

การออกแบบกระเป๋าใส่ของใช้เด็กอ่อนนอเนกประสงค์สำหรับคุณแม่



ศิลปนิพนธ์เสนอเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ธันวาคม 2560

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

DESIGNS OF CARRY BAG PRODUCT FOR MOM



An Art Thesis Submitted in Partial Fulfillment  
of the Requirement for the Bachelor Degree of Fine and Applied Arts  
in Product and Package Design

December 2016

Copyright 2016 by Naresuan University

คณะกรรมการสอบได้พิจารณาศิลปนิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบกระเป๋าส่งใส่ของใช้เด็กอ่อน  
อเนกประสงค์สำหรับคุณแม่มือใหม่” ของ นางสาวบุศซา ยิ้มแสง เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์  
ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

กรรมการ

ประธาน

(อาจารย์ วราภรณ์ มามี)



กรรมการ

(ดร. ตติยา เทพพิทักษ์)



กรรมการ

(ดร. สมพร คล้ายวิเชียร)



## ประกาศคุณูปการ

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้จะสำเร็จลงได้ด้วย เพราะได้รับความอนุเคราะห์จากผู้มีพระคุณหลายท่าน ผู้วิจัยมีความรู้สึกซาบซึ้ง ในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของอาจารย์ วราภรณ์ มามี อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่ามาเป็นทีปรึกษา พร้อมทั้งคำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของการทำศิลปนิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่รวมถึงคณะอาจารย์อีกหลายท่านที่คอยให้ความรู้และคำปรึกษาต่างๆ จนทำให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

ขอขอบคุณมิตรภาพที่ดีจากเพื่อนๆ พี่ๆ และน้องๆ ทุกคนที่คอยให้กำลังใจ และการช่วยเหลือโดยเสมอมา ผู้วิจัยซาบซึ้งในพระคุณอย่างยิ่ง

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่ คุณพ่อ และครอบครัวของผู้วิจัยที่ให้กำลังใจและการสนับสนุนในทุกๆ ด้าน มอบความรัก การดูแลเอาใจใส่ และยังเป็นแรงบันดาลใจให้ก้าวต่อไป ไม่ท้อถอย

บุสชา ยิ้มแสง  
ผู้วิจัย



ชื่อเรื่อง	การออกแบบกระเป๋าใส่ของใช้เด็กอ่อนนอเนกประสงค์สำหรับคุณแม่
ผู้วิจัย	นางสาวบุษชา ยิ้มแสง
ประธานที่ปรึกษา	อาจารย์ วราภรณ์ มามี
กรรมการที่ปรึกษา	ดร. สมภาพร คล้ายวิเชียร
ประเภทสารนิพนธ์	ศิลปนิพนธ์ ศป.บ. สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, พ.ศ. 2560
คำสำคัญ	การออกแบบ ของใช้เด็กอ่อนนอเนกประสงค์ เด็กอ่อน

### บทคัดย่อ

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษากระบวนการการกระเป๋าใส่ของใช้เด็กอ่อนสำหรับคุณแม่และเพื่อออกแบบกระเป๋าใส่ของใช้เด็กอ่อนสำหรับคุณแม่ โดยในงานวิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด เพื่อสำรวจความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 30 คน เป็นคุณแม่่มือใหม่ที่อาศัยอยู่ที่จังหวัดพิษณุโลก อายุ 25 ปีขึ้นไป โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล การเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้นทางผู้วิจัยได้ใช้ การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จ สถิติที่ใช้ ค่าร้อยละ ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ผลการสำรวจครั้งที่ 1 ได้สำรวจสภาพทั่วไปของตลาดกระเป๋าเด็กอ่อน เพื่อมาวิเคราะห์ออกแบบเป็นกระเป๋า โดยการออกแบบครั้งแรกมีทั้งหมด 3 แบบ คือ แบบกระต่าย แบบลูกหมูและแบบรูปช้าง โดยทั้งสามแบบได้วางแนวคิดเลือกเป็นรูปสัตว์ เพราะเด็กสามารถจดจำสิ่งต่างๆรอบตัวเป็นภาพ การที่เด็กเห็นภาพอะไรซ้ำๆ สามารถทำให้จดจำสิ่งนั้นได้

ในการสำรวจครั้งที่ 2 ได้เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างอีกครั้ง ทั้งหมด 30 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกระเป๋า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี รายได้ 10,001-15,000 บาท ในแบบสอบถามทางผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างได้เลือกรูปแบบกระเป๋า เพื่อนมาสู่การตัดเย็บในงานวิจัย โดยผลการวิเคราะห์ แบบที่ 1 แบบกระต่าย มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.66 แบบที่ 2 ลูกหมู มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และแบบที่ 3 แบบลูกช้าง มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 สรุปผลในงานวิจัย ในรูปแบบลูกหมู เป็นต้นแบบของการผลิตกระเป๋าของใช้เด็กอ่อนสำหรับคุณแม่่มือใหม่

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายการศึกษา.....	2
ขอบเขตของงานวิจัย.....	2
ประโยชน์คาดว่าจะได้รับ.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
ข้อมูลทั่วไปของคุณแม่มือใหม่และเด็กอ่อน.....	4
การออกแบบกราฟิก.....	14
รูปแบบกระเป๋าสำหรับแม่ลูกอ่อน.....	32
หลักการแบกวัตถุ.....	36
จิตวิทยาสี.....	40
หลักกายวิภาค.....	52
กระเป๋าใส่ของเด็กอ่อนนอกประสงค์สำหรับคุณแม่มือใหม่.....	56
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	59
ขั้นตอน 1 ศึกษารูปแบบการออกแบบกระเป๋า.....	59
ขั้นตอน 2 วิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด.....	59
ขั้นตอน 3 วิเคราะห์ข้อมูล.....	59
ขั้นตอน 4 นำผลวิเคราะห์มาตรวจสอบ ออกแบบ.....	59
ขั้นตอน 5 สรุปผลวิเคราะห์.....	60
แนวความคิดการออกแบบกระเป๋าใส่ของใช้เด็กอ่อนนอกประสงค์สำหรับคุณแม่.....	61

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	64
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	64
ตอนที่ 2 รูปแบบของกระเป๋า.....	64
วิเคราะห์ SWOT.....	68
กระเป๋าใส่ของใช้เด็กอ่อนนอกประสงค์สำหรับคุณแม่มือใหม่.....	69
5 บทสรุป.....	74
สรุปผลการวิจัย.....	74
อภิปรายผลการวิจัย.....	75
ข้อเสนอแนะ.....	75
บรรณานุกรม.....	76
ภาคผนวก.....	78
ประวัติผู้วิจัย.....	87

## สารบัญญภาพ

ภาพ	หน้า
1 การเตรียมขวดนมสำหรับเด็กอ่อน.....	8
2 ตัวอย่างผ้าอ้อมสำเร็จรูป.....	9
3 ผ้าคลุมให้นมและแผ่นซับน้ำนม.....	9
4 ของเล่นโปรดของลูก.....	10
5 อุปกรณ์กันแดดฝน.....	11
6 เสื้อหนาวและผ้าห่ม.....	11
7 เสื้อผ้าสำรองของลูก.....	12
8 ทิชชูเปียก.....	12
9 ถุงพลาสติก.....	13
10 อุปกรณ์เปลี่ยนผ้าอ้อม.....	13
11 ตัวอย่างเส้นแนวนอน.....	16
12 ตัวอย่างเส้นแนวตั้ง.....	16
13 ตัวอย่างเส้นแนวเฉียง.....	17
14 รูปร่างรูปทรง.....	18
15 แสงและเงา.....	20
16 สีอุ่นสีเย็น.....	24
17 ตัวอย่างภาพสีเอกรงค์.....	24
18 รูปแบบกระเป๋าBack Pack.....	33
19 รูปแบบกระเป๋าDisper Bag.....	33
20 รูปแบบกระเป๋าแบบ New native diaper bag .....	34
21 รูปแบบกระเป๋าแบบ OkkaTots Travel "Baby Depot" Bag.....	34
22 รูปแบบกระเป๋าแบบ Messenger Style Diaper Bag.....	35
23 รูปแบบกระเป๋าแบบ Tote Diaper Bag .....	35
24 ผ้าตาข่ายและผ้าซับใน.....	56
25 โยซับในกระเป๋า.....	57
26 พลาสติกทำกระเป๋า.....	57



## สารบัญภาพ(ต่อ)

### ภาพ

27	ผ้าพิมพ์ลาย.....	58
28	อุปกรณ์กระเป๋า.....	58
29	กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	60
30	แบบร่างกระเป๋าสายกระต่าย.....	61
31	แบบร่างกระเป๋าสายลูกหมู.....	62
32	แบบร่างกระเป๋าสายลูกช้าง.....	63
33	แบบร่างกระเป๋าสายลูกหมู.....	66
34	ขนาดกระเป๋า.....	67
35	กระเป๋าด้านหน้า.....	69
36	กระเป๋าด้านหลัง.....	69
37	กระเป๋าด้านใน.....	70
38	ที่คาดเอวสำหรับเด็กนั่ง.....	71
39	การใช้งานจริง.....	72
40	การใช้ผ้ารอง.....	72
41	การใช้งานเหมาะสมทุกสถานการณ์.....	73
42	การใช้งานเหมาะสมทุกสถานการณ์(2).....	73

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงสรุปการออกแบบกระเป่า.....	55
2 แสดงการออกแบบกระเป่าครั้งที่ 2.....	56
3 แสดงเพศ.....	64
4 แสดงอายุ.....	64
5 แสดงรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง.....	65
6 แสดงรูปแบบกระเป่า.....	65
7 วิเคราะห์ SWOT.....	68



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาของปัญหา

ในปัจจุบันการดำเนินชีวิตของคนในสังคม มีความหลากหลายทั้งในเรื่องการทำงาน การเดินทาง กิจกรรม สิ่งที่มาจากการใช้ชีวิตก็เป็นเรื่องของสัมภาระที่แตกต่างกัน ยิ่งในแต่ละวันมีกิจกรรมมากมายทำให้กระเป๋า นั้น เป็นสิ่งที่สำคัญที่จะที่สามารถทำให้เราทำกิจกรรมในแต่ละวันได้ (พลอย จริยะเวช, 2547) ได้อธิบายว่า การออกแบบกระเป๋าที่สอดคล้องกับการใช้งานก่อให้เกิดประโยชน์ในเรื่องการใช้งานหลากหลายและสอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น การทำงาน การทำกิจกรรมการออกกำลังกาย การออกไปข้างนอก การเดินทางและยังมีการคิดแบบสวดลายเพื่อแสดงถึงความเป็นตัวเองของผู้ใช้งาน (พีลาสิน สาริยา, 2549) ตามกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของผลงานสร้างความโดดเด่นให้กับชิ้นงานเพิ่มขึ้น

ยังเป็นคุณแม่ลูกอ่อนนั้น ซึ่งที่ขาดไม่ได้เลยคือกระเป๋า การที่ออกไปทำกิจกรรมข้างนอกบ้าน การเตรียมของลูกน้อย ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งของใช้ต่างๆ สัมภาระของลูกน้อยต้องถูกถือไปทุก ๆ ที่ สิ่งที่ทำให้ความสะดวกสบายได้มากที่สุด คือ กระเป๋าอเนกประสงค์ ซึ่งกระเป๋าอเนกประสงค์ในปัจจุบันนั้น จะสามารถใส่ของได้เฉพาะลูกน้อย ทำให้คุณแม่ต้องเพิ่มภาระในการถือกระเป๋าส่วนตัว ทำให้เกิดความยุ่งยากและลำบาก ก่อให้เกิดความไม่สะดวกในการทำกิจกรรมต่าง ๆ นอกบ้าน ซึ่งในอดีตเราสามารถที่จะสังเกตได้ว่า คุณแม่มีมือมักจะถือตะกร้าในการใส่สัมภาระของลูกน้อย ซึ่งในช่วงหลังๆ เริ่มมีการผลิตกระเป๋าสำหรับแม่ลูกอ่อน ซึ่งเป็นกระเป๋าลักษณะทั่วไป มีทั้งแบบเป้ แบบหิ้ว บรรจุสิ่งของได้น้อย และไม่สามารถที่บรรจุของได้หมดได้ภายในใบเดียว ของใช้ที่จำเป็นหลักๆ ก็คือ นม น้ำสะอาด ผ้าคลุมให้นม ผ้าซับน้ำนม ผ้าอ้อมสำเร็จรูป ของเล่น อุปกรณ์กันแดดฝน ผ้าอ้อม เสื้อกันหนาว กันฝน เสื้อผ้าสำรอง ทิชชูเปียก ถุงพลาสติกทั่วไป ยา เป็นต้น ซึ่งการที่สัมภาระไม่สามารถใส่ได้ภายในใบเดียว ทำให้คุณแม่ต้องถือกระเป๋าหลายใบ ซึ่งค่อนข้างลำบากในการทำกิจกรรม ก็ให้เกิดความเบื่อหน่าย ทำให้การทำกิจกรรมนอกบ้าน ดูเป็นเรื่องที่วุ่นวายสำหรับคุณแม่ กระเป๋าแม่ลูกอ่อนตามท้องตลาดทั่วไป จากการที่ผู้วิจัยลงไปสำรวจ พบว่า ยังมีรูปแบบ สีพื้น มีหลายจุด รูปแบบ ออกแบบกระเป๋าแบบแยกชิ้นส่วน เพื่อที่จะสามารถจำหน่ายได้หลายๆใบ กราฟิคน้อย สีส้นไม่สะดุดตา ยังไม่

ตอบโจทย์ในเรื่องนี้ให้ความสะดวกสบายกับคุณแม่และลูกน้อย ซึ่งทางผู้วิจัยมองว่า การที่จะผลิต กระเป๋าขึ้นมาใหม่ ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของคุณแม่ได้ สามารถบรรจุสัมภาระได้ในใบเดียว พร้อมเก็บสัมภาระของคุณแม่และสามารถที่จะปรับเปลี่ยนกระเป๋าให้กลายเป็นที่เปลี่ยนผ้าอ้อม และที่นั่งสำหรับลูกน้อย

จากเหตุผลที่กล่าวมาในข้างต้น ทางผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาศิลปะนิพนธ์ เรื่อง การออกแบบกระเป๋าใส่ของใช้เด็กอ่อนอเนกประสงค์สำหรับคุณแม่มือใหม่ (Design of carry bag product for mom) เพราะ ทางผู้วิจัยมีแนวคิดที่จะออกแบบกระเป๋าอเนกประสงค์สำหรับคุณแม่ ที่สามารถบรรจุสัมภาระของลูกน้อยและคุณแม่ได้ภายในใบเดียว และยังสามารถปรับเปลี่ยนกระเป๋าให้ใช้งานได้หลากหลาย อย่างเช่น การมีที่นั่งสำหรับลูกน้อยสำหรับการสพายพาลูกน้อยเดิน สามารถสพายกระเป๋าสัมภาระได้ไปในตัวและยังสามารถปรับเปลี่ยนกระเป๋าให้เป็นที่เปลี่ยนผ้าอ้อม มีผ้าปูรองแยกสามารถจัดเก็บเข้าในกระเป๋าโดยมีพื้นที่การจัดเก็บเป็นสัดส่วน

#### จุดมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อศึกษากระบวนการการออกแบบกระเป๋าใส่ของใช้เด็กอ่อนสำหรับคุณแม่
2. เพื่อออกแบบกระเป๋าใส่ของใช้เด็กอ่อนสำหรับคุณแม่

#### ขอบเขตของงานวิจัย

ชื่อผลิตภัณฑ์ กระเป๋าใส่ของใช้เด็กอ่อนอเนกประสงค์สำหรับคุณแม่ที่มีลูกช่วงอายุระหว่าง 1-3 ปี

ประโยชน์ผลิตภัณฑ์ สิ่งอำนวยความสะดวกสบายสำหรับคุณแม่

วิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์ สำหรับใส่ของใช้เด็กอ่อน

ข้อมูลพื้นฐาน กระเป๋าใส่ของใช้เด็กอ่อนอเนกประสงค์สำหรับคุณแม่ที่มีลูกช่วงอายุระหว่าง 1-3 ปี เป็นการศึกษาพฤติกรรมและศึกษาของใช้เด็กที่จำเป็นต่อการเลี้ยงเด็กที่มีอายุระหว่าง 1-3 ปี เพื่อออกแบบเป็นกระเป๋าใส่ของใช้เด็กอ่อนอเนกประสงค์สำหรับคุณแม่ที่อำนวยความสะดวกสบาย เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคโดยตรง

### ประโยชน์คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพฤติกรรมของการใช้กระเป๋าเด็กอ่อนของคุณแม่
2. ได้ทราบถึงความพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋าใส่ของใช้เด็กอ่อนสำหรับคุณแม่

### นิยามศัพท์เฉพาะ

เด็กอ่อน หมายถึง เด็กที่อายุระหว่าง 1-3 ปี

กระเป๋าใส่ของเด็กอ่อนประเภทประสงค์ คือ กระเป๋าที่บรรจุสัมภาระที่จำเป็นต่อการเลี้ยงเด็กอ่อน ซึ่งสามารถบรรจุสิ่งของที่จำเป็น อย่างเช่น นม น้ำสะอาด ผ้าคลุมให้นม ผ้าซับน้ำนม ผ้าอ้อมสำเร็จรูป ของเล่น อุปกรณ์กันแดดฝน ผ้าอ้อม เสื้อกันหนาวกันฝน เสื้อผ้าสำรอง ทิชชูเปียก ถุงพลาสติกทั่วไป ยา ได้ภายในใบเดียว พร้อมกับอำนวยความสะดวกทั้งลูกน้อยและคุณแม่

แผนการดำเนินงานตลอดโครงการ (4 เดือน )

ขั้นตอนการดำเนินงาน	2560			
	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	↔			
2. วิเคราะห์ข้อมูลและสร้างแนวความคิดการออกแบบ		↔		
3. ออกแบบและสร้างต้นแบบกระเป๋าสำหรับสตรีเลี้ยงบุตร			↔	
4. พัฒนาแบบสอบถามและเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมาย				↔
5. วิเคราะห์ผลและรายงานผล				↔

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การออกแบบกระเป๋ใส่ของใช้เด็กอ่อนนอกประสงค์สำหรับคุณแม่มือใหม่ ทางผู้วิจัยได้รวบรวม แนวคิด ทฤษฎีต่างๆ ซึ่งทางผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่สำคัญในงานวิจัย ดังนี้

#### 1. ข้อมูลทั่วไปสำหรับคุณแม่มือใหม่และเด็กอ่อน

- 1.1 ข้อมูลความหมายของเด็กอ่อน
- 1.2 ข้อมูลของคุณแม่มือใหม่
- 1.3 ของใช้ที่จำเป็นสำหรับเด็กอ่อน

#### 2. การออกแบบกราฟิก

- 2.1 ข้อมูลทั่วไปสำหรับการออกแบบ
- 2.2 การออกแบบกราฟิกสำหรับเด็ก

#### 3. รูปแบบกระเป๋าสำหรับแม่ลูกอ่อน

#### 4. หลักการการแบกวัตถุ

#### 5. จิตวิทยาสี

#### 6. กายวิภาค (Ergonomic)

#### 7. กระเป๋ใส่ของใช้เด็กอ่อนนอกประสงค์สำหรับคุณแม่มือใหม่

#### 1. ข้อมูลทั่วไปสำหรับคุณแม่มือใหม่และเด็กอ่อน

##### 1.1 ข้อมูลความหมายของเด็กอ่อน

วัยทารก หมายถึง ช่วงเวลาของชีวิตตั้งแต่กำเนิดมาจนถึงอายุ 24 เดือน ซึ่งสามารถแบ่งย่อยออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงวัยทารกแรกเกิด(Infancy) และ ช่วงวัยทารก( Babyhood)

ช่วงวัยทารกแรกเกิด นับตั้งแต่คลอดจนถึง 2 สัปดาห์เป็นระยะที่ทารกฟื้นตัวจากการคลอด และมีการปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะอุณหภูมิภายนอกครรภ์มารดา เนื่องจากขณะอยู่ในครรภ์มารดา จะมีอุณหภูมิอยู่ที่ประมาณ 38 องศาเซลเซียส แต่คลอดออกมาแล้วจะอยู่ในอุณหภูมิประมาณ 37 องศาเซลเซียส ช่วงวัยทารก นับตั้งแต่อายุ 2 สัปดาห์จนถึง 2 ปี ในช่วงวัยทารกจะแสดงความสนใจต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก สามารถ สื่อสารกับคนรอบตัวได้ดีขึ้น เด็ก (Child หรือ

Childhood หรือ Pediatrics) ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 นิยามว่า “เด็ก” คือ คนที่มีอายุน้อย และพ.ร.บ.ศาลเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553 บัญญัติว่า “เด็ก” หมายความว่า บุคคลอายุยังไม่เกิน 15 ปีบริบูรณ์ “เยาวชน” หมายความว่า บุคคลอายุเกิน 15 ปีบริบูรณ์ แต่ยังไม่ถึง 18 ปีบริบูรณ์ ในทางการแพทย์ “เด็ก” คือ ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 14 ปีบริบูรณ์ หรือเมื่อใช้คำนำหน้าชื่อว่าเด็กหญิง หรือ เด็กชาย

นอกจากนั้น ยังมีนิยามที่เกี่ยวข้องกับคำว่าเด็กอีก ได้แก่

1.เด็กแรกเกิด หรือทารกแรกเกิด หรือ เด็กแดง (New born หรือ Neonate) ซึ่ง

หมายถึง เด็กตั้ง แต่เกิดจนอายุ 28 วันหรือ 1 เดือน

2.เด็กอ่อน หรือเด็กทารก (Infant) หมายถึงเด็กอายุตั้งแต่ 1 เดือนถึง 1 ปี

3.เด็กวัยเตาะแตะ (Toddler) คือช่วงอายุ 1 - 3 ปี

4.เด็กก่อนวัยเรียน (Preschool age) คือ ช่วงอายุ 3 - 5 ปี

5.เด็กวัยเรียน (School age หรือ Middle childhood) คือ ช่วงอายุ 6 - 12 ปี

6.เด็กวัยรุ่น หรือวัยรุ่น (Adolescence) คือ ช่วงอายุ 12 - 21 ปี โดยอาจแบ่งเป็น 3

ช่วง คือวัยรุ่นช่วงแรก(Young teens หรือ Early adolescence) อายุอยู่ในช่วง 12 - 14 ปี วัยรุ่นช่วงกลาง(Teenagers หรือ Middle adolescence) อายุอยู่ในช่วง 15 - 17 ปี และวัยรุ่นช่วงท้าย(Late adolescence) อายุช่วง 18 - 21 ปี

ทั้งนี้ ในบ้านเรายังแบ่งเด็ก เป็นเด็กเล็กและเด็กโต กล่าวคือ

1. เด็กเล็ก หรือ เด็กปฐมวัย (Early childhood)ได้แก่ ช่วงอายุ 1 - 5 ปี

2. เด็กโต(Middle childhood) คือ อายุช่วง 6 - 12 ปี

การแบ่งเด็กเป็นวัยต่าง ๆ นั้น เนื่องจากเด็กเป็นวัยที่ร่างกายและจิตใจยังเจริญเติบโตไม่สมบูรณ์ ร่างกายและจิตใจจึงมีการเจริญเติบโตและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละช่วงวัยดังกล่าว และแตกต่างกับผู้ใหญ่ การแยกเด็กเป็นวัยต่างๆ จึงช่วยให้การดูแลเด็กทั้งด้านการศึกษาและด้านสุขภาพที่ถูกต้องเหมาะสมกับวัยของเด็ก

## 1.2 ข้อมูลของคุณแม่มือใหม่

การตั้งครรภ์เป็นเรื่องมหัศจรรย์ของชีวิตที่คุณทั้งคู่ได้ร่วมสร้างชีวิตน้อยๆ ให้ถือกำเนิดแล้วใน

ร่างกายของคุณแม่ อีก 9 เดือนนับจากนี้ คุณแม่ต้องเตรียมตัวอย่างไรบ้าง เพื่อให้พร้อมต้อนรับสมาชิกใหม่เมื่อกำหนดคลอดมาถึง

สำหรับการเตรียมตัวสำหรับคุณแม่มือใหม่ สิริลักษณ์ อุทยานรัตน์ (2559) ได้แนะนำการเตรียมตัวให้กับคุณแม่มือใหม่ไว้ ทั้งหมด 3 ไตรมาส ดังนี้

### ไตรมาสที่ 1

คู่มือคุณแม่ตั้งครรภ์-เดือนที่ 1 : ตั้งสติ-ความรู้สึกของคุณแม่เมื่อรู้ว่าตัวเองตั้งครรภ์อาจมีหลากหลายทั้ง ตื่นเต้น ดีใจ ตกใจ ทำอะไรไม่ถูก ในเดือนแรกนี้ ขอให้คุณแม่กินให้อิ่ม นอนให้หลับ และตั้งสติว่าคุณกำลังจะมีสมาชิกตัวน้อยเพิ่มขึ้นมาในครอบครัวแล้วจริงๆ และช่วงเวลาต่อไปนี้จะจนถึงวันคลอดคือการเตรียมพร้อมหาข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลตัวเองและลูกน้อยในครรภ์

คู่มือคุณแม่ตั้งครรภ์ เดือนที่ 2 : ดูแลสุขภาพ ลูกน้อยของคุณแม่จะแข็งแรงไม่ได้ถ้าตัวคุณแม่เองยังไม่แข็งแรง ดังนั้นพฤติกรรมการกิน การนอน และการออกกำลังกายของคุณแม่เป็นสิ่งสำคัญต่อสุขภาพของลูกน้อยอย่างยิ่ง คุณแม่ต้องกินอาหารที่มีประโยชน์ เช่น ผักใบเขียว ธัญพืชเต็มเมล็ด พักผ่อนอย่างเพียงพอ เลือกรีธออกกำลังที่เหมาะสมกับคนท้อง เช่น เดินหรือวิ่งเหยาะๆ ว่ายน้ำ โยคะ เป็นต้น

คู่มือคุณแม่ตั้งครรภ์ เดือนที่ 3 : เริ่มต้นบอกข่าวดีเมื่อคนอื่นๆ เริ่มรู้ว่าคุณกำลังตั้งครรภ์ ความช่วยเหลือ คำแนะนำต่างๆ จะหลั่งไหลเข้ามา รวมถึงของใช้มือสองจากคุณแม่ที่มีลูกก่อนคุณด้วย คุณจะรับรู้ได้ว่าใครที่จะเป็นที่ปรึกษาที่ดีให้กับคุณ ซึ่งจะช่วยให้การเตรียมตัวรับเจ้าตัวน้อยง่ายขึ้น

### ไตรมาสที่ 2

คู่มือคุณแม่ตั้งครรภ์ เดือนที่ 4 : เตรียมพร้อมสมาชิกในครอบครัว ช่วงเวลานี้ควรใช้สำหรับเตรียมพร้อมคนในครอบครัวให้เข้าใจว่า ต้องเตรียมตัวอย่างไรเมื่อมีสมาชิกใหม่เข้ามา หากคุณมีลูกคนโต อาจหาซื้อหนังสือที่พูดถึงการมีน้องคนใหม่ พูดคุยกับลูกว่าน้องอยู่ในท้อง และร่างกายแม่จะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร และให้พี่ร่วมเตรียมพร้อมรับน้องคนใหม่ไปพร้อมๆ กัน หากคุณมีสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะแมว ควรจำกัดขอบเขตของเจ้าเหมียว และไม่เก็บขี้แมวด้วยตนเอง เพราะแมวมีพยาธิและ



เชื้อโรคที่เป็นอันตรายซ่อนอยู่ในอุจจาระ เมื่อสัมผัสจะได้รับเชื้อเข้าสู่ร่างกายและมีผลกระทบต่อลูกในครรภ์

คู่มือคุณแม่ตั้งครรภ์ เดือนที่ 5 : วางแผนลาคลอด คุณแม่ควรคุยกับคุณพ่อในเรื่องการวางแผนดูแลลูกน้อย รวมถึงค่าใช้จ่ายที่ต้องเตรียม เพื่อทบทวนว่ามีอะไรที่คุณทั้งคู่ต้องปรับเปลี่ยนบ้าง หากคุณแม่มีแผนจะลาออกมาดูแลลูก หรือเปลี่ยนมาทำงานแบบ part-time นี่คืองังหวะที่จะคุยกันว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยแค่ไหน จากนั้นคุยกับเจ้านายของคุณว่าจะเตรียมแผนลาคลอดและจัดสมดุลชีวิตและงานอย่างไร

คู่มือคุณแม่ตั้งครรภ์ เดือนที่ 6 : ลิสต์รายการของใช้จำเป็น มาถึงเดือนนี้ เริ่มเตรียมของใช้เบบี๋กัน คุณสามารถดาวน์โหลดรายการของใช้สำหรับลูกน้อยได้ในอินเทอร์เน็ต หรือถามจากประสบการณ์ของคุณแม่ท่านอื่นๆ ว่าอะไรที่จำเป็นและไม่จำเป็น จากนั้นเริ่มทยอยซื้อของใช้เตรียมไว้ เพื่อไม่ให้ถูกละหุ่ก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเชื่อของแต่ละครอบครัวด้วยว่า ถือเรื่องการเตรียมของใช้ทารกหรือเปล่า

### ไตรมาสที่ 3

คู่มือคุณแม่ตั้งครรภ์ เดือนที่ 7 : เตรียมบ้านให้พร้อม ทยอยทำความสะอาดเสื้อผ้าเด็กอ่อน ผ้าอ้อมผ้า เตรียมที่นอนของลูก อุปกรณ์อาบน้ำ แต่งตัว ตกแต่งห้องให้ลูกน้อย รวมทั้งจัดกระเป๋าเตรียมคลอดให้พร้อมได้เลย

คู่มือคุณแม่ตั้งครรภ์ เดือนที่ 8 : เตรียมคาร์ซีท คาร์ซีทเป็นสิ่งสำคัญที่ควรเตรียมให้พร้อม ก่อนที่คุณแม่จะครบกำหนดคลอดเพราะเราไม่รู้เลยว่าจะคลอดตอนไหน และควรให้คุณพ่อติดตั้งคาร์ซีทไว้ให้พร้อมสำหรับต้อนรับลูกน้อยกลับบ้านในวันแรกที่ออกจากโรงพยาบาลด้วย

คู่มือคุณแม่ตั้งครรภ์ เดือนที่ 9 : ทำความสะอาดบ้านมาถึงโค้งสุดท้ายในการเตรียมต้อนรับเจ้าตัวน้อย นั่นคือการทำทำความสะอาดบ้าน ในช่วงนี้ขนาดห้องของคุณแม่ค่อนข้างใหญ่แล้ว การขัดพื้นควรปล่อยให้แห้งสนิทของคุ่นพ่อ ส่วนคุณแม่อาจทำงานเบาๆ เช่น เช็ดฝุ่นตามโต๊ะ ตู้ เพียงก็เพียงพอ

#### 1.3 ของใช้ที่จำเป็นสำหรับเด็กอ่อน

หากต้องพาลูกน้อยเดินทางออกนอกบ้านไปด้วย สิ่งที่คุณแม่ต้องเตรียมพร้อมเพื่อความสะดวกรบายหายห่วงก็คือ ข้าวของเครื่องใช้ของเจ้าตัวเล็กและของคุณแม่เอง ในกระเป๋าแม่ลูกอ่อน

ต้องเตรียมของจำเป็นอะไรติดกระเป๋าบ้างนั้น จากการค้นคว้า ทางผู้วิจัยได้รวบรวมของใช้จำเป็นของเด็กอ่อน ทั้งหมด 10 อย่าง ดังนี้

### 1.3.1 นมผง/น้ำสะอาด

สำหรับคุณแม่ที่ให้ลูกกินนมผง อย่าลืมนำนมผงใส่ช่องแบ่งนม กะให้ปริมาณใกล้เคียงกับจำนวนมือที่ลูกจะกิน และนำขวดนมติดกระเป๋าไปด้วย



ภาพ 1 การเตรียมขวดนมสำหรับเด็กอ่อน

ที่มา: [www.kapook.com](http://www.kapook.com)

### 1.3.2 ผ้าอ้อมสำเร็จรูป

ผ้าอ้อมสำเร็จรูป เป็นของอีกหนึ่งอย่างที่ไม่ขาดได้ เพราะเวลาลูกน้อยขับถ่าย เพื่ออนามัยที่ดี และเพื่อให้ลูกน้อยสบายตัว ควรรีบเปลี่ยนผ้าอ้อมทันที อย่าทิ้งไว้นาน อาจจัดเซ็ทอุปกรณ์เปลี่ยนผ้าอ้อมไว้ด้วยกัน ได้แก่ ผ้ารองเปลี่ยนผ้าอ้อม แป้งเด็ก ทิชชูเปียก ทิชชูแห้ง ครีมน้ำมันผ้าอ้อม เพื่อความสะดวกรวดเร็วและกันหลังลื่น



ภาพ 2 ตัวอย่างผ้าอ้อมสำเร็จรูป

ที่มา: [www.kapook.com](http://www.kapook.com)

### 1.3.3 ผ้าคลุมให้นมและแผ่นซับน้ำนม

สำหรับคุณแม่ที่ให้นมลูก ไม่จำเป็นต้องพกขวดนมหรือนมผง แต่ควรนำผ้าคลุมให้นมติดไปด้วยเพื่อต้งให้นมลูกในที่สาธารณะจะได้ไม่โป้ หรือใส่เสื้อสำหรับให้นมตั้งแต่ออกจากบ้านก็ช่วยเพิ่มความมั่นใจให้คุณแม่ไม่ต้องกังวลกับการให้นมในสถานที่ที่คนพลุกพล่าน เรียกว่าไม่ว่าจะให้นมที่ไหนเวลาใด ก็สบายใจหายห่วง นอกจากนี้อาจเตรียมแผ่นซับน้ำนมไว้เปลี่ยน เพื่ออนามัยที่ดีหากต้องอยู่นอกบ้านเป็นเวลานานอีกด้วย



ภาพ 3 ผ้าคลุมให้นมและแผ่นซับน้ำนม

ที่มา: [www.kapook.com](http://www.kapook.com)

### 1.3.4 ของเล่นโปรดของลูก

ของเล่นของลูก ชิ้นเล็ก ๆ ที่สามารถใส่กระเป๋าพกพาไปด้วยได้ เช่น โมบายสีสีสันสดใส ตุ๊กตายางกัด ลูกบอล หนังสือนิทาน เป็นต้น ของเล่นเป็นผู้ช่วยที่ดีมากยามออกนอกบ้านขณะนั่งรถหรือเดินทาง เพราะช่วยสร้างความเพลิดเพลินให้ลูกไม่เบื่อ และเมื่อลูกน้อยเริ่มมองแวง ของเล่นจะช่วยเบี่ยงเบนความสนใจของลูก ทำให้หนูน้อยสงบนิ่งลงได้



ภาพ 4 ของเล่นโปรดของลูก

ที่มา: [www.kapook.com](http://www.kapook.com)

### 1.3.5 อุปกรณ์กันแดดกันฝน

ไม่ว่าสภาพอากาศจะเป็นอย่างไร ควรติดหมวก ครีมกันแดด และร่มหรือเสื้อกันฝนไว้อุ่นใจกว่า เพราะถ้าลูกเกิดป่วยขึ้นมา เด็กเล็กยังภูมิคุ้มกันยังไม่ดี อาจจะเป็นหนักได้ (สำหรับครีมกันแดดควรใช้กับเด็กที่อายุ 6 เดือนขึ้นไป)



ภาพ 5 อุปกรณ์กันแดดฝน

ที่มา: [www.kapook.com](http://www.kapook.com)

### 1.3.6 เสื้อหนาวและผ้าห่ม

เสื้อหนาว/ผ้าห่ม หากต้องเดินทาง หรือนั่งรถอากาศเย็น ควรพกเสื้อหนาวหรือผ้าห่มผืนเล็กไว้ให้ความอบอุ่นกับลูกน้อย



ภาพ 6 เสื้อหนาวและผ้าห่ม

ที่มา: [www.kapook.com](http://www.kapook.com)

### 1.3.7 เสื้อผ้าสำรองของลูก

ไม่ว่าจะเป็นเสื้อ กางเกง ถุงเท้า ผ่ากันเขื่อนเพื่อเปลี่ยนหากเฉอะแฉะเประเปื้อน จะได้ผลัดเปลี่ยนได้ทันที ลูกน้อยจะได้สบายตัว



ภาพ 7 เสื้อผ้าสำรองของลูก

ที่มา: [www.kapook.com](http://www.kapook.com)

### 1.3.8 ทิชชูเปียก

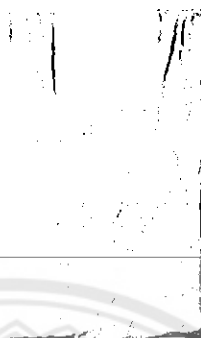
ทิชชูเปียกแบบพกพา สำหรับทำความสะอาด โดยเฉพาะเวลาลูกขับถ่าย ถ้าพกเจลล้างมือติดกระเป๋าไว้ก็ยิ่งดี



ภาพ 8 ทิชชูเปียก

ที่มา: [www.kapook.com](http://www.kapook.com)

1.3.9 ถุงพลาสติก ควรเตรียมไว้หลาย ๆ ใบ เพื่อใส่ขยะจากการเปลี่ยนผ้าอ้อมสำเร็จรูป ใส่ผ้าเปียกแยกไว้จะได้ไม่ปนกับของอื่นๆ ในกระเป๋าก่อนจะนำกลับไปซักที่บ้าน



ภาพ 9 ถุงพลาสติก

ที่มา: [www.kapook.com](http://www.kapook.com)

#### 1.3.10 อุปกรณ์เปลี่ยนผ้าอ้อม

ได้แก่ผ้าปูรองตัวเด็ก เหมาะสำหรับการเปลี่ยนผ้าอ้อมที่มีพื้นฐาน สามารถสะดวกสบาย รวดเร็วในการเปลี่ยน



ภาพ 10 อุปกรณ์เปลี่ยนผ้าอ้อม

ที่มา: [www.kapook.com](http://www.kapook.com)

สรุปได้ว่าการออกแบบกระเป๋ากว้างๆ ที่จะสามารถบรรจุสิ่งของที่จำเป็นของลูกน้อย ลงในกระเป๋ากว้างๆ เพื่อความสะดวกและสบายในการใช้งาน เพื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินจะสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันที

## 2. การออกแบบกราฟิก

### 2.1 ข้อมูลทั่วไปสำหรับการออกแบบ

การออกแบบ หมายถึง การถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็น ผลงานที่ผู้อื่น สามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้ เพื่อให้ มีความเข้าใจในผลงาน ร่วมกัน ความสำคัญของการออกแบบ มีอยู่หลายประการ กล่าวคือ

1. ในแง่ของการวางแผนการทำงานออกแบบจะช่วยให้การทำงานเป็นไปตามขั้นตอนอย่างเหมาะสมและประหยัดเวลา ดังนั้นอาจถือว่าการออกแบบ คือ การวางแผนการทำงาน

2. ในแง่ของการนำเสนอผลงาน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจตรงกัน อย่างชัดเจน ดังนั้น ความสำคัญในด้านนี้ คือ เป็นสื่อความหมายเพื่อ ความเข้าใจ ระหว่างกัน

3. เป็นสิ่งที่ อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับงาน โดยงานบางประเภทอาจมีรายละเอียดมากมาย ซับซ้อน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องและผู้พบเห็นมีความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า ผลงานออกแบบ คือ ตัวแทนทางความคิดของผู้ออกแบบได้ทั้งหมด

4. แบบ จะมีความสำคัญอย่างที่สุด ในกรณีที่นักออกแบบกับผู้สร้างงานหรือผู้ผลิตเป็นคนละคนกัน เช่น นักออกแบบกับผู้ผลิตโรงงาน หรือถ้าเปรียบไปแล้วนักออกแบบก็เหมือนคนเขียนบทละครนั่นเอง

แบบ เป็นผลงานจากการออกแบบ เป็นสิ่งที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์และฝีมือของนักออกแบบ ซึ่งแบบมีอยู่หลายลักษณะ ดังนี้ คือ

1. เป็นภาพวาดลายเส้น (drawing) ภาพระบายสี (Painting) ภาพถ่าย (Pictures) หรือแบบร่าง (Sketch) แบบที่มีรายละเอียด (Draft) เช่น แบบก่อสร้าง ภาพพิมพ์ (Printing) ฯลฯ ภาพต่าง ๆ ใช้แสดงรูปลักษณะของงาน หรือแสดงรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับงาน ที่เป็น 2 มิติ

2. เป็นแบบจำลอง (Model) หรือของจริง เป็นแบบอีกประเภทหนึ่งที่ใช้แสดงรายละเอียดของงานได้ชัดเจนกว่าภาพต่าง ๆ เนื่องจากมีลักษณะเป็น 3 มิติ ทำให้สามารถเข้าใจในผลงานได้ดีกว่า นอกจากนี้ แบบจำลองบางประเภทยังใช้งานได้ เหมือนของจริงอีกด้วยจึงสามารถใช้ในการทดลอง และทดสอบการทำงาน เพื่อหาข้อบกพร่องได้



## องค์ประกอบในการออกแบบ

การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อความหมาย จำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 7 ประการ คือ เส้น, รูปร่างรูปทรง, แสงและเงา, ช่องว่าง, สี, ลักษณะพื้นผิว, จุด ผู้ที่ทำการออกแบบจะต้องศึกษาองค์ประกอบ ในการออกแบบให้เข้าใจอย่างถ่องแท้เพื่อที่จะนำมาใช้ในงานออกแบบต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม และมีคุณค่าในทางศิลปะ

### 1. เส้น (Line)

เส้นมีความยาว และมีมิติเดียว ในทางเรขาคณิต เส้น หมายถึงจุดที่มาเรียงกัน จนสามารถแสดงเป็นแนวตั้ง แนวนอน เป็นเส้นโค้ง เป็นเส้นหัก แสดงทิศทางทำให้เกิดรูปร่าง เส้นสามารถแสดงให้เห็นความเคลื่อนไหว แสดงความเร็วได้ เส้นในลักษณะต่างๆ เมื่อนำมาบรรจบกันก็จะทำให้เกิดรูปร่างขึ้น เนื่องจากเส้นมีหลายลักษณะต่างกัน จึงมีความหมาย และคุณค่าไม่เหมือนกัน ซึ่งพอจะแยกลักษณะ และคุณค่าของเส้นแต่ละชนิดได้ดังนี้

1.1 เส้นตรง (Straight Line) หมายถึง เส้นตรงในทิศทางใด ทิศทาง หนึ่ง ให้ความรู้สึก แข็งแรง แน่นนอน หยุตนิ่ง ถูกต้อง ตรง เข้มแข็ง ไม่ประนีประนอม รุนแรง เด็ดเดี่ยว ให้ความรู้สึกหยาบ และการเอาชนะ เส้นตรงใช้มากในทัศนศิลป์ ประเภทสถาปัตยกรรม

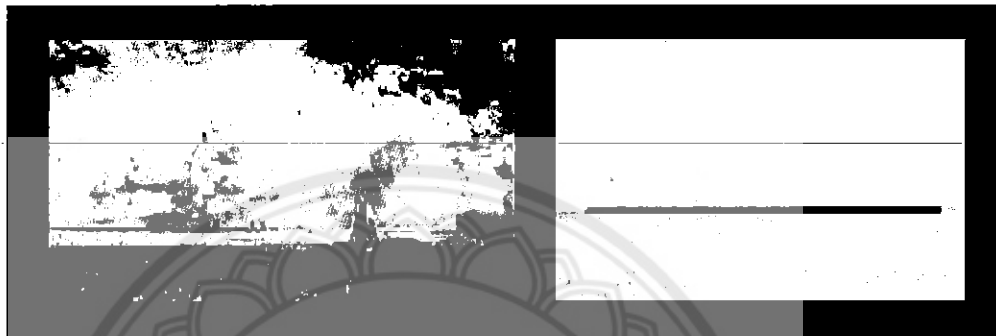
1.2 เส้นโค้ง (Curved Line) เส้นโค้ง ให้ความรู้สึกมีการเคลื่อนไหว เส้นโค้ง มีหลายลักษณะ คือ เส้นโค้งน้อย ๆ หรือเป็นคลื่นน้อย ๆ ให้ความรู้สึกสบาย เปลี่ยนแปลงได้ เลื่อนไหลต่อเนื่อง คลายความกระด้าง มีความกลมกลืน ในการเปลี่ยน ทิศทาง มีความเคลื่อนไหวช้า ๆ สุภาพ เย้ายวน มีความเป็น ผู้หญิง นุ่มนวล และอímเอิบ ถ้าใช้ เส้นแบบนี้มากเกินไป จะให้ความรู้สึกกังวล เรื่อย ๆ เฉื่อยชา ขาดจุดหมาย

1.3 เส้นฟันปลาหรือเส้นซิกแซก (Zigzag Line) เป็นเส้นคดที่หักเห โดยกะทันหัน เปลี่ยนทิศทาง รวดเร็วมาก ทำให้ ประสาท กระตุก ให้ความรู้สึกรุนแรง ตื่นเต้น สับสน วุ่นวาย ไม่แน่นอน ให้จังหวะ กระแทก เกร็ง ทำให้นึกถึง พลังไฟฟ้า ฟาผ่า กิจกรรมที่ขัดแย้ง ความรุนแรง ต่อสู้ การทำลาย และสงคราม

### ทิศทางของเส้น

เส้นทุกเส้นมีทิศทาง คือ ทางแนวนอน ทางแนวตั้ง หรือทางแนวเฉียง ในแต่ละทิศทาง จะให้ความรู้สึก แตกต่างกัน ดังนี้

1. เส้นแนวนอน (Horizontal Line )เป็นเส้นเดินทางตามแนวนอน กลมกลืนกับ แรงดึงดูดของโลก ให้ความรู้สึก ในทางราบ กว้าง พักผ่อน เจริญ เอย สงบ นิ่ง เป็นสัญลักษณ์ของการพักผ่อน ผ่อนคลาย ที่ให้ความรู้สึก เช่นนี้มาจากท่าทางของคนนอนที่เป็นการพักผ่อน ไปจนถึง ความสงบ ที่เหมือนกับท่านอนของคนไม่มีชีวิต



ภาพ 11 ตัวอย่างเส้นแนวนอน

ที่มา: <http://watkadarin.com>

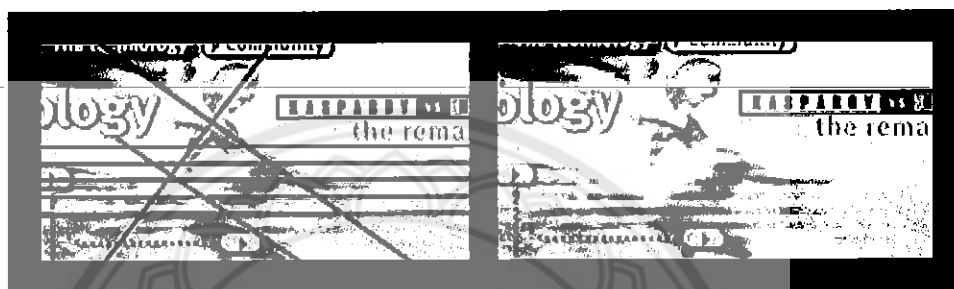
2. เส้นแนวตั้ง (Vertical Line) เป็นเส้นที่มีลักษณะตรงกันข้ามกับเส้นนอน คือเป็นเส้นที่เดินทางในแนวตั้ง ให้ความสมดุล มั่นคง แข็งแรง สูงสง่า พุ่งขึ้น จริ่งจัง และเจริญขริ่ม เป็นสัญลักษณ์ของความถูกต้อง ซื่อสัตย์ มีความสมบูรณ์ในตัว เป็นผู้ดี จริ่งจังเคร่งขริ่ม สง่า ทะเยอทะยาน และรุ่งเรือง ทั้งนี้มาจากท่าทางมนุษย์ เวลาตื่นตัวมีพลัง จะอยู่ในลักษณะยืนขึ้น มากกว่าการนอนราบ



ภาพ 12 ตัวอย่างเส้นแนวตั้ง

ที่มา: <http://watkadarin.com>

3. เส้นแนวเฉียง (Diagonal Line) เป็นเส้นที่อยู่ระหว่างเส้นนอน กับ เส้นตั้ง ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว รวดเร็ว ไม่สมบูรณ์ ไม่มั่นคง ต้องการเส้นเฉียง อีกเส้นหนึ่งมาช่วยให้มีความมั่นคง สมดุล ขึ้น เส้นที่เฉียงและโค้ง ให้ความรู้สึกที่ขาดระเบียบ ตามยถากรรม ให้ความรู้สึกพุ่งเข้า หรือพุ่งออกจาก ที่ว่าง ในงานออกแบบทัศนศิลป์ เส้นเฉียง ให้ประโยชน์ในการลดความกระด้าง จากการใช้เส้นตั้ง และ เส้นนอน



ภาพ 13 ตัวอย่างเส้นแนวเฉียง

ที่มา: <http://watkadarin.com>

## 2. รูปร่างและรูปทรง (Shape&Form)

รูปร่างเกิดจากเส้น และทิศทางที่มีปลายทั้งสองมาบรรจบกันเป็นรูป 2 มิติ มีแต่ความกว้าง และความยาว ไม่มีความหนา หรือความลึก เส้นรอบนอกที่แยกพื้นที่ใหม่จากพื้นที่เดิม อาจจะแตกต่างไปจากสิ่งข้างเคียง โดยอาศัยสี (Color) ลักษณะผิว (Texture) เป็นส่วนเน้นทำให้เห็นความต่างรูปร่าง แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

2.1 รูปร่างธรรมชาติ (Natural Shape) หมายถึง รูปร่างที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น คน สัตว์ และพืช เป็นต้น

2.2 รูปร่างเรขาคณิต (Geometrical Shape) หมายถึง รูปร่างที่มนุษย์สร้างขึ้นมีโครงสร้างแน่นอน เช่น รูปสามเหลี่ยม รูปสี่เหลี่ยม และรูปวงกลม เป็นต้น

2.3 รูปร่างอิสระ (Free Shape) หมายถึง รูปร่างที่เกิดขึ้นตามความต้องการของผู้สร้างสรรค์ ให้ความรู้สึกที่เป็นเสรี ไม่มีโครงสร้างที่แน่นอนของตัวเอง เป็นไปตามอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม เช่น รูปร่างของหยดน้ำ เมฆ และควัน เป็นต้น

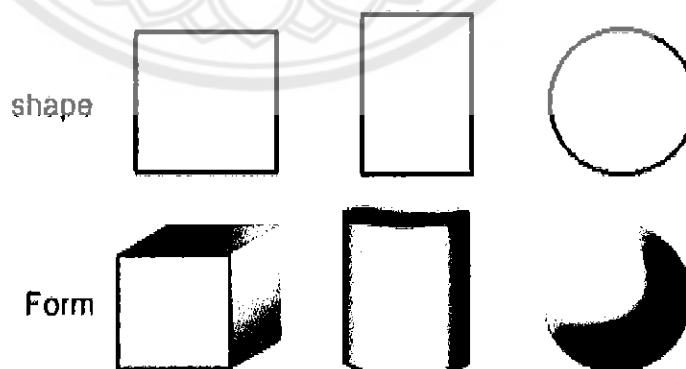
### รูปทรง (Form)

มีลักษณะเป็น 3 มิติ คือ มีความกว้าง ความยาว และความลึก หรือ ความสูง เมื่อเรามองเห็นเส้นขอบนอกเราจะเห็นรูปร่าง และ หากไม่มีแสงมาส่องกระทบ และทำให้เกิดเงาขึ้นแล้ว เราไม่อาจมองเห็นวัตถุชิ้นนั้นเป็นรูปทรงได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า เราจะเห็นรูปทรงได้จาก เส้น สี แสง เงา ถ้าวัตถุชิ้นนั้นมีปริมาตรเราก็จะเห็นเป็นภาพ 3 มิติได้ เช่น รูปทรงเรขาคณิต, รูปทรงตามธรรมชาติอย่างก้อนหิน, รูปทรงอิสระ ฯลฯ รูปทรงแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. รูปทรงจากธรรมชาติ ( Natural Form ) หมายถึง รูปทรงที่เกิดจากสิ่งมีชีวิตในธรรมชาติเช่น คน สัตว์ พืช โดยการนำมาถ่ายทอดเป็นงานศิลปะในลักษณะ 3 มิติ รูปทรงประเภทนี้จะให้ความรู้สึกมีชีวิต

2. รูปทรงเรขาคณิต ( Geometrical Form ) หมายถึง รูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้นด้วยเครื่องมือ ได้แก่ รูปทรงสามเหลี่ยม รูปทรงสี่เหลี่ยม รูปทรงกลม เป็นต้น รูปทรงเหล่านี้จะแสดงความกว้าง ความยาวและความหนาหรือความลึก มีความเป็นมวลหรือมีปริมาตร

3. รูปทรงอิสระ ( Free form ) รูปทรงอิสระหมายถึง รูปทรงที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้นไม่มีโครงสร้างเป็นมาตรฐานแน่นอนเหมือนรูปทรงเรขาคณิตหรือรูปทรงจากสิ่งมีชีวิต ได้แก่ รูปทรงของก้อนหิน ก้อนกรวด ดิน หยดน้ำ ก้อนเมฆ เปลวไฟ คลื่นน้ำ คลื่นทราย รูปปั้น ภาพเขียน เป็นต้น



ภาพ 14 รูปร่างและรูปทรง

ที่มา: <http://watkadarin.com>

### 3. แสงและเงา (Light & Shade)

แสงเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดเพราะเป็นต้นกำเนิดที่ทำให้เกิดภาพที่ตาของเราสามารถมองเห็น แสงที่เราเห็นเป็นสีขาวประกอบด้วยคลื่นแสงของสีหลาย ๆ สีมารวมกัน เมื่อแสงเดินทางไปกระทบวัตถุหนึ่ง ๆ คลื่นแสงของสีบางสีถูกวัตถุดูดกลืนไปและสะท้อนคลื่นแสงสีอื่นเข้าสู่ตาเราทำให้เรามองเห็นวัตถุเป็นสีนั้น การที่ตาของเราเห็นความเข้มของแสงที่บริเวณต่าง ๆ บนผิวของวัตถุไม่เท่ากัน เนื่องมาจากระยะห่างระหว่างแหล่งกำเนิดแสงกับผิวของวัตถุที่บริเวณต่าง ๆ ยาวไม่เท่ากัน และ รัศมีของผิวของวัตถุทำมุมกับแหล่งกำเนิดแสงไม่เท่ากัน บริเวณที่สว่างที่สุดบนผิววัตถุเรียกว่า Highlight ส่วนบริเวณของวัตถุที่ไม่ถูกแสงกระทบจะพบกับความมืด ความมืดบนผิวของวัตถุจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับว่ามีแสงจากที่ใดที่หนึ่งมากระทบน้อยหรือมาก บริเวณที่มืดที่สุดบนผิววัตถุเรียกว่า High Shade การที่แสงส่องมายังวัตถุ จะถูกตัววัตถุบังไว้ทำให้เกิดเงาของวัตถุไปปรากฏบนพื้นในที่ที่วางวัตถุนั้น บริเวณของเงาจะแบ่งได้เป็น 3 ส่วน ส่วนที่มืดที่สุดเรียกว่า Umbra ส่วนที่มืดปานกลางเรียกว่า Penumbra ส่วนที่มืดน้อย เป็นวงจาง ๆ ถัดจาก Penumbra เรียกว่า Antumbra ซึ่งบางครั้งจะไม่ปรากฏขึ้นของ Antumbra ให้เห็น

#### แสงและเงา (Light & Shade)

เป็นองค์ประกอบของศิลปะที่อยู่คู่กันแสงเมื่อส่องกระทบกับวัตถุจะทำให้เกิดเงา แสงและเงาเป็นตัวกำหนดระดับของค่าน้ำหนัก ความเข้มของเงาจะขึ้นอยู่กับความเข้มของแสง ในที่ที่มีแสงสว่างมาก เงาจะเข้มขึ้น และในที่ที่มีแสงสว่างน้อยเงาจะไม่ชัดเจนในที่ที่ไม่มีแสงสว่างจะไม่มีเงาและเงาจะอยู่ในทางตรงข้ามกับแสงเสมอ ค่าน้ำหนักของแสงและเงาที่เกิดบนวัตถุสามารถจำแนกเป็นลักษณะที่ต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. บริเวณแสงสว่างจัด (Hi-light) เป็นบริเวณที่อยู่ใกล้แหล่งกำเนิดแสงมากที่สุดจะมีความสว่างมากที่สุด ในวัตถุที่มีผิวมันวาวจะสะท้อนแหล่งกำเนิดแสงออกมาให้เห็นได้ชัด
2. บริเวณแสงสว่าง (Light) เป็นบริเวณที่ได้รับแสงสว่างรองลงมาจากบริเวณแสงสว่างจัด เนื่องจากอยู่ห่างจากแหล่งกำเนิดแสงออกมาและเริ่มมีค่าน้ำหนักอ่อน ๆ

3. บริเวณเงา (Shade) เป็นบริเวณที่ไม่ได้รับแสงสว่าง หรือเป็นบริเวณที่ถูกบดบังจาก แสงสว่าง ซึ่งจะมีค่าน้ำหนักเข้มมากขึ้นกว่าบริเวณแสงสว่าง

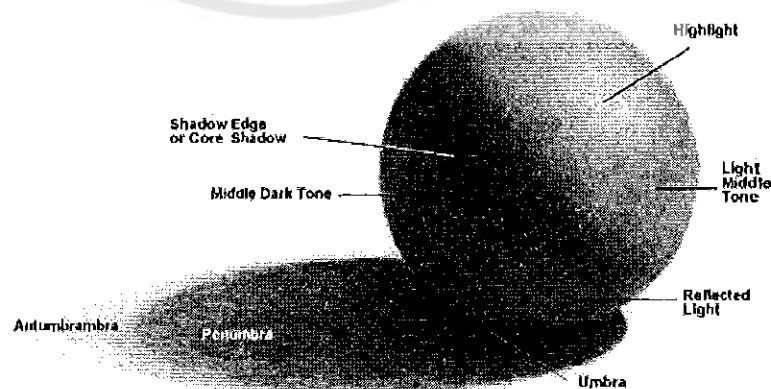
4. บริเวณเงาเข้มจัด (Hi-Shade) เป็นบริเวณที่อยู่ห่างจากแหล่งกำเนิดแสงมากที่สุดหรือเป็นบริเวณที่ถูกบดบังมาก ๆ หลาย ๆ ชั้นจะมีค่าน้ำหนักที่เข้มมากไปจนถึงเข้มที่สุด

5. บริเวณเงาตกทอด เป็นบริเวณของพื้นหลังที่เงาของวัตถุตกลงไปเป็นบริเวณเงาที่อยู่ภายนอกวัตถุ และจะมีความเข้มของค่าน้ำหนักขึ้นอยู่กับความเข้มของเงาน้ำหนักของพื้นหลัง ทิศทางและระยะของเงา

ความสำคัญของค่าน้ำหนัก

1. ให้ความแตกต่างระหว่างจุดเด่นและพื้นผิว(Texture) หรือรูปทรงกับที่ว่าง
2. ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว
3. ให้ความรู้สึกเป็น 2 มิติ แก่รูปปร่าง และความเป็น 3 มิติแก่รูปทรง
4. ทำให้เกิดระยะความตื้น - ลึก และระยะใกล้ - ไกล
5. ทำให้เกิดความกลมกลืนประสานกันของภาพ

ดังนั้นในการออกแบบเรามักจำลองแสงออกมาเป็นสีเพื่อสร้างมิติและความหมายที่ต้องการสื่อให้เกิดความรู้ และอารมณ์ต่างๆ



ภาพ 15 แสงและเงา

ที่มา: <http://watkadarin.com>

#### 4. ช่องว่าง (space)

ช่องว่าง (Space)คือ บริเวณว่างไม่มีขอบเขต ไม่สามารถจำกัดรูปทรงได้ หรือบริเวณว่างที่เป็นรูปทรงภายในขอบเขตของมวล ที่ว่างทั้งสองมิติ คือเป็นพื้นผิวที่แสดงความกว้างและความยาวและที่ว่างสามมิติ คือ เป็นพื้นผิวที่มีความกว้าง ความยาว และความหนา หรือความลึก หรือระยะห่างจากมวลหนึ่งกับอีกมวลหนึ่ง

คำจำกัดความของที่ว่าง คือ

1. ปริมาตรที่วัตถุ หรือ รูปทรงกินเนื้อที่อยู่
2. อากาศที่โอบรอบรูปทรงอยู่
3. ระยะห่างระหว่างรูปทรง
4. ปริมาตรของความว่างที่ถูกล้อมรอบด้วยขอบเขต
5. พื้นที่ระนาบ (Plane) สองมิติ ที่จิตรกรใช้เขียนรูปลงไป
6. การแทนค่าของความลึกลงบนระนาบที่เป็นสองมิติ ได้แก่ การเขียนรูปให้เห็นดวงตาว่ามีความลึก
7. ปฏิกริยาระหว่างน้ำหนักสี และรูปทรงที่มีผลต่อประสาทตา ที่ว่างแบบนี้เห็นได้ชัดเจนในงานจิตรกรรมแบบลวงตา(Op Art) ที่ปฏิกริยาระหว่างที่ว่างกับเส้น น้ำหนักหรือสี ทำให้ผู้ดูเห็นผิวพื้นของภาพลึกลับ ตื้น นูน เว้า เป็นการสร้างความลึกลวงตาอีกวิธีหนึ่ง

ประเภทของที่ว่าง (Types of Space)

ตามลักษณะที่ปรากฏให้เห็นได้ 2 ประเภท คือ

1. ที่ว่าง 3 มิติ (Three Dimension Space) หมายถึง ที่ว่างที่เกิดขึ้นจริงทางกายภาพ (Physical) มีความกว้าง ความยาว ความหนา หรือความลึก ที่สัมผัสได้จริง ได้แก่ วัตถุสิ่งของที่มีปริมาตร เช่น ประติมากรรม และสถาปัตยกรรม
2. ที่ว่าง 2 มิติ (Two Dimension Space) หมายถึง ที่ว่างที่เกิดขึ้นจริงทางกายภาพ (Physical) มีความกว้างและความยาวที่สัมผัสได้จริง ได้แก่ แผ่นภาพ ผ้าใบ กระดาษหรือที่ว่างระหว่างรูปทรงในงานจิตรกรรมที่มีได้แสดงความลึก

## การแบ่งประเภทของที่ว่าง (Types of Space)

ตามลักษณะที่สัมพันธ์กับรูปทรง แบ่งเป็น 3 ประเภท

1. ที่ว่างบวก (Positive Space) หมายถึง ที่ว่างที่เป็นรูป (Figure) ซึ่งอาจเป็นรูปร่างสองมิติ หรือรูปทรงสามมิติ
2. ที่ว่างลบ (Negative Space) หมายถึง ที่ว่างที่ล้อมรอบวัตถุ มีลักษณะเป็นพื้นฉากหลัง (Back Ground)

3. ที่ว่างที่เป็นกลาง (Neutral Space) หมายถึง ที่ว่างซึ่งว่างเปล่าไม่มีการกำหนดขอบเขต ได้แก่ กระจกเปล่า ผ้าใบเปล่า ที่ว่างของผนัง หรือที่ว่างในอวกาศ

## หน้าที่ของที่ว่าง (Function of Space)

1. ที่ว่าง (Space) มีพลังเคลื่อนไหวที่ว่างที่เป็นกลางหรือศูนย์ (Neutral Space) เป็นที่ว่างที่ว่างเปล่าจริงๆ ได้แก่ พื้นผิวของกระดาษขาว ผ้าใบสีขาวและว่างเปล่า เปรียบเทียบได้กับพื้นผิวน้ำที่สงบนิ่ง ความเงียบสงบของราตรีกาล ความมืดสนิทในคืนเดือนมืด ที่ว่างเหล่านี้จะไม่ปรากฏหลังการเคลื่อนไหวใดๆ ทั้งสิ้น ในขณะที่เกิดพลังเคลื่อนไหวในที่ว่างนั้น จะมีจุดเริ่มต้นของการเกิดและจะลดพลังการเคลื่อนไหวไปเรื่อยๆ จนสงบจากจุดเริ่มถึงจุดสงบ จะต้องใช้เวลาด้วย นั่นคือการเคลื่อนไหวนั้นต้องอาศัยที่ว่าง (Space) และเวลา (Time) ความเคลื่อนไหวหรือเวลาจึงเป็นงานศิลปกรรมที่ดูได้นานๆ เกิดการเคลื่อนไหวของสายตาสอดเวลาเมื่อปรากฏรูปทรงในที่ว่างในตำแหน่งที่ต่างกันจะเกิดพลังการเคลื่อนไหวของที่ว่างที่ต่างกันจากภาพ

2. ที่ว่าง 3 มิติ ในงานจิตรกรรมเป็นมิติลวง (Illusion) เป็นที่ว่างลวงตา (Pictorial Space) เมื่อดูภาพจิตรกรรมจะเห็นว่ามียะยะตื้นลึก แต่ไม่สามารถสัมผัสจริงๆ ได้ เหมือนงานประติมากรรมหรือสถาปัตยกรรม

## 5. สี (Color)

สี คือการรับรู้ความถี่ (หรือความยาวคลื่น) ของแสง ในทำนองเดียวกันกับที่ระดับเสียงมนุษย์สามารถรับรู้สีได้เนื่องจากโครงสร้างอันละเอียดอ่อนของดวงตา ซึ่งมีความสามารถในการรับรู้แสงในช่วงความถี่ที่ต่างกัน การรับรู้สีนั้นขึ้นกับปัจจัยทางชีวภาพ (คนบางคนตาบอดสี ซึ่งหมายถึงคนคน



นั้นเห็นสีบางค่าต่างจากคนอื่นหรือไม่สามารถแยกแยะสีที่มีค่าความอิ่มตัวใกล้เคียงกันได้ หรือแม้กระทั่งไม่สามารถเห็นสีได้เลยมาแต่กำเนิด), ความทรงจำระยะยาวของบุคคลผู้นั้น, และผลกระทบระยะสั้น เช่น สีที่อยู่ข้างเคียง บางครั้งเราเรียกแขนงของวิชาที่ศึกษาเรื่องของสีว่า รงค์ศาสตร์ วิชานี้จะครอบคลุมเรื่องของการรับรู้ของสีโดยดวงตาของมนุษย์, แหล่งที่มาของสีในวัตถุ, ทฤษฎีสีในวิชาศิลปะ, และฟิสิกส์ของสีในสเปกตรัมแม่เหล็กไฟฟ้า

สี ( Color ) หมายถึง สีเป็นปรากฏการณ์ของแสงที่ส่องกระทบวัตถุ สะท้อนเข้าสู่ตามนุษย์ สี และการนำไปใช้

5.1 วรรณะของสี (Tone) จากวงจรสีธรรมชาติ ในทางศิลปะได้มีการแบ่งวรรณะของสีออกเป็น 2 วรรณะ คือ

5.1.2 สีวรรณะร้อน ( Warm Tone ) ได้แก่สีที่ให้ความรู้สึกอบอุ่นหรือร้อน เช่น สีเหลือง ส้มเหลือง ส้ม ส้มแดง แดง ม่วงแดง เป็นต้น

สีแดง กล้าหาญ อันตราย ไร้ใจ สะดุดตา

สีเหลือง สว่างที่สุด บริสุทธิ์ แจ่มใส เลื่อมใส

สีส้ม ร้อนแรง สนุกสนาน รื่นเริง เปรี้ยว

5.1.3 สีวรรณะเย็น ( Cold Tone ) ได้แก่ สีที่ให้ความรู้สึกเย็น สงบ สบาย เช่น สีเขียว เขียวเหลือง เขียวน้ำเงิน น้ำเงิน ม่วงน้ำเงิน ม่วง เป็นต้น

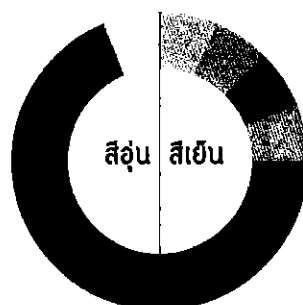
สีน้ำเงิน สงบ สุขุม สันติภาพ ภูมิฐาน

สีเขียว ความหวัง สดชื่น ชุ่มชื้น ร่มเย็น

สีม่วง ร่ำรวย โอ้อำ งามงาม

สีขาว สะอาด บริสุทธิ์ กระจ่างแจ้ง มั่นคง เบาล

สีดำ เศร้า ความตาย หนัก



warm colors and cool colors

ภาพ 16- สีอุ่นและสีเย็น

ที่มา: <http://watkadarin.com>

5.2 ค่าของสี (Value of colour) หมายถึง สีใดสีหนึ่งทำให้ค่อย ๆ จางลงจนขาวหรือสว่างและทำให้ค่อย ๆ เข้มขึ้นจนมืด

5.3 สีเอกรงค์ (Monochrome) หมายถึง สีที่แสดงอิทธิพลเด่นชัดออกมาเพียงสีเดียว หรือใช้เพียงสีเดียวในการเขียนภาพ โดยให้ค่าของสีอ่อน กลาง แก่ คล้ายกับภาพถ่ายขาว ดำ



ภาพ 17 ตัวอย่างภาพสีเอกรงค์

ที่มา: <http://watkadarin.com>

5.4 สีส่วนรวม (Tonality) หมายถึง สีใดสีหนึ่งที่ให้อิทธิพลเหนือสีอื่นทั้งหมด เช่น การเขียนภาพทิวทัศน์ ปรากฏสีส่วนรวมเป็นสีเขียว สีนํ้าเงิน เป็นต้น

5.5 สีที่ปรากฏเด่น (Intensity)

5.6 สีตรงข้ามกันหรือสีตัดกัน (Contrast) หมายถึง สีที่อยู่ตรงกันข้ามในวงจรสีธรรมชาติ เช่น สีแดงกับสีเขียว สีนํ้าเงินกับสีส้ม สีม่วงกับสีเหลือง

น้ำหนักสี ( Tone ) หรือวรรณะของสี หมายถึง ระดับความเข้มที่แตกต่างกันของสีหรือค่าความอ่อนแก่ของสี ไ้ระดับกันไป เช่น ดำ - เทาเข้ม - เทากลาง - เทาอ่อน - ขาว โทนก็มีผลต่อความรู้สึกคล้ายกับสีนั่นเอง เพียงแต่จะละเอียดอ่อนมากขึ้น มีค่าความแตกต่างกันเล็กน้อย แต่มีผลต่อความรู้สึก นึกคิด ของมนุษย์ เช่น น้ำหนักของสี วงจรสีและสีวรรณะร้อน วงจรสีและสีวรรณะเย็น

ในผลงานชิ้นหนึ่ง อาจจะใช้สีให้กลมกลืนกันหรือตัดกันเพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่ง หรืออาจจะใช้พร้อมกันทั้ง 2 อย่างทั้งนี้แล้วแต่ความต้องการ และความคิดสร้างสรรค์ของเรา ไม่มีหลักการ หรือรูปแบบที่ตายตัว ในงานออกแบบ หรือการจัดภาพ หากเรารู้จักใช้สีให้มีสภาพโดยรวมเป็นวรรณะร้อนหรือวรรณะเย็น เราจะ สามารถควบคุม และสร้างสรรค์ภาพให้เกิดความประสานกลมกลืน งดงามได้ง่ายขึ้น เพราะสีมีอิทธิพลต่อ มวล ปริมาตร และช่องว่าง สีมีคุณสมบัติที่ทำให้เกิดความกลมกลืน หรือขัดแย้งได้ สีสามารถขบขันให้ให้เกิดจุดเด่น และการรวมกันให้เกิดเป็นหน่วยเดียวกันได้ เราในฐานะผู้ใช้สีต้องนำหลักการต่างๆของสีไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้อง กับเป้าหมายในงานของเรา เพราะสีมีผลต่อการออกแบบ คือ

1. สร้างความรู้สึก สีให้ความรู้สึกต่อผู้พบเห็นแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และภูมิหลัง ของแต่ละคนสีบางสีสามารถรักษาบำบัดโรคจิตบางชนิดได้ การใช้สีภายใน หรือภายนอกอาคาร จะมีผลต่อการ สัมผัส และสร้างบรรยากาศได้
2. สร้างความน่าสนใจ สีมีอิทธิพลต่องานศิลปะการออกแบบ จะช่วยสร้างความประทับใจและความน่าสนใจเป็นอันดับแรกที่พบเห็น
3. สีบอกสัญลักษณ์ของวัตถุ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ หรือภูมิหลัง เช่น สีแดงสัญลักษณ์ของไฟ หรืออันตราย สีเขียวสัญลักษณ์แทนพืช หรือความปลอดภัย เป็นต้น
4. สีช่วยให้เกิดการรับรู้ และจดจำ งานศิลปะการออกแบบต้องการให้ผู้พบเห็นเกิดการจดจำในรูปแบบ และผลงานหรือเกิดความประทับใจ การใช้สีจะต้องสะดุดตา และมีเอกภาพ

## 6. ลักษณะพื้นผิว (Texture)

พื้นผิว หมายถึง ลักษณะของบริเวณผิวหน้าของสิ่งต่าง ๆ ที่เมื่อสัมผัสแล้วสามารถ รับรู้ได้ว่ามีลักษณะอย่างไร คือรู้ว่า หยิบ ขรุขระ เรียบ มัน ด้าน เนียน สาก เป็นต้น

ลักษณะที่สัมผัสได้ของพื้นผิว มี 2 ประเภท คือ

1. พื้นผิวที่สัมผัสได้ด้วยมือ หรือกายสัมผัส เป็นลักษณะพื้นผิวที่เป็นอยู่จริง ๆ ของ ผิวหน้าของวัสดุนั้น ๆ ซึ่งสามารถสัมผัสได้จากงานประติมากรรม งานสถาปัตยกรรม และสิ่งประดิษฐ์อื่น ๆ
2. พื้นผิวที่สัมผัสได้ด้วยสายตา จากการมองเห็นแต่ไม่ใช่ลักษณะที่แท้จริงของผิว วัสดุ นั้น ๆ เช่น การวาดภาพก้อนหินบนกระดาษ จะให้ความรู้สึกเป็นก้อนหินแต่ มือสัมผัสเป็นกระดาษ หรือใช้กระดาษพิมพ์ลายไม้ หรือลายหินอ่อน เพื่อปะทับ บนผิวหน้าของสิ่งต่าง ๆ เป็นต้น ลักษณะเช่นนี้ถือว่า เป็นการสร้างพื้นผิวลวงตา ให้สัมผัสได้ด้วยการมองเห็นเท่านั้น

พื้นผิวลักษณะต่าง ๆ จะให้ความรู้สึกต่องานศิลปะที่แตกต่างกัน พื้นผิวหยาบจะ ให้ความรู้สึก กระตุ้นประสาท หนักแน่น มั่นคง แข็งแรง ถาวร ในขณะที่ผิวเรียบ จะให้ความรู้สึกเบา สบาย การใช้ลักษณะของพื้นผิวที่แตกต่างกัน เห็นได้ชัดเจน จากงานประติมากรรม และมากที่สุดในงานสถาปัตยกรรมซึ่งมีการรวมเอาลักษณะ ต่าง ๆ กันของพื้นผิววัสดุหลาย ๆ อย่าง เช่น อิฐ ไม้ โลหะ กระจก คอนกรีต หิน ซึ่งมีความขัดแย้งกันแต่สถาปนิกได้นำมาผสมกลมกลืนได้อย่างเหมาะสม ลงตัว จนเกิดความสวยงาม

## 7. จุด (Dot)

จุด Dot หมายถึง รอยกด จุด เต็ม มีลักษณะกลมเป็นส่วนประกอบที่เล็กที่สุดเป็นพื้นฐานที่สำคัญในงานออกแบบทุกชนิด แม้แต่ตัวอักษร และภาพจากเครื่องคอมพิวเตอร์ยัง ประกอบด้วยจุดหลายพันหลายหมื่นจุด เมื่อนำจุดมาเรียงกันในตำแหน่งที่เหมาะสมก็จะเกิดเป็นรูปร่าง รูปทรง ระยะใกล้ ไกล ทำให้งานออกแบบสร้างความรู้สึกรื่นเริง และดึงดูดความสนใจ ลักษณะจุดแบ่งได้ 2 ประเภทคือ

1.1 จุดที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ จุดในลายของสัตว์ เช่น แมว หมา กวาง เสือ ดาวปลา เปลือกหอย จุดที่พบเห็นทั่วไปในส่วนต่าง ๆ ของพืช เช่น ลำต้น ดอกไม้ ใบ ข้าวโพด ปะการัง เมล็ดถั่ว และจุดในแมลงต่างๆ เช่น ผีเสื้อ เต่าทอง เป็นต้น

1.2 จุดที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น การแต้ม ชีด จิ้ม กด กระแทก ด้วยวัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น ดินสอดำ ปากกา พู่กัน วัสดุปลายแหลมหรือเครื่องมืออื่น ๆ จุดมีอิทธิพลกับมนุษย์มากในการ

ออกแบบ มนุษย์ออกแบบลูกคิดสำหรับคิดเลข ออกแบบร้อยลูกปัดเป็นสร้อยคอและเครื่องประดับต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนเกิดจากจุดทั้งสิ้น

การนำจุดมาใช้ในงานออกแบบสามารถทำได้หลายแบบดังนี้

1. ลักษณะการจัดที่เรียงกันและทำซ้ำกัน ( Repetition )
2. ลักษณะการจัดโดยใช้ช่องจังหวะที่ซ้ำกัน ( Rhythm )
3. ลักษณะการจัดโดยให้เหมือนกับ สมดุลกันทั้ง 2 ด้าน ( Symmetry Balance )
4. ลักษณะการจัดโดยให้สมดุลไม่เท่ากัน 2 ด้าน ( Asymmetry Balance )
5. ลักษณะการจัดให้เป็นรูปแบบต่าง ๆ ( Pattern )

## 2.2 การออกแบบกราฟิกสำหรับเด็ก

GENERATION : Gen-Z (Generation Z) กลุ่มอายุน้อยที่สุดในปัจจุบัน เป็นผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2537-ปัจจุบัน หรืออายุ 1-16 ปี Gen-Z กลุ่มอายุน้อยที่สุดในปัจจุบัน เป็นผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2537-ปัจจุบัน หรืออายุ 1-16 ปี ในเจนเนอเรชันนี้จะเป็นช่วงที่คนเกิดใหม่น้อยลง ขณะเดียวกันก็จะเติบโตขึ้นท่ามกลางการเลี้ยงดูที่มีคุณภาพมากขึ้น และมีค่าใช้จ่ายสูงมากยิ่งขึ้นเช่นกัน เจนเนอเรชันรุ่นล่าสุด ที่มักมีสมาธิสั้น ภูมิแพ้ที่ผิวหนัง และหวัด มารูกราน

Gen-Z เป็นประชากรกลุ่มอายุน้อยที่สุดในปัจจุบันในเจนเนอเรชันนี้จะเป็นช่วงที่มีประชากรเกิดใหม่น้อยลงเนื่องจากอัตราเจริญพันธุ์ (Fertility Rate) หรือจำนวนทารกแรกเกิดโดยเฉลี่ยต่อหญิงหนึ่งคนตลอดชีวิตลดลงจากอดีต ซึ่งปัจจุบัน สภาวการณ์

ดังกล่าวเกิดขึ้นในหลายประเทศทั่วโลกรวมทั้งประเทศไทย โดยมีสาเหตุมาจากหลากหลายสาเหตุทั้ง 1) ผู้หญิงมีการศึกษาดีขึ้นทำให้เกิดโอกาสในการทำงานมากขึ้น และมีความเป็นอิสระทางการเงินสูงทำให้ชะลอการแต่งงานและลดจำนวนการตั้งครรภ์ 2) การมีข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนคุณภาพสาธารณสุขที่ดีขึ้นและอุปกรณ์ในการป้องกันการตั้งครรภ์เพิ่มมากขึ้น 3) การเป็นเมืองเพิ่มขึ้นทำให้มีภาระด้านการดำเนินชีวิต การทำงาน ที่อยู่อาศัย ค่าใช้จ่าย และอื่นๆ ทำให้ทำให้ต้นทุนของการมีลูกสูงขึ้นยากต่อการมีลูกมากกว่า 1-2 คน (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิต, 2554 : ออนไลน์) ปรากฏการณ์ดังกล่าวที่

เกิดขึ้นส่งผลให้ประชากรที่เกิดใหม่ในรุ่นดังกล่าวเติบโตขึ้นท่ามกลางการเลี้ยงดูที่มีคุณภาพมากขึ้น และมีค่าใช้จ่ายสูงมากยิ่งขึ้นเช่นกัน (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2553 : ออนไลน์)

Gen Z เป็นกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันใหม่ที่กำลังถูกจับตามองจากนักการตลาด ซึ่งได้ถูกกำหนดว่าเป็นกลุ่มลูกค้าที่อายุน้อยที่สุดในปัจจุบัน โดยจะเป็นกลุ่มที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นไป ซึ่งหากพิจารณาถึงปัจจุบันจะเห็นได้ว่าอายุที่แก่ที่สุดของคนกลุ่มนี้จะมีอายุประมาณ 16 ปี ส่วนอายุน้อยที่สุดคือทารกแรกเกิด และยังคงรวมถึงผู้ที่ยังอยู่ในครรภ์มารดา และที่กำลังจะเกิดในอนาคตด้วย

ผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z แม้ว่าจะมีปริมาณประชากรลดน้อยลง แต่ก็นับเป็นกลุ่มอายุที่มีอำนาจซื้อสูงและการใช้จ่ายต่อคนก็จะสูงขึ้นด้วยเช่นกัน ดังนั้นการสามารถเข้าใจและสร้างพฤติกรรมผู้บริโภคจากลูกค้ากลุ่มวัยนี้ได้จะสามารถสร้างยอดขายได้มากกว่ากลุ่มลูกค้า Generation อื่นๆ ได้ค่อนข้างสูง นักการตลาดคาดว่าคนกลุ่มวัย Gen Z จะมีความเป็นปัจเจกบุคคลมากกว่ากลุ่มคน Gen Y ผู้บริโภควัย Gen Z ต้องการสินค้าเฉพาะเจาะจงที่แสดงความเป็นตัวของตัวเองและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย Gen Z มีทัศนคติเป็นผู้ที่ชื่นชอบการใช้จ่าย เพื่อสร้างความสุขความพอใจกับตนเอง มีความละเอียดลออ รวมถึงช่องทางเสมือนจริงในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ จะเข้ามามีบทบาทกับการดำเนินชีวิต (live Style) ของคนกลุ่มนี้มากขึ้นด้วย ผู้บริโภควัย Gen Z รู้ตัวว่าเขาต้องการอะไรและเขาเองก็มีเงินพอจะจ่ายด้วย การตลาดแบบโฆษณาชวนเชื่อมักจะแฝงมากับอินเทอร์เน็ตและนิตยสารตลอดเวลา ดังนั้นนักการตลาดควรจะมีความคิดสร้างสรรค์ไม่เหมือนใครเพื่อให้ผู้บริโภค Gen Z เห็นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และเลือกใช้สินค้าด้วยความเต็มใจ

Gen Z ในกลุ่มเด็กวัยหัดเดินที่คาบเกี่ยววัยเด็กและวัยรุ่นมีอยู่เป็นจำนวนมาก และกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญทางการตลาด พวกเขามีกิจกรรมเชิงสังคมและพฤติกรรมกรรมการสมาคมผ่านระบบเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า กรณีกลุ่ม Gen Z วัยเด็กในสหรัฐฯ ใช้เวลามากกว่า 6 ชั่วโมงต่อวันในการใช้สื่อที่แตกต่างกันออกไป ในขณะที่กว่าร้อยละ 50 ของเด็กยุโรปใช้อินเทอร์เน็ตตั้งแต่อายุ 8 ขวบ นั้นหมายความว่า สถานที่เล่นของเด็กและวัยรุ่น เปลี่ยนจากการวิ่งเล่นกลางแจ้ง มาอยู่หน้าจอตั้งแต่วัยเยาว์ (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2550 : ออนไลน์) ซึ่งบางครั้งพวกเขาได้รับข้อมูลข่าวสารจนล้น ข้อมูลต่างๆ มีทั้งเรื่องจริงและข้อมูลแบบปลอมๆ นักโฆษณาจึงต้องพยายามอย่างหนักเพื่อชิงความสนใจจากพวกเขาให้ได้โดยให้ข้อมูลที่เปี่ยมประโยชน์ต่อวัย Gen Z กลุ่มนี้ ในขณะเดียวกันก็สร้างความสนใจและก่อให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคให้เกิดขึ้นให้ได้ ดังนั้น 1) ทางเลือก 2) การควบคุม และ 3) ความ

สะดวก คือหัวใจสำคัญสำหรับประชากรวัยดิจิทัลกลุ่มนี้ ในขณะที่ตราสินค้าอย่าง Absolut, Nike และ GAP สามารถดึงวัยรุ่นจากหน้าจอเว็บไซต์ได้ ข้อความ SMS บนจอทีวีก็เป็นตัวดึงดูดความสนใจให้เกาะติดจอมากขึ้นและสามารถสร้างผลกำไรที่สูงขึ้น John Gordon ซีอีโอของ Xtreme Information ออกมากล่าวไว้ว่า “อำนาจซื้อของวัยรุ่นพุ่งทะลุเพดานไปแล้ว ต้องยอมรับว่าเด็กรุ่นนี้มีบทบาททางสังคมมากขึ้นกว่าเดิม ด้วยเม็ดเงินปริมาณมหาศาลที่วนอยู่ในตลาดที่หมุนเวียนเปลี่ยนมือเร็วเช่นนี้ จึงทำให้แบรนด์ชั้นนำจับทางได้และไม่ยอมพลาดที่จะรีบฉวยโอกาสกระโดดเข้าร่วมวง” (Positioning Magazine, 2548 : ออนไลน์)

นอกจากนี้ยังมีกลุ่ม Gen Z วัยเด็กซึ่งเป็น Generation Z อีกกลุ่มหนึ่งที่เป็นที่จับตาของนักการตลาด โดยการสำรวจวิจัยจากทางฝั่งยุโรป ได้ทำการศึกษาศึกษาการส่งเสริมการตลาดของลูกค้าในกลุ่มนี้ จากงานวิจัยชิ้นหนึ่งของบริษัทในสวีตเซอร์แลนด์ เปิดเผยว่า หากสตรีที่กำลังมีครรภ์ได้สัมผัสกับแคมเปญการตลาดต่างๆ อาทิเช่น เพลงจิงเกิ้ลของโฆษณา โทน ทำนองเพลง และข้อความต่างๆ ที่ตั้งใจออกแบบเฉพาะให้รสนิยม และสื่อสารกับเด็กทารก พบว่าประมาณร้อยละ 77 ของเด็กที่เกิดใหม่ทั้งหมดนั้นสามารถจดจำและคุ้นเคยกับตราสินค้าดังกล่าวได้ ทั้งยังทำให้พวกเขามีแนวโน้มที่จะพอใจตราสินค้าดังกล่าวเมื่อเติบโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่ต่อไปด้วย ดังนั้น จึงได้เริ่มมีกลยุทธ์การทำตลาดกับ Gen Z โดยมีการพัฒนาแคมเปญการส่งเสริมการตลาดต่อกลุ่มนี้ โดยแบ่งเป็นแคมเปญที่จะสื่อสารกับเด็กที่อยู่ในครรภ์กับเด็กทารกที่เพิ่งเกิดมาอายุไม่เกิน 2-3 ปี

แคมเปญอีกลักษณะหนึ่ง คือ การมุ่งไปยังเด็กทารกที่มีอายุไม่เกิน 2-3 ปี จากการวิจัยปรากฏว่าเด็กในช่วงนี้จะสามารถซึมซับจดจำทุกสิ่งทุกอย่างรอบตัวได้ง่าย สมอของเด็กร่างกว้างและมีอำนาจในการเรียนรู้สูง พร้อมจะดูดซึมทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาในประสาทสัมผัส ดังนั้น แคมเปญที่พัฒนาจะใช้ประสาทสัมผัสทุกประการ (Sensory Marketing) ทั้งรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ที่จะสื่อสารครบทุกช่องทางกับเด็กๆ เริ่มจากรูปภาพ การออกแบบ ดีไซน์ที่สวยงาม เตละตา สีสนที่ชวนให้เกิดความสนใจ และตื่นเต้นต่อเด็กๆ รสชาติและกลิ่นที่เหมาะสมสอดคล้องกับวัย เสียงเพลง ทำนอง โทนาการพูดและข้อความการสื่อสารที่น่าประทับใจต่อเด็กวัยดังกล่าว รวมถึงการใช้การสัมผัสกับสิ่งของชิ้นส่วนต่างๆ ที่ตราสินค้านั้นสร้างขึ้น ซึ่งน่าจะนำไปสู่ความพึงพอใจ ความคุ้นเคย และความเชื่อมั่นต่อตราสินค้าของคนกลุ่มนี้เมื่อเติบโตขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ มีหลายกิจการในยุโรปที่เริ่มพัฒนาห้องทดลองหรือโชว์รูมที่จำลองสถานการณ์ต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของแต่ละแบรนด์ เพื่อให้บริการกับเด็กวัย

เดาะแตะ และสื่อสารสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้เด็กเหล่านั้น เพื่อที่วันหน้าจะได้เป็นการสร้างความภักดีให้กับคนกลุ่มนี้เมื่อเติบโตใหญ่ต่อไปในอนาคต (ธีรยุส วัฒนาศุภโชค, 2550 : ออนไลน์)

ดังนั้นการทำตลาดสำหรับกลุ่ม Gen Z จึงไม่เพียงเจาะไปที่ตัวผู้บริโภควัย Gen Z เท่านั้นแต่ยังต้องคำนึงถึงผู้ปกครองหรือพ่อแม่ของกลุ่ม Gen Z เหล่านี้ด้วย เช่น อายุของพ่อแม่ โดยนักการตลาดเชื่อว่าหากกลุ่มลูกค้าของตนมีพ่อแม่อายุน้อย การจำหน่ายสินค้าอาจจะหวังที่จะสร้างกลุ่มลูกค้าทั้งครอบครัว เพราะพ่อแม่ก็อยากเล่นสิ่งที่เป็นความต้องการในวัยเด็กแต่ขาดโอกาสเพราะมีลูกเร็วเกินไป จึงซื้อสินค้าเพื่อตนเองพอๆ กับเพื่อลูกหลานของตน เช่น ในการซื้อชุดนอนที่เป็นลายเฮลโลคิตตี้ หรือการเที่ยวสวนสนุก ในกรณีของพ่อแม่ที่ทำงานหนัก มีเวลาว่างให้กับลูกไม่มาก จะใช้การซื้ออาหารและของเล่นเพื่อเพิ่มความสุขให้กับลูกๆ ของตนทดแทนกับความรักที่มีให้กับลูก ในบางครั้งนักการตลาดพบว่ากำลังเผชิญหน้ากับพ่อแม่ที่มีความขัดแย้งในการซื้อหาความสุขให้กับลูกหลาน หรือมีไอเดียไม่ชัดเจนว่าจะหาซื้อสินค้าใดให้กับลูกของตน ผู้ปกครองพวกนี้จะมีพฤติกรรมการไปร้านอาหาร ไปสถานที่ที่ซ้ำๆ กัน เพราะไม่รู้ว่าจะไปไหนดี พ่อแม่เหล่านี้จะเป็นกลุ่มที่คอยอาศัยการโฆษณาเป็นเครื่องนำทางและช่วยในการตัดสินใจ

โลกของการตลาดสำหรับสินค้าวัย Gen Z ไม่มีปัจจัยเชิงเศรษฐกิจเข้าไปเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นค่าผ่อนบ้าน ค่าเช่า หรือค่าสาธารณูปโภค ที่เป็นรายจ่ายประจำของพ่อแม่ จึงเป็นตลาดที่ทรงพลังในด้านการใช้จ่ายมากกว่ากลุ่มช่วงวัยอื่นมาก แต่การตลาดสำหรับกลุ่มวัย Gen Z ก็ยังไม่ใช่ตลาดที่ทำได้ง่ายเพราะพวกเขาไม่ได้ชอบเหมือนกันไปหมด แต่น่าแปลกที่พวกเขา มักจะเกลียดในสิ่งเดียวกันหรือคล้ายๆ กัน นักการตลาดจึงต้องทำให้ได้ว่าวัย Gen Z ที่เป็นเป้าหมายของตนเกลียดสิ่งไหน และชอบสิ่งไหน สนุกกับเรื่องใด เพื่อที่จะสามารถเจาะตลาดคนวัย Gen Z ได้ตรงเป้าหมายมากที่สุด (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2550 : ออนไลน์)

NEW MEDIA : การศึกษาสไตล์ของศิลปะ

Retro แนวทางในการทำตลาด แบบ Retro 4 ต้นแบบ การทำตลาดแบบ ย้อนยุค ประยุกต์เทรนด์ใหม่นั้น เป็นแนวคิดทำตลาดโดยมองย้อนไปในอดีต ถึง กระแสนิยมเดิมๆ ว่า แปรนต์ภาพยนตร์ รถยนต์รุ่นใด เพลงยุคไหน แฟชั่นยุคใดตั้ง แล้ว หาสาเหตุการดังของมัน เหตุปัจจัยของมัน



ว่า มันดี มันนิยมเพราะอะไร นอ หาคุณค่าร่วม Core Value ตัวนั้นขึ้นมา แล้วนำมาทำตลาด ซึ่งแนวทางการทำตลาดแบบ Retro นี้ สามารถแยกวิธีการออก เป็น 4 ประเภท

Retro Retro คือการ เอาของดีในอดีต มาใช้ทั้งแท้ ไม่ต้องเปลี่ยนแปลง หรือดัดแปลงมาก เช่น ผลิตภัณฑ์ที่เคยขายดี เป็นที่นิยมในอดีตนำมา ทำซ้ำ หรือ ก๊อปปี้ใหม่ เช่นโฆษณา มาร์โบโล คาร์บอย นำกลับมาใช้อีกครั้ง หนังสือเก่ากลับมาทำซ้ำ ทำนองเพลงเก่ามาร้องซ้ำ ที่เปลี่ยนคือแค่ตัวแสดง นักร้องใหม่ เท่านั้น หรือ Levi 501 นำกลับมาใหม่อีกครั้ง ศาสตราจารย์ โหวงเฮ้ง นำมาใช้อีกครั้ง

Retro Nova มีการผสมผสาน รูปลักษณ์ และโครง เก่า แต่ใช้เทคโนโลยีใหม่ เช่น นาฬิกา TAG Heuer ทำให้หน้าตาย้อนยุคไป ปี คศ 1930 แต่กลไก เป็น โมโคชิพ ที่เดินด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ ,วิทยุ ย้อนยุค โบราณปี 1950 ปุ่มปรับคลื่นวิทยุใหญ่ๆ แต่ ข้างในเป็นแผงวงจรชิพไฟฟ้า ไม่ได้ใช้หลอดสุญญากาศ แบบวิทยุรุ่นเก่า มีช่องเสียบหูฟังสเตอริโอ ที่เล่นเทป และ ซีดี

Retro Deluxe คือการผสมผสาน เรื่องเก่า (Past) กับเรื่องใหม่ (Present Trend) เข้าด้วยกัน ที่เรียก Hybrid ระหว่าง ดีไซน์เก่า กับใหม่ มาใช้ เช่น Star War แม้จะเป็นหนังอวกาศ แต่พล็อตเรื่องก็เน้นไปเรื่องเจ้าหญิง และอาณาจักร ดูแล้วเหมือนเรื่องราวเทพนิยายในอดีต แต่ได้ ผสมเรื่องแห่งอนาคต เข้าไป ตัวหนังสือภาษาอังกฤษที่ขึ้นมา ตอนใต้เดิ้ลหนึ่งคือ ครั้งหนึ่งนานมาแล้ว กาแล็กซี่ที่ห่างไกลออกไป จากโลก ได้มีอาณาจักรแห่งหนึ่ง ฟังแล้วคุ้นๆ เหมือนในเทพนิยาย แต่เทคนิคการถ่ายทำทันสมัย และผสมบรรยากาศ หรือบริบท แห่งอนาคต อวกาศ ดวงดาวเข้าไปให้ดูทันสมัย นี้ และ จัสส์ ลูกส์ หรือหนังจีนที่ดัง เรื่องเจาะเวลาหาจิ๋นซี หนังสือเรื่องทวิภพ ที่มีการย้อนยุคเก่ากับยุคปัจจุบันมาผสมกัน การ์ตูนญี่ปุ่น เรื่องเทพอสูรจิ้งจอกเงินพระเอก เป็นอสูรจิ้งจอก แต่งกายแบบขามูโร ญี่ปุ่นในอดีต แต่นางเอกกับแต่งชุดนักศึกษาญี่ปุ่นในปัจจุบัน เป็นการผสมวัฒนธรรมเก่ากับใหม่เข้าด้วยกัน ผลิตภัณฑ์ก็เหมือนกัน การออกแบบที่ใช้ แบบที่สืบสานวัฒนธรรมไทย ผสมผสานกับ เทรนด์แฟชั่นหรือดีไซน์จากอิตาลี เช่น อัญมณี ตามราศีที่มีเรื่องราวย้อนจากความเชื่อแต่ออกแบบเป็นทันสมัย แม้กระทั่ง รองเท้าฟุตบอล อาดิแดสรุ่นใหม่สีเทาอ่อน อุตสาหกรรมใส่ มังกรเข้าไปที่รองเท้า ซึ่งมังกรเป็นสัตว์ในความเชื่อโบราณของจีน

Retro Futurism แนวนี้เป็นที่นิยมในหมู่นักออกแบบรุ่นใหม่ ที่ย้อนเวลาเจาะเทรนด์ในอดีต กระแสนิยมดั้งเดิม Past ว่ามีสาเหตุมาจากอะไร แล้วหาตัวแปรร่วม Core Value ในขณะเดียวกันก็

พยากรณ์กระแส แนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ไป 3-5 ปีข้างหน้า (Future) แล้ว เอาของเก่า ผสมกับความคิดแห่งอนาคต ดังนั้นจะมีการทำวิจัย ย้อนไปในอดีตถึงกระแสในอดีต ที่มาของความนิยมเก่าๆ และการวิจัยวิเคราะห์ แนวโน้มในอนาคตข้างหน้า แล้วนำมาหาตัวแปรร่วม ออกมา เช่น การวิจัยว่า โพล์คเดามีอะไรดี พบว่า มี เรื่อง ชื่อสัตย์ เรียบง่าย ประหยัด และเป็นรถคันแรกของคนรุ่นใหม่ในตอนนั้น ที่ต้องการแหวกกฎไม่ซับซ้อนโต พวกนี้ต้องการความต่าง ไม่ต้องการเหมือนใคร จากการวิจัย ผู้บริโภคพบว่า วงกลมได้สื่อถึงความเรียบง่ายอย่างชัดเจน รถยนต์ที่ออกมาใหม่จึงมีส่วนโค้งมนเป็นวงกลม ทั้ง หลังคา ที่บังโคลนรถ กระโปรงหน้ารถ และท้ายรถโค้งวงกลม และโฆษณา ก็เน้นย้ำ รถสำหรับคนรุ่นใหม่ที่ต้องการความแตกต่าง หรือกฎ จากของพื้นๆทั่วไป แนวทางนี้ถือเป็นแนวทางที่นักออกแบบชั้นนำของโลกนิยมสร้างสรรค์

สรุปได้ว่าการออกแบบกราฟิกสำหรับเด็ก ต้องสามารถให้เด็กเกิดการจดจำภาพ โดยใช้สีและการออกแบบให้เข้ากับวัย ซึ่งวัย 1-3 ปี จะเริ่มจดจำสิ่งที่มองเห็น เลียนแบบธรรมชาติ การกระทำจดจำสิ่งของรอบๆตัว ฉะนั้นการออกแบบจำเป็นต้องใช้สี และรูปแบบกราฟิก สร้างการจดจำ

### 3.รูปแบบกระเป๋าสำหรับแม่ลูกอ่อน

สำหรับรูปแบบกระเป๋าแม่ลูกอ่อนนั้น จะมีดีไซน์ที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะของสินค้าชั้นนำทั่วไป แต่ที่นิยมนำรูปแบบกระเป๋าแม่ลูกอ่อนนั้นมีทั้งหมด 6 แบบ ดังต่อไปนี้

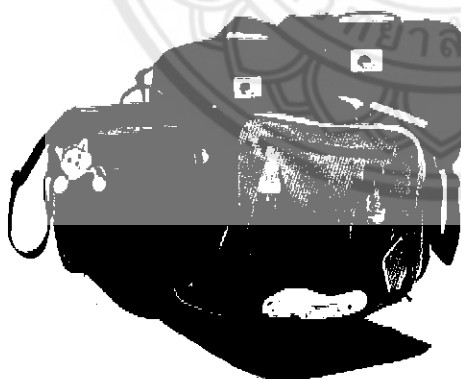
3.1 แบบ Back Pack เป็นกระเป๋าแม่ลูกอ่อนสำหรับออกนอกบ้านไปทำกิจกรรมต่างๆ โดยรูปแบบของกระเป๋าจะถูกออกแบบให้ สามารถบรรจุสิ่งของที่ใช้ในแต่ละวัน ในส่วนก็การสะพายสามารถนำลูกน้อย สะพายข้างหลังแทนการอุ้ม



ภาพ 18 รูปแบบกระเป๋าแบบ Back Pack

ที่มา: [www.naturalmomgear.com](http://www.naturalmomgear.com)

3.2 แบบ Diaper Bag เป็นกระเป๋าสำหรับคุณแม่รุ่นใหม่ ที่ต้องการความคล่องตัวในการเปลี่ยนผ้าอ้อมให้กับลูกน้อย โดยกระเป๋าจะถูกออกแบบให้มีพื้นที่วางในกางฝ้ายาง สำหรับการป้อนตัวเด็ก เพื่ออำนวยความสะดวกในการเปลี่ยนผ้าอ้อม



ภาพ 19 รูปแบบกระเป๋าแบบ Diaper Bag

ที่มา: [www.naturalmomgear.com](http://www.naturalmomgear.com)

3.3 แบบ New native diaper bag เป็นรูปแบบกระเป๋าที่ออกแบบทันสมัย สำหรับคุณแม่มือใหม่ที่ต้องการความคล่องตัว ในการสะพายลูกน้อย



ภาพ 20 รูปแบบกระเป๋าแบบ New native diaper bag

ที่มา: [www.naturalmomgear.com](http://www.naturalmomgear.com)

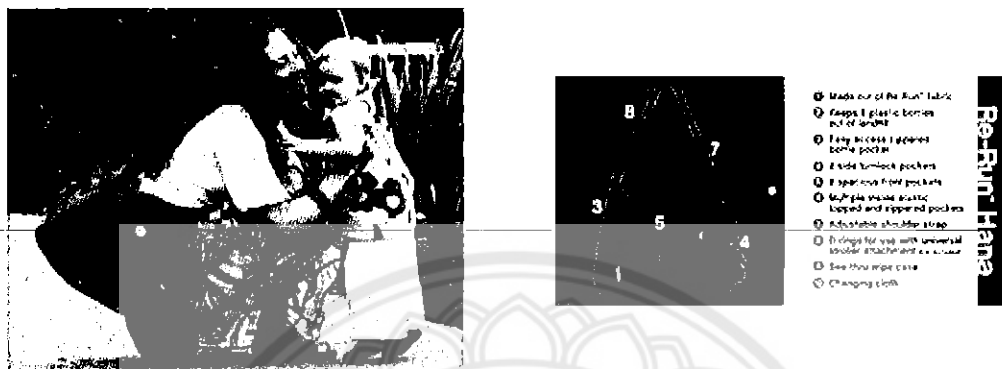
3.4 แบบ OkkaTots Travel "Baby Depot" Bag เป็นกระเป๋าสำหรับเตรียมของเดินทางให้ลูกน้อย เหมาะแก่การเดินทางไปเที่ยวไกลๆ สามารถจุของใช้ที่จำเป็นและยังมีช่องใส่ DVD เพื่อเพิ่มฟังก์ชันในการใช้งาน



ภาพ 21 รูปแบบกระเป๋าแบบ OkkaTots Travel "Baby Depot" Bag

ที่มา: [www.naturalmomgear.com](http://www.naturalmomgear.com)

3.5 แบบ Messenger Style Diaper Bag เป็นกระเป๋าสำหรับคุณแม่ที่ลูกน้อยเริ่มโต แต่ยังมี  
 สิ่งของเล็กน้อย สามารถใส่ลงในกระเป๋าได้อย่างลงตัว



ภาพ 22 รูปแบบกระเป๋าแบบ Messenger Style Diaper Bag

ที่มา: [www.naturalmomgear.com](http://www.naturalmomgear.com)

3.6 แบบ Tote Diaper Bag รูปแบบกระเป๋าสามารถคล้องเข้าไปในรถเข็นเด็ก



ภาพ 23 รูปแบบกระเป๋าแบบ Tote Diaper Bag

ที่มา: [www.naturalmomgear.com](http://www.naturalmomgear.com)

ซึ่งรูปแบบกระเป๋าที่ทางผู้วิจัยสนใจที่ทำในงานวิจัย คือแบบเป้ Back Pack สาเหตุที่เลือกการออกแบบรูปทรงใบนี้ เนื่องจากแบบเป้สามารถที่จะบรรจุสิ่งของได้สะดวกกว่า การสะพายโดยใช้เป้ นับเป็นการแบกที่มีประสิทธิภาพดีที่สุดในเพราะใช้พลังงานน้อยที่สุด เหมาะสำหรับการแบกของที่มีน้ำหนักมากถึงปานกลาง และต้องแบกเป็นระยะเวลานาน ซึ่งการแบกด้วยเป้ ใช้หลัง โดยยังไม่ต้องออกแรงที่มือสำหรับหิ้ว

#### 4. หลักการการแบกวัตถุ

ผศ.ดร.วรรณะ ชลายนเดชะ (2558) ได้กล่าวหลักการการแบกวัตถุไว้ว่า แบกเป็นกิจกรรมที่ทำกันอยู่ทุกวัน แบกในที่นี้มาจากคำภาษาอังกฤษว่า carrying ซึ่งรวมถึง การเคลื่อนย้ายวัตถุในแนวราบด้วยการเดิน ไม่ว่าจะเป็นการถือวัตถุด้วยมือ หรือแบกด้วยบ่า คอ ไหล่ การหอบ ทุ่นวัตถุด้วยสิริระ เป็นต้น

การแบกสามารถก่อให้เกิดอุบัติเหตุขณะทำงานและเป็นสาเหตุให้เกิดการบาดเจ็บสะสมได้ เช่นเดียวกับการยก การดึงและดันวัตถุ แต่ที่สำคัญ การแบกมักเป็นกิจกรรมที่ต้องทำอยู่ยาวนานและใช้พลังงานมากทำให้เกิดความเมื่อย ถ้าได้ ในทางอุตสาหกรรมใช้การแบกน้อยลง เนื่องจากมีการใช้รถเข็น ล้อเลื่อนและรางเลื่อนมาช่วยเคลื่อนย้ายวัตถุมากขึ้น แต่ในทางเกษตรกรรมยังมีการแบกวัตถุกันอยู่มากเพราะสภาพพื้นที่ไม่อำนวยในการ ใช้รถเข็น เช่น การแบกกระสอบ แบกถุงปุ๋ย การหอบน้ำ ขอสวนวิธีป้องกันการบาดเจ็บจากการแบก และข้อดีข้อเสียของการแบกแต่ละชนิด เพื่อให้เป็นแนวคิดแก่ผู้ใช้แรงงานที่จะต้องแบกวัตถุบ่อยๆ แบกไม่เหมือนยกแบกต่างจากยกตรงที่ว่าแบกเป็นการเคลื่อนย้ายวัตถุในแนวราบ ในขณะที่ยกเป็นการเคลื่อนย้ายวัตถุในแนวตั้งด้านกับแรงโน้มถ่วงของโลก การยกต้องใช้ความแข็งแรงอย่างมากในการเอาชนะแรงโน้มถ่วงของน้ำหนักนั้น และต้องอาศัยการทำงานที่ประสานกันของกล้ามเนื้อแขนขาและลำตัว ซึ่งจะทำให้เกิดแรงกดที่หมอนรองกระดูก- สันหลังได้มากกว่าการแบก เนื่องจากการยกมีการเคลื่อนไหวของหลังและกล้ามเนื้อหลังต้องทำงานหนักกว่า

โดยทั่วไปแล้วคนทำงานสามารถแบกของได้หนักกว่ายก ยกตัวอย่างในคนแบกกระสอบ ข้าวสารสามารถแบกข้าวสารหนัก ๑๐๐ กิโลกรัมได้ แต่ไม่สามารถยกกระสอบข้าวใส่ป่าตัวเองได้ จะต้องมีคนช่วยยกใส่ป่าให้เนื่องจากการจะยกน้ำหนัก ๑๐๐ กิโลกรัมไม่ใช่เรื่องง่าย

## การแบกวัตถุด้วยมือ

### การแบกวัตถุด้วยมือ มี 2 แบบคือ

1. การถือของ ด้านหน้าลำตัวด้วยมือทั้ง 2 ข้าง การแบกแบบนี้มีข้อดีคือสามารถวางและปล่อยวัตถุได้ง่าย เหมาะสำหรับการแบกของหนักในระยะเวลาสั้นๆ ส่วนที่จะมีอาการล้าคือกล้ามเนื้อของแขนและมือที่ถือวัตถุนั้นอยู่ การถือของด้วยการงอข้อศอกจะทำให้ถือได้น้อยลงประมาณ 2-3 กิโลกรัม แต่ช่วยในแง่ของการเดิน เนื่องจากการงอศอกจะช่วยไม่ให้วัตถุไปกีดขวางการเคลื่อนไหวของขาขณะเดิน แต่อุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้น คือการลื่น สะดุด ล้ม เนื่องจากมองไม่เห็นพื้น การ ขึ้น-ลงบันได ต้องทำด้วยความระมัดระวังมากเป็นพิเศษ

2.การหิ้ว เช่น การหิ้วกระเป๋า มีข้อดีเช่นเดียวกัน กับการถือของทางด้านหน้า เพราะสามารถวางและ ยกวัตถุได้ง่าย แต่ข้อเสียคือลำตัวจะเอียงไปทางด้านใดด้านหนึ่งและต้องใช้พลังงานอย่างมาก ใน การหดเกร็งแบบคงที่ของกล้ามเนื้อที่ใช้ในการทรงตัว ดังนั้น ถ้าจะต้องเดินมากกว่า ๑๐๐ เมตรไม่ควรหิ้วของหนักเกิน ๕ กิโลกรัม

### การแบกวัตถุด้วยบ่าและหลัง

การแบกวัตถุด้วยบ่าและหลัง เช่น การแบกกระสอบข้าวสาร ถุงปูน การแบกแบบนี้จะสามารถแบก น้ำหนักได้มากที่สุด เพราะน้ำหนักของวัตถุจะตกผ่านลำตัวไปสู่พื้นโดยไม่ต้องใช้แรงของแขนในการถือวัตถุนั้น

### ข้อเสียของการแบกแบบนี้ คือ

1. ผู้แบกต้องทรงตัวให้ดี ยิ่งถ้าแบกขึ้นลงทางลาด เช่น บันได หรือทางเดินแคบ ผู้แบกจะเสียการทรงตัว ตกบันไดหรือล้มได้ง่าย
2. ถ้าผู้แบกไม่มีความชำนาญ จะต้องใช้กล้ามเนื้อหลังอย่างมากในการแบก อาจก่อให้เกิดการบาดเจ็บของหลังได้ง่าย
3. จะมีแรงกดอย่างมากบริเวณจุดที่รับน้ำหนัก เช่น คอหรือบ่า ทำให้การไหลเวียนเลือดบริเวณนั้นลดลง

4. จะทำให้ข้อกระดูกสันหลังบริเวณคอและหลังผิดรูป หรือเสียความยืดหยุ่นไป ถ้าต้องทำงานแบกลักษณะนี้ไปนานๆ

#### การหอบ

การหอบมีหลายชนิด การหอบของชายของแม่ค้า การหอบสินแร่ในงานเหมือง การแบกชนิดนี้มีข้อดีคือ แบนน้ำหนักได้มาก ผู้แบกสามารถยกวัตถุได้เอง และใช้ พลังงานน้อยกว่าการถือด้วยมือ อีกทั้งยังสามารถใช้มือช่วยป้องกันไม่ให้ล้มได้ขณะแบกแต่การหอบมีข้อเสียคือ จะเสียการทรงตัวได้ง่ายถ้าไม่ชำนาญ มีแรงกดบนบ่าถ้าน้ำหนักมากเกินไป การหอบโดยใช้คอนของแม่ค้านับว่าเป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่น่าทึ่ง เนื่องจากไม้คานนั้นมีความยืดหยุ่น เคลื่อนไหวขึ้นลงขณะเดิน ทำให้แรงกดบนบ่าลดลงเป็นช่วงๆ

#### การสะพายด้วยเป้

การสะพายโดยใช้เป้ นับเป็นการแบกที่มีประสิทธิภาพดีที่สุดเพราะใช้พลังงานน้อย ที่สุดเหมาะสำหรับการแบกของที่มีน้ำหนักมากถึงปานกลาง และต้องแบกเป็นระยะเวลาานการบรรจุของลงในเป้ ควรให้ช่องหนักอยู่ใกล้เอว (ก้นเป้) มากที่สุด กระจายน้ำหนักไปทางด้านหน้าของเป้มากที่สุด และกระจายน้ำหนักทางด้านข้างให้เท่ากัน ทั้งนี้เพื่อให้ทรงตัวได้ง่าย และกล้ามเนื้อหลังทำงานน้อยที่สุด

ข้อเสียของการแบกแบบนี้คือแรงกด ของสายสะพายบนบ่า และหน้าอก การวางและยกเป้มาสะพาย ทำได้ยาก การระบายความร้อนของร่างกายทำได้ไม่ดี เนื่องจากการที่เป้แนบกับส่วนหลัง ถ้าของหนักมากจะต้องก้มหลัง ทำให้เสียบุคลิกและมีการบาดเจ็บของกล้ามเนื้อและกระดูกสันหลังได้ โดยเฉพาะใน นักเรียนที่สะพายเป้ทุกวัน ไม่ควรให้เป้หนักเกินร้อยละ 10-20 ของน้ำหนักตัว

#### การหุนของด้วยศีรษะ

เป็นวิธีการแบกที่ใช้พลังงานค่อนข้างน้อย แต่ ผู้แบกต้องอาศัยความชำนาญอย่างมากในการทรงท่า การเคลื่อนไหวของตัวในทิศทางต่างๆ เช่น การหมุนตัว การเดินขึ้นลงทางลาดทำได้ยาก เพื่อลดแรงกดที่ศีรษะผู้แบกต้องหาวัสดุที่มีมารองระหว่างศีรษะกับวัตถุ



## 8 ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงขณะแบก

1. วิธีการแบกวัตถุ มีหลายแบบ ตั้งแต่ หิ้ว ถือ สะพาย ทูน หาบ แบกโดยใช้บ่า คอ หลัง และ สะโพก การแบกแต่ละแบบจะใช้พลังงานและมีข้อดีข้อเสีย ต่างกัน

2. การใช้พลังงาน การแบกจะเหมือนกับการเพิ่มน้ำหนักตัว ซึ่งจะทำให้ต้องใช้พลังงานมากขึ้นในการเคลื่อนที่ไปข้างหน้า

3. น้ำหนักวัตถุ เป็นปัจจัยหลักที่มีผลถึงพลังงานที่ใช้ การบาดเจ็บที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีแรงกดไปที่หมอนรองกระดูกมากเกินไปและ การลื่นล้มเนื่องจากการเสียการทรงตัว

4. ระยะห่างของวัตถุกับลำตัว ถ้าจุดศูนย์กลางของวัตถุอยู่ห่างจากตัวทางด้านหน้า จะต้องใช้กล้ามเนื้อหลังมากในการดึงไม่ให้ตัวล้มไปข้างหน้า ในทางกลับกันถ้าแบกของไว้บนหลังจำเป็นต้องก้มเพื่อให้จุดศูนย์กลางตกลง ระหว่างเท้าทั้ง 2 ข้าง

5. ระยะทางและความเร็วในการเดินแบก วัตถุ ระยะทางการแบกวัตถุที่ไกล มีความเร็วในการเดิน สูง จะใช้พลังงานเพิ่มขึ้น ปัจจัยนี้มีความสัมพันธ์กับ น้ำหนักของวัตถุ กล่าวคือถ้าวัตถุหนักมาก ระยะทางที่สามารถแบกได้และความเร็วในการเดินจะน้อยลง

6. แรงกดระหว่างวัตถุกับร่างกาย เช่น การหาบของจะมีแรงกดที่บริเวณไม้คาน หรือการสะพายเป้ทางด้านหน้า จะขัดขวางการหายใจ

7. การระบายความร้อน เช่น การสะพายเป้หลัง เป็นระยะเวลานานๆ จะขัดขวางการระบายความร้อนโดยผิวหนังบริเวณหลัง

8. ที่จับหรือมือจับที่จับได้สะดวกและมั่นคง จะช่วยให้แบกน้ำหนักได้เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ

10-20

## 8 ข้อแนะนำทั่วไปสำหรับการแบกวัตถุ

1. เลือกชนิดของการแบกให้เหมาะสมกับงาน เช่น การแบกกระสอบข้าวสาร ควรแบกด้วยบ่า เพราะสามารถจะวางกระสอบลงพื้นได้ง่าย

2. การเดินแบกวัตถุแม้ในทางราบจะใช้พลังงานมาก ถ้างานส่วนใหญ่เป็นการแบกหาม ต้องกินอาหารที่ให้พลังงานสูง ดื่มน้ำให้เพียงพอ และพยายามนอนในระหว่างช่วงพัก เพื่อช่วยลดแรงกดที่กระดูกสันหลัง และลดการล้าของกล้ามเนื้อ

3. ไม่ควรแบกของที่หนักเกินกำลัง ขณะนี้กระทรวงแรงงานได้ออกประกาศกฎกระทรวงว่าด้วยกำหนดอัตราน้ำหนักที่นายจ้างให้ลูกจ้างทำงาน ยก แยก หาม หาบ ทูน ลาก หรือเข็นของหนักได้ไม่เกิน 55 กิโลกรัมในชาย และ 25 กิโลกรัมในหญิงไทย

4. ควรแบกวัตถุให้ชิดตัวมากที่สุดเพื่อที่จะใช้พลังงานน้อยที่สุดในการทรงตัว

5. ขณะ แยก มือและขาควรเคลื่อนไหวได้สะดวก โดยเฉพาะการเดินไม่ควรให้วัตถุที่แบกขัดขวางการเดิน เช่นการแบกของไว้ด้านหลังด้วยมือทั้ง 2 ข้าง จะทำให้เดินไม่สะดวก

6. บริเวณที่มีแรงกดจากการแบกควรใช้วัสดุที่นิ่มรอง ยกตัวอย่างเช่น บริเวณคอหรือบ่าควรถูผ้าหรือวัสดุที่นิ่มรอง เพื่อป้องกันการกดทับ

7. ใน การแบกวัตถุในระยะทางไกลโดยเฉพาะการใช้เป้หลัง ควรมีการพักวางเป็นระยะๆ เพื่อให้แผ่นหลังได้ระบายความร้อน และเป็นการลดแรงกดบริเวณบ่า

8. การแบกกล่องควรมีที่จับข้างกล่องที่มั่นคง

## 5. จิตวิทยาสี

การใช้สีให้สอดคล้องกับหลักจิตวิทยา จะต้องเข้าใจว่าสีใดให้ความรู้สึกต่อมนุษย์อย่างไร จึงจะใช้ได้อย่างเหมาะสม ความรู้สึกเกี่ยวกับสี สามารถจำแนกออกได้ดังนี้

สีแดง ให้ความรู้สึกอันตราย เร้าร้อน รุนแรง มั่นคง อุดมสมบูรณ์

สีส้ม ให้ความรู้สึกสว่าง เร้าร้อน อุดมคติ

สีเหลือง ให้ความรู้สึกสว่าง สดใส สดชื่น ระวัง

สีเขียว ให้ความรู้สึกงอกงาม พักผ่อน สดชื่น

สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกสงบ ผ่อนคลาย สง่างาม ทึบ

สีม่วง ให้ความรู้สึกหนัก สงบ มีเลศนัย

สีน้ำตาล ให้ความรู้สึกเก่า หนัก สงบเงียบ

สีขาว ให้ความรู้สึกบริสุทธิ์ สะอาด ใหม่ สดใส

สีดำ ให้ความรู้สึกหนัก หดหู่ เศร้าใจ ทึบตัน

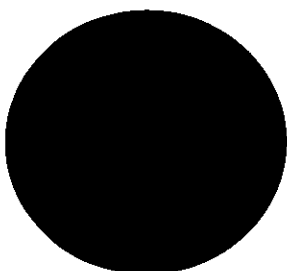
การใช้สีตามหลักจิตวิทยา สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ได้หลายประการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะ

การใช้งาน ประโยชน์ที่ได้รับนั้น สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ประโยชน์ในด้านแสดงเวลาของบรรยากาศในภาพเขียน เพราะสีบรรยากาศในภาพเขียนนั้น จะแสดงให้เห็นว่าเป็นภาพตอนเช้า ตอนกลางวันหรือตอนบ่าย เป็นต้น
2. ประโยชน์ในการการค้า คือ ทำให้สินค้าสวยงาม น่าซื้อหา นอกจากนี้ยังใช้กับงานโฆษณา เช่น โปสเตอร์ต่างๆ ช่วยให้จำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น
3. ประโยชน์ในด้านประสิทธิภาพของการทำงาน เช่น โรงงานอุตสาหกรรม ถ้าทาสีสถานที่ทำงานให้ถูกหลักจิตวิทยา จะเป็นทางหนึ่งที่จะช่วยสร้างบรรยากาศให้น่าทำงาน คนงานจะทำงานมากขึ้น มีประสิทธิภาพในการทำงานสูงขึ้น
4. ประโยชน์ในการตกแต่ง สีของห้อง และสีของเฟอร์นิเจอร์ ช่วยแก้ปัญหาเรื่องความสว่างของห้อง รวมทั้งความสุขในการใช้ห้อง ถ้าเป็นโรงเรียนเด็กจะเรียนได้ผลดีขึ้น ถ้าเป็นโรงพยาบาลคนไข้จะหายเร็วขึ้น

อิทธิพลของสีที่มีผลกระทบต่อจิตใจมนุษย์

1. สีแดง (ชื่อเสียง ลาภยศ)



ความรัก ความหลงใหล ความตื่นเต้น ความกระตือรือร้น ความสนใจ ความเร็ว ไฟ ความร้อน สงคราม พลัง ความมีชีวิตชีวา ความโกรธ ความก้าวร้าว อันตราย ความมุ่งมั่น ความเป็นผู้นำ ความแค้น และความกล้าหาญ

พลังของสีแดง

สีแดงจะสื่อถึงพลังงานทางเพศชาย ช่วยกระตุ้นการเจริญอาหารและความรู้สึกทางเพศ เพิ่มการขับเหงื่อ เพิ่มอัตราการเผาผลาญและความดันโลหิต ช่วยทำให้วัตถุสิ่งของโดดเด่นและสะดุดตา ทำให้ประสาทสัมผัสตื่นตัวและทำให้มีปฏิกิริยาตอบสนองที่เร็วขึ้นค่ะ ส่วนในด้านความเชื่อของหลักฮวงจุ้ย สีแดงมีพลังอำนาจป้องกันพลังงานที่ไม่ดีหรือสิ่งชั่วร้ายได้ แต่ต้องระวังการใช้สีแดงในการเจรจาต่อรองและสถานการณ์ที่ตึงเครียดด้วย

2.สีน้ำเงิน - สีฟ้า (ปัญญาความรู้)



ความหมาย

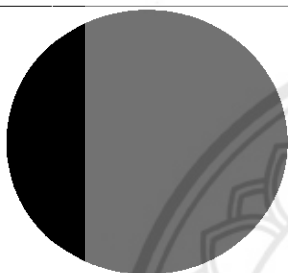
ความสงบ ความเงียบ ความมั่นคง ความศรัทธา ความมีระเบียบ ความจริง ความสุขุม ความเชื่อถือ ความจงรักภักดี ความเยือกเย็น ความราบรื่น ความเป็นเอกภาพ ความเป็นอนุรักษ์นิยม แรงแบบมั่นคงใจ

พลังของสีน้ำเงิน - สีฟ้า

โทนสีนี้จะให้ความรู้สึกสงบเย็นที่สุด ช่วยทำให้ผ่อนคลายและทำให้จิตใจของเพื่อนๆรู้สึกสงบด้วยค่ะ เนื่องจากเป็นสีที่ช่วยกระตุ้นปฏิกิริยาเคมีในร่างกาย นอกจากนั้นยังเป็นสีโปรดของผู้คนทั่วโลก

มากกว่าครึ่ง และยังคงถูกเลือกให้เป็น ‘สีที่ปลอดภัย’ ที่สุดในกรณีที่คุณไม่แน่ใจว่าจะใช้สีอะไรดีอีกด้วย ค่ะ โทนสีฟ้าจะกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และอิสระ ส่วนโทนสีน้ำเงินนั้นจะสื่อถึงฐานะของสังคมชั้นสูง และความร่ำรวย สีน้ำเงินเข้มแสดงออกถึงความรู้ ความเฉลียวฉลาด ธรรมชาติ และความไวเนื้อเชื้อใจ จึงเหมาะมากๆเลยคะหากจะนำมาใช้เกี่ยวกับงานหรือในสถานที่ทำงาน เพราะจะช่วยสร้างบรรยากาศสุขุมและเป็นมืออาชีพ

### 3. สีเขียว (ครอบครัวและสังคม)



#### ความหมาย

ธรรมชาติ ชีวิต มนุษยชาติ การเริ่มต้น ความสดชื่น ความปลอดภัย อาหาร ความอุดมสมบูรณ์ ความเป็นอมตะ การเจริญงอกงาม การเติบโต การดูแล การรักษาเยียวยา ความเห็นอกเห็นใจ การควบคุม ความสมดุลทางกายและใจ ความสัมพันธ์ที่ดี

#### พลังของสีเขียว

สีเขียวช่วยกระตุ้นให้เพื่อนๆรู้สึกสดชื่น ลดความเหน็ดเหนื่อย คลายความตึงเครียด ความตื่นตระหนกและความวิตกกังวลลงไป อีกทั้งยังเป็นสัญลักษณ์สากลของคำว่า ‘ผ่าน’ หรือ ‘ไปได้’ ด้วยนะ สีเขียวสามารถช่วยเพื่อนๆผ่อนคลายสายตา และระบบประสาท สีเขียวเข้มช่วยในเรื่องการมองเห็นและสมาธิ นอกจากนั้นยังมีพลังช่วยให้จิตใจภายในสงบ ช่วยพัฒนาอารมณ์และพฤติกรรม สื่อถึงเกียรติยศ ความร่ำรวยและเงิน สีเขียวอ่อนนั้นจะช่วยให้รู้สึกสดชื่น ในขณะที่สีเขียวมะนาวอ่อนจะสื่อถึงความอ่อนแรง

#### 4. สีเหลือง (สุขภาพและความสมดุล)

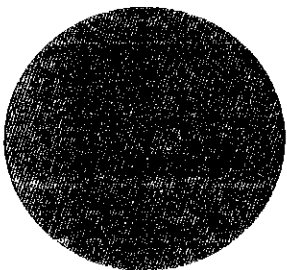
##### ความหมาย

ความรื่นเริงเบิกบานใจ ความสุข ความสดใสรุ่งเรือง พลัง อนาคต การมองโลกในแง่ดี อุดมคติ จินตนาการ ความหวัง แสงสว่าง ฤดูร้อน ปัญญา ปรัชญา ความคิดสร้างสรรค์ ความไม่จริงจัง ความซื่อซลาด การทรยศ ความริษยา ความเจ็บป่วย อันตราย

##### พลังของสีเหลือง

สีเหลืองเป็นสีที่ช่วยในเรื่องของการเจริญอาหาร การกระตุ้นสมองและความจำ และช่วยสร้างความมั่นใจ และยังเป็นสีที่ช่วยเรื่องการคิดวิเคราะห์และการใช้เหตุผลอีกด้วย สีเหลืองเข้มจะช่วยเพื่อน ๆ กระตุ้นความรู้สึกและความคิดถึงอนาคตที่สดใสและดียิ่งขึ้น แต่สีเหลืองหม่นจะให้ความรู้สึกเจ็บป่วยอ่อนแอค่ะ ในทางจิตวิทยาสีเหลืองช่วยเชื่อมต่อกับความคิดในจิตใต้สำนึกของเรา สีเหลืองเป็นสัญลักษณ์สากลของการเตือนให้ระวัง และเป็นสีที่ส่งพลังงานออกไปสู่สมองของเราได้ไวที่สุดอีกด้วย

#### 5. สีส้ม (จิตวิญญาณและความรู้)



##### ความหมาย

พลัง ความกระตือรือร้น ความมีชีวิตชีวา ความสนุกสนาน การผจญภัย ความอบอุ่น ความยุติธรรม ความรอบรู้ มารยาท ความหลงใหล ความมีเสน่ห์ ความสุข ความมั่นใจ ความปรารถนา การเก็บเกี่ยว ฤดูใบไม้ผลิ

พลังของสีส้ม

สีส้มเป็นสีที่ช่วยกระตุ้นพลังงานและความสดชื่นค่ะ สื่อไปถึงการมองโลกในแง่ดี ไปจนถึงสุขภาพที่ดี เจกเช่นความฉ่ำสมบูรณ์ของผลส้ม สีส้มสื่อถึงรสชาติและช่วยกระตุ้นให้เจริญอาหาร สีส้มเป็นแห่งความสนุกและการผจญภัยค่ะ ทั้งยังช่วยจุดประกายการสื่อสารที่ดี สีส้มช่วยกระตุ้นการทำงานของจิตใจและช่วยเพิ่มปริมาณการส่งผ่านของอากาศไปสู่สมอง ช่วยกระตุ้นเรื่องการจัดระบบหรือความเป็นระเบียบสิ่งต่างๆ นอกจากนั้นยังมีพลังดึงดูดความสนใจโดยเฉพาะเด็กๆ ช่วยส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และกระตุ้นความหวังได้เป็นอย่างดีเลยนะคะ

6.สีม่วง (ความร่ำรวยรุ่งโรจน์)



ความหมาย

ฐานันดรศักดิ์ จิตวิญญาณ ความสูงส่ง ความหรูหรา การเฉลิมฉลอง เวทมนตร์คาถา ความลึกลับ ความแพ้อัน สติปัญญา การเปลี่ยนแปลง การหลุดพ้น การปรุงแต่ง ความโหดร้าย ความสง่างาม ความเย่อหยิ่งอวดดี ความโอ้อวด ความเศร้าโศก การไว้อาลัย

พลังของสีม่วง

สีม่วงเป็นสีที่ช่วยในการทำสมาธิ และยังช่วยให้นอนหลับลึกได้เป็นอย่างดีเลย กระตุ้นความสร้างสรรค์ทางความฝันและสติปัญญา และที่สำคัญยังช่วยสงบจิตใจที่วุ่นวายได้ด้วยนะคะ สีม่วงเข้มสื่อถึงความหรูหรา แต่ก็แฝงไปด้วยความรู้สึกเศร้าโศก อาลัยอาวรณ์ และความขุ่นเคืองใจคะ ในส่วนของสีม่วงอ่อนช่วยกระตุ้นความรู้สึกความอ่อนไหว โรแมนติก ความคิดสร้างสรรค์ ยังไม่หมดเท่านั้นคะสีม่วงยังช่วยเติมเต็มความคิดและความปรารถนาภายใน สื่อถึงความเห็นอกเห็นใจ เชื่อมโยงกับพลังงานทางจิตวิญญาณและพลังจิต ผู้หญิงส่วนใหญ่จะชอบสีม่วงอ่อน ในขณะที่ผู้ชายชอบสีม่วงเข้มมากกว่า

#### 7. สีชมพู (ความสัมพันธ์และชีวิตคู่)



##### ความหมาย

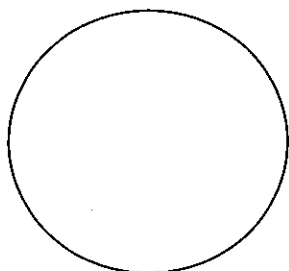
ความนุ่มนวล ความอ่อนโยน ความไร้เดียงสา ความอ่อนเยาว์ การดูแลเอาใจใส่ การทะนุถนอม ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ จิตใจดี ความหวาน ความบอบบาง นางฟ้า เพศหญิง ความรัก ความเอ็นดู หัวใจ มิตรภาพ เสน่ห์ สุขภาพที่ดี ความอ่อนไหวทางอารมณ์ ความไม่เป็นผู้ใหญ่

##### พลังของสีชมพู

สีชมพูมีพลังในการรักษา โดยเฉพาะกับผู้ที่ปัญหาทางอารมณ์คะทั้งนี้สีชมพูยังช่วยให้จิตใจสงบ ผ่อนคลายและอ่อนโยนขึ้นได้อีกด้วยคะ สีชมพูช่วยกระตุ้นให้รู้สึกถึงความรัก ความชื่นชม และความน่าทะนุถนอม สีชมพูจะดึงดูดความอ่อนเยาว์ ความมั่นใจ ความกระปรี้กระเปร่า และความสนุกสนาน ส่วนสีชมพูอ่อนจะดึงดูดความอ่อนหวาน ความสวยงาม ความเสน่ห์ที่นุ่มนวล ความอ่อนโยน และความรักแบบไม่มีเงื่อนไข เป็นสีที่น่ารักจริงๆเลยนะคะเนีย



## 8. สีขาว (เด็กและความคิดสร้างสรรค์)



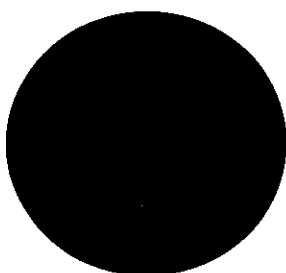
ความหมาย

ความบริสุทธิ์ สันติภาพ ความสงบสุข ความดี ความเรียบง่าย ความสะอาด ความไร้เดียงสา  
ความอ่อนเยาว์ ความหลุดพ้น ความว่างเปล่า ความเบา ความเท่าเทียม การเกิด การแต่งงาน ความ  
ตาย สถานพยาบาล หิมะ การปลอดเชื้อโรค ความเย็น ฤดูหนาว

พลังของสีขาว

สีขาวมีพลังช่วยสร้างสมดุลให้กับการตัดสินใจ และแน่นอน สร้างความรู้สึกสะอาด ปลอดภัย  
และเรียบง่าย โดยที่สีขาวจะสื่อถึงความสมบูรณ์แบบ ความเปิดเผย ความจริง ความมีเมตตา การ  
รักษา แง่บวก ช่วยชำระล้างความคิดและความรู้สึก รวมไปถึงจิตวิญญาณ และพลังด้านลบ ช่วยเพิ่ม  
พื้นที่ว่างให้กับความคิดใหม่ๆ แต่ในด้านลบสีขาวยังสื่อถึงความรู้สึกหนาว เบื่อหน่าย จืดชืด และไม่มี  
ความสุข หากใช้มากเกินไปอาจทำให้รู้สึกว่างเปล่าและเหงาได้ค่ะ ต้องระวังตรงจุดนี้กันด้วยนะคะ

## 9. สีดำ (ตัวตนและหน้าที่การงาน)



ความหมาย

พลังอำนาจ ความรอบรู้ ความลึกซึ้ง ความน่าเกรงขาม ความเป็นทางการ ความหรูหรา ความ  
ทุกซ์ ความเศร้า ความโกรธ ความตาย การมองโลกในแง่ร้าย การบังคับควบคุม ความมืด ความลึกกลับ  
ความกลัว ความชั่วร้าย

พลังของสีดำ

สีดำเป็นสีอมตะคลาสสิก สื่อถึงความรู้สึกลึกกลับและไม่เป็นที่รู้จัก แต่ก็ยังเป็นสียอดนิยมของ  
ใครหลายคนนะคะ สีดำช่วยส่งเสริมเรื่องการควบคุมตนเองและความเป็นอิสระ สื่อถึงสิ่งที่มองไม่เห็น  
ความชั่วร้าย และความมืด ในขณะที่เดียวกันก็ให้ความรู้สึกหรูหรา ราคาแพง มีรสนิยมอีกด้วย สีดำเป็น  
สีที่ดึงดูดพลังงานด้านลบ หากใช้มากเกินไปจะทำให้รู้สึกอึดอัด ไม่สบายใจ และสามารถสร้าง  
บรรยากาศที่ไม่เป็นมิตร การครอบงำ และการสิ้นสุด

10.สีน้ำตาล (สุขภาพและความสัมพันธ์ในครอบครัว)



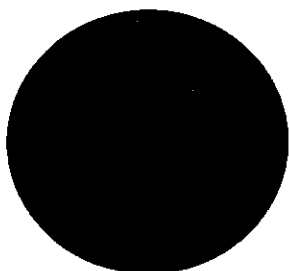
ความหมาย

ความเป็นมิตร ความอบอุ่น ความจริงใจ ความแข็งแรง ความซื่อสัตย์ ความไว้วางใจ สุขภาพ  
ความยั่งยืน ความทนทาน ความเรียบง่าย ความเป็นผู้ใหญ่ ความเสมอภาค

พลังของสีน้ำตาล

สีน้ำตาลจะช่วยสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นและเข้าได้กับแทบทุกสี ให้ความรู้สึกสมบูรณ์  
เชื่อมโยงกับธรรมชาติแวดล้อม ความมั่นคง ความไม่ไร้สาระ และความสมถะติดดิน นอกจากนั้นสี  
น้ำตาลสื่อถึงความเป็นเจ้าข้าวเจ้าของ ความพิถีพิถัน ความเป็นระเบียบ ความรู้สึกเป็นครอบครัว การ  
เป็นส่วนหนึ่ง ความปรองดอง ความสะดวกสบาย และรสนิยมที่ดีในการใช้ชีวิตไปจนถึงความมีสไตล์  
เป้าหมายและโชคทางการเงิน ในขณะที่ให้พลังทางด้านลบ ได้แก่ ความรู้สึกเฉื่อยชา ทรหณี ความ  
เศร้า ความน่าเบื่อและการขาดอารมณ์ขัน

### 11. สีเทา (มิตร ผู้อุปถัมภ์ และการเดินทาง)



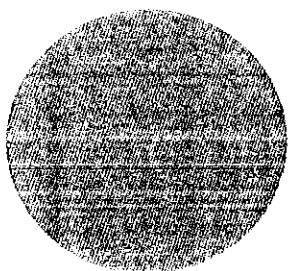
ความหมาย

ความอ่อนน้อมถ่อมตน ศักดิ์ศรี ความเสถียร ความมั่นคง ความเป็นทางการ ความมีระเบียบ  
สติปัญญา ความเชื่อถือ ความจงรักภักดี ความเป็นผู้ใหญ่ ความมีอายุ ความเศร้า ความน่าเบื่อ ความ  
เป็นอนุรักษ์นิยม

พลังของสีเทา

สีเทานี้จะค่อนข้างส่งผลน้อยกว่าสีอื่นๆ สีเทามีพลังทำให้จิตใจสงบและมั่นคง แต่ก็อาจทำให้  
รู้สึกลังเลในการตัดสินใจได้ สีเทาเป็นสีที่ไม่ก่อให้เกิดอารมณ์จึงอาจทำให้รู้สึกด้านชาไร้ชีวิตชีวา ทั้งนี้  
พลังงานที่ดึงดูดนั้นจะต่างกันไปตามระดับความเข้มของสี สีเทาเชื่อมโยงกับการมีหิวโหริบปัญญา การ  
มีความนอบน้อม การเก็บตัว และการมีวุฒิภาวะ สื่อถึงความมีศักดิ์ศรี ความสง่างาม ความมีระดับ  
และการประนีประนอม สีเทาเป็นสีที่ไม่เรียกร้องความสนใจและช่วยเป็นพื้นหลังขับให้สีอื่นโดดเด่น ซึ่ง  
สามารถช่วยสร้างความรู้สึกผ่อนคลายและสงบเย็นให้กับจิตใจ สีเทาอ่อนนั้นจะสื่อถึงผู้หญิง ในขณะที่สี  
เทาเข้มสื่อถึงผู้ชาย

### 12. สีทอง (ความมั่งคั่งและความหรูหรา)



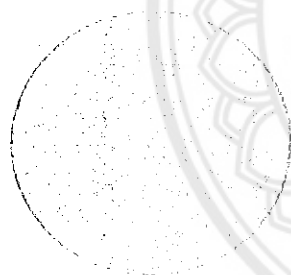
ความหมาย

ความหรรษา ความมีระดับ ความสูงส่ง ความสำเร็จ ความเปิดเผย ความรอบรู้ ความมั่นใจ  
ชัยชนะ คุณธรรม ความเมตตา ความใจกว้าง ความตั้งใจ มนต์ขลัง การหลงตัวเอง ความอิจฉา การ  
หลอกลวง

พลังของสีทอง

สีนี้คงเป็นสีโปรดของใครหลายคน สีทองบ่งบอกถึงคุณค่า รสนิยม ความเจริญรุ่งเรือง และ  
พลังอำนาจของเพศชาย สีทองทำให้ทุกสิ่งที่อยู่รอบๆ สว่างสดใส ช่วยเพิ่มความอบอุ่นและดึงดูดความ  
ร่ำรวย นอกจากนี้ยังนำมาซึ่งความสุขสมหวัง ความสำเร็จในชีวิต อำนาจ มิตรภาพ และการมองโลก  
ในแง่ดี สุขภาพที่ดี การใช้สีทองอย่างสมดุลจะช่วยให้เป็นที่รักและเข้าถึงจิตวิญญาณ ช่วยพัฒนาจิต  
วิญญาณ วุฒิภาวะ และปัญญา แต่หากใช้มากเกินไปจะดึงดูดความเห่อหยิ่งทะนงตน ความเป็นวัตถุ  
นิยม ความโลภ ความไม่ไว้ใจและความเป็นคนช่างเรียกร้องอีกด้วย

13. สีเงิน (ความสง่างาม)



ความหมาย

ความหรรษา เกียรติยศ ความสง่างาม ความมีน้ำใจ ความเข้าถึง ความกระฉ่างชัด ความ  
อ่อนโยน ความอ่อนไหว ความสร้างสรรค์ เทคโนโลยี ความทันสมัย ความเป็นระบบระเบียบ ความ  
เยือกเย็น ความเฉยชา การปกปิดความรู้สึก

พลังของสีเงิน

สีเงินมีพลังช่วยลดความตื่นเต้น ซึ่งนั่นก็เป็นอิทธิพลสืบเนื่องมาจากสีเทา พลังของสีเงินจะช่วย  
ทำให้รู้สึกสงบทั้งทางร่างกาย ทางจิตใจ และทางอารมณ์ นอกจากนี้ยังช่วยรักษาฮอริโมนที่ขาดความ  
สมดุล สีเงินสื่อถึงวิสัยทัศน์ ภูมิปัญญา พลังจิต ความรู้แจ้ง และที่สำคัญเลยคือสีเงินดึงดูดความร่ำรวย

เช่นเดียวกับสีทอง สีเงินเป็นสีที่ช่วยเป็นกระจกสะท้อนให้คุณเห็นจิตวิญญาณและตัวตนของคุณในมุมมองคนอื่น ช่วยกระตุ้นสัญชาตญาณและญาณหยั่งรู้ รวมไปถึงช่วยให้การสื่อสารดีขึ้นและมีพลังในการชำระล้างจิตวิญญาณและพลังงานด้านลบอีกด้วย

### กายวิภาค (Ergonomic)

ความเป็นมาของการยศาสตร์ จากยุคก่อนประวัติศาสตร์มาจนกระทั่งถึงยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมจะอยู่ในช่วง ระยะเวลาประมาณ 200 กว่าปี นั้นได้มีการพัฒนาการจากการลองผิดลองถูกในการ สร้างสรรค์เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ สำหรับใช้ในการทำกิจกรรมเพื่อการดำรงชีวิตของคน จนกลายเป็นเครื่องจักร เครื่องมือต่างๆ โดยได้มีการพัฒนาปรับปรุงให้ทันสมัยและ สอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการในการใช้งานเรื่อยมา ปัจจุบันสังคมได้เล็งเห็นถึง ความสำคัญของการสร้างและพัฒนาเครื่องจักรอุปกรณ์และเครื่องอำนวยความสะดวก มากขึ้น จึงได้เริ่มมีการกำหนดมาตรการทางกฎหมายมาใช้ในการควบคุม เพื่อลดความ เสี่ยงอันตรายที่จะเกิดขึ้นจากการทำงาน โดยเริ่มมีการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเวชศาสตร์ อุตสาหกรรมได้มีการเปิดสอนในโรงเรียนแพทย์ กับเรื่องอาชีวอนามัยก็ได้มีการเปิดสอน ในโรงเรียนสาธารณสุข และมีการปรับปรุงสภาพการท างานในสถานประกอบการ มีการ พัฒนาระบบการผลิตแบบจำนวนมาก จึงทำให้เกิดการเรียนรู้เรื่องการศึกษา เวลา และ การเคลื่อนไหวในการท างานของมนุษย์ขึ้น ซึ่งเริ่มขึ้นโดย F.W. Taylor ขณะเมื่อทำงานที่ Midvale Steel Co. ในปี พ.ศ.2424 เขาได้พยายามใช้วิธีทางวิทยาศาสตร์ (Scientific approach) เพื่อที่จะคำนวณเวลาที่ใช้ในการทำงานของคนแทนที่จะใช้วิธีการคาดคะเนโดยวิธีสามัญ สำนึกแบบที่เคยปฏิบัติมาก่อน ต่อมา F.B. Gilbreth ในปี พ.ศ.2454 ได้พิจารณาเห็นถึง ความผูกพันกันระหว่างตัวแปรแต่ละตัวในการท างานของคนเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และการ เคลื่อนไหวของการท างานว่ามีผลต่อผลผลิต (Productivity) เป็นอันมาก เช่นเดียวกันกับ ผลจากการศึกษาของนักวิจัยคนอื่นๆ ที่แสดงถึงความสำคัญของมนุษย์ต่อการทำงานได้ ปรากฏขึ้นระหว่างสงครามโลกและหลังสงครามโลก ระยะต่อมามีการจัดประชุมทาง วิชาการเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่มีต่อ สมรรถภาพของคนและภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 วิธีการวิจัยแผนใหม่ได้เกิดขึ้น เมื่อพบว่าขีดความสามารถของคนงานถูกจำกัดโดยสมรรถนะของเครื่องมืออุปกรณ์

## ความสำคัญของการยศาสตร์

เนื่องจากความแตกต่างกันของบุคคลทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม สติปัญญา ซึ่งไม่สามารถกำหนดให้เป็นไปตามความต้องการได้ถึงแม้ว่า ปัจจุบันจะมีความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีมากเพียงใดก็ตาม การที่บุคคลจะทำงานหรือทำกิจกรรม ใดก็ตามที่ต้องอาศัยอุปกรณ์ เครื่องมือเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกก็จะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับการใช้งานเพื่อมิให้เกิดผลกระทบบก่อกำเนิดปัญหาต่อสุขภาพร่างกายใน แต่ละด้านหรือให้มีความเสี่ยงต่ออันตรายน้อยที่สุด ปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีที่มีการประดิษฐ์คิดค้น การออกแบบ เครื่องจักรกล และกระบวนการหรือวิธีการผลิตต่างๆ เพื่อเพิ่มผลผลิตและ เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของงานใน ขั้นตอนกระบวนการทั้งหลาย ซึ่งคนเป็นทรัพยากร ที่มีค่ามากที่สุดของหน่วยงาน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการพยายามปรับคนให้เข้ากับงานที่ทำ (fit the man to the job) นั้น เป็นลักษณะของภาวะจำยอม เพราะการลงทุนทางด้านวัสดุ หรือเครื่องจักรกลได้เกิดขึ้นมากก่อนแล้ว โดยมีได้คำนึงถึงความ สะดวกสบายของคนที่ทำงานเลย ซึ่งอาจก่อให้เกิดความผิดพลาดหรืออุบัติเหตุ ความเมื่อยล้า ความ เสื่อมถอย ของสุขภาพ และส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการผลิต ทั้งทางด้านปริมาณ และคุณภาพ ในทางตรงกันข้ามถ้าหากการออกแบบวัสดุอุปกรณ์ เครื่องจักร หรือเครื่องอำนวยความสะดวกในการท งานได้คิดคำนึงถึงข้อจำกัด และความต้องการของบุคคลที่ ต้องทำงานในลักษณะของ การปรับงานให้เหมาะสมกับคน (fit the job to the man) โดยเห็นความสำคัญของความแตกต่างกัน ของบุคคลก็จะเป็นการลดอัตราความเสี่ยงของ การเกิดความเสียหายและความไม่ปลอดภัยในการ ทำงาน แต่ยังช่วยเพิ่มผลผลิตทั้งด้าน ปริมาณและคุณภาพให้กับหน่วยงานได้ ซึ่งจะต้องหาข้อมูล ประกอบ ได้แก่

1. ความต้องการการชำนานูที่จำเป็นต่อการทำงาน
2. ประเภทของบุคคลที่เหมาะสมกับการทำงาน
3. เพศที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน
4. ตำแหน่งหรือจุดที่เหมาะสมสำหรับการควบคุมเครื่องจักรในการทำงาน
5. ลักษณะการเคลื่อนไหวขณะปฏิบัติงาน

6. ความยากง่ายของงานเปรียบเทียบกับระยะเวลาที่ต้องปฏิบัติงานของคน

7. สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน

ข้อดีของการออกแบบงานให้เหมาะสมกับคน

1. ช่วยลดความผิดพลาดต่างๆ ที่เกิดจากการปฏิบัติงาน

2. ช่วยลดอุบัติเหตุและความเมื่อยล้าจากการปฏิบัติงาน

3. ช่วยลดต้นทุนการผลิตเนื่องจากการสูญเสียลดลงและวัตถุดิบน้อยลง

4. ช่วยลดระยะเวลาและงบประมาณในการควบคุมงานและฝึกอบรม

5. เพิ่มความพึงพอใจและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

6. ช่วยให้ขั้นตอนการทำงานลดลงและสามารถตัดสินใจในการทำงานดีขึ้น

### ความหมายของ Ergonomics

คำว่า Ergonomics มาจากรากศัพท์ในภาษากรีก 2 คำ คือ ergon แปลว่างาน (work) กับคำว่า nomos แปลว่า กฎ (law) เมื่อรวมคำทั้งสองเข้าด้วยกันเกิดเป็นคำใหม่ว่า Ergonomics (Law of Work) มีความหมายถึงการศึกษากฎเกณฑ์ในการทำงาน โดยมีเป้าหมายที่จะปรับปรุงงานหรือสภาวะของงานให้กับแต่ละบุคคล ราชบัณฑิตยสถานได้บัญญัติศัพท์ของคำว่า Ergonomics ไว้คือ การยศาสตร์ โดย อธิบายว่า การยเป็นคำในภาษาสันสกฤต หมายถึง งาน (work) และศาสตร์เป็นวิทยาการ (Science) รวมความเป็น Work Science การยศาสตร์ หมายถึง วิทยาการเกี่ยวกับงานหรือการทำงาน สมาคมการจัดการแห่งประเทศไทยได้บัญญัติศัพท์ของคำว่า Ergonomics ไว้ว่า “สมรรถศาสตร์” ซึ่งหมายความว่า เป็นศาสตร์ที่เกี่ยวกับความสามารถ ในที่นี้หมายถึง ความสามารถในการทำงานของมนุษย์ในลักษณะต่างๆ โดยเทียบเคียงกับคำว่า Human Performance Engineering สถาบันความปลอดภัยในการทำงาน กรมแรงงาน กระทรวงมหาดไทย (ปัจจุบัน เป็นกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน) ได้ให้ความหมายของชื่อนี้ว่า “วิทยาการจัดสภาพงาน” และใช้กันในการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับต่างๆ ถือว่าเป็นชื่อที่สื่อความหมายได้ดี ขอบข่ายของการยศาสตร์ การยศาสตร์เกี่ยวข้องกับแนวคิดที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับเครื่องจักร

อุปกรณ์ ลักษณะของงานส่วนใหญ่จะเป็นงานที่ทำโดยอาศัยเครื่องจักรอุปกรณ์อำนวยความสะดวก  
ระดับความสามารถในการทำงานจะอยู่ภายใต้อิทธิพลของสภาพแวดล้อม ของวัฒนธรรม สังคม  
เศรษฐกิจ และสภาวะทางจิตใจกับทางกายภาพในระบบงานนั้น ใน ระบบคนกับเครื่องจักร คนจะ  
ทำงานในระบบที่มีกระบวนการทำงานเป็นวงจรปิด โดยคน จะทำงานได้ก็ต่อเมื่อได้รับการป้อนข้อมูล  
ผ่านการรับรู้ และการตอบสนองของกล้ามเนื้อ ข้อต่อ ผิวหนัง หู ตา และอวัยวะรับความรู้สึกอื่นๆ  
เช่นเดียวกับปฏิกิริยาชีวเคมีภายใน ร่างกาย ดังนั้น เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ  
สูงสุด เครื่องจักรอุปกรณ์ ควรที่จะได้รับการออกแบบสร้างโดยพิจารณาถึงสมรรถภาพและข้อจำกัด  
ของผู้ควบคุม เป็นส่วนประกอบสำคัญด้วย ซึ่งโดยสรุปหลักการของการยศาสตร์ ก็คือการจัดงานให้  
เหมาะสมกับคน โดยการ เห็นความสำคัญของคนทำงาน และพยายามที่จะออกแบบสร้างเครื่องมือ  
อุปกรณ์ จัดระบบงานให้เหมาะสมสอดคล้องกับความสามารถและสมรรถนะของแต่ละบุคคล ซึ่งใน  
ประเทศที่พัฒนาแล้วถือเป็นสหวิทยาการ คือนำเอาวิชาการหลายสาขามาเป็นประโยชน์ ในการศึกษา  
การยศาสตร์ ได้แก่ ความรู้จากวิชาสรีรวิทยาและกายวิภาคศาสตร์ ทำให้มีความเข้าใจถึงโครงสร้าง  
สัดส่วนและการท างานของอวัยวะต่างๆ ของ ร่างกาย และเมื่อมีการศึกษาวิชาจิตวิทยาร่วมกันก็ยิ่งทำ  
ให้มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องการ ท างานของระบบประสาทและสมอง การเรียนรู้พฤติกรรมมนุษย์ความรู้  
จากวิชา วิศวกรรมศาสตร์ ทำให้เข้าใจถึงข้อจำกัดและเทคนิคต่างๆ ในการทำงานการผลิตกับ  
เทคโนโลยี และความรู้ความเข้าใจของวิชาอาชีวอนามัย จะช่วยให้มีความสามารถในการ ประเมิน  
สภาพการทำงานที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์ได้



## 7. กระเป๋าของไอศกรีมประสงค์สำหรับแม่ลูกอ่อน

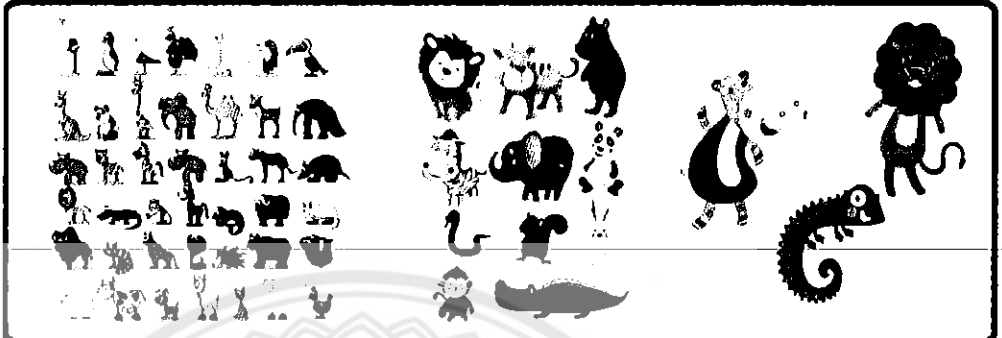
จากข้อมูลในบทที่ 2 ที่ทางผู้วิจัยได้ศึกษานั้น ได้นำการออกแบบกราฟิก ที่เหมาะกับวัยต่างๆ แล้วการออกแบบนั้นนำสี ซึ่งสี นั้นสามารถสร้างการจดจำให้กับเด็ก เน้นโทนสีเขียว เพื่อความสบายตา กราฟิกรูปสัตว์ ที่ให้ความรู้สึกเป็นจุดสนใจของเด็ก

ตาราง 1 สรุปการออกแบบกระเป๋า

	แบบร่างครั้งที่ 1
แนวคิด	มีสไตล์ + ทันสมัย(Modern)+สนุกสนาน(Fun)+น่ารัก (cute)
สี	
รูปแบบกราฟิก	

ซึ่งรูปแบบที่ได้ออกแบบในครั้งแรกทางผู้วิจัย ได้ออกแบบทั้งกระเป๋าแบบเป้ แบบสะพายหน้า แล้วแบบล้อลาก พร้อมกราฟิกรูปผลไม้ รูปสัตว์และรูปตัวอักษร ซึ่งทางผู้เชี่ยวชาญมองเห็นว่า รูปแบบยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้เท่าที่ควร จึงให้คำแนะนำ ในเรื่องของกราฟิกให้ดูมีความน่าสนใจมากกว่านี้และกระเป๋าควรออกแบบให้มีช่องเพื่อสะดวกในการหยิบของมากขึ้น

## ตาราง 2 การออกแบบครั้งที่ 2

	แบบร่างครั้งที่ 2
แนวคิด	มีสไตล์ + ทันสมัย(Modern)+สนุกสนาน(Fun)+น่ารัก (cute)
สื่อ รูปแบบ กราฟิก	

การออกแบบครั้งที่ 2 นั้น ได้เน้นการออกแบบ นำรูปสัตว์มาประยุกต์ พัฒนาให้มีความน่ารัก เหมาะแก่การจดจำ ส่งเสริมพัฒนาการของเด็ก มีการใช้สีเดียว ซึ่งสีเดียวได้ให้ความรู้สึก สบายตา สีเดียวยังสื่อถึงครอบครัวและสังคม การออกแบบได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาในการ พัฒนาลายให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

## วัสดุอุปกรณ์สำหรับการทำกระเป๋า

1. ฝ้ตาข่าย ฝ้ซับใน



ภาพที่ 24 ฝ้ตาข่ายและฝ้ซับใน

ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง, 2560

## 2. โยชับในกระเป๋



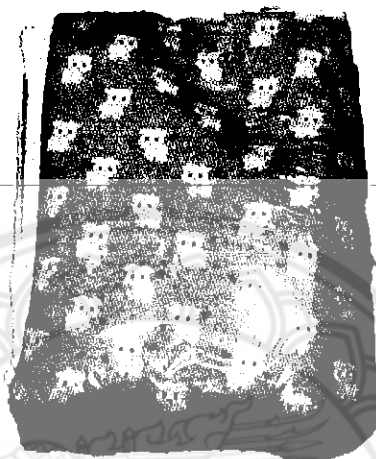
ภาพที่ 25 โยชับในกระเป๋  
ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง, 2560

## 3. พลาสติกทำกระเป๋าและแผ่นรองทำโครงกระเป๋า



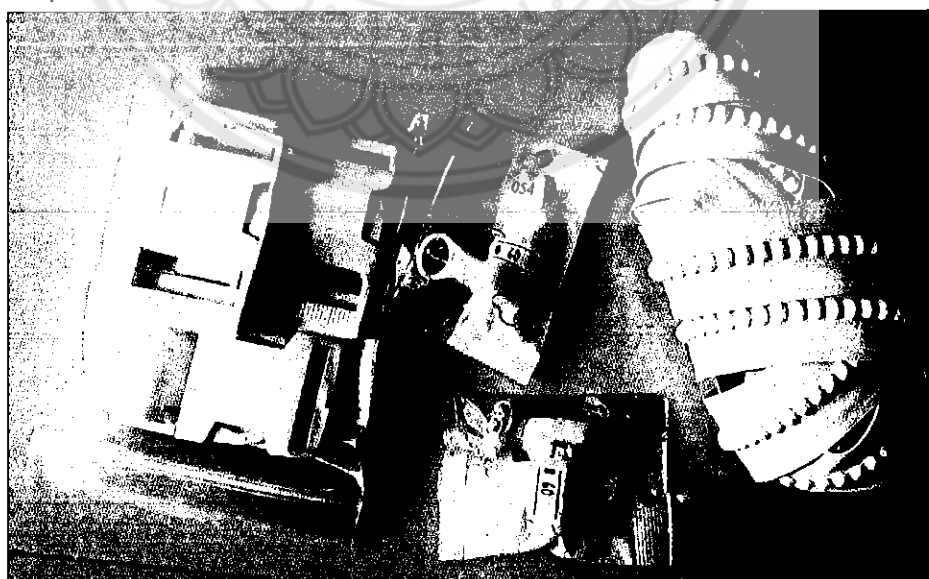
ภาพที่ 26 พลาสติกทำกระเป๋าและแผ่นรองทำโครงกระเป๋า  
ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง, 2560

#### 4. ผ้าพิมพ์ลาย



ภาพที่ 27 ผ้าพิมพ์ลาย  
ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง, 2560

#### 5. อุปกรณ์สำหรับกระเป่า ประกอบไปด้วย หัวซีป ตัวล้อยกกล้ามเนื้อ สายซีป



ภาพที่ 28 อุปกรณ์สำหรับกระเป่า  
ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง, 2560

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการออกแบบกระเป๋ใส่ของเด็กอ่อนสำหรับคุณแม่ ซึ่งทางผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการออกแบบ โดยศึกษาแนวคิด วิธีการ โดยงานวิจัยเล่มนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่จะเริ่มต้นการสัมภาษณ์จากการกลุ่มตัวอย่างและเก็บแบบสอบถาม นำไปสู่การวิเคราะห์และออกแบบ โดยทางผู้วิจัยได้กำหนด ขั้นตอนการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษารูปแบบการออกแบบกระเป๋ แนวคิด ปัญหาของกระเป๋ใส่ของในปัจจุบัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่เราเลือกที่จะศึกษานั้น คือ เพศหญิง ที่มีลูกระหว่าง 1-3 ปี อายุ 25 ปีขึ้นไป ไม่จำกัดการทำงาน รายได้ 20,000 – 40,000 บาทต่อเดือน โดยการเลือกกลุ่มเป้าหมายนั้น เลือกแบบตามหลักจิตวิทยา ใช้ทั้งหมด 20 คน โดย

ความสนใจ เน้นการใช้เครื่องอำนวยความสะดวกเป็นประจำ มีรสนิยม ชอบทดลองสิ่งใหม่ๆ ดูแลเอาใจใส่บุตรอย่างดี เป็นคนช่างเลือกสิ่งดีๆ

ความต้องการ ต้องการความสะดวกสบายขึ้นมากกว่าสิ่งเดิมที่มีอยู่

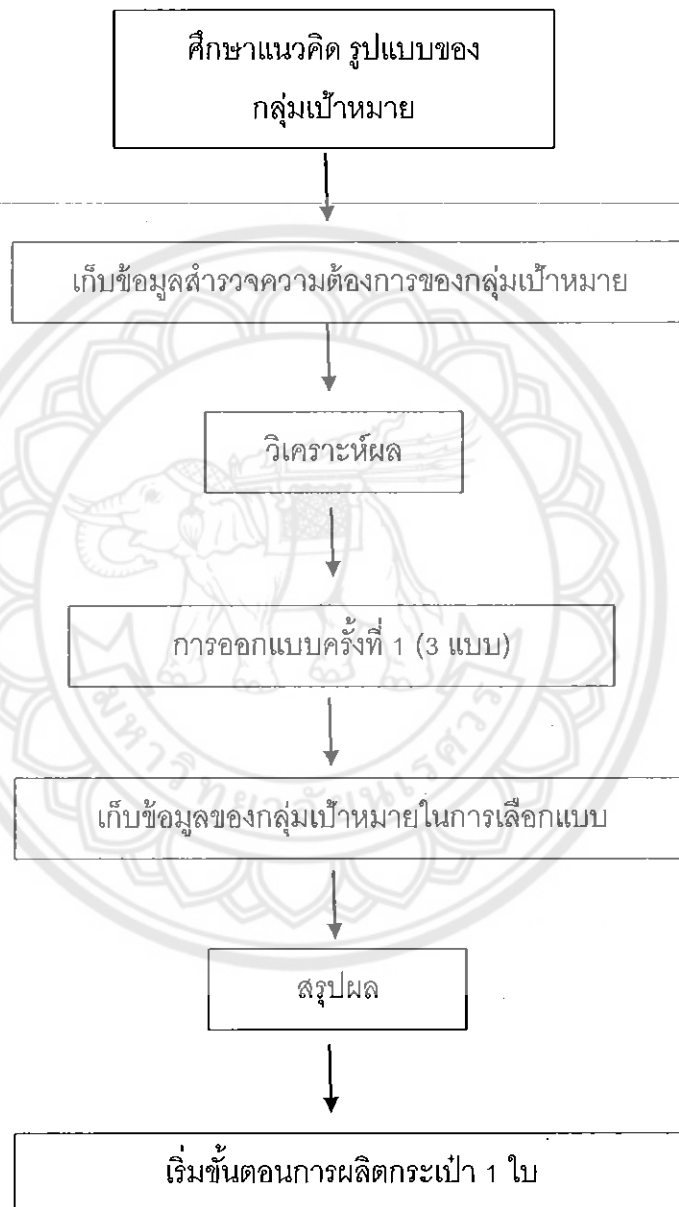
ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ทางการตลาดจะลงภาคสนามในการเก็บข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดในงานวิจัย และสัมภาษณ์สั้นๆ ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการเลือกกระเป๋ โดยผลจากการเก็บผลตัวอย่างจะนำไปสู่การออกแบบกระเป๋

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้คาร์ร็อยละเป็นสถิติทางวิจัย ในการหาค่าเฉลี่ยในแต่ละข้อ นำไปสู่การสรุปผล

ขั้นตอนที่ 4 นำผลวิเคราะห์มาตรวจสอบ เข้าสู่การวางแผนการออกแบบ โดยได้มีการปรึกษาสอบถามผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมพิจารณาร่างแบบกระเป๋ โดยจะมีแบบร่างในขั้นตอนแรกมีทั้งหมด 3 แบบ โดยจะเลือกแบบที่ดีที่สุด 1 แบบ โดยการหารือกับผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาในการคำนึงที่รูปแบบมีความเหมาะสมและการเก็บข้อมูลจากการกลุ่มตัวอย่างในการทำแบบสอบถามในการเลือกแบบที่มีความสะดวกสบาย ตรงกับแนวคิดที่วางไว้ โดยในขั้นตอนที่ 4 จะมีการปรับแก้แบบจนกว่าจะมีความเหมาะสม สามารถนำไปตัดเย็บในขั้นตอนต่อไป

ขั้นตอนที่ 5 สรุปผลวิเคราะห์ในการเลือกแบบที่ดีที่สุด และเริ่มการตัดเย็บกระเป่า 1 ใบ และสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

สรุปกรอบแนวคิดในงานวิจัย ดังนี้



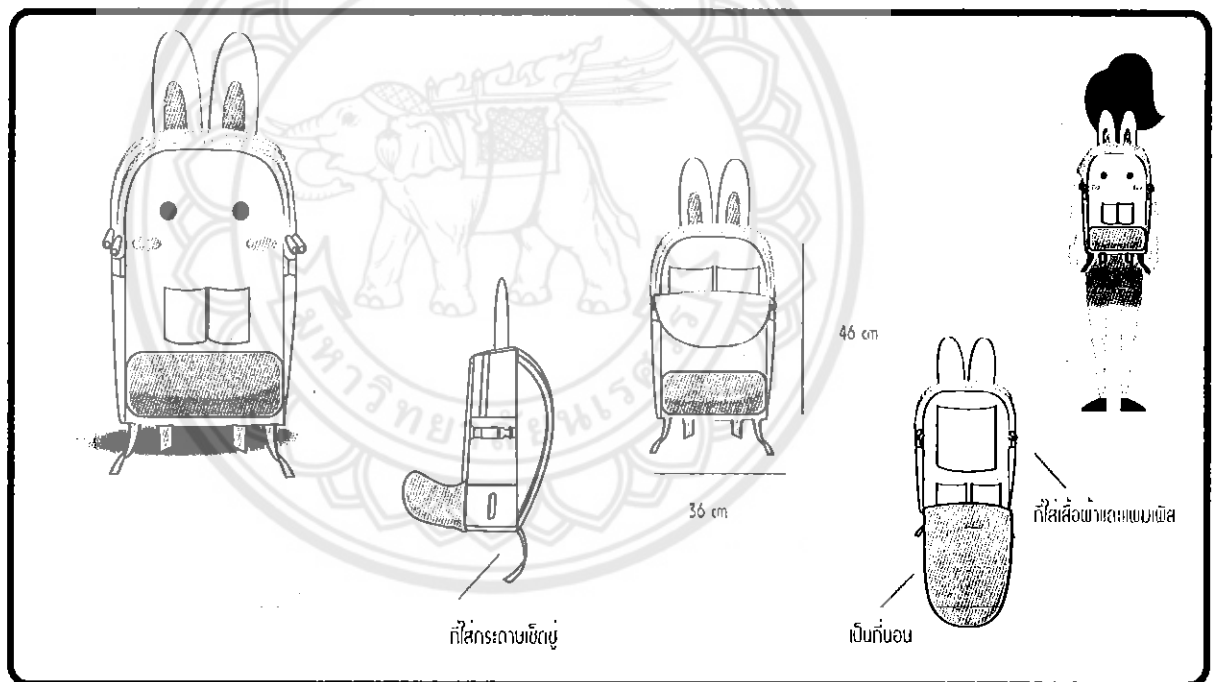
ภาพที่ 29 กรอบแนวคิดงานวิจัย  
ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง, 2560

แนวความคิดการออกแบบกระเป๋าใส่ของเด็กอ่อนนอเนกประสงค์สำหรับคุณแม่

การออกแบบได้นำรูปสัตว์ มาตัดทอนเป็นผลิตภัณฑ์ เพราะว่า สัตว์มีรูปร่าง ลักษณะที่จดจำได้ง่าย เหมาะแก่การนำมาผลิตเป็นกระเป๋าใส่ของเด็กอ่อน มีการใส่สีที่สดใส เนื่องจากวัยเด็กไปวัยที่กำลังเรียนรู้ สามารถจดจำสีสัน รูปแบบ จึงทำให้การออกแบบเน้นการนำรูปสัตว์มาผสมผสานกับสีที่สดใส โดยครั้งแรกได้มีการออกแบบ ทั้งหมด 3 แบบ

แบบร่างที่ 1

ลายกระต่าย โดยมีขนาด 36\*46 เซนติเมตรสามารถใส่เสื้อผ้าและแพมเพิส สามารถกางออกมาเป็นที่นอนสำหรับให้นมและเปลี่ยนผ้าอ้อม

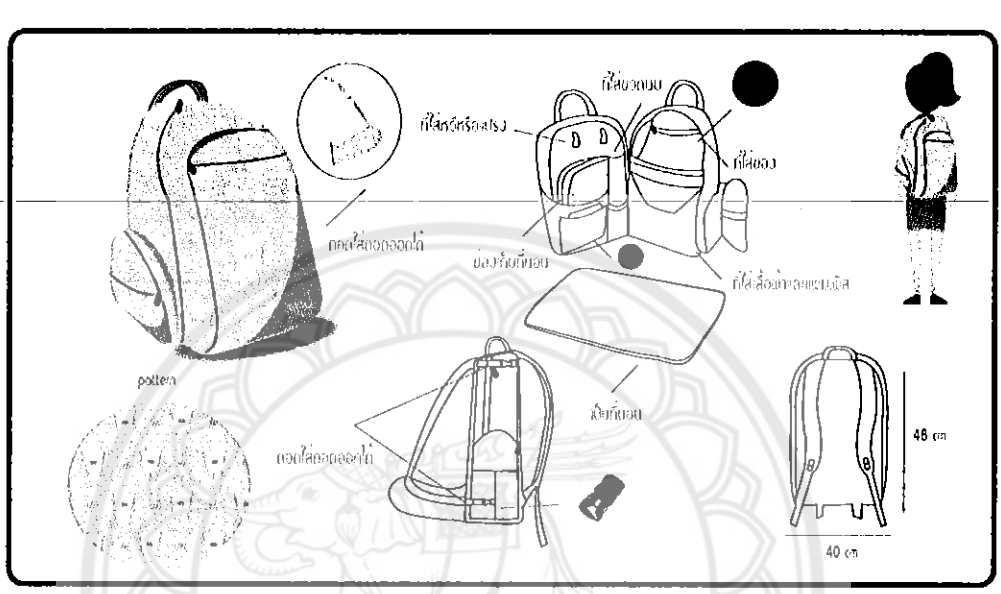


ภาพที่ 30 แบบร่างกระเป๋าใส่ลายกระต่าย

ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง, 2560

## แบบร่าง 2

ลายลูกหมู ขนาด 40\*48 เซนติเมตร สำหรับกระเป๋าใบนี้ มีรูปแบบที่หลากหลายสามารถ  
ตอบโจทย์คุณแม่ลูกอ่อนได้เป็นอย่างดี มีขนาดกะทัดรัด สามารถบรรจุสิ่งของที่จำเป็นได้อย่างลงตัว

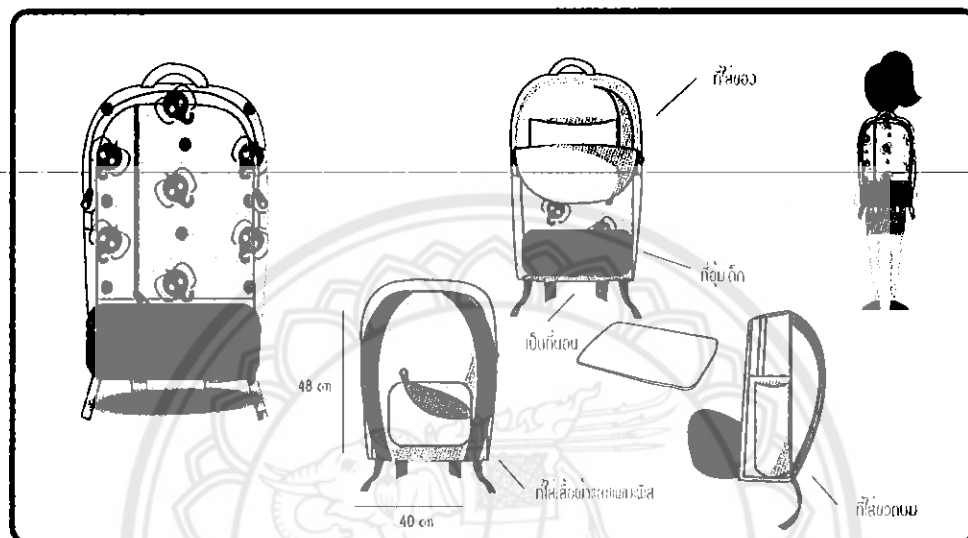


ภาพที่ 31 แบบร่างกระเป๋าลายลูกหมู  
ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง, 2560



## แบบร่าง 3

ลายช้างน้อย รูปแบบมีสี่สไลด์ ขนาดกะทัดรัด มีขนาด 40\*48 เซนติเมตร สามารถกางออกมาเป็นที่นอนสำหรับให้นมและเปลี่ยนผ้าอ้อม



ภาพที่ 32 แบบร่างกระเป๋าลายลูกช้าง  
ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง, 2560

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

สำหรับงานวิจัยเล่มนี้ ทางผู้วิจัยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ตามกลุ่มตัวอย่าง หลักจากที่การเก็บข้อมูลและรวบรวมข้อมูล โดยผลการวิจัยในการเลือกแบบ มีดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 รูปแบบของกระเป๋า 3 แบบ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 3 เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	30	100
รวม	30	100

จากตาราง 1 ในงานวิจัย ใช้เพศหญิงทั้งหมด 30 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตาราง 4 อายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20-25 ปี	7	23.33
26-30 ปี	8	26.66
31-35 ปี	14	46.66
36 ปีขึ้นไป	1	3.33
รวม	30	100

จากตาราง 2 กลุ่มอายุ 20 – 25 ปี มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 กลุ่มอายุ 26-30 ปี มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.66 กลุ่มอายุ 31-35 ปี มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 46.66

รองลงมา 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.66 และ 20-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.33 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มี  
จำนวนที่น้อยที่สุด คือ 36 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.33

#### ตาราง 5 รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	9	30
10,001-15,000 บาท	17	56.66
15,001 บาทขึ้นไป	4	13.33
รวม	30	100

จากตาราง 3 กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30 กลุ่มรายได้  
10,001 – 15,000 บาท มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 56.66 และกลุ่มรายได้ 15,001 บาทขึ้นไป  
มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33

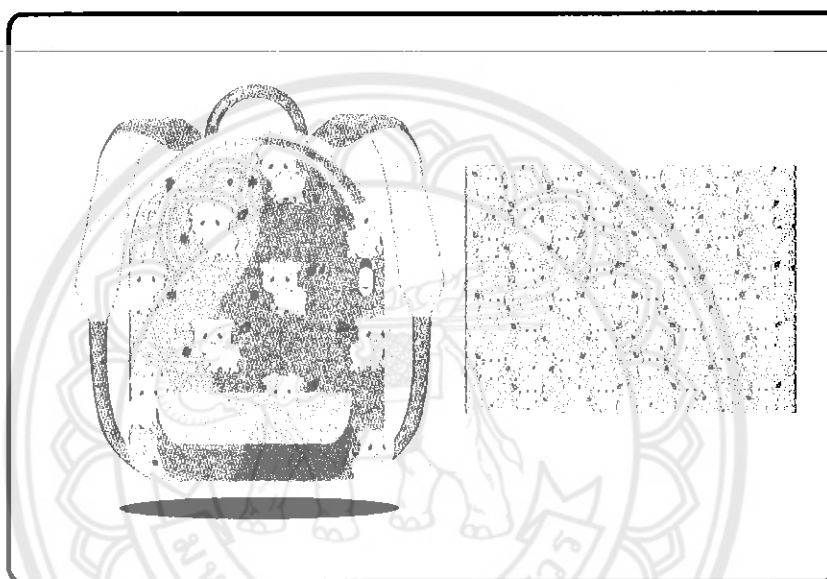
#### ส่วนที่ 2 รูปแบบของกระเป๋า 3 แบบ ตาราง 5 รูปแบบของกระเป๋า ที่กลุ่มตัวอย่างเลือก

แบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รูปแบบ 1 (ลายกระต่าย)	8	26.66
รูปแบบ 2 (ลายลูกหมู)	15	50
รูปแบบ 3 (ลายช้าง)	7	23.33
รวม	30	100

จากตาราง 4 รูปแบบ 1 ลายกระต่าย มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.66 รูปแบบ 2 ลาย  
ลูกหมู มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รูปแบบ 3 ลายช้าง มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33

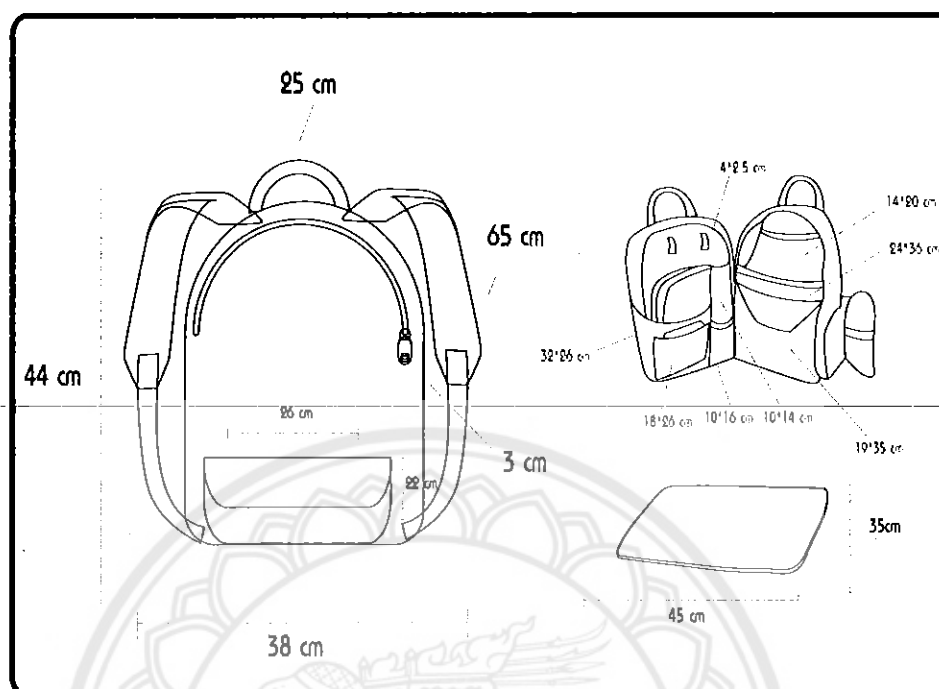
จากผลการวิจัย กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด 30 ได้ทำการแบบสอบถาม ในรูปแบบกระเป๋า  
ที่ทางผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นทั้งหมด 3 แบบ คือ ลายรูปกระต่าย ลายรูปหมูและลายรูปช้าง จากผลวิจัย  
ด้านบน ทำให้ทางผู้วิจัยได้ผลสรุป แบบที่จะตัดเย็บกระเป๋าของใช้เด็กอนุบาล ประสงค์สำหรับคุณแม่ คือ  
แบบลายรูปหมู ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 50 จากการทำแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง

ลายลูกหมู ได้รับคำแนะนำจากที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ ให้ออกแบบให้มีความน่ารัก ผสมกับ  
โทนสีเขียว ให้ความรู้สึกสบายตา สีไม่ฉูดฉาด



ภาพที่ 33 แบบร่างกระเป๋าลายลูกหมู

ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง, 2560



ภาพที่ 34 ขนาดกระเป๋า

ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง, 2560

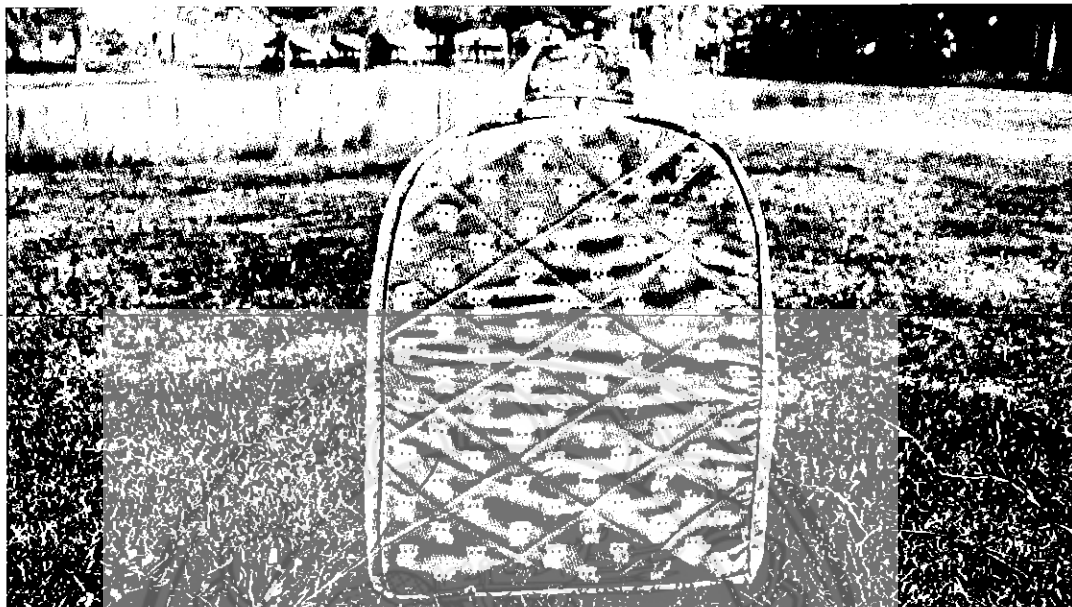
ขนาดของกระเป๋า สูง 44 เซนติเมตร กว้าง 38 เซนติเมตร หน้ากว้าง 26 เซนติเมตร ทำมาจากผ้า Canvas พิมพ์ลวดลาย ภายในมีช่องใส่ของ ด้านซ้ายของกระเป๋า 1 ช่องใหญ่ และด้านล่าง 2 ช่อง แต่ละช่องมีขนาดไม่เท่ากัน สามารถใส่ขวดนมในช่องนี้ได้ เหมาะสำหรับการใส่ของที่แตกต่างกัน ด้านขวา ด้านบนมี 1 ช่องใหญ่ และด้านล่าง มี 2 ช่องใหญ่เหมาะสำหรับการใส่ผ้าอ้อมสำเร็จรูป ผ่านรองปูสำหรับเด็กมีขนาด 45 เซนติเมตร กว้าง 35 เซนติเมตร สามารถวางเด็กในการเปลี่ยนผ้าอ้อมอายุ 1-3 ปี สามารถพับเก็บใส่ในช่องด้านซ้ายมือ มีสายเข็มขัดสำหรับเด็กนั่ง สามารถนำเด็กคาดเอวและสะพายกระเป๋าไปได้พร้อมกัน รองรับได้มากที่สุด 15 กิโลกรัม และยังมีช่องอื่นๆ ที่สามารถใส่ของใช้ๆ อื่นๆ สำหรับคุณแม่ได้อีกด้วย

วิเคราะห์ SWOT สำหรับกระเป๋าใส่ของใช้เด็กอ่อนนอกประสงค์สำหรับคุณแม่

ตาราง 7 วิเคราะห์ SWOT สำหรับกระเป๋าใส่ของใช้เด็กอ่อนนอกประสงค์สำหรับคุณแม่

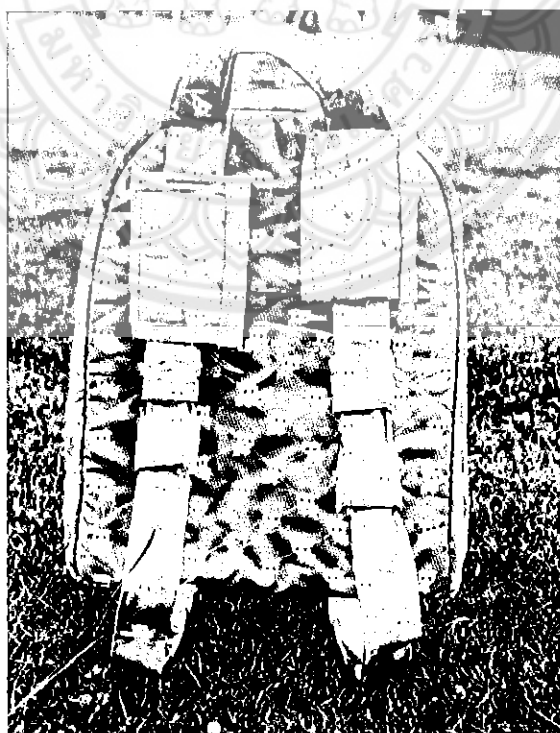
<p>จุดแข็ง (Strength)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กระเป๋าสามารถใช้ของใช้ที่จำเป็นทั้งของคุณแม่และคุณลูก</li> <li>- มีช่องที่หลากหลายขนาด สำหรับใส่ของที่แตกต่างกัน</li> <li>- สามารถสะพายเป้พร้อมกับวางลูกน้อยไว้ข้างหน้า เนื่องจากกระเป๋ามีสายเข็มขัดสำหรับให้เด็กนั่ง</li> <li>- กระเป๋าถูกออกแบบตรงตามหลัก การสะพาย กระเป๋ามีความคล่องตัว กระทัดรัด</li> <li>- ใช้ผ้า Canvas ซึ่งผ้านี้ นิยมนำมาเป็นกระเป๋า มีความคงทน</li> </ul>	<p>จุดอ่อน (weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีคู่แข่งชั้นทางการตลาดมาก</li> <li>- รูปแบบอาจจะเน้นรูปสัตว์มากเกินไป อาจทำให้ไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ที่อยากได้รูปแบบอื่น</li> <li>- กระเป๋ามีลักษณะเป็นกระเป๋าเป้ ซึ่งอาจจะไม่เป็นที่นิยมสำหรับคุณแม่ เนื่องจากอาจจะชอบแบบถือ แบบสะพายข้าง</li> </ul>
<p>โอกาส (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างตัวเลือกกระเป๋าให้กลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น</li> <li>- กระเป๋ามีขนาดพอเหมาะ ซึ่งสามารถใช้งานได้ในชีวิตประจำวัน</li> <li>- กระเป๋าเป็นสินค้าใหม่ ซึ่งราคาไม่แพง คุณแม่มือสามารถซื้อได้ในราคาที่เหมาะสม ซึ่งความคิดเดิม คิดว่ากระเป๋าของใช้เด็กอ่อนเป็นสินค้าที่มีราคาแพงและไม่จำเป็น</li> </ul>	<p>อุปสรรค (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- คู่แข่งในท้องตลาดมีหลากหลายแบรนด์</li> <li>- กระเป๋าใส่ของใช้เด็กอ่อน ส่วนมากจะมีแค่ 1 ใบ เนื่องจากใช้ระยะเวลาสั้นๆสำหรับการใช้งาน ซึ่งค่อนข้างยากที่แบรนด์ใหม่จะเข้าไป</li> </ul>

กระเป๋าสีของใช้เต็กอเนกประสงค์สำหรับคุณแม่มือใหม่



ภาพที่ 35 กระเป๋าด้านหน้า

ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง, 2560



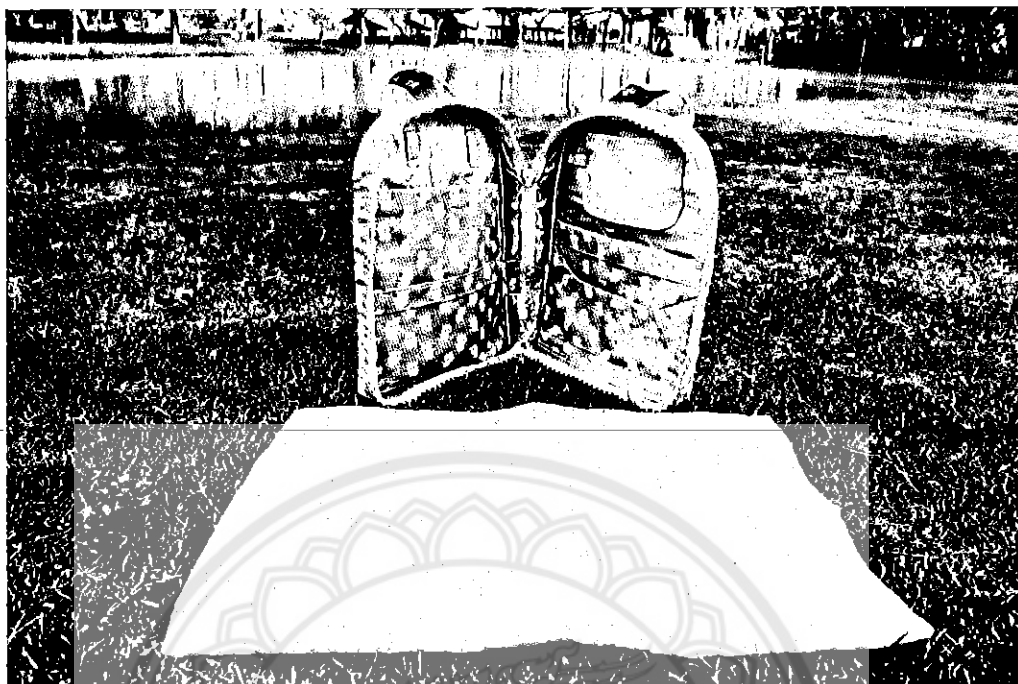
ภาพที่ 36 กระเป๋าด้านหลัง

ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง, 2560

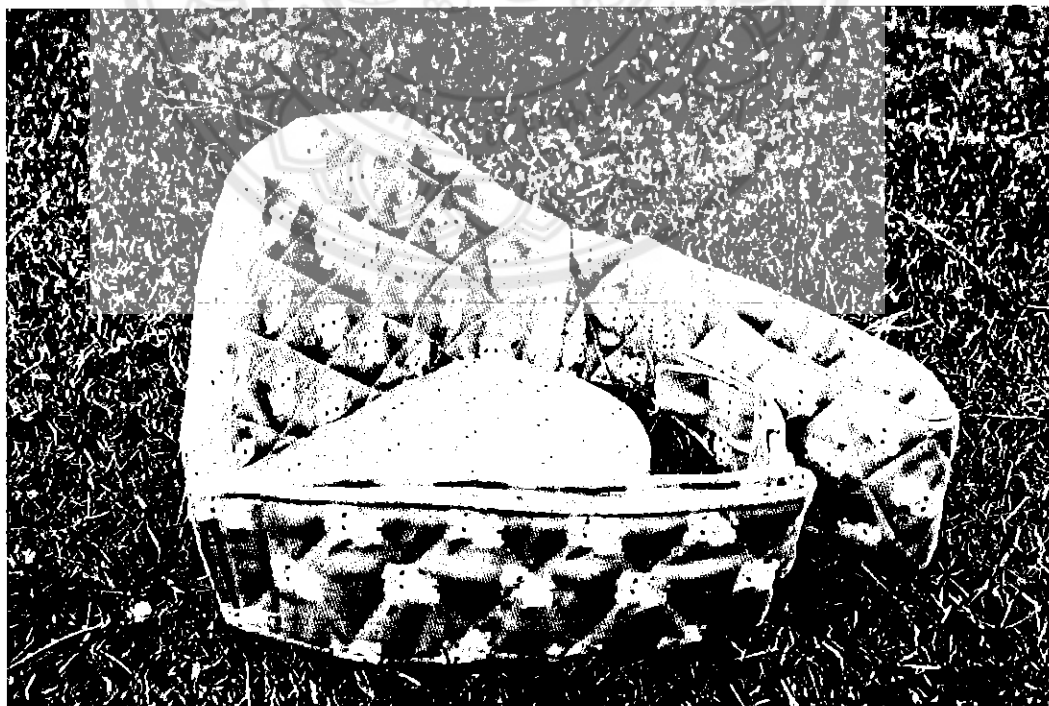


ภาพที่ 37 กระเป๋าด้านใน  
ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง, 2560





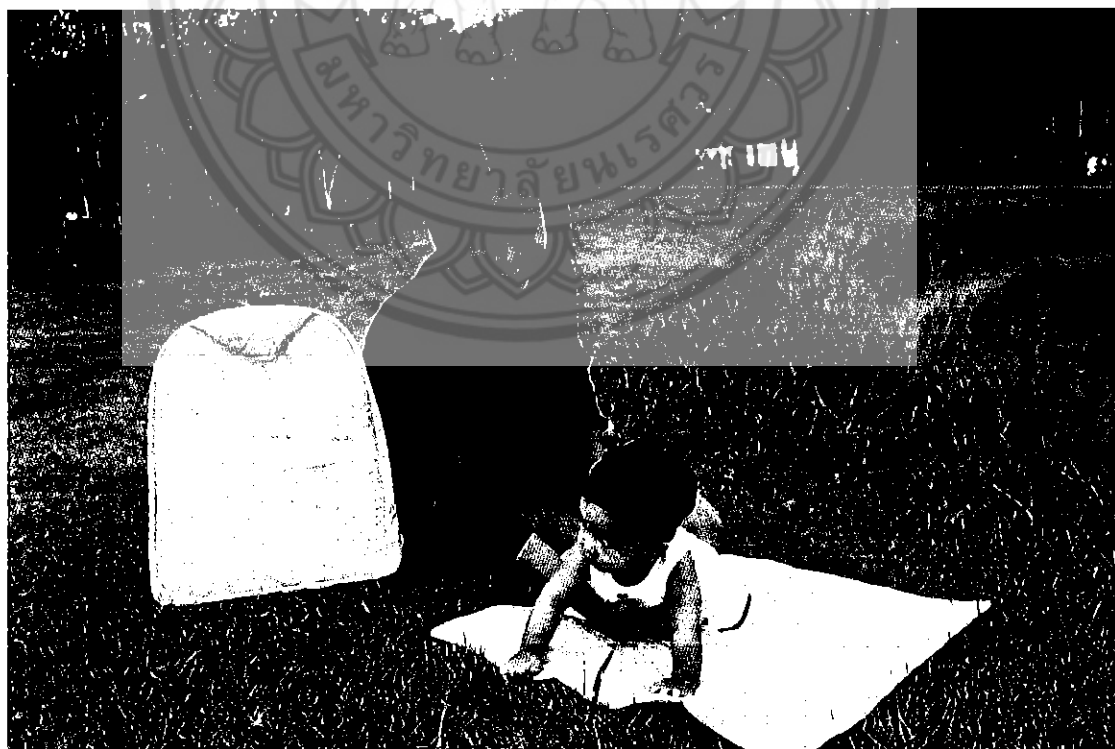
ภาพที่ 37 ข้างในกระเป๋าพร้อมผ้ารอง  
ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง, 2560



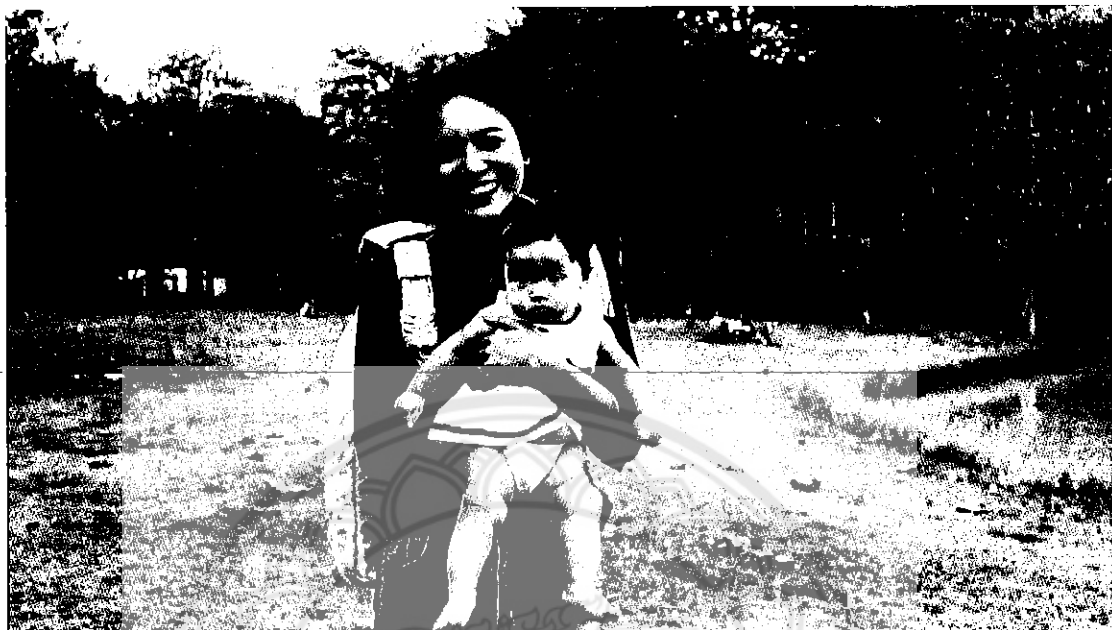
ภาพที่ 38 คาดเฮวสำหรับเด็กนั่ง  
ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง, 2560



ภาพที่ 39 ภาพการใช้งานจริง  
ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง,2560



ภาพที่ 40 การใช้ผ้ารอง  
ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง,2560



ภาพที่ 41 การใช้งานเหมาะสมทุกสถานการณ์  
ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง,2560



ภาพที่ 42 การใช้งานเหมาะสมทุกสถานการณ์(2)  
ที่มา: บุสชา ยิ้มแสง,256

## บทที่ 5

### บทสรุป

#### 5.1 สรุป

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ เพื่อศึกษากระบวนการการออกแบบกระเป๋าสีของเด็ก  
อ่อนสำหรับคุณแม่และเพื่อออกแบบกระเป๋าสีของเด็กอ่อนสำหรับคุณแม่

ขั้นตอนและวิธีการเริ่มจาก การศึกษาสภาพปัญหาทั่วไป และลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่ม  
ตัวอย่างทั้งหมด 30 คน การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้สำหรับเป็นแนวคิดในการออกแบบ  
(Design concept) ในการออกแบบจากแหล่งข้อมูลหลายประเภท ได้แก่ เอกสารและงานวิจัยที่  
เกี่ยวข้อง การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถาม จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อสรุปในการออกแบบ  
และนำแนวคิดที่ได้มาผลิตกระเป๋าสีของเด็กอ่อนนอกประสงค์สำหรับคุณแม่

##### 5.1.1 ด้านแนวคิดการออกแบบ

จากการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผล ผู้วิจัยได้วางแนวคิดในการออกแบบ คือ การนำเอารูปสัตว์  
และโทนสีเขียว มาออกแบบเป็นกระเป๋าสี เนื่องจากทางผู้วิจัยได้ศึกษาว่า เด็กในช่วง 1-3 ปี สามารถ  
จดจำรูปภาพได้ดีกว่า และสีเขียวเป็นสี ที่เกี่ยวกับครอบครัวและสังคม ถ้านำมาผลิตเป็น รูปสัตว์น่าจะ  
เหมาะสมกับสีโทนสีเขียว ที่สามารถสื่อธรรมชาติ มองแล้วรู้สึกสบายตา การออกแบบกระเป๋าสีที่เป็น  
รูปแบบกระเป๋าสีเป้นั้น ทางผู้วิจัยมองว่าทางคุณแม่ต้องความสะดวกสบายในการสะพาย ซึ่งการที่เรา  
ออกแบบเป็นกระเป๋าสีเป้นั้น สามารถทำให้คุณแม่จูงมือลูกน้อยได้ ยังสามารถหยิบจับอะไรโดยที่ไม่ต้องวาง  
กระเป๋าสี และยังมียุกรณ์เสริมอย่างคางคก ที่สามารถวางลูกน้อยแล้วสามารถแบกพร้อมกระเป๋าสี  
ได้ ซึ่งการออกแบบงานวิจัยนี้เน้นการใช้งานได้ในชีวิตประจำวัน

### 5.1.2 ด้านขอบเขตของการออกแบบ

จากการศึกษาและออกแบบผู้วิจัยได้สรุปขอบเขตการออกแบบดังต่อไปนี้

ขอบเขตด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสภาพปัญหาและนำข้อมูล มาวิเคราะห์แล้วนำผลมาปรึกษาหารือกับที่ปรึกษา จนมีแบบร่าง ออกมาทั้งหมด 3 แบบ คือ ลายรูปกระต่าย-ลายรูปหมู-และลายกระต่าย ซึ่งทางที่ปรึกษาได้ให้คำแนะนำ เกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกที่เหมาะสมสำหรับเด็ก การใช้โทนสี ซึ่งหลังจากการวิเคราะห์ข้อมูล จึงได้แบบลายลูกหมูมาเป็นแบบในการผลิตกระเป๋า

### 5.2 การสำรวจข้อมูล การออกแบบกระเป๋าใส่ของใช้เนกประสงค์สำหรับคุณแม่

จากการทำแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 30 คนสามารถแบ่งการวิเคราะห์ และสรุปผล ดังนี้

1. ด้านข้อมูลทั่วไป เพศหญิง ทั้งหมด 30 คน อายุระหว่าง 20 – 35 ปีขึ้นไป รายได้ตั้งแต่เฉลี่ยรวม 10,000 บาทขึ้นไป
2. ด้านความพึงพอใจในกระเป๋า พบว่า รูปแบบ 1 ลายกระต่าย มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.66 รูปแบบ 2 ลายลูกหมู มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รูปแบบ 3 ลายช้าง มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 ซึ่งสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในลายลูกหมู ซึ่งสนับสนุนให้เป็นลายสำหรับผลิตกระเป๋า

ข้อเสนอแนะ

1. สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป อยากให้มีการนำลูกเล่นอย่างอื่นมาใส่ในกระเป๋า อย่างเช่น สายห้อย สายหัดเดิน สายลากจูง เป็นต้น
2. การตัดเย็บ ควรใช้ช่างที่เป็นช่างทำกระเป๋าจริงๆ ในการทำผลงาน เนื่องจากช่างจะสามารถรู้และเข้าใจในตัวผลงานมากกว่าช่างที่ตัดทั่วไป



## บรรณานุกรม

สิริลักษณ์ อุทยานรัตน์. (2559).สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2560 , จาก

<https://th.theasianparent.com>

พวงทอง ไกรพิบูลย์. (2560).สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2560 , จาก

<https://en.wikipedia.org/wiki/Child>

รูปแบบกระเป๋าของเด็กอ่อน. (2010). สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2560 จาก

[www.naturalmomgear.com](http://www.naturalmomgear.com)

สมพงษ์ กรกรรณ. (2545). การออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : สัมพันธ์พานิชย์

สุรชัย สิกขาบัณฑิต. (2547). จิตวิทยาสี. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์

วรรณะ ชลายนเดชะ (มกราคม 2548). แยกอย่างไรไม่ให้เจ็บ .*หมอชาวบ้าน*, 20(309), 25

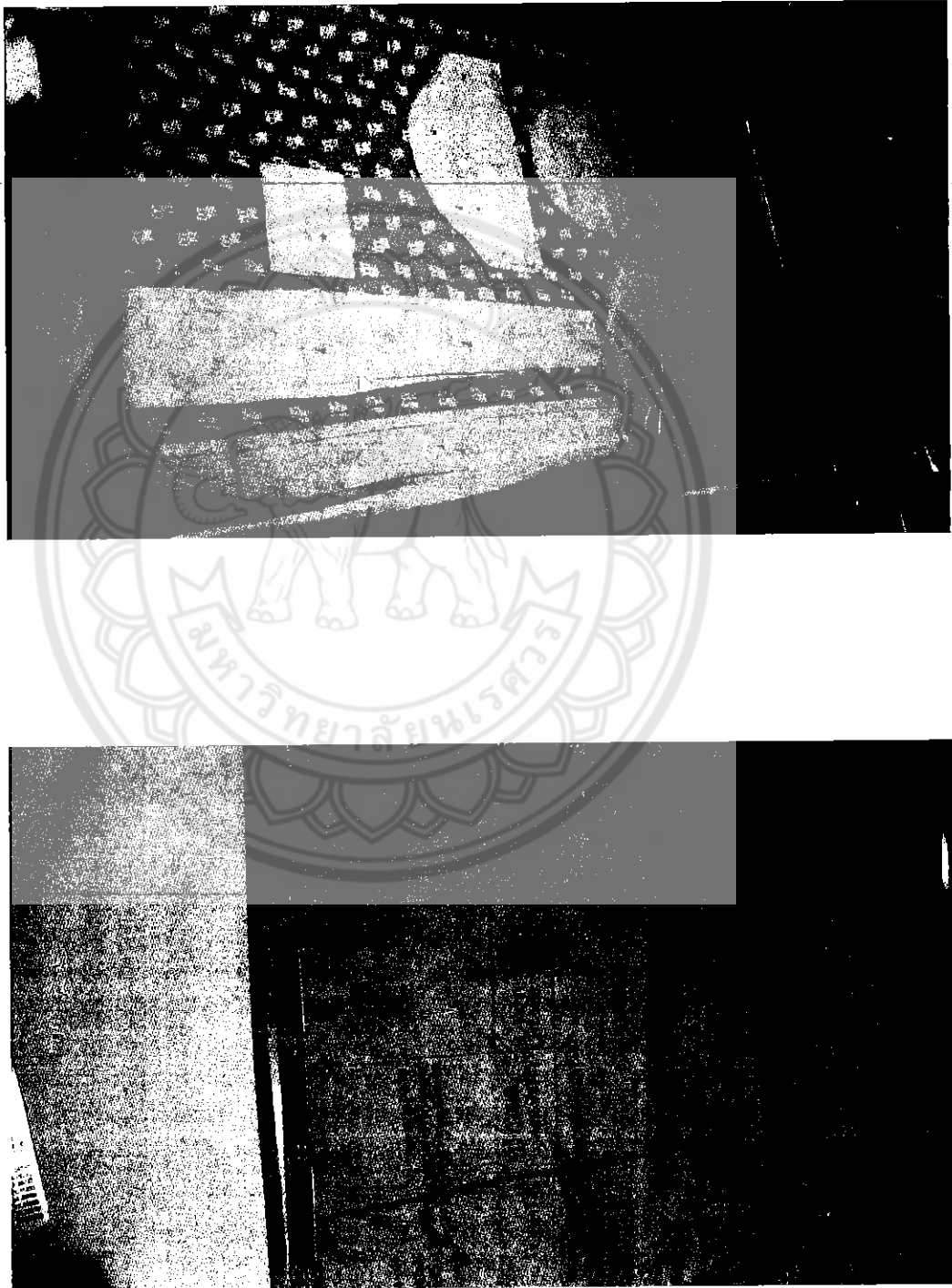




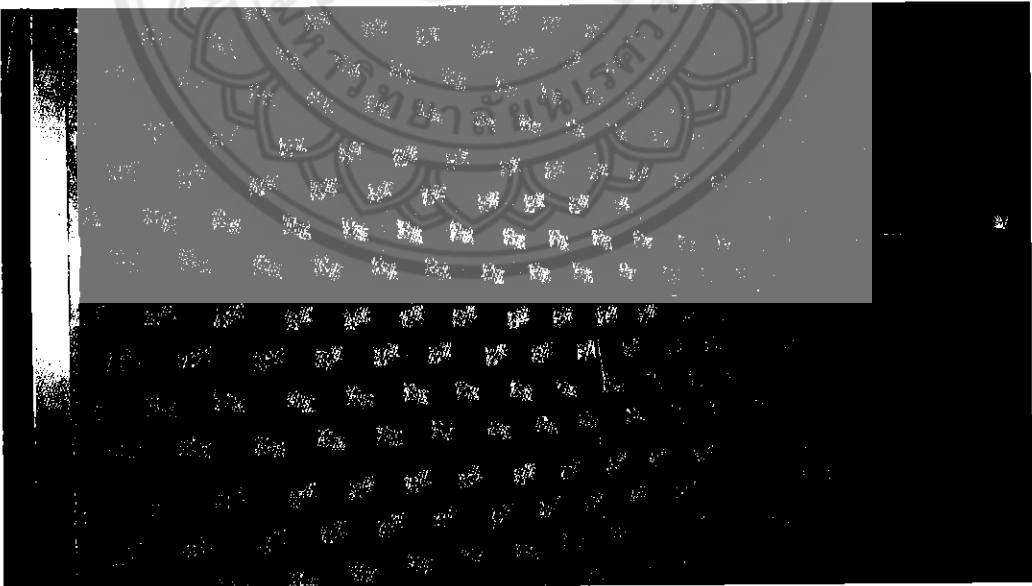
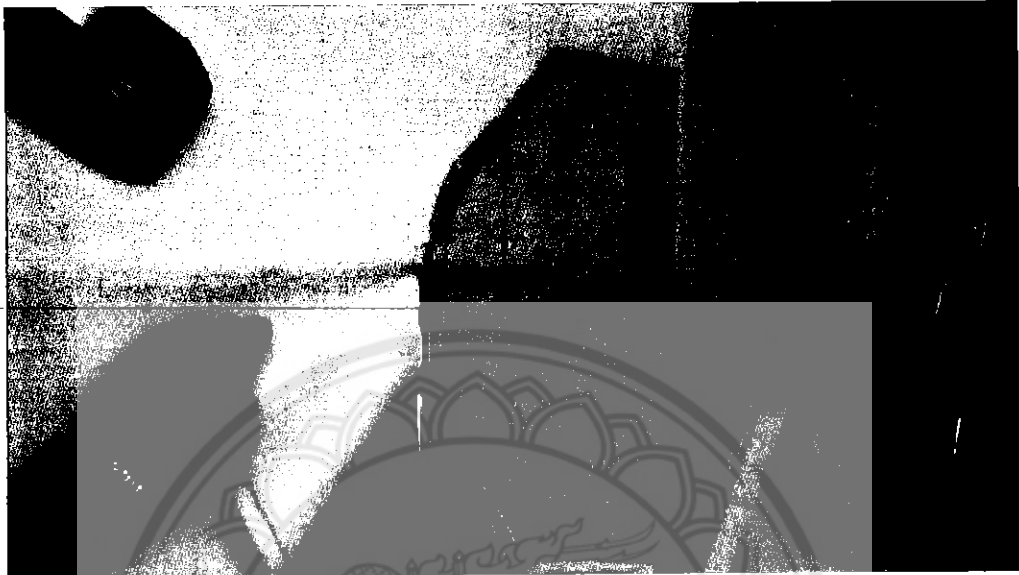


ภาคผนวก ขั้นตอนการตัดเย็บ

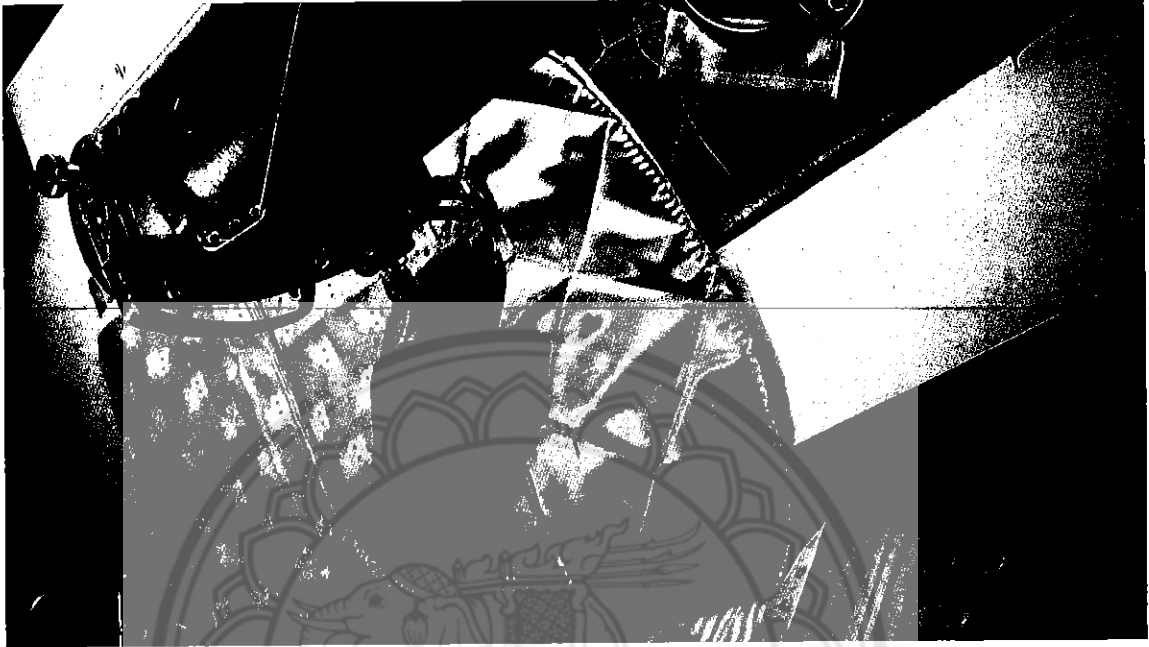
1. วาดแบบร่างลงบนภาพที่ตัด



## 2. เริ่มการตัดเย็บ



### 3.เริ่มการเย็บและประกอบรูปร่าง ใส่ซับใน



#### 4. การเก็บขอบกระเป๋าสีและใส่ซิป



5. ผลงานที่จัดแสดง



## แบบสอบถามสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกระเป๋าเลี้ยงเด็กอ่อน

แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับท่าน

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. ไม่เกิน 30 ปี

2. 31 - 40 ปี

3. 41 - 50 ปี

3. วุฒิกการศึกษา

1. ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า

2. ปริญญาโทหรือสูงกว่า

4. เงินเดือน

1. ไม่เกิน 10,000 บาท

2. 10,001 - 20,000 บาท

3. 20,001 - 30,000 บาท

4. ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป



5. ท่านใช้งานกระเป๋าเลี้ยงเด็กอ่อน ออกไปข้างนอกเป็นเวลากี่ชั่วโมง กี่วัน

- 1. 1-2 วัน
- 2. 1-3 ชั่วโมง
- 3. 3 วันขึ้นไป

6. ในการเลือกซื้อกระเป๋าท่านต้องการกระเป๋าเลี้ยงเด็กอ่อนแบบใด (ใส่เลขหน้าข้อความตามความต้องการ1-4)

..... สามารถอุ้มลูกได้

..... มีล้อลาก

..... เป็นที่นอนได้

..... บรรจุของได้เยอะ

7. ในการตัดสินใจซื้อกระเป๋าเลี้ยงเด็กอ่อน ท่านพิจารณาจากปัจจัยใดมากที่สุด (ใส่เลขหน้าข้อความตามความต้องการ1-5)

..... ราคาสมเหตุสมผล

..... คุณภาพและการใช้งาน

..... กระแสนิยม

..... ตราสินค้า / ยี่ห้อ

..... รูปแบบการดีไซน์

8. สีกระเป๋า ที่ท่านชอบมากที่สุด (ใส่เลขหน้าข้อความตามความต้องการ1-3)

..... ชมพู ไข่ เหลือง ฟ้ายา เขียว ม่วง

..... ชมพูอ่อน เขียวอ่อน เหลืองอ่อน ขาว น้ำตาล

..... ฟ้ายาอ่อน ม่วง ส้ม แดง น้ำเงิน เหลือง

