

การพัฒนาผลงานการออกแบบด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย

The Development of Design Through a Learning Management Course Based on Feng Shui Practice

ชลักรกมล ภาวัชชกุล และ สิรินธร สินจินดาวงศ์

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Chaluckkamol Phawaphatachakul and Sirinthorn Sinjindawong

Sripatum University, Thailand

Corresponding Author, Email: chaluckkamol@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการการจัดการเรียนรู้ของนักออกแบบ ด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย 2) จัดทำหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ยสำหรับนักออกแบบ และ 3) ประเมินผลงานการออกแบบโลโก้ของนักออกแบบตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบด้วยศาสตร์ของฮวงจุ้ย จำนวน 4 คน ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง ส่วนกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักออกแบบอิสระ จำนวน 45 คน การวิจัยครั้งนี้มีแบบแผนการวิจัยแบบผสมผสาน เครื่องมือที่ใช้มีวิจัย คือ 1) แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก 2) หลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย 3) แบบประเมินความรู้ความเข้าใจหลังการอบรม และ 4) แบบประเมินการออกแบบโลโก้ สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า 1) ความต้องการการจัดการเรียนรู้ของนักออกแบบด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย ปัจจัยด้านการพัฒนาหลักสูตร ปัจจัยด้านหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย และปัจจัยด้าน ผลงานการออกแบบของนักออกแบบเป็นไปตามความต้องการของนักออกแบบ ทั้ง 3 ด้าน 2) ผลการตรวจสอบหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ยสำหรับนักออกแบบ ประกอบด้วย การกำหนดจุดประสงค์ของหลักสูตร การเลือกประสบการณ์การฝึกอบรม และการประเมินผลการฝึกอบรมตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ พบว่า หลักสูตรมีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{x} = 4.41$, S.D.= 0.47) 3) นักออกแบบที่เข้าร่วมหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ยมีผลประเมินความรู้ความเข้าใจ แสดงให้เห็นว่าผู้เข้ารับการอบรมการออกแบบด้วยศาสตร์ของฮวงจุ้ยมีพัฒนาการและทักษะเพิ่มขึ้น และ พบว่า มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{x} = 4.46$, S.D.= 0.49) และ 4) นักออกแบบ จำนวน 45 คน ผ่านเกณฑ์การประเมินมีจำนวน 41 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 74.55 จากเกณฑ์การประเมินที่กำหนดไว้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70

* วันที่รับบทความ: 13 สิงหาคม 2564; วันที่แก้ไขบทความ 15 สิงหาคม 2564; วันที่ตอบรับบทความ: 16 สิงหาคม 2564

Received: August 13, 2021; Revised: August 15, 2021; Accepted: August 16, 2021

คำสำคัญ: การพัฒนาผลงาน; การออกแบบ; ศาสตร์ฮวงจุ้ย

Abstracts

This research there objectives were to 1) study the learning management needs of designers. with a course of learning management according to the science of feng shui 2) a course of learning management according to the science of feng shui for designers and 3) evaluate the designer's logo design according to the science of Feng Shui. The group of key informants consisted of four experts in feng shui design, derived from specific selections. The sample group consisted of 45 independent designers. The research tools used were 1) an in-depth interview approach, 2) a Feng Shui-based learning management course, 3) a post-training cognitive assessment form, and 4) a logo design assessment form. The statistics used in the research were percentage, mean and standard deviation.

The results of the research revealed that 1) the learning management needs of designers with a curriculum of learning management according to the science of Feng Shui; Factors in the curriculum of learning management according to the science of feng shui and factors The designer's design results are in accordance with the designer's needs in all three aspects. 2) The results of the examination of the curriculum of learning management according to the science of Feng Shui for designers consist of determining the purpose of the course. Choosing a Training Experience and training evaluation According to the opinions of experts, it was found that the curriculum was appropriate at a high level ($\bar{x}$ = 4.41, S.D. = 0.47) 3) Designers who participated in Feng Shui learning management courses. There was a cognitive assessment, indicating that the participants in Feng Shui design training had increased development and skills and found that they were at a high level ($\bar{x}$ = 4.46, SD = 0.49.) and 4) 45 designers passed the assessment criteria, totaling 41 people, representing 74.55% of the specified assessment criteria, not less than 70%.

Keywords: Portfolio Development; Design; Feng Shui

บทนำ

ตั้งแต่อดีตเป็นต้นมา การประกอบธุรกิจต่างๆ หลายคนคงเคยได้ยินเรื่องการออกแบบสมัยใหม่ และศาสตร์ฮวงจุ้ยกันมาบ้างแล้ว บ้างก็อาจคิดว่าการออกแบบเป็นเรื่องของความสวยงามเพียงอย่างเดียว ส่วนฮวงจุ้ยนั้น เป็นเรื่องของความเชื่อส่วนบุคคล แต่ถ้าหากศึกษาให้ถ่องแท้จะ พบว่า ทั้งศิลปะและศาสตร์นี้ ต่างก็มีหลักการบางอย่างที่เป็นเหตุเป็นผล สอดคล้องกับหลักวิทยาศาสตร์ และงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ที่พิสูจน์ได้ ซึ่งส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อคนในองค์กรและตัวธุรกิจเอง จึงเห็นได้ว่าทำไมโครงการใหญ่ ๆ หรือสิ่งก่อสร้างทางธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จถึงต่างก็ให้ความสำคัญอย่างมากกับการเลือกทำเลที่ตั้ง การออกแบบโครงสร้างทางสถาปัตยกรรม การออกแบบโลโก้ รวมไปถึงการใส่ใจในรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ดังนั้น ปัญหาที่ผู้ประกอบการ ควรให้ ความสำคัญ คือการออกแบบ ที่ตั้งทำเลทอง ตามหลักฮวงจุ้ยเชื่อว่าทำเลที่ไม่ดีจะทำให้คน ในบ้านหรือองค์กรแตกแยกไม่พุดคุย และหันหลังให้กัน ควรหลีกเลี่ยงมุมอับ คับแคบ สามแยก ทางโค้ง หัวมุมถนน ทางตัน ท้ายซอย สันเขา หน้า

ผา พื้นที่ตัดภูเขาหรือเชิงภูเขา ซึ่งนอกจากจะไม่เป็นมงคลแล้วยังไม่สะดวกและอาจเป็นอันตรายต่อการสัญจรของคนในองค์กร และลูกค้า อีกด้วย ทิศทางมงคล สำหรับลักษณะภูมิประเทศของไทย การหันหน้าร้านไปทางทิศตะวันออก และทิศเหนือจะช่วยให้ตัวอาคารร้อนน้อยกว่าอาคารที่หันหน้าไปทางทิศใต้และทิศตะวันตก ทิศทางที่เหมาะสมไม่เพียงแต่ทำให้อาคารมีอากาศถ่ายเทและมีแสงจากธรรมชาติส่องสว่างเพียงพอในตอนกลางวันแล้ว ยังจะช่วยประหยัดค่าไฟได้ไป ในตัวอาคารที่มีแสงแดดอ่อน ๆ และกระแสมจากธรรมชาติพัดผ่านเช่นนี้ ยังเสมือนเป็นการนำโชคลาภ และสิริมงคลมาสู่ผู้อาศัยตามศาสตร์ฮวงจุ้ย (เสริมจิตวิทยาการออกแบบ ผสานศาสตร์ฮวงจุ้ย, 2562 : ออนไลน์)

ศาสตร์ฮวงจุ้ยเข้ามามีบทบาทในสังคมไทย ทั้งการดำเนินชีวิตและดำเนินธุรกิจซึ่งชาวไทยส่วนใหญ่มิเชื่อสายจีนอยู่จำนวนมาก จึงได้รับอิทธิพลความเชื่อสืบทอดจาก บรรพบุรุษต่อ ๆ มาตามความเชื่อของชาวจีนเกี่ยวกับชะตาจีน (ที่ เชื่อว่า หากสภาพแวดล้อมรอบ ๆ ตัวเราดีจะสามารถ ส่งเสริมชีวิตให้ดีขึ้น เช่น การจัดที่อยู่อาศัยและที่ทำงานมีการจัดวางอย่างเหมาะสมก็จะทำให้เกิดความขยัน มีสุขภาพที่ดี แต่หากที่ทำงาน หรือบ้านจัดวางไว้ไม่ดีก็จะส่งผลเกิดปัญหา อุปสรรค เจ็บป่วย หรือเคราะห์ร้ายได้ทำให้ต้องมีการปรับแก้ไขสภาพแวดล้อมที่ไม่ส่งเสริมการดำเนินชีวิตด้วย “ศาสตร์ ฮวงจุ้ย” อันเป็นศาสตร์แห่งการใช้ชีวิตให้เกิดสมดุลกับธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม มาช่วยปรับการจัดวางสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัย รวมถึงการเลือกทำเลที่ตั้งให้อยู่ในทำเลที่ดีขึ้น เมื่อเกิดความสุขกายสุขใจ ก็จะเกิดความมงคล และความเจริญรุ่งเรืองให้กับชีวิต (ชัยนันท์ พรหมเพ็ญ, 2557 : 98) อย่างเช่น ร้านอาหาร ถึงจะอร่อยรสชาติดีกว่าร้านอื่น แต่ถ้าทำเลไม่ดีไม่มีที่จอดรถ จอดรถหรืออยู่ในมุมที่คนไม่ค่อยเดินผ่านถึง เจ้าของร้านจะขยัน และบริการดีก็อาจสู้ ร้านอาหารอื่น ๆ ที่มีทำเลที่ตั้งร้านดีกว่าไม่ได้ เพราะลูกค้าไม่มาซื้ออาหาร ดังนั้น การดำเนินธุรกิจของชาวไทยเชื่อสายจีน โดยเฉพาะการตั้งร้านค้าย่านเยาวราช ได้ให้ความสำคัญกับศาสตร์ฮวงจุ้ย ไม่ว่าจะเป็น การเลือกทำเลที่ตั้งร้าน จนไปถึงการตกแต่งร้านให้เป็นไปตามหลักฮวงจุ้ยที่ดี (ภัทรา ธีรกุล, 2559 : 38)

ศาสตร์ฮวงจุ้ย นอกจากนิยมนำไปใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้งแล้ว ยังมีการนำไปใช้กับการดำเนินธุรกิจในการช่วย สนับสนุนภาพลักษณ์ให้กับร้านค้า บริษัทและองค์การโดยเกี่ยวข้องกับการออกแบบ ได้แก่ การออกแบบตัวอาคารในงาน สถาปัตยกรรม การสร้างป้ายชื่อบริษัท การจัดแต่งด้านหน้าร้าน ซึ่งมักนำหลักฮวงจุ้ย กับศิลปะมาใช้สร้างภาพลักษณ์ ให้มีความสวยงามดึงดูดความสนใจ และยังมีลักษณะส่งเสริมความเป็นมงคลที่ดีให้กับธุรกิจองค์การ การประกอบธุรกิจของบริษัทและองค์การต่าง ๆ ในแต่ละประเทศ องค์การธุรกิจมีการดำเนิน กิจกรรมด้านสินค้าและบริการประเภทเดียวกัน เป็นจำนวนมาก และย่อมมีคู่แข่งทางธุรกิจการค้ามาก ด้วยเช่นกัน องค์การธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องหาวิธีการเพื่อครองใจ ผู้บริโภค โดยใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดมาเป็นอาวุธสำคัญในการสร้างแบรนด์ให้กับองค์การ ทำให้เกิดการรับรู้ และ จดจำองค์การกลายมาเป็นลูกค้า สามารถครองใจลูกค้าได้เหนือคู่แข่ง ซึ่งองค์การธุรกิจส่วนใหญ่ มักนำตราสัญลักษณ์ มาเป็นเครื่องมือสื่อสารในการสร้างแบรนด์ให้กับองค์การ โดยตราสัญลักษณ์ (Logo) ก็เปรียบเสมือนตราสินค้าซึ่งเป็นตัวแทน

ภาพลักษณ์ขององค์กร (Image) ที่สะท้อนถึงบุคลิกลักษณะเฉพาะทางเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเฉพาะตน สร้างให้ มีความโดดเด่นเป็นเอกภาพ แตกต่างจากองค์กรธุรกิจคู่แข่งอื่น ซึ่งองค์กรชั้นนำทั่วโลกมักนิยมสร้าง เอกลักษณ์เฉพาะตนเองขึ้นมาผ่านการสื่อสารตราสัญลักษณ์องค์กร (Corporate Identity Logo) ที่เป็น เครื่องมืออย่างหนึ่งในการสื่อสาร “ภาพลักษณ์ขององค์กร” ผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (ภัทรา ธีรกุล, 2559 : 38)

ปัจจุบันองค์กรธุรกิจต่าง ๆ ในประเทศไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาแบรนด์ขององค์กรด้วย ศาสตร์ของ “ฮวงจุ้ย” อย่างกว้างขวาง เพื่อเป็นการปรับสมดุลทั้งศาสตร์และศิลป์ให้เหมาะสมและลงตัว องค์กรต่าง ๆ จึงหาวิธีการที่ปรับสมดุลในการสร้างแบรนด์ให้กับองค์กร เพื่อให้เป็นที่จดจำ และสามารถรับรู้ ภาพลักษณ์องค์กรได้เป็นอย่างดีสามารถดึงดูดลูกค้าได้เหนือคู่แข่งในธุรกิจ โดยเน้นการสร้างแบรนด์ ด้วย ตราสัญลักษณ์ ที่มีอัตลักษณ์ สี ฟอนต์ การ จัดวาง เป็นเครื่องมือในการสื่อสารแบรนด์องค์การสู่ภายนอก จาก ปัจจัยมูลเหตุที่ผู้วิจัยได้นำเสนอสาระสำคัญตามเนื้อหา ข้างต้น ตลอดจนการได้ศึกษางานวิจัยของ (ภัทรา ธีร กุล, 2559 : 38-39) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องศาสตร์ฮวงจุ้ยกับการจัดชุดองค์ ความรู้ เฉพาะเพื่อการสื่อสารในสื่อใหม่ (เว็บไซต์) ของธนาคารกสิกรไทย และบทความงานวิจัยอื่น ๆ ที่ เกี่ยวข้องทำให้ ผู้วิจัย มีความสนใจ และตก ผลึกทางความคิดได้ว่า “ ฮวงจุ้ย ” Fengshui ศาสตร์ที่มีคำแปลตรงตามตัวอักษร ว่า “ลม ” และ “ น้ำ ” ที่ มีความเชื่อในการเชื่อมโยง ฟา และ ดิน เข้าด้วยกันที่มีอิทธิพลในการกำหนดชะตาชีวิตของมนุษย์ ดังนั้น การ จัด การเรียนรู้เพื่อพัฒนาแบรนด์ขององค์กรด้วยศาสตร์ฮวงจุ้ยให้กับนักธุรกิจในสังคมไทยได้เข้าใจ อย่างมี เหตุผลและยอมรับ บทบาทของ “ฮวงจุ้ย” ว่ามีผลสัมพันธ์กับการพัฒนาแบรนด์ขององค์กร ผู้วิจัยจึงมี ความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “การ พัฒนาผลงานการออกแบบด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮ วงจุ้ย” เพื่อเป็นการส่งต่อองค์ ความรู้ อย่างเป็นระบบผ่านการจัดการเรียนรู้ พัฒนาแบรนด์ขององค์กรด้วย ศาสตร์ของฮวงจุ้ย ว่ามีความเชื่อมโยงและให้ผลลัพธ์ กับแบรนด์องค์การอย่างไร การทราบถึงขั้นตอนการ พัฒนาแบรนด์ กลยุทธ์การปรับสมดุล ในการดำเนินธุรกิจ การเปลี่ยน แปลงเมื่อใช้ศาสตร์ฮวงจุ้ยเข้ามา เกี่ยวข้องยังประโยชน์แก่องค์กรธุรกิจที่สามารถนำไปปรับใช้อย่างเหมาะสมถูกต้องต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการการจัดการเรียนรู้ของนักออกแบบด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ ของฮวงจุ้ย
2. เพื่อจัดทำหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ยสำหรับนักออกแบบ
3. เพื่อประเมินผลงานการออกแบบโลโก้ของนักออกแบบตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย

ระเบียบวิธีวิจัย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ ด้วยศาสตร์ฮวงจุ้ย จำนวน 4 คน ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักออกแบบอิสระในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 118 คน โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยโปรแกรม G*Power 3.1.2 จำนวน 45 คน โดยการกำหนดความคลาดเคลื่อน .05 และอำนาจการทดสอบ .90 (บุญใจ ศรีสถิตย่นรากร, 2553 : 77)

แบบแผนของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีแบบแผนการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) นำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกระบวนการดำเนินการวิจัยดังตารางที่ 1.1 ดังนี้

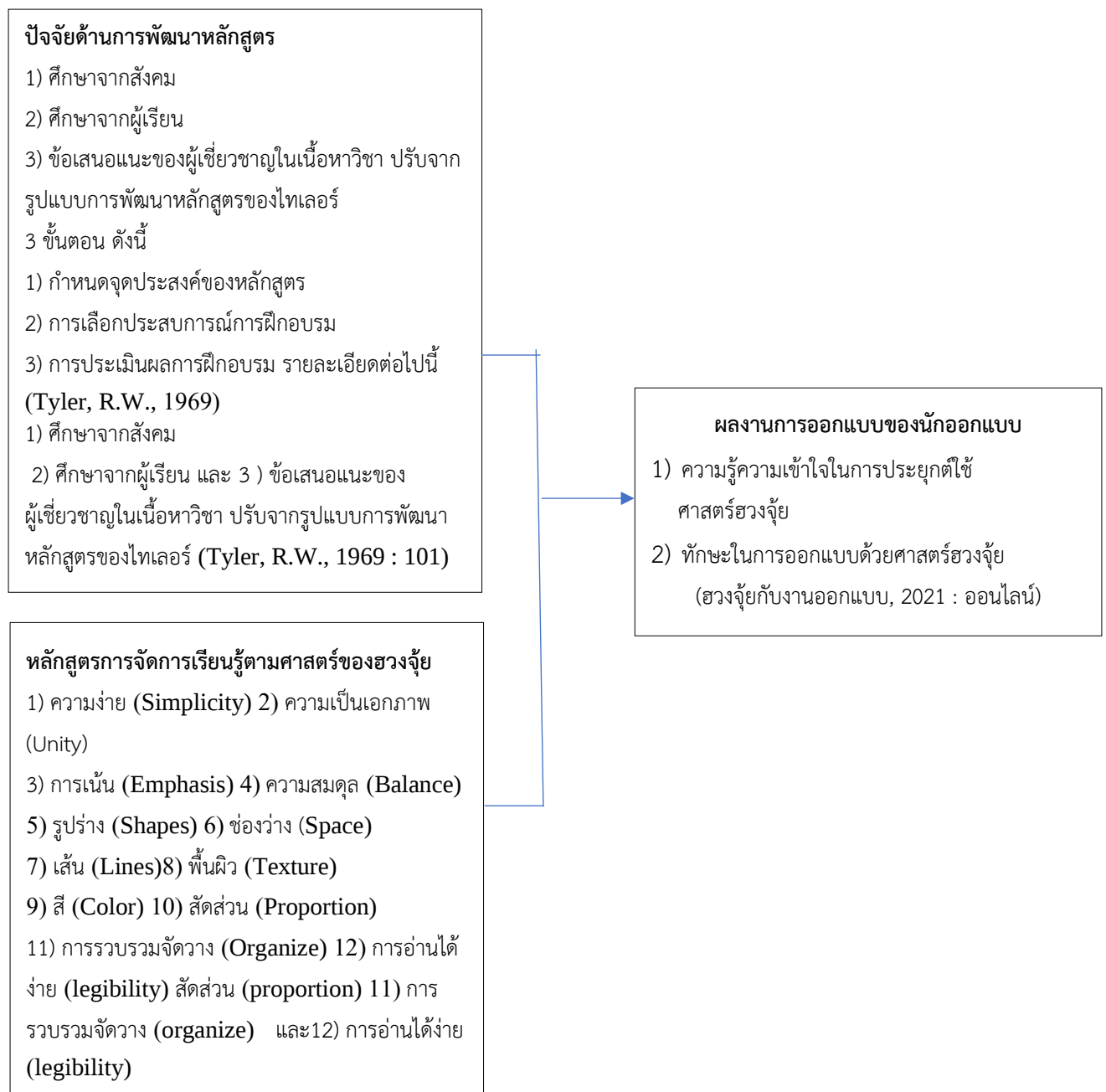
ตารางที่ 1.1 กระบวนการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการวิจัย	วิธีการ	เครื่องมือวิจัย
ระยะที่ 1 ศึกษาความต้องการการจัดการจัดการเรียนรู้ของนักออกแบบด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย	1.1 ศึกษาข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี ตำรา เอกสาร บทความวิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตร 1.2 สร้างแนวทางการการสัมภาษณ์ สำหรับสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบด้วยศาสตร์ฮวงจุ้ย จำนวน 4 คน เกี่ยวกับแนวทาง การพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย แบบสัมภาษณ์เป็นแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) 1.4 นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับการประเมินค่า IOC มาปรับปรุงเพื่อนำไปใช้ กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบด้วยศาสตร์ของฮวงจุ้ย จำนวน 4 คน	- แนวทางการการสัมภาษณ์ (Interview guide) เพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

	1.5 เมื่อเก็บข้อมูลสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อนำผลไปพัฒนาหลักสูตรต่อไป	
ระยะที่ 2 จัดทำหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ยสำหรับนักออกแบบ	2.1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์ ในระยะที่ 1 มาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบหลักสูตรการจัดการเรียนรู้เพื่องานออกแบบ ด้วยศาสตร์ของฮวงจุ้ย	- หลักสูตรการจัดการเรียนการสอนเพื่องานออกแบบ ด้วยศาสตร์ของฮวงจุ้ยสำหรับนักออกแบบ - แบบฟอร์มการลงทะเบียน - กิจกรรมระหว่างเรียน KAHOOT
	2.2 ออกแบบหลักสูตรฯ เพื่องานออกแบบ ด้วยศาสตร์ของฮวงจุ้ย และนำเสนอแนะต่ออาจารย์ ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง	- แบบประเมินความรู้ความเข้าใจหลักการอบรม
	2.3 นำเสนอหลักสูตรฯ ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบคุณภาพ และความสอดคล้องจากการเพื่หาค่า IOC ดัชนีความสอดคล้อง 0.5-1.00	
ระยะที่ 3 ประเมินผลงานการออกแบบด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย	3.1 ประเมินผลการเรียนรู้เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ศาสตร์ของฮวงจุ้ยในการออกแบบโลโก้ ของนักออกแบบ เพื่อให้เชื่อมโยงองค์ความรู้ระหว่างศาสตร์และศิลป์ของศาสตร์ฮวงจุ้ย และผลการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรง (IOC) ของแบบประเมิน มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ที่ 1.00	-แบบประเมินการให้คะแนนการออกแบบโลโก้มีลักษณะคำตอบเป็น มาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) และผลการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรง (IOC) ของแบบประเมิน มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.73

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้อย่างได้ศึกษาค้นคว้า จากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก้ ปัจจัยด้านการพัฒนาหลักสูตร (Tyler, R.W., 1969 : 101) หลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวง จั๋ว และผลงานการออกแบบของนักออกแบบ (ฮวงจั๋วกับงานออกแบบ, 2021 : ออนไลน์) ซึ่งสามารถนำมา เป็นแนวทางของการวิจัยโดยใช้แนวคิดและทฤษฎี ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำเสนอการสรุปผลการวิเคราะห์ ข้อมูลเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants)

จากการใช้เครื่องมือแนวทางการสัมภาษณ์ (Interview guide) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคลจากผู้ให้ข้อมูล จำนวน 4 ท่าน พบว่า จากจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 3 องค์ประกอบ ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 4 ท่าน เป็นเพศชาย 3 ท่าน และ เพศหญิง 1 ท่าน และทั้ง 4 ท่าน เป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ ตามคุณสมบัติที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อให้ได้มาซึ่งผลของการวิจัย ตามลำดับ

2. ข้อมูลทั่วไปเชิงปริมาณ

จำนวนผู้ผ่านการคัดเลือกเข้าร่วมฝึกอบรมการจัดการเรียนรู้การพัฒนาผลงานการออกแบบด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย “หลักสูตรปั้นโลโก้ให้ปังด้วยศาสตร์ฮวงจุ้ย” จำนวน 45 คน เป็นนักร้องออกแบบอิสระ จำนวน 21 คน คิดเป็น ร้อยละ 52.5 และนักศึกษาสาขาการออกแบบ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 42.22 ตามลำดับ

ทั้งนี้ จากจำนวนผู้สมัครมีผู้ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก จำนวน 45 คน โดย จำนวนผู้ผ่านกระบวนการครบตามเกณฑ์ที่กำหนด และเงื่อนไขในการส่งโลโก้หลังจากการอบรม มีจำนวน 45 คน และหลังจากการพิจารณา ให้คะแนนของแบบประเมินผลการให้คะแนนการพัฒนาผลงานการออกแบบด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของ ฮวงจุ้ย ผลปรากฏว่ามีผู้ผ่านเกณฑ์ประเมินคะแนนรวม ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 จำนวน 41 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 74.55

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์การศึกษา ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความต้องการการจัดการเรียนรู้ของนักร้องออกแบบด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

จากการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านการพัฒนาหลักสูตรที่ได้จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลงานการ ออกแบบ ด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย” โดยใช้เครื่องมือที่เป็นแนวทางการสัมภาษณ์ (Interview guide) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล จากผู้ให้ข้อมูล จำนวน 4 ท่าน พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการการจัดการเรียนรู้ของนักร้องออกแบบด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย ผู้วิจัยสามารถสรุปผลศึกษาโดยครอบคลุมตามกรอบแนวคิดและเงื่อนไขได้ผลการวิเคราะห์แต่ละประเด็น ดังนี้

ปัจจัยด้านการพัฒนาหลักสูตร

1) ด้านสังคม มีการอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ คนทั่วไปในสังคมเกิดความไม่มั่นคง ทางจิตใจมากขึ้น การแสวงหาศาสตร์ความรู้ที่เป็นที่พึ่งทางใจ จึงกลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้ง

2) ด้านผู้เรียน โครงสร้างของหลักสูตรจะต้องออกแบบ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ และเข้าใจ ศาสตร์ทั้งสอง คือ การออกแบบและศาสตร์ฮวงจุ้ย โดยผ่านการลงมือปฏิบัติ และการสอนเชิงทฤษฎี ควบคู่กับการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการโดยเน้นกรณีศึกษาที่หลากหลาย

3) ด้านเนื้อหาวิชา หลักสูตรต้องออกแบบที่มีการอ้างอิงจากวิทยาศาสตร์ และสามารถอธิบายเหตุผลในการนำศาสตร์ฮวงจุ้ยมาออกแบบได้

ปัจจัยด้านหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย ต้องเป็นหลักสูตรที่มีความน่าสนใจ และการออกแบบหลักสูตรให้ถูกต้องตามหลักการออกแบบ

ปัจจัยด้านผลงานการออกแบบของนักออกแบบ

1) ความรู้ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้ศาสตร์ฮวงจุ้ย สามารถสร้างความสมดุลและเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการประยุกต์การออกแบบ การเข้าใจถึงหลักของธรรมชาติ

2) ทักษะในการออกแบบด้วยศาสตร์ฮวงจุ้ย เป็นหลักสูตรที่สามารถนำไปสู่การต่อยอดด้านการออกแบบเชิงพาณิชย์

วัตถุประสงค์การศึกษา ข้อที่ 2 เพื่อจัดทำหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย สำหรับนักออกแบบ ผลการศึกษาปรากฏผลได้ ดังนี้

การจัดทำหลักสูตรและประยุกต์ใช้ ในการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนางานออกแบบด้วยศาสตร์ของฮวงจุ้ย โดยการ (ยกเว้น) หลักสูตรดังกล่าว ได้ผ่านกระบวนการตรวจสอบความถูกต้อง และสอดคล้องกับเงื่อนไข วัตถุประสงค์ของการวิจัย และจากการตรวจสอบอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งการวิจัยได้กำหนดกระบวนการฝึกอบรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เทคนิคการสอน : Flipped Classroom) และใช้กิจกรรมระหว่างเรียนการสอบถามด้วย Google Form เพื่อพัฒนาการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนางานออกแบบด้วยศาสตร์ของฮวงจุ้ย (โอภาส เกาไสยาภรณ์, 2560 : 42) ผู้วิจัยสามารถ สรุปผลการศึกษา ได้ดังภาพที่ 1.1 ดังนี้



แผนภาพที่ 2 ผลของการจัดทำหลักสูตร

ตารางที่ 1 ระดับความรู้ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้ศาสตร์ฮวงจุ้ยในภาพรวม (ก่อนการเรียนรู้)

ความรู้ความเข้าใจ ในการประยุกต์ใช้ศาสตร์ ฮวงจุ้ย	(n = 45)		ระดับความรู้ความเข้าใจ ในการประยุกต์ใช้ศาสตร์ ฮวงจุ้ย	ลำดับ
	$\bar{x}$	S.D.		
1.หลักสูตรนี้ทางผู้จัดทำหลักสูตร สามารถช่วยส่งเสริมให้นักออกแบบให้ได้ พบปะสังสรรค์และเพื่อนร่วมอาชีพที่	4.16	0.80	มาก	18
2. ผู้ออกแบบคิดว่าหลักสูตรนี้ สามารถพัฒนาความรู้และความสารถ เพื่อประยุกต์ใช้กับงานออกแบบจาก	4.43	0.65	มาก	9
3.ท่านสามารถนำความรู้ไปต่อยอด ความคิดสร้างสรรค์เพื่อไปประยุกต์ใช้ จากการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย	4.42	0.58	มาก	10

4. ทีมงานสามารถใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารและจัดการเรียนรู้ก่อนเข้าห้องเรียนผ่านคลิปก่อน เพื่อให้ผู้เข้าเรียนได้ศึกษา เรื่องศาสตร์ของฮวงจุ้ย เพื่อความเข้าใจก่อนเข้าห้องเรียนในหลักสูตรระยะสั้นได้มากเพียงพอ	4.37	0.71	มาก	12
5. ท่านคิดว่าหลักสูตรนี้จะช่วยให้ท่านมีทักษะและสามารถวิเคราะห์โลโก้ตามหลักฮวงจุ้ยได้เพียงพอ	4.24	0.68	มาก	17
6. ท่านคิดว่าหลักสูตรที่จัดในครั้งนี้ตรงกับความต้องการของท่านหรือไม่	4.36	0.70	มาก	13
7. หลักสูตรฮวงจุ้ยระยะสั้นนี้สามารถทำให้ท่านเข้าใจหลักการเบื้องต้นและนำไปประยุกต์กับองค์กรท่านได้หรือไม่	4.25	0.63	มาก	16
8. ท่านคิดว่ารูปทรง สี ลายเส้น และการจัดวางตำแหน่งมีผลต่อการปรับสมดุล ตามหลักฮวงจุ้ยหรือไม่	4.48	0.56	มาก	7
9. ความสำคัญของ "โลโก้ฮวงจุ้ย" จะต้องมีทั้งองค์ประกอบทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ผสมผสานกันอย่างลงตัว	4.57	0.60	มากที่สุด	1
10. ความสำคัญของสีโลโก้ ควรจะเป็นสีเสริมมงคลและสีสนับสนุนของธาตุเจ้าของธุรกิจ ท่านให้ความสำคัญเพียงใด	4.50	0.64	มาก	5

11. ความสำคัญของการสื่อสารโลโก้เพื่อตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ท่านให้ความสำคัญเพียงใด	4.50	0.64	มาก	4
12. ความสำคัญของ อัตลักษณ์ตัวอักษร สี ขนาดการจัดวาง ที่ง่ายต่อการจดจำและมีความชัดเจน	4.62	0.55	มากที่สุด	2
13. ความสำคัญที่ท่านให้การออกแบบที่ถูกหลักฮวงจุ้ยมากน้อยเพียงใด	4.31	0.73	มาก	14
14. ความเชื่อและทัศนคติที่มีความเชื่อว่าโลโก้ที่ถูกหลักฮวงจุ้ย สามารถส่งเสริมให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้มากน้อยเพียงใด	4.29	0.64	มาก	15
15. ความเชื่อและทัศนคติที่มีความเชื่อว่า "ชื่อแบรนด์ หรือชื่อบริษัท " สามารถส่งเสริมให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้มากน้อยเพียงใด	4.39	0.61	มาก	11
16. ท่านคิดว่า ศาสตร์ฮวงจุ้ยกับการออกแบบ จะช่วยเสริมในอาชีพนักออกแบบมากน้อยเพียงใด	4.47	0.62	มาก	8
17. ท่านคิดว่าศาสตร์ฮวงจุ้ยกับการออกแบบจะเป็นประโยชน์และตัวคุณและคนอื่นหรือไม่มากน้อยเพียงใด	4.48	0.60	มาก	6

18. ท่านคิดว่าหากมีความสนใจใน ด้านศาสตร์ ควรจะต้องศึกษาความรู้ เพิ่มเติมเพื่อการใช้ได้อย่างถูกต้องและ ไม่เกิดโทษ ด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ สำคัญมากน้อยเพียงใด	4.50	0.64	มาก	3
รวม	4.41	0.47	มาก	

สรุปได้ว่า การดำเนินการในระยะที่ 2 เพื่อจัดทำหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของ
ฮวงจุ้ยสำหรับนักร้องแบบ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ 2 ขั้นตอน คือ การเรียนรู้ในครั้งที่ 1
และการเรียนรู้ในครั้งที่ 2 ซึ่งทั้ง 2 ครั้งประกอบด้วย การเรียนรู้ กิจกรรมระหว่างการเรียนรู้ (เกมส์
KAHOOT) เพื่อวัดทักษะความรู้ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้ศาสตร์ของฮวงจุ้ย ในการออกแบบโลโก้ และ
การประเมินความรู้ความเข้าใจหลังการอบรม เพื่อเปรียบเทียบระดับความรู้ความเข้าใจในกระบวนการเรียนรู้
หรือการจัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมในครั้งนี้ ซึ่งในลำดับต่อไปเป็นการอธิบายเกี่ยวกับการเรียนรู้ใน ครั้งที่ 3
เป็นการตรวจประเมินผลงานการออกแบบโลโก้ ด้วยการประยุกต์ใช้ศาสตร์ของฮวงจุ้ยที่ผู้วิจัยได้ให้โจทย์ เพื่อ
ฝึกปฏิบัติและการประยุกต์ใช้ จากการผ่านการอบรมในครั้งที่ 2 เพื่อนำมาตัดสินตามเกณฑ์การประเมินในระยะ
ที่ 3 จาก ผลการตรวจสอบหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ฮวงจุ้ยสำหรับนักร้องแบบตาม ความคิดเห็น
ของผู้เชี่ยวชาญ พบว่า มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.47)

วัตถุประสงค์การศึกษา ข้อที่ 3 เพื่อประเมินผลงานการออกแบบโลโก้ของนักร้องแบบตาม
ศาสตร์ของฮวงจุ้ย ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

การให้คะแนนผลงานการออกแบบโลโก้ ผู้วิจัยประเมินผลการให้คะแนน เพื่อเป็นไปตาม
กรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การประเมินและการให้คะแนน ซึ่งการใช้
คะแนนผู้วิจัยได้กำหนด หลักเกณฑ์ไว้ 2 ส่วน คือ

- 1) คะแนนจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน จำนวน 5 ครั้งของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม
- 2) คะแนนจากการออกแบบผลงาน ที่เป็นไปตามองค์ประกอบของศาสตร์ของฮวงจุ้ย

ทั้งนี้ การประเมินผลการออกแบบโลโก้ คะแนนเต็มรวม 100 คะแนน โดยแบ่งสัดส่วนการให้
คะแนนแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนละ 50 คะแนน และ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ของผู้ผ่านการอบรมจะต้องมี
คะแนนรวม ทั้ง 2 ส่วนไม่น้อยกว่า 70 คะแนน ซึ่งผู้ผ่านการประเมินตามเกณฑ์จะได้รับเกียรติบัตร

จากกิจกรรมดังกล่าว มีผู้ส่งผลงานการออกแบบโลโก้ตามศาสตร์ฮวงจุ้ย จำนวน 55 คน ผลปรากฏว่ามีผู้ผ่านเกณฑ์การประเมิน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 74.55 ทั้งนี้ ผู้ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศอันดับที่ 1 จะได้รับ ประกาศนียบัตรประกาศเกียรติคุณจากผู้วิจัย

การจัดกลุ่มโลโก้ที่ผ่านการประเมินการให้คะแนน ซึ่งการออกแบบโลโก้โดยใช้ศาสตร์ของฮวงจุ้ยเข้ามาเป็นองค์ประกอบในการออกแบบนั้น สิ่งที่เป็นตัวชี้วัดถึงความลงตัว และความสอดคล้องสามารถนำไปใช้ต่อยอดได้ คือ การตั้งชื่อแบรนด์ให้จำจดจำ การวิเคราะห์งานออกแบบ การออกแบบโลโก้ตามหลักฮวงจุ้ย องค์ประกอบของโลโก้ข้อห้ามของการทำโลโก้ และอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand identity) ซึ่งจากการให้คะแนนของผู้วิจัย ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย พบว่า การออกแบบโลโก้ตราสินค้า “เพชรล้านนา” เป็นผู้ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศที่มีผลงาน ที่เป็นไปตามองค์ประกอบ คือ ผู้เข้าอบรม รหัส A110 โดยผู้ชนะเลิศมีแนวความคิดในการออกแบบโลโก้โดยใช้ศาสตร์ ฮวงจุ้ยเข้ามาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ ดังนี้

1. แนวคิดด้านการออกแบบ

- 1) ตราสัญลักษณ์ออกแบบโดยใช้โครงสร้างตัวอักษร P จากคำว่า Pethlanna และใบไม้เพื่อสร้างลักษณะ การจดจำ
- 2) ลักษณะทางภาพให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวสู่ด้านบนของต้นไม้ที่กำลังงอกงาม แสดงถึง การพัฒนาการ ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง สู่ความเจริญก้าวหน้า
- 3) ลักษณะเส้นโค้งในลักษณะน้ำ พ.พานและมือที่รองรับ แสดงถึงการประสานงานการส่งเสริม การ สนับสนุน การดำเนินงาน
- 4) การออกแบบโดยใช้ Golden Ration (สัดส่วนทอง)

2. แนวความคิดด้านศาสตร์ฮวงจุ้ย

- 1) ตัวอักษร P แสดงถึง การพัฒนา ขยายผล
- 2) ธาตุไม้ แสดงถึง การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับเกษตร
- 3) ธาตุน้ำ แสดงถึง การสนับสนุน การส่งเสริมธาตุไม้ ความเจริญก้าวหน้าในการดำเนินงาน
- 4) ธาตุลม แสดงถึง การสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินงานการติดต่อเจรจาธุรกิจ

จากแนวความคิด 2 แนวคิดผู้วิจัยได้พิจารณาการประเมินในการให้คะแนนโดยคำนึงจากเกณฑ์ของหลักการออกแบบและการประยุกต์ใช้ศาสตร์ฮวงจุ้ยเป็นหลัก จึงส่งผลให้ ผู้เข้าอบรม รหัส A110 ได้รับรางวัลชนะเลิศในการออกแบบ ผลงานโลโก้ครั้งนี้ โดยผลงานการออกแบบ ของผู้ชนะเลิศได้รับการเลือกเพื่อใช้ในการเป็นตราสินค้าธุรกิจ “เพชรล้านนา”

ตารางที่ 2 ระดับความรู้ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้ศาสตร์ฮวงจุ้ยในภาพรวม (หลังการเรียนรู้)

ความรู้ความเข้าใจ ในการประยุกต์ใช้ศาสตร์ ฮวงจุ้ย	(n = 28)		ระดับความรู้ความเข้าใจ ในการประยุกต์ใช้ศาสตร์ ฮวงจุ้ย	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.		
1. หลักสูตรนี้ทางผู้จัดทำหลักสูตรสามารถช่วยส่งเสริมให้นักออกแบบให้ได้พบปะสังคมและเพื่อนร่วมอาชีพที่	4.17	0.90	มาก	18
2. ผู้ออกแบบคิดว่าหลักสูตรนี้สามารถพัฒนาความรู้และความสารถเพื่อประยุกต์ใช้กับงานออกแบบจากการเรียนรู้ศาสตร์ฮวงจุ้ย	4.50	0.69	มาก	6
3. ท่านสามารถนำความรู้ไปต่อยอดความคิดสร้างสรรค์เพื่อไปประยุกต์ใช้	4.46	0.69	มาก	11
4. ทีมงานสามารถใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารและจัดการเรียนรู้ก่อนเข้าห้องเรียนผ่านคลิปก่อน เพื่อให้ผู้เข้าเรียนได้ศึกษาเรื่องศาสตร์ของฮวงจุ้ย	4.50	0.63	มาก	7
5. ท่านคิดว่าหลักสูตรนี้จะช่วยให้ท่านมีทักษะและสามารถวิเคราะห์โลโก้ตามหลักฮวงจุ้ยได้เพียงใด	4.17	0.72	มาก	16
6. ท่านคิดว่าหลักสูตรที่จัดในครั้งนี้ตรงกับความต้องการของท่านหรือไม่	4.42	0.69	มาก	12
7. หลักสูตรฮวงจุ้ยระยะสั้นนี้สามารถทำให้ท่านเข้าใจหลักการเบื้องต้นและนำไปประยุกต์กับองค์กรท่านได้หรือไม่	4.25	0.64	มาก	15

8. ท่านคิดว่ารูปทรง สี ลายเส้น และ การจัดวางตำแหน่งมีผลต่อการปรับ สมดุล ตามหลักฮวงจุ้ยหรือไม่	4.57	0.63	มากที่สุด	4
9. ความสำคัญของ "โลโก้ฮวงจุ้ย " จะต้องมิต้องประกอบทั้งศาสตร์ และศิลป์ ที่ผสมผสานกันอย่างลงตัว	4.75	0.58	มากที่สุด	1
10.ความสำคัญของสีโลโก้ ควรจะเป็น สีเสริมมงคลและสีสนับสนุนของธาตุ เจ้าของธุรกิจ ท่านให้ความสำคัญ เพียงใด	4.57	0.63	มากที่สุด	5
11.ความสำคัญของการสื่อสารโลโก้ เพื่อตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ท่าน ให้ความสำคัญเพียงใด	4.71	0.53	มากที่สุด	3
12.ความสำคัญของ อัตลักษณ์ ตัวอักษร สี ขนาดการจัดวาง ที่ง่ายต่อ การจดจำและมีความชัดเจน	4.75	0.51	มากที่สุด	2
13.ความสำคัญที่ท่านให้กับการ ออกแบบที่ถูกหลักฮวงจุ้ยมากน้อย เพียงใด	4.32	0.72	มาก	14
14.ความเชื่อและทัศนคติที่มีความเชื่อ ว่าโลโก้ที่ถูกหลักฮวงจุ้ย สามารถ ส่งเสริมให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ มากน้อยเพียงใด	4.39	0.62	มาก	13
15.ความเชื่อและทัศนคติที่มีความเชื่อ ว่า "ชื่อแบรนด์ หรือชื่อบริษัท " สามารถส่งเสริมให้ธุรกิจประสบ ความสำเร็จได้มากน้อยเพียงใด	4.50	0.63	มาก	8

16.ท่านคิดว่า ศาสตร์ฮวงจุ้ยกับการออกแบบ จะช่วยเสริมในอาชีพนักออกแบบมากน้อยเพียงใด	4.46	0.63	มาก	9
17.ท่านคิดว่าศาสตร์ฮวงจุ้ยกับการออกแบบจะเป็นประโยชน์และตัวคุณและคนอื่นหรือไม่มากน้อยเพียงใด	4.39	0.62	มาก	12
18.ท่านคิดว่าหากมีความสนใจในด้านศาสตร์ ควรจะต้องศึกษาความรู้เพิ่มเติมเพื่อการใช้ได้อย่างถูกต้องและไม่เกิดโทษ ด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์สำคัญมากน้อยเพียงใด	4.46	0.63	มาก	10
รวม	4.46	0.49	มาก	

สรุปได้ว่านักออกแบบที่เข้าร่วมหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ยมีผลงานการออกแบบหลักการเรียนรู้สูงกว่าก่อนการเรียนรู้ และเมื่อพิจารณาการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่า ผู้เข้ารับการอบรมการออกแบบด้วยศาสตร์ของ ฮวงจุ้ย มีพัฒนาการและมีทักษะเพิ่มขึ้น และ พบว่า มีความเหมาะสม ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.49)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาการพัฒนาผลงานการออกแบบด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย ผู้วิจัยมีประเด็นที่นำมาอภิปราย ดังนี้

จากผลการศึกษาการพัฒนาผลงานการออกแบบด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ ของฮวงจุ้ย ผู้วิจัยมีประเด็นที่นำมาอภิปราย ดังนี้

1) ในการออกแบบหลักสูตรการออกแบบโลโก้ตามศาสตร์ฮวงจุ้ย ได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎีเพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ประกอบ และได้สอบถามความจำเป็นเกี่ยวกับการออกแบบตามศาสตร์ฮวงจุ้ย ให้เป็นไปตามกระบวนการพัฒนาหลักสูตรที่ถูกต้องและเป็นระบบ ครอบคลุมตั้งแต่ การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน การกำหนดจุดมุ่งหมาย การเลือกใช้ และการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับผู้เข้าอบรม รวมทั้งมีการวัดและประเมินผลทั้งก่อนและหลังการอบรม จึงทำให้หลักสูตรที่ได้มีความเหมาะสมในระดับมาก

2) ผู้เข้าอบรมประเมินผลงานการออกแบบด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ยพบว่า มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46, S.D. = 0.49$) ผลเป็นเช่นนี้เพราะผู้เข้าอบรมเกิดความรู้สึกที่ดี ประทับใจ จากการได้ฝึกปฏิบัติด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบโลโก้ การวิเคราะห์เหตุและผล การรู้จักคู่สี และหลักของศาสตร์ฮวงจุ้ย

ปัจจัยด้านหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย

1) เป็นหลักการที่สามารถนำไปใช้ได้ทั้งศาสตร์ของฮวงจุ้ย และหลักการออกแบบ หลักการทางการสร้างความงามตามทฤษฎีทางศิลปะสามารถประยุกต์ใช้เข้าด้วยกันได้

2) 12 ข้อที่กล่าวมาด้านบนล้วนแล้วเป็นศาสตร์ในเรื่องของการออกแบบ แต่ยังขาดในเรื่องของศาสตร์ฮวงจุ้ย เช่น ธาตุและสีคู่เทียบ สัญลักษณ์และธาตุคู่เทียบ เป็นต้น

3) การจัดการเรียนรู้ของหลักสูตรตามนี้เป็นการจัดตามหลักของทักษะความรู้ด้านการออกแบบเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งทำให้การเรียนรู้ประกอบไปกับการเรียนออกแบบทำได้ง่ายอย่างไรก็ตามควรเพิ่มเติมในส่วนของความรู้อื่น ๆ เชิงวิทยาศาสตร์ หรือรวมไปถึงประวัติศาสตร์ที่มาที่ไปของการดูฮวงจุ้ยด้วย และ 4) น่าสนใจอย่างไรก็ตามควรมุ่งเน้นให้สามารถนำองค์ประกอบข้างต้นมาประยุกต์ใช้กับ ทฤษฎีด้านการออกแบบทั่วไปได้ด้วย สอดคล้องกับ Tyler (1969 : 101) ที่ได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดการออกแบบโครงสร้างหลักสูตร โดยใช้วิธี Means Ends Approach เป็นหลักการและเหตุผลในการสร้างหลักสูตรที่เรียนว่า“หลักการของไทเลอร์” (Tyler’s rationale) ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการออกแบบหลักสูตรและการสอนที่เน้นการตอบคำถามที่เป็นพื้นฐาน 4 ประการ 1.มีจุดมุ่งหมายทางการศึกษาอะไรบ้างที่สถาบันการศึกษาจะต้องกำหนดให้ผู้เรียน 2.มีประสบการณ์ทางการศึกษาอะไรบ้างที่สถาบันการศึกษาควรจัดขึ้นเพื่อช่วยให้บรรลุถึง จุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ 3.จะจัดประสบการณ์ทางการศึกษาอย่างไร จึงจะทำให้การสอนมีประสิทธิภาพ และ 4.จะประเมินผล ประสิทธิภาพของประสบการณ์ในการศึกษาอย่างไรจึงจะตัดสินได้ว่าบรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับ อาวิน อินทรังษี (2553 : 47-58) ได้ศึกษาเรื่อง สีกับการออกแบบอัตลักษณ์ พบว่า สีเป็นองค์ประกอบกราฟฟิกในการวางระบบอัตลักษณ์สำหรับการกำหนดรูปแบบและแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร Corporate (Identity Design) และสร้างตราสัญลักษณ์ Logo) ในการแสดงตัวตนง่ายต่อการจดจำของคนที่ได้พบเห็นสียังช่วยสร้างความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะให้ตราสัญลักษณ์ไม่ซ้ำ หรือคล้ายกับคู่แข่ง อย่างเช่น องค์กรธนาคารในประเทศไทยมีการทำ Re-branding เพื่อปรับภาพลักษณ์ใหม่โดยมีการใช้สีเพื่อสร้างความแตกต่างในการสื่อความหมายองค์กร กำหนดเป็นสีประจำธนาคาร

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาการพัฒนาผลงานการออกแบบด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ตามศาสตร์ของฮวงจุ้ย ผู้วิจัย มีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย และนำผลจากการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยในครั้งนี้

1) ควรคำนึงถึงหลักการออกแบบตามศาสตร์ฮวงจุ้ย และศึกษาองค์ความรู้ด้านการตลาดเพื่อใช้ในการ การเริ่มต้นธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ทางเลือกที่เกี่ยวกับฮวงจุ้ย โดยจะส่งเสริมให้ผู้เรียน และนักออกแบบ สามารถ สร้างธุรกิจตลอดจน เป็นผู้ประกอบการ Start Up ได้

2) นักออกแบบควรศึกษาศาสตร์ฮวงจุ้ยเพิ่มเติม เนื่องจากบางครั้งในการทำงาน นักออกแบบอาจ พบปะลูกค้า ที่มีความสนใจและมีความเชื่อในศาสตร์ฮวงจุ้ย จะส่งผลให้นักออกแบบสามารถออกแบบได้ตรง ความต้องการของลูกค้า

3) ปัจจุบันคนไทย และคนไทยเชื้อสายจีน ให้ความสำคัญและความสนใจในศาสตร์ฮวงจุ้ย เช่น การดำเนิน ธุรกิจ ที่อยู่อาศัย รวมถึงการใช้ชีวิตประจำวัน ดังนั้น หากนักออกแบบมีความเข้าใจศาสตร์ฮวงจุ้ย จะทำให้สามารถเลือกใช้ วัสดุ หรือวัตถุดิบในการผลิต ได้ถูกต้องตามหลักฮวงจุ้ย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1) ศึกษาความเป็นไปได้และโอกาสของการนำศาสตร์ด้านฮวงจุ้ย บรรจุในหลักสูตร ของการจัดการ เรียนการสอน สำหรับนักเรียนและนักศึกษา เพื่อสร้างพื้นฐานความเข้าใจที่ถูกต้องตามหลักของศาสตร์ฮวงจุ้ย

2) ทำการศึกษาโดยการเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมาย ไปเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือกลุ่มแม่บ้าน เพื่อยกระดับการ สร้างตราสินค้า ให้มีมูลค่าสูงขึ้นตามศาสตร์ฮวงจุ้ย

เอกสารอ้างอิง

ชัยนันท์ พรหมเพ็ญ. (2557). *ฮวงจุ้ยเพื่อที่อยู่อาศัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย มหาสารคาม.

บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร. (2553). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางพยาบาลศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: ยูแอนด์ไอ อินเทอร์เน็ต.

ภัทรา ธีรกุล. (2559). *ศาสตร์ฮวงจุ้ยกับการจัดการชุดองค์ความรู้เพื่อการสื่อสารในสื่อใหม่ (เว็บไซต์) ของ ธนาคารกสิกรไทย*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร) คณะนิเทศศาสตร์และ นวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เสริมจิตวิทยาการออกแบบ ผสานศาสตร์ฮวงจุ้ย. (2562). *เสริมจิตวิทยาการออกแบบ ผสานศาสตร์ฮวงจุ้ย*. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 17 เมษายน 2563. แหล่งที่มา: <https://www.ryt9.com>

- อาวิน อินทร์ซี่. (2553). สื่ กับการออกแบบอัตลักษณ์. *วารสารวิชาการศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยศิลปากร*. 3 (3), 47-58.
- โอภาส เกาไสยาภรณ์. (2560). *การออกแบบการเรียนการสอนอีเลิร์นนิ่ง*. สงขลา: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ฮวงจู้กับงานออกแบบ. (2564). ฮวงจู้กับงานออกแบบ. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 17 เมษายน 2563. แหล่งที่มา: <https://cadsondemak.com>
- Tyler Ralph W. (1949). *Basic Principia of Curriculum and Instruction*. Chicago: the University of Chicago press.