อารมณ์ ทำการเก็บผลจากแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) และใช้หลักเกณฑ์การตอบแบบสอบถามด้วยการให้คะแนนในคำตอบที่ต้องการเลือก 5 ระดับ ได้แก่

- 5 คือ สำคัญมากที่สุด
- 4 คือ สำคัญมาก
- 3 คือ สำคัญปานกลาง
- 2 คือ สำคัญน้อยที่สุด
- 1 คือ สำคัญน้อยที่สุด

โดยแต่ละชุดคำถามมีส่วนประกอบของคำถามแต่ละอารมณ์ ดังนี้

สี (Colors)

สีที่ใช้เป็นตัวเลือกในงานวิจัยนี้ นำมาจากอารมณ์สีของ Tasteful Color Combinations ของ นาโอมิ คุโน โดยเลือกชุดสีมาจากแต่ละอารมณ์

แปดสัญลักษณ์มงคล (Eight Auspicious)

1. ร่มวิเศษ (Golden Parasol)
2. ปลาทอง (Golden Fish)
3. ดอกบัว (Lotus Flower)
4. แจกัณวิเศษ (Treasure Vase)
5. ชงชัย (Victorious Banana)
6. ธรรมจักร (Wheel of Law)
7. หอยสังข์ (Couch)
8. เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)

โครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยม (Polygons)

1. รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)
2. รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)
3. รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)
4. รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก (Right-angled Triangle)
5. รูปสี่เหลี่ยม (Square)
6. รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)
7. รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)
8. รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)
9. รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่า หรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู (Trapezium)
10. รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)
11. รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)
12. รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)

วิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำคำตอบ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่ได้ในแต่ละอารมณ์ มาจัดกลุ่มอารมณ์ตามแต่ละเทศกาลไหว้เพื่อนำไปสร้างเครื่องมือแบบสอบถามในขั้นตอนที่ 3 ต่อไป

3.2.2.3 ขั้นตอนที่ 3 นำเอาผลลัพธ์จากการจัดกลุ่มเทศกาลไหว้และวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจากขั้นตอนที่ 2 นำมาจัดกลุ่มในแต่ละเทศกาลไหว้เพื่อสร้างเป็นเครื่องมือการวิจัยเพื่อทำแบบสอบถามเพื่อถามกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่นวาย โดยแบ่งกลุ่มแบบ Focus Group จำนวน 2 กลุ่ม กลุ่มละ 9 คน โดยมีเกณฑ์การเลือก ดังนี้

3.2.2.3.1 เป็นกลุ่มบุคคลที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2523 – 2533 คือช่วงอายุ 23-33 ปี

3.2.2.3.2 เป็นบุคคลที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น

เพื่อคัดกรอง สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยม ที่กลุ่มเป้าหมายชอบที่สุด โดยผู้วิจัยเป็นผู้ให้รายละเอียดข้อมูลโครงการทั้งหมด และตั้งคำถามที่ละเทศกาลไหว้จากผลลัพธ์ที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 เพื่อคัดกรองข้อมูลความถูกต้องและตรงต่อกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

จากการคัดเลือกบุคคลตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1

1. นายเชษฐ เจียมกิจรุ่ง
อาชีพ พนักงานบริษัท
อายุ 33 ปี
2. นายวิธาน เที่ยนกุลพัฒนากิจ
อาชีพ พนักงานบริษัท
อายุ 33 ปี
3. นางสาวสาครเรศ ลิ้มสีทอง
อาชีพ อาจารย์
อายุ 32 ปี

4. นางสาวศศิธร สกฤษชัยสิริวิษ
อาชีพ รับจ้าง
อายุ 31 ปี
5. นายพูนทรัพย์ ฉกาจนโรตม
อาชีพ รับจ้าง
อายุ 31 ปี
6. นายรพีพล คุ่มทรัพย์
อาชีพ พนักงานบริษัท
อายุ 30 ปี
7. นายสุพร เดชรินทร์
อาชีพ พนักงานบริษัท
อายุ 31 ปี
8. นางสาววิสุดา คงคางาม
อาชีพ พนักงานบริษัท
อายุ 33
9. นายชัชฉนันท์ หาญหิรัญตระกูล
อาชีพ พนักงานบริษัท
อายุ 33 ปี

กลุ่มที่ 2

1. นางสาววิภาพรรณ เลิศพัฒน์สุขไพศาล
อาชีพ พนักงานบริษัท
อายุ 31 ปี
2. นายเกษมศักดิ์ กุลมานโชนวงศ์
อาชีพ พนักงานบริษัท
อายุ 29 ปี
3. นางสาวพุทธพร พรรัชพล
อาชีพ พนักงานบริษัท

อายุ 33 ปี

4. นายสรรพวัฒน์ สุขศรี
อาชีพ พนักงานบริษัท
อายุ 31 ปี
5. นางสาวอัญรัตน์ พันธุ์ชัยวุฒิ
อาชีพ พนักงานบริษัท
อายุ 28 ปี
6. นางสาวอัญภรณ์ ตั้งวินิจ
อาชีพ พนักงานบริษัท
อายุ 30 ปี
7. นายวิชิต ศรีธัญญพงศ์
อาชีพ พนักงานบริษัท
อายุ 30 ปี
8. นายกษิตศ เลิศพัฒนสุขไพศาล
อาชีพ พนักงานบริษัท
อายุ 24 ปี
9. นางสาววันทนี ทองสิทธิชัย
อาชีพ พนักงานบริษัท
อายุ 30 ปี

3.3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็นขั้นตอนสำคัญ 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์เพื่อหาอารมณ์ที่สื่อสารในแต่ละเทศกาลไหว้ได้

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์เพื่อหาสัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละอารมณ์

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์เพื่อหาสัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารเทศกาลต่างๆที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่นวาย

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์แบบสอบถาม เป็นการถามในลักษณะคำถามปลายปิดเกี่ยวกับอารมณ์ที่สามารถสื่อสารในแต่ละเทศกาลได้ โดยถามจากความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านจิตศึกษาและประเพณีจีน ให้การลงคะแนนแบบมาตราส่วนค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักเป็น 5 ระดับตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert) ได้ดังนี้

<u>ระดับความสำคัญ</u>	<u>ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ</u>
มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน
มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

การพิจารณาระดับคะแนน ด้วยวิธีสถิติบรรยาย (Descriptive) หาค่าความถี่เป็นร้อยละ

สูตรที่ใช้

$$x = \frac{\sum x}{n}$$

ความหมายสัญลักษณ์

x	=	ค่าคะแนนเฉลี่ย
n	=	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\sum x$	=	ผลรวมของคะแนน

จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาจัดเรียงตามอันดับแต่ละเทศกาลไว้จากมากที่สุดมาน้อยที่สุด เพื่อหาอารมณ์ที่สามารถสื่อสารในแต่ละเทศกาลไหว้ได้มากที่สุด โดยในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยเลือกใช้ 5 อันดับแรกเพื่อความเหมาะสมที่จะใช้เป็นตัวแปรต้น

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์แบบสอบถาม เป็นการถามในลักษณะคำถามปลายเปิดเพื่อหาสัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละอารมณ์ โดยถามจากความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ ให้การลงคะแนนแบบมาตราส่วนค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ได้ดังนี้

<u>ระดับความเหมาะสม</u>	<u>ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ</u>
มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน
มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน

ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

การพิจารณาระดับคะแนน ด้วยวิธีสถิติบรรยาย (Descriptive) หาค่าความถี่เป็น ร้อยละ

สูตรที่ใช้

$$x = \frac{\sum x}{n}$$

ความหมายสัญลักษณ์

x	=	ค่าคะแนนเฉลี่ย
n	=	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\sum x$	=	ผลรวมของคะแนน

จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาจัดเรียงตามอันดับแต่ละชุดอารมณ์ ประกอบไปด้วย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม โดยเรียงอันดับจากมากที่สุดมาน้อยที่สุด เพื่อหา สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมมากที่สุดในแต่ละอารมณ์

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์แบบสอบถามจากการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) 2 กลุ่ม ในขั้นตอนนี้ได้นำคำตอบที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 มาจัดกลุ่มเป็นชุดสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมแต่ละเทศกาลไหว้ โดยให้กลุ่มเป้าหมายเลือกเพียง ”ใช่ หรือไม่” ในแต่ละคำถาม โดยคำตอบจากขั้นตอนที่ 3 นี้ผู้วิจัยเป็นคนเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มโดยใช้วิธีนับจำนวนแบบเกินกึ่งหนึ่งถือว่าคำตอบของกลุ่มคือ ”ใช่” น้อยกว่ากึ่งหนึ่ง คือ ”ไม่” งานวิจัยนี้จะเลือกเฉพาะคำตอบที่กลุ่มเป้าหมายตอบว่า ”ใช่” เท่านั้น โดยถ้าคำตอบของกลุ่มเป้าหมายเลือกเหมือนกันหรือ ”ใช่” ทั้งสองกลุ่มถือว่าเป็นคำตอบที่เหมาะสมที่สุด

3.4. การดำเนินการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัยที่ได้ทั้งหมด

ผู้วิจัยจะยกตัวอย่างสินค้า 1 แบบ มาทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้เจ้าในแต่ละเทศกาลจำนวน 6 เทศกาล โดยใช้ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เป็นผลลัพธ์ในงานวิจัยเป็นสำคัญ ประกอบด้วยดังนี้

- ตราสินค้า 1 ชิ้น
- บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้เจ้า จำนวน 6 ชุด
- Mobile Application



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การออกแบบเบรชศิลป์บรรจุมงคลชุดขนมไหว้เจ้าเพื่อสื่อสารเทศกาลต่างๆ สำหรับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์หาอารมณ์ (Emotions) สี (Colors) สัญลักษณ์มงคล (Auspicious Symbols) และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons) บนบรรจุมงคลชุดขนมไหว้เจ้า เพื่อหาแนวทางการออกแบบเบรชศิลป์ที่สื่อสารถึงแต่ละเทศกาลที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชันวายได้ โดยวิธีที่ใช้ในการวิจัยได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียดและผลวิเคราะห์ ดังนี้

ในการวิจัยนี้แบ่งส่วนการวิเคราะห์เป็น 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาหาอารมณ์ที่สื่อสารแต่ละเทศกาลไหว้ได้

ขั้นตอนที่ 2 เพื่อศึกษาหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละอารมณ์

ขั้นตอนที่ 3 เพื่อหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารถึงแต่ละเทศกาลไหว้ที่เหมาะสมต่อรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายได้ โดยแบ่งการวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 3 เป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เพื่อสรุป วิเคราะห์และจัดเรียงผลลัพธ์ในขั้นตอนที่ 2 ให้เป็นกลุ่มแต่ละเทศกาลไหว้

ส่วนที่ 2 เพื่อสรุปและวิเคราะห์หาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารถึงแต่ละเทศกาลไหว้ที่เหมาะสมต่อรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายได้

4.1 ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนที่ 1

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลหาอารมณ์ที่เหมาะสมกับแต่ละเทศกาลไหว้ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตศึกษาและประเพณีจีนจำนวน 7 คน ใช้การลงคะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาอารมณ์ใน 6 เทศกาลไหว้ ดังนี้

1. เทศกาลตรุษจีน
2. เทศกาลเซ่งเม้ง
3. เทศกาลไหว้ขงจื๊อ
4. เทศกาลสารทจีน
5. เทศกาลไหว้พระจันทร์
6. เทศกาลไหว้ขงจื๊อ

ตารางที่ 10 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยอารมณ์ที่สื่อสาร เทศกาลตรุษจีน

อารมณ์ (Emotions)	ค่าเฉลี่ย
	คะแนน (5)
1. ความผ่อนคลาย	3.43
2. ความหายใจสดชื่น	3.14
3. ความอบอุ่นและรักใคร่	4.57
4. ความราบรื่น	4.43
5. ความปลอดภัยและสงบ	2.57
6. ความสุขและมีโชค	4.71
7. ความมีพลังและมีพฤติกรรมเกินจริง	2.86
8. ความตื่นเต้นและความรวดเร็ว	3.57
9. ความสูงขึ้นและมั่นใจ	2.57
10. ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น	3.57
11. ความกระตือรือร้นและเชี่ยวชาญ	2.57
12. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย	4.43
13. ความอบอุ่นและร้อนชื้น	2.00
14. ความโดดเด่นและมีจินตนาการ	2.29
15. ความวิเศษและดีเลิศ	4.00
16. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต	4.29
17. ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง	1.29
18. ความงดงามและสง่างาม	3.57
19. ความไวและไร้เดียงสา	2.00
20. ความทันสมัยและเจริญเติบโตเต็มที่	2.29
21. ความวางใจและภาคภูมิใจ	3.29
22. ความขำช่องและมีทักษะฝีมือ	3.00
23. ความมีการศึกษา	2.57
24. ความเป็นทางการ	3.43
25. ความน่ารักและเป็นมิตร	3.00
26. ความสดชื่นและสดชื่น	3.14
27. ความหวานชื่นและความเต็มไปด้วยจินตนาการ	2.71
28. ความใสและบริสุทธิ์	2.57
29. ความมีปัญญาและดูทันสมัย	2.43
30. ความฉลาดและน่าสมัย	1.71
31. ความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องและเกี่ยวกับเครื่องจักรกล	1.29
32. ความสงบและปลอดภัย	1.86

33. ความสุขภาพดีและสดชื่น	4.14
34. ความคล่องแคล่วและน่าบขัน	3.14
35. ความสนใจในกีฬาและอิสระ	1.86
36. ความมั่งคั่งและพอใจ	3.43
37. ความโอ้อ่าและตกแต่งหรูหรา	3.43
38. ความสำคัญที่สุดและมีเสน่ห์	3.71
39. ความอุดมสมบูรณ์และมีโภชนาการ	4.14
40. ความดั้งเดิมและโบราณ	4.71
41. ความเด็ดเดี่ยวและสง่าผ่าเผย	3.00
42. ความเป็นวิทยาศาสตร์และเคมี	1.14
43. ความสมัยใหม่และการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่	2.00
44. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ	3.71

ใช้เกณฑ์การคัดเลือกจากค่าเฉลี่ยคะแนนอันดับสูงสุด 5 อันดับแรกของผู้เชี่ยวชาญจีนศึกษา และประเมินเงินเห็นว่าสามารถสื่อสารกับเทศกาลได้มากที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 11 แสดงสรุปอันดับค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด 5 อันดับแรกของ เทศกาลตรุษจีน

ลำดับ	อารมณ์ (Emotions)	ค่าเฉลี่ยคะแนน (5)
1	6. ความสุขและมีโชค	4.71
2	40. ความดั้งเดิมและโบราณ	4.71
3	3. ความอบอุ่นและรักใคร่	4.57
4	4. ความราบรื่น	4.43
5	12. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย	4.43

ผลการวิเคราะห์ในเทศกาลตรุษจีนจากการลงคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 7 คนพบว่า อันดับ 1 และ 2 มีคะแนนเท่ากัน คือ ความสุขและมีโชค และความดั้งเดิมและโบราณ อันดับ 3 คือ ความอบอุ่นและรักใคร่ อันดับ 4 และ 5 มีคะแนนเท่ากัน คือความราบรื่น และความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย

ตารางที่ 12 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยอารมณ์ที่สื่อสาร เทศกาลแข่งม้ง

อารมณ์ (Emotions)	ค่าเฉลี่ย
	คะแนน (5)
1. ความผ่อนคลาย	1.71
2. ความหายใจสดชื่น	1.57
3. ความอบอุ่นและรักใคร่	2.86
4. ความราบรื่น	2.29
5. ความปลอดภัยและสงบ	2.71
6. ความสุขและมีโชค	2.29
7. ความมีพลังและมีพฤติกรรมเกินจริง	1.71
8. ความตื่นเต้นและความรวดเร็ว	2.00
9. ความสูงขึ้นและมั่นใจ	2.00
10. ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น	3.86
11. ความกระตือรือร้นและเชี่ยวชาญ	3.00
12. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย	4.14
13. ความอบอุ่นร้อนขึ้น	2.71
14. ความโดดเด่นและมีจินตนาการ	2.57
15. ความวิเศษและดีเลิศ	2.29
16. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต	4.29
17. ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง	4.14
18. ความงดงามและสง่างาม	1.71
19. ความไวและไร้เดียงสา	1.43
20. ความทันสมัยและเจริญเติบโตเต็มที่	1.57
21. ความวางใจและภาคภูมิใจ	2.14
22. ความชำนาญและมีทักษะฝีมือ	2.57
23. ความมีการศึกษา	2.57
24. ความเป็นทางการ	3.29
25. ความน่ารักและเป็นมิตร	1.71
26. ความสดชื่นและสดชื่น	2.29
27. ความหวานชื่นและความเต็มไปด้วยจินตนาการ	1.71
28. ความใสและบริสุทธิ์	1.57
29. ความมีปัญญาและดูทันสมัย	1.86
30. ความฉลาดและน่าสมมุติ	1.71
31. ความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องและเกี่ยวกับเครื่องจักรกล	1.43
32. ความสงบและปลอดภัย	3.43
33. ความสุขภาพดีและสดชื่น	1.86
34. ความคล่องแคล่วและน่าขบขัน	1.57
35. ความสนใจในกีฬาและอิสระ	2.00
36. ความมั่งคั่งและพอใจ	2.00
37. ความโอ้อ่าและตกแต่งหรูหรา	1.86
38. ความสำคัญที่สุดและมีเสน่ห์	2.14
39. ความอุดมสมบูรณ์และมีโภชนาการ	3.14
40. ความดั้งเดิมและโบราณ	4.71
41. ความเด็ดเดี่ยวและสง่างาม	1.86
42. ความเป็นวิทยาศาสตร์และเคมี	1.14

43. ความสมัยใหม่และการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่	1.71
44. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ	3.86

ใช้เกณฑ์การคัดเลือกจากค่าเฉลี่ยคะแนนอันดับสูงสุด 5 อันดับแรกของผู้เชี่ยวชาญจีนศึกษา และประเพณีจีนเห็นว่าสามารถสื่อสารกับเทศกาลได้มากที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 13 แสดงสรุปอันดับค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด 5 อันดับแรกของ เทศกาลเซ็งเม้ง

ลำดับ	อารมณ์ (Emotions)	ค่าเฉลี่ยคะแนน (5)
1	40. ความดั้งเดิมและโบราณ	4.71
2	16. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต	4.29
3	12. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย	4.14
4	17. ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง	4.14
5	10. ความดั้งเดิมและกระทือร้อน	3.86

ผลการวิเคราะห์ในเทศกาลเซ็งเม้ง จากการลงคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 7 คนพบว่า อันดับ 1 คือ ความดั้งเดิมและโบราณ อันดับ 2 คือ ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต อันดับ 3 และ 4 มีคะแนนเท่ากัน คือ ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย และความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง อันดับสุดท้าย คือ ความดั้งเดิมและกระทือร้อน

ตารางที่ 14 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยอารมณ์ที่สื่อสาร เทศกาลไหว้ขนมจ่า

อารมณ์ (Emotions)	ค่าเฉลี่ย
	คะแนน (5)
1. ความผ่อนคลาย	2.86
2. ความหายใจสดชื่น	2.71
3. ความอบอุ่นและรักใคร่	2.86
4. ความราบรื่น	2.57
5. ความปลอดภัยและสงบ	2.29
6. ความสุขและมีโชค	2.57
7. ความมีพลังและมีพฤติกรรมเกินจริง	2.00
8. ความตื่นเต้นและความรวดเร็ว	2.14
9. ความสูงขึ้นและมั่นใจ	2.00
10. ความดั้งเดิมและกระทือร้อน	3.00
11. ความกระทือร้อนและเขย่าขวัญ	2.57
12. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย	4.29
13. ความอบอุ่นขึ้น	2.57

14. ความโดดเดี่ยวและมีจินตนาการ	1.43
15. ความวิเศษและดีเลิศ	2.14
16. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต	3.00
17. ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง	1.71
18. ความงดงามและสง่างาม	2.00
19. ความไวและไร้เดียงสา	1.71
20. ความทันสมัยและเจริญเติบโตเต็มที่	1.57
21. ความวางใจและภาคภูมิใจ	2.00
22. ความขำช่องและมีทักษะฝีมือ	3.14
23. ความมีการศึกษา	2.43
24. ความเป็นทางการ	2.29
25. ความน่ารักและเป็นมิตร	2.43
26. ความสดชื่นและสดชื่น	2.57
27. ความหวานชื่นและความเต็มไปด้วยจินตนาการ	2.29
28. ความใสและบริสุทธิ์	2.00
29. ความมีปัญญาและดูทันสมัย	1.71
30. ความฉลาดและนำสมัย	1.71
31. ความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องและเกี่ยวกับเครื่องจักรกล	1.29
32. ความสงบและปลอดภัย	1.71
33. ความสุขภาพดีและสดชื่น	2.14
34. ความคล่องแคล่วและน่าขบขัน	2.00
35. ความสนใจในกีฬาและอิสระ	2.14
36. ความมั่งคั่งและพอใจ	2.43
37. ความโอ้อ่าและตกแต่งหรูหรา	2.00
38. ความสำคัญที่สุดและมีเสน่ห์	2.29
39. ความอุดมสมบูรณ์และมีโภชนาการ	3.00
40. ความดั้งเดิมและโบราณ	4.57
41. ความเด็ดเดี่ยวและสง่างาม	2.00
42. ความเป็นวิทยาศาสตร์และเคมี	1.29
43. ความสมัยใหม่และการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่	1.57
44. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ	3.57

ใช้เกณฑ์การคัดเลือกจากค่าเฉลี่ยคะแนนอันดับสูงสุด 5 อันดับแรกของผู้เชี่ยวชาญจินตนาการ และประเพณีเงินเห็นว่าสามารถสื่อสารกับเทศกาลได้มากที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 15 แสดงสรุปอันดับค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด 5 อันดับแรกของ เทศกาลไหว้ขนมจี้

ลำดับ	อารมณ์ (Emotions)	ค่าเฉลี่ยคะแนน (5)
1	40. ความดั้งเดิมและโบราณ	4.57
2	12. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย	4.29
3	44. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ	3.57
4	22. ความซ้ำซ้อนและมีทักษะฝีมือ	3.14
5	10. ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น	3.00

ผลการวิเคราะห์ในเทศกาลไหว้ขนมจี้จากการลงคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 7 คนพบว่า อันดับ 1 คือ ความดั้งเดิมและโบราณ อันดับ 2 คือ ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย อันดับ 3 คือ ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ อันดับ 4 คือ ความซ้ำซ้อนและมีทักษะฝีมือ อันดับสุดท้าย คือ ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น

ตารางที่ 16 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยอารมณ์ที่สื่อสาร เทศกาลสารทจีน

อารมณ์ (Emotions)	ค่าเฉลี่ย
	คะแนน (5)
1. ความผ่อนคลาย	2.29
2. ความหายใจสดชื่น	1.71
3. ความอบอุ่นและรักใคร่	2.57
4. ความราบรื่น	2.71
5. ความปลอดภัยและสงบ	2.00
6. ความสุขและมีโชค	2.57
7. ความมีพลังและมีพฤติกรรมเกินจริง	2.14
8. ความตื่นเต้นและความรวดเร็ว	2.00
9. ความสูงขึ้นและมั่นใจ	2.00
10. ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น	3.29
11. ความกระตือรือร้นและเขย่าขวัญ	2.14
12. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย	4.29
13. ความอบอุ่นอารมณ์ขึ้น	2.43
14. ความโดดเด่นและมีจินตนาการ	1.43
15. ความวิเศษและดีเลิศ	2.14
16. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต	3.00
17. ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง	2.29
18. ความงดงามและสง่างาม	1.71
19. ความไวและไร้เดียงสา	1.57
20. ความทันสมัยและเจริญเติบโตเต็มที่	1.57

21. ความวางใจและภาคภูมิใจ	1.86
22. ความซ้ำของและมีทักษะฝีมือ	3.14
23. ความมีการศึกษา	2.43
24. ความเป็นทางการ	2.29
25. ความน่ารักและเป็นมิตร	1.86
26. ความสดชื่นและอดทน	2.57
27. ความหวานชื่นและความเต็มไปด้วยจินตนาการ	1.86
28. ความใสและบริสุทธิ์	1.86
29. ความมีปัญญาและดูทันสมัย	1.86
30. ความฉลาดและน่าสมัย	1.71
31. ความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องและเกี่ยวกับเครื่องจักรกล	1.29
32. ความสงบและปลอดภัย	1.86
33. ความสุขภาพดีและสดชื่น	2.14
34. ความคล่องแคล่วและน่าขบขัน	1.71
35. ความสนใจในกีฬาและอิสระ	1.86
36. ความมีพลังและพอใจ	2.00
37. ความโอ้อ่าและตกแต่งหรูหรา	1.86
38. ความสำคัญที่สุดและมีเสน่ห์	1.86
39. ความอุดมสมบูรณ์และมีโภชนาการ	3.14
40. ความดั้งเดิมและโบราณ	4.86
41. ความเด็ดเดี่ยวและสง่าผ่าเผย	1.86
42. ความเป็นวิทยาศาสตร์และเคมี	1.29
43. ความสมัยใหม่และการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่	1.71
44. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ	3.57

ใช้เกณฑ์การคัดเลือกจากค่าเฉลี่ยคะแนนอันดับสูงสุด 5 อันดับแรกของผู้เชี่ยวชาญจีนศึกษา และประเพณีจีนเห็นว่าสามารถสื่อสารกับเทศกาลได้มากที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 17 แสดงสรุปอันดับค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด 5 อันดับแรกของ เทศกาลสารทจีน

ลำดับ	อารมณ์ (Emotions)	ค่าเฉลี่ยคะแนน (5)
1	40. ความดั้งเดิมและโบราณ	4.86
2	12. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย	4.29
3	44. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ	3.57
4	10. ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น	3.29
5	22. ความซ้ำของและมีทักษะฝีมือ	3.14

ผลการวิเคราะห์ในเทศบาลสารทจีนจากการลงคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 7 คนพบว่า อันดับ 1 คือ ความดั้งเดิมและโบราณ อันดับ 2 คือ ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย อันดับ 3 คือ ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ อันดับ 4 คือ ความดั้งเดิมและกระทือร้อน อันดับสุดท้าย คือ ความซ้ำของและมีทักษะฝีมือ

ตารางที่ 18 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยอารมณ์ที่สื่อสาร เทศกาลไหว้พระจันทร์

อารมณ์ (Emotions)	ค่าเฉลี่ย
	คะแนน (5)
1. ความผ่อนคลาย	4.00
2. ความหายใจสดชื่น	2.71
3. ความอบอุ่นและรักใคร่	4.00
4. ความราบรื่น	3.29
5. ความปลอดภัยและสงบ	2.43
6. ความสุขและมีโชค	3.14
7. ความมีพลังและมีพฤติกรรมเกินจริง	2.57
8. ความตื่นเต้นและความรวดเร็ว	2.71
9. ความสูงขึ้นและมั่นใจ	2.14
10. ความดั้งเดิมและกระทือร้อน	3.43
11. ความกระทือร้อนและเขย่าขวัญ	2.29
12. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย	4.14
13. ความอบอุ่นอ่อนขึ้น	1.86
14. ความโดดเดี่ยวและมีจินตนาการ	2.14
15. ความวิเศษและดีเลิศ	3.00
16. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต	3.14
17. ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง	1.71
18. ความงดงามและสง่างาม	2.57
19. ความไวและไร้เดียงสา	2.14
20. ความทันสมัยและเจริญเติบโตเต็มที่	1.57
21. ความวางใจและภาคภูมิใจ	2.57
22. ความซ้ำของและมีทักษะฝีมือ	3.57
23. ความมีการศึกษา	2.57
24. ความเป็นทางการ	2.43
25. ความน่ารักและเป็นมิตร	3.14
26. ความสดชื่นและสดชื่น	3.00
27. ความหวานชื่นและความเต็มไปด้วยจินตนาการ	4.00
28. ความใสและบริสุทธิ์	3.00
29. ความมีปัญญาและดูทันสมัย	2.14
30. ความฉลาดและน่าสมัย	1.71
31. ความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องและเกี่ยวกับเครื่องจักรกล	1.43
32. ความสงบและปลอดภัย	2.00
33. ความสุขภาพดีและสดชื่น	2.71
34. ความคล่องแคล่วและน่าขบขัน	2.71
35. ความสนใจในกีฬาและอิสระ	1.86
36. ความมั่งคั่งและพอใจ	2.86

37. ความโอ้อ่าและตกแต่งหุรหุรา	3.00
38. ความสำคัญที่สุดและมีเสน่ห์	3.71
39. ความอุดมสมบูรณ์และมีโภชนาการ	2.86
40. ความดั้งเดิมและโบราณ	4.71
41. ความเด็ดเดี่ยวและสง่างาม	2.43
42. ความเป็นวิทยาศาสตร์และเคมี	1.29
43. ความสมัยใหม่และการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่	1.86
44. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ	3.86

ใช้เกณฑ์การคัดเลือกจากค่าเฉลี่ยคะแนนอันดับสูงสุด 5 อันดับแรกที่ผู้เชี่ยวชาญเงินศึกษาและประเมินเงินเห็นว่าสามารถสื่อสารกับเทศกาลได้มากที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 19 แสดงสรุปอันดับค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด 5 อันดับแรกของ เทศกาลไหว้พระจันทร์

ลำดับ	อารมณ์ (Emotions)	ค่าเฉลี่ยคะแนน (5)
1	40. ความดั้งเดิมและโบราณ	4.71
2	12. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย	4.14
3	1. ความผ่อนคลาย	4.00
4	3. ความอบอุ่นและรักใคร่	4.00
5	27. ความหวานชื่นและความเต็มไปด้วยจินตนาการ	4.00

ผลการวิเคราะห์ในเทศกาลไหว้พระจันทร์ จากการลงคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 7 คนพบว่า อันดับ 1 คือ ความดั้งเดิมและโบราณ อันดับ 2 คือ ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย อันดับ 3 4 และ 5 มีคะแนนเท่ากัน คือ ความผ่อนคลาย ความอบอุ่นและรักใคร่ และความหวานชื่นและความเต็มไปด้วยจินตนาการ

ตารางที่ 20 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยอารมณ์ที่สื่อสาร เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย

อารมณ์ (Emotions)	ค่าเฉลี่ย
	คะแนน (5)
1. ความผ่อนคลาย	3.00
2. ความหายใจสดชื่น	2.57
3. ความอบอุ่นและรักใคร่	2.86
4. ความราบรื่น	2.71
5. ความปลอดภัยและสงบ	2.14
6. ความสุขและมีโชค	2.57
7. ความมีพลังและมีพฤติกรรมเกินจริง	2.00

8. ความตื่นเต้นและความรวดเร็ว	2.43
9. ความสูงชันและมั่นใจ	2.29
10. ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น	3.00
11. ความกระตือรือร้นและเชี่ยวชาญ	2.14
12. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย	4.14
13. ความอบอุ่นร้อนชื้น	1.71
14. ความโดดเด่นและมีจินตนาการ	2.00
15. ความวิเศษและดีเลิศ	2.29
16. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต	3.00
17. ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง	1.71
18. ความงดงามและสง่างาม	2.29
19. ความไวและไร้เดียงสา	2.00
20. ความทันสมัยและเจริญเติบโตเต็มที่	1.71
21. ความวางใจและภาคภูมิใจ	2.00
22. ความซ้ำซ้อนและมีทักษะฝีมือ	3.43
23. ความมีการศึกษา	2.43
24. ความเป็นทางการ	2.14
25. ความน่ารักและเป็นมิตร	2.71
26. ความสดชื่นและสดชื่น	3.14
27. ความหวานชื่นและความเต็มไปด้วยจินตนาการ	2.71
28. ความใสและบริสุทธิ์	2.29
29. ความมีปัญญาและดูทันสมัย	2.00
30. ความฉลาดและน่าสมัย	1.71
31. ความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องและเกี่ยวกับเครื่องจักรกล	1.43
32. ความสงบและปลอดภัย	1.86
33. ความสุขภาพดีและสดชื่น	2.29
34. ความคล่องแคล่วและน่าขบขัน	2.00
35. ความสนใจในกีฬาและอิสระ	2.14
36. ความมั่งคั่งและพอใจ	2.29
37. ความโอ้อวดและตกแต่งหรูหรา	1.86
38. ความสำคัญที่สุดและมีเสน่ห์	2.14
39. ความอุดมสมบูรณ์และมีโภชนาการ	3.00
40. ความดั้งเดิมและโบราณ	4.71
41. ความเด็ดเดี่ยวและสง่างาม	2.29
42. ความเป็นวิทยาศาสตร์และเคมี	1.29
43. ความสมัยใหม่และการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่	1.86
44. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ	3.43

ใช้เกณฑ์การคัดเลือกจากค่าเฉลี่ยคะแนนอันดับสูงสุด 5 อันดับแรกที่ผู้เชี่ยวชาญจีนศึกษา และประเมินเงินเห็นว่าสามารถสื่อสารกับเทศกาลได้มากที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 21 แสดงสรุปอันดับค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด 5 อันดับแรกของ เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย

ลำดับ	อารมณ์ (Emotions)	ค่าเฉลี่ยคะแนน (5)
1	40. ความดั้งเดิมและโบราณ	4.71
2	12. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย	4.14
3	22. ความซ้ำของและมีทักษะฝีมือ	3.43
4	44. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ	3.43
5	26. ความสดชื่นและอดทน	3.14

ผลการวิเคราะห์ในเทศกาลไหว้ขนมบัวลอย จากการลงคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 7 คนพบว่า อันดับ 1 คือ ความดั้งเดิมและโบราณ อันดับ 2 คือ ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย อันดับ 3 และ 4 มีผลคะแนนเท่ากัน คือ ความซ้ำของและมีทักษะฝีมือ และความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ อันดับสุดท้าย คือ ความสดชื่นและอดทน

สรุปผลการวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 1 เพื่อหาอารมณ์ที่สื่อสารเทศกาลต่างๆ ได้ พบว่า มีความแตกต่างทางด้านอารมณ์เล็กน้อย เนื่องจากอารมณ์ที่ได้คะแนนในอันดับต้นๆ ในเกือบทุกๆเทศกาล คือ ความดั้งเดิมและโบราณ และความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย ส่วนเทศกาลที่ได้อารมณ์ร่วมเหมือนกันในทุกๆอารมณ์ คือ เทศกาลไหว้ขนมจাঁง และเทศกาลสารทจีน เทศกาลที่สามารถแยกแยะความแตกต่างได้ คือ เทศกาลตรุษจีน เทศกาลเซ็งเม้ง เทศกาลไหว้พระจันทร์ และเทศกาลไหว้ขนมบัวลอย

4.2 ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนที่ 2

เป็นการวิเคราะห์เพื่อศึกษาหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละอารมณ์ โดยผู้เชี่ยวชาญการออกแบบเรขศิลป์ 11 คน ใช้การลงคะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert)





ผู้วิจัยได้เลือกอารมณ์ที่ถูกเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญด้านจิตศึกษาและประเพณีจีนที่มีผลต่อทุกเทศกาลได้อารมณ์ทั้งหมด 13 อารมณ์ เพื่อที่จะสรุปสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมในแต่ละอารมณ์ ดังนี้












1. ความดั้งเดิมและโบราณ
2. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย
3. ความสุขและมีโชค
4. ความอบอุ่นรักใคร่
5. ความราบรื่น
6. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต
7. ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง
8. ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น
9. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ
10. ความซำของและมีทักษะฝีมือ
11. ความผ่อนคลาย
12. ความหวานชื่นและเต็มไปด้วยจินตนาการ
13. ความสดชื่นและอดทน

โดยสรุปการหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละอารมณ์ ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 สรุปคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 1. ความดั้งเดิมและโบราณ

	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		2.64
2		2.73
3		2.64
4		2.64

5		3.27
6		3.36
7		3.00
8		3.45
9		2.64
10		1.64
11		3.55
12		2.91
13		3.18
14		3.45
15		3.27
	สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	4.45
2	ดอกบัว (Lotus flower)	3.55
3	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.82
4	ธงชัย (Victorious Banner)	3.09
5	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.73
6	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.36
7	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	3.27
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	1.64
	โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	3.55
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.00
3	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	1.64
4	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	2.00
5	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	3.55
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	3.18
7	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.09
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	1.82
9	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.82

10	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	3.09
11	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	3.64
12	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	4.45

ตารางที่ 23 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม
 1. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย โดยเรียงจากมากที่สุด ไปน้อยที่สุด

อันดับ	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		3.55
2		3.45
3		3.45
4		3.36
5		3.27
6		3.27
7		3.18
8		3.00
9		2.91
10		2.73
11		2.64
12		2.64
13		2.64
14		2.64
15		1.64
สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	4.45
2	ดอกบัว (Lotus flower)	3.55
3	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	3.27

4	ธงชัย (Victorious Banner)	3.09
5	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.82
6	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.73
7	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.36
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	1.64
โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	4.45
2	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	3.64
3	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	3.55
4	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	3.55
5	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	3.18
6	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	3.09
7	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.00
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู (Trapezium)	2.82
9	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.09
10	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก (Right-angled Triangle)	2.00
11	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	1.82
12	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	1.64

สรุปการวิเคราะห์เพื่อหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยอารมณ์ 1.ความดั้งเดิมละโบราณ

โดยผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ของสีโดยเลือกจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด ส่วนของสัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมไว้เกินค่าเฉลี่ย 3.00 ขึ้นไป เพื่อให้เหมาะสมต่อการรวมกลุ่มเทศกาลต่อไป

สีที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความดั้งเดิมละโบราณ มากที่สุด คือ










สัญลักษณ์มงคลที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความดั้งเดิมละโบราณ โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ

1. ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)
2. ดอกบัว (Lotus flower)
3. เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)
4. ธงชัย (Victorious Banner)

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความดั้งเดิมละโบราณ โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ








1. รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)
2. รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)
3. รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)
4. รูปสี่เหลี่ยม (Square)
5. รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)
6. รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)
7. รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)

ตารางที่ 24 สรุปคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 2. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย

	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		3.45
2		2.09
3		4.09
4		2.55
5		2.09
6		4.27
7		3.18
	สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	4.18
2	ดอกบัว (Lotus flower)	4.73
3	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.27
4	ธงชัย (Victorious Banner)	3.27
5	ธรรมจักร (Wheel of Law)	3.91
6	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	3.55
7	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	2.73
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	2.18

	โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	3.73
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.36
3	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	1.82
4	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	2.00
5	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	3.36
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	3.18
7	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.36
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	2.09
9	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.82
10	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	2.64
11	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	3.36
12	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	4.36

ตารางที่ 25 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม
2. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย โดยเรียงจากมากที่สุด ไปน้อยที่สุด

อันดับ	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		4.27
2		4.09
3		3.45
4		3.18
5		2.55
6		2.09
7		2.09
สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ดอกบัว (Lotus flower)	4.73
2	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	4.18
3	ธรรมจักร (Wheel of Law)	3.91
4	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	3.55
5	ธงชัย (Victorious Banner)	3.27
6	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	2.73

7	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.27
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	2.18
โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	4.36
2	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	3.73
3	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.36
4	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	3.36
5	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	3.36
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	3.18
7	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู (Trapezium)	2.82
8	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	2.64
9	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.36
10	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	2.09
11	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก (Right-angled Triangle)	2.00
12	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	1.82

สรุปการวิเคราะห์เพื่อหาสี่ สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยอารมณ์ 2.ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย

โดยผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ของสี่โดยเลือกจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด ส่วนของสัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมไว้เกินค่าเฉลี่ย 3.00 ขึ้นไป เพื่อให้เหมาะสมต่อการรวมกลุ่มเทศกาลต่อไป

สี่ที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย มากที่สุด คือ



สัญลักษณ์มงคลที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ









1. ดอกบัว (Lotus flower)
2. ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)
3. ธรรมจักร (Wheel of Law)
4. หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว
5. ธงชัย (Victorious Banner)

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ

1. รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)
2. รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)

3. รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)
4. รูปสี่เหลี่ยม (Square)
5. รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)
6. รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)









ตารางที่ 26 สรุปลักษณะเด่น สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 3. ความสุขและมีโชค

	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		3.91
2		4.82
3		3.18
4		2.73
5		2.45
6		2.09
7		2.27
8		3.00
	สัญลักษณ์มงคล (Eight Auspicious)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	4.45
2	ดอกบัว (Lotus flower)	3.18
3	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.64
4	ธงชัย (Victorious Banner)	3.73
5	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.64
6	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.82
7	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	3.09
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	2.55
	โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	4.45
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.09
3	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	1.73
4	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก (Right-angled Triangle)	1.73

5	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	3.18
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.73
7	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.09
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	1.82
9	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู (Trapezium)	2.18
10	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	2.91
11	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	4.09
12	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	4.00

ตารางที่ 27 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม

3. ความสุขและมีโชค

อันดับ	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		4.82
2		3.91
3		3.18
4		3.00
5		2.73
6		2.45
7		2.27
8		2.09
สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	4.45
2	ธงชัย (Victorious Banner)	3.73
3	ดอกบัว (Lotus flower)	3.18
4	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	3.09
5	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.82
6	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.64
7	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.64
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	2.55
โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	4.45

2	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	4.09
3	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	4.00
4	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	3.18
5	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.09
6	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	2.91
7	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.73
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.18
9	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.09
10	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	1.82
11	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	1.73
12	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	1.73

สรุปการวิเคราะห์เพื่อหาสี่ สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยอารมณ์ 3. ความสุขและมีโชค

โดยผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ของสี่โดยเลือกจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด ส่วนของสัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมไว้เกินค่าเฉลี่ย 3.00 ขึ้นไป เพื่อให้เหมาะสมต่อการรวมกลุ่มเทศกาลต่อไป

สี่ที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความสุขและมีโชค โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ



สัญลักษณ์มงคลที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความสุขและมีโชค โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ

1. ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)
2. ธงชัย (Victorious Banner)
3. ดอกบัว (Lotus flower)
4. เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความสุขและมีโชค โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ

1. รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)
2. รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)
3. รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)
4. รูปสี่เหลี่ยม (Square)
5. รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)

ตารางที่ 28 สรุปคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม

4. ความชอบรักใคร่

	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		4.18
2		3.09
3		4.09
4		2.82
5		3.09
6		3.45
7		3.82
8		3.18
	สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	4.82
2	ดอกบัว (Lotus flower)	3.27
3	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	1.91
4	ธงชัย (Victorious Banner)	1.91
5	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.27
6	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	3.00
7	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	2.73
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	2.00
	โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	2.55
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	2.27
3	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	1.36
4	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	1.45
5	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	3.18
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.45
7	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.09
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	1.55
9	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.18
10	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	3.36

11	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	3.73
12	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	3.91

ตารางที่ 29 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม

4. ความชอบรักใคร่

อันดับ	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		4.18
2		4.09
3		3.82
4		3.45
5		3.18
6		3.09
7		3.09
8		2.82
สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	4.82
2	ดอกบัว (Lotus flower)	3.27
3	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	3.00
4	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	2.73
5	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.27
6	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	2.00
7	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	1.91
8	ธงชัย (Victorious Banner)	1.91
โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	3.91
2	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	3.73
3	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	3.36
4	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	3.18
5	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	2.55
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.45
7	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	2.27
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.18

9	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.09
10	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	1.55
11	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก (Right-angled Triangle)	1.45
12	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	1.36

สรุปการวิเคราะห์เพื่อหาสี่ สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยอารมณ์ 4. ความอบอุ่นรักใคร่

โดยผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ของสีโดยเลือกจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด ส่วนของสัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมไว้เกินค่าเฉลี่ย 3.00 ขึ้นไป เพื่อให้เหมาะสมต่อการรวมกลุ่มเทศกาลต่อไป

สีที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความอบอุ่นรักใคร่มากที่สุด คือ



สัญลักษณ์มงคลที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความอบอุ่นรักใคร่ โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ

1. ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)
2. ดอกบัว (Lotus flower)
3. หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความอบอุ่นรักใคร่ โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ

1. รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)
2. รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)
3. รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)
4. รูปสี่เหลี่ยม (Square)

ตารางที่ 30 สรุปลักษณะเฉดสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 5. ความราบรื่น

	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		2.91
2		3.55
3		4.18
4		3.82
5		2.82
6		3.18
7		3.73
8		2.73
	สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	3.55
2	ดอกบัว (Lotus flower)	3.09
3	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.18
4	ธงชัย (Victorious Banner)	3.09
5	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.82
6	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.27
7	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	2.91
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	2.45
	โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	3.82
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.73
3	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	3.18
4	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	2.73
5	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	2.73
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.73
7	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.36
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	2.00
9	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	1.91
10	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	1.64
11	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	1.55

12	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	1.36
----	---	------

ตารางที่ 31 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม

5. ความราบรื่น

อันดับ	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		4.18
2		3.82
3		3.73
4		3.55
5		3.18
6		2.91
7		2.82
8		2.73
สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคุ้ (Golden Fish)	3.55
2	ดอกบัว (Lotus flower)	3.09
3	ธงชัย (Victorious Banner)	3.09
4	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	2.91
5	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.82
6	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	2.45
7	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.27
8	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.18
โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	3.82
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.73
3	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	3.18
4	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	2.73
5	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	2.73
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.73
7	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.36
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	2.00
9	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	1.91

10	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	1.64
11	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	1.55
12	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	1.36

สรุปการวิเคราะห์เพื่อหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยอารมณ์ 5. ความราบรื่น

โดยผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ของสีโดยเลือกจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด ส่วนของสัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมไว้เกินค่าเฉลี่ย 3.00 ขึ้นไป เพื่อให้เหมาะสมต่อการรวมกลุ่มเทศกาลต่อไป

สีที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความราบรื่นมากที่สุด คือ



สัญลักษณ์มงคลที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความราบรื่น โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ











1. ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)
2. ดอกบัว (Lotus flower)
3. ธงชัย (Victorious Banner)

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความราบรื่น โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ

1. รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)
2. รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)
3. รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)

ตารางที่ 32 สรุปคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 6.ความคิดถึงบ้าน และนึกถึงช่วงเวลาในอดีต

	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		3.45
2		2.45
3		2.27
4		2.64
5		3.27

6		2.18
7		3.73
8		2.91
9		4.36
10		3.09
11		2.27
12		2.73
13		2.91
14		1.91
15		2.09
	สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	3.18
2	ดอกบัว (Lotus flower)	3.18
3	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.00
4	ธงชัย (Victorious Banner)	2.36
5	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.82
6	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.18
7	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	3.91
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	2.18
	โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	3.45
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.00
3	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	1.36
4	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	1.45
5	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	2.91
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.91
7	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.18
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	1.82
9	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.27
10	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	3.73
11	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	2.82

12	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	3.36
----	---	------

ตารางที่ 33 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม
6.ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต

อันดับ	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		4.36
2		3.73
3		3.45
4		3.27
5		3.09
6		2.91
7		2.91
8		2.73
9		2.64
10		2.45
11		2.27
12		2.27
13		2.18
14		2.09
15		1.91
สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	3.91
2	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	3.18
3	ดอกบัว (Lotus flower)	3.18
4	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.82
5	ธงชัย (Victorious Banner)	2.36

6	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.18
7	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	2.18
8	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.00
โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	3.73
2	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	3.45
3	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	3.36
4	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.00
5	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	2.91
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.91
7	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	2.82
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู (Trapezium)	2.27
9	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.18
10	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	1.82
11	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก (Right-angled Triangle)	1.45
12	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	1.36

สรุปการวิเคราะห์เพื่อหาสี่ สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยอารมณ์ 6. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต

โดยผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ของสีโดยเลือกจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด ส่วนของสัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมไว้เกินค่าเฉลี่ย 3.00 ขึ้นไป เพื่อให้เหมาะสมต่อการรวมกลุ่มเทศกาลต่อไป

สีที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีตมากที่สุด คือ



สัญลักษณ์มงคลที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ

1. เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)
2. ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)
3. ดอกบัว (Lotus flower)

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ

1. รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)
2. รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)
3. รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)

4. รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)

ตารางที่ 34 สรุปคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 7.ความเศร้าโศก เสียใจและระลึกถึง

	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		4.27
2		3.09
3		2.18
4		3.27
5		2.36
6		3.18
7		1.91
8		2.00
สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	2.45
2	ดอกบัว (Lotus flower)	3.82
3	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.00
4	ธงชัย (Victorious Banner)	1.73
5	ธรรมจักร (Wheel of Law)	4.00
6	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	3.00
7	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	2.91
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	1.73
โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	2.45
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	2.55
3	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	1.55
4	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	1.91
5	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	2.36
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	3.27
7	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.27
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	1.91

9	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.45
10	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	2.45
11	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	3.18
12	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	2.73

ตารางที่ 35 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม
7.ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง

อันดับ	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		4.27
2		3.27
3		3.18
4		3.09
5		2.36
6		2.18
7		2.00
1		1.91
สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ธรรมจักร (Wheel of Law)	4.00
2	ดอกบัว (Lotus flower)	3.82
3	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	3.00
4	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	2.91
5	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	2.45
6	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.00
7	ธงชัย (Victorious Banner)	1.73
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	1.73
โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	3.27
2	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	3.18
3	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	2.73
4	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	2.55
5	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	2.45
6	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.45

7	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	2.45
8	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	2.36
9	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.27
10	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	1.91
11	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	1.91
12	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	1.55

สรุปการวิเคราะห์เพื่อหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยอารมณ์ 7.ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง

โดยผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ของสีโดยเลือกจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด ส่วนของสัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมไว้เกินค่าเฉลี่ย 3.00 ขึ้นไป เพื่อให้เหมาะสมต่อการรวมกลุ่มเทศกาลต่อไป

สีที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึงมากที่สุด คือ



สัญลักษณ์มงคลที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ






1. ธรรมจักร (Wheel of Law)
2. ดอกบัว (Lotus flower)
3. หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ

1. รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)
2. รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)

ตารางที่ 36 สรุปคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 8. ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น

	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		3.00
2		2.91

3		3.09
4		3.55
5		2.64
6		4.73
7		3.27
	สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	3.27
2	ดอกบัว (Lotus flower)	3.00
3	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.91
4	ธงชัย (Victorious Banner)	3.09
5	ธรรมจักร (Wheel of Law)	3.00
6	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.73
7	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	2.73
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	2.18
	โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	3.73
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.64
3	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	2.64
4	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	2.18
5	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	2.36
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.64
7	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.73
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	2.27
9	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.09
10	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	2.64
11	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	2.82
12	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	2.55

ตารางที่ 37 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม
8. ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น

อันดับ	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		4.73
2		3.55
3		3.27
4		3.09
5		3.00
6		2.91
7		2.64
สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	3.27
2	ธงชัย (Victorious Banner)	3.09
3	ดอกบัว (Lotus flower)	3.00
4	ธรรมจักร (Wheel of Law)	3.00
5	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.91
6	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.73
7	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	2.73
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	2.18
โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	3.73
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.64
3	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	2.82
4	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.73
5	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	2.64
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.64
7	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	2.64
8	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	2.55
9	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	2.36
10	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	2.27
11	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	2.18
12	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.09

สรุปการวิเคราะห์เพื่อหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับ
กลุ่มเป้าหมาย ด้วยอารมณ์ 8.ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น

โดยผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ของสีโดยเลือกจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด ส่วนของสัญลักษณ์มงคล และ
โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมไว้เกินค่าเฉลี่ย 3.00 ขึ้นไป เพื่อให้เหมาะสมต่อการรวมกลุ่มเทศกาลต่อไป

สีที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความดั้งเดิมและกระตือรือร้นมากที่สุด คือ



สัญลักษณ์มงคลที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น โดยเรียงจากมากไป
น้อยสุด คือ













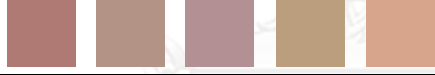




1. ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)
2. ธงชัย (Victorious Banner)
3. ดอกบัว (Lotus flower)
4. ธรรมจักร (Wheel of Law)

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น โดยเรียง
จากมากไปน้อยสุด คือ

1. รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)
2. รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)

ตารางที่ 38 สรุปคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 9.ความเป็นมนุษย์
และธรรมชาติ

	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		2.09
2		2.45
3		2.45
4		2.55
5		2.36
6		3.73

7		2.45
8		3.82
9		3.82
10		3.55
11		3.18
12		2.73
13		3.45
14		3.36
15		2.82
16		3.45
17		3.36
18		2.18
19		2.55
20		2.36
21		2.09
22		2.73
23		2.82
	สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	3.82
2	ดอกบัว (Lotus flower)	4.18
3	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	1.64
4	ธงชัย (Victorious Banner)	2.09
5	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.82
6	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.64
7	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	2.55
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	1.82
	โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)	คะแนนเฉลี่ย (5)

1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	3.82
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.64
3	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	1.91
4	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	2.09
5	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	2.55
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.36
7	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.55
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	2.45
9	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.45
10	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	3.09
11	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	2.91
12	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	3.18

ตารางที่ 39 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม
9.ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ

อันดับ	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		3.82
2		3.82
3		3.73
4		3.55
5		3.45
6		3.45
7		3.36
8		3.36
9		3.18
10		2.82
11		2.82

12		2.73
13		2.73
14		2.55
15		2.55
16		2.45
17		2.45
18		2.45
19		2.36
20		2.36
21		2.18
22		2.09
23		2.09
สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ดอกบัว (Lotus flower)	4.18
2	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	3.82
3	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.82
4	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.64
5	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	2.55
6	ธงชัย (Victorious Banner)	2.09
7	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	1.82
8	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	1.64
โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	3.82
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.64
3	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	3.18
4	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	3.09
5	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	2.91
6	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	2.55
7	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.55
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	2.45

9	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.45
10	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.36
11	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	2.09
12	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	1.91

สรุปการวิเคราะห์เพื่อหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยอารมณ์ 9.ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ

โดยผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ของสีโดยเลือกจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด ส่วนของสัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมไว้เกินค่าเฉลี่ย 3.00 ขึ้นไป เพื่อให้เหมาะสมต่อการรวมกลุ่มเทศกาลต่อไป

สีที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติมากที่สุด คือ




สัญลักษณ์มงคลที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ







1. ดอกบัว (Lotus flower)
2. ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ

1. รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)
2. รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)
3. รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)
4. รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)

ตารางที่ 40 สรุปคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 10. ความซ้ำของและมีทักษะฝีมือ

	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		3.64

2		3.45
3		3.18
4		3.73
5		2.73
6		3.09
7		3.45
	สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	2.00
2	ดอกบัว (Lotus flower)	2.18
3	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.18
4	ธงชัย (Victorious Banner)	3.91
5	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.91
6	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.09
7	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	3.36
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	3.00
	โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	3.91
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.82
3	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	2.36
4	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	3.00
5	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	2.64
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.64
7	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.09
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	2.27
9	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.27
10	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	3.27
11	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	3.00
12	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	3.18

ตารางที่ 41 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม
 10. ความซ้ำของและมีทักษะฝีมือ

อันดับ	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		3.73
2		3.64
3		3.45
4		3.45
5		3.18
6		3.09
7		2.73
สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ธงชัย (Victorious Banner)	3.91
2	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	3.36
3	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	3.00
4	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.91
5	ดอกบัว (Lotus flower)	2.18
6	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.18
7	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.09
8	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	2.00
โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	3.91
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.82
3	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	3.27
4	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	3.18
5	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	3.00
6	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	3.00
7	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	2.64
8	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.64
9	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	2.36
10	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	2.27
11	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.27
12	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.09

สรุปการวิเคราะห์เพื่อหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับ
กลุ่มเป้าหมาย ด้วยอารมณ์ 10.ความซ้ำของและมีทักษะฝีมือ

โดยผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ของสีโดยเลือกจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด ส่วนของสัญลักษณ์มงคล และ
โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมไว้เกินค่าเฉลี่ย 3.00 ขึ้นไป เพื่อให้เหมาะสมต่อการรวมกลุ่มเทศกาลต่อไป

สีที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความซ้ำของและมีทักษะฝีมือมากที่สุด คือ



สัญลักษณ์มงคลที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความซ้ำของและมีทักษะฝีมือ โดยเรียงจากมากไป
น้อยสุด คือ






1. ธงชัย (Victorious Banner)
2. เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)
3. ร่มวิเศษ (Golden Parasol)

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความซ้ำของและมีทักษะฝีมือ โดยเรียง
จากมากไปน้อยสุด คือ

1. รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)
2. รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)
3. รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)
4. รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)
5. รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)
6. รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)

ตารางที่ 42 สรุปคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 11.ความผ่อนคลาย

	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		3.36
2		3.18
3		3.09

4		2.36
5		3.64
6		3.09
7		3.82
8		4.09
	สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	3.64
2	ดอกบัว (Lotus flower)	3.82
3	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.45
4	ธงชัย (Victorious Banner)	1.82
5	ธรรมจักร (Wheel of Law)	3.00
6	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.45
7	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	2.55
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	3.00
	โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	2.45
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	2.18
3	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	2.00
4	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	1.64
5	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	3.36
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.45
7	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.18
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	2.18
9	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.18
10	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	2.82
11	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	2.64
12	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	2.82

ตารางที่ 43 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม
11.ความผ่อนคลาย

อันดับ	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		4.09
2		3.82
3		3.64
4		3.36
5		3.18
6		3.09
7		3.09
8		2.36
สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ดอกบัว (Lotus flower)	3.82
2	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	3.64
3	ธรรมจักร (Wheel of Law)	3.00
4	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	3.00
5	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	2.55
6	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.45
7	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.45
8	ธงชัย (Victorious Banner)	1.82
โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	3.36
2	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	2.82
3	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	2.82
4	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	2.64
5	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	2.45
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.45
7	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	2.18
8	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.18
9	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	2.18
10	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.18
11	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	2.00
12	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	1.64

สรุปการวิเคราะห์เพื่อหาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับ
กลุ่มเป้าหมาย ด้วยอารมณ์ 11. ความผ่อนคลาย

โดยผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ของสีโดยเลือกจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด ส่วนของสัญลักษณ์มงคล และ
โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมไว้เกินค่าเฉลี่ย 3.00 ขึ้นไป เพื่อให้เหมาะสมต่อการรวมกลุ่มเทศกาลต่อไป

สีที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความผ่อนคลายมากที่สุด คือ



สัญลักษณ์มงคลที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความผ่อนคลาย โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ

1. ดอกบัว (Lotus flower)
2. ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)
3. ธรรมจักร (Wheel of Law)
4. ร่มวิเศษ (Golden Parasol)

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความผ่อนคลาย โดยเรียงจากมากไปน้อย
สุด คือ

1. รูปสี่เหลี่ยม (Square)

ตารางที่ 44 สรุปคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 12. ความหวานชื่น
และเต็มไปด้วยจินตนาการ

	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		3.55
2		2.36
3		2.18
4		2.55
5		3.91
6		3.00
7		3.09

8		3.09
9		3.45
10		3.55
11		2.45
12		2.27
13		2.73
14		2.82
15		3.09
16		3.55
	สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	3.64
2	ดอกบัว (Lotus flower)	2.36
3	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.82
4	ธงชัย (Victorious Banner)	2.00
5	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.00
6	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.55
7	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	3.45
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	3.00
	โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	2.45
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	2.91
3	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	2.64
4	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	1.91
5	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	1.91
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	1.91
7	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	3.00
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	2.82
9	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	2.27
10	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	2.91
11	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	3.00
12	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	2.82

ตารางที่ 45 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม
12. ความหวานชื่นและเต็มไปด้วยจินตนาการ

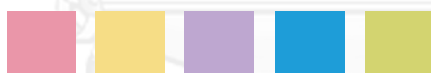
อันดับ	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		3.91
2		3.55
3		3.55
4		3.55
5		3.45
6		3.09
7		3.09
8		3.09
9		3.00
10		2.82
11		2.73
12		2.55
13		2.45
14		2.36
15		2.27
16		2.18
สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	3.64
2	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	3.45
3	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	3.00
4	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.82
5	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.55
6	ดอกบัว (Lotus flower)	2.36

7	ธงชัย (Victorious Banner)	2.00
8	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.00
โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	3.00
2	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	3.00
3	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	2.91
4	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	2.91
5	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	2.82
6	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	2.82
7	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	2.64
8	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	2.45
9	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู (Trapezium)	2.27
10	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก (Right-angled Triangle)	1.91
11	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	1.91
12	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	1.91

สรุปการวิเคราะห์เพื่อหาสี่ สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยอารมณ์ 12. ความหวานชื่นและเต็มไปด้วยจินตนาการ

โดยผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ของสี่โดยเลือกจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด ส่วนของสัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมไว้เกินค่าเฉลี่ย 3.00 ขึ้นไป เพื่อให้เหมาะสมต่อการรวมกลุ่มเทศกาลต่อไป

สี่ที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความหวานชื่นและเต็มไปด้วยจินตนาการมากที่สุด คือ



สัญลักษณ์มงคลที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความหวานชื่นและเต็มไปด้วยจินตนาการ โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ

1. ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)
2. เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)
3. ร่มวิเศษ (Golden Parasol)

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความหวานชื่นและเต็มไปด้วยจินตนาการ โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ

1. รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)
2. รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)

ตารางที่ 46 สรุปลักษณะเจดีย์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม 13.ความสดชื่น
และอดทน

	สี (Colors)	คะแนนเจดีย์ (5)
1		2.64
2		3.45
3		2.82
4		3.64
5		3.55
6		2.82
7		3.64
8		2.45
	สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)	คะแนนเจดีย์ (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	3.45
2	ดอกบัว (Lotus flower)	2.64
3	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.55
4	ธงชัย (Victorious Banner)	2.64
5	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.18
6	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.64
7	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	2.64
8	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	2.82
	โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)	คะแนนเจดีย์ (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	3.55
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.36
3	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	2.00
4	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	1.91
5	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	3.36
6	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.82
7	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.18
8	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	2.09
9	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	3.27
10	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	2.91
11	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	3.00

12	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	2.73
----	---	------

ตารางที่ 47 วิเคราะห์และสรุปอันดับคะแนนเฉลี่ย สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม

13.ความสดชื่นและอดทน

อันดับ	สี (Colors)	คะแนนเฉลี่ย (5)
1		3.64
2		3.64
3		3.55
4		3.45
5		2.82
6		2.82
7		2.64
8		2.45

สัญลักษณ์มงคล(Eight Auspicious)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	3.45
2	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	2.82
3	ดอกบัว (Lotus flower)	2.64
4	ธงชัย (Victorious Banner)	2.64
5	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	2.64
6	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	2.64
7	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)	2.55
8	ธรรมจักร (Wheel of Law)	2.18

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)		คะแนนเฉลี่ย (5)
1	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	3.55
2	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	3.36
3	รูปสี่เหลี่ยม (Square)	3.36
4	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)	3.27
5	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	3.00
6	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	2.91
7	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)	2.82
8	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	2.73
9	รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)	2.18

10	รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)	2.09
11	รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)	2.00
12	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก(Right-angled Triangle)	1.91

สรุปการวิเคราะห์เพื่อหาสี่ สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยอารมณ์ 13.ความสดชื่นและอดทน

โดยผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ของสีโดยเลือกจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด ส่วนของสัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมไว้เกินค่าเฉลี่ย 3.00 ขึ้นไป เพื่อให้เหมาะสมต่อการรวมกลุ่มเทศกาลต่อไป

สีที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความสดชื่นและอดทนมากที่สุด คือ



สัญลักษณ์มงคลที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความสดชื่นและอดทน โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ

1. ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่ออารมณ์ความสดชื่นและอดทน โดยเรียงจากมากไปน้อยสุด คือ

1. รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)
2. รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)
3. รูปสี่เหลี่ยม (Square)
4. รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู(Trapezium)
5. รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)

4.3 ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนที่ 3

ส่วนที่ 1 เพื่อสรุป วิเคราะห์ผลและจัดเรียงผลลัพธ์ในขั้นตอนที่ 2 ให้เป็นกลุ่มแต่ละเทศกาลไว้

เพื่อหาสี่ สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารถึงแต่ละเทศกาลไว้ที่เหมาะสมต่อรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายได้





ตารางที่ 48 การจัดกลุ่มอารมณ์ตามเทศกาล

อารมณ์ (Emotions)	เทศกาล ตรุษจีน	เทศกาล เซ็งเม้ง	เทศกาล ไหว้ ขนม จ้าง	เทศกาล สารท จีน	เทศกาล ไหว้ พระจัน ทร์	เทศกาล ไหว้ ขนมบัว ลอย
1. ความตึงเครียดและโบราณ	●	●	●	●	●	●
2. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย	●	●	●	●	●	●
3. ความสุขและมีโชค	●					
4. ความอบอุ่นรักใคร่	●					
5. ความราบรื่น	●					
6. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต		●				
7. ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง		●				
8. ความตึงเครียดและกระตือรือร้น		●	●	●		
9. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ			●	●	●	●
10. ความซำซองและมีทักษะฝีมือ			●	●		●
11. ความผ่อนคลาย					●	
12. ความหวานชื่นและเต็มไปด้วยจินตนาการ					●	
13. ความสดชื่นและอดทน						●

ผู้วิจัยนำผลลัพธ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละอารมณ์ ทั้งหมด 13 อารมณ์ นำมาจัดกลุ่มในแต่ละเทศกาลไหว้ตามขั้นตอนที่ 1 ดังตารางที่ 36 สรุปเป็น สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละเทศกาลไหว้ ได้ดังนี้





1. เทศกาลตรุษจีน

ตารางที่ 49 อารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
สำหรับเทศกาลตรุษจีน

อารมณ์ (Emotions)	สี (Colors)	สัญลักษณ์มงคล (Eight Auspicious)	โครงสร้างรูปหลาย เหลี่ยม (Polygons)
1. ความดั้งเดิม และโบราณ		1. ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	1. รูปที่มีแปด เหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)
2. ความเป็น ชาติพันธุ์ ตะวันออกใน ทวีปเอเชีย		2. ดอกบัว (Lotus flower)	2. รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)
3. ความสุขและ มีโชค		3. ธงชัย (Victorious Banner)	3. รูปสามเหลี่ยม ด้านเท่า (Equilateral Triangle)
4. ความอบอุ่น รักใคร่		4. เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	4. รูปสี่เหลี่ยม (Square)
5. ความราบรื่น		5. ธรรมจักร (Wheel of Law)	5. รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)
		6. หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	6. รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)
			7. รูปสามเหลี่ยม หน้าจั่ว (Isosceles Triangle)





2. เทศกาลแข่งม้ง

ตารางที่ 50 อารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายสำหรับเทศกาลแข่งม้ง

อารมณ์ (Emotions)	สี (Colors)	สัญลักษณ์มงคล (Eight Auspicious)	โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)
1. ความดั้งเดิม และโบราณ		1. ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	1. รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)
2. ความเป็นชาติพันธุ์ ตะวันออกในทวีปเอเชีย		2. ดอกบัว (Lotus flower)	2. รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)
3. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต		3. เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	3. รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)
4. ความเศร้า โศกเสียใจ และระลึกถึง		4. ธรรมจักร (Wheel of Law)	4. รูปสี่เหลี่ยม (Square)
5. ความดั้งเดิม และ กระตือรือร้น		5. ธงชัย (Victorious Banner)	5. รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)
		6. หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	6. รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)
			7. รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)



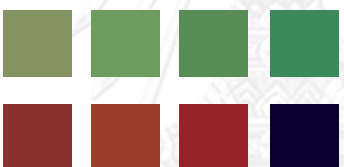
3. เทศกาลไหว้ขอมเจ้า

ตารางที่ 51 อารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายสำหรับเทศกาลไหว้ขอมเจ้า

อารมณ์ (Emotions)	สี (Colors)	สัญลักษณ์มงคล (Eight Auspicious)	โครงสร้างรูปหลาย เหลี่ยม (Polygons)
1. ความ ดั้งเดิมและ โบราณ		1. ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	1. รูปที่มีแปดเหลี่ยม และแปดมุม (Regular Octagon)
2. ความเป็น ชาติพันธุ์ ตะวันออก ในทวีป เอเชีย		2. ดอกบัว (Lotus flower)	2. รูปสามเหลี่ยมด้าน เท่า (Equilateral Triangle)
3. ความ ดั้งเดิมและ กระตือรือ ร้น		3. เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	3. รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)
4. ความเป็น มนุษย์และ ธรรมชาติ		4. ธงชัย (Victorious Banner)	4. รูปสามเหลี่ยมหน้า จั่ว (Isosceles Triangle)
5. ความ ซำซอง และมี ทักษะฝีมือ		5. ธรรมจักร (Wheel of Law)	5. รูปสี่เหลี่ยม (Square)
		6. หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	6. รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)
		7. ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	7. รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)
			8. รูปสามเหลี่ยมมุม ฉาก(Right-angled Triangle)






4. เทศกาลไหว้สารทจีน

ตารางที่ 52 อารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายสำหรับเทศกาลไหว้สารทจีน

อารมณ์ (Emotions)	สี (Colors)	สัญลักษณ์มงคล (Eight Auspicious)	โครงสร้างรูปหลาย เหลี่ยม (Polygons)
1. ความ ดั้งเดิมและ โบราณ		1. ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	1. รูปที่มีแปดเหลี่ยม และแปดมุม (Regular Octagon)
2. ความเป็น ชาติพันธุ์ ตะวันออก ในทวีป เอเชีย		2. ดอกบัว (Lotus flower)	2. รูปสามเหลี่ยมด้าน เท่า (Equilateral Triangle)
3. ความ ดั้งเดิมและ กระตือรือ ร้น		3. เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	3. รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)
4. ความเป็น มนุษย์และ ธรรมชาติ		4. ธงชัย (Victorious Banner)	4. รูปสามเหลี่ยมหน้า จั่ว (Isosceles Triangle)
5. ความ ซำซอง และมี ทักษะฝีมือ		5. ธรรมจักร (Wheel of Law)	5. รูปสี่เหลี่ยม (Square)
		6. หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	6. รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)
		7. ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	7. รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)
			8. รูปสามเหลี่ยมมุม ฉาก(Right-angled Triangle)





5. เทศกาลไหว้พระจันทร์

ตารางที่ 53 อารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สำหรับเทศกาลไหว้พระจันทร์

อารมณ์ (Emotions)	สี (Colors)	สัญลักษณ์มงคล (Eight Auspicious)	โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)
1. ความ ดั้งเดิมและ โบราณ		1. ปลาทอง หรือ ปลาตู้ (Golden Fish)	1. รูปที่มีแปดเหลี่ยม และแปดมุม (Regular Octagon)
2. ความเป็น ชาติพันธุ์ ตะวันออก ในทวีป เอเชีย		2. ดอกบัว (Lotus flower)	2. รูปสามเหลี่ยม ด้านเท่า (Equilateral Triangle)
3. ความเป็น มนุษย์และ ธรรมชาติ		4. หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	3. รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)
4. ความอ่อน คลาย		5. เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	4. รูปสามเหลี่ยม หน้าจั่ว (Isosceles Triangle)
5. ความ หวานชื่น และเต็มไปด้วย จินตนาการ		6. ธงชัย (Victorious Banner)	5. รูปสี่เหลี่ยม (Square)
		7. ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	6. รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)
			7. รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)
			8. รูปสามเหลี่ยม หน้าจั่ว (Isosceles Triangle)
			9. รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)

6. เทศกาลไหว้ขงมนั้วลอย














ตารางที่ 54 อารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
สำหรับเทศกาลไหว้ขงมนั้วลอย










อารมณ์ (Emotions)	สี (Colors)	สัญลักษณ์มงคล (Eight Auspicious)	โครงสร้างรูปหลาย เหลี่ยม (Polygons)
1. ความ ดั้งเดิมและ โบราณ		1. ปลาทอง หรือ ปลาตู้ (Golden Fish)	1. รูปที่มีแปดเหลี่ยม และแปดมุม (Regular Octagon)
2. ความเป็น ชาติพันธุ์ ตะวันออก ในทวีป เอเชีย		2. ดอกบัว (Lotus flower)	2. รูปสามเหลี่ยมด้าน เท่า (Equilateral Triangle)
3. ความเป็น มนุษย์และ ธรรมชาติ		3. ธรรมจักร (Wheel of Law)	3. รูปสามเหลี่ยมหน้า จั่ว (Isosceles Triangle)
4. ความ ข้าชอง และมี ทักษะฝีมือ		4. หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว	4. รูปสามเหลี่ยมมุม ฉาก(Right-angled Triangle)
5. ความสด ชื่นและ อดทน		5. ธงชัย (Victorious Banner)	5. รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)
		6. เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	6. รูปสี่เหลี่ยม (Square)
		7. ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	7. รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)
			8. รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)
			9. รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่ เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยม คางหมู(Trapezium)

ส่วนที่ 2 เพื่อสรุปและวิเคราะห์หาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารถึงแต่ละเทศกาลไหว้ที่เหมาะสมต่อรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายได้

ผลลัพธ์ในส่วนนี้มาจากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) จำนวน 2 กลุ่ม กลุ่มละ 9 คน โดยให้แต่ละกลุ่มโหวตหาคำตอบแต่ละข้อ โดยให้เลือกว่า “ใช่” หรือ “ไม่” เท่านั้น ถ้า “ใช่” ผู้วิจัยเป็นผู้บันทึกคำตอบโดยมีผลในแต่ละเทศกาลดังนี้














ตารางที่ 55 แสดงการเลือก สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่อรสนิยมกลุ่มเป้าหมายสำหรับ เทศกาลตรุษจีน










	สี(Colors)	Group 1	Group 2
1.	 C 35 M 70 Y 73 K 33	●	
2.	 C 36 M 55 Y 83 K 33		
3.	 C 30 M 47 Y 73 K 16		
4.	 C 32 M 55 Y 88 K 23		
5.	 C 27 M 81 Y 77 K 11		●
6.	 C 8 M 18 Y 46 K 0		●
7.	 C 19 M 73 Y 83 K 6	●	
8.	 C 67 M 32 Y 75 K 18		
9.	 C 0 M 98 Y 58 K 0		
10.	 C 0 M 55 Y 100 K 0		
11.	 C 13 M 100 Y 90 K 0	●	●
12.	 C 4 M 3 Y 87 K 0		
13.	 C 4 M 5 Y 2 K 0		

14.	 C 3 M 16 Y 10 K 0		
15.	 C 3 M 33 Y 11 K 0		
16.	 C 3 M 12 Y 3 K 0		
17.	 C 8 M 61 Y 29 K 0		●
18.	 C 10 M 0 Y 8 K 0		
19.	 C 9 M 2 Y 2 K 0		
20.	 C 3 M 6 Y 2 K 0		
21.	 C 3 M 9 Y 10 K 0		
22.	 C 4 M 4 Y 12 K 0		
	สัญลักษณ์มงคล (Eight Auspicious)	Group 1	Group 2
1.	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	●	●
2.	ดอกบัว (Lotus flower)		
3.	ธงชัย (Victorious Banner)		
4.	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)		●
5.	ธรรมจักร (Wheel of Law)		
6.	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว		
	รูปร่างหลายเหลี่ยม (Polygons)	Group 1	Group 2
1.	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	●	●
2.	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	●	
3.	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)		●
4.	รูปสี่เหลี่ยม (Square)		●

5.	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)		
6.	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)		
7.	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)		















ตารางที่ 56 แสดงการเลือก สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่อรสนิยม
กลุ่มเป้าหมายสำหรับ เทศกาลแข่งม้า










	สี(Colors)	Group 1	Group 2
1.	 C 35 M 70 Y 73 K 33		
2.	 C 36 M 55 Y 83 K 33		
3.	 C 30 M 47 Y 73 K 16		
4.	 C 32 M 55 Y 88 K 23		
5.	 C 27 M 81 Y 77 K 11		●
6.	 C 8 M 18 Y 46 K 0		●
7.	 C 19 M 73 Y 83 K 6	●	
8.	 C 67 M 32 Y 75 K 18		
9.	 C 35 M 74 Y 92 K 27		
10.	 C 42 M 80 Y 92 K 53		
11.	 C 60 M 47 Y 86 K 6	●	●
12.	 C 14 M 33 Y 76 K 14		
13.	 C 33 M 63 Y 62 K 25		

14.	 C 100 M 62 Y 20 K 20		
15.	 C 80 M 70 Y 55 K 0		
16.	 C 60 M 27 Y 0 K 45		
17.	 C 83 M 47 Y 0 K 82		●
18.	 C 0 M 55 Y 93 K 0		
19.	 C 0 M 30 Y 100 K 0		
20.	 C 65 M 77 Y 82 K 0		
21.	 C 32 M 56 Y 83 K 23		
22.	 C 43 M 70 Y 80 K 55		
	สัญลักษณ์มงคล (Eight Auspicious)	Group 1	Group 2
1.	ปลาทอง หรือ ปลาคุ้ (Golden Fish)	●	●
2.	ดอกบัว (Lotus flower)		
3.	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)		
4.	ธรรมจักร (Wheel of Law)		●
5.	ธงชัย (Victorious Banner)		
6.	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว		
	รูปร่างหลายเหลี่ยม (Polygons)	Group 1	Group 2
1.	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	●	●
2.	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	●	
3.	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)		
4.	รูปสี่เหลี่ยม (Square)		

5.	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)		●
6.	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)		
7.	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)		













ตารางที่ 57 แสดงการเลือก สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่อรสนิยม
กลุ่มเป้าหมายสำหรับ เทศกาลไหว้ขอมจ้ำง












	สี(Colors)	Group 1	Group 2
1.	 C 35 M 70 Y 73 K 33		●
2.	 C 36 M 55 Y 83 K 33		
3.	 C 30 M 47 Y 73 K 16		●
4.	 C 32 M 55 Y 88 K 23		
5.	 C 27 M 81 Y 77 K 11		
6.	 C 8 M 18 Y 46 K 0		●
7.	 C 19 M 73 Y 83 K 6		●
8.	 C 67 M 32 Y 75 K 18	●	
9.	 C 0 M 55 Y 93 K 0	●	
10.	 C 0 M 30 Y 100 K 0	●	
11.	 C 65 M 77 Y 82 K 0		●
12.	 C 32 M 56 Y 83 K 23		
13.	 C 43 M 70 Y 80 K 55		●
14.	 C 33 M 0 Y 50 K 2		

15.	 C 54 M 10 Y 58 K 3	●	
16.	 C 0 M 4 Y 46 K 0		
17.	 C 54 M 32 Y 74 K 2	●	
18.	 C 63 M 21 Y 81 K 2		
19.	 C 82 M 32 Y 83 K 0	●	
20.	 C 35 M 90 Y 88 K 27		●
21.	 C 30 M 86 Y 96 K 18		●
22.	 C 35 M 100 Y 97 K 18		●
23.	 C 82 M 83 Y 0 K 84		
	สัญลักษณ์มงคล (Eight Auspicious)	Group 1	Group 2
1.	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	●	
2.	ดอกบัว (Lotus flower)		●
3.	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	●	●
4.	ธงชัย (Victorious Banner)	●	●
5.	ธรรมจักร (Wheel of Law)		
6.	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว		
7.	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	●	
	รูปร่างหลายเหลี่ยม (Polygons)	Group 1	Group 2
1.	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)		
2.	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)	●	●
3.	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)		

4.	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)	●	●
5.	รูปสี่เหลี่ยม (Square)		
6.	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)		
7.	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)		
8.	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก (Right-angled Triangle)		









ตารางที่ 58 แสดงการเลือก สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่อรสนิยมกลุ่มเป้าหมายสำหรับ เทศกาลไหว้สารทจีน
















	สี(Colors)	Group 1	Group 2
1.	 C 35 M 70 Y 73 K 33	●	
2.	 C 36 M 55 Y 83 K 33	●	
3.	 C 30 M 47 Y 73 K 16		●
4.	 C 32 M 55 Y 88 K 23		●
5.	 C 27 M 81 Y 77 K 11		●
6.	 C 8 M 18 Y 46 K 0		●
7.	 C 19 M 73 Y 83 K 6		●
8.	 C 67 M 32 Y 75 K 18		
9.	 C 0 M 55 Y 93 K 0		●
10.	 C 0 M 30 Y 100 K 0		●
11.	 C 65 M 77 Y 82 K 0	●	
12.	 C 32 M 56 Y 83 K 23	●	●

13.	 C 43 M 70 Y 80 K 55		
14.	 C 33 M 0 Y 50 K 2		
15.	 C 54 M 10 Y 58 K 3		
16.	 C 0 M 4 Y 46 K 0		
17.	 C 54 M 32 Y 74 K 2		
18.	 C 63 M 21 Y 81 K 2		
19.	 C 82 M 32 Y 83 K 0		
20.	 C 35 M 90 Y 88 K 27	●	●
21.	 C 30 M 86 Y 96 K 18	●	●
22.	 C 35 M 100 Y 97 K 18	●	●
23.	 C 82 M 83 Y 0 K 84		
	สัญลักษณ์มงคล (Eight Auspicious)	Group 1	Group 2
1.	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	●	
2.	ดอกบัว (Lotus flower)		
3.	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)	●	
4.	ธงชัย (Victorious Banner)		
5.	ธรรมจักร (Wheel of Law)		●
6.	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว		
7.	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)		●
	รูปร่างหลายเหลี่ยม (Polygons)	Group 1	Group 2
1.	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	●	●

2.	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)		
3.	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	●	●
4.	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)		
5.	รูปสี่เหลี่ยม (Square)		
6.	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)		
7.	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)		
8.	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก (Right-angled Triangle)		





ตารางที่ 59 แสดงการเลือก สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่อรสนิยมกลุ่มเป้าหมายสำหรับ เทศกาลไหว้พระจันทร์




















	สี(Colors)	Group 1	Group 2
1.	 C 35 M 70 Y 73 K 33	●	●
2.	 C 36 M 55 Y 83 K 33	●	●
3.	 C 30 M 47 Y 73 K 16	●	●
4.	 C 32 M 55 Y 88 K 23	●	●
5.	 C 27 M 81 Y 77 K 11	●	
6.	 C 8 M 18 Y 46 K 0	●	
7.	 C 19 M 73 Y 83 K 6	●	●
8.	 C 67 M 32 Y 75 K 18		
9.	 C 33 M 0 Y 50 K 2		●





10.	 C 54 M 10 Y 58 K 3		●
11.	 C 0 M 4 Y 46 K 0		
12.	 C 54 M 32 Y 74 K 2	●	●
13.	 C 63 M 21 Y 81 K 2		
14.	 C 82 M 32 Y 83 K 0		
15.	 C 38 M 3 Y 12 K 0		
16.	 C 50 M 2 Y 4 K 0		
17.	 C 7 M 17 Y 3 K 0		
18.	 C 8 M 3 Y 4 K 0		●
19.	 C 8 M 3 Y 4 K 0		
20.	 C 4 M 50 Y 16 K 0		
21.	 C 4 M 10 Y 57 K 0		
22.	 C 24 M 35 Y 0 K 0		
23.	 C 74 M 23 Y 0 K 0		
24.	 C 20 M 7 Y 70 K 0		
	สัญลักษณ์มงคล (Eight Auspicious)	Group 1	Group 2
1.	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)	●	
2.	ดอกบัว (Lotus flower)	●	●
3.	ธรรมจักร (Wheel of Law)		
4.	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว		

5.	ธงชัย (Victorious Banner)		
6.	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)		●
7.	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)		
	รูปร่างหลายเหลี่ยม (Polygons)	Group 1	Group 2
1.	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)		●
2.	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)		
3.	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)		
4.	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก (Right-angled Triangle)		
5.	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	●	●
6.	รูปสี่เหลี่ยม (Square)		●
7.	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)		
8.	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)	●	
9.	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู (Trapezium))		

ตารางที่ 60 แสดงการเลือก สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่เหมาะสมต่อรสนิยมกลุ่มเป้าหมายสำหรับ เทศกาลไหว้ขนมน้ำลอย

	สี(Colors)	Group 1	Group 2
1.	 C 35 M 70 Y 73 K 33	●	
2.	 C 36 M 55 Y 83 K 33		●
3.	 C 30 M 47 Y 73 K 16		
4.	 C 32 M 55 Y 88 K 23	●	●







5.	 C 27 M 81 Y 77 K 11		●
6.	 C 8 M 18 Y 46 K 0	●	
7.	 C 19 M 73 Y 83 K 6		
8.	 C 67 M 32 Y 75 K 18		
9.	 C 35 M 90 Y 88 K 27		
10.	 C 30 M 86 Y 96 K 18		
11.	 C 35 M 100 Y 97 K 18		
12.	 C 82 M 83 Y 0 K 84		
13.	 C 33 M 0 Y 50 K 2	●	
14.	 C 54 M 10 Y 58 K 3	●	●
15.	 C 0 M 4 Y 46 K 0	●	●
16.	 C 54 M 32 Y 74 K 2		
17.	 C 63 M 21 Y 81 K 2	●	
18.	 C 82 M 32 Y 83 K 0		●
19.	 C 66 M 14 Y 0 K 0	●	
20.	 C 33 M 6 Y 4 K 0		
21.	 C 0 M 51 Y 28 K 0	●	●
22.	 C 0 M 32 Y 19 K 0	●	●
23.	 C 3 M 68 Y 65 K 0	●	●

24.	 C 43 M 16 Y 83 K 0	●	
25.	 C 74 M 25 Y 83 K 0	●	●
26.	 C 72 M 40 Y 12 K 0	●	
27.	 C 6 M 14 Y 55 K 0	●	
	สัญลักษณ์มงคล (Eight Auspicious)	Group 1	Group 2
1.	ปลาทอง หรือ ปลาคุ้ (Golden Fish)		
2.	ดอกบัว (Lotus flower)	●	●
3.	ธรรมจักร (Wheel of Law)		
4.	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว		
5.	ธงชัย (Victorious Banner)	●	
6.	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)		
7.	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)	●	●
	รูปร่างหลายเหลี่ยม (Polygons)	Group 1	Group 2
1.	รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)	●	●
2.	รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)		●
3.	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)		
4.	รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก (Right-angled Triangle)		
5.	รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)	●	●
6.	รูปสี่เหลี่ยม (Square)		●
7.	รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)		
8.	รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)		●
9.	รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่าหรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู		

	(Trapezium)		
--	-------------	--	--

เทศกาลตรุษจีน

ตารางที่ 61 สรุปผลอารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยมที่สื่อสารเทศกาลตรุษจีน

อารมณ์	สี	สัญลักษณ์มงคล	โครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยม
1. ความสุขและมีโชค (Happiness and Luck)	1.  C-35 M-70 Y-73 K-33	1. ปลาทองหรือปลาคู่	1. รูปแปดเหลี่ยมและแปดมุม
2. ความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional)	2.  C-27 M-81 Y-77 K-11	2. เจียนไม่รู้จบ	2. รูปสี่เหลี่ยม
3. ความอบอุ่นรักใคร่ (Warmth)	3.  C-8 M-18 Y-46 K-0		3. รูปสี่เหลี่ยมด้านเท่า
4. ความราบรื่น (Smooth)	4.  C-19 M-73 M-83 K-06		4. รูปหกเหลี่ยม
5. ความเป็นชาติพันธุ์ ตะวันออกในทวีปเอเชีย (Oriental and Ethnic)	5.  C-13 M-100 Y-90 K-0		
	6.  C-8 M-70 Y-29 K-0		













เทศกาลแข่งเม้ง

ตารางที่ 62 สรุปผลอารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยมที่สื่อสารเทศกาลแข่งเม้ง

อารมณ์	สี	สัญลักษณ์มงคล	โครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยม
1. ความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional) 2. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต (Nostalgic and Memory) 3. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย (Oriental and Ethnic) 4. ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง (Melancholic and Sentiment) 5. ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น (Primitive and Wild)	1.  C-28 M-81 Y-77 K-11	1. ดอกบัว 2. เงื่อนไม่รู้จัก	1. รูปแปดเหลี่ยมและแปดมุม 2. รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า 3. รูปหกเหลี่ยม
	2.  C-19 M-73 Y-83 K-6		
	3.  C-67 M- 32 Y-75 K-18		
	4.  C-60 M-47 Y- 86 K-6		
	5.  C-14 M-33 Y-76 K-14		
	6.  C-33 M-63 Y-62 K-25		
	7.  C-100 M-62 Y-20 K-20		
	8.  C-80 M-70 Y-55 K-0		
	9.  C-60 M-27 Y-0 K-45		
	10.  C-0 M-55 Y-93 K-0		
	11.  C-0 M-30 Y-100 K-0		














เทศกาลไหว้ขนมจ่า


ตารางที่ 63 สรุปผลอารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยมที่สื่อสารเทศกาลไหว้ขนมจ่า

อารมณ์	สี	สัญลักษณ์มงคล	โครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยม
1. ความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional)	1.  C-35 M-70 Y-73 K-33	1. ธงชัย	1. รูปสี่เหลี่ยมด้านเท่า
2. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย (Oriental and Ethnic)	2.  C-30 M-47 Y-73 K-16	2. เงื่อนไม่รู้จบ	2. รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว
3. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ (Human and Naturalness)	3.  C-8 M-18 Y-46 K-0	3. ปลาทองหรือปลาคู่	
4. ความมีทักษะฝีมือ (Brew and Craftsmanship)	4.  C-19 M-73 Y-83 K-6	4. ดอกบัว	
5. ความดั้งเดิมและกระทือร้อน (Primitive and Wild)	5.  C-67 M-32 Y-75 K-18	5. ร่มวิเศษ	
	6.  C-0 M-55 Y-93 K-0		
	7.  C-0 M-30 Y-100 K-0		
	8.  C-65 M-77 Y-82 K-0		
	9.  C-43 M-70 Y-80 K-55		
	10.  C-54 M-10 Y-58 K-3		
	11.  C-54 M-32 Y-74 K-2		
	12.  C-82 M-32 Y-83 K-0		

เทศกาลไหว้สารทจีน

ตารางที่ 64 สรุปผลอารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยมที่สื่อสาร
เทศกาลไหว้สารทจีน









อารมณ์	สี	สัญลักษณ์มงคล	โครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยม
1. ความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional) 2. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย (Oriental and Ethnic) 3. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ (Human and Naturalness) 4. ความความดั้งเดิมและกระตือรือร้น (Primitive and Wild) 5. ความมีทักษะฝีมือ (Brew and Craftsmanship)	1.  C-35 M-70 Y-73 K-33	1. ปลาทองหรือปลาคู่ 2. เงื่อนไม่รู้จบ 3. ธรรมจักร 4. ร่มวิเศษ	1. รูปแปดเหลี่ยมและแปดมุม 2. รูปหกเหลี่ยม
	2.  C-36 M-55 Y-83 K-33		
	3.  C-30 M-47 Y-73 K-16		
	4.  C-32 M-55 Y-88 K-23		
	5.  C-27 M-81 Y-77 K-11		
	6.  C-8 M-18 Y-46 K-0		
	7.  C-19 M-73 Y-83 K-6		
	8.  C-0 M-55 Y-93 K-0		
	9.  C-0 M-30 Y-100 K-0		
	10.  C-65 M-77 Y-82 K-0		
	11.  C-32 M-56 Y-83 K-23		
	12.  C-35 M-90 Y-88 K-27		
	13.  C-30 M-86 Y-96 K-18		

	14.  C-35 M-100 Y-97 K-18		
--	--	--	--

เทศกาลไหว้พระจันทร์














ตารางที่ 65 สรุปผลอารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยมที่สื่อสาร






เทศกาลไหว้พระจันทร์

อารมณ์	สี	สัญลักษณ์มงคล	โครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยม
1. ความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional)	1.  C-35 M-70 Y-73 K-33	1. ปลาทองหรือปลาคู่	1. รูปหกเหลี่ยม
2. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย (Oriental and Ethnic)	2.  C-36 M-55 Y-83 K-33	2. ดอกบัว	2. รูปแปดเหลี่ยมและแปดมุม
3. ความผ่อนคลาย (Relaxation)	3.  C-30 M-47 Y-73 K-16	3. เจียนไม้จู๊จ๊อบ	3. รูปสี่เหลี่ยม
4. ความอบอุ่นรักใคร่ (Warmth)	4.  C-32 M-55 Y-88 K-23		4. รูปห้าเหลี่ยม
5. ความหวานชื่นและเต็มไปด้วยจินตนาการ (Sweet and Romantic)	5.  C-27 M-81 Y-77 K-11		
	6.  C-8 M-18 Y-46 K-0		
	7.  C-19 M-73 Y-83 K-6		
	8.  C-54 M-32 Y-74 K-2		

เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย

ตารางที่ 66 สรุปผลอารมณ์ สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยมที่สื่อสารเทศกาลไหว้ขนมบัวลอย

อารมณ์	สี	สัญลักษณ์มงคล	โครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยม
1. ความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional)	1.  C-35 M-70 Y-73 K-33	1. ดอกบัว	1. รูปแปดเหลี่ยมและแปดมุม
2. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย (Oriental and Ethnic)	2.  C-36 M-55 Y-83 K-33	2. ร่มวิเศษ	2. รูปหกเหลี่ยม
3. ความมีทักษะฝีมือ (Brew and Craftsmanship)	3.  C-32 M-55 Y-88 K-23	3. ธงชัย	3. รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า
4. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ (Human and Naturalness)	4.  C-27 M-81 Y-77 K-11		4. รูปห้าเหลี่ยม
5. ความสดชื่นและอดทน (Cheerful and Tolerant)	5.  C-8 M-18 Y-46 K-0		5. รูปสี่เหลี่ยม
	6.  C-33 M-0 Y-50 K-2		
	7.  C-54 M-10 Y-58 K-3		
	8.  C-0 M-4 Y-46 K-0		
	9.  C-63 M-21 Y-81 K-2		
	10.  C-82 M-32 Y-83 K-0		
	11.  C-66 M-14 Y-0 K-0		
	12.  C-0 M-51 Y-28 K-0		
	13.  C-0 M-32 Y-19 K-0		

	<p>14.  C-3 M-68 Y-65 K-0</p> <p>15.  C-43 M-16 Y-83 K-0</p> <p>16.  C-74 M-25 Y-83 K-0</p> <p>17.  C-73 M-40 Y-12 K-0</p> <p>18.  C-6 M-14 Y-55 K-0</p>		
--	---	--	--



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขศิลป์บรรจุกุณธ์ชุดขนมไหว้เจ้าเพื่อสื่อสารเทศกาลต่างๆ สำหรับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์หาอารมณ์ (Emotions) สี (Colors) สัญลักษณ์มงคล (Auspicious Symbols) และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons) บนบรรจุกุณธ์ชุดขนมไหว้เจ้า เพื่อหาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ที่สื่อสารถึงแต่ละเทศกาลที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่นวายได้ ในบทนี้เป็นการสรุปผลงานวิจัยการออกแบบเรขศิลป์บรรจุกุณธ์ชุดขนมไหว้เจ้าเพื่อสื่อสารเทศกาลต่างๆ สำหรับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่นวาย โดยนำผลการวิเคราะห์มาสรุปตามวัตถุประสงค์งานวิจัย ได้ผลดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์หาอารมณ์ที่สื่อสารแต่ละเทศกาลไหว้ซึ่งผ่านการคัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ
2. ผลการวิเคราะห์หา สี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารแต่ละเทศกาลไหว้ตามอารมณ์
3. ผลการวิเคราะห์หาสี สัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารถึงแต่ละเทศกาลไหว้และเหมาะสมกับบรรณนิยมของกลุ่มเป้าหมาย

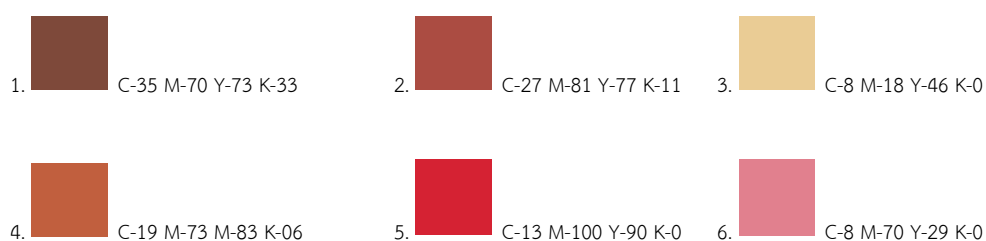
5.1 การสรุปวิเคราะห์ผลแต่ละเทศกาล

5.1.1 เทศกาลตรุษจีน

อารมณ์

- | | |
|--------------|--|
| อันดับ 1 คือ | ความสุขและมีโชค |
| อันดับ 2 คือ | ความดั้งเดิมและโบราณ |
| อันดับ 3 คือ | ความอบอุ่นรักใคร่ |
| อันดับ 4 คือ | ความราบรื่น |
| อันดับ 5 คือ | ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย |

ผล



สัญลักษณ์มงคล

- อันดับ 1 คือ ปลาทองหรือปลาคู่
 อันดับ 2 คือ เงื่อนไม่รู้จบ

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม

- อันดับ 1 คือ รูปแปดเหลี่ยมและแปดมุม
 อันดับ 2 คือ รูปสี่เหลี่ยม
 อันดับ 3 คือ รูปสี่เหลี่ยมด้านเท่า
 อันดับ 4 คือ รูปหกเหลี่ยม

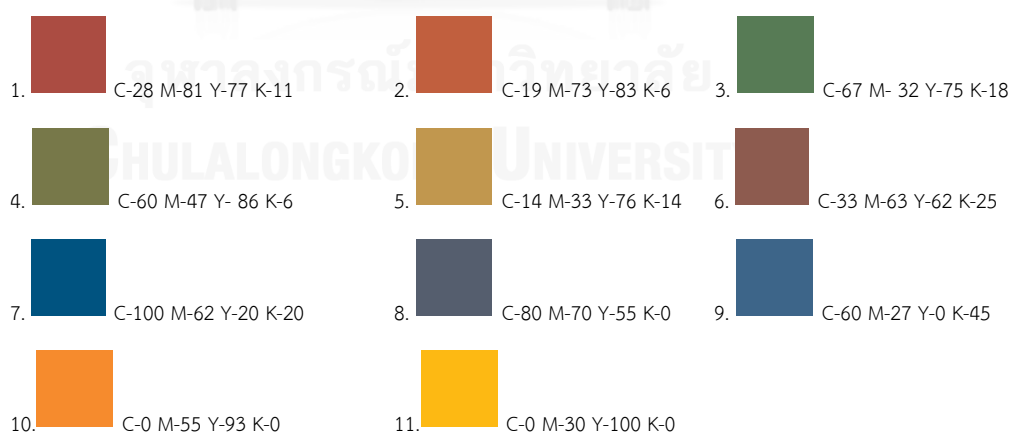
สัญลักษณ์มงคลที่สื่อสารถึงเทศกาลมากที่สุดคือ ปลาทองหรือปลาคู่ รองลงมาคือ เงื่อนไม่รู้จบ โครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยมที่สื่อสารถึงเทศกาลมากที่สุด คือ รูปแปดเหลี่ยมและแปดมุม รองลงมาคือ รูปสี่เหลี่ยม รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า และ รูปหกเหลี่ยม

5.1.2 เทศกาลเซ็งเม้ง

อารมณ์

- อันดับ 1 คือ ความดั้งเดิมและโบราณ
 อันดับ 2 คือ ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต
 อันดับ 3 คือ ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย
 อันดับ 4 คือ ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง
 อันดับ 5 คือ ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น

ตาม



สัญลักษณ์มงคล

อันดับ 1 คือ ดอกบัว
 อันดับ 2 คือ เงื่อนไม่รู้จบ

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม

อันดับ 1 คือ รูปแปดเหลี่ยมและแปดมุม
 อันดับ 2 คือ รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า
 อันดับ 3 คือ รูปหกเหลี่ยม

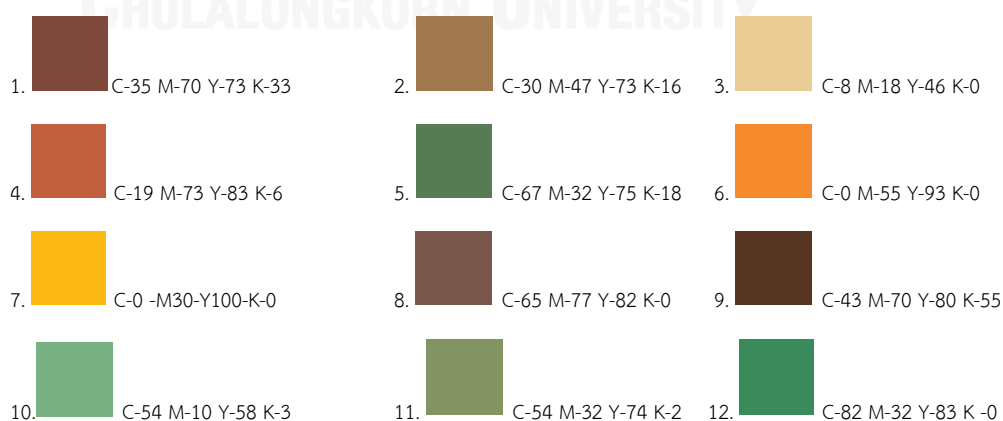
สัญลักษณ์มงคลที่สื่อสารถึงเทศกาลมากที่สุดคือ ดอกบัว รองลงมาคือ เงื่อนไม่รู้จบ
 โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารถึงเทศกาลมากที่สุด คือรูปแปดเหลี่ยมและแปดมุม รองลงมาคือ
 รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า และรูปหกเหลี่ยม

5.1.3 เทศกาลไหว้ขอมจ่าง

อารมณ์

อันดับ 1 คือ ความดั้งเดิมและโบราณ
 อันดับ 2 คือ ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย
 อันดับ 3 คือ ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ
 อันดับ 4 คือ ความมีทักษะฝีมือ
 อันดับ 5 คือ ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น

สี



สัญลักษณ์มงคล

อันดับ 1 คือ	ธงชัย
อันดับ 2 คือ	เงื่อนไม้รั้งจบ
อันดับ 3 คือ	ปลาทองหรือปลาคู่
อันดับ 4 คือ	ดอกบัว
อันดับ 5 คือ	ร่มวิเศษ

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม

อันดับ 1 คือ	รูปสี่เหลี่ยมด้านเท่า
อันดับ 2 คือ	รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว

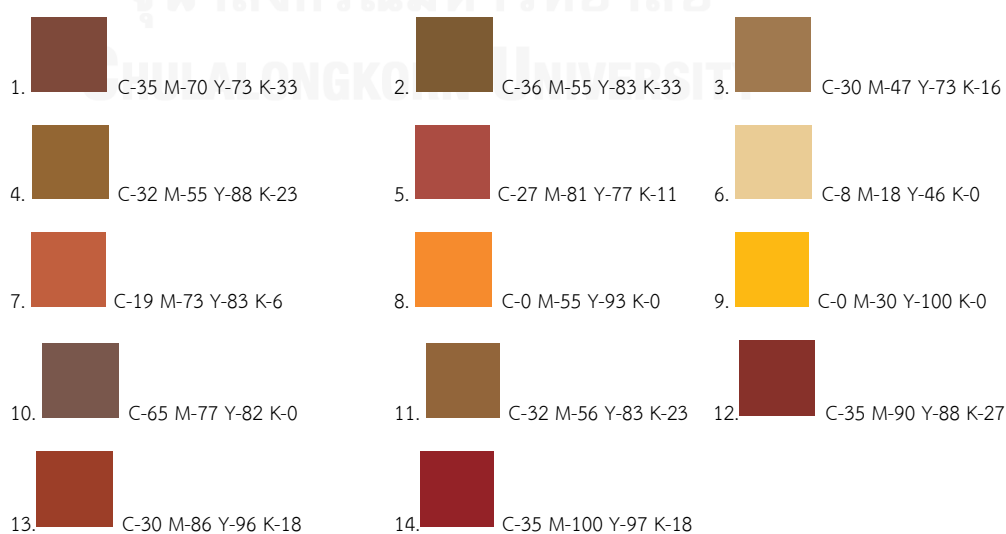
สัญลักษณ์มงคลที่สื่อสารถึงเทศกาลมากที่สุดคือ ธงชัยและเงื่อนไม้รั้งจบ รองลงมาคือ ปลาทองหรือปลาคู่ ดอกบัว และร่มวิเศษ โครงสร้างรูปทรงหลายเหลี่ยมที่สื่อสารถึงเทศกาลมากที่สุด คือ รูปสามเหลี่ยมด้านเท่าและรูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว

5.1.4 เทศกาลสารทจีน

อารมณ์

อันดับ 1 คือ	ความดั้งเดิมและโบราณ
อันดับ 2 คือ	ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย
อันดับ 3 คือ	ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ
อันดับ 4 คือ	ความความดั้งเดิมและกระทือร้อน
อันดับ 5 คือ	ความมีทักษะฝีมือ

เลข



สัญลักษณ์มงคล

- อันดับ 1 คือ ปลาทองหรือปลาคู่
 อันดับ 2 คือ เงื่อนไม้รู้จบ
 อันดับ 3 คือ ธรรมจักร
 อันดับ 4 คือ ร่มวิเศษ

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม

- อันดับ 1 คือ รูปแปดเหลี่ยมและแปดมุม
 อันดับ 2 คือ รูปหกเหลี่ยม









สัญลักษณ์มงคลที่สื่อสารถึงเทศกาล คือ ปลาทองหรือปลาคู่ เงื่อนไม้รู้จบ และธรรมจักร
 โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารถึงเทศกาลมากที่สุด คือ รูปแปดเหลี่ยมและแปดมุม และรูปหกเหลี่ยม

5.1.5 เทศกาลไหว้ขนิมพระจันทร์

อารมณ

- อันดับ 1 คือ ความดั้งเดิมและโบราณ
 อันดับ 2 คือ ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย
 อันดับ 3 คือ ความผ่อนคลาย
 อันดับ 4 คือ ความอบอุ่นรักใคร่
 อันดับ 5 คือ ความหวานชื่นและเต็มไปด้วยจินตนาการ

สี

1.  C-35 M-70 Y-73 K-33
2.  C-36 M-55 Y-83 K-33
3.  C-30 M-47 Y-73 K-16
4.  C-32 M-55 Y-88 K-23
5.  C-27 M-81 Y-77 K-11
6.  C-8 M-18 Y-46 K-0
7.  C-19 M-73 Y-83 K-6
8.  C-54 M-32 Y-74 K-2

สัญลักษณ์มงคล

อันดับ 1 คือ	ปลาทองหรือปลาคู่
อันดับ 2 คือ	ดอกบัว
อันดับ 3 คือ	เงื่อนไม้รั้วจบ

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม

อันดับ 1 คือ	รูปหกเหลี่ยม
อันดับ 2 คือ	รูปแปดเหลี่ยมและแปดมุม
อันดับ 3 คือ	รูปสี่เหลี่ยม
อันดับ 4 คือ	รูปห้าเหลี่ยม













สัญลักษณ์มงคลที่สื่อสารถึงเทศกาลมากที่สุดคือ ดอกบัว ร่องลงมาคือปลาทองหรือปลาคู่ และ เงื่อนไม้รั้วจบ โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารถึงเทศกาลมากที่สุด คือ รูปหกเหลี่ยม ร่องลงมาคือ รูปแปดเหลี่ยมและแปดมุม รูปสี่เหลี่ยม และรูปห้าเหลี่ยม







5.1.6 เทศกาลไหว้ขอมบัวลอย

อารมณ์

อันดับ 1 คือ	ความดั้งเดิมและโบราณ
อันดับ 2 คือ	ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย
อันดับ 3 คือ	ความช้าชองและมีทักษะฝีมือ
อันดับ 4 คือ	ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ
อันดับ 5 คือ	ความสดชื่นและอดทน

สี

1.  C-35 M-70 Y-73 K-33	2.  C-36 M-55 Y-83 K-33	3.  C-32 M-55 Y-88 K-23
4.  C-27 M-81 Y-77 K-11	5.  C-8 M-18 Y-46 K-0	6.  C-33 M-0 Y-50 K-2
7.  C-54 M-10 Y-58 K-3	8.  C-0 M-4 Y-46 K-0	9.  C-63 M-21 Y-81 K-2
10.  C-82 M-32 Y-83 K-0	11.  C-66 M-14 Y-0 K-0	12.  C-0 M-51 Y-28 K-0

13.  C-0 M-32 Y-19 K-0 14.  C-3 M-68 Y-65 K-0 15.  C-43 M-16 Y-83 K-0
16.  C-74 M-25 Y-83 K-0 17.  C-73 M-40 Y-12 K-0 18.  C-6 M-14 Y-55 K-0

สัญลักษณ์มงคล

- อันดับ 1 คือ ดอกบัว
 อันดับ 2 คือ ร่มวิเศษ
 อันดับ 3 คือ ธงชัย

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม

- อันดับ 1 คือ รูปแปดเหลี่ยมและแปดมุม
 อันดับ 2 คือ รูปหกเหลี่ยม
 อันดับ 3 คือ รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า
 อันดับ 4 คือ รูปห้าเหลี่ยม
 อันดับ 5 คือ รูปสี่เหลี่ยม

สัญลักษณ์มงคลที่สื่อสารถึงเทศกาลมากที่สุดคือ ดอกบัว และร่มวิเศษ รองลงมาคือ ธงชัย
 โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมที่สื่อสารถึงเทศกาลมากที่สุด คือ รูปหกเหลี่ยม และรูปแปดเหลี่ยมและแปดมุม รองลงมาคือ รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า รูปห้าเหลี่ยม และรูปสี่เหลี่ยม

5.2 สรุป

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลลัพธ์ที่ได้จากงานวิจัยสรุปได้ว่าเทศกาลไหว้เจ้าแต่ละเทศกาลมีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยในแต่ละเทศกาลไหว้ของจีน โดยผลลัพธ์จากอารมณ์ที่มีต่อแต่ละเทศกาลไหว้ จากผู้เชี่ยวชาญด้านประเพณีจีน คือ ให้อารมณ์ความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional) และความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย (Oriental and Ethnic) ในทุกๆ เทศกาล และมีความแตกต่างกันตามลำดับ และเทศกาลที่ให้อารมณ์ที่เหมือนกัน คือ เทศกาลไหว้ขนมจ่างและเทศกาลไหว้สารทจีน โดยเมืองคัมภีร์ประกอบทางเรขาคณิตที่มีความแตกต่างกันมากที่สุดที่สามารถทำให้แต่ละเทศกาลไหว้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้ คือ สี ส่วนสัญลักษณ์มงคล และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยมนั้น ในผลลัพธ์ในงานวิจัยนั้นมีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยในแต่ละเทศกาลไหว้ โดยผู้ออกแบบสามารถเลือกจากผลลัพธ์ของงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบเพื่อสื่อสารแต่ละเทศกาลไหว้ ได้อย่างมีเอกลักษณ์ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชันวายได้

5.3 ข้อเสนอแนะ

การใช้สัญลักษณ์มงคลของจีนนั้นผู้วิจัยใช้เพียงแปดสัญลักษณ์มงคลเท่านั้น เนื่องจากข้อมูลที่ทำกรวิจัยมีอยู่จำกัดและยังไม่มีหนังสือหรือเอกสารอ้างอิงเชิงวิชาการอื่นๆ ที่มีการจัดกลุ่มสัญลักษณ์มงคลของจีนอื่นๆ ได้อย่างชัดเจน แต่ถ้าอนาคตมีหนังสือหรือเอกสารที่สามารถอ้างอิงได้ในเชิงวิชาการ ผู้วิจัยเห็นว่ายังมีสัญลักษณ์มงคลอื่นๆ ที่น่าสนใจที่จะทำการศึกษาค้นคว้าเพื่อนำมาใช้ในการวิจัยต่อไป อีกทั้งยังมีองค์ประกอบทางเรขศิลป์อื่นๆ ที่น่าศึกษาเพิ่มเติม เช่น ทฤษฎีสี่อื่นๆ ที่น่าสนใจ ลักษณะการใช้เส้น ภาพประกอบ ตัวหนังสือ ลวดลาย ซึ่งไม่ได้ปรากฏอยู่ในงานวิจัยนี้เนื่องจากระยะเวลาการทำวิจัยที่มีอยู่จำกัด ในงานวิจัยเรื่องการออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์ผู้วิจัยไม่ได้ลงลึกไปถึงเรื่องข้อห้ามในการใช้สีสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหาร ซึ่งถ้าผู้ที่นำวิจัยไปใช้ควรพิจารณาในเรื่องนี้ด้วย ซึ่งจะประโยชน์ในการออกแบบมากยิ่งขึ้น อีกทั้งในงานวิจัยนี้ในขั้นตอนสุดท้ายหลังจากการออกแบบเสร็จแล้วควรที่จะนำงานออกแบบที่ได้ในแต่ละเทศกาล กลับไปถามกลุ่มเป้าหมายอีกครั้งหนึ่งเพื่อเป็นตรวจสอบผลว่าตรงหรือไม่ เพื่อความแม่นยำและถูกต้องในงานวิจัยในเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคต

บทที่ 6

ผลงานการออกแบบ

การวิจัยเรื่องการออกแบบเรขศิลป์บรรจุกัณฑ์ชุดขนมไหว้เจ้าเพื่อสื่อสารเทศกาลต่างๆ สำหรับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชันวาย (GENERATION Y) ทำให้รับทราบถึงอารมณ์ที่สามารถสื่อสารในเทศกาลไหว้ต่างๆ สี (Color) สัญลักษณ์มงคล (Auspicious Symbols) และรูปร่างหลายเหลี่ยม (Polygons) ที่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย จากผลวิจัยผู้วิจัยได้นำแนวทางที่ได้ไปใช้ในการออกแบบเรขศิลป์บรรจุกัณฑ์ขนมไหว้เจ้าเพื่อเป็นกรณีศึกษา ผู้วิจัยได้เลือกร้าน “แต่เล่าจิ้นแสง” เป็นกรณีศึกษา โดยคัดเลือกจากร้านที่มีลักษณะดังต่อไปนี้

- เป็นร้านที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ
- ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
- มีผลิตภัณฑ์ขนมไหว้ที่หลากหลายชนิดที่เพียงพอต่องานวิจัย
- ยังไม่การทำชุดขนมไหว้มาก่อน

6.1 แบบสรุปย่อทางการออกแบบ

6.1.1 ที่มาและปัญหา (Background and Problem)

ร้าน “แต่เล่าจิ้นแสง” เป็นร้านขายขนมไหว้ที่เก่าแก่ในย่านเยาวราช เปิดมาเป็นเวลากว่า 100 ปี โดยยังคงรสชาติของขนมดั้งเดิมไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งขนมที่ขึ้นชื่อที่สุดของทางร้านคือขนมเปี๊ยะ ซึ่งมีไส้ต่างๆมากมาย ซึ่งนอกจากขนมเปี๊ยะที่โด่งดังแล้วยังมีขนมไหว้อื่นๆ เช่น ขนมจันอับ ขนมไหว้พระจันทร์ ขนมโก๋ เป็นต้น

ซึ่งจากการวิเคราะห์บรรจุกัณฑ์เดิมของทางร้านพบว่าเป็นกล่องที่มีการออกแบบในลักษณะทั่วไปโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันตัวสินค้า และแสดงเพียงชื่อร้านเท่านั้น เหตุเพราะร้านนี้เป็นร้านที่มีชื่อเสียงมีฐานลูกค้าเดิมอยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องหาวิธีการชักจูงอื่นๆ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เพียงแต่มีข้อบกพร่องเรื่องภาพลักษณ์ที่ไม่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ทำให้มีฐานลูกค้าที่จำกัด ซึ่งหากแก้ไขข้อบกพร่องที่มีอยู่ ในด้านการปรับภาพลักษณ์และบรรจุกัณฑ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ มากยิ่งขึ้น คือกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่เป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงที่จะสืบทอดการไหว้เจ้าต่อไป ซึ่งเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยชิ้นนี้

6.1.2 วัตถุประสงค์ (Objective)

เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับสินค้าที่สามารถสื่อสารเทศกาลไหว้ต่างๆ และช่วยดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้สนใจได้

6.1.3 การวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strengths)

- เป็นร้านขนมไหว้ที่มีชื่อเสียง
- ขนมมีรสชาติดั้งเดิม

จุดอ่อน (Weaknesses)

- ซื้อได้เฉพาะย่านเยาวราช หรือย่านตลาดชาวจีน
- ขนมไหว้ทุกชนิดใช้บรรจุภัณฑ์แบบเดียวกัน
- บรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีเอกลักษณ์ ไม่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย

โอกาส (Opportunities)

- ยังไม่มีคู่แข่งชุดขนมไหว้เจ้า

อุปสรรค (Treats)

- ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย คนใช้จ่ายอย่างประหยัด

6.1.4 กลุ่มเป้าหมาย (Target)

ด้านกายภาพ (Demographics)

- กลุ่มเจนเนอเรชั่น วัย อายุ 23-33 ปี
- เป็นกลุ่มวัยทำงาน เพศชายและหญิง
- อาศัยอยู่กรุงเทพมหานคร
- มีฐานะดี

ด้านจิตภาพ (Psychographics)

- เป็นตัวของตัวเองสูง
- ความอดทนต่ำ
- ทำหายกฎระเบียบ
- ชอบการเปลี่ยนแปลง

6.1.5 แนวความคิด (What to communicate)

สมาร์ทมงคลสมัย (Smart Auspicious Time)

6.1.6 เหตุผลและสนับสนุนแนวความคิด (Support)

การไหว้เจ้าเป็นประเพณีการไหว้ของจีนที่สืบทอดกันมามีจุดประสงค์เพื่อความเป็นสิริมงคลให้กับคนในครอบครัว ซึ่งการไหว้เจ้าในคนไทยเชื้อสายจีนนั้นจะมีการไหว้กันเป็นประจำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงเทศกาลไหว้ เช่น ตรุษจีน สารทจีน เป็นต้น อีกทั้งการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย การเลือกซื้อและการไหว้ตามขนบธรรมเนียมดูจะเป็นสิ่งที่ขัดกับลักษณะนิสัยกลับคนกลุ่มนี้อีกทั้งความรีบเร่งในการประกอบอาชีพ คนกลุ่มนี้ต้องการความรวดเร็วและความแปลกใหม่ ซึ่งแนวความคิดนี้น่าจะช่วยให้สามารถดึงดูดและสร้างความแปลกใหม่ให้กับบรรจุภัณฑ์ขนมไหว้ได้

6.1.7 วิธีการสื่อสาร (How to communicate)

- ฉลาด , โกะเก้ (Smart)
- รสนิยมดี (Tasteful)
- เปลี่ยนแปลงเสมอและคล่องแคล่ว (Dynamic & Active)

6.1.8 ผลที่ต้องการได้รับ (Desired Response)

สามารถออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้เจ้าที่สามารถสื่อสารเทศกาลต่างๆ และช่วยดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้สนใจได้

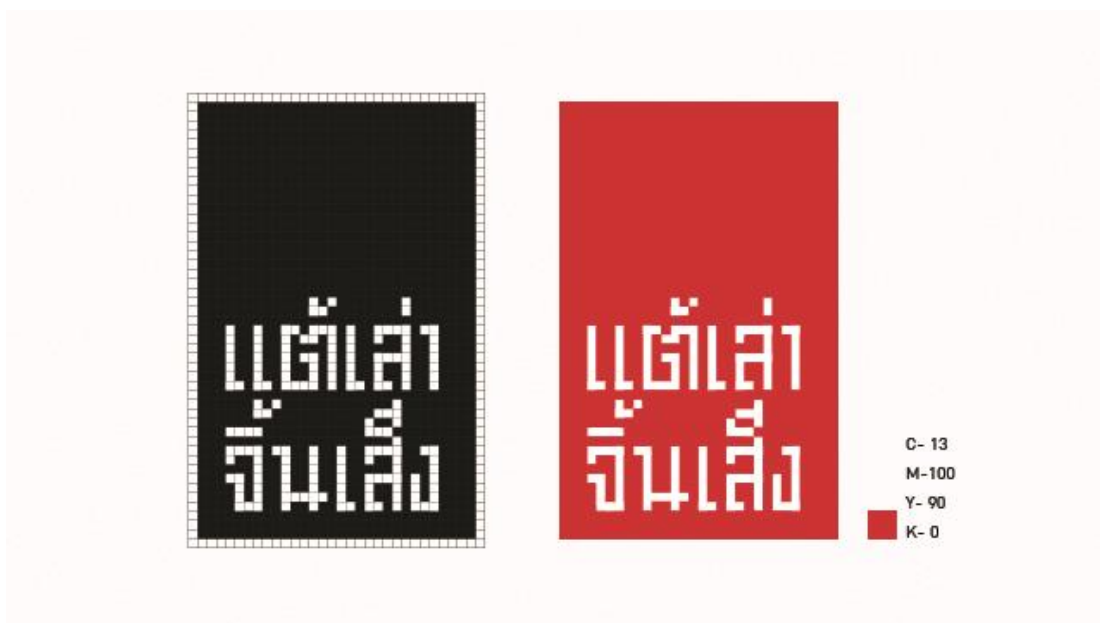
6.1.9 ขอบเขตของงานออกแบบ (Scope)

งานออกแบบนี้จะมุ่งเน้นไปที่การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เท่านั้น มีการใช้ผลวิจัยมาเป็นตัวเสริมในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เพียงบางส่วน ซึ่งไม่ได้ครอบคลุมถึงเรื่องต้นทุน และวัสดุการผลิต

6.1.10 ผลงานที่ต้องการ (Required Materials)

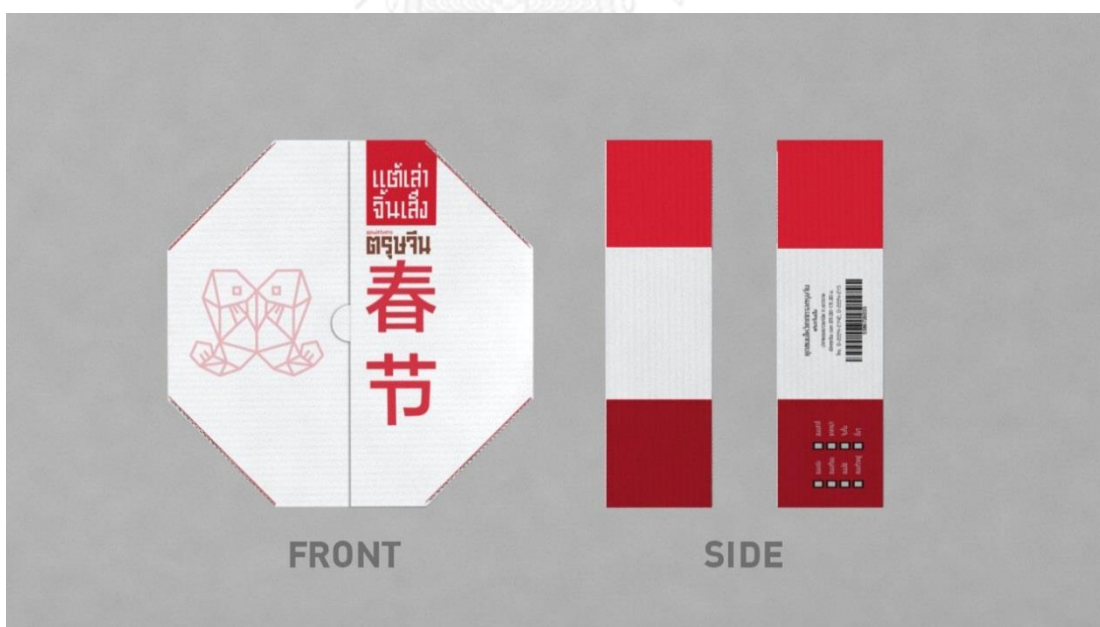
1. บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้จำนวน 6 ชุด
2. ภูเขาสำหรับบรรจุภัณฑ์จำนวน 6 ชิ้น
3. ตราสัญลักษณ์
4. Mobile Application

6.2 ผลงานการออกแบบ

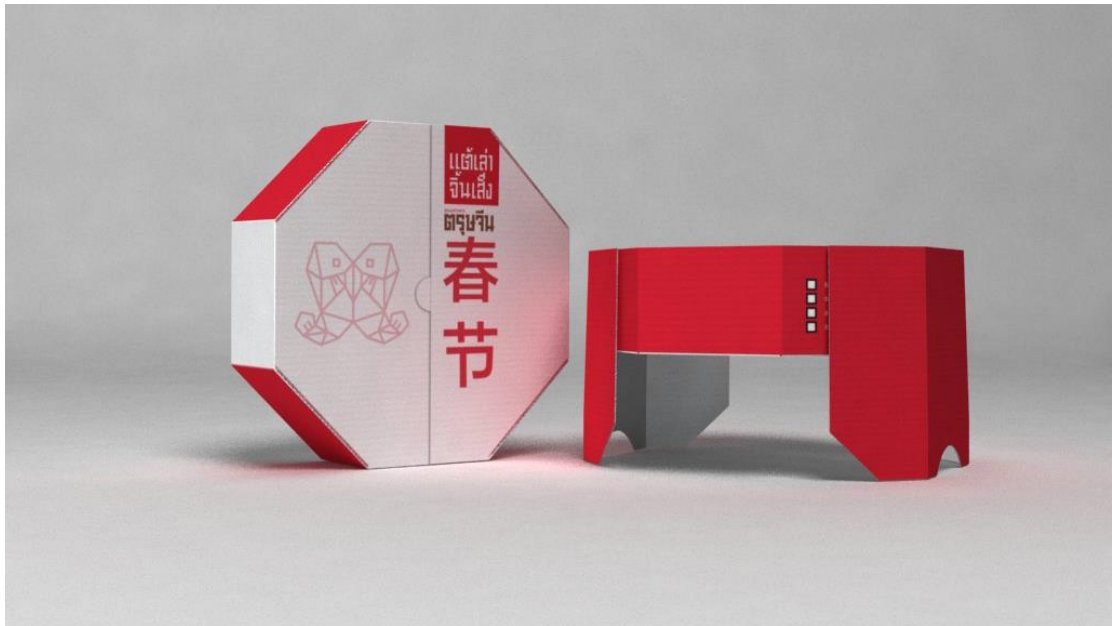


ภาพที่ 32 ตราสินค้า

เทศกาลตรุษจีน



ภาพที่ 33 บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลตรุษจีน

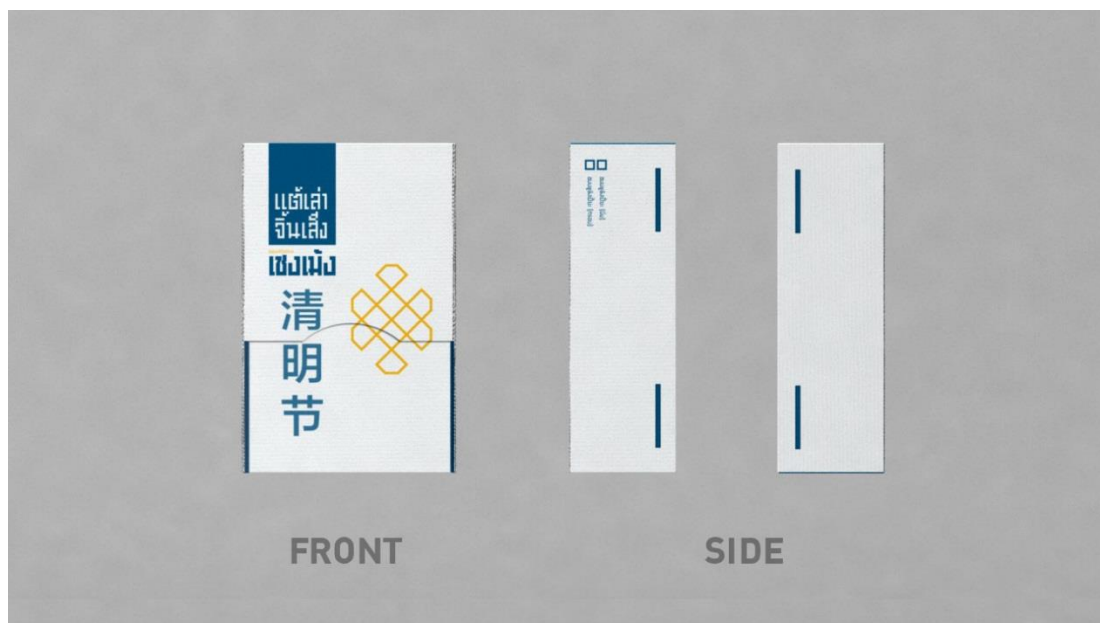


ภาพที่ 34 บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลตรุษจีน



ภาพที่ 35 ถุงผ้าใส่บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลตรุษจีน

เทศกาลเซ็งเม้ง



ภาพที่ 36 บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลเซ็งเม้ง

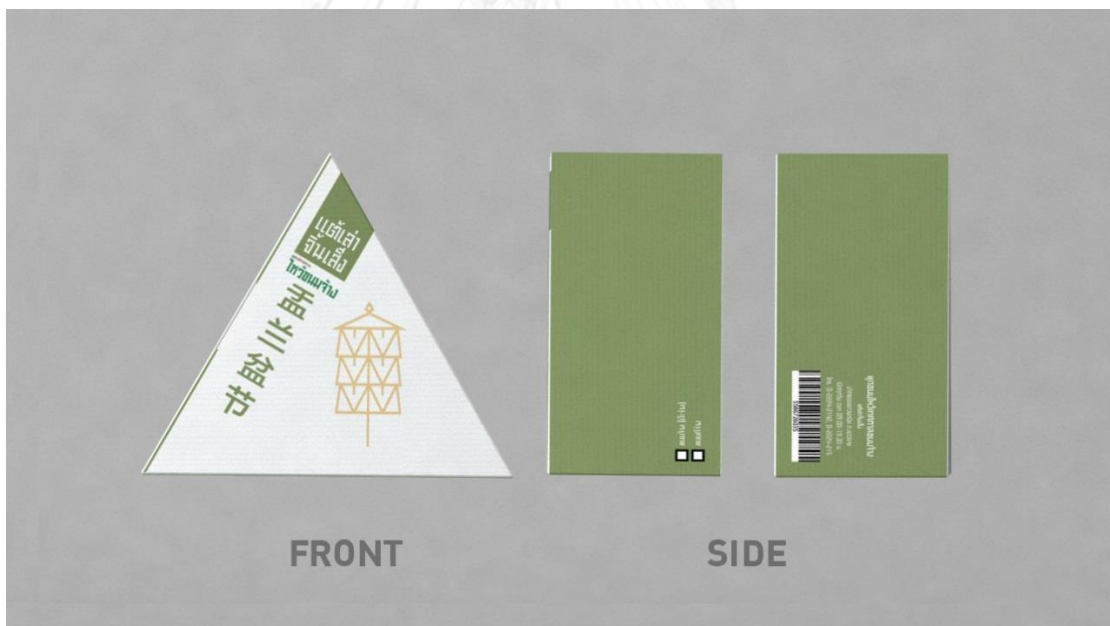


ภาพที่ 37 บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลตรุษจีน



ภาพที่ 38 ถุงผ้าใส่บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลตรุษจีน

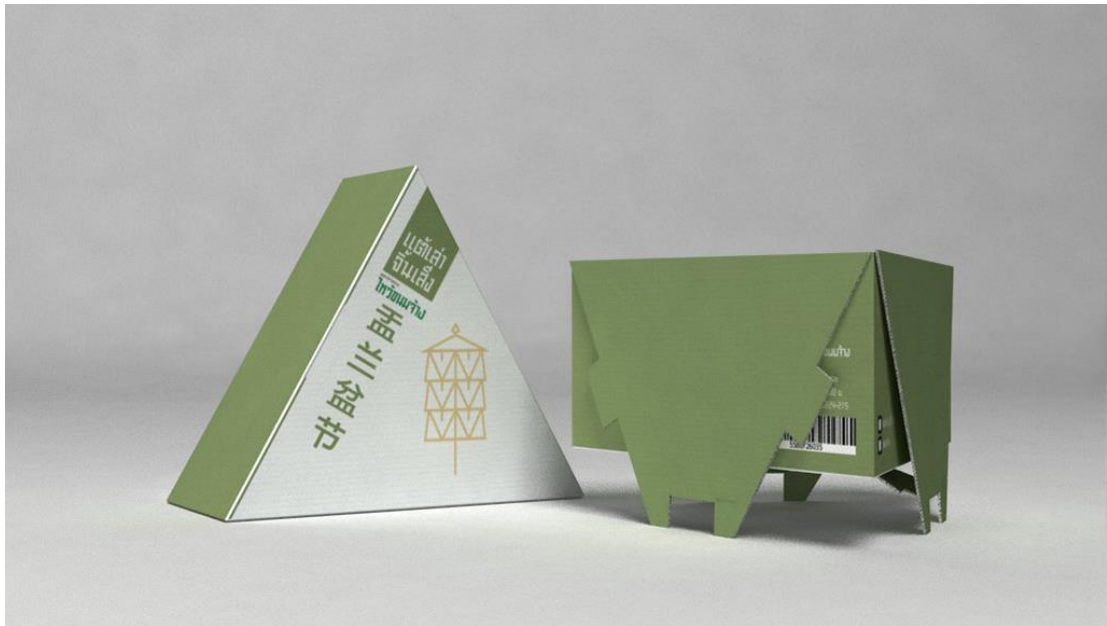
เทศกาลไหว้ขนมจี้จ่าง



FRONT

SIDE

ภาพที่ 39 บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้ขนมจี้จ่าง



ภาพที่ 40 บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้ขนมจ่าง

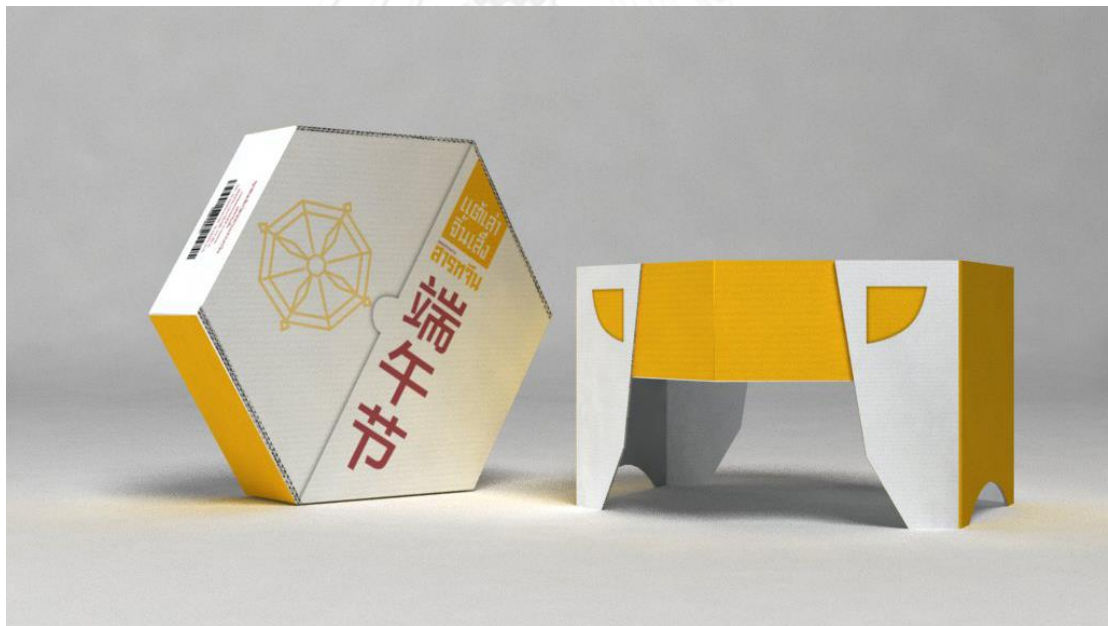


ภาพที่ 41 ถุงผ้าใส่บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้ขนมจ่าง

เทศกาลสารทจีน



ภาพที่ 42 บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลสารทจีน

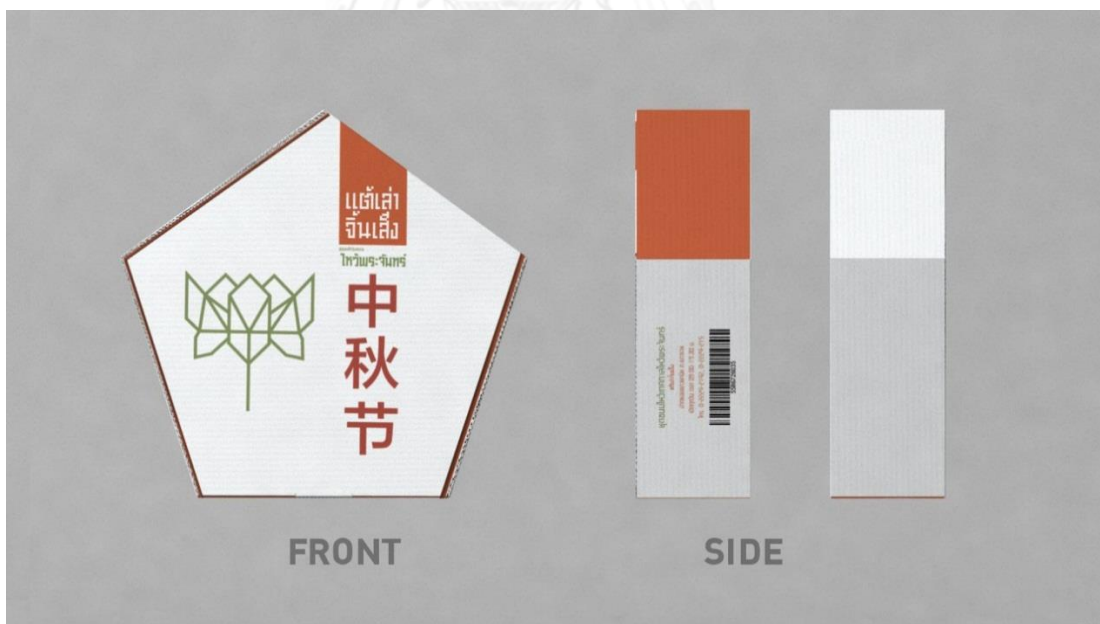


ภาพที่ 43 บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลสารทจีน



ภาพที่ 44 ถุงผ้าใส่บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลสารทจีน

เทศกาลไหว้พระจันทร์



ภาพที่ 45 บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้พระจันทร์

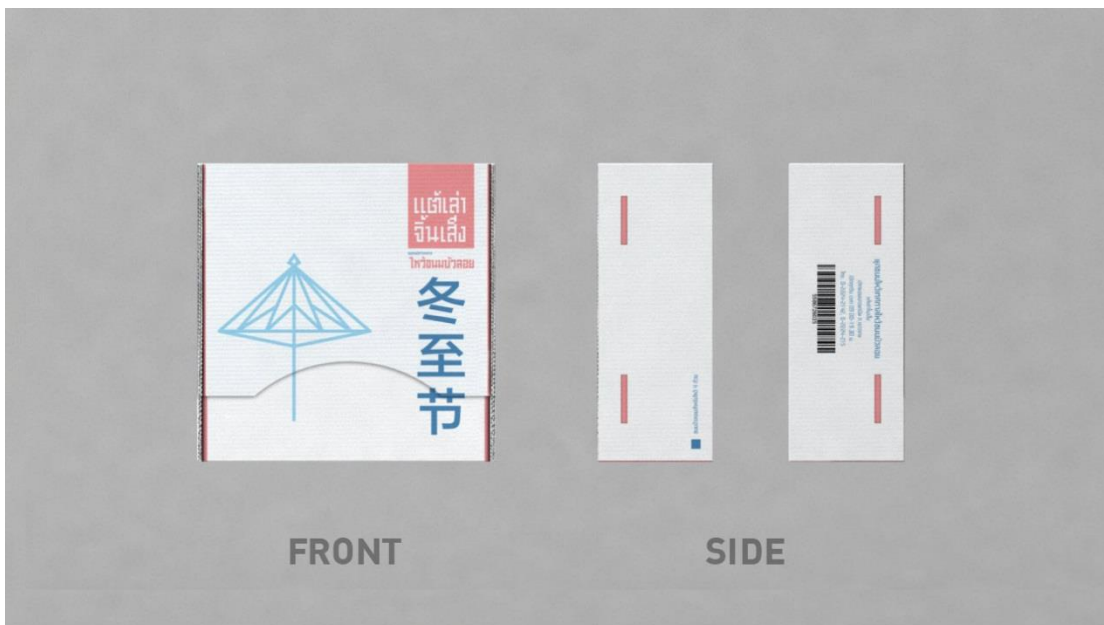


ภาพที่ 46 บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้พระจันทร์



ภาพที่ 47 ถุงผ้าใส่บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้พระจันทร์

เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย



FRONT

SIDE

ภาพที่ 48 บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้ขนมบัวลอย



ภาพที่ 49 บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้ขนมบัวลอย



ภาพที่ 50 ถุงผ้าใส่บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้สำหรับเทศกาลไหว้ขนมบัวลอย



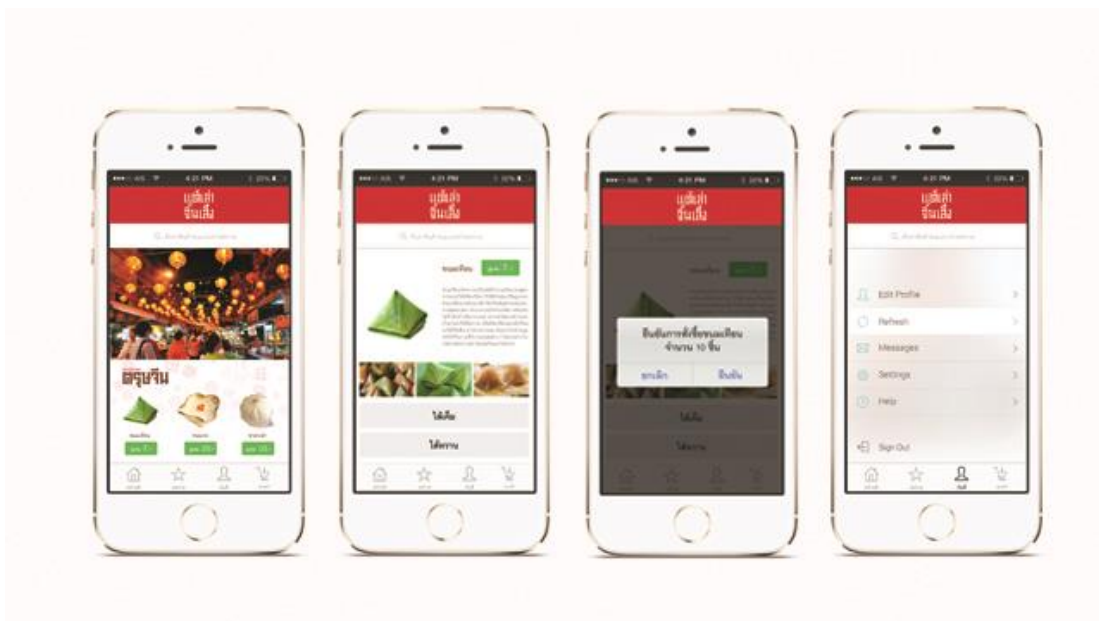
ภาพที่ 51 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้ในแต่ละเทศกาล



ภาพที่ 52 หูหิ้วถุงผ้าและวิธีการห่อบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 53 ภาพรวมถุงใส่บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้ในแต่ละเทศกาล



ภาพที่ 54 ตัวอย่าง Mobile Application สำหรับเทศกาลตรุษจีน



รายการอ้างอิง

1. อุดุลย์ รัตนมันเฑษม, กำเนิดและวิวัฒนาการของคนแต่จิว อดีตถึงปัจจุบัน. 2551, กรุงเทพฯ: ชุนเขา. 220.
2. ปราถนา โภเมน, สมาคมชาวจีนในกรุงเทพฯ พ.ศ. 2440-2488, in ภาควิชาประวัติศาสตร์. 2533, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: บัณฑิตวิทยาลัย. p. 451.
3. จิตรา ก่อนนทเกียรติ, ติงหนั่งเกีย. 2 ed. 2538, กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กรุงเทพ.
4. วรศักดิ์ มหัทธโนบล, เทศกาลไหว้ของชาวไทยเชื้อสายจีน, เรืองฤทธิ์ เอกวงศ์อนันต์, Editor. 2555: กรุงเทพฯ.
5. "ตรุษจีน"ยุค "อาตี๋-อาหมวย" Gen Y แคว้นได้อั้งเปา", in ไทยโพสต์. 2555, ไทยโพสต์: กรุงเทพฯ.
6. คนทำงาน 3 Generation. 2551 [cited 2555; Available from: <http://www.lukkidthai.com/News/article09.html>.
7. ศรีนยา มะระพฤษ์วรรณ, ปัญหาการไหว้เจ้า, เรืองฤทธิ์ เอกวงศ์อนันต์, Editor. 2556: กรุงเทพฯ.
8. คอลัมน์ จับกระแสตลาด, ขนมไหว้พระจันทร์คึก เพิ่มช่องทาง-เจาะคนรุ่นใหม่, in ประชาชาติธุรกิจ. 2555, ประชาชาติธุรกิจ: กรุงเทพฯ.
9. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, ขนมไหว้พระจันทร์ปี'56: ผู้ประกอบการลงตลาดแข่งขันคึกคัก ...สวนทางกำลังซื้อที่อ่อนแรง. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย., 2556. 19(2404): p. 3.
10. ศรีกัญญา มงคลศิริ, Marketing to Gen-Y, in BrandAge. 2548, เลิฟ แอนด์ ลิฟ: กรุงเทพฯ.
11. วิชาพรรณ เลิศพัฒนสุขไพศาล, ความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์ขนมไหว้เจ้า, เรืองฤทธิ์ เอกวงศ์อนันต์, Editor. 2556.
12. นววรรณ คณานุรักษ์, Power of Packaging. 2547: เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
13. วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, บทความรู้ทางการออกแบบพาณิชย์ศิลป์ออกแบบกราฟฟิก = Graphic Design. 1 ed. 2535, กรุงเทพฯ: ศิลปบรรณการ.
14. ประชิต ธิณบุตร, การออกแบบบรรจุภัณฑ์. 2531, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พิมพ์โอเดียนส์ไตร์.
15. สารคดีดี.คอม. พฤติกรรมการบริโภค Gen B, Gen X, Gen Y และ Gen M. 2552 [cited 2556; Available from: http://sara-dd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=227:consumer-%20behavior-gen-
16. Wei, L., Chinese festivals. Updated ed. Introductions to Chinese culture. 2011, Cambridge: Cambridge University Press. 139 p.
17. โจวมเซี่ยวเทียน, เปิดตำนานเทศกาลจีน--Chinese Festivals. 2555: สำนักพิมพ์มติชน. 208.
18. วันทิพย์ สิ้นสูงสุด, จีน เทศกาลและวันสำคัญ. 2549, กรุงเทพฯ: สยามมิตรการพิมพ์. 239.
19. ปิยะแสง จันทรวงศ์ไพศาล, 108 สัญลักษณ์จีน. 2522, กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
20. Beer, R., The handbook of Tibetan Buddhist symbols. 1st ed. 2003, Boston: Shambhala. xiv, 262 p.

21. เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร, *Gen Y จับให้มันคั่นให้เวิร์ค*. 2550, กรุงเทพฯ: บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน). 180.
22. สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศและการสื่อสาร, *สำมะโนประชากรและเคหะ*. 2553, สำนักงานสถิติแห่งชาติ: กรุงเทพฯ.
23. รุ่งรัตน์ เรืองเดช, *รูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเลือกซื้อของกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร*, in สาขาวิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. 2552, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
24. ปูน และสมพร คงเจริญเกียรติ, *บรรจุภัณฑ์อาหาร*. 1 ed. 2541, กรุงเทพฯ: แพมเมทส์.
25. Philip Kotler, G.A., *หลักการตลาด ฉบับมาตรฐานและนิยามศัพท์การตลาด - Principles of marketing*. 2554, กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า. 344.
26. ชัยรัตน์ อัครวางกูร, *ออกแบบให้โดนใจ* 2ed. 2548, กรุงเทพฯ: วิทอินบุดส์.
27. Jackson, P., *Structural Packaging Design your own boxes and 3-D Form*. 2012, United Kingdom: Laurence King Publishing Ltd.
28. Kobayashi, S., *Color Image scale*. 1st ed. 1991, Tokyo ; New York: Kodansha International : Distributed in the U.S. by Kodansha America. 160 p.
29. kuno, N., *Tasteful Color Combinations*, ed. Asian. 2012, Singapore: Page One Publishing Pte Ltd. 168.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตัวอย่างแบบสอบถามในขั้นตอนที่ 1



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบสอบถามงานวิจัย

เรื่อง การออกแบบเรขาคณิตปริภูมิที่ชุมชนไหว้เจ้าเพื่อสื่อสารเทศกาลต่างๆสำหรับกลุ่มเป้าหมาย เจนเนอเรชัน วาย (Generation Y)

วัตถุประสงค์ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำไปใช้ประกอบการวิทยานิพนธ์ปริญญาโททางด้านศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เทศกาลไหว้และทฤษฎีสุนิยม

ตอนที่ 2 เป็นการตอบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 เป็นการตอบคำถามเรื่องเทศกาลไหว้

ขอแสดงความขอบคุณ

ปิณฑิ์ ปิณฑิ์

(เริงฤทธิ์ เอกวงค็อนันต์)

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชานฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1

เทศกาลไหว้

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเทศกาลไหว้ทั้งหนังสือ บทความและจากผู้เชี่ยวชาญด้านจีนศึกษาสรุปเป็นเทศกาลไหว้ที่นิยมไหว้กันอยู่ในกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนได้ 6 เทศกาลดังนี้

1. เทศกาลตรุษจีน

ช่วงเวลา วัน 8 ค่ำ เดือน 12 ของปฏิทินจีนจนถึง 15 ค่ำ เดือนอ้ายของปีถัดไป

เทศกาลตรุษจีน (ชุนเจีย-เทศกาลฤดูใบไม้ผลิ) คือวันเฉลิมฉลองวันปีใหม่ตามปฏิทินจันทรคติของชาวจีนเป็นเทศกาลใหญ่และยาวนานที่สุด เดิมเป็นกิจกรรมฉลองเกี่ยวกับการเก็บเกี่ยวและเซ่นบวงสรวงเทวดากับบรรพบุรุษเป็น เทศกาลมงคลเก่าแก่ อันเป็นสัญลักษณ์ของความหวัง การชุมนุมพร้อมหน้า และสามัคคีกลมเกลียว ซึ่งที่มาของเทศกาลตรุษจีนนั้นมาจากตำนานอยู่ 2 เรื่อง

เรื่องแรกคือตำนานที่เล่าถึงสัตว์ประหลาดตนหนึ่ง เรียกว่า “เหนียน(ปี)” ได้มาบุกหมู่บ้าน “เกาฮวาซุน (หมู่บ้านดอกท้อ)” ในทุกๆ สิ้นปี จะออกมาอาละวาดกินมนุษย์และสัตว์เป็นอาหาร ซึ่งผู้คนในละแวกต่างหวาดกลัวกันมาก จนมาปีหนึ่งมีธิดาชราท่านหนึ่งมาขอพักในหมู่บ้าน และได้ให้วิธีการไล่เหนียนโดยการติดกระดาษสีแดงไว้บริเวณประตูบ้าน และให้นำปลิงไม้ไผ่โยนเข้ากองไฟให้เกิดการระเบิดเสียงดังซึ่งภายหลังพัฒนาต่อมาเป็นประจำ จนทำให้สัตว์ประหลาดเหนียนหนีไป ชาวบ้านต่างดีใจกันมา ดังนั้นทุกสิ้นปี ชาวบ้านต่างก็ประดับประดากระดาษสีแดง และจุดประทัด กิจกรรมนี้เรียกว่า “กั้วเหนียน” แปลว่า “ข้ามปี” คือข้ามปีเก่าไปสู่ปีใหม่

เรื่องที่สองเป็นตำนานของชายหนุ่มคนหนึ่งชื่อ “วานเหนียน (หมื่นปี)” กล่าวกันว่าในสมัยโบราณยังไม่มีปฏิทินใช้ มนุษย์ไม่มีเครื่องมือในการบอกเวลาในการเพาะปลูกในแต่ละฤดูกาล ทำให้ผลผลิตไม่ดี พระราชาจึงทรงวิตกกังวลเป็นอันมาก ซึ่งวานเหนียนได้สังเกตเห็นเงาต้นไม้สั้นยาวต่างกันตามวันเวลา จึงได้คิดค้นเครื่องมือในการบอกเวลาที่เรียกว่า “นาฬิกาแดด” ขึ้น ซึ่งต่อม่าวานเหนียนได้ประดิษฐ์ “นาฬิกาน้ำหยด 5 ชั้น” จากแรงบันดาลใจในการสังเกตเห็นการหยดของน้ำจากน้ำตก และได้ค้นพบหลักการเปลี่ยนสลับช่วงเวลาสั้นยาวของกลางวันกลางคืน รวมถึงระยะเวลาในรอบ 1 ปีกินเวลา 360 กว่าวัน วานเหนียนได้กราบบังคมทูลเรื่องนี้ต่อพระราชาซึ่งพระองค์ชื่นชมยินดีเป็นอย่างมาก ซึ่งต่อมาได้ทำปฏิทินสุริยคติตามรอบฤดูกาล เพื่อเป็นเกียรติในคุณงามความดีทรงตั้งชื่อปฏิทินนี้ว่า “วานเหนียนลี (ปฏิทินวานเหนียน)” ซึ่งใช้เรียกปฏิทินพื้นบ้านของจีนถึงทุกวันนี้ เนื่องจากประชาชนซาบซึ้งถึงบุญคุณของเขา จึงจัดงานฉลองว่าสักถึงเขาตอนต้นฤดูใบไม้ผลิก่อนลงมือทำนา จึงเป็นที่มาของเทศกาลตรุษจีนในที่สุด

2. เทศกาลเซ็งเม้ง

ช่วงเวลา อยู่ในช่วงเดือน 3 ของจีน หรือตรงกับวันที่ 4 – 6 เดือนเมษายนของปฏิทินสากล

วันชิงหมิง หรือเซ็งเม้งในภาษาแต้จิ๋วเป็นเทศกาลเช่นบวงสรวงที่สำคัญที่สุดของจีน เป็นวันกวาดสุสานและเซ่นไหว้บรรพชน โดยทั่วไปสมาชิกของวงศ์ตระกูล จะตื่นกันแต่เช้านัดหมายกัน แล้วเดิน "เหยียบหญ้าเขียว" คือหญ้าตามทางเดินไปยังสุสานซึ่งอยู่ในทุ่งหรือภูเขาในชนบท ถอนหญ้าและตัดต้นไม้ที่ขึ้นปกคลุมสุสาน เติมนิมนใหม่ให้พอกพูน จัดแผ่นศิลาจารึกหน้าสุสาน ตกแต่งด้วยกระดาษสี(แถบรุ้ง 5 สี)บนสุสาน จากนั้นจึงทำการเซ่นไหว้บรรพชน

3. เทศกาลขนมจ้าง

ช่วงเวลา 5 ค่ำ เดือน 5 ของปฏิทินจีน

เทศกาลขนมจ้าง-บ๊ะจ่าง หรือ เทศกาลตวนอู่ "ตวน" แปลว่า เริ่มต้น, แรกสุด ส่วน "อู่" แปลว่า 5 ตวนอู่ จึงหมายถึงวัน 5 แรก คือ 5 ค่ำ เดือน 5 เทศกาลนี้มีมาตั้งแต่ยุคชุนชิวและจั้นกั๋ว ถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 2,000 กว่าปีเดิมวันเทศกาลนี้มีชื่อเรียกอีกหลายชื่อ เช่น ตวนอู่(5 แรก - 5 ค่ำ เดือน 5) ฉงอู่ (ช้อน 5 คือ 5 ค่ำ เดือน 5) ตวนหยวง(ตวันตรงหัว) หลงโจวเจี๋ย (เทศกาลเรือมังกร) ซือเหฎินเจี๋ย (เทศกาลกวี) จ้งเจี๋ย (เทศกาลขนมจ้างหรือขนมบ๊ะจ่าง) จนถึงปัจจุบัน เทศกาลนี้ถือเป็นเทศกาลที่สำคัญของคนจีนทั่วโลก โดยที่มารของเทศกาลนั้น มาจากการรำลึกถึงซีวีหยวน(Qin Yuan) ซีวีหยวนเป็นกวีเอกและขุนนางผู้ใหญ่ของแคว้นอู่ ซึ่งถูกใส่ร้ายโดยขุนนางกังฉิน จนถูกปลดออกจากราชการ ด้วยความคับแค้นใจ เจ้าได้แต่งบทกวีที่มีชื่อเสียงมากมายจนเป็นที่ยอมรับจากชาวบ้านให้คำกลาย เป็นกวีเอก จนถึงวัน 5 ค่ำ เดือน 5 278 ปี ก่อนคริสต์ศักราช เขาได้ฆ่าตัวตายที่แม่น้ำหลิวเจียง ชาวบ้านทราบข่าว ก็พากันพายเรือออกไปโปงมหาศพเขา บ้างก็โยนก้อนข้าว เพื่อให้ปลากินอ้อมจะได้ไม่ไปกัดกินศพของซีวีหยวนเสียหาย หลังจากนั้นทุกวัน 5 ค่ำ เดือน 5 พัฒนาการเอาข้าวเหนียวมาห่อเป็นขนมจ้าง (บ๊ะจ่าง) เช่นไหว้ซีวีหยวน บางแห่งแข่งพายเรือมังกรรำลึกถึงการพายเรือตามมหาศพซีวีหยวน จนกลายเป็นเทศกาล ทั้งนี้เพื่อรำลึกถึงซีวีหยวนกวีผู้รักชาติของจีน

4. เทศกาลสารทจีน

ช่วงเวลา 15 ค่ำ เดือน 7 ของปฏิทินจีน

เทศกาลสารทจีน หรือ เทศกาลจงหยวน (Zhongyuan Festival) เรียกอีกอย่างว่าเทศกาลเดือน 7 "กู่ยี่เจี๋ย" (เทศกาลผี) ซึ่งในทางพุทธศาสนาเรียกวันเทศกาลนี้ว่า "อิ๋วหลันเหมินเจี๋ย" ซึ่งหมายถึงวัน "เทศกาลอุลลัมพะสังฆทาน (Ullam-bana Festival)" โดยแปลความหมาย คือ อ่างสังฆทาน เพื่อโปรดผีที่ต้องรับโทษเขวนห้อยหัวลง โดยนัยหมายถึงผู้ตกนรกทั้งปวง โดยมีที่มาจากตำนานพระโมคคัลลาน์ไปโปรดมารดาในนรก พระโมคคัลลาน์ คือพระอัครสาวกเบื้องซ้ายของพระพุทธเจ้า เป็นเลิศทางมีฤทธิ์ แต่

มารดาบาปหนัก รับผิดชอบทรามและอคตอยากให้อายุยืนในรก ไม่สามารถรับประทานอาหารที่พระเถระส่งให้ โยมมารดาได้ เพราะถูกสัตว์รบกวนทั้งหลายแย่งอาหาร ภายหลังจึงสอบถามพระพุทธรเจ้า ทรงประทาน คัมภีร์อุลลัมพนะสูตร และแนะนำให้ใส่ภาชนะถวายเป็นสังฆทานแต่พระสงฆ์ทั่วทุกสารทิศ ด้วยบุญกุศล มีอนุภาพให้สัตว์รบกวนทั้งหลายและมารดาได้พ้นจากทุกข์ จึงเป็นที่มาของเทศกาลสารทจีนก็คือ งานอุลลัมพนะสังฆทานนั่นเอง นอกจากนี้ยังถวายสังฆทานแล้วยังแจกของแก่คนยากคนจน เหมือนงานทิ้งกระจาดของไทย

5. เทศกาลไหว้พระจันทร์

ช่วงเวลา 15 ค่ำ เดือน 8 ของปฏิทินจีน

เทศกาลไหว้พระจันทร์ หรือ วันเทศกาลจงชิว หมายถึง กึ่งกลางฤดูใบไม้ร่วง โดยมีที่มาจากตำนานางเอ๋อร์เหินสู่ดวงจันทร์ เล่าสืบกันมาว่า ในยุครบรพกาลปรากฏดวงอาทิตย์ขึ้น 10 ดวง ผดเผาผู้คนจนอยู่ไม่ได้ ชายหนุ่มชื่อไฮ้อี้ จึงขึ้นไปบนยอดสูงสุดของเขาคุนหลุน ใช้ธนูยิงดวงอาทิตย์ดับไป 9 ดวง โลกจึงเย็นลงทำให้พืชและสัตว์ดำรงอยู่ต่อมาได้ วันหนึ่งไฮ้อี้ ได้พบกับพระแม่เจ้าชีหวางหมู่เทพมารดร พระนางชื่นชมในคุณงามความดีจึงประทานยาวิเศษมาให้ 2 เม็ด ถ้ากินแล้วจะบรรลุอมตภาวะ เป็นเซียนไม่แก่ไม่ตาย ไฮ้อี้ไม่อยากเป็นเซียนเพียงคนเดียว จึงให้ภรรยาทาน นางเอ๋อร์ภรรยาของตนเก็บไว้ ต่อมาเมื่งเห็นงูความลับจึงหวังจะชิงยาวิเศษมา จึงหาโอกาสขงที่ไฮ้อี้ไม่อยู่และได้บังบังค้ำขวางเอ๋อร์ นางจึงกินยาลงไป 2 เม็ด ทำให้ร่างกายเบาจึงลอยขึ้นท้องฟ้า ไฮ้อี้ได้กลับมาเห็นนางเอ๋อร์ลอยจึงคว้าได้เพียงชายเสื้อของนางเอ๋อร์ วันนั้นเป็นวัน 15 ค่ำ กลางเดือน 8 พอดี พอดีวันนี้ของทุกปีไฮ้อี้จะเฝ้ามองนางเอ๋อร์ในดวงจันทร์ด้วยความอาวรณัดวิลหา ประชาชนซาบซึ่งคุณงามความดีของนางเอ๋อร์เพื่อไม่ให้ขาดไปอยู่กับคนชั่ว และความรักของไฮ้อี้ จึงจัดพิธีไหว้ดวงจันทร์ในวัน 15 ค่ำ กลางเดือน 8 ตามปฏิทินจีนสืบต่อกันมาทุกปีจนกลายเป็นเทศกาลไหว้พระจันทร์

6. เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย

ช่วงเวลา ประมาณวันที่ 22 ธันวาคม ของทุกปี

เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย หรือ เทศกาลฤดูหนาว (ตงจื่อ-จิงกลาง ,ตงโจ๊ะ-จิงแต่จิว) หมายถึง วันเหมายัน คือวันที่พระอาทิตย์จะส่องแสงสั้นที่สุด หรือ วันที่เป็นจุดสูงสุดในฤดูหนาว (The Extreme of Winter) ในยุคโบราณ ชาวจีนให้ความสำคัญไม่แพ้วันตรุษจีน เพราะถือเสมือนวันสิ้นปี ผู้คนจะปิดร้านและบ้านเรือน ไปทำบุญตามวัดหรือไหว้เจ้า เอกลักษณะที่สำคัญของเทศกาลนี้ คือ ผู้คนจะปั้นและกินขนมที่มีลักษณะคล้ายขนมบัวลอยของไทย (ออกเสียงสำเนียงแต้จิ๋วว่า "ฮี้") ซึ่งทำจากแป้งต้มกับน้ำเชื่อม คนจีนนิยมกินขนมชนิดนี้ และมีชื่อเรียกต่างกันออกไป เช่น ทางเหนือจะกินเกี๊ยวน้ำ ทางใต้จะกินขนมนี้ที่มีลูกใหญ่และเรียกว่า "ต่างหยวน" (Tang Yuan) เพื่อเพิ่มความอบอุ่นให้แก่ร่างกาย และเมื่อทานแล้วคน

ในครอบครัวจะรักใคร่และผูกพันกันมากยิ่งขึ้น ทั้งยังเชื่อว่าเป็นมงคลทำให้ชีวิตยืนยาวขึ้นอีกหนึ่งปี และยังสามารคนำไปใช้ไหว้บรรพบุรุษและเป็นของขวัญต่อกันได้อีกด้วย

ทฤษฎีสุนิยม

ทฤษฎีสุนิยมของการใช้สีในมานออกแบบเรขาคณิตของ นาโอมิ คูโน (Naomi Kuno) จากหนังสือ *Tasteful Color Combinations* โดยการเน้นสุนิยมจาก สัมผัสทั้ง 5 รูป รส กลิ่น เสียงและสัมผัส ออกมาเป็นรสนิยมต่างๆ มาได้ 44 รสนิยม ดังนี้

1. รู้สึกผ่อนคลาย (Relaxation)
2. รู้สึกหายใจสดชื่น (Cool breathe)
3. รู้สึกอบอุ่นและรักใคร่ (Warmth)
4. รู้สึกราบรื่น (Smooth)
5. รู้สึกปลอดภัยและสงบ (Security and Peace)
6. รู้สึกมีความสุขและมีโชค (Happiness and Luck)
7. รู้สึกมีพลังและมีพฤติกรรมเกินจริง (Energetic and Dramatic)
8. รู้สึกตื้นเต้นกับความเร็ว (Throbbing and Speed)
9. รู้สึกสูงขึ้นและมั่นใจ (Rising and Insistence)
10. รู้สึกถึงความดั้งเดิมและกระตือรือร้น (Primitive and Wild)
11. รู้สึกกระตือรือร้นและเขย่าขวัญ (Wild and Thrilling)
12. รู้สึกถึงความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย (Oriental and Ethnic)
13. รู้สึกอบอุ่นเขตร้อนชื้น (Tropical)
14. รู้สึกโดดเดี่ยวและมีจินตนาการ (Seclusion and Fantasy)
15. รู้สึกวิเศษและดีเลิศ (Magical and Awesome)
16. รู้สึกคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต (Nostalgic and Memory)
17. รู้สึกเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง (Melancholic and Sentiment)
18. รู้สึกงดงามและสง่างาม (Grace and Elegance)
19. รู้สึกไวและไวต่อสิ่ง (Purity and Sensitivity)
20. รู้สึกทันสมัยและเจริญเติบโตเต็มที่ (Chic and Matured)
21. รู้สึกวางใจและภาคภูมิใจ (Trust and Pride)
22. รู้สึกถึงการมีทักษะฝีมือ (Brew and Craftsmanship)
23. รู้สึกมีการศึกษา (Academic)
24. รู้สึกเป็นทางการ (Formality)
25. รู้สึกน่ารักและเป็นมิตร (Cute and Friendly)
26. รู้สึกสดชื่นและอดทน (Cheerful and Tolerant)
27. รู้สึกหวานชื่นและเติมไปด้วยจินตนาการ (Sweet and Romantic)
28. รู้สึกถึงความใสและบริสุทธิ์ (Crystal clear and Pure)

29. ผู้ที่มีความรู้และดูดี (Intellectual and Cool)
30. ผู้ที่ฉลาดและน่าชม (Smart and Stylish)
31. ผู้ที่เกี่ยวข้องเฉพาะเรื่องและเกี่ยวกับเครื่องจักรกล (Technical and Mechanical)
32. ผู้ที่สงบและปลอบโยน (Tranquility and Soothing)
33. ผู้ที่สุขภาพดีและสดชื่น (Healthy and Fresh)
34. ผู้ที่คล่องแคล่วและน่าขบขัน (Nimble and Amusing)
35. ผู้ที่สนใจในกีฬาและอิสระ (Sporty and Freedom)
36. ผู้ที่มั่งคั่งและพอใจ (Richness and Fulfillment)
37. ผู้ที่โอ้อ่าและตกแต่งหรูหรา (Gorgeous and Decorative)
38. ผู้ที่สำคัญที่สุดและมีเสน่ห์ (Prime and Charm)
39. ผู้ที่อุดมสมบูรณ์และมีโภชนาการ (Fertility and Nutrition)
40. ผู้ที่ถึงความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional)
41. ผู้ที่เด็ดเดี่ยวและสง่างาม (Stability and Stateliness)
42. ผู้ที่ถึงวิทยาศาสตร์และเคมี (Science and Chemistry)
43. ผู้ที่สมัยใหม่และเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ (Modern and Radical)
44. ผู้ที่ถึงความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ (Human and Naturalness)

ตอนที่ 2

กรอกข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชื่อ - นามสกุล

ตำแหน่ง

สถานที่ทำงาน

.....

.....

.....

.....

ประวัติการศึกษา ระดับปริญญาตรี

ระดับปริญญาโท

ระดับปริญญาเอก

อื่นๆ

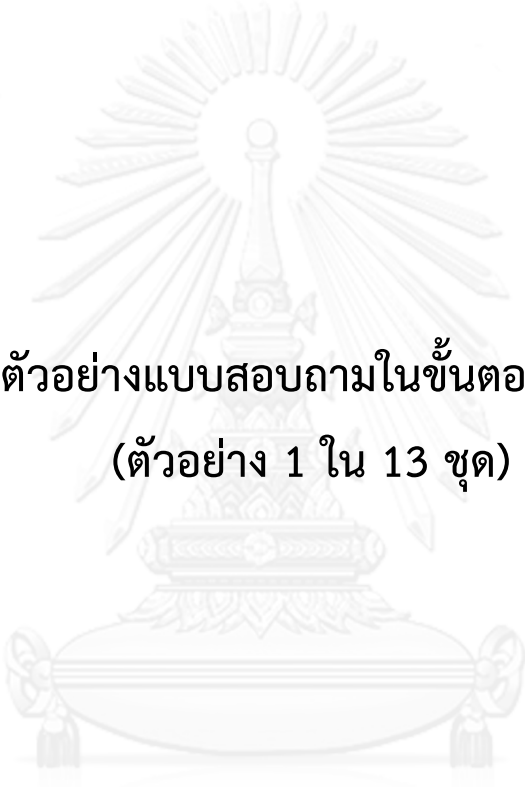
ประสบการณ์การทำงานปี

ตอนที่ 3

แบบสอบถามเกี่ยวกับเทศบาลให้คะแนนต่างๆ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ตัวอย่างแบบสอบถามในชั้นตอนที่ 2
(ตัวอย่าง 1 ใน 13 ชุด)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบสอบถามงานวิจัย

- เรื่อง** การออกแบบเรขศิลป์บรรจุกุณท์ชุดขนมไหว้เจ้าเพื่อสื่อสารเทศกาลต่างๆสำหรับกลุ่มเป้าหมาย เจนเนอเรชั่น วาย (Generation Y)
- โดย** นายเริงฤทธิ์ เอกวงค์อนันต์
นิสิตปริญญาโท ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วัตถุประสงค์** เพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์บรรจุกุณท์ชุดขนมไหว้เจ้าเพื่อสื่อสารเทศกาลต่างๆสำหรับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่น วาย (Generation Y) ได้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นโครงการ

- ทฤษฎีรสนิยมของ นาโอมิ คุโน (Naomi kuno)
- 8 สัญลักษณ์มงคลของจีน (Eight auspicious symbols)
- โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)

ตอนที่ 2 การตอบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 การตอบแบบสอบถามเพื่อหาค่าประกอบศิลป์ที่เหมาะสมกับรสนิยมต่างๆ 16

รสนิยม

ตอนที่ 1

ข้อมูลเบื้องต้นโครงการ

การไหว้เจ้า เป็นธรรมเนียมประเพณีปฏิบัติที่ลูกหลานชาวจีนได้รับการสืบทอดต่อกันมากกว่า 3,000 ปี โดยชาวจีนเชื่อกันว่าตามธรรมชาติต่างๆล้วนแต่มีเทพเจ้าสิงสถิตอยู่ ถ้ามนุษย์ทำให้เทพเจ้าพอใจก็จะประทานสิ่งที่ดีงามให้ แต่ถ้าไม่พอใจก็จะส่งผลให้เกิดภัยพิบัติต่างๆ เหตุที่เชื่อเช่นนั้นเป็นเพราะมนุษย์ยังไม่เข้าใจในเรื่องธรรมชาติ จึงพากันสร้างเทพเจ้าหรือพระเจ้าขึ้นมาตามความไม่เข้าใจของตน แล้วพากันบูชาในสิ่งที่ตนสร้างขึ้น อีกทั้งยังมีความเชื่อที่ว่า วิญญาณของบรรพบุรุษจะคอยดูแลญาติในโลกอยู่เสมอ สามารถให้คุณและโทษได้ จึงจำเป็นต้องเอาใจใส่อยู่เสมอ ด้วยเหตุนี้ชาวจีนถือเอาสุสานประจำตระกูลเป็นสำคัญ ซึ่งต้องดูแลให้ดีเพราะเป็นที่บวงสรวงและบนบาน วิญญาณบรรพบุรุษของตนอยู่เสมอ เพื่อความเป็นสิริมงคลและนำมาซึ่งความสุข ความเจริญรุ่งเรืองแก่ตนเองและครอบครัวโดยเชื่อว่าในปีหนึ่ง มักจะมีสิ่งเลวร้าย เช่น การเจ็บไข้ได้ป่วย การงานติดขัด ฯลฯ จึงจะต้องมีการ ขวนขวายหาที่พึ่ง จึงทำให้เกิดประเพณีการไหว้เจ้าในเทศกาลต่างๆขึ้นมา และสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน

เทศกาลไหว้เจ้าที่ชาวไทยเชื้อสายจีนนิยมไหว้ในรอบหนึ่งปีนั้น จะมีการไหว้ทั้งหมด 8 ครั้ง 8 เทศกาล ซึ่งในส่วนของงานวิจัยและจากการได้สอบถามจากผู้เชี่ยวชาญได้คัดเลือกเทศกาลที่สามารถนำมาใช้ในงานวิจัยได้ 6 เทศกาล โดยรวมเอาเทศกาลที่มีความหมายและช่วงเวลาใกล้เคียงกัน เช่น ตรุษจีน ไหว้โคมไฟ และไหว้สิ้นปี อันเป็นช่วงเวลาใกล้เคียงกันซึ่งไหว้โคมไฟและไหว้สิ้นปีเป็นส่วนหนึ่งของเทศกาลตรุษจีนอยู่แล้ว ดังนี้ 1. เทศกาลตรุษจีน 2. เทศกาลเซงเม้ง 3. เทศกาลไหว้บ๊ะจ่างหรือขนมจ่าง 4. เทศกาลไหว้สารทจีน 5. เทศกาลไหว้พระจันทร์ 6. เทศกาลไหว้ขนมบัวลอย โดยที่แต่ละเทศกาลนั้น จำเป็นต้องมีการจัดเตรียมเครื่องเซ่นไหว้หลัก 3 อย่าง คือ ของคาว(หมู,เป็ด,ไก่),ของหวาน(ขนมไหว้) และผลไม้

ซึ่งชาวไทยเชื้อสายจีนได้รับการสืบทอดประเพณีการไหว้เจ้าในเทศกาลต่างๆ จากบรรพบุรุษ ส่งต่อมารุ่นสู่รุ่น อาจารย์เศรษฐพงศ์ จงสงวน นักวิชาการอิสระด้านจีนศึกษา (2555) ได้พูดถึงปัญหาการสืบทอดการไหว้เจ้าอันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมว่าลูกหลานชาวจีนนั้นไม่ได้ให้ความสำคัญของการไหว้เนื่องจากต้องออกไปทำงาน ทำให้ไม่มีเวลาเตรียมของเซ่นไหว้ ซึ่งมีรายละเอียดค่อนข้างมาก ซึ่งแนวโน้มภายภาคหน้าการเลือกซื้อของไหว้เจ้าจะเป็นในลักษณะสำเร็จรูป คือการจัดเป็นชุด เพื่อให้สะดวกในการเลือกซื้อ แต่สิ่งหนึ่งที่เป็นกังวลคือ กลุ่มคนรุ่นใหม่เหล่านี้ จะรู้ถึงความหมายและความสำคัญของการไหว้ได้อย่างไร

โดยในส่วนของงานวิจัยนี้ได้เห็นถึงความสำคัญของปัญหาที่การออกแบบเรขศิลป์น่าจะสามารถช่วยแก้ปัญหาดังกล่าวได้ ด้วยการออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้เจ้า เนื่องจากขนมไหว้เจ้านั้นถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญส่วนหนึ่งของเครื่องบวงสรวงของการไหว้เจ้าในแต่ละ ซึ่งถ้างานการออกแบบเรขศิลป์นั้นสามารถสื่อถึงความหมายของเทศกาลต่างๆ ลงบนบรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้เจ้าได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแล้ว

จะสามารถช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการเลือกซื้อได้ง่ายขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มเจนวาย(GEN-Y) หรือกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ซึ่งเป็นกลุ่มที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2521 - พ.ศ.2540 เนื่องจากเป็นกลุ่มคนในช่วงเริ่มต้นของการทำงานและเป็นกลุ่มที่ต้องสืบทอดการไหว้เจ้าจากผู้ใหญ่ในบ้าน ซึ่งด้วยลักษณะนิสัยที่รีบร้อนต้องการทำอะไรใหม่ๆ ในประเด็นนี้ ผู้วิจัยพิจารณาจากปัญหาข้างต้นนั้นเห็นว่างานวิจัยนี้จะมีประโยชน์ต่อนักออกแบบเรขศิลป์เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถตัดสินใจในการเลือกซื้อของไหว้เจ้าได้ง่ายขึ้น อีกทั้งยังสามารถสื่อถึงความหมายและความสำคัญของแต่ละเทศกาลให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ผ่านทางารออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์ได้

ทฤษฎีรสนิยม นาโอมิ คุโน

ทฤษฎีรสนิยมของการใช้สีในงานออกแบบเรขศิลป์ของ นาโอมิ คุโน (Naomi Kuno) จากหนังสือ Tasteful Color Combinations โดยการเน้นรสนิยมจาก สัมผัสทั้ง 5 รูป รส กลิ่น เสียงและสัมผัส ออกมาเป็นรสนิยมต่างๆ มาได้ 44 รสนิยม จากผลของงานวิจัยในช่วงต้น ซึ่งได้มาจากการตอบแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาและวัฒนธรรมจีน จำนวน 7 คน ได้คำตอบเป็นรสนิยมที่สามารถมาใช้หาเรขศิลป์ในงานวิจัย จำนวน 13 รสนิยมที่สำคัญกับงานวิจัยดังนี้

1. ความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional)
2. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย (Oriental and Ethnic)
3. ความสุขและมีโชค (Happiness and Luck)
4. ความอบอุ่นและรักใคร่ (Warmth)
5. ความราบรื่น (Smooth)
6. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต (Nostalgic and Memory)
7. ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง (Melancholic and Sentiment)
8. ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น (Primitive and Wild)
9. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ (Human and Naturalness)
10. ความช่างและมึทักษะฝีมือ (Brew and Craftsmanship)
11. ความผ่อนคลาย (Relaxation)
12. ความหวานชื่นและเต็มไปด้วยจินตนาการ (Sweet and Romantic)
13. ความสดชื่นและอดทน (Cheerful and Tolerant)

8 สัญลักษณ์มงคลของจีน (Eight auspicious symbols)

8 สัญลักษณ์มงคล หรือ “ปาจีเหลียง” หรือ “จีเสียงปาเป่า” คือภาพสัญลักษณ์ทางพุทธศาสนาฝ่ายมหายานทั้งแปดอย่างที่เราเรียกกันว่า “อัฐมมงคลแปดประการ” ในความเชื่อถือว่าเป็นเครื่องหมายของความเป็นสิริมงคลทั้งปวงได้แก่

1. ร่มวิเศษ (Golden Parasol)

เป็นสัญลักษณ์แทนพลังอำนาจแห่งพุทธองค์ที่คอยปกป้องความร้อนจากสุริยะ ดังแสงธรรมะที่คอยป้องกันจิตวิญญาณของมนุษย์ให้พ้นภัยจากภัยอันตรายทั้งปวง

2. ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)

สัญลักษณ์แทนตาทั้งคู่ที่เปิดกว้างเสมอแม้อยู่ในน้ำ เหมือนปลาที่ลืมน้ำว่ายน้ำแม่ในสายน้ำเขียว และความรู้แจ้งต่ออุปสรรคและปัญหาทั้งปวง ดังเช่นการปฏิบัติตนอย่างมีสติสัมปชัญญะในวิถีทางที่ถูกต้อง นำมาซึ่งความสุข และความสมหวัง

3. ดอกบัว (Lotus Flower)

สัญลักษณ์แทนความบริสุทธิ์ผ่องแผ้ว เปรียบเสมือนดอกบัวที่แม้ว่าจะกำเนิดจากโคลนตม แต่ก็ไม่แปดเปื้อนมลทิน ซึ่งสัญลักษณ์ดอกบัวในอีกนัยหนึ่งก็คือ การแทนองค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าองค์พระศาสดาแห่งศาสนาพุทธ

4. แจก้นวิเศษ (Treasure Vase)

สัญลักษณ์แทนที่บรรจุสมบัติ คือพระธรรมคำสั่งสอนของพระพุทธองค์เปรียบเสมือนขุมทรัพย์ในแจก้นสมบัติ ที่จะช่วยให้ผู้ศรัทธาสมาตปรารภนา

5. ธงชัย (Victorious Banner)

สัญลักษณ์แทนความรู้อันกระจ่างแจ้งและธรรมเหนือธรรมเปรียบเสมือนธงชัยที่ประกาศพระศาสนาสู่การรู้แจ้งเห็นธรรม

6. ธรรมจักร (Wheel of Law)

สัญลักษณ์แทนพระธรรมคำสั่งสอน ความไม่หยุดนิ่งและเคลื่อนที่อยู่เสมอ เป็นวงล้อแห่งธรรมที่แทนคำสั่งสอนของพระพุทธองค์ที่ไม่หยุดนิ่ง และเคลื่อนที่สู่ความรุ่งเรืองตลอดเวลา

7. หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว



สัญลักษณ์แทนเสียงแห่งพระธรรมของพระพุทธองค์ที่ก้องกังวานไปทั่วสารทิศ หรือเสียงแห่งการประกาศพระศาสนาสู่โลก

8. เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)

สัญลักษณ์แทนจิตใจอันพิสุทธิ์ ความลึกซึ้งในห้วงดวงใจความคิดและความรักที่เป็นเงื่อนตายดั่งปมที่ไม่รู้จบ หรือรักอมตะนิรันดร

โครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)

1		รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle) ทุกมุมและทุกด้านขนาดเท่ากัน
2		รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle) มุมสองมุมและด้านสองด้านขนาดเท่ากัน
3		รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle) ทุกมุมและทุกด้านขนาดไม่เท่ากัน
4		รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก (Right-angled Triangle) หนึ่งมุมตั้งฉาก
5		รูปสี่เหลี่ยม (Square) รูปด้านสี่เหลี่ยมซึ่งทุกมุมและทุกด้านมีค่าเท่ากัน
6		รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle) รูปด้านสี่เหลี่ยมซึ่งทุกมุมและด้านตรงข้ามมีค่าเท่ากัน
7		รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus) รูปด้านสี่เหลี่ยมซึ่งมุมตรงข้ามมีค่าเท่ากันและด้านเท่ากัน
8		รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram) รูปด้านสี่เหลี่ยมซึ่งมุมตรงข้ามและด้านตรงข้ามมีค่าเท่ากัน
9		รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่า หรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู (Trapezium) รูปด้านสี่เหลี่ยมที่มีด้านขนานกันและมุมตรงข้ามมีค่ารวมกัน 180 องศา
10		รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon) รูปด้านห้าเหลี่ยมซึ่งทุกมุมและทุกด้านมีค่าเท่ากัน

11		รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon) รูปด้านหกเหลี่ยมซึ่งทุกมุมและทุกด้านมีค่าเท่ากัน
12		รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon) รูปด้านแปดเหลี่ยมซึ่งทุกมุมและทุกด้านมีค่าเท่ากัน



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตอนที่ 2

การตอบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชื่อ - นามสกุล อายุ

ตำแหน่ง ประสบการณ์การทำงาน ปี

สถานที่ทำงาน

.....

.....

.....

ประวัติการศึกษา ระดับปริญญาตรี

ระดับปริญญาโท

ระดับปริญญาเอก

อื่นๆ

ตอนที่ 3

การตอบแบบสอบถามเพื่อหาคำประกอบศิลป์ที่เหมาะสมกับรสนิยมต่างๆ 13 รสนิยม โดยจะแบ่งเป็นแบบสอบถาม 13 ชุดตามรสนิยม ดังนี้

- ชุดที่ 1. ความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional)
- ชุดที่ 2. ความเป็นชาติพันธุ์ตะวันออกในทวีปเอเชีย (Oriental and Ethnic)
- ชุดที่ 3. ความสุขและมีโชค (Happiness and Luck)
- ชุดที่ 4. ความอบอุ่นและรักใคร่ (Warmth)
- ชุดที่ 5. ความราบรื่น (Smooth)
- ชุดที่ 6. ความคิดถึงบ้านและนึกถึงช่วงเวลาในอดีต (Nostalgic and Memory)
- ชุดที่ 7. ความเศร้าโศกเสียใจและระลึกถึง (Melancholic and Sentiment)
- ชุดที่ 8. ความดั้งเดิมและกระตือรือร้น (Primitive and Wild)
- ชุดที่ 9. ความเป็นมนุษย์และธรรมชาติ (Human and Naturalness)
- ชุดที่ 10. ความช่างของและมีทักษะฝีมือ (Brew and Craftsmanship)
- ชุดที่ 11. ความผ่อนคลาย (Relaxation)
- ชุดที่ 12. ความหวานชื่นและเต็มไปด้วยจินตนาการ (Sweet and Romantic)
- ชุดที่ 13. ความสดชื่นและอดทน (Cheerful and Tolerant)

ชุดที่ 1 รู้ลึกถึงความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional)

คำชี้แจง แบบสอบถามในแต่ละชุด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเพื่อหาชุดสีที่เหมาะสมกับรสนิยมเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้เจ้าได้

ส่วนที่ 2 คำถามเพื่อหาสัญลักษณ์มงคลที่สื่อถึงรสนิยมเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้เจ้าได้













ส่วนที่ 3 คำถามเพื่อหาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อถึงรสนิยมได้




ส่วนที่ 1 คำถามเพื่อหาชุดสีที่เหมาะสมกับรสนิยมเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้เจ้าได้

ท่านคิดว่าชุดสีใดเหมาะสมกับรสนิยม รู้สึกถึงความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional) มากที่สุด

คำชี้แจง กรุณาพิจารณาคำถามและทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าถูกต้องเหมาะสมที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 = เหมาะสมมากที่สุด 4 = เหมาะสมมาก 3 = เหมาะสมปานกลาง 2 = เหมาะสมน้อย 1 = ไม่เหมาะสม (ตอบทุกข้อ)

	ชุดสีในกลุ่ม <u>รู้สึกถึงความดั้งเดิมและโบราณ</u> (Classic and Traditional)	ความเหมาะสม				
		5	4	3	2	1
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						

13						
14						
15						

ส่วนที่ 2 คำถามเพื่อหาสัญลักษณ์มงคลที่สื่อถึงรสนิยมเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดขนมไหว้เจ้าได้

ท่านคิดว่าสัญลักษณ์มงคลประเภทใดเหมาะสมกับรสนิยม รู้สึกถึงความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional)

คำชี้แจง กรุณาพิจารณาคำถามและทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าถูกต้องเหมาะสมที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 = เหมาะสมมากที่สุด 4 = เหมาะสมมาก 3 = เหมาะสมปานกลาง 2 = เหมาะสมน้อย 1 = ไม่เหมาะสม (ตอบทุกข้อ)

ประเภทสัญลักษณ์มงคล		ความเหมาะสม				
		5	4	3	2	1
1	ร่มวิเศษ (Golden Parasol)					
2	ปลาทอง หรือ ปลาคู่ (Golden Fish)					
3	ดอกบัว (Lotus flower)					
4	แจกันวิเศษ (Treasure Vase)					
5	ธงชัย (Victorious Banner)					
6	ธรรมจักร (Wheel of Law)					
7	หอยสังข์ (Conch) หรือ หอยสังข์ขาว					
8	เงื่อนไม่รู้จบ (Endless Knot)					



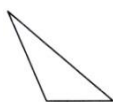





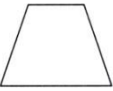
ส่วนที่ 3 คำถามเพื่อหาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อถึงรสนิยมได้




ท่านคิดว่าโครงสร้างประเภทใดเหมาะสมกับรสนิยม รู้สึกถึงความดั้งเดิมและโบราณ (Classic and Traditional)

คำชี้แจง กรุณาพิจารณาคำถามและทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าถูกต้องเหมาะสมที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 = เหมาะสมมากที่สุด 4 = เหมาะสมมาก 3 = เหมาะสมปานกลาง 2 = เหมาะสมน้อย 1 = ไม่เหมาะสม (ตอบ


ทุกข้อ)

โครงสร้างแบบรูปหลายเหลี่ยม (Polygons)			ความเหมาะสม				
			5	4	3	2	1
1		รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า (Equilateral Triangle)					
2		รูปสามเหลี่ยมหน้าจั่ว (Isosceles Triangle)					
3		รูปสามเหลี่ยมด้านไม่เท่า (Scalene Triangle)					
4		รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก (Right-angled Triangle)					
5		รูปสี่เหลี่ยม (Square)					
6		รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangle)					
7		รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus)					
8		รูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน (Parallelogram)					
9		รูปสี่เหลี่ยมด้านไม่เท่า หรือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู (Trapezium)					

10		รูปห้าเหลี่ยม (Regular Pentagon)					
11		รูปหกเหลี่ยม (Regular Hexagon)					
12		รูปที่มีแปดเหลี่ยมและแปดมุม (Regular Octagon)					



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ตัวอย่างแบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์กลุ่มในชั้นตอนที่ 3
(ตัวอย่าง 1 ใน 13 ชุด)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายเริงฤทธิ์ เอกวงศ์อนันต์ เกิดวันที่ 22 กรกฎาคม พ.ศ. 2522 เป็นครอบครัวชาวไทยเชื้อสายจีน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ศิลปบัณฑิต เกียรตินิยมอันดับ 2 สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้ศึกษาต่อในระดับปริญญาโทในสาขาวิชานฤมิตรศิลป์ ภาควิชา นฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปัจจุบันประกอบอาชีพอิสระทางการออกแบบกราฟิก และการสร้างภาพเคลื่อนไหว และเป็นอาจารย์พิเศษให้กับ คณะวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และคณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY