

## รายงานผลการวิจัย

เรื่อง

การใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก  
อาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง

โดย

ผศ.ดร.อาณัติ ตีรพิชญ์ตระกูล  
ผศ.ดร.ยุวดี พรธาราพงศ์





การใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการ  
เชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง

ผศ.ดร.อาณัฐ

ศิริพิชญ์ตระกูล

ผศ.ดร.ยุวดี

พรธรรมาพงศ์

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



Utilizing design innovations to develop souvenir products, relying on linking secondary city identities to promote tourism in secondary city provinces.

Asst. Prof.Dr.ARNUT SIRIPITHAKUL

Asst. Prof.Dr.YUVADEE PHRONGTARAPONG

This Report is Funded by Faculty of Architecture and Design

Rajamangala University of Technology PhraNakhon,

Fiscal Year 2021

**ชื่อเรื่อง :** การใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง

**ผู้วิจัย :** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาณัฐ ศิริพิชญ์ตระกูล, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี พรธารางค์

**พ.ศ. :** ๒๕๖๔

### บทคัดย่อ

โครงการวิจัยเรื่องการการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง เป็นโครงการที่มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อนำมาออกแบบของที่ระลึก บรรจุภัณฑ์ สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรองซึ่งเป็นไปตามยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว โดยในโครงการวิจัยซึ่งมีกระบวนการออกแบบและพัฒนา การใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างอัตลักษณ์จากทุนวัฒนธรรมในจังหวัดเมืองรอง ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประเมินผลิตภัณฑ์ ในด้านรูปแบบ การใช้งาน ความเหมาะสม ความคุ้มค่าทางด้านการตลาด ซึ่งผลการประเมินรายด้านอยู่ในระดับดีมาก โดยใช้ออกแบบพื้นที่เมืองรองในจังหวัดหนองคาย และจังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีอัตลักษณ์และวัฒนธรรม โดยผู้วิจัยได้ ทำการพัฒนาแบบตัวอักษร ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สื่อประชาสัมพันธ์ ตัวละครแสดงอัตลักษณ์ประจำเมือง เพื่อสร้างความจดจำให้กับนักท่องเที่ยว และสร้างอัตลักษณ์ให้กับจังหวัดเมืองรอง



**Title** : Utilizing design innovations to develop souvenir products, relying on linking secondary city identities to promote tourism in secondary city provinces.

**Researcher** : Asst. Prof.Dr.Arnut Siripithakul, Asst. Prof.Dr.Yuvadee Phongtarapong

**Year** : 2021

### Abstract

A research project on the utilization of design innovations into souvenir product development based on linking secondary city identities to promote tourism in secondary city provinces. It is a project that has objects to study the identity of a secondary city to be used to design souvenirs, packaging, public relations materials. to stimulate tourism in secondary cities, which is in line with tourism strategies In a research project that has a design and development process Using technology to assist in product design and development Creation of identity from cultural capital in secondary cities. which the results of each aspect are at a very good level. by using the design of the secondary city area in Nong Khai Province and Ratchaburi which is a province with identity and culture by the researcher make character development souvenir products public relations media Characters show the identity of the city. to create a memory for tourists and create an identity for the provinces of secondary cities



## กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยนี้ได้รับรับทุนสนับสนุนจากงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ซึ่งให้ความสำคัญเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองรอง

ขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ได้การสนับสนุนในการขอทุนวิจัยนี้ โดยเฉพาะ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ดร.ประกอบ ชาติภักต์ ขอขอบคุณขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผศ.ดร.ภาณุวัฒน์ เสียงม, ผศ.ดร.กษม อมัญญกุล, ผศ.ดร.เอกพงศ์อินเื้อ ที่สละเวลาในการสัมภาษณ์เพื่อหาแนวทางในการออกแบบพัฒนาของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองรอง และขอขอบคุณผู้ร่วมวิจัยทุกท่านที่ช่วยกันทำงานจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังงานวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง จากเป็นประโยชน์ในด้านการศึกษา และเชิงพาณิชย์ อนึ่งถ้างานวิจัยนี้มีข้อบกพร่องประการใดผู้วิจัยต้องขอภัยใน ณ ที่นี้ แต่หวังว่าจะสร้างประโยชน์แก่ผู้อ่านและผู้ศึกษาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาณัฐ ศิริพิชญ์ตระกูล

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	2
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย.....	3
1.3 ขอบเขตงานวิจัย.....	3
1.4 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	3
1.5 สมมติการวิจัย.....	4
1.6 กรอบแนวคิดในงานวิจัย .....	4
1.7 คำสำคัญในงานวิจัย.....	6
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	6
1.9 คำนิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
บทที่2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 ศึกษาลักษณะเมืองรองและสถานที่สำคัญ.....	8
2.2 ศึกษาอัตลักษณ์เมืองรองในขอบเขตงานวิจัย.....	14
2.3 ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก.....	18
2.4 ศึกษาวัสดุที่เหมาะสมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก.....	25
2.5 ศึกษากระบวนการผลิตการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก.....	32
2.6 ศึกษาสีและจิตวิทยาสี.....	45
2.7 ศึกษาการยศาสตร์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	48
2.8 ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	58
บทที่3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	61
3.1 แหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูล.....	62
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	63

### สารบัญ(ต่อ)

3.3	ขั้นตอนการพัฒนาของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองรอง.....	65
3.4	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	65
3.5	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
บทที่4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
4.1	แบบวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากอัตลักษณ์เมืองรอง จังหวัดหนองคาย และจังหวัดราชบุรี.....	68
4.2	แบบวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ.....	78
4.3	แบบวิเคราะห์ความพึงพอใจ ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองรอง.....	79
บทที่5	สรุปผลและข้อเสนอแนะ.....	85
5.1	สรุปผลจากการวิเคราะห์การวิจัย.....	86
5.2	อภิปรายผลการวิจัย.....	89
5.3	ข้อเสนอแนะ.....	90
บรรณานุกรม.....		91
ภาคผนวก.....		94

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	5
2.1 แสดงแผนที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดหนองคาย.....	14
2.2 แสดงสถาปัตยกรรมวัดธาตุบังพวน.....	15
2.3 แสดงงานประเพณีบั้งไฟพญานาค.....	15
2.4 แสดงสัญลักษณ์ประจำจังหวัดราชบุรี.....	16
2.5 แสดงแผนที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี.....	17
2.6 แสดงโถงมังกรเอกลักษณ์จังหวัดราชบุรี.....	18
2.7 โครงสร้างเคมีเรซิน.....	26
2.8 โครงสร้างเคมีเรซินยังไม่แข็งตัว.....	26
2.9 โครงสร้างเคมีเรซินที่แข็งตัวหลังจากได้ตัวเร่งปฏิกิริยา.....	27
2.10 กระบวนการทอผ้า.....	28
2.11 แสดงการแบ่งสัดส่วนของมนุษย์.....	49
2.12 แสดงสัดส่วนทางกายของมนุษย์.....	50
2.13 การหมุนควงของข้อต่อนิ้วชี้.....	53
2.14 การกางมือออกและการหุบเข้า.....	53
2.15 การเคลื่อนไหวส่วนศีรษะและคอ.....	54
2.16 การเคลื่อนไหวส่วนลำตัว.....	54
2.17 การเคลื่อนไหวส่วนหัวไหล่.....	55
2.18 การเคลื่อนไหวส่วนของแขนและข้อศอก.....	55
2.19 การเคลื่อนไหวส่วนของข้อมือ.....	56
2.20 แบบเกี่ยวกับมุมมองต่าง ๆ ด้านบน.....	56
2.21 แบบเกี่ยวกับมุมมองต่าง ๆ ในระดับด้านข้าง.....	57
2.22 ผลการพัฒนามาสคอตของ เทพฤทธิ์ ไชยจันทร์.....	58
3.1 แสดงกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรอง.....	64
4.1 แสดงกรอบแนวคิดในการพัฒนามาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคาย.....	69
4.2 แสดงการพัฒนามาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคายที่ได้รับการพัฒนา.....	70
4.3 แสดงรูปแบบตัวอักษรไทยชื่อ “Naga Nong khai” .....	70

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.4 แสดงรูปแบบตัวอักษรไทยชื่อ “Naga Nong khai” 2.....	71
4.5 แสดงกรอบแนวคิดในการพัฒนามาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรี.....	72
4.6 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรีที่ได้รับการพัฒนาแล้ว.....	73
4.7 แสดงรูปแบบตัวอักษรไทยชื่อ “Aong Ratri” .....	73
4.8 แสดงรูปแบบตัวอักษรไทยชื่อ “Aong Ratri” 2.....	73
4.9 แสดงรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดหนองคาย.....	75
4.10 แสดงรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดหนองคาย 2.....	76
4.11 แสดงรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดราชบุรี.....	77
4.12 แสดงรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดราชบุรี 2.....	77
ข-1 แสดงตัวอักษรอัตลักษณ์จังหวัดหนองคาย.....	102
ข-2 แสดงตัวสระอัตลักษณ์จังหวัดหนองคาย.....	102
ข-3 แสดงตัวอักษรอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรี 1 .....	103
ข-4 แสดงตัวอักษรอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรี 2 .....	103
ข-5 แสดงตัวสระอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรี .....	104
ข-6 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคาย.....	104
ข-7 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคายทำต้นแบบ ART TOY.....	105
ข-8 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคายทำต้นแบบ ART TOY ที่ลงสี.....	105
ข-9 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคายทำต้นแบบ ตุ๊กตาของที่ระลึก.....	106
ข-10 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคายทำต้นแบบ เสื้อ.....	106
ข-11 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคายทำต้นแบบ แก้ว.....	107
ข-12 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคายทำต้นแบบ หมวก.....	107
ข-13 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรีทำต้นแบบ แก้ว.....	108
ข-14 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรีทำต้นแบบ หมวก.....	108
ข-15 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรีทำต้นแบบ โมเดล.....	109



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	แสดงลักษณะคุณสมบัติของผ้าแต่ละชนิด.....	29
2.2	แสดงมิติส่วนต่างๆ ของร่างกายต่อความสูงยืน และ ค่านิติวิกฤติ .....	50
4.1	แสดงผลการประเมินความพึงพอใจด้านหน้าที่ใช้สอยและการใช้งาน( N=100).....	80
4.2	แสดงผลการประเมินความพึงพอใจด้านความสวยงาม (N=100).....	81
4.3	แสดงผลการประเมินความพึงพอใจด้านความเหมาะสมกับเมืองรอง ( N=100).....	82
4.4	แสดงผลการประเมินความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าทางการตลาด ( N=100) .....	83
4.5	แสดงผลการประเมินความพึงพอใจในภาพรวมของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ( N=100).....	84



# บทที่ 1

## บทนำ



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ปัจจุบันมีการคิดค้นนวัตกรรมด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและคุณภาพทางวิชาการอย่างมากมาย แต่ขาดหายากหรือนำนวัตกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะนวัตกรรมด้านการออกแบบซึ่งมีลักษณะที่ไม่ซับซ้อนกลุ่มคนเข้าใจได้ง่าย เมื่อทำเป็นผลสำเร็จก็สามารถต่อยอดเป็นองค์ความรู้หรือได้นวัตกรรมการออกแบบใหม่ๆ การนำนวัตกรรมด้านการออกแบบมาใช้ประโยชน์กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวเป็นการนำองค์ความรู้หลากหลายด้านมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบพื้นฐาน เทคโนโลยีที่ใช้ในการออกแบบ รวมถึงบริบทอัตลักษณ์พื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองเป็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่ภาครัฐให้ความสำคัญซึ่งเป็นการสร้างความน่าสนใจในจังหวัดเมืองรองกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกระจายการท่องเที่ยวจากเมืองหลักหรือเป็นเส้นทางแวะเที่ยวระหว่างเดินทางท่องเที่ยวเมืองหลัก การกระตุ้นด้วยผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเป็นการสร้างเรื่องราวให้กับเมืองรองและทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดความน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับ ทำให้เมืองรองเป็นที่รู้จักยิ่งขึ้น

การหาอัตลักษณ์เมืองเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์และการเพิ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง การจะหาอัตลักษณ์ที่แท้จริงได้นั้นผู้วิจัยจะต้องลงพื้นที่ศึกษาบริบทต่างๆ เช่น วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ สถาปัตยกรรมหรือสถานที่สำคัญ งานจิตรกรรม งานหัตถกรรม วิถีชีวิต ของคนในชุมชนเป็นต้น ซึ่งโครงการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ตั้งเป้าการพัฒนาที่จังหวัดราชบุรีและจังหวัดหนองคายเนื่องจากเป็นจังหวัดที่ทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย ในส่วนราชบุรีเป็นเมืองรองที่นักท่องเที่ยวที่จะลงทางภาคใต้สามารถผ่านได้ สามารถสร้างอัตลักษณ์เมืองได้ค่อนข้างง่าย และยังไม่เห็นการนำของที่ระลึกมากระตุ้นการท่องเที่ยวนอกจากภาคเอกชน ส่วนทางจังหวัดหนองคายเป็นพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษแต่การท่องเที่ยวยังถือว่าเป็นเมืองรองโดยมากนักท่องเที่ยวจะใช้ผ่านทางไปยัง ประเทศลาวเป็นส่วนใหญ่ การสร้างอัตลักษณ์ให้จังหวัดหนองคายที่เป็นเมืองรอง ยังไม่มีการหาอัตลักษณ์อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งสองจังหวัดถือว่าน่าสนใจมีบริบทใกล้เคียงกันทำให้ผู้วิจัยสนใจพัฒนาสองจังหวัดดังกล่าว

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยแบ่งการศึกษาเป็นสามระยะ คือ ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ต้นน้ำคือการศึกษาสร้างและหาอัตลักษณ์ให้กับจังหวัดเมืองรอง ลักษณะนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายความต้องการในผลิตภัณฑ์ กลางน้ำคือการนำนวัตกรรมการออกแบบมาออกแบบของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวผ่านอัตลักษณ์ของจังหวัดและความต้องการของนักท่องเที่ยว ปลายน้ำคือสำรวจการประเมินผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากนักท่องเที่ยว การทดสอบตลาดว่าสามารถเป็นไปได้ในระดัใด วางจุดขายลักษณะไหน ทั้งหมดเป็นแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองผ่านของที่ระลึกเพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของภาครัฐ

## 1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์จุดเด่นในจังหวัดเมืองรองมาเป็นแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
2. เพื่อศึกษาลักษณะนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านจังหวัดเมืองรองมาเป็นแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
3. ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์ส่งเสริมการขาย
4. ออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยว
5. ประเมินความพึงพอใจทดสอบต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกรายด้านดังนี้
  - 5.1 ด้านรูปแบบ เช่น ความสวยงาม สี ฯลฯ
  - 5.2 ด้านการใช้งาน
  - 5.3 ด้านความเหมาะสม
  - 5.4 ด้านความคุ้มค่าทางการตลาด

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ในงานวิจัยการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง มีขอบเขตในการวิจัยดำเนินงานดังนี้

1.3.1 ขอบเขตของการวิจัยแบ่งเป็น 3 ระยะได้แก่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำแบ่งตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ต้นน้ำ
  - การศึกษาอัตลักษณ์จุดเด่นในจังหวัดเมืองรองมาเป็นแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
  - การศึกษาลักษณะนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านจังหวัดเมืองรองมาเป็นแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
2. กลางน้ำ
  - การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์ส่งเสริมการขาย
  - การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยว
3. ปลายน้ำ
  - การประเมินความพึงพอใจทดสอบต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกรายด้าน
  - จัดเก็บองค์ความรู้จากงานวิจัยเพื่อนำมาเป็นชุดองค์ความรู้ในการเผยแพร่สู่ผู้สนใจ และชุมชนอื่น

## 1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ค้นคว้าเอกสารทฤษฎีที่เกี่ยวข้องลงพื้นที่ศึกษาอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรองเป้าหมาย

2. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. เก็บข้อมูลผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต
4. ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง
5. ออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของที่ระลึกที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง
6. เก็บข้อมูลการทดสอบหาความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกส่งเสริมการท่องเที่ยวเมือง

รอง

7. วิเคราะห์ความพึงพอใจและสรุปผล
8. ดำเนินการสร้างต้นแบบทดสอบ
9. ดำเนินการทดสอบต้นแบบ
10. สร้างต้นแบบจริง
11. ทดสอบการตลาดของต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง
12. วิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย
13. จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

### 1.5 สมมติฐานการวิจัย

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีรูปแบบที่สามารถกระตุ้นนักท่องเที่ยวและแสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชนในการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก

### 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทฤษฎีที่ใช้เป็นแนวคิดในการวิจัย

- ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นพื้นฐานในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีแนวคิดการออกแบบเฟอร์นิเจอร์สมัยใหม่(อุดมศักดิ์ สาริบุตร,2548:181)

- 1.1 รูปทรง (from)
- 1.2 ประโยชน์ใช้สอย (function)
- 1.3 ยืดหยุ่น (flexibility)
- 1.4 ความคุ้มค่า (finance)

2. ทฤษฎีด้านการใช้งานใช้แนวคิดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ดี

(สาคร คັນโชติ, 2528: 36) ใช้หลักคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ 5 ข้อ ดังต่อไปนี้

- 2.1 ใช้งานได้ดี
- 2.2 ใช้ง่าย
- 2.3 สะดวกสบายในการใช้
- 2.4 ปลอดภัยในการใช้

## 2.5 มีความแข็งแรง

3. ด้านความงามใช้แนวคิดการออกแบบที่มีคุณค่าทางความงาม (นิรัช สุดสังข์, 2548:12)เพื่อให้ออกแบบตระหนักถึงความงามที่เด่นชัดร่วมสมัย และมีแนวความคิดสร้างสรรค์แฝงอยู่ในการออกแบบแต่ละชิ้น และความประณีตบรรจงในการออกแบบหรือในผลิตภัณฑ์ยังเป็นคุณค่าส่วนหนึ่งของความงาม
4. กระบวนการคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบของทอแรนซ์และไมเออร์(วรรณิภัค สหสมโชค.2549.135)

4.1 การพบความจริง(Fact finding)

4.2 การค้นพบปัญหา(Problem finding)

4.3 การตั้งสมมติฐาน (Idea finding)

4.4 การค้นพบคำตอบ (Solution finding)

4.5 ยอมรับผลจากการค้นพบ (Acceptance finding)

5. การประยุกต์ใช้หลักการตลาดกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (วิชราวุธ วันชูพริ้ง. 2553)

5.1 การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility study)

5.2 การพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept development)

5.3 การวางแผนผลิตภัณฑ์ (Product planning)

5.4 วิศวกรรมกระบวนการและผลิตภัณฑ์ (Product and process engineering)

5.5 การทดสอบตลาด (Market test)

5.6 การวางผลิตภัณฑ์สู่ท้องตลาด (Market launch)



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในงานวิจัย



## 1.7 คำสำคัญของการวิจัย

- 1.7.1 ของที่ระลึก
- 1.7.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์
- 1.7.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 1.7.4 เมืองรอง
- 1.7.5 การท่องเที่ยว

## 1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.8.1 ได้แนวทางรูปแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองจากอัตลักษณ์จุดเด่นภายในจังหวัด
- 1.8.2 ได้รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก บรรจุภัณฑ์ สื่อประชาสัมพันธ์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง
- 1.8.3 ได้แนวทางการทดสอบตลาดสินค้าของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง

## 1.9 นิยามศัพท์เฉพาะ

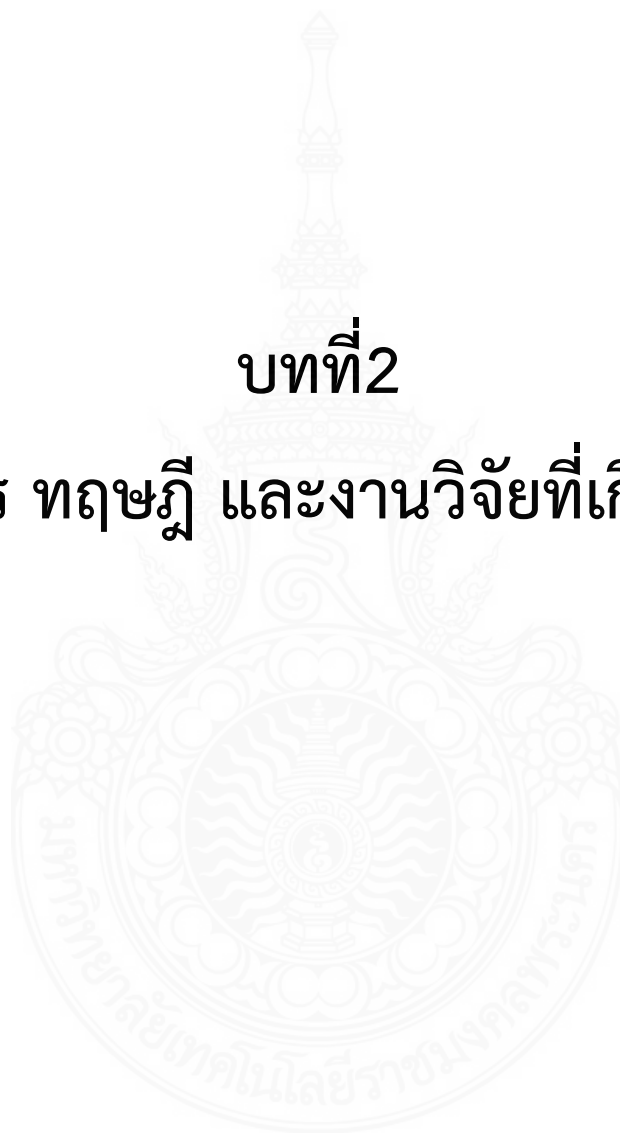
ของที่ระลึก คือ ของที่ระลึกในการนำอัตลักษณ์ของเมืองรองนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว

เมืองรอง คือ เมืองที่เป็นเส้นทางผ่านไปยังจังหวัดใหญ่ๆ ในโครงการนี้หมายถึงจังหวัดราชบุรี และจังหวัดหนองคาย

การท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวโดยใช้อัตลักษณ์เมืองรองมาสร้างจุดเด่นในการกระตุ้นรายได้ให้กับเมืองรอง

## บทที่ 2

### เอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



## บทที่ 2

### เอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในโครงการวิจัยการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ดังนี้

- 2.1 ศึกษาลักษณะเมืองรองและสถานที่สำคัญ
- 2.2 ศึกษาอัตลักษณ์เมืองรองในขอบเขตงานวิจัย
- 2.3 ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
- 2.4 ศึกษาวัสดุที่เหมาะสมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
- 2.5 ศึกษากระบวนการผลิตการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
- 2.6 ศึกษาสีและจิตวิทยาสี
- 2.7 ศึกษาการยศาสตร์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 2.8 ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ศึกษาลักษณะเมืองรองเพื่อถอดอัตลักษณ์เมืองรอง

เมืองรอง หรือ Less visited area หมายถึง เมืองที่ไม่ได้เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก หรือยังมีนักท่องเที่ยวเข้าไปไม่มากนัก การกระจายรายได้ถึงชุมชนท้องถิ่นจึงแตกต่างกับเมืองท่องเที่ยวหลัก เกณฑ์การพิจารณาความเป็นเมืองรองคือ เมืองดังกล่าวมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวไม่ถึง 6 ล้านคนต่อปี ซึ่งมีทั้งหมด 55 จังหวัด โดยแบ่งเป็นภาคดังนี้ (เข้าถึงได้จาก : <https://www.posttoday.com/life/travel/587425>. สืบค้นวันที่ 5 เมษายน 2564)

##### 2.1.1 ภาคเหนือ (16 จังหวัด) ได้แก่จังหวัดและ สถานที่สำคัญดังนี้

2.1.1.1 เชียงราย อาทิ ภูชี้ฟ้า, ดอยแม่สลอง, วัดร่องขุ่น, สามเหลี่ยมทองคำ, ไร่บุญรอด, ไร่รื่นรมย์, เชียงของ, พิพิธภัณฑสถานบ้านดำ, ดอยตุง, วัดห้วยปลากั้ง, ดอยผาตั้ง เป็นต้น

2.1.1.2 น่าน อาทิ วัดภูมินทร์, ต้นดึกเดียม วัดปรางค์, ดอยเสมอดาว, ผาฮู้, อุทยานแห่งชาติดอยภูคา, วัดพระธาตุเบ็งสกัด, วัดภูเก็ต, วัดพระธาตุเขาน้อย, บ่อเกลือสินเธาว์, อุทยานแห่งชาติขุนน่าน, เสาดินนาน้อย, วัดพระธาตุแช่แห้ง, หอศิลป์ปริมณาน, วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร, พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่าน, หมู่บ้านประมงปากนาย เป็นต้น

2.1.1.3 พะเยา อาทิ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงปางค่า, อนุสาวรีย์พ่อขุนงำเมือง, อุทยานแห่งชาติดอยภูนาง, วนอุทยานภูลังกา, อุทยานแห่งชาติป่าแม่ปืม, อุทยานแห่งชาติภูซาง, วัดพระธาตุจอมทอง, วัดศรีโคมคำ, วัดติโลกอาราม, วัดพระธาตุสบแวน, อ่างเก็บน้ำห้วยชมพู-ผาเทวดา เป็นต้น

2.1.1.4 แพร่ อาทิ วัดพระธาตุช่อแฮ, วัดพระธาตุจอมแจ้ง, พระธาตุดอยเล็ง, วัดพระบาทมิ่งเมืองวรวิหาร, พิพิธภัณฑสถานเมืองแพร่คุ้มเจ้าหลวง, วนอุทยานแพะเมืองผี, ถ้ำผานางคอย, หมู่บ้านทุ่งไผ่, แก่งหลวง เป็นต้น

**2.1.1.5 แม่ฮ่องสอน** อาทิ วัดพระธาตุดอยกองมู, วัดจองคำ-วัดจองกลาง, ปางอุง, อุทยานแห่งชาติถ้ำปลา-น้ำตกผาเสื่อ, บ้านน้ำเพียงดิน, สะพานชุตองเป้, บ้านรักไทย, ฟุ้งดอกบัวตองดอยแม่ฮูค, อุทยานแห่งชาติน้ำตกแม่สุรินทร์, ภูชี้ฟ้า, หมู่บ้านศูนย์วัฒนธรรมจีนยูนนาน (สันติชล), วนอุทยานแก้วโกมล (ถ้ำแก้วโกมล), แม่ลาน้อย เป็นต้น

**2.1.1.6 ลำปาง** อาทิ วัดพระธาตุลำปางหลวง, สะพานรัชฎาภิเศกหรือสะพานขาว, อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน, วัดพระแก้วดอนเต้าสุชาดาราม, กาดกอต้า, วัดเฉลิมพระเกียรติพระจอมเกล้าราชานุสรณ์, หล่มภูเขียว, ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย, เขมืองแม่เมาะ, วัดพระธาตุเสด็จ เป็นต้น

**2.1.1.7 ลำพูน** อาทิ วัดพระธาตุหริภุญชัย, อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย, วัดพระพุทธรูปตากผ้า, อุทยานแห่งชาติแม่ปิง, วัดพระธาตุดอยเวียง, วัดจามเทวี, ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงพระบาทห้วยต้ม เป็นต้น

**2.1.1.8 อุดรดิตถ์** อาทิ วัดใหญ่ท่าเสา, วัดธรรมมาธิปไตย, หลวงพ่อเพชร วัดท่าถนน, วัดพระแท่นศิลาอาสน์, บ้านท่าเรือ, อนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก, เขื่อนสิริกิติ์, บ่อเหล็กน้ำพี้, อุทยานแห่งชาติคลองตรอน, อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว เป็นต้น

**2.1.1.9 ตาก** อาทิ ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช, น้ำตกทีลอซู, น้ำตกทีลอจ่อ, น้ำตกปีตุ้โกร, ดอยหลวงตาก, วัดพระบรมธาตุบ้านตาก, อุทยานแห่งชาติแม่เมย, ดอยสอยมาลัย, น้ำตกลานาง, อุทยานแห่งชาติคลองวังเจ้า, สะพานแขวนสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี เป็นต้น

**2.1.1.10 กำแพงเพชร** อาทิ ช่องเย็น, อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร, น้ำตกคลองลาน, ตลาดย้อนยุคนครชุม, วัดบรมธาตุนครชุมกำแพงเพชร, บ่อน้ำพุร้อนพระร่วง (บึงสาป), สระมรกตกำแพงเพชร, ริมแม่น้ำปิง เป็นต้น

**2.1.1.11 นครสวรรค์** บึงบอระเพ็ด, อุทยานแห่งชาติแม่หวัง, อุทยานสวรรค์, วัดศิรีวงศ์, เมืองโบราณจันเสน, วัดป่าสิริวัฒนวิสุทธิ์, ตลาดน้ำวัดบางพระมุง, ฟุ้งหินเทิน, หอชมเมืองนครสวรรค์, ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์-เจ้าแม่ทับทิม เป็นต้น

**2.1.1.12 พิษณุโลก** ลำน้ำเข็ก วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร, วัดนางพญา, อุทยานแห่งชาติน้ำตกชาติตระการ, โครงการพัฒนาป่าไม้ตามแนวพระราชดำริภูหินร่องกล้า, พิพิธภัณฑสถานบ้านจำหวี, วัดจุฬามณี, พระราชวังจันทร์, อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง, ล่องแก่งลำน้ำเข็ก, บ้านร่มเกล้า, วัดราชบูรณะ, น้ำตกแก่งโสภา, เนินมะปราง, ร่องเขานครชุม เป็นต้น

**2.1.1.13 อุทัยธานี** อาทิ วัดท่าซุง, วัดถ้ำเขาวง, วิถีชีวิตริมน้ำสะแกกรัง, ถนนคนเดินตรอกโรงยา, บ่อน้ำพุร้อนสมอทอง, บ้านสวนจันทิตา, ยอดเขาสะแกกรัง เป็นต้น

**2.1.1.14 พิจิตร** อาทิ วัดเขารูปช้าง, วัดห้วยเขน, อุทยานเมืองเก่า, ศาลเจ้าพ่อวังกลม, ศาลสมเด็จพระเจ้าเสือ, บึงสีไฟ, วัดโพธิ์ประทับช้าง, วัดบางคลาน, วัดเทวปราสาท, วัดสุขุมาราม, ย่านเก่าวังกรด เป็นต้น

**2.1.1.15 เพชรบูรณ์** อาทิ เขาค้อ, ภูทับเบิก, ไร่ก้านจูล, ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรที่สูงเพชรบูรณ์, อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว, วัดมหาธาตุ, วัดไตรภูมิ, วัดช้างเผือก, อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง (หนองแม่นา), อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, บ้านไทรหล่ม, เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าผาแดง เป็นต้น

**2.1.1.16 สุโขทัย** อาทิ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย, เขาลวง, ถ้ำเจ้าราม, สถานีรถไฟคลองมะพลับ, วัดวาสุการามและชุมชนบ้านไม้โบราณ, ทุ่งทะเลหลวง, จุดชมวิวห้วยต้นโฮ บ้านนาต้นจั่น เป็นต้น

**2.1.2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน 18 จังหวัด)** ได้แก่จังหวัดและ สถานที่สำคัญดังนี้

**2.1.2.1 กาฬสินธุ์** พิพิธภัณฑสถานสิรินธร, วนอุทยานภูแฝก, เขื่อนลำปาว, วัดวังคำ, หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทโคกโก่ง, พุทธสถานภูสิงห์, อนุสาวรีย์พระยาชัยสุนทร (ท้าวโสมพะมิตร), พระธาตุยาคู เป็นต้น

**2.1.2.2 ชัยภูมิ** ทุ่งดอกกระเจียวที่สวยงามแล้ว จังหวัดชัยภูมิก็มีแหล่งท่องเที่ยวดี ๆ ให้ได้ไปเที่ยวชมอีกมากมาย โดยเฉพาะที่เกี่ยวธรรมชาติ ที่มีหลากหลายแบบให้ไปเที่ยวชมไม่รู้เบื่อ ไม่ว่าจะเป็นมอหินขาว, อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม, อุทยานแห่งชาติไทรทอง, น้ำตกตาดโตน, อุทยานแห่งชาติภูแลนคา, จุดชมวิวสุดแผ่นดิน, ศาลเจ้าพ่อพญาแล, สถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าภูเขียว, เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว-ทุ่งกะมัง, เขื่อนลำปะทาว, เขื่อนจุฬาภรณ์, น้ำตกเทพประทาน, ผาเง็ก

**2.1.2.3 นครพนม** พระธาตุพนม, พระธาตุท่าอุเทน, พิพิธภัณฑสถานผู้ว่าราชการจังหวัดนครพนม, วัดนักบุญอันนา หนองแสง, ถนนคนเดินนครพนม, บ้านนาจอก (บ้านลุงโฮ), หาดแห่, ตลาดอินโดจีน, ลานพนมนาคา เป็นต้น

**2.1.2.4 บึงกาฬ** น้ำตกถ้ำพระ, ภูทอก, ภูสิงห์, หินสามวาฬ, สะดือแม่น้ำโขงแก่งอาฮง, บึงโขงหลง, หนองกุดทิง, น้ำตกเจ็ดสี เป็นต้น

**2.1.2.5 บุรีรัมย์** อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง เพ ลา เพลิน (Play La Ploen), ปราสาทหินเมืองต่ำ, ไอ-โมบาย สเตเดียม, วนอุทยานเขากระโดง, เขื่อนลำนางรอง, วัดเขาอังคาร, อ่างเก็บน้ำทุ่งแหลม, ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ เป็นต้น

**2.1.2.6 มหาสารคาม** อาทิ พระธาตุนาดูน, พระพุทธรูปมิ่งเมือง, พระพุทธรูปยืนมงคล, หาดวังโก, สะพานไม้แกดำ, สะดืออีสาน, เขตห้ามล่าสัตว์ป่าลำดุนลำพัน, แก่งเลิงจาน, วนอุทยานโกสัมพี, อ่างเก็บน้ำห้วยคะคาง, วัดหนองहुลิง เป็นต้น

**2.1.2.7 มุกดาหาร** อาทิ วัดพระศรีมหาโพธิ์, วัดศรีมงคลใต้, ศาลเจ้าพ่อเจ้าฟ้ามุงเมือง, ศาลเจ้าแม่สองนางพี่น้อง, น้ำตกตาดโตน, ตลาดอินโดจีน, อุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ, แก่งกะเบา, ห้าแยกเวียงนาม, หอแก้วมุกดาหาร เป็นต้น

**2.1.2.8 ยโสธร** อาทิ หมู่บ้านท่าหมอนขิดบ้านศรีฐาน, ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง, พิพิธภัณฑสถานคันคาก, โบสถ์คริสบ้านซ่งแย้, เมืองเก่าบ้านสิงห์ท่า, วัดมหาธาตุ, วัดศรีธรรมาราม เป็นต้น

**2.1.2.9 ร้อยเอ็ด** อาทิ พระเจดีย์มหาเมฆมงคลบัว, ปรากฏู๋, บึงปลาญชัย, วัดบูรพาภิราม, วัดกลางมิ่งเมือง, วัดผาน้ำทิพย์เทพประสิทธิ์วราราม เป็นต้น

**2.1.2.10 เลย** อาทิ อุทยานแห่งชาติภูเรือ, อุทยานแห่งชาติภูสวนทราย, สวนหินผางาม คุณหมิง (หนองหิน), แก่งคุดคู้, วัดเนรมิตวิปัสสนา, พระธาตุศรีสองรัก เป็นต้น

**2.1.2.11 ศรีสะเกษ** อาทิ อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร, ผามออีแดง, วัดป่ามหาเจดีย์แก้ว, วัดมหาพุทธาราม, วัดพระธาตุสุพรรณหงส์, น้ำตกวังใหญ่, น้ำตกสำโรงเกียรติ, ศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำ ศรีสะเกษ อควาเรียม, ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่, ปราสาทบ้านปราสาท (ปราสาทห้วยทับทัน), หอคอยศรีลำดวนเฉลิมพระเกียรติ, พระธาตุเรืองรอง, บ้านขุนอำเภอไพพานิชย์ เป็นต้น

**2.1.2.12 สกลนคร** อาทิ วัดพระธาตุเชิงชุม, อุทยานแห่งชาติภูพาน, พระตำหนักภูพานราชนิเวศน์, พระธาตุภูเพ็ก, วัดพระธาตุนารายณ์เจงเวง, อุทยานบัว, วัดป่าสุทธาวาส, พิพิธภัณฑสถานภูพาน, น้ำตกคำหอม, เขื่อนน้ำพุง เป็นต้น

**2.1.2.13 สุรินทร์** อาทิ ปราสาทศรีขรภูมิ, ศูนย์คชศึกษาสุรินทร์, ปราสาทตาเหมือน, ปราสาทบ้านพลวง, ปราสาทภูมิโพน, เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยทับทัน-ห้วยสำราญ, วัดบูรพาราม, หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง เป็นต้น

**2.1.2.14 หนองคาย** อาทิ วัดโพธิ์ชัย, สะพานมิตรภาพไทย-ลาว, น้ำตกธารทอง, พระธาตุบังพวน, ตลาดท่าเสด็จ (ตลาดอินโดจีน), อนุสาวรีย์ปราบฮ่อ, วัดหินหมากเป้ง, ภูห้วยอีสัน เป็นต้น

**2.1.2.15 หนองบัวลำภู** อาทิ ถ้ำเอนาวัน, PC Cowboy Town, วนอุทยานน้ำตกเฒ่าไต้, พิพิธภัณฑสถานหอยหินโบราณ, หนองบัว, อุทยานแห่งชาติภูเก้า-ภูพานคำ, วัดถ้ำกลองเพล เป็นต้น  
**อำนาจเจริญ** อาทิ แก่งคันสูง, บ้านนาหมอม้า, วัดดงเฒ่าเก่า, วัดศาลาพันห้อง, ถ้ำแสงเพชร, พุทธอุทยาน, อ่างเก็บน้ำพุทธอุทยาน เป็นต้น

**2.1.2.16 อุตรดิตถ์** ทะเลบัวแดง วัดป่าภูก้อน พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเชียง สวนสาธารณะหนองประจักษ์, บ้านคำชะโนด, อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท, วนอุทยานน้ำตกธารงาม, ภูฝอยลม, วัดโพธิสมภรณ์ เป็นต้น

**2.1.2.17 อุบลราชธานี** อาทิ สามพันโบก, หาดชมดาว, อุทยานแห่งชาติผาแต้ม, ภูอานม้า, วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว, วัดพระธาตุหนองบัว, เขมราฐ, หาดหงส์, เขื่อนสิรินธร, อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย, ชั่วน้อย เป็นต้น

**2.1.2.18 อำนาจเจริญ** อาทิ วนอุทยานภูสิงห์-ภูผาผึ้ง, วัดถ้ำแสงเพชร, เจดีย์หินพันล้านก้อน, สวนเกษตรจิตสภณ, อุทยานดงลิงดอนเจ้าปู่, ริมแม่น้ำโขงชานูมาน, หมู่บ้านหมอลำนองปลาข้าว, เขาศีรีวงภูมะโรง, พระธาตุนาป่าแขง, พระมงคลมิ่งเมืองและพุทธอุทยาน

### 2.1.3 ภาคกลาง (7จังหวัด) ได้แก่จังหวัดและสถานที่สำคัญดังนี้

**2.1.3.1 ชัยนาท** อาทิ สวนนกชัยนาท, วัดพระบรมธาตุวรวิหาร, วัดปากคลองมะขามเฒ่า, วัดกรุณา, วัดธรรมามูลวรวิหาร, สวนน้ำอวกาศ, เขื่อนเจ้าพระยา, บึงกระจับใหญ่, ถนนคนเดินตลาดริมน้ำค้างสำเภา, บ้านเนินขามผ้าทอ เป็นต้น

**2.1.3.2 ลพบุรี** อาทิ พระปรางค์สามยอด, ศาลพระกาฬ, วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ, พระนารายณ์ราชนิเวศน์, พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์, พุ่งทานตะวันเขาจันทแล, สวนรุกขชาติ น้ำตกวังก้านเหลือง, เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ เป็นต้น



**2.1.3.3 สมุทรสงคราม** อาทิ วัดบ้านแหลม หรือวัดเพชรสมุทรวรวิหาร, วัดบางกุ้ง, ดอนหอยหลอด, ตลาดน้ำดอนมะโนรา, ตลาดน้ำบางนกแขวก, ตลาดน้ำท่าคา, บ้านแม่ไทยโบราณ, อาสนวิหารแม่พระบังเกิด, ศูนย์ท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์บ้านบางพลับ, ตลาดน้ำอัมพวา, คลองโคน, ตลาดร่มหุบ เป็นต้น

**2.1.3.4 สิงห์บุรี** อาทิ วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร, อนุสาวรีย์วีรชนและอุทยานค่ายบางระจัน, แหล่งเตาเผาแม่น้ำน้อย, อุทยานแม่ลามหาราชานุสรณ์, พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อินทร์บุรี, วัดหน้าพระ, วัดพิบูลทอง, วัดสว่างอารมณ์, วัดโพธิ์เก้าต้น, ศูนย์อนุรักษ์ควายไทยเขางาม, ตลาดบ้านระจัน เป็นต้น

**2.1.3.5 สุพรรณบุรี** อาทิ ตลาดสามชุก, หอคอยบรรหาร-แจ่มใส, พิพิธภัณฑ์ลูกหลานพันธุ์มังกร (อุทยานมังกรสวรรค์), ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง, หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย (บ้านควาย), อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง หรือปางอู๋ สุพรรณบุรี, ตลาดเก้าห้อง, อุทยานแห่งชาติพุเตย, หาดทรายห้วยกระเสี้ยว, บึงฉวาก เป็นต้น

**2.1.3.6 อ่างทอง** อาทิ วัดจันทรังษี, วัดขุนอินทประมูล, วัดสังกระต่าย, วัดม่วง, วัดท่าอิฐ, บ้านหุ่นเหล็ก, พระตำหนักคำหยาด, ศูนย์ตุ๊กตาชาววังบ้านบางเสด็จ, พิพิธภัณฑ์ตำนานเมืองอ่างทอง, วัดป่าโมกวรวิหาร เป็นต้น

**2.1.3.7 ราชบุรี** อาทิ อุทยานหินเขางู, ตลาดอมยิ้ม, ตลาดน้ำเหล่าตั๊กลัก, หมู่บ้านช้างดำเนินสะดวก, มาลัยฟาร์ม ณ ดำเนินสะดวก, โครงการพระราชดำริเขาชะงุ้ม, Secret Space, ไร่ปลูกรัก, ถ้ำจอมพล, บ่อน้ำร้อนโป่งกระทิง, ถ้ำฮงไถ่, พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดขนอน, สุนทรแลนด์ แดนตุ๊กตา, พิพิธภัณฑ์ชุมชนสระโกสินารายณ์, อ่างเก็บน้ำไม้เต็ง, สวนผึ้ง, เขากะโจม เป็นต้น

## 2.1.4 ภาคตะวันออก (5 จังหวัด) ได้แก่ จังหวัดและสถานที่สำคัญดังนี้

**2.1.4.1 นครนายก** อาทิ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า, หมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับ คลอง 15, น้ำตกนางรอง, น้ำตกวังตะไคร้, เขื่อนขุนด่านปราการชล, อุทยานพระพิฆเนศ, น้ำตกเหวนรก, น้ำตกสาริกา, วัดนางรองและพระบรมรูปรัชกาลที่ 8, รอยพระพุทธรูปจำลองเขานางบวช, วัดพราหมณีและอนุสรณ์สถานกองพลทหารญี่ปุ่นที่ 37 เป็นต้น

**2.1.4.2 จันทบุรี** อาทิ อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ, บ้านแหลมสิงห์, ย่านท่าหลวง, อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว, หาดเจ้าหลาว, อ่าวคุ้งกระเบน, ถนนอัญมณี, อาสนวิหารพระนางมา리아ปฏิสนธินิรมล, ชุมชนริมน้ำจันทบูร เป็นต้น

**2.1.4.3 ตราด** อาทิ เกาะช้าง, เกาะกูด, เกาะหมาก, เกาะกระดาด, เกาะหวาย, พิพิธภัณฑ์สถานเมืองตราด, พระบรมราชานุสาวรีย์รัชกาลที่ 5, หาดทรายดำ, บ้านน้ำเชี่ยว, จุดชมวิวแหลมงอบ, อนุสรณ์สถานยุทธนาวีที่เกาะช้าง, ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองตราด, อ่าวตาลคู่, บ้านท่าระแนะ, หาดบานชื่น, ศูนย์ราชการศูนย์สภากาชาดไทย, สวนสมโภชน์ เป็นต้น

**2.1.4.4 ปราจีนบุรี** อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ต้นโพธิ์ศรีมหาโพธิ์, วัดแก้วพิจิตร, ดาษดาเกลเลอรี, เขาทุ่ง, The Verona at Tublan, พิพิธภัณฑ์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร, พิพิธภัณฑ์อยู่สุขสุวรรณ, แก่งหินเพิง, อุทยานแห่งชาติทับลาน, น้ำตกเขาอีโต้ เป็นต้น

**2.1.4.5 สระแก้ว** อุทยานแห่งชาติปางสีดา ปราสาทสด๊กก๊อกธม, โรงเรียนกาสรกสิวิทย์, ละลุ, วัดถ้ำเขาฉกรรจ์, ศาลหลักเมืองสระแก้ว, โครงการอ่างเก็บน้ำพระปรงอันเนื่องมาจากพระราชดำริ, ทะเลคลองหาด, นานาธรรมสถาน, พระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช, ถ้ำเพชรโพธิ์ทอง เป็นต้น

## 2.1.5 ภาคใต้ (9 จังหวัด) ได้แก่ จังหวัดและสถานที่สำคัญดังนี้

**2.1.5.1 ชุมพร** เทียวเมืองรอง พะโต๊ะ พระธาตุสวี, บ่อน้ำพุร้อนถ้ำเขาพลู, ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์, อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร, น้ำตกคลองเพรา, วนอุทยานน้ำตกกะเปาะ, หาดทุ่งวัวแล่น, จุดชมวิวเขามัทรี, เขาดินสอ เป็นต้น

**2.1.5.2 ตรัง** อาทิสถาณีนารถไฟกั้นตั้ง, คริสตจักรตรัง, เกาะกระดาน, เกาะไทรง, เกาะลิง, เกาะสุกร, ถ้ำมรกต, เกาะเขือก-เกาะม้า, หาดปากเมง, อุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม, ถ้ำเลเขากอบ, น้ำตกโตนเต๊ะ, สวนพฤกษศาสตร์ภาคใต้ (ทุ่งค่าย), ถ้ำเขาช้างหาย เป็นต้น

### 2.1.5.3 นครศรีธรรมราช บ้านคีรีวง

**2.1.5.4 นราธิวาส** อาทิสถาณีนารถไฟกั้นตั้ง, เจดีย์สิริมหามายา, พระพุทธทักษิณมิ่งมงคล, มัสยิดวาตีอัลฮูเซ็น หรือ มัสยิดตะโละมานาเนาะ, วัดเชิงเขา, วัดชลธาราสิ่งเห, พิพิธภัณฑสถานพื้นบ้าน โละจุด, อุทยานสวนอ่าวมะนาว, พระพุทธอุทยานเขากง, ชายหาดนราทัศน์, น้ำตกปาโจ, น้ำตกฉัตรวาริน เป็นต้น

**2.1.5.5 ปัตตานี** อาทิสถาณีนารถไฟกั้นตั้ง, ศาลเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยว, เกาะโลชิน, มัสยิดกรือเซะ, วัดช้างให้ราษฎร์บูรณาราม, มัสยิดกลางปัตตานี, ศาลหลักเมือง, แหลมตาชี, น้ำตกทรายขาว, พลับพลาที่ประทับของรัชกาลที่ 7, เมืองโบราณยะรัง เป็นต้น

**2.1.5.6 พัทลุง** อาทิสถาณีนารถไฟกั้นตั้ง, วัดถ้ำคูหาสวรรค์, วังเจ้าเมืองพัทลุง, ทะเลน้อย, พระมหาธาตุเจดีย์บางแก้ว, วัดเขียนบางแก้ว, บ่อน้ำร้อนธารน้ำเย็น เขาชัยสน, น้ำตกไพรวัลย์, ภูเขาอกทะลุ, หาดแสนสุขลำปำ, อุทยานแห่งชาติเขาปู่-เขาย่า, ปากประ, ตลาดป่าไผ่สร้างสุข, ตลาดใต้โหนด, ล่องแก่งหนานมดแดง เป็นต้น

**2.1.5.7 ยะลา** อาทิสถาณีนารถไฟกั้นตั้ง, โครงการไม้ดอกเมืองหนาวเบตง, น้ำพุร้อนเบตง, พระมหาธาตุเจดีย์พระพุทธธรรมประกาศ, ทะเลหมอกอัยเยอร์เวง, มัสยิดกลางจังหวัดยะลา, เขื่อนบางลาง, น้ำตกเฉลิมพระเกียรติ ร.9, ถ้ำกระแซง, อุโมงค์เบตงมงคลฤทธิ์ เป็นต้น

**2.1.5.8 ระนอง** อาทิสถาณีนารถไฟกั้นตั้ง, บ่อน้ำร้อน-สวนรักษะวาริน, หาดชาญดำริ, น้ำตกโตนเพชร, อุทยานแห่งชาติแหลมสน, อุทยานแห่งชาติน้ำตกหงาว, เกาะพยาม, ภูเขาหญ้า, สุสานเจ้าเมืองระนอง, น้ำตกปูลูญบาล, คอคอดกระ หรือกั๊วกระ, หาดทรายดำ, เกาะช้าง เป็นต้น

**2.1.5.9 สตูล** อาทิสถาณีนารถไฟกั้นตั้ง, เกาะหินงาม, เกาะตะรุเตา, เกาะบุโหล่น, เกาะอาดัง-ราวี, เกาะหินซ้อน, เกาะไข่, หาดสันหลังมังกร, ถ้ำเสเตโกดอน, ถ้ำภูผาเพชร, อุทยานแห่งชาติทะเลบัน, วัดชานาธิปเฉลิม, น้ำตกโตนปลิว เป็นต้น

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าเมืองรองเป็นโดยมากเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวไม่เยอะและเป็นเส้นทางผ่านไปยังจังหวัดที่เป็นเมืองหลักในการด้านการท่องเที่ยว รัฐบาลจึงมีแนวคิดในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางแวะตามเส้นทางเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเมืองรอง

## 2.2 ศึกษาอัตลักษณ์เมืองรองในขอบเขตงานวิจัย

ในโครงการวิจัยการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง ผู้วิจัยได้คัดเลือกกำหนดเมืองรองเป็นกลุ่มตัวอย่าง 2 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดหนองคาย และจังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดที่ทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และด้วยเหตุที่มีอัตลักษณ์ที่น่าสนใจและเป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมและติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ประเทศลาว และประเทศเมียนมา ศึกษาการศึกษาอัตลักษณ์ดังนี้

### 2.2.1 จังหวัดหนองคาย

เป็นจังหวัดที่มีชายแดนติดกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยมีสภาพภูมิศาสตร์ติดกับแม่น้ำโขง ซึ่งมีประเพณีที่สำคัญได้แก่ งานบุญบั้งไฟพญานาค หรือบั้งไฟผี ที่เป็นปรากฏการณ์ลูกไฟลอยขึ้นจากผิวน้ำสู่ท้องฟ้า เป็นประเพณีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจและฝากดูในช่วงวันออกพรรษา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีรูปแบบแผนที่ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แสดงแผนที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดหนองคาย

(ที่มา : เข้าถึงได้จาก <https://pubhtml5.com/bookcase/kzsj>

สืบค้นวันที่ 7 เมษายน 2564)

2.2.1.1 การถอดอัตลักษณ์ที่สำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดหนองคาย ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ศึกษา และศึกษาภาคเอกสารพบว่าอัตลักษณ์จังหวัดหนองคาย มีสถาปัตยกรรมที่สนใจ เช่น วัดพระธาตุบังพวน ที่เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ประเพณีที่สำคัญได้แก่ประเพณีบั้งไฟพญานาค ซึ่งทำให้ประชาชนเข้าใจว่าเป็นเมืองแห่งพญานาคเนื่องจากภูมิศาสตร์ติดกับแม่น้ำโขง จึงทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นเมืองบาดาลที่เป็นที่อยู่ของพญานาค มีคำขวัญ วีรกรรมปราบฮ่อ หลวงพ่อพระใส สะพานไทย-ลาว



ภาพที่ 2.2 แสดงสถาปัตยกรรมวัดธาตุบังพวน

(ที่มา : เข้าถึงได้จาก <https://thailandtourismdirectory.go.th/th/attraction/1195>

สืบค้นวันที่ 7 เมษายน 2564)



ภาพที่ 2.3 แสดงงานประเพณีบั้งไฟพญานาค

(ที่มา : เข้าถึงได้จาก <https://www.77kaoded.com/news/kamthornk/906826>

สืบค้นวันที่ 7 เมษายน 2564)

## 2.2.2 จังหวัดราชบุรี

ราชบุรี เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางภาคตะวันตก โดยเป็นศูนย์กลางในด้านอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตร เช่น มะพร้าว ชมพู่ ฝรั่ง มะม่วง และการปศุสัตว์ของประเทศ ทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดกาญจนบุรี ทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดเพชรบุรี ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสงคราม และจังหวัดนครปฐม และทิศตะวันตกติดต่อกับประเทศพม่า จังหวัดราชบุรีเป็นจังหวัดที่ขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในภาคตะวันตก และมีจำนวนเทศบาลเมืองมากที่สุดในภาคตะวันตก จำนวน 5 แห่ง ราชบุรี ดินแดนวัฒนธรรมลุ่มน้ำแม่กลองและสายหมอกแห่งขุนเขาตะนาวศรี เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางด้านตะวันตกที่มีภูมิประเทศหลากหลาย จากพื้นที่ที่ราบต่ำ ลุ่มแม่น้ำแม่กลองอันอุดม แหล่งเพาะปลูกพืชผักผลไม้ เศรษฐกิจนานาชนิด สู่พื้นที่สูงทิวเทือกเขาตะนาวศรีทอดตัวยาวทางทิศตะวันตกจรดชายแดนไทย-พม่าจากตำนานและหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ทำให้สันนิษฐานได้ว่า ราชบุรีเป็นหัวเมืองที่เจริญรุ่งเรืองมากแห่งหนึ่งของแคว้นสุวรรณภูมิมาตั้งแต่สมัยที่พระเจ้าอโศกมหาราชแห่งอินเดียได้เผยแพร่พุทธศาสนาเข้ามาในดินแดนแถบนี้ เมื่อราวปี พ.ศ. 218 โดยแคว้นสุวรรณภูมินี้มีศูนย์กลางการปกครองอยู่ที่นครปฐมหรือที่สมัยนั้นเรียกกันว่า "ทวารวดี" ราชบุรียังเป็นแหล่งพบปะของพ่อค้าวาณิชแต่ครั้งโบราณ ทั้งยังเป็นเมืองหน้าด่านที่ติดต่อกับพม่า ราชบุรีจึงเป็นดินแดนที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ที่สุดแห่งหนึ่ง ห่างจากกรุงเทพมหานครเบื้องทิศตะวันตกราว 110 กิโลเมตร เป็นที่ตั้งของจังหวัดราชบุรี ดินแดนอันเป็นที่มาของโอ่งเคลือบลายมังกรและผ้าทอบ้านไร่หรือผ้าขาวม้าอันลือชื่อ สำหรับผู้ไม่ใช่ชาวบ้านพื้นถิ่นน้อยคนนักจะเข้าใจว่าอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาและหัตถกรรมทอผ้าพื้นเมืองเป็นเพียงผลงานบางส่วนที่สะท้อนความหลากหลายของราชบุรีที่ฝากร่องรอยทางประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรม มีคำขวัญประจำจังหวัดที่เป็นเอกลักษณ์ได้แก่ คนสวยโพธาราม คนงามบ้านโป่ง เมืองโอ่งมังกรวัดขนอนหนังใหญ่ ตื่นใจถ้ำงาม ตลาดน้ำดำเนินเพลินค้ำคาวร้อยล้าน ย่านยี่สกปลาดี

**2.2.2.1 สัญลักษณ์ประจำจังหวัด** เครื่องราชกกุธภัณฑ์ 2 อย่างคือภาพฉลองพระบาทอยู่บนพานทอง ภาพพระแสงขรรค์ชัยศรี ซึ่งวางอยู่บนพระที่นั่ง ทั้งนี้ก็เพราะชื่อจังหวัดราชบุรีแปลว่า เมืองของพระราช



ภาพที่ 2.4 แสดงสัญลักษณ์ประจำจังหวัดราชบุรี

(ที่มา : เข้าถึงได้จาก <https://th.wikipedia.org> สืบค้นวันที่ 9 เมษายน 2564)



2.2.2.2 การถอดอัตลักษณ์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากจังหวัดราชบุรีมีพื้นที่ชายแดนติดกับประเทศพม่า ทำให้มีพื้นที่วัฒนธรรมที่เป็นชาติพันธุ์ และอพยพ ทำให้เกิดวัฒนธรรมที่หลากหลายแต่เนื่องจากเส้นทางการเดินทางไปยังจังหวัดราชบุรีเป็นเพียงทางผ่านในการเดินทางลงสู่ภาคใต้ทำให้นักท่องเที่ยวเลยผ่านไปไม่แวะ ทั้งที่ราชบุรีมีแหล่งวัฒนธรรมในจังหวัดที่ค่อนข้างเยอะ เช่นการทำเครื่องปั้นดินเผา การทำโอ่งมังกร การทอผ้า สถาปัตยกรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ดังภาพที่ 2.5 ซึ่งแสดงภาพแผนที่วัฒนธรรมภายในจังหวัดราชบุรี



ภาพที่ 2.5 แสดงแผนที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี

(ที่มา : เข้าถึงได้จาก <https://thai.tourismthailand.org/Articles> สืบค้นวันที่ 9 เมษายน 2564)

### 2.2.2.3 รูปแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม

- เครื่องปั้นดินเผา โอ่งมังกร ราชบุรีเป็นแหล่งที่ผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่มีเอกลักษณ์ โดยเฉพาะโอ่งมังกรที่มีการปั้น และการเขียนลวดลายที่สวยงาม





ภาพที่ 2.6

(ที่มา : เข้าถึงได้จาก [martbomcrafts.biz/article/63/](http://martbomcrafts.biz/article/63/))

ประวัติโอ่งมังกร-ของเอกลักษณ์วิถีไทย-ของหัตถศิลป์ไทย-เมืองราชบุรี สืบค้นวันที่ 9 เมษายน 2564)

## 2.3 ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

### 2.3.1 ของที่ระลึกกับนักออกแบบ

นับตั้งแต่อดีต ของที่ระลึกถูกออกแบบและสร้างสรรค์ขึ้นโดยบุคคลเป็นจำนวนมาก ซึ่งบุคคลผู้เกี่ยวข้องเหล่านั้นได้ออกแบบสร้างสรรค์ขึ้นด้วยพฤติกรรม สาเหตุและจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน จากพฤติกรรมจากการออกแบบสร้างสรรค์ เราอาจกำหนดแบ่งบุคคลผู้ออกแบบเหล่านั้นได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ คือ

**2.3.1.1 บุคคลผู้ออกแบบสมัครเล่น** จัดว่าเป็นบุคคลกลุ่มใหญ่ที่มีอยู่โดยทั่วไป ลักษณะพฤติกรรมสร้างสรรค์ผลงานเป็นการสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการเป็นครั้งคราว ไม่ได้มุ่งหวังไปถึงการสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อจัดจำหน่ายหรือยึดถือเป็นอาชีพหลัก ส่วนใหญ่อาศัยเวลาว่างประดิษฐ์ดัดแปลง สร้างสรรค์ผลงานขึ้นเพื่อแจกจ่ายให้กับบุคคลผู้เกี่ยวข้องเท่านั้น

**2.3.1.2 นักออกแบบประเภทช่างฝีมือ** ช่างฝีมือส่วนหนึ่งพัฒนามาจากนักออกแบบสมัครเล่นที่มีทักษะและความชำนาญ และอีกส่วนหนึ่งมาจากการฝึกฝนทางด้านการฝีมือโดยตรง ของที่ระลึกเดิมที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันนั้นส่วนมากมาจากช่างฝีมือ ซึ่งต่างก็คิดประดิษฐ์ทำกันขึ้นมาเอง โดยคิดหรือเห็นว่าแบบไหนสวยก็ลงมือทำขึ้นมาขาย ไม่ได้มีการคิดในเรื่องทฤษฎีหรือเหตุผลอื่นๆ ดังนั้นรูปแบบของที่ระลึกที่ถูกสร้างขึ้นโดยช่างฝีมือมักจะเป็นงานหัตถกรรมที่มีรูปแบบที่เคยทำอย่างไรก็ทำกันตลอด ไม่ค่อยมีการประดิษฐ์คิดค้นหาแบบใหม่ๆ ออกมา เป็นแบบธรรมดาที่มีอยู่ทั่วไปตามท้องตลาด ที่เป็นเช่นนี้ผู้ผลิตไม่รู้จักความสำคัญของการออกแบบด้วยขบวนการศึกษาอบรม ขาดความชำนาญที่จะดัดแปลงสิ่งใหม่ๆ ทั้งยังขาดการศึกษาค้นคว้าในตลาด และไม่คำนึงถึงรสนิยมของประชาชนทั่วไป

**2.3.1.3 นักออกแบบประเภทศิลปิน** ศิลปินมักจะออกแบบสร้างสรรค์ผลงานในลักษณะศิลปะบริสุทธิ์ โดยไม่ได้มุ่งหมายที่จะขายเพราะผลผลิตนั้นเป็นเครื่องมือในการแสดงออกส่วนตัว (self-expression)

มากกว่าผลิตสร้างชิ้นเพื่อการมุ่งขายแลกเปลี่ยน ดังนั้นผู้ใดจะซื้อหรือไม่ งานนั้นจะนำไปประโยชน์ได้อย่างไรหรือไม่ นั่น ศิลปินย่อมจะไม่คำนึงถึง เพราะออกแบบสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อนำความพึงพอใจและความสุขสู่ตนมาเป็นประการสำคัญ ดังนั้น งานของที่ระลึกประเภทงานศิลปกรรมจึงมักไม่ค่อยมีปรากฏในท้องตลาด ถ้ามีผลงานนั้นๆ ก็อาจมีราคาแพง

**2.3.1.4 นักออกแบบอุตสาหกรรม** นักออกแบบประเภทนี้เป็นบุคคลที่สามารถออกแบบอย่างสร้างสรรค์ สร้างสิ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคส่วนมากได้ โดยดำเนินขั้นตอนอยู่ในกระบวนการผลิตระบบอุตสาหกรรม มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ เครื่องมือเครื่องใช้และวัสดุใหม่ๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างสรรค์งานที่ยาก เพราะนักออกแบบไม่ได้ลงมือทำผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง งานการผลิตเป็นเรื่องของบุคคลอื่นที่อาจจะอยู่ห่างกัน ซึ่งนักออกแบบจะต้องรู้ปัญหาในเรื่องการผลิตอันเป็นขีดจำกัดของเครื่องจักร หรือผู้ผลิตมีความรู้ความสามารถแค่ไหน สามารถรับช่วงนำแบบไปผลิตสร้างเป็นรูปร่างขึ้นได้ตามที่ออกแบบเพียงใด เครื่องมือเครื่องจักรสามารถทำงานได้ละเอียดมากน้อยแค่ไหน เป็นต้น ซึ่งการเป็นนักออกแบบอุตสาหกรรมมิใช่เป็นกันได้ง่ายๆ ช่างฝีมืออาศัยทักษะและความชำนาญก็อาจสามารถเป็นช่างฝีมือได้โดยไม่ยาก ศิลปินมักจะอาศัยความสามารถในการสร้างสรรค์ ที่เป็นการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดให้ปรากฏเป็นรูปทรงอย่างวิจิตรสวยงามได้ เป็นบันไดก้าวขึ้นสู่ความเป็นศิลปิน แต่การเป็นนักออกแบบอุตสาหกรรมนอกจากจะต้องรู้และเข้าใจในงานช่างฝีมือ และลักษณะสุนทรีย์อันเป็นอารมณ์ละเอียดอ่อนของศิลปินแล้ว ยังต้องรู้เทคโนโลยีการผลิต จิตวิทยาเกี่ยวกับผู้บริโภคหรือลูกค้า รู้ด้านการตลาด รู้ด้านพาณิชย์ศิลป์ ฯลฯ และที่สำคัญคือรู้รับผิดชอบต่อแบบของตน ที่อาจบันดาลให้ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวกับโรงงานและร้านค้า เกี่ยวกับนักออกแบบอุตสาหกรรม นายเจมส์ เอฟ วอร์เรน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและการตลาด ได้ให้แนวคิดที่จะช่วยในการดำเนินงานให้เป็นไปได้ด้วยดี โดยแบ่งออกเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

**1. การผลิต** ก่อนที่โรงงานจะรับแบบเพื่อทำการผลิตจะต้องคำนึงว่าผลิตภัณฑ์นี้จะขายได้จำนวนมากหรือไม่ และจะผลิตสินค้าชนิดนี้ในราคาต่ำพอสมควรได้หรือไม่

**2. วัสดุ** วัสดุชนิดต่างๆ ไม่ว่าจะมาจากสัตว์หรือพืช หรือสินแร่ ต่างก็มีคุณภาพแตกต่างกันออกไป เมื่อนำมาใช้ประโยชน์ทางการผลิต วัสดุชนิดบางชนิด เช่น เหล็กมีความแข็งแรงมาก ดินเปี้ยวมีความอ่อนนุ่มมาก เงินทำเป็นแผ่นบางๆ และแบนได้ ไม่ไผ่เป็นเส้นไปตามทางยาวเดียวกัน โลหะบางชนิดมีการยืดและหดตัว ทำให้ติดกันได้โดยความร้อนหรือการบัดกรี วัสดุบางชนิดเช่น เงิน อาจทำให้รูปร่างละเอียดประณีตได้ ดินเหนียวต้องการรูปร่างที่ห่อหุ้มเข้าด้วยกันเพื่อป้องกันการแตกง่าย แก้วมีความสะท้อนแสงและแตกง่าย ดังนั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจะต้องมีความคุ้นเคยกับวัสดุต่างๆ ซึ่งกำลังทำการออกแบบโดยการทดลองทำด้วยตนเอง และทำแบบจำลองหรือผลิตภัณฑ์ตัวอย่างด้วยตนเองทุกชิ้น นักออกแบบจึงจะเข้าใจกับปัญหาต่างๆ ของผู้ผลิต

**3. กรรมวิธีการผลิต** ตามปกติโรงงานทุกแห่งไม่ว่าจะเป็นโรงงานใหญ่หรือเล็ก จะต้องมีการผ่อนแรงที่ใช้ในการผลิต อุปกรณ์เหล่านี้มีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับวัสดุที่จะใช้ในการผลิต เช่น กี่ทอผ้า ลีวแกะไม้ แป้นหมุนสำหรับใช้ในการทำเครื่องปั้นดินเผา เหล็กจารใช้สำหรับตกแต่งเครื่องเงินและ

เครื่องมืออื่นๆ ที่ใช้สำหรับจับยึดวัตถุบิด หรือเคลื่อนย้ายในขณะที่ทำการผลิต เครื่องมือเหล่านี้ต่างมีหน้าที่จำกัดในการใช้งาน ซึ่งเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องเข้าใจและนำมาคิดเมื่อเวลาออกแบบด้วย ตรงงานก็มีความจำกัดในการดำเนินงานเช่นเดียวกัน อาจไม่มีเครื่องมือหรือเครื่องจักรที่จะทำงานละเอียดได้ นักออกแบบจึงจำเป็นต้องคิดค้นหาทางออกที่แน่นอนว่า จะต้องใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์อะไรบ้าง แบบที่ออกแบบไปจึงจะประสบความสำเร็จได้ และเมื่อทำการออกแบบในทุกๆ มุมของผลิตภัณฑ์ นักออกแบบก็ควรจะถามตัวเองเสียก่อนว่า แน่ใจแล้วหรือว่าส่วนนั้น ส่วนนี้ของแบบกระทำได้ หรือส่วนนี้ของแบบจะต่อส่วนกันได้อย่างไร หรือส่วนนี้จะตกแต่งขั้นสุดท้ายอย่างไร

**4. งานฝีมือในโรงงานทุกแห่ง** งานของพวกคนงานเป็นส่วนหนึ่งของการผลิต และหากว่างานนั้นเป็นไปในรูปที่คนงานลงมือด้วยมือของตนเอง งานเหล่านั้นก็คือ การทำแทนมือของนักออกแบบนั่นเอง ดังนั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจำเป็นต้องรู้ถึงฝีมือของคนงานเหล่านั้นว่ามีเพียงใด แล้วออกแบบให้ง่ายขึ้น ทำให้คนงานสามารถทำให้เสร็จได้ในเวลาอันควรและได้งานที่สวยงามด้วย ดังนั้นนักออกแบบทุกคนจึงต้องคำนึงถึงเวลาที่ทำการผลิตงานนั้นๆ ด้วย

**5. การบรรจุหีบห่อ** หากนักออกแบบผลิตภัณฑ์จะเป็นผู้ออกแบบหีบห่อด้วยก็จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งคือ ช่วยให้นักออกแบบใช้สีหรือวัตถุ จะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีความยืดหยุ่นต่อสายตาของผู้ซื้อได้ เมื่อต้องการขายผลิตภัณฑ์นั้นที่ร้าน

**6. แบบโฆษณา** แบบที่ใช้โฆษณาต่างๆ นั้นโดยทั่วไปเป็นหน้าที่ของผู้ทำงานด้านนี้โดยเฉพาะ แต่ในบางกรณีนักออกแบบอุตสาหกรรมก็อาจจำเป็นต้องทำงานประเภทนี้ด้วย ซึ่งสามารถที่จะช่วยในการโฆษณาผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องยิ่งขึ้น

**7. การตกแต่งหน้าร้าน** นักออกแบบอุตสาหกรรมต้องมีความสามารถ ที่จะช่วยในการตกแต่งหน้าร้าน ตู้โชว์สินค้าภายในร้าน หรือในงานแสดงสินค้าต่างๆ เพราะนักออกแบบย่อมมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์เหล่านั้นอย่างใกล้ชิด สามารถทำงานด้านนี้ดีกว่าบุคคลอื่น

**8. การค้นคว้าเกี่ยวกับตลาด** ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบไปแล้วกำลังทำการขายอยู่นั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจะต้องทำการศึกษาต่อไป ในด้านความเป็นไปของกิจการ ในตลาดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยสืบถามผู้ขายและผู้ซื้อว่าผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้นดีหรือไม่ เพียงใด เพื่อจะได้นำข้อมูลเหล่านั้นมาพิจารณาแก้ไขในครั้งต่อไป

**9. ลูกค้ำ** ปัญหาที่สำคัญของการผลิตผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันก็คือ ผลิตภัณฑ์นั้นขายไม่ออกหรือไม่เป็นที่พอใจของลูกค้า ดังนั้นนักออกแบบผลิตภัณฑ์จะต้องพยายามออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นๆ ให้เหมาะสมกับกาลเทศะและสิ่งแวดล้อม

**10. ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์** ผลิตภัณฑ์ชิ้นหนึ่งๆ จะต้องมีควมแข็งแรงให้สมกับราคาที่จะต้องเสียไปเมื่อซื้อหามา นักออกแบบจะต้องคิดอย่างลึกซึ้งถึงการที่จะถูกนำเอาไปใช้สอย วิธีการในการใช้วัตถุบิด และการออกแบบในเรื่องรอยต่อหรือมุมต่างๆ ซึ่งก็มีส่วนช่วยให้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ คงถาวร

**11. การบำรุงรักษา** บางครั้งผลิตภัณฑ์ชิ้นหนึ่งอาจจะมีควมสวยงามและเป็นที่ถูกใจของผู้ใช้ แต่เมื่อใช้ไปในระยะเวลาหนึ่ง สีอาจเริ่มมัวจาง มีลักษณะอันบ่งบอกถึงระยะเวลา อาจเป็นที่ไม่พอใจของผู้ใช้

ต่อไป ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาจะต้องได้รับการออกแบบให้สะดวกในการทำความสะดวก ไม่ควรมีขอกมมอะไรมากนัก ส่วนที่ต้องการความเคลื่อนไหว เช่น ที่ฝากล่อง หรือที่เป็นแป้นหมุน จะต้องออกแบบให้ใช้ได้สะดวก ไม่สะดุด ไม่ว่าจะ เป็นระยะเวลาที่สีหมองหรือมีขี้ไคลหรือความหมองมีเกิดขึ้น

**12. ประโยชน์ใช้สอย** การออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบจำเป็นต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่ใช้ในชีวิตเป็นสิ่งสำคัญ ผลิตภัณฑ์บางชนิดเช่น เครื่องประดับของสตรี ได้ถูกออกแบบมาเพื่อใช้และทะนุถนอม และผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดก็ย่อมถูกออกแบบด้วยความมุ่งหมายที่จะใช้ประโยชน์ต่างๆ ตลอดไป เช่น กาน้ำชา ใช้สำหรับใส่น้ำชาและรินออก แก้วก็จะต้องทำให้นั่งสบาย แจกันจะต้องใช้ใส่ดอกไม้และน้ำโดยไม่ให้รั่วไหลออกมา ถาดใส่ผลไม้จะต้องให้ใส่ผลไม้ไม่หกถึงตกลงมาข้างนอกได้ง่ายๆ และที่เขียนบุหรีก็จะต้องมีที่วางบุหรีได้ดี ไม่ให้หล่นลงมาได้โดยง่าย เป็นต้น ดังนั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจึงจำเป็นต้องทำการทดลอง โดยทำเป็นตัวอย่างขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์อย่างหนัก ลองจับต้องและใช้อย่างจริงจัง เพื่อความแน่ใจว่าสามารถจะนำไปใช้ประโยชน์อย่างจริงจังเสียก่อน

**13. ปัญหาเกี่ยวกับความรู้สึกต่างๆ ของผู้บริโภค** ลูกค้าย่อมเป็นเหมือนนักออกแบบย่อมมีความรู้สึกทางตา หู จมูก การจับต้อง และรสสัมผัส เขาใช้ความรู้สึกเหล่านี้เวลาซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์นักออกแบบจะต้องใช้ความรู้สึกเหล่านี้ในการทำให้ผู้ซื้อพอใจหรือไม่พอใจ นักออกแบบที่ชำนาญมักจะรู้สึกมีความผิดเมื่อออกแบบที่แลดูขัดตา แต่นักออกแบบส่วนมากมักมองข้ามความรู้สึกบางอย่างไปเสมอ ตัวอย่างที่เราจะมี เช่น แก้วที่หนักพิงสบาย โต๊ะที่ต่ำเกินไป ถ้วยชามที่มีหูแคบล้วนจับไม่ถนัด โคมไฟที่ให้แสงไม่พอหรือมุมที่คมจนบาดผิวหนัง สิ่งเหล่านี้นักออกแบบจะป้องกันได้โดยการวิเคราะห์แยกแยะให้ถี่ถ้วนเสียก่อน และนึกถึงผลิตภัณฑ์ที่เคยออกแบบมาแล้ว เพื่อนำมาแก้ไขและให้ประโยชน์ในการออกแบบปัจจุบัน (เข้าถึงได้จาก <https://souvenirbuu.wordpress.com> สืบค้นวันที่ 11 พฤษภาคม 2564)

### 2.3.2 การออกแบบของที่ระลึก

ในปัจจุบันการออกแบบสร้างสรรค์ของที่ระลึกเป็นงานศิลปะที่เป็นลักษณะประยุกต์หรือที่เรียกว่า “ประยุกต์ศิลป์” หรือ “ศิลปะประยุกต์” มิใช่เป็นการสร้างงาน “วิจิตรศิลป์” ทั้งนี้เนื่องจากงานวิจิตรศิลป์ถือว่าเป็นศิลปะบริสุทธิ์ เป็นงานสร้างสรรค์ที่มนุษย์แสดงออกมาเพื่อความงาม ความประณีตละเอียดอ่อน อันก่อให้เกิดอารมณ์ ความซาบซึ้ง สะเทือนใจ และเกิดความประทับใจ มีค่าสูงส่งต่อจิตใจมนุษย์ ซึ่งผู้สร้างสรรค์ผลงานศิลปะในลักษณะนี้จะถ่ายทอดชีวิตจิตใจลงในผลงาน ปรากฏออกมาในลักษณะพิเศษ มีลักษณะเฉพาะตัวต่อศิลปินแต่ละคน แต่งานประยุกต์ศิลป์หรือศิลปะประยุกต์ เป็นลักษณะที่มนุษย์นำเอาวัสดุและเรื่องราวต่างๆ มาผสมกลมกลืน ปُرุงแต่ง ดัดแปลงสร้างสรรค์ขึ้นให้มีคุณค่าทางความงาม ทางการใช้สอยให้เป็นประโยชน์แก่ชีวิตประจำวัน การสร้างงานด้านนี้จะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค กาลเวลา สมัยนิยม และองค์ประกอบอื่นๆ อีกหลายประการ ดังนั้นเรื่องราวของการออกแบบของที่ระลึกจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับวิธีการ แนวทาง ความนึกคิด การจัดรวบรวม การลำดับ การเลือกและความริเริ่ม โดยมีวัตถุประสงค์ของรูปแบบที่จะสร้างอยู่ที่ประโยชน์ใช้สอยหรือประดัยชนในการตกแต่งเป็นสิ่งสำคัญ และให้มีรูปลักษณะของสิ่งที่จะสร้างเป็นสิ่งหรือสัญลักษณ์ที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย เร้าใจ มีความ

เหมาะสม กะทัดรัด มีความเป็นระเบียบ และมีความสวยงามเป็นสำคัญ (เข้าถึงได้จาก <https://souvenirbuu.wordpress.com> สืบค้นวันที่ 11 พฤษภาคม 2564)

### 2.3.3 จุดมุ่งหมายในการออกแบบของที่ระลึก

การที่มนุษย์พยายามสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ขึ้นได้นั้น ย่อมมีสาเหตุอันเป็นที่มาแห่งความคิด ที่จะทำ และจุดมุ่งหมายอันเป็นที่ไปแห่งการกระทำ การออกแบบสร้างสรรค์ของที่ระลึกก็เช่นกันย่อมต้องมีสาเหตุและจุดมุ่งหมาย เช่น

1. เป็นการออกแบบเพื่อพัฒนาอาชีพและแข่งขันกันในการผลิต
2. เป็นการออกแบบที่มีผลมาจากความรักในการทำงาน อันเป็นการกระทำด้วยใจรักงานที่จะสร้างสรรค์ของที่ระลึก
3. เป็นการออกแบบเพื่อพัฒนาความคิดรวบยอดให้เป็นไปตามยุคสมัยที่มีความนิยม
4. เป็นการออกแบบเพื่อสร้างผลงานตอบสนองความเชื่อทางลัทธิ ประเพณี
5. เป็นการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย ทางจิตใจและความต้องการทางด้านอื่นๆ ของบุคคล โดยส่วนรวม และโดยส่วนตัว
6. เป็นการออกแบบเพื่อผลประโยชน์ที่พึงได้รับ อามิสสินจ้าง รางวัล หรือเพื่อให้เป็นไปตามสัญญา ข้อตกลง ข้อผูกมัดอันเป็นความผูกพันระหว่างผู้ออกแบบกับผู้สร้าง
7. เป็นการออกแบบเพื่อทดสอบความมุ่งหมาย กฎเกณฑ์ ข้อกำหนด
8. เป็นการออกแบบอันเป็นผลเนื่องมาจากความนิยมทางปรัชญาธรรมวัตถุ สิ่งที่เป็นอนุสรณ์
9. เป็นการออกแบบอันมีผลต่อเนื่องมาจากชาตินิยม เพื่ออนุรักษ์สิ่งที่ดีเด่น และแบบแผนดั้งเดิมไว้ให้ปรากฏต่อไป
10. เป็นการออกแบบตามลัทธินิยมทางศาสนา ความเชื่อ ความศรัทธาที่มีต่อรูปวัตถุ
11. เป็นการออกแบบอันเป็นผลต่อเนื่องมาจากความรัก ความเกลียดชัง ความสมหวัง ความผิดหวัง ความหวาดกลัว รวมทั้งผลกระทบทางจิตใจ ทั้งสิ่งที่เป็นจริงและสิ่งที่เหนือความเป็นจริง
12. เป็นการออกแบบเพื่อสร้างทฤษฎีใหม่ การกำหนดแม่บทหลักของการทำงานและกฎเกณฑ์
13. เป็นการออกแบบอันมีผลมาจากริเริ่มจินตนาการและแนวความคิดที่จะสร้างสรรค์ผลงานนั้นๆ ให้มีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น
14. เป็นการออกแบบเพื่อตอบสนองความรู้สึกนึกคิดที่เป็นอิสระเสรี
15. เป็นการออกแบบเพื่อสร้างรสนิยมใหม่ เปลี่ยนแนวคิดของบุคคลว่าสิ่งของรูปแบบเช่นนั้น ไม่จำเป็นต้องใช้เพื่อประโยชน์เช่นนั้นตลอดไป อาจใช้เพื่อประโยชน์อย่างอื่นอีกก็ได้

16. เป็นการออกแบบเพื่อความเหมาะสมของวัสดุ เหมาะสมกับเครื่องมือเครื่องจักร เพื่อความประหยัด และมี ประโยชน์ใช้ สอย และ มี ความคงทนถาวร ( เข้า ถึง ได้ จาก <https://souvenirbuu.wordpress.com> สืบค้นวันที่ 11 พฤษภาคม 2564)

### 2.3.4 กระบวนการออกแบบของที่ระลึก

1. กำหนดประเภทของรูปแบบ คือการกำหนดเป้าหมายเบื้องต้นในเรื่องรูปแบบว่าจะให้มีแนวโน้มไปในลักษณะใด เช่น อาจกำหนดให้มีรูปแบบในลักษณะตามประเพณีนิยมก็อาจออกแบบจำกัดให้ชัดเจนไปได้ดีกว่ารูปแบบประเพณีนิยมนั้นจะเป็นประเพณีนิยมแบบสากลทั่วไปหรือเป็นรูปแบบประเพณีนิยมเฉพาะของท้องถิ่น ของภูมิภาค ของหมู่บ้าน ฯลฯ หรืออาจกำหนดสร้างให้มีรูปแบบในลักษณะตามสมัยนิยมก็อาจออกแบบจำกัดให้ชัดเจนได้ว่าจะเป็นรูปแบบที่กำลังนิยมอยู่โดยทั่วไปในปัจจุบันหรือรูปแบบที่กำลังจะเป็นที่นิยมและรูปแบบที่พยายามจะสร้างให้กลายเป็นความนิยมขึ้นมาใหม่ในโอกาสต่อไปและถ้าจะกำหนดเป้าหมายในเรื่องรูปแบบให้เป็นลักษณะเฉพาะนั้นเป็นรูปแบบเฉพาะของอะไร ของบุคคล เหตุการณ์ งาน สถานที่ ฯลฯ

2. เก็บรวบรวมข้อมูล การออกแบบสร้างสื่อสัญลักษณ์สิ่งแทนบุคคล เหตุการณ์ สถานที่หรือแทนสิ่งใดๆ ก็ตาม ผู้ออกแบบควรเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการในการออกแบบให้มีลักษณะสอดคล้องกับความเป็นสิ่งนั้นๆ อย่างแท้จริง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวอาจจะเป็นประวัติ เรื่องราว รายละเอียด รูปภาพ หลักฐานเอกสารสิ่งตีพิมพ์ ฯลฯ

3. สำนักราคานิยม ในปัจจุบันของที่ระลึกมีส่วนผูกพันกับค่านิยม รสนิยมของบุคคลอยู่มาก คำว่า “ค่านิยม” อาจหมายถึงความสนใจ ความพึงพอใจ ความชอบ ความนิยม หน้าที่ ความปรารถนา ความอยาก ความต้องการ ความเหนื่อยหน่ายและความตึงเครียดหรือความรู้สึกอื่นที่มนุษย์มีต่อผลผลิต มีต่อการกระทำ สิ่งเหล่านี้มนุษย์ยึดถือไว้สำหรับเป็นแนวทางในการใช้เลือกหรือแนวทางในการจัด การรวบรวมองค์ประกอบของสิ่งต่างๆ เข้าด้วยกันด้วยวิธีการที่เหมาะสม จากคำจำกัดความของคำว่า “ค่านิยม” คำเดียวบางครั้งก็ให้ความหมายต่อการทำงานของมนุษย์เป็นอย่างมากในการออกแบบ เพราะมีส่วนผูกพันกับค่านิยมทั้งตัวนักออกแบบเอง แล้วรวมไปถึงผู้ใช้ผู้บริโภคด้วย ค่านิยมจึงเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการออกแบบสร้างของที่ระลึกอย่างกว้างขวาง ผู้ที่สร้างสรรค์ต้องให้การสังเกตและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยมของผู้บริโภคไว้เป็นพื้นฐานประกอบการตัดสินใจในการออกแบบ

4. การจับประเด็นสำคัญของข้อมูลเพื่อกำหนดรูปแบบ จากข้อมูลที่เก็บรวบรวม ผู้ออกแบบจะต้องนำมาคัดเลือกกรองเอาแต่เฉพาะช่วงตอนที่เป็นประเด็นสำคัญ เพื่อถ่ายทอดสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการจับประเด็นสำคัญในข้อมูลนั้นขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบต้องการเน้นย้ำในด้านใด ทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลทั้งหมดอาจเป็นเรื่องราวของความรัก ความพลัดพราก ความปิติยินดี ความตาย ความกล้าหาญ ความเชื่อความศรัทธา ความกล้าหาญวีรกรรม ฯลฯ ซึ่งเรื่องราวอันก่อให้เกิดอารมณ์สะเทือนใจจากข้อมูลเหล่านี้ ย่อมสามารถกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำความทรงจำได้ต่างกัน หากเรื่องราวเป็นที่ประทับใจ ความทรงจำก็จะฝังแน่นยาวนานกว่า

เรื่องราวที่เป็นปกติธรรมดา ดังนั้น ผู้ออกแบบจึงควรมีความเข้าใจในการแยกแยะข้อมูลและจับประเด็น ความรู้สึกอันถูกกระตุ้นเร้าจากข้อมูลที่ได้ผนวกกับ“ค่านิยม” แปลค่าออกมาเป็นสื่อสัญลักษณ์สิ่งแทน

5. กำหนดคุณค่าและการนำไปใช้ การจับประเด็นของข้อมูลที่เป็นเนื้อหาเรื่องราวเพื่อกำหนด ถ่ายทอดเป็นรูปแบบให้สอดคล้องกับค่านิยมนั้น สามารถกระตุ้นเร้าทางความรู้สึกให้เกิดความประทับใจอัน เป็นคุณค่าทางความรู้สึกหรือคุณค่าภายใน ส่วนอีกคุณค่าอีกประการหนึ่งที่ผู้ออกแบบควรคำนึงควบคู่กันไป ด้วยคือ คุณค่าภายนอกหรือคุณค่าทางกายภาพของวัตถุ คุณค่านี้อาจเกิดจากการนำวัสดุที่มีคุณค่าในตัวเองอยู่ บ้างแล้วมาสร้างสรรค์เป็นของที่ระลึก เช่น อัญมณี งา แก้ว ทอง ฯลฯ หรือค่าของงานอยู่ที่ความเก๋ กะทัดรัด แปลกตา สวยงาม มีคุณค่าต่อการมองสมารถบันดาลให้เกิดความภาคภูมิใจ มีสง่าราศี เป็นต้น. และคุณค่าอีก ลักษณะหนึ่งก็คือคุณค่าที่เกิดจากการนำไปใช้ ในปัจจุบันของที่ระลึกมักออกมาในรูปแบบของสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องประดับ ที่ได้รับการออกแบบให้มีความหมายว่าเป็นของที่ระลึก นับว่าเป็นความคิดที่ดี ผู้รับสามารถใช้ ประโยชน์จากของที่ระลึกได้ด้วยซึ่งดีกว่าตั้งไว้เพื่อคุณค่าทางจิตใจหรือคุณค่าทางความงามเฉยๆ ซึ่งรูปแบบที่ ใช้ในการออกแบบอาจดัดแปลงแปรรูปจากสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องประดับที่มีปรากฏอยู่แล้วให้เป็นของที่ระลึก เช่น เอาถ้วยชาม ช้อนส้อม จาน ฯลฯ ย่อขนาดและสัดส่วนลงให้พอเหมาะแล้วกำหนดสัญลักษณ์ของที่ระลึก ลงไปก็เป็นของที่ระลึกได้โดยสมบูรณ์

6. ข้อควรคำนึงในด้านการผลิตและการตลาด หากของที่ระลึกที่จะออกแบบนั้นเกี่ยวข้องกับ การจัดทำจำหน่ายโดยผลิตขึ้นเป็นจำนวนมาก ผู้ออกแบบอาจต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ อีกดังนี้

- ของที่ระลึกนั้นจำเป็นหรือมีค่านิยมหรือไม่ใช้ประโยชน์ได้หรือไม่
- ของที่ระลึกนั้นผลิตขึ้นมาได้ง่ายหรือไม่ วัสดุที่จะนำมาประดิษฐ์นั้นมีอยู่เพียงพอและหาได้ ยากง่ายประการใด
- จะใช้วัสดุอะไร สีอะไร การขัดเงาเคลือบผิวอย่างไร
- การนำออกโชว์ การขนส่งทำได้ง่ายหรือไม่ จะต้องจัดใส่หีบห่อหรือจะต้องระมัดระวังเป็นพิเศษประการใด
- วัตถุดิบอะไร ขึ้นส่วนมากน้อยเพียงใด ต้องใช้เครื่องมืออะไร เครื่องแรงงานเป็นอย่างไร ออกแบบแล้วผลิตขึ้นได้หรือไม่ จะผลิตให้ถูก มีคุณสมบัติดีและรวดเร็วขึ้นได้อย่างไร
- จะซื้อวัสดุได้หรือไม่ ควบคุมคุณภาพได้อย่างไร จะใช้วัสดุอะไรแทนกันได้บ้างและสามารถ ผลิตวันละเท่าไร เดือนหรือปีละเท่าใด
- ตลาดสินค้าของที่ระลึกนั้นๆ สำหรับคนไทยหรือชาวต่างประเทศ
- ตลาดมีขอบเขตกว้างแคไหน เป็นตลาดท้องถิ่น ทั่วประเทศหรือตลาดต่างประเทศ
- จะนำสินค้าออกสู่ตลาดโดยวิธีใด
- ลูกค้านชอบและไม่ชอบอะไร เช่น สี วัสดุ รูปร่าง ลูกค้านต้องการอะไร จำเป็นต้องทำอะไร มีความสามารถซื้อได้หรือไม่

– ของที่ระลึกประเภทเดียวกันนี้มีผู้ผลิตแข่งขันรายอื่นหรือไม่ มีอยู่แพร่หลายเพียงไร ราคาเป็นอย่างไร คุณภาพเป็นอย่างไร และรูปร่างเป็นอย่างไร (เข้าถึงได้จาก <https://souvenirbuu.wordpress.com> สืบค้นวันที่ 11 พฤษภาคม 2564)

## 2.4 ศึกษาวัสดุที่เหมาะสมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ในโครงการวิจัยการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง ผู้วิจัยได้ศึกษาวัสดุที่เหมาะสมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ดังนี้

### 2.4.1 วัสดุเรซิน (Resin)

#### 2.4.1.1 ประเภทของเรซิน

1. เกรด ออโธ หรือ Orthophthalic เป็นเรซินหลักที่ใช้กันอยู่ทั่วไป ทั้งใช้ในการหล่อธรรมดา หล่อใส เคลือบรูป ถังน้ำ ถังบำบัด กั้นชนรถ หลังคาแผ่นใส ทำได้หมด สารพัดรูปแบบ ไม่ว่าจะขึ้นรูปด้วยมือทา (hand lay up) ใช้เครื่องพ่น (spray up) ใช้เครื่องพัน (filament winding) หรือ แวกคัม (infusion) ก็ได้ ทั้งนี้ มีอยู่หลายเกรด หลายเบอร์ในตลาด ถ้าต้องการแบบมีใบ cer ของ Lloyd's ไว้ใช้ทำเรือ หรือแบบมีใบ cer ของ UL ไว้ทำถังน้ำมันใต้ดินก็จะมีราคาสูงขึ้นตามลำดับ

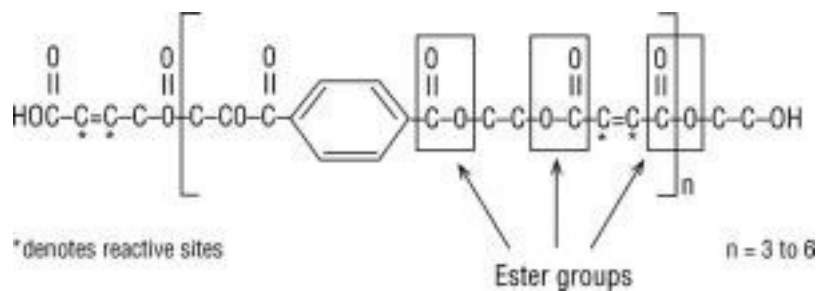
2. เกรด ไอโซ หรือ isophthalic คุณสมบัติทนกรดต่างมากกว่า นิยมใช้ในงานเคลือบถัง หรือเคลือบพื้น ที่ต้องทนการกัดกร่อน และยังมีนิยมนำมาทำแม่แบบไฟเบอร์กลาสให้มีความทนทานมากขึ้น

3. เกรด ไวนิล หรือ vinyl-ester resin เป็นเรซินที่ทนกรดและด่างที่มีความเข้มข้นและกัดกร่อนสูงที่สุดในกลุ่มเรซิน และมีความแข็งแรงสูงกว่าทั้ง เกรด ออโธ และเกรด ไอโซ ด้วย แน่นนอนว่าที่ราคาสูงกว่า นิยมนำไปทำถัง ท่อ เคลือบพื้น เคลือบท่อ ที่ต้องทนการกัดกร่อนสูง และยังมีนิยมนำไปทำแม่แบบไฟเบอร์กลาสเพื่อความทนทานในการใช้งานเช่นเดียวกัน

4. เกรด อีพ็อกซี หรือ epoxy resin ซึ่งเป็นเกรดที่มีความหลากหลายของการใช้งาน และสูตรของการใช้ต่างๆ กันไปมากมาย ตั้งแต่ เน้นเรื่องความใสเช่นงานฝากระโปรงคาร์บอน งานเคลือบสติ๊กเกอร์ เรื่องความแข็งแรงที่ใช้ในงานไฟเบอร์กลาสในส่วนที่รับแรงสูงๆ เช่นท่อความดัน ถึงแก๊ส ไปจนถึงเน้นเรื่องแรงยึดเหนี่ยวสำหรับทำกาวย ถือเป็นเรซินที่มีความแข็งแรงสูงสุด แต่ก็ยังด้อยกว่าเกรด ไวนิลในแง่การทนการกัดกร่อน

เรซิน orthophthalic และ isophthalic ที่ใช้กันอยู่ทั่วไป โครงสร้างทางเคมีของเรซินจะประกอบไปด้วยกลุ่มเอสเทอร์ (RCOOR') หลายๆกลุ่มตามชื่อว่า โพลี นั้นเอง ให้ดูตามรูปข้างล่างจะเห็นกลุ่มเอสเทอร์ที่แสดงอยู่ในสีเหลี่ยมโดยเชื่อมกันอยู่ด้วย reactive sites  $C=C$

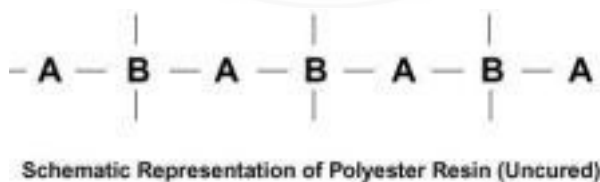




ภาพที่ 2.7 โครงสร้างเคมีเรซิน

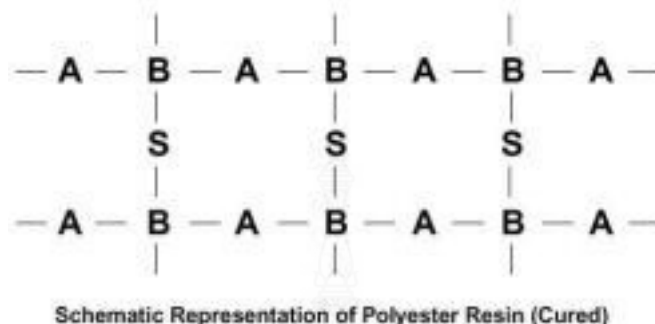
เรซินทั่วไปเราจะเห็นเป็นของเหลวที่มีความหนืด มีสีจางๆ ซึ่งจริงๆก็คือโพลีเอสเตอร์เรซินตามภาพโครงสร้างโมเลกุลด้านบนที่ 'ละลายอยู่' ในสไตรีนโมโนเมอร์ (Styrene Monomer) อีกที่ โดยสไตรีนโมโนเมอร์นั้นนอกจากจะช่วยลดความหนืดของเรซินอย่างที่เราคุ้นเคยแล้วมันยังมีหน้าที่หลักในการเชื่อมกลุ่มเอสเตอร์ เข้าด้วยกันใน กระบวนการเชื่อมโครงสร้างโมเลกุลเพื่อการแข็งตัวของเรซินอีกด้วย เราเรียกว่ากระบวนการนี้ว่า polymerization กระบวนการนี้สามารถเกิดขึ้นได้เองที่อุณหภูมิห้อง โดยจะเกิดขึ้นอย่างช้าๆ ทำให้เมื่อนานไปเรซินจะเปลี่ยนจากของเหลวหนืดเป็นวุ้นๆ ได้เอง นั่นคือเรซินมีอายุการเก็บที่จำกัด(ผู้ผลิตมักจะแนะนำว่าไม่เกินสามเดือน หกเดือน) กระบวนการแข็งตัวตามธรรมชาตินี้จะช้ามากๆ โดยเรซินจะกลายจากของเหลวหนืดๆ เป็นวุ้นๆ ก้อนๆ ทีละเล็กละน้อย กว่าที่จะแข็งตัวหมดใช้เวลาเป็นปีทีเดียว ดังนั้นในการนำเรซินไปผลิตเป็นชิ้นงานเราต้องใช้สารเคมีตัวอื่นเข้ามาเร่งกระบวนการแข็งตัว คือ ตัวเร่งปฏิกิริยา catalyst ตัวช่วยเร่งปฏิกิริยา cobalt

โดยผู้ผลิตเรซินมักจะผสมโคบอลต์มาในเรซินเวอร์ชันใหม่ๆ เพื่อความสะดวกและความปลอดภัยในการทำงาน ผู้ใช้เพียงแค่ผสมตัวเร่งปฏิกิริยาตอนจะใช้งานเรซินเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ส่วนผสมของตัวเร่งปฏิกิริยานั้นใช้น้อยมากเพียง 2-3% ก็พอที่จะทำให้เรซินทั้งหมดเริ่มเป็นวุ้นภายในเวลาประมาณ 10-20 นาที และจะแข็งตัวจนเป็นของแข็งภายในเวลา 2-3 ชั่วโมงเท่านั้น โดยตัวเร่งปฏิกิริยาเองไม่ได้มีส่วนในการเชื่อมโครงสร้างโมเลกุลของโพลีเอสเตอร์เรซินแต่จะไปช่วยให้กระบวนการเชื่อมโครงสร้างโมเลกุล เกิดขึ้นได้รวดเร็วเท่านั้นเองถ้าจะเขียนเป็นภาพคร่าวๆให้เข้าใจกระบวนการแข็งตัวของเรซินได้ง่ายขึ้นก็จะเป็นดังภาพด้านล่าง โดยเราให้ A แทนกลุ่มเอสเตอร์ และ B แทน reactive site  $C^*=C^*$  เป็นสายโซ่โมเลกุลของโพลีเอสเตอร์ที่ยังไม่แข็งตัว



ภาพที่ 2.8 โครงสร้างเคมีเรซินยังไม่แข็งตัว

เมื่อเติมตัวเร่งปฏิกิริยาเข้าไปในเรซิน สไตรีนโมโนเมอร์ S ก็จะเข้ามาเป็นตัวเชื่อมสายโซ่โมเลกุลยาวๆ หลายๆ สายเหล่านี้ให้เป็นโครงตาข่าย 3 มิติ นั่นก็คือการที่เราเห็นเรซินค่อยๆ แข็งตัวเป็นเนื้อเจลจวบจนเมื่อการเชื่อมโครงข่ายโมเลกุลสมบูรณ์ เรซินก็จะกลายเป็นของแข็งที่มีความแข็งแรงสูงดังภาพ



ภาพที่ 2.9 โครงสร้างเคมีเรซินที่แข็งตัวหลังจากได้ตั้งเร่งปฏิกิริยา

แต่เป็นที่น่าเสียดายว่าปฏิกิริยานี้ไม่สามารถย้อนกลับได้ ทำให้เรซินที่แข็งตัวแล้วไม่สามารถทำให้เหลวแล้วนำกลับมาใช้ใหม่ได้เหมือนพลาสติกทั่วไป อีกประการจะสังเกตได้ว่าโครงสร้างโมเลกุลสายยาวของเรซินที่เชื่อมกันในลักษณะขนานกันแบบนี้ทำให้เรซินมีความแข็งแต่เปราะและนั่นเป็นเหตุผลว่าทำไมถึงต้องผสมใยแก้วเข้าไปเสริมความแข็งแรงให้เรซิน ซึ่งก็เปรียบเหมือนการนำเหล็กเส้นเข้าไปช่วยเสริมความแข็งแรงของปูนซีเมนต์ที่มีความแข็งแต่เปราะนั่นเอง

ส่วนการนำเรซินไปใช้นั้น สามารถนำสารเติมเต็ม additive หลากหลายอย่างเข้ามาผสมเพื่อให้คุณสมบัติของเรซินเหมาะสมในการใช้งานแบบต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น ผง แคลเซียม คาร์บอเนต เพื่อช่วยเพิ่มเนื้อ (ลดต้นทุนการผลิต) และช่วยให้ชิ้นงานมีความแกร่งมากขึ้น ผงเบา thixotropic ที่ช่วยลดการไหลของเรซินสำหรับการทำงานแนวตั้ง สีสำหรับผสมเรซิน สารป้องกันการลามไฟ สารลดกลิ่น สารป้องกันรังสียูวี เป็นต้น การผสมสารเติมแต่งเรซินจะต้องมั่นใจว่าผสมได้เป็นเนื้อเดียวกันดี ฟองอากาศต้องให้น้อยที่สุด เพราะสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อความแข็งแรงของชิ้นงานที่จะออกมา ส่วนผสมนี้ถือเป็นส่วนสำคัญที่สุดก็ได้ เช่นตัวเร่งปฏิกิริยาที่เกินกำหนดแม้จะทำให้ชิ้นงานแห้งเร็ว แต่ก็อาจทำให้ทำงานไม่ทันเรซินก็เริ่มเป็นเจลต้องเททิ้ง และยังทำให้ชิ้นงานเปราะได้ หรือผงแคลเซียมคาร์บอเนตถ้าใส่มากเกินไปจะไปมีผลกระทบต่อทั้งเวลาในการแข็งตัวและความแข็งแรงของชิ้นงานเช่นกัน (เข้าถึงได้จาก: <https://www.jn-transos.com/content/4345> สืบค้นวันที่ 11 พฤษภาคม 2564)

#### 2.4.2 ผ้าใยดี สำหรับทำเสื้อยืด

**คุณสมบัติของผ้าขึ้นอยู่กับเส้นด้ายที่ใช้ผลิต**

เรามาทำความรู้จักกับ ลักษณะและคุณสมบัติของเนื้อผ้า โดยทั่วไปแล้วเส้นด้ายที่ใช้ในการทอผ้านั้น มีอยู่ 3 ประเภท คือ

**1. เส้นใยฝ้าย** เป็นเส้นใยธรรมชาติที่ได้จากพืช คือดอกฝ้าย ส่วนประกอบของเส้นใย คือ เซลลูโลส เส้นใยฝ้ายมีลักษณะคงทน ซึ่มซับน้ำได้ดี เส้นใยฝ้ายทนต่อสภาวะได้ดี เส้นใยไม่เปื่อยหรือไม่ละลายในด่างที่เข้มข้นและเจือจางทุกชนิด แต่จะละลายในกรดเข้มข้น และเปื่อยลงได้เร็วในกรดอ่อน

**2. เส้นใยโพลีเอสเตอร์** ทำจากขบวนการทางเคมี เป็นเส้นใยที่มีความเหนียว ทำเป็นผืนผ้าได้ดีไม่ซึมน้ำ เป็นเส้นใยที่ใช้ผลิตผ้ากันมากที่สุดในโลก คุณสมบัติของเส้นใยโพลีเอสเตอร์คือ ทนกรดอ่อนๆทุกชนิด จนกระทั่งกรดรุนแรงอย่างเช่นกรดกำมะถันเข้มข้นถึง70% แต่เส้นใยชนิดนี้จะไม่ทนต่อแม้ด่างชนิดเจือจางก็สามารถทำให้เส้นใยละลายจน กระทั่งเส้นใยบางลงในที่สุด ข้อเสียของเส้นใยโพลีเอสเตอร์ก็คือ ย้อมสีติดยากที่สุดต้องใช้อุณหภูมิถึง 130 C

**3. เส้นใยผสม** คือการนำเส้นใยมากกว่า 1 ชนิด มารวมกันเพื่อเพิ่มข้อดีและเป็นการลดจุดด้อยของผ้าอีกชนิดลงได้มีผู้ทดลองนำข้อเสียของเส้นใยโพลีเอสเตอร์มาผสมข้อดีของผ้าฝ้าย จนเกิดเส้นใยผสมโพลีเอสเตอร์กับผ้าฝ้ายขึ้น



ภาพที่ 2.10 กระบวนการทอผ้า

นอกจากนั้นแล้วยังมีการแบ่งประเภทของผ้าตามส่วนผสมของเส้นด้ายแล้ว และสามารถแบ่งตามลายทอผ้า ได้ดังนี้

1. แบบเนื้อเรียบ ลักษณะการทอ จะละเอียดแน่น นิยมทำเป็นเสื้อคอกลม เช่น Jersey
2. แบบเนื้อ Lacoste และ จูติ

- Lacoste ลักษณะการทอ จะมีพื้นผิวไม่เรียบ แต่จะมีลายเหมือนรูปข้าวหลามตัดเล็กๆ
- จูติ ลักษณะการทอ จะมีพื้นผิวเรียบแต่ลักษณะเป็นรู เหมือนรังผึ้ง

3. แบบทอสองชั้น ลักษณะทางกายภาพ ด้านนอกจะทอแบบ Jersey ด้านในทอแบบ Lacoste หรือ จูติ ทำให้มีคุณสมบัติในการระบายอากาศได้ดี เช่น Dry tech ผ้าลายจูติ (Pique) หรือ Lacoste เป็น ชื่อเรียกชนิดของลายทอผ้า ซึ่งคุณสมบัติของผ้าชนิดนี้ จะขึ้นอยู่กับวัตถุดิบ หรือส่วนประกอบที่นำมาทอขึ้นเป็นตัวผ้า โดยทั่วไปแล้วผ้าลายจูติ จะประกอบไปด้วย เส้นใยฝ้าย (Cotton) ผสมกับเส้นใยสังเคราะห์ (Polyester) ซึ่งอัตราส่วนการผสมกันนี้จะทำให้ได้คุณสมบัติของผ้าที่แตกต่างออกไป สำหรับ เนื้อผ้าจูติจะเป็นเนื้อผ้าที่มีส่วนผสมของ เส้นใยฝ้าย (Cotton) และเส้นใยสังเคราะห์ (Polyester) ดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงลักษณะคุณสมบัติของผ้าแต่ละชนิด

ชนิดเส้นด้าย		วัตถุดิบ	คุณสมบัติผ้า	คุณลักษณะงาน	การขึ้นขน
Cotton		ฝ้าย ธรรมชาติ	มีความยืดหยุ่นสูง มีการระบายอากาศได้ดี เนื้อผ้านุ่ม เห็นเส้นใยฝ้ายพบบาง	ใส่สบาย ดูดซับเหงื่อ แต่มีปัญหาเรื่องผ้าหดตัว	ไม่ขึ้นขนเป็นเม็ดก้อน แต่จะฟูด้วยคุณลักษณะของเส้นด้าย (เป็นธรรมชาติของฝ้าย)
เส้นด้ายผสม	CVC	cotton70%+ Polyester 30%	มีความยืดหยุ่นสูง มีการระบายอากาศได้ดี เนื้อผ้านุ่ม เห็นเส้นใยฝ้ายพบบาง	ใส่สบาย กว่า TC ดูดซับเหงื่อไม่หดตัว เหมือน cotton	ไม่ขึ้นขนเป็นเม็ดก้อน แต่จะฟูด้วยคุณลักษณะของเส้นด้าย
	TC	cotton30%+ Polyester 70%	มีความยืดหยุ่นปานกลาง มีการระบายอากาศได้ไม่ค่อยดี เนื้อผ้าค่อนข้างนุ่ม เห็นเส้นใยฝ้ายพบบาง	ใส่สบาย กว่า TK ไม่มีปัญหาการหดตัว	พบการขึ้นขน น้อยมาก เกิดจากการใช้งานระยะยาว
เส้นใยสังเคราะห์	TK	Polyester 100%	มีความยืดหยุ่นน้อย มีการระบายอากาศได้ไม่ดี เนื้อผ้าเป็นมันเงา	ไม่ค่อยซับเหงื่อ แต่ไม่มีปัญหาการหดตัวของผ้า ยับยาก	ใช้งานระยะหนึ่ง จะเกิดขนเป็นเม็ดก้อน

ลักษณะ และคุณสมบัติของผ้าดังกล่าวเป็นเพียง ลักษณะโดยทั่วไปเท่านั้น เพราะในความเป็นจริงแล้ว คุณสมบัติของเส้นใยที่นำมาผลิตด้าย และผ้านั้นยังมีรายละเอียดอีกมากมาย เช่น ด้ายที่ผลิตจากเส้นใยสั้น ด้ายที่ผลิตจากเส้นใยยาว หรือถ้าวิเคราะห์ตามคุณสมบัติของเส้นใยที่มีผลต่อคุณสมบัติของผ้า เราอาจจะต้องพิจารณา สมบัติความเป็นมันวาว การทิ้งตัวของผ้า เนื้อผ้า คุณสมบัติต่อผิวสัมผัส การทนต่อแรงเสียดสี ความทนต่อแรงดึง การดูดซับน้ำ เป็นต้น (ที่มา :<http://www.hartotop.com/> สืบค้นวันที่ 2 กรกฎาคม 2564)

### 2.4.3 เซรามิก และ แก้ว

#### 2.4.3.1 เซรามิก

เซรามิก คือ การนำสารอนินทรีย์ที่เป็นโลหะจากธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นสารจำพวก แร่หิน ที่อยู่ในดินที่มีสีขาว มาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต ผ่านกรรมวิธี และกระบวนการต่างๆ นำมาปั้นให้ได้รูปทรงที่ต้องการ แล้วนำมาผ่านกระบวนการความร้อนเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นจาน ชาม ถ้วย และแก้วที่มีความแข็งแรง ทนทาน สามารถนำไปใช้งานได้ในชีวิตประจำวันได้ ดังนั้นแล้ว แก้วเซรามิก ก็คือ แก้วที่ถูกผลิตขึ้นมาจากดินเซรามิกที่มีสีขาว นำมาปั้นออกให้ได้ตามรูปทรงเป็นแก้วน้ำ แก้วกาแฟที่ต้องการ แล้วนำดินเหล่านั้นไปอบเผาด้วยอุณหภูมิที่สูงมากๆ จากนั้นก็จะได้แก้วเซรามิก ซึ่งคุณสมบัติของเซรามิก จะมีความโปร่งใส มีความแข็งแรง สวยงาม และยังทนทานต่อการกัดกร่อนได้เป็นอย่างดี และที่สำคัญแก้วเซรามิก ยังทนต่อการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิที่รวดเร็วได้อีกด้วย (ที่มา เข้าถึงได้จาก: <https://www.kaewceramic.com/what-is-a-ceramic-glass/#Topic01>)

#### 2.4.3.2 ประเภทเซรามิก

เซรามิกที่นำมาผลิต โดยจะแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. เนื้อเซรามิกชนิดเอิร์ธเอนแวร์ (Earthenware) เป็นผลิตภัณฑ์เซรามิกเคลือบผิวที่ทึบแสง ตัวเนื้อมีความความพรุน จึงทำให้ดูดซึมน้ำได้ มีเนื้อที่ละเอียด สีไม่ขาวมาก ตัวอย่างเช่น หม้อดินเผา กระถางต้นไม้ และกระเบื้องผนังหลังคา เป็นต้น

2. เนื้อเซรามิกชนิดสโตนแวร์ (Stoneware) เนื้อเซรามิกชนิดนี้ สามารถนำไปใช้ได้ทั้งในด้าน งานปั้น, งานหล่อ, งานอัดปั๊ม และยังเหมาะกับผลิตภัณฑ์สำหรับปรุงอาหาร Cookware และผลิตภัณฑ์ที่ได้มักจะขึ้นหนาและหนัก เน้นความแข็งแรง ทนทานเป็นหลัก

3. เนื้อเซรามิกชนิด พอร์ซเลน (porcelain) เป็นเซรามิกที่มีเนื้อสีขาว เคลือบผิวเป็นมันวาว โปร่งแสง เนื้อแน่น มีความแข็งแรง ไม่ดูดซึมน้ำ อีกทั้งยังสามารถทนต่อการกัดกร่อนได้เป็นอย่างดี นิยมนำมาผลิตเป็นเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร รวมไปถึงแก้วเซรามิกอีกด้วย

4. เนื้อเซรามิกชนิดโบนไชน่า (Bone China) เป็นเซรามิกคุณภาพชั้นดีที่สุด มีราคาแพงที่สุด มีความขาวและเคลือบเป็นมันวาวมาก มีเนื้อที่ละเอียด บางเบา และโปร่งแสงมาก มีความแข็งแรงทนทานมากๆ นิยมนำมาผลิต ถ้วย จาน ชาม และเครื่องประดับ เป็นต้น

#### 2.4.3.2 แก้ว

แก้ว เป็นวัสดุที่เกิดจากการหลอมส่วนผสมของแร่ธาตุและสารประกอบต่างๆแล้วทำให้เย็นลงโดยไม่เกิดการตกผลึก และแก้วยังสามารถถูกจำแนกได้หลายประเภทขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่ใช้และคุณสมบัติการใช้งานที่แตกต่างกันบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากแก้วเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใสสะอาด มองเห็นรูปลักษณ์และสีสันทนของผลิตภัณฑ์ภายใน มีความปลอดภัยเพราะไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ สามารถปกป้องรักษาคุณภาพและรสชาติที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดีสีของบรรจุภัณฑ์แก้วที่นิยมใช้กันคือ แก้วใส แก้วสีขาว และแก้วสีเขียว แก้วสีขาว และสีเขียวมีคุณสมบัติที่พิเศษกว่าแก้วใสคือสามารถรองแสงอุลตราไวโอเล็ตไม่ให้เข้าไปทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน ดังนั้น เครื่องดื่มบางประเภท เช่น เบียร์ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง

และยาซึ่งมีส่วนผสมที่ไวต่อการทำปฏิกิริยากับแสงอุลตราไวโอเลตจึงมักบรรจุในขวดแก้วสีชาหรือสีเขียว ประเภทของบรรจุภัณฑ์แก้วแบ่งตามคุณสมบัติตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มอก. 501-2527 แบ่งบรรจุภัณฑ์แก้วออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. บรรจุภัณฑ์แก้วประเภท I หมายถึง “แก้วบอโรซิลิเกต” (แก้วที่มีโบรอนไตรออกไซด์ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 5 โดยน้ำหนัก) แก้วบอโรซิลิเกต (borosilicate glass) หรือ แก้วแข็ง (the hard glasses) เป็นแก้วอีกชนิดหนึ่งที่พบได้ทั่วไปในห้องปฏิบัติการ เหตุผล 3 ประการที่เรียกว่าแก้วแข็งเนื่องจาก 1) มีความทนต่อการกระแทกได้ดี และ 2) ทนความร้อน ทนทานต่อการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิกะทันหัน (thermal shock) ได้ดี และ 3) ยังทนต่อการกัดกร่อนของสารเคมีต่างๆ ได้หลายชนิด รวมทั้งสารละลายเบสด้วย เช่น โซเดียมไฮดรอกไซด์ NaOH) ในทางการค้าจะพบแก้วบอโรซิลิเกตที่ถูกนำมาใช้ในงานหลายๆ ด้าน เช่น ใช้ทำเป็นกระจกของเตาอบ ฝาหม้อสุกี้ ใช้ทำกระจกครอบไฟรถยนต์ และกระจกครอบไฟส่องสว่างที่ใช้ภายในและภายนอกอาคาร ส่วนภายในห้องปฏิบัติการก็ใช้ทำ ปีกเกอร์ ขวดรูปชมพู่ บิวเรตต์ และขวดก้นกลม เป็นต้น โดยผู้ผลิตมี 3 ยี่ห้อด้วยกันคือ Pyrex, Kimax และ Duran แม้ว่าแก้วบอโรซิลิเกตจะทนทานต่อการกัดกร่อนของสารเคมีหลายชนิดก็ตาม แต่มีสารเคมีบางชนิดที่สามารถละลายแก้วบอโรซิลิเกตได้ เช่น กรดไฮโดรฟลูออริก (HF) กรดฟอสฟอริกร้อน (hot H<sub>3</sub>PO<sub>4</sub>) สารละลายเบสแก่ (conc. NaOH) เพราะฉะนั้นควรระวังไว้เสมอว่า ห้ามเก็บสารเคมีเหล่านี้ไว้ในบรรจุภัณฑ์แก้ว หรือหากจำเป็นต้องเก็บสารละลายเบสอ่อนก็ไม่ควรเก็บไว้นานจนเกินไป

2. บรรจุภัณฑ์แก้วประเภท II หมายถึง “แก้วโซดาไลม์” (แก้วที่ทำจากไลม์ โซดา และทรายเป็นส่วนผสมหลัก) ที่ผ่านการปรับสภาพความเป็นต่างของผิวแก้วด้วยวิธีพิเศษ (special treatment) ทำให้ผิวแก้วหนาประมาณ 0.1-0.2 ไมครอนมีสภาพใกล้เคียงเป็นกลาง เหมาะสำหรับบรรจุยาชนิดที่มีสภาพเป็นกรด (acid) และเป็นกลาง (neutral) โดยทั่วไปใช้ทำภาชนะบรรจุยาสำหรับฉีด ที่มีความเป็นกรดหรือเป็นกลาง แต่อาจใช้ทำภาชนะบรรจุยาสำหรับฉีดที่มีความเป็นต่างได้ ถ้าผ่านการทดสอบแล้วว่ามีคุณภาพเหมาะสม

3. บรรจุภัณฑ์แก้วประเภท III หมายถึง “แก้วโซดาไลม์” ซึ่งโดยทั่วไปไม่ใช้ทำภาชนะบรรจุยาสำหรับฉีด ยกเว้นยาฉีดที่ทดสอบความคงตัวไว้แล้วว่า ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเมื่อบรรจุยาชนิดที่ทำจากแก้วประเภทนี้

4. บรรจุภัณฑ์แก้วประเภท NP หมายถึง “แก้วโซดาไลม์” ที่ใช้ทำภาชนะบรรจุยาที่ใช้รับประทาน หรือยาที่ใช้ภายนอกเฉพาะที่แต่ไม่ใช้ทำภาชนะบรรจุยาสำหรับยาฉีดบรรจุภัณฑ์แก้วทั้ง 4 ประเภทดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บรรจุภัณฑ์แก้วประเภท II ได้ถูกนำมาใช้ในอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ มากมาย เช่น อุตสาหกรรมเบียร์ น้ำอัดลม สุรา ยา อาหาร เครื่องดื่มบำรุงกำลัง และเครื่องแก้ว (จาน ชาม แก้วต่างๆ) เป็นต้น ส่วนบรรจุภัณฑ์แก้วประเภท II ใช้สำหรับบรรจุยาชนิด เช่น น้ำเกลือ และวัคซีน เป็นต้น ประเภทของบรรจุภัณฑ์แก้ว แบ่งตามการใช้งาน

## 2.5 ศึกษากระบวนการผลิตการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

### 2.5.1 หลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสินค้าของที่ระลึก (ประเสริฐ ศิลรัตน์.2531 : 142)

#### 2.5.1.1 สาเหตุที่ทำให้ของที่ระลึกพัฒนาเปลี่ยนแปลงไป

การพัฒนาเปลี่ยนแปลงของ “ของที่ระลึก” ทั้งในด้านจุดประสงค์แห่งการสร้าง รูปแบบ รูปทรง และในการนำไปใช้นั้น อาจเนื่องมาจากสาเหตุใหญ่ 2 ประการ คือ

1. ประการแรกมีการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม
2. ประการที่สองมีความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

#### 1 การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม

รูปแบบค่านิยมหรือประเพณีในท้องถิ่นที่สร้างวัตถุขึ้นเพื่อจุดมุ่งหมายในการบริโภค จุดมุ่งหมายในการใช้สอย หรือสร้างขึ้นเพื่อใช้ประดับตกแต่งและเป็นวัตถุทางศิลปะ โดยมีเป้าหมายแห่งการนำไปใช้และรูปแบบที่สืบทอดกันมานับชั่วอายุคนของแต่ละท้องถิ่น อันถือว่าเป็นวัฒนธรรม (Culture) ของท้องถิ่นนั้นๆ เมื่อมีการติดต่อกันในระหว่างกลุ่มชนต่างวัฒนธรรม ไม่ว่าจะด้วยระบบแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายก็ตาม แนวคิดเปรียบเทียบในสิ่งที่แตกต่างกันย่อมทำให้เกิดการลอกเลียน การประยุกต์ การดัดแปลง ในสิ่งที่ได้รับรู้ใหม่ให้เหมาะสมกลมกลืนกับสิ่งเดิมที่มีอยู่ สิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ก็จะมีพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปดังเช่น การสร้างเครื่องปั้นดินเผาที่บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา ได้มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของชาวบ้านกับชาวเมือง จนทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงหลายอย่าง คือ การสร้างเครื่องปั้นดินเผาเดิมสร้างไหปลาร้าเพื่อการใช้สอย ได้เปลี่ยนหน้าที่และรูปแบบมาเป็นรูปนกยูง ฯลฯ สำหรับใส่หลอดไฟฟ้า หรือสำหรับประดับตกแต่งบริเวณ เปลี่ยนบุคคลผู้ใช้จากชาวบ้านมาเป็นชาวเมือง เปลี่ยนรูปแบบจากดั้งเดิมมาเป็นแบบสมัยใหม่

#### 2. ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

กาลเวลาเมื่อล่วงผ่านไป สภาพสรรพสิ่งย่อมต้องมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาคลี่คลายไปด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นปัจจุบันกาล ซึ่งความเปลี่ยนแปลงในสรรพสิ่งเหล่านี้ พอที่จะแยกแยะให้เห็นเป็นระบบตามลำดับแห่งเวลาดังนี้

**2.1 ในทางเศรษฐกิจ** ก่อนที่จะมีระบบการใช้เงิน การผลิตสร้างสิ่งต่างๆ ขึ้นก็เพื่อประโยชน์เพื่อความปลอดภัย เพื่อคุณค่าทางความงาม และเพื่อความสะดวกสบายในการใช้เฉพาะตนและสมาชิกในครอบครัวเท่านั้น ผลงานที่กระทำถูกกำหนดขึ้นมาจากความพึงพอใจ และจากคุณค่าเพื่อประโยชน์ใช้สอย ดังนั้น รูปแบบของงานจึงไม่แน่นอน บุคคลสามารถกระทำในรูปแบบที่ต่างกันอย่างอื่นไปเมื่อเป็นงานส่วนตัวผลงานจึงเป็นรูปแบบเฉพาะตัว มีการกำหนดโครงสร้างและลวดลายตกแต่งตามความพอใจ ซึ่งความพอใจนี้ระยะเวลาหนึ่งอาจผูกพันอยู่กับความเชื่อความศรัทธา ที่บุคคลผู้สร้างงานมีต่อสิ่งต่างๆ ด้วยระยะต่อมางานส่วนตัวก็เริ่มเปลี่ยนเข้าสู่งานอาชีพ เมื่อบุคคลบางคนได้ใช้ความสามารถพิเศษในการกระทำผลงานเป็นที่สนใจของคนอื่นๆ เกิดมีความปรารถนาในสิ่งของหรือผลงานนั้นร่วมกัน การกระทำผลงานในเรื่องระบบจำนวนจึงเกิดขึ้น เพื่อตอบสนองการเลือกใช้และการแลกเปลี่ยนผลงานซึ่งกันและกัน แล้วพัฒนามาถึงการแลกเปลี่ยนผลงานกับสิ่งของเครื่องใช้ กับอาหารและกลายเป็นระบบซื้อขายขึ้น เมื่อบุคคลคนหนึ่งได้รับ

ความสำเร็จจากการได้กระทำผลงานขึ้นมา บุคคลอื่นซึ่งก็มีความประสงค์จะได้รับความสำเร็จในผลงานจากการกระทำของเขาบ้าง ระบบการทำงานเพื่อการแข่งขันจึงเริ่มขึ้น การแข่งขันก็มักจะแข่งขันกันในเรื่องของอัตราประโยชน์ก่อน จากนั้นก็มาแข่งขันกันในเรื่องรูปแบบส่วนโครงสร้าง เรื่องของขนาดและสัดส่วน ต่อมาจึงแข่งขันกันในเรื่องของคุณภาพสวดสบายในการนำไปใช้ในเรื่องความปลอดภัย และในเรื่องของคุณสวยงาม พอมาถึงระยะนี้ผลงานนั้นๆ ก็ได้รูปแบบแน่นอนว่าเป็นอะไรและเป็นอย่างไร เป็นเครื่องมือ เป็นเครื่องใช้ เป็นเครื่องประดับ เป็นวัตถุทางศิลปะ ก็หมายความว่าบุคคลส่วนหนึ่งในกลุ่มในสังคมนั้นๆ ไม่ต้องทำการเพาะปลูก ไม่ต้องเลี้ยงสัตว์ ก็สามารถจะมีอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ฯลฯ เพื่อประโยชน์ส่วนตนได้จากการทำผลงานสิ่งของเครื่องใช้ ฯลฯ ขึ้นมาเพื่อการแลกเปลี่ยนหรือซื้อขาย ให้ได้มาซึ่งอาหารและเครื่องนุ่งห่มนั้นๆ ก็นับได้ว่าเป็นการเริ่มต้นงานอาชีพของบุคคล ต่อมาก็เป็นงานอาชีพของครอบครัว และอาจถึงขั้นอุตสาหกรรมโรงงาน แต่เดิมการผลิตงานต่างๆ นับแต่ต้นจนจบมักจะทำโดยคนคนเดียว ต่อมาเมื่อเกิดการผลิตขึ้นเป็นสินค้าในปริมาณที่มากขึ้นจึงมีการแบ่งงานกันทำดังภาพตัวอย่างเดียวกับการทำร่ม

**2.2 ในทางสังคม** เมื่อสภาพการเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับพัฒนาสภาพความเป็นอยู่ของผู้คน จากการสร้างสรรค์เพื่อเพียงพอแก่ความต้องการของตนเองและครอบครัว มาเป็นการสร้างเพื่อแลกเปลี่ยนซื้อขายจากชีวิตความเป็นอยู่ที่มีเอกลักษณ์ของกลุ่ม ของชุมชน ของท้องถิ่น เมื่อมีการแลกเปลี่ยนหรือถูกครอบงำทางวัฒนธรรม จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาวะการดำรงชีพในสังคม ย่อมทำให้ผลผลิตอันเอื้ออำนวยต่อการดำรงชีวิตต้องเปลี่ยนแปลงไปด้วยเพื่อความเหมาะสมเช่นกัน เช่น ในด้านชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยแต่เดิมนิยมกินหมาก จึงใช้หมากพลูเป็นเครื่องต้อนรับแสดงไมตรีจิต เมื่อเวลาแขกไปใครมาก็ยกเขียนหมากออกมารับรอง การไปสู้ออกก็มีขันหมากเป็นเครื่องค้ำบับ จะเป็นขัน ทอง นาก ถม เงิน ทองเหลือง หรือขันชนิดอะไรก็ได้แล้วแต่ฐานะ และแม้เครื่องยศก็ต้องมีหีบหมากเป็นเครื่องสำคัญ แต่ในปัจจุบันสภาพชีวิต สังคม ความเป็นอยู่เปลี่ยนไป คนที่กินหมากใกล้หมดไป ความนิยมในเรื่องการกินหมากหมดไป ทำให้รูปแบบภาชนะเครื่องใช้รับรองแขกที่เคยเป็นของขวัญของฝาก อย่างเช่น พานหมากหรือเขียนหมาก ตลอดจนเครื่องมืออุปกรณ์ในการตำหมาก ครกทองเหลือง ตะบันหมาก (รูปร่างคล้ายกระบอกล่างเรียว เป็นทองเหลือง ตป) กรรไกรผ่า

**2.3 ในทางวัฒนธรรม** ความเจริญทางวัตถุ ความสำเร็จในทางวิทยาศาสตร์ ตลอดจนมาตรฐานการครองชีพที่สูงของสังคมแห่งหนึ่ง อาจเป็นเหตุทำให้เกิดความสนใจยอมรับจากสังคมอีกแห่งหนึ่ง เมื่อสังคมกลุ่มที่รับเอาวัฒนธรรมของผู้อื่นเข้ามาไว้ ทำให้วัฒนธรรมดั้งเดิมของตนเองถูกทอดทิ้ง ขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมค่อยๆ สูญไป รูปแบบสิ่งของเครื่องใช้ในพิธี ประเพณี ตลอดจนความเชื่อต่างๆ ในอดีตพลอยสูญหายไป หรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบไป

#### 2.5.1.2 การจัดแบ่งประเภทของที่ระลึก

ผลิตภัณฑ์ที่ถูกกำหนดสร้างขึ้นไม่ว่าจะเป็นของบริโภค เครื่องใช้ไม้สอย เครื่องประดับหรือวัตถุทางศิลปะ ย่อมมีความผูกพันกับวัสดุ ความพร้อมของเครื่องมือ และอิทธิพลของสิ่งต่างๆ ตั้งแต่เริ่มสร้างสืบต่อๆ กันมา เช่น ความผูกพันกับความเชื่อ ศาสนา การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และ



สังคม ฯลฯ ทำให้มีรูปแบบที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอย่างมากมาย ซึ่งจุดประสงค์ในการสร้างก็แตกต่างกันออกไป และถ้าจะกำหนดแบ่งผลิตภัณฑ์เหล่านั้น เพื่อจัดประเภทในรูปลักษณะของที่ระลึกแล้วอาจสามารถกำหนดแบ่งได้ดังนี้

### 1. การกำหนดแบ่งจากจุดประสงค์ในการสร้าง

จุดประสงค์ในการผลิตสร้างสิ่งต่างๆ ขึ้นเพื่อประโยชน์ใดๆ ก็ตาม ไม่ว่าจะเพื่อใช้สอยให้สอดคล้องกับความต้องการของร่างกาย เพื่อสนองต่อความเชื่อความศรัทธาหรือความต้องการทางด้านจิตใจ หรือสร้างขึ้นเพื่อจัดจำหน่ายตามสภาวะความจำเป็นทางเศรษฐกิจและความเปลี่ยนแปลงทางสังคม ฯลฯ จุดประสงค์ที่แตกต่างกันเหล่านั้น ย่อมทำให้ผลผลิตมีรูปลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามความมุ่งหมายแห่งการสร้างดังนี้

### 2. รูปลักษณะของที่ระลึกที่สร้างขึ้นตามประเพณีนิยม ประเพณีนิยม คือ

การสืบเนื่องรูปแบบและการจัดทำต่อๆ กันมา ดังนั้น รูปลักษณะของที่ระลึกประเภทนี้ จึงเป็นสิ่งที่สร้างสืบทอดวัฒนธรรมทางรูปแบบแต่ละช่วงอายุคนต่อเนื่องกันมา โดยจุดประสงค์ของคนรุ่นก่อนอาจสร้างสิ่งนั้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยเป็นจุดประสงค์หลัก แต่เมื่อสภาวะประกอบหลายอย่างเกิดความเปลี่ยนแปลง จุดประสงค์ในการสร้างของคนรุ่นต่อๆ มาอาจเปลี่ยนเป็นสร้างเพื่อสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังเช่นผลิตภัณฑ์พื้นบ้านบางชนิดในปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ตาม รูปแบบของผลผลิตหรือเทคนิควิธีในการสร้างก็ยังคงยึดถือแบบอย่างของอดีตอยู่ อาจพัฒนาตัดแปลงไปบ้างเพื่อความเหมาะสมกับสภาพกาลแต่รูปลักษณะส่วนใหญ่ยังคงแสดงให้เห็นบุคลิกภาพ และลักษณะทางวัฒนธรรมของชาติหรือของท้องถิ่นอย่างเด่นชัด

### 3. รูปลักษณะของที่ระลึกที่สร้างขึ้นตามสมัยนิยม เป็นรูปแบบซึ่งอาจถูก

แบ่งค่ามาจากเหตุการณ์ ปรากฏการณ์ ความนิยมในสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งออกมาเป็นรูปแบบ หรือสัญลักษณ์ของเหตุการณ์ หรือสิ่งที่ปรากฏในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มชน กลุ่มหนึ่ง และอาจแพร่ไปยังอีกกลุ่มชนหนึ่งในระยะเวลาหนึ่ง จากนั้นก็เสื่อมความนิยมไปพร้อมกัน มีรูปแบบของสิ่งใหม่เข้ามาแทนที่หมุนเวียนเปลี่ยนไปตามกาลเวลา แต่ละช่วงเวลาที่ยอดนิยมเรียกว่า “สมัย” รูปแบบที่ปรากฏในช่วงสมัยหรือช่วงเวลาใดก็เรียกรูปแบบในช่วงที่นิยมนั้นว่าเป็น “รูปลักษณะตามสมัยนิยม”

### 4. รูปลักษณะของที่ระลึกที่สร้างขึ้นเฉพาะ ของบริโภค เครื่องใช้ไม้สอย

เครื่องประดับ หรือวัตถุทางศิลปะที่สร้างขึ้นเฉพาะนี้จะถูกสร้างขึ้นเพื่อจุดมุ่งหมายให้เป็น “ของที่ระลึก” โดยตรง ซึ่งรูปแบบอาจได้รับการออกแบบสร้างเพื่อเฉพาะบุคคล เฉพาะเหตุการณ์ เฉพาะสถานที่ เฉพาะงาน ฯลฯ เช่น

- การสร้างของที่ระลึกประเภทเฉพาะบุคคล อาจเป็นรูป โล่ เหรียญ ถ้วย ชิง ฯลฯ ที่ได้รับการออกแบบจัดสร้างขึ้นเพื่อเป็นเกียรติแก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยมอบให้บุคคลนั้นเพื่อเป็นของที่ระลึกเตือนความทรงจำในเหตุผลใดก็ตาม หรือเพื่อจำหน่ายแจกเพื่อเผยแพร่ให้บุคคลอื่นๆ ได้มีไว้เพื่อเตือนใจให้ระลึกถึงบุคคลคนนั้น

- การสร้างของที่ระลึกรูปแบบเฉพาะงาน เป็นการสร้างเฉพาะเพื่อให้แจก แลก ซื้อขายในงานนั้นๆ โดยตรง เช่น งานแสดงสินค้า งานประกวด งานแต่ง งานศพ งานฉลองครบรอบ

งานวันเกิด งานเลี้ยงส่ง เลี้ยงรุ่น สังสรรค์ งานศิษย์เก่า ฯลฯ ซึ่งงานเหล่านี้มักจะสร้างสิ่งอนุสรณ์ไว้เป็นลักษณะเฉพาะ เพื่อให้ผู้ร่วมกิจกรรมในงานได้ระลึกถึงเมื่อเวลาผ่านไป

- **การสร้างของที่ระลึกรูปแบบเฉพาะเหตุการณ์** สภาพหรือสิ่งที่ปรากฏขึ้นเป็นเหตุการณ์ อาจเป็นเหตุการณ์ที่ดี ที่ร้ายแรง ที่เป็นตำนาน เป็นประวัติศาสตร์ ฯลฯ ซึ่งเรื่องราวต่างๆ ทำให้เกิดความสะเทือนใจแก่ผู้รับรู้ ในเหตุการณ์นี้มักจะถูกจับช่วงตอนใดตอนหนึ่งของเหตุการณ์มาถ่ายทอดสร้างสรรค์ สร้าง “สิ่ง” หรือ “ของ” ขึ้นมาไว้เป็นอนุสรณ์ให้ระลึกถึง “สิ่ง” ที่ว่านี้อาจเป็นอนุสาวรีย์ สถานที่และอื่นๆ ตลอดจนสัญลักษณ์แสดงถึงเหตุการณ์ ส่วน “ของ” ที่สร้างขึ้นอาจเป็นวัตถุ รูปจำลอง สัญลักษณ์แทนหรืออื่นๆ

- **การกำหนดแบ่งจากวัสดุและเทคนิควิธีการสร้าง** การกำหนดแบ่งของที่ระลึกโดยกำหนดยึดความแตกต่างของวัสดุที่นำมาสร้าง หรือวัสดุชนิดเดียวกัน แต่อาจสร้างเป็นรูปลักษณะขึ้นด้วยเทคนิคหรือวิธีการที่ต่างกัน อาจกำหนดแบ่งออกได้ดังนี้

1. **ของที่ระลึกที่สร้างหรือดัดแปลงขึ้นจากวัสดุธรรมชาติ** ของที่ระลึกประเภทนี้อาจนำเอาวัสดุในธรรมชาติมาเสริม เติม แต่ง ประกอบต่อ ดัดแปลง เป็นเครื่องใช้ไม่สอยเครื่องประดับ หรือวัตถุทางศิลปะ ซึ่งบางลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นจากวัสดุธรรมชาตินี้ยังคงรูปแบบของธรรมชาติเดิม อาจแต่งต่อเติมบ้างเพียงเล็กน้อย เช่น งานเปลือกหอย งานดอกไม้แห้ง ผลิตภัณฑ์จากน้ำเต้า ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว ฯลฯ

2. **ของที่ระลึกที่สร้างขึ้นจากวัสดุสังเคราะห์** วัสดุสังเคราะห์แต่ละชนิดแต่ละประเภทที่มนุษย์ค้นพบและรู้จักนำมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดรูปแบบผลผลิตผสมผสานสอดคล้องกับคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุนั้นๆ อยู่เสมอมา ซึ่งคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุแต่ละชนิดนั้นต่างกัน เมื่อนำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ก็จะได้รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนกัน และกรรมวิธีหรือเทคนิคในการสร้างก็ต่างกัน คุณค่า และความนิยมในผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นนั้น ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติทางความรู้สึกรู้สึกที่วัสดุแต่ละประเภทสามารถแสดงคุณสมบัติให้ปรากฏด้วย เช่น แก้วมีความใสมีประกาย ทองมีความสุกปลั่งพลาสติกมีสีสันสดสวย ปูนปลาสเตอร์มีความขาว ฯลฯ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์จากวัสดุต่างๆ เมื่อสร้างขึ้นก็ถูกจัดแบ่งและเรียกต่างกันตามวัสดุที่สร้าง เช่น เครื่องแก้ว เครื่องทอง ผลิตภัณฑ์โลหะ ผลิตภัณฑ์พลาสติก ฯลฯ

3. **ของที่ระลึกที่สร้างขึ้นจากเศษวัสดุ** เศษวัสดุอาจเป็นวัสดุจากธรรมชาติหรือวัสดุสังเคราะห์ที่ถูกนำมาใช้งานแล้วเหลือหรือเกิน หรืออาจเป็นวัสดุที่แยกออกมาจากส่วนต่างๆ ของผลผลิตใดๆ ที่จัดเป็นเศษของส่วนนั้นๆ ของที่ระลึกที่ถูกสร้างประกอบหรือประดิษฐ์ขึ้นจากเศษวัสดุ โดยทั่วไปมักจะแสดงให้เห็นถึงฝีมือที่ประณีตละเอียดอ่อน ความเป็นช่างหรือนักประดิษฐ์สร้างสรรค์ผลงานที่ถูกสร้างขึ้นเหล่านี้ส่วนมากถูกนำไปใช้เป็นของที่ระลึกเพื่อประโยชน์ในทางประดับตกแต่งมากกว่าอย่างอื่น

การกำหนดแบ่งประเภทในลักษณะนี้ นอกจากกำหนดจากลักษณะเด่นของวัสดุดังที่กล่าวมาแล้ว ยังมีของที่ระลึกที่สร้างขึ้นจากวัสดุผสมอีกประเภทหนึ่ง เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นโดยใช้วัสดุธรรมชาติประกอบเข้ากับวัสดุสังเคราะห์ เช่น พวงกุญแจหล่อด้วยพลาสติกภายในมีสัตว์เล็กๆ จำพวกปูหรือหอย เขี้ยวหรืองา สัตว์เลื้อยลมโลหะ ฯลฯ เป็นต้น

### 2.5.1.3 การกำหนดแบ่งจากรูปลักษณะที่ปรากฏ

เป็นการกำหนดแบ่งจากรูปลักษณะที่พบเห็นอยู่โดยทั่วไป แล้วนำมาแยกกลุ่มแบ่งพวกกำหนดประเภทให้ชัดเจนลงไป โดยกำหนดจากรูปลักษณะเป็นเกณฑ์หลักซึ่งอาจแยกแบ่งได้ดังนี้ (ศาสตรพินธุ 2529: 22)

**2.5.1.3.1 รูปลักษณะตัวอักษร** เป็นการนำตัวอักษรย่อหรือคำเต็มชื่อบุคคล สถานที่ ฯลฯ มาจัดทำเป็นของที่ระลึก เช่น การนำชื่อเล่นของบุคคลมาฉลุด้วยหนังเป็นพวงกุญแจ ฉลุด้วยทองเป็นจี้ห้อยคอ การนำอักษรย่อของสถาบันต่างๆ มาทำเป็นโล่ ธง เหรียญ เข็มขัด ฯลฯ

**2.5.1.3.2 รูปลักษณะเรขาคณิต** เป็นการนำเอารูปและลวดลายทางเรขาคณิต มาสร้างเป็นสื่อสัญลักษณ์ในรูปแบบของสิ่งต่างๆ

**2.5.1.3.3 รูปลักษณะตามลัทธิและความเชื่อ** เป็นการนำเอาสมมุติเทพ เทวรูป รูปสัตว์ในวรรณคดีหรือสิ่งเคารพบูชาอื่นๆ มาจัดสร้างเป็นของที่ระลึก

**2.5.1.3.4 รูปลักษณะธรรมชาติ** เป็นการนำเอาสิ่งที่มีหรือสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ นำมาทำเป็นรูปแบบของที่ระลึก ซึ่งอาจเป็นรูปแบบของคน สัตว์ ทิวทัศน์ โลก จักรวาล ฯลฯ

**2.5.1.3.5 รูปลักษณะผลผลิตและเครื่องมือเครื่องใช้** เป็นการนำเอาผลิตภัณฑ์สินค้าประเภทต่างๆ ทั้งที่เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องประดับ ของบริโภค มาจัดทำให้อยู่ในลักษณะของที่ระลึก

**2.5.1.3.6 รูปลักษณะอิสระ** เป็นรูปลักษณะที่สร้างสรรค์ขึ้นมาด้วยความคิดและจินตนาการ ที่ไม่ติดมัดอยู่กับรูปแบบธรรมชาติ หรือรูปแบบใดๆ เป็นการสร้างสรรค์ถ่ายทอดให้เห็นถึงความรู้สึกนึกคิดอย่างอิสระในทางด้านรูปแบบ

### 2.5.1.4 การกำหนดแบ่งตามคุณค่าแห่งการนำไปใช้

การจัดแบ่งประเภทของที่ระลึกในลักษณะนี้ เป็นการจัดแบ่งโดยถือเอาเป้าหมายการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้เป็นสำคัญ คือ

**2.5.1.4.1 ของที่ระลึกประเภทของบริโภค** นั่นคือ ของที่ระลึกที่อยู่ในรูปลักษณะของ “อาหาร” ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า อาหาร เป็นรูปลักษณะของ “ของ” สิ่งหนึ่งที่มีการให้เป็นแก่นกันมานานนับตั้งแต่อดีตกาล ทั้งนี้เนื่องจากอาหารเป็นปัจจัยสำคัญต่อการยังชีพ อดีตการให้ปันอาหารอาจอยู่ในลักษณะคงรูปแบบธรรมชาติเดิม คือ ผลไม้ก็อยู่ในรูปแบบผลไม้ เนื้อก็อยู่ในรูปแบบของเนื้อ ฯลฯ ไม่มีการปรุงแต่งเปลี่ยนแปลงจากรูปลักษณะเดิม ครั้นต่อมาเมื่อมนุษย์สามารถเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ได้ แทนที่จะเอาเวลาออกไปหาอาหาร ก็เอาเวลาส่วนนั้นมาประดิษฐ์สร้างปรุงแต่งอาหารให้มีรูปมีรสที่แลดูน่าบริโภคขึ้น เมื่อมีการแบ่งกลุ่มแรงงานของมนุษย์ในสังคมผู้ที่เกี่ยวข้องกับอาหารโดยตรงก็พยายามพัฒนาทั้งรูปแบบและรสชาติของอาหารให้สามารถกระตุ้นเร้าความต้องการของผู้คนยิ่งขึ้น เช่น การแกะสลักผักผลไม้ การประดิษฐ์สร้างสรรค์อาหารในรูปและรสที่แปลกและใหม่ การใส่ภาชนะหรือบรรจุหีบห่อที่สวยงาม ดังนี้ เป็นต้น จนในปัจจุบันอาหารเป็นของสิ่งหนึ่งที่นอกจากเป็นเครื่องยังชีพที่สำคัญแล้ว ยังถูกนำมามอบให้แก่นักชื้อขายแลกเปลี่ยนในรูปแบบของขวัญ ของชำร่วย ของที่ระลึก ฯลฯ อีกด้วย เช่น เค้ก กระจ่างผลไม้ ขนมลูกชุบ ขนมเทียนเสวย

เครื่องกระป๋อง ของหวานที่บรรจุในกล่องที่กะทัดรัด ขนมนึ่ง ฯลฯ และด้วยเหตุที่อาหารเป็นสิ่งหรือของบริโภคที่ไม่สามารถเก็บไว้ในระยะเวลาสั้นๆ อีกทั้งเมื่อได้รับแล้วมีการบริโภคในช่วงระยะเวลาสั้นๆ อาหารจึงมักไม่ค่อยได้รับการยอมรับว่าเป็นของที่ระลึกดังสิ่งของเครื่องใช้ที่เป็นถาวรวัตถุอื่นๆ

**2.5.1.4.2 ของที่ระลึกประเภทประโยชน์ใช้สอย** เครื่องมือเครื่องใช้ก็เป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์มานับตั้งแต่อดีตกาล และมีการให้ปัน หรือซื้อขายแลกเปลี่ยนกันเพื่อการนำไปใช้ แต่เครื่องมือเครื่องใช้บางชนิดที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นอย่างเป็นพิเศษต่างจากรูปแบบที่ใช้กันอยู่ทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งด้วยสีสันทลวยลาย การใช้วัสดุที่ทรงคุณค่า ฯลฯ เครื่องมือเครื่องใช้นั้นมักจะถูกนำไปเป็นของที่ระลึก และประดับมากกว่าการนำไปใช้ ยิ่งในปัจจุบันเครื่องจักรกลได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำรงชีพ ด้วยการเป็นเครื่องแทนการใช้มือหรือใช้เครื่องมือ รูปลักษณะของสิ่งใช้สอยประเภทเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ นับวันก็จะสูญไปเพราะไม่มีความจำเป็นทางการนำมาใช้ ดังนั้น การผลิตจึงเบนเป้าหมายไปเป็นของที่ระลึกไป เครื่องใช้ไม่สอยที่เป็นผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ของใช้ในสมัยอดีต เช่น นาฬิกา โคมไฟ ตะเกียง ฯลฯ ที่ปรากฏให้พบเห็นได้ตามร้านขายของเก่าหรือร้านขายของที่ระลึกแก่ชาวต่างประเทศ และแม้กระทั่งอาวุธที่ใช้ในการศึกสงครามไม่ว่าจะเป็นดาบ หอก โล่ และอื่นๆ ปัจจุบันก็กลายเป็นของที่ระลึกไปแล้ว

**2.5.1.4.3 ของที่ระลึกประเภทประโยชน์ตกแต่ง** เครื่องมือเครื่องใช้มักถูกสร้างขึ้นเพื่อสนองต่อความต้องการทางด้านร่างกาย แต่สิ่งที่ยังประโยชน์ในด้านการตกแต่ง มักจะถูกสร้างขึ้นเพื่อสนองต่อจิตใจเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งของที่ระลึกประเภทนี้มีทั้งที่ใช้ในการตกแต่งร่างกาย อันได้แก่เครื่องประดับ ตกแต่งอาคาร ตกแต่งสถานที่ พิธีการ ฯลฯ

**2.5.1.4.4 ของที่ระลึกประเภทวัตถุทางศิลปะ** ของที่ระลึกประเภทนี้ส่วนใหญ่สร้างสรรค์ขึ้นโดยศิลปินออกแบบและสร้างขึ้นโดยคนคนเดียว อาจด้วยวิธีการใดๆ จนสำเร็จเป็นงานศิลปะ ศิลปวัตถุเหล่านี้แต่เดิมเป็นการถ่ายทอดสร้างสรรค์ของศิลปินเพื่อแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึก อันเป็นความงามและความพึงพอใจมากกว่าจะมุ่งสร้างเพื่อประโยชน์ในทางซื้อขายแลกเปลี่ยน ภายหลังเมื่อสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงไป ความจำเป็นในเรื่องปัจจัยอื่นๆ ที่สำคัญต่อการครองชีพ ทำให้ศิลปินเริ่มหันมาผลิตสร้างผลงานเพื่อซื้อขายกันมากขึ้น และผลงานประเภทศิลปวัตถุเหล่านี้ส่วนใหญ่มักจะนำไปใช้ประโยชน์ในการตกแต่งมากกว่าประโยชน์อย่างอื่น

## 2.5.2 การออกแบบของที่ระลึก

ในปัจจุบันการออกแบบสร้างสรรค์ของที่ระลึก เป็นการทำงานศิลปะในลักษณะประยุกต์หรือที่เรียกว่า “ประยุกต์ศิลป์ หรือ ศิลปะประยุกต์” มิใช่เป็นการสร้างงาน ทั้งนี้เนื่องจากงานวิจิตรศิลป์ถือว่าเป็นศิลปะบริสุทธิ์ (Pure Art) เป็นงานสร้างสรรค์ที่มนุษย์แสดงออกมาเพื่อความงาม ความประณีตละเอียดอ่อน อันก่อให้เกิดอารมณ์ความซาบซึ้งสะเทือนใจ และเกิดความประทับใจ มีค่าสูงส่งต่อจิตใจมนุษย์ ซึ่งผู้สร้างสรรค์ผลงานศิลปะในลักษณะนี้ จะถ่ายทอดชีวิตจิตใจลงในผลงาน ปรากฏออกมาเป็นลักษณะพิเศษมีลักษณะเฉพาะตัวของศิลปินแต่ละคน แต่งานประยุกต์ศิลป์หรือศิลปะประยุกต์ เป็นลักษณะที่มนุษย์นำเอาวัสดุและเรื่องราวต่างๆ มา ผสมผสานกลมกลืน ประู่งแต่ง ดัดแปลงสร้างสรรค์ขึ้นให้มีคุณค่าทางความงาม ทางการใช้

สอยให้เป็นประโยชน์แก่ชีวิตประจำวัน การสร้างงานทางด้านนี้จะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค กาลเวลา สมัยนิยม และองค์ประกอบอื่นๆ อีกหลายประการ ดังนั้น เรื่องราวของการออกแบบของที่ระลึก จึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับวิธีการ แนวทาง ความนึกคิด การจัด การจัดรวบรวม การลำดับ การเลือก และความริเริ่ม โดยมีวัตถุประสงค์ของรูปแบบที่จะสร้างอยู่ที่ประโยชน์ใช้สอยหรือประโยชน์ในการตกแต่งเป็นสำคัญ และให้มีรูปลักษณะของสิ่งที่จะสร้างเป็นสื่อหรือสัญลักษณ์ที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย เร้าใจ มีความเหมาะสม กะทัดรัด มีความเป็นระเบียบ และมีความสวยงามเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม ความคิดรวบยอดเกี่ยวกับการออกแบบของที่ระลึก มักจะเปลี่ยนไปได้ตามสมัย อาจเป็นเพราะอิทธิพลบางอย่างที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับงานออกแบบ และวงการของที่ระลึกมากขึ้นก็ได้ เช่น ความก้าวหน้าทางวิชาการ ความก้าวหน้าทางความนึกคิด ความต้องการที่ไม่มีวันสิ้นสุดของมนุษย์ การแข่งขันกันในส่วนตัวบุคคล ในตลาด สภาวะทางเศรษฐกิจ สภาพของสังคมแบบใหม่ การค้นพบวัสดุใหม่ทางการผลิต สภาพความจำเป็นของการดำรงชีวิต ความประหยัด วัฒนธรรม และอื่นๆ ตลอดจนไปจนกระทั่งเหตุผลทางการเมือง สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องของความซับซ้อนของสังคม อันมีผลต่อความคิดรวบยอดของบุคคลผู้ออกแบบได้ทั้งสิ้น

### 2.5.2.1 จุดมุ่งหมายและสาเหตุแห่งการออกแบบของที่ระลึก

การที่มนุษย์พยายามที่จะสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ขึ้นได้นั้น ย่อมมีสาเหตุอันเป็นที่มาแห่งแนวความคิดที่จะทำและจุดมุ่งหมายอันเป็นที่ไปแห่งการกระทำ การออกแบบสร้างสรรค์ของที่ระลึกก็เช่นกัน ย่อมต้องมีสาเหตุและจุดมุ่งหมาย ซึ่งสาเหตุและจุดมุ่งหมายนั้นมีอยู่มากมาย อาทิเช่น

1. เป็นการออกแบบเพื่อพัฒนาอาชีพ และแข่งขันกันในการผลิต
2. เป็นการออกแบบที่มีผลมาจากความรักในการทำงาน อันเป็นการกระทำด้วยใจรักในการที่จะสร้างสรรค์งานของที่ระลึก
3. เป็นการออกแบบเพื่อพัฒนาความคิดรวบยอดให้เป็นไปตามยุคสมัยที่มีความนิยม
4. เป็นการออกแบบเพื่อสร้างผลงานตอบสนองความเชื่อทางลัทธิ ประเพณี
5. เป็นการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการทางร่างกาย ทางจิตใจ และความต้องการทางด้านอื่นๆ ของบุคคลโดยส่วนรวมและโดยส่วนตัว
6. เป็นการออกแบบเพื่อผลประโยชน์ที่พึงได้รับ อาทิสินจ้าง รางวัล หรือเพื่อให้เป็นไปตามสัญญาข้อตกลง ข้อผูกมัด อันเป็นความผูกพันระหว่างผู้ออกแบบกับผู้จ้าง
7. เป็นการออกแบบเพื่อทดสอบความมุ่งหมาย กฎเกณฑ์ ข้อกำหนด
8. การออกแบบอันเป็นผลเนื่องมาจากความนิยมทางปรัชญาธรรมวัตถุ สิ่งที่เป็นอนุสรณ์
9. เป็นการออกแบบอันมีผลที่ต่อเนื่องมาจากชาตินิยม เพื่ออนุรักษ์สิ่งที่ดีเด่น และแบบแผนดั้งเดิมไว้ให้ปรากฏต่อไป
10. เป็นการออกแบบตามลัทธินิยมทางศาสนา ความเชื่อ ความศรัทธาที่มีต่อรูปวัตถุ
11. เป็นการออกแบบอันเป็นผลต่อเนื่องมาจากความรัก ความเกลียดชัง ความสมหวัง ความผิดหวัง ความหวาดกลัว รวมทั้งผลกระทบทางจิตใจ ทั้งสิ่งที่เป็นจริงและสิ่งที่เหนือความเป็นจริง

12. เป็นการออกแบบเพื่อสร้างทฤษฎีใหม่ การกำหนดแม่บทหลักของการทำงาน และกฎเกณฑ์

13. เป็นการออกแบบอันมีผลมาจากความริเริ่ม จินตนาการ และแนวความคิดที่จะสร้างสรรค์ผลงานนั้นๆ ให้มีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น

14. เป็นการออกแบบเพื่อตอบสนองความรู้สึกนึกคิดที่เป็นอิสระเสรี

15. เป็นการออกแบบเพื่อสร้างรสนิยมใหม่ เปลี่ยนแนวคิดของบุคคลว่าสิ่งของรูปแบบเช่นนั้น ไม่จำเป็นต้องใช้เพื่อประโยชน์เช่นนั้นตลอดไป อาจใช้เพื่อประโยชน์อย่างอื่นอีกก็ได้

16. เป็นการออกแบบเพื่อความเหมาะสมกับวัสดุ เหมาะสมกับเครื่องมือเครื่องจักร เพื่อความประหยัดและมีประโยชน์ใช้สอย มีความคงทนถาวร

### 2.5.2.2 ของที่ระลึกกับบุคคลผู้ออกแบบ

นับตั้งแต่อดีต ของที่ระลึกถูกออกแบบและดัดแปลงสร้างสรรค์ขึ้น โดยบุคคลเป็นจำนวนมาก ซึ่งบุคคลผู้เกี่ยวข้องเหล่านั้นได้ออกแบบสร้างสรรค์ขึ้นด้วยพฤติกรรม สาเหตุ และจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน จากพฤติกรรมแห่งการออกแบบสร้างสรรค์ เราอาจกำหนดแบ่งบุคคลผู้ออกแบบเหล่านั้นออกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ คือ

#### 2.5.2.2.1 บุคคลผู้ออกแบบสมัครเล่น

จัดว่าเป็นบุคคลกลุ่มใหญ่ที่มีอยู่โดยทั่วไป ลักษณะพฤติกรรมการสร้างสรรคผลงานเป็นการสร้างขึ้นเพื่อสนองต่อความต้องการเป็นครั้งคราว มิได้มุ่งหวังไปจนถึงขั้นสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อจัดจำหน่ายหรือยึดถือเป็นอาชีพหลัก ส่วนใหญ่อาศัยเวลาว่างประดิษฐ์ดัดแปลงสร้างสรรค์ผลงานขึ้นเพื่อให้หรือแจกจ่ายแก่บุคคลผู้เกี่ยวข้องเท่านั้น

#### 2.5.2.2.2 นักออกแบบประเภทช่างฝีมือ

ช่างฝีมือส่วนหนึ่งพัฒนามาจากนักออกแบบสมัครเล่น ที่มีทักษะและความชำนาญ และอีกส่วนหนึ่งมาจากการฝึกฝนทางด้านการฝีมือโดยตรง ของที่ระลึกเดิมที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันนั้น ส่วนมากมาจากช่างฝีมือ ซึ่งต่างก็คิดประดิษฐ์ทำกันขึ้นมาเอง โดยคิดหรือเห็นว่าแบบไหนสวยก็ลงมือทำขึ้นมาขาย ไม่ได้มีการคิดในเรื่องทฤษฎีหรือเหตุผลอื่นๆ ดังนั้น รูปแบบของที่ระลึกที่ถูกสร้างขึ้นโดยช่างฝีมือ มักจะเป็นงานหัตถกรรมที่มีรูปแบบที่เคยทำกันมาอย่างไรก็ทำกันไปตลอด ไม่ค่อยมีการประดิษฐ์คิดค้นหาแบบใหม่ๆ ออกมา เป็นแบบธรรมดาที่มีอยู่ทุกๆ ไป ในท้องตลาด ที่เป็นเช่นนี้เพราะช่างฝีมือผู้ผลิตไม่รู้ถึงความสำคัญของการออกแบบ ด้วยขาดการศึกษาอบรม ขาดความชำนาญที่จะดัดแปลงและประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ ทั้งยังขาดการศึกษาค้นคว้าในด้านตลาดและไม่คำนึงถึงรสนิยมของประชาชนทุกๆ ไป

#### 2.5.2.2.3 นักออกแบบประเภทศิลปิน

ศิลปินมักจะออกแบบสร้างสรรค์ผลงานในลักษณะศิลปะบริสุทธิ์ โดยมีได้มุ่งหมายที่จะขาย เพราะผลผลิตนั้นเป็นเครื่องมือในการแสดงออกส่วนตัว (Self-expression) มากกว่าผลิตสร้างขึ้นเพื่อมุ่งผลทางด้านซื้อขายแลกเปลี่ยน ดังนั้น ผู้ใดจะซื้อหรือไม่ งานนั้นจะนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างไรหรือไม่นั้น ศิลปินย่อมจะไม่คำนึงถึง เพราะออกแบบสร้างขึ้นเพื่อนำความพึงพอใจและความสุขมาสู่ตนเป็นประการสำคัญ

ดังนั้น งานของที่ระลึกประเภทศิลปกรรมจึงมักไม่ค่อยมีปรากฏในท้องตลาด ถ้ามีผลงานนั้นๆ ก็อาจจะมีราคาแพง

#### 2.5.2.2.4 นักออกแบบอุตสาหกรรม

นักออกแบบประเภทนี้ เป็นบุคคลที่สามารถออกแบบสร้างสรรค์สรรพสิ่งเพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคส่วนมากได้ โดยดำเนินขั้นตอนอยู่ในกระบวนการผลิตระบบอุตสาหกรรม มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ เครื่องมือเครื่องใช้และวัสดุใหม่ๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างสรรค์งานที่ยาก เพราะนักออกแบบไม่ได้ลงมือทำผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง งานการผลิตเป็นเรื่องของบุคคลอื่นที่อาจจะอยู่ห่างกัน ซึ่งนักออกแบบจะต้องรู้ปัญหาในเรื่องการผลิตอันเป็นขีดจำกัดของเครื่องจักร หรือผู้ผลิตมีความรู้ความสามารถแค่ไหนสามารถรับช่วงนำแบบไปผลิตสร้างเป็นรูปร่างขึ้นได้ตามที่ออกแบบเพียงใด เครื่องมือเครื่องจักรสามารถทำงานที่ละเอียดมากน้อยแค่ไหน ดังนี้ เป็นต้น ซึ่งการเป็นนักออกแบบอุตสาหกรรมมิใช่เป็นกันได้ง่ายๆ ช่างฝีมืออาศัยทักษะและความชำนาญก็อาจสามารถเป็นช่างฝีมือได้โดยไม่มียาก ศิลปินมักจะอาศัยความสามารถในการสร้างสรรค์ที่เป็นการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดให้ปรากฏเป็นรูปทรงอย่างวิจิตรสวยงามได้ เป็นบันไดก้าวขึ้นสู่ความเป็นศิลปิน แต่การเป็นนักออกแบบอุตสาหกรรมนอกจากจะต้องรู้และเข้าใจในงานช่างฝีมือ ลักษณะสุนทรีย์อันเป็นอารมณ์ละเอียดอ่อนของศิลปินแล้ว ยังต้องรู้เทคโนโลยีการผลิต จิตวิทยาเกี่ยวกับผู้บริโภคหรือลูกค้า รู้ด้านการตลาด รู้ด้านพาณิชย์ศิลป์ ฯลฯ และที่สำคัญคือ รู้รับผิดชอบต่อแบบของตนที่อาจบันดาลให้ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวกับโรงงานและร้านค้า

เกี่ยวกับนักออกแบบอุตสาหกรรม นายเจมส์ เอฟ วอร์เรน ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบและการตลาด ได้ให้แนวคิดที่จะช่วยในการดำเนินงานให้เป็นไปได้ด้วยดี โดยแบ่งออกเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. **การผลิต** ก่อนที่โรงงานจะรับแบบเพื่อทำการผลิต จะต้องคำนึงถึงว่าผลิตภัณฑ์นี้จะขายได้จำนวนมากหรือไม่ และจะผลิตสินค้าชนิดนี้ในราคาต่ำพอสมควรได้หรือไม่

2. **วัตถุดิบ** วัตถุดิบชนิดต่างๆ ไม่ว่าจะมาจากสัตว์ พืช หรือสินแร่ ต่างก็มีคุณภาพแตกต่างกันออกไป เมื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการผลิต วัตถุดิบบางชนิด เช่น เหล็กมีความแข็งแรงมาก ดินเปี้ยกมีความอ่อนนุ่มมาก เงินทำเป็นแผ่นบางๆ และแบนได้ ไม่ใช่เป็นเส้นใยไปตามยาวทางเดียวกัน โลหะบางชนิดมีการยืดและหดตัว ทำให้ติดกันได้โดยความร้อนหรือการบัดกรี วัตถุดิบบางชนิด เช่น เงิน อาจทำให้รูปร่างละเอียดประณีตได้ ดินเหนียว ต้องการรูปร่างที่ห่อหุ้มเข้าด้วยกันเพื่อกันการแตกง่าย แก้ว มีความสะท้อนแสงและแตกง่าย ดังนั้นนักออกแบบอุตสาหกรรมทุกคนจะต้องมีความคุ้นเคยกับวัตถุดิบต่างๆ ซึ่งกำลังทำการออกแบบโดยการทดลองทำดูด้วยตนเอง และทำแบบจำลองหรือผลิตภัณฑ์ตัวอย่างด้วยตนเองทุกชิ้น นักออกแบบจึงจะเข้าใจกับปัญหาต่างๆ ของผู้ผลิต

3. **กรรมวิธีผลิต** ตามปกติโรงงานทุกแห่งไม่ว่าจะเป็นโรงงานใหญ่หรือโรงงานเล็ก จะต้องใช้เครื่องมือหรือเครื่องผ่อนแรงใช้ในการผลิต อุปกรณ์ต่างๆ เหล่านี้มีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับวัตถุดิบที่จะใช้ในการผลิต เช่น กี่ทอผ้า สีแวแกะไม้ แป้นหมุนใช้สำหรับเครื่องปั้นดินเผา เหล็กจารใช้สำหรับตอกแต่งเครื่องเงิน และเครื่องมืออื่นๆ ที่ใช้สำหรับจับยึดวัตถุดิบหรือเคลื่อนย้ายในขณะที่ทำการผลิต เครื่องมือเหล่านี้ต่างมีหน้าที่จำกัดในการใช้งาน ซึ่งเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องเข้าใจและนำมาคิดเมื่อเวลาออกแบบ

ด้วย โรงงานก็มีความจำกัดในการดำเนินงานเช่นเดียวกัน อาจไม่มีเครื่องมือหรือเครื่องจักรที่จะทำงานละเอียดได้ นักออกแบบจึงจำเป็นต้องคิดค้นหาทางออกที่แน่นอนว่าจะต้องใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์อะไรบ้าง แบบที่ออกไปจึงจะสำเร็จลงได้ และเมื่อทำการออกแบบในทุกๆ มุมของผลิตภัณฑ์ นักออกแบบก็ควรถามตัวเองเสียก่อนว่า แน่ใจแล้วหรือว่า ส่วนนั้นส่วนนี้ของแบบจะทำได้หรือส่วนนี้ของแบบจะต่อส่วนกันได้ดีสนิท หรือส่วนนี้จะตกแต่งขั้นสุดท้ายอย่างไร

**4. งานฝีมือ** ในโรงงานทุกแห่ง งานของพวกคนงานเป็นส่วนหนึ่งของการผลิต และหากว่างานนั้นเป็นไปในรูปที่คนงานลงมือผลิตด้วยมือของตนเอง งานเหล่านั้นก็คือ การทำแทนมือของนักออกแบบนั่นเอง ดังนั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจำเป็นต้องรู้ถึงฝีมือของคนงานเหล่านั้นว่ามีเพียงใดหรือไม่ แล้วออกแบบให้ง่าย ซึ่งทำให้คนงานสามารถทำให้เสร็จในเวลาอันควร และได้งานที่สวยงามด้วย ดังนั้นนักออกแบบทุกคนจึงต้องคำนึงถึงเวลาที่ทำการผลิตงานนั้นๆ ด้วย

**5. การค้นคว้าเกี่ยวกับตลาด** ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบไปแล้วกำลังทำการขายอยู่นั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจะต้องทำการศึกษาค้นคว้าต่อไปในด้านความเป็นไปของกิจการในตลาดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยสอบถามผู้ขายและผู้ซื้อว่าผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้นดีหรือไม่เพียงใด เพื่อจะได้นำข้อมูลเหล่านั้นมาพิจารณาออกแบบแก้ไขในครั้งต่อไป

**6. ลูกค้ำ** ปัญหาที่สำคัญของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันก็คือ ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ขายไม่ออกหรือไม่เป็นที่พอใจของลูกค้า ดังนั้น นักออกแบบผลิตภัณฑ์จะต้องพยายามออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นๆ ให้เหมาะสมกับกาลเทศะและสิ่งแวดล้อม

**7. ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์** ผลิตภัณฑ์ชิ้นหนึ่งๆ จะต้องมีความแข็งแรงและทนทานให้สมกับราคาที่จะต้องเสียไปเมื่อซื้อหามา นักออกแบบจะต้องคิดอย่างลึกซึ้งถึงสิ่งที่จะถูกนำเอาไปใช้สอยวิธีการในการใช้วัตถุดิบและการออกแบบในเรื่องรอยต่อหรือตามมุมต่างๆ ซึ่งก็มีส่วนช่วยให้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ คงทนถาวร

**8. การบำรุงรักษา** บางครั้งผลิตภัณฑ์ชิ้นหนึ่งอาจจะมีความสะดวกและเป็นที่ถูกใจของผู้ใช้ แต่เมื่อใช้ไปในระยะเวลาหนึ่ง สีอาจเริ่มมัวซัว มีลักษณะอันบ่งบอกถึงระยะเวลาบ้าง อาจเป็นที่ไม่ถูกใจของผู้ใช้ต่อไป ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา จะต้องได้รับการออกแบบให้สะดวกในการทำความสะอาด ไม่ควรมีซอกมุมอะไรมากนัก ส่วนที่ต้องการเคลื่อนไหว เช่น ฝากล่อง หรือที่เป็นแป้นหมุน จะต้องออกแบบให้ใช้ได้โดยสะดวก ไม่สะดุด ไม่ว่าจะป็นระยะที่สีหมองมัวซัวไป หรือความรู้สึกห่อเกิดขึ้น

**9. ประโยชน์ใช้สอย** การออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบจำเป็นต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่ใช้ในชีวิตเป็นสำคัญ ผลิตภัณฑ์บางชนิด เช่น เครื่องประดับของสตรี ไดถูกออกแบบมาเพื่อใช้และทะนุถนอม และผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดก็ย่อมถูกออกแบบเพื่อความมุ่งหมายที่จะใช้ประโยชน์ต่างๆ กันออกไป เช่น กาน้ำชาใช้สำหรับใส่น้ำชา และรินออก แก้วก็จะต้องทำให้นั่งสบาย แจกันจะต้องใช้ใส่ดอกไม้และน้ำโดยไม่ให้รั่วไหลออกมา ถาดใส่ผลไม้จะต้องให้ใส่ผลไม้ไม่หักกลิ้งตกลงมาข้างนอกได้ง่ายๆ และที่เขี่ยบุหรี่ก็จะต้องมีที่วางบุหรี่ได้ดี โดยไม่หล่นลงมาใหม่โดยง่าย เป็นต้น ดังนั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจึงจำเป็นต้องทำการทดลองโดยการทำเป็นตัวอย่างขึ้นใช้ประโยชน์อย่างหนัก ลองจับต้องและใช้อย่างจริงจังเพื่อความแน่ใจว่าสามารถนำไปใช้ประโยชน์อย่างจริงจังเสียก่อน



10. ปัญหาเกี่ยวกับความรู้สึกต่างๆ ของผู้บริโภค ลูกค้ายกก็เป็นคนเหมือนกับนักออกแบบ ย่อมมีความรู้สึกทางตา หู จมูก ปาก การจับต้องและรสนิยม เขาใช้ความรู้สึกเหล่านี้เวลาซื้อและเวลาใช้ผลิตภัณฑ์ นักออกแบบจะต้องสามารถใช้ความรู้สึกนี้ในการทำให้ผู้ซื้อพอใจหรือไม่พอใจ นักออกแบบที่ชำนาญมักจะรู้สึกมีความผิดเมื่อออกแบบที่แลดูขัดแย้งกัน แต่นักออกแบบส่วนมากมักมองข้ามความรู้สึกบางอย่างไปเสมอ ตัวอย่างที่เรามีประสบการณ์ เช่น แก้วที่พนักงานไม่สบาย โตะที่ดำเกินไป ถ้วยชาที่มีหูแคบนิ้วจับไม่ถนัด โคมไฟที่ให้แสงไม่พอหรือแอมป์ที่คมจนบาดผิวหนัง สิ่งเหล่านี้ นักออกแบบจะป้องกันได้โดยการวิเคราะห์แยกแยะให้ถี่ถ้วนเสียก่อน และนึกถึงผลิตภัณฑ์ที่เคยออกแบบมาแล้ว เพื่อนำมาแก้ไขและให้ประโยชน์ในการออกแบบ ปัจจุบัน (รัตนะ อุทัยผล 2523: 31-35)

### 2.5.2.3 ลำดับขั้นตอนของการออกแบบของที่ระลึก

การออกแบบเพื่อกำหนดสร้างของที่ระลึกในแต่ละครั้ง หากได้มีการกำหนดแน่นอนลงไปทั้งรูปแบบประเภท วัสดุ การนำไปใช้ ฯลฯ โดยมีการสำรวจและวางแผนที่มีเป้าหมายชัดเจน ย่อมทำให้ของที่ระลึกที่จะผลิตสร้างขึ้นนั้น มีความหมายมากกว่าการออกแบบสร้างขึ้นอย่างไร้เป้าหมาย ทั้งนี้เนื่องจากของที่ระลึกอาจเปรียบได้ดั่งสัญลักษณ์สิ่งที่ใช้แทนบุคคล เหตุการณ์ สถานที่ ฯลฯ อันมีความหมายต่อความรู้สึกนึกคิดในทางการกระตุ้นเร้าจิตใจให้คิดและระลึกถึง ดังนั้น ลำดับขั้นตอนของการออกแบบควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้คือ

#### 2.5.2.3.1 กำหนดประเภทของรูปแบบ

การกำหนดประเภท คือ กำหนดเป้าหมายเบื้องต้นในเรื่องรูปแบบว่าจะให้มีแนวโน้มไปในลักษณะใด เช่น อาจกำหนดให้มีรูปแบบในลักษณะตามประเพณีนิยมก็อาจออกแบบจำกัดให้ชัดเจนไปได้ดีกว่ารูปแบบประเพณีนิยมนั้น จะเป็นประเพณีนิยมแบบสากลทั่วไป หรือเป็นรูปแบบประเพณีนิยมเฉพาะของท้องถิ่น ของภูมิภาค ของหมู่บ้าน ฯลฯ หรืออาจกำหนดสร้างให้มีรูปแบบในลักษณะตามสมัยนิยม ก็อาจออกแบบจำกัดให้ชัดเจนไปได้ว่าจะจะเป็นรูปแบบที่กำลังนิยมอยู่โดยทั่วไปในปัจจุบัน หรือรูปแบบที่กำลังจะเป็นที่นิยม และรูปแบบที่พยายามจะสร้างให้กลายเป็นความนิยมขึ้นใหม่ในโอกาสต่อไปและถ้าจะกำหนดเป้าหมายในเรื่องรูปแบบให้เป็นลักษณะเฉพาะนั้น เป็นรูปแบบเฉพาะของอะไรของบุคคล เหตุการณ์ งาน สถานที่ ฯลฯ

#### 2.5.2.3.2 เก็บรวบรวมข้อมูล

การออกแบบสร้างสัญลักษณ์สิ่งแทนบุคคล เหตุการณ์ สถานที่ ฯลฯ หรือแทนสิ่งใดๆ ก็ตาม ผู้ออกแบบควรเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบให้มีลักษณะสอดคล้องกับความเป็นสิ่งนั้นๆ อย่างแท้จริง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวอาจจะเป็นประวัติเรื่องราว รายละเอียด รูปภาพ หลักฐานเอกสารสิ่งตีพิมพ์ ฯลฯ

### 2.5.2.3.3 สำนวนค่านิยม

ในปัจจุบันของทีระลิกมีส่วนผูกพันกับค่านิยม ทัศนคติของบุคคลอยู่มาก คำว่า “ค่านิยม” อาจหมายถึงความสนใจ ความพึงพอใจ ความชอบ ความนิยม หน้าที่ พันธะกรณี ความปรารถนา ความอยาก ความต้องการ ความแห่งหน่ย และความดีงคุด หรือความรู้สึกอื่นที่มนุษย์มีต่อผลผลิต มีต่อการกระทำ สิ่งเหล่านี้มนุษย์ยึดถือไว้สำหรับเป็นแนวทางในการใช้เลือกหรือแนวทางในการจัด การรวบรวมองค์ประกอบของสิ่งต่างๆ เข้าด้วยกัน ด้วยวิธีการที่เหมาะสม จากคำจำกัดความของคำว่า “ค่านิยม” คำเดียว บางครั้งก็ให้ความหมายต่อการทำงานของมนุษย์เป็นอย่างมากในการออกแบบ เพราะมีส่วนผูกพันกับค่านิยมทั้งตัวนักออกแบบเอง แล้วรวมไปถึงผู้ใช้ผู้บริโภคด้วย ค่านิยมจึงเป็นสิ่งที่มผลต่อการออกแบบสร้างของทีระลิกอย่างกว้างขวาง ผู้ที่สร้างสรรค์ต้องใช้ความสังเกตและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยมของผู้ใช้ผู้บริโภค ไว้เป็นพื้นฐานประกอบการตัดสินใจในการออกแบบ

### 2.5.2.3.4 การจับประเด็นสำคัญของข้อมูลเพื่อกำหนดรูปแบบ

จากข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ผู้ออกแบบจะต้องนำมาคัดเลือกกลั่นกรองเอาแต่เฉพาะช่วงตอนที่เป็นประเด็นสำคัญ เพื่อถ่ายทอดสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการจับประเด็นสำคัญในข้อมูลนั้น ขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบต้องการเน้นย้ำในด้านใด ทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลทั้งหมดอาจเป็นเรื่องราวของความรัก ความพลัดพราก ความปีติยินดี ความตาย ความกล้าหาญ ความเชื่อ ความศรัทธา ความกล้าหาญวีรกรรม ฯลฯ ซึ่งเรื่องราวอันก่อให้เกิดอารมณ์สะเทือนใจจากข้อมูลเหล่านี้ ย่อมสามารถกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำความทรงจำได้ต่างกัน หากเรื่องราวเป็นที่ประทับใจ ความทรงจำก็จะฝังแน่นยาวนานกว่าเรื่องราวที่เป็นปกติธรรมดา ดังนั้นผู้ออกแบบจึงควรมีความเข้าใจในการแยกแยะข้อมูลและจับประเด็นความรู้สึกรู้สึกอันถูกกระตุ้นเร้าจากข้อมูลที่ได้ผนวกกับ “ค่านิยม” แปลค่าออกมาเป็นสื่อสัญลักษณ์สิ่งแทน

### 2.5.2.3.5 กำหนดคุณค่าและการนำไปใช้

การจับประเด็นของข้อมูลที่เป็นเนื้อหาเรื่องราว เพื่อกำหนดถ่ายทอดเป็นรูปแบบให้สอดคล้องกับค่านิยมนั้น สามารถกระตุ้นเร้าทางความรู้สึกให้เกิดความประทับใจอันเป็นคุณค่าทางความรู้สึกหรือคุณค่าภายในส่วนคุณค่าอีกประการหนึ่งที่ผู้ออกแบบควรคำนึงควบคู่กันไปด้วย คือ คุณค่าภายนอกหรือคุณค่าทางกายภาพของวัตถุ คุณค่านี้อาจเกิดจากการนำวัสดุที่มีคุณค่าในตัวเองอยู่บ้างแล้วมาสร้างสรรค์เป็นของทีระลิก เช่น อัญมณี งาม แก้ว ทอง ฯลฯ หรือค่าของงานอยู่ที่ความเก๋ กะทัดรัด แปลกตา น่าทึ่ง สวยงาม มีคุณค่าต่อการมอง สามารถบันดาลให้เกิดความภาคภูมิใจ มีเกียรติ มีสง่าราศี ดังนี้ เป็นต้น และคุณค่าอีกลักษณะหนึ่งก็คือ คุณค่าที่เกิดจากการนำไปใช้ ในปัจจุบันของทีระลิกมักออกมาในรูปของสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องประดับ ที่ได้รับการออกแบบให้มีความหมายว่าเป็นของทีระลิก นับว่าเป็นความคิดที่ดีผู้รับสามารถใช้ประโยชน์จากของทีระลิกได้ด้วยซึ่งดีกว่าตั้งไว้เพื่อคุณค่าทางจิตใจหรือคุณค่าทางความงามเฉยๆ ซึ่งรูปแบบที่ใช้ในการออกแบบอาจดัดแปลงแปรรูปจากสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องประดับที่มีปรากฏอยู่แล้วให้เป็นของทีระลิก เช่น เอาถ้วยชาม ช้อนส้อม จาน ฯลฯ ย่อขนาด และสัดส่วนลงให้พอเหมาะ แล้วกำหนดสัญลักษณ์ของทีระลิกลงไป ก็เป็นของทีระลิกได้โดยสมบูรณ์

### 2.5.2.3.6 ข้อควรคำนึงในด้านการผลิตและการตลาด

หากของที่ระลึกที่จะออกแบบนั้นเกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายโดยผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมาก ผู้ออกแบบอาจต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ อีกดังนี้

- ของที่ระลึกนั้นจำเป็น หรือมีคนนิยมหรือไม่ ใช้ประโยชน์ได้หรือเปล่า
- ของที่ระลึกนั้นผลิตขึ้นมาได้ง่ายหรือไม่ วัสดุที่จะนำมาประดิษฐ์นั้นมีอยู่พอเพียงและหาได้ยากง่ายประการใด

- จะใช้วัสดุอะไร สีอะไร การชักเงาเคลือบผิวอย่างไร
- การนำออกโชว์ การขนส่ง ทำได้ง่ายหรือเปล่า จะต้องจัดใส่หีบห่อหรือต้องระมัดระวังเป็นพิเศษประการใด

- วัสดุคืออะไร ชิ้นส่วนมากน้อยเพียงไหน ต้องใช้เครื่องมือเครื่องม้อะไร เครื่องแรงงานเป็นอย่างไร ออกแบบแล้วผลิตขึ้นได้หรือไม่ จะผลิตให้ถูก มีคุณสมบัติดีและรวดเร็วขึ้นได้อย่างไร

- จะซื้อวัสดุได้หรือไม่ ควบคุมคุณภาพได้อย่างไร จะใช้วัสดุอะไรแทนกันได้บ้าง และสามารถผลิตวันละเท่าไร เดือนหรือปีละเท่าใด

- ตลาดสินค้าของที่ระลึกนั้นๆ สำหรับคนไทยหรือชาวต่างประเทศ
- ตลาดมีขอบเขตกว้างแค่ไหน เป็นตลาดท้องถิ่น ทั่วประเทศ หรือตลาดต่างประเทศ

- จะนำสินค้าออกสู่ตลาดโดยวิธีใด
- ลูกค้านชอบและไม่ชอบอะไร เช่น สี วัสดุ รูปร่าง ฯลฯ ลูกค้าต้องการอะไร จำเป็นต้องใช้อะไรมีความสามารถซื้อได้หรือไม่

- ของที่ระลึกประเภทเดียวกันนี้มีผู้ผลิตแข่งขันรายอื่นหรือไม่ มีอยู่แพร่หลายเพียงไร ราคาเป็นอย่างไร คุณภาพเป็นอย่างไร และรูปร่างเป็นอย่างไร

### 2.5.2.4 ผลงานศิลปหัตถกรรมสู่สินค้าของที่ระลึก

ปัจจุบันงานศิลปหัตถกรรมของแต่ละท้องถิ่นได้กลายเป็นสินค้าของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญยิ่ง ด้วยกลายเป็นค่านิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่จะต้องซื้อหาสินค้าของระลึกเพื่อเป็นของตนเองและของฝากญาติมิตรกันทุกครั้งที่มีโอกาส จึงเกิดเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับผู้คนในท้องถิ่นแหล่งท่องเที่ยว บางแห่งที่มีฝีมือดีถึงกับกลายเป็นแหล่งผลิตขนาดใหญ่กันทั้งหมู่บ้าน รวมทั้งเป็นแหล่งขายปลีกและขายส่ง และเป็นแหล่งท่องเที่ยวไปด้วยในตัว อาทิเช่น บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง และบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ฉะนั้นท้องถิ่นใดที่สามารถนำงานศิลปหัตถกรรมมาส่งเสริมให้กลายเป็นสินค้าของที่ระลึกได้ จึงเท่ากับเป็นการสืบทอดและฟื้นฟูฝีมือด้านศิลปหัตถกรรมดั้งเดิม และที่สำคัญเป็นการเพิ่มมูลค่าให้วัสดุที่เป็นทรัพยากรท้องถิ่นซึ่งมีอยู่เดิมแล้วแต่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่า ต่อเมื่อนำมาผลิตเป็นสินค้าที่ระลึกก็จะได้ราคาดี เพราะนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง รวมทั้งเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพให้กับแรงงานในท้องถิ่นซึ่งว่างงาน หรืออาจว่างงานหลังฤดูเก็บเกี่ยว โดยสรุปจึงนับเป็นการพัฒนาชนบทที่ได้ผลอย่างสมบูรณ์

### 2.5.2.5 แนวทางพัฒนาการผลิตสินค้าของที่ระลึก

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2545 : 129) โดยทั่วไปอาจมีแหล่งผลิตสินค้าของที่ระลึกหลาย ๆ แห่งที่ประสบผลสำเร็จและอีก หลาย ๆ แห่งที่ประสบปัญหาทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากฝีมือเชิงชั้นการผลิตยังไม่ถูกหรือตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ กลยุทธ์ด้านการตลาดยังไม่ดีหรือจะด้วยอุปสรรคอื่นใดก็ตาม แนวทางต่อไปนี้น่าจะช่วยคลี่คลายปัญหาได้บ้าง และนำการพัฒนาเพื่อผลิตสินค้าของที่ระลึกไปในทิศทางที่เหมาะสม ดังนี้

1. พยายามใช้วัสดุภายในท้องถิ่นให้มากที่สุด เพื่อเป็นการใช้ทรัพยากรที่หาได้ง่ายและมีอยู่ใกล้ตัวให้ได้ประโยชน์ ซึ่งจะเป็นการลดต้นทุนและเพิ่มพูนมูลค่าให้กับวัสดุที่อาจทิ้งขว้างอยู่ในท้องถิ่น เช่น ใช้ฟาง เปลือกข้าวโพด เปลือกหอย เมล็ดพืช ใบตาล ต้นกก ต้นเตย ไม้ไผ่ มาประดิษฐ์เป็นงานหัตถกรรมต่าง ๆ อันได้แก่ ตุ๊กตา ดอกไม้ เสื้อ เครื่องจักสาน เป็นต้น แต่ทั้งนี้อาจหาวัสดุจากแหล่งอื่นมาเสริมแต่งเพิ่มคุณค่า เพิ่มความสวยงามและความคงทนให้ประโยชน์ใช้สอยด้วย เช่น ใช้ผ้าฝ้าย ผ้าไหม หนัง โลหะ มาตกแต่งประดับเพิ่มเติมได้ในบางส่วน

2. ผลงานที่ผลิตจะต้องแสดงออกถึงประโยชน์ใช้สอย (Image) หรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้ก็เป็นการดียิ่ง เพราะจะสอดคล้องกับการเป็น “สินค้าของที่ระลึก” อย่างแท้จริง เช่น หากไปทางดท้องถิ่นภาคเหนือ สินค้าที่ระลึกก็น่าจะถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมล้านนา หรือศิลปหัตถกรรมแบบเรียบง่ายของชาวเขาออกมา หรืออย่างน้อยก็สะท้อนถึงทรัพยากรตามสภาพภูมิศาสตร์ของป่าเขา เมืองเหนือ ตัวอย่างเช่น ผ้าปักผ้าทอ ผ้าชาวเขา เครื่องเงิน เครื่องเงิน เครื่องไม้แกะสลัก และดอกไม้แห้ง เป็นต้น หรือถ้าลงไปทางชายทะเลภาคใต้ สินค้าที่ระลึกก็น่าจะแสดงออกถึงศิลปวัฒนธรรมปักษ์ใต้และกลิ่นอายของทะเล เช่น รูปหนังตะลุง ผ้าบาติก เรือจำลอง สิ่งประดิษฐ์จากเปลือกหอยหรือกะลามะพร้าว เสื้อผ้าพิมพ์ลวดลายหรือภาพเกี่ยวกับทะเล เป็นต้น

3. ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ แต่ยังคงต้องรักษาเค้าโครงของศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นหรือ สอดแทรกอยู่บ้าง โดยอาจประดิษฐ์รูปแบบ ขนาด หรือวัสดุให้หลากหลายออกไป เพื่อต้อนรับสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนซ้ำ ๆ แต่ทั้งนี้จำเป็นต้องอาศัยการศึกษาความนิยมหรือความต้องการของตลาดหรือนักท่องเที่ยวเป็นเครื่องช่วยในการคิดประดิษฐ์ออกแบบ พร้อมทั้งอาศัยศิลปะพื้นถิ่นเป็นพื้นฐานไว้ด้วยเสมอ

## 2.6 ศึกษาสีและจิตวิทยาสี

### 2.6.1 จิตวิทยาการใช้สี (สมพงษ์ กรกรรณ, 2527)

สีทุกสีที่เป็นสีแท้ๆ จะมีอิทธิพลต่อจิตใจทำให้มนุษย์เกิดความรู้สึกและอารมณ์ ซึ่งมีผลต่อสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวันมากมาย รอบๆ ตัวเราจะมีสีที่เกิดจากธรรมชาติและสีที่เกิดจากมนุษย์ได้สร้างสรรค์ก็มีเป็นจำนวนมาก สีต่างๆ ที่มีในโลกนี้ช่วยทำให้โลกสนใจ น่าชื่นชม และถ้ามองกลับกันให้เห็นว่าสีต่างๆ ที่มีอยู่นี้ไม่มีสี ทั้งที่เกิดจากธรรมชาติและที่เกิดจากมนุษย์ได้สร้างสรรค์ คงจะทำให้โลกทั้งโลกไม่สดใส น่าชื่นชม สีเป็นองค์ประกอบหนึ่งในหลายๆ องค์ประกอบสำคัญที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ การทำความเข้าใจในเรื่องอิทธิพลของสีที่มีต่อจิตใจของมนุษย์แล้ว ย่อมจะนำไปใช้ให้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ในการออกแบบได้ สีแต่ละสีจะ

มีคุณสมบัติในทางกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกได้ไม่เหมือนกัน ฉะนั้นในการใช้สีเพื่อการออกแบบ ควรจะนำสีไปใช้ให้ถูก ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์ในการออกแบบอย่างมาก และถ้ารู้จักใช้ให้เกิดความประสานกลมกลืน (Harmony) หรือตัดกัน (Contrast) บ้างเพียงเล็กน้อย ก็จะได้สิ่งที่แปลก-ใหม่ สดชื่นสวยงาม แปลกๆ ออกไปอีกเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบของการออกแบบสีก็มีใช้เพื่อความสวยงามแต่เพียงประการเดียว จะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมอื่นๆ ด้วย ซึ่งจะช่วยให้การออกแบบประสบผลสำเร็จสมตามเป้าหมายได้

คุณลักษณะของสี สีทุกสีมีคุณลักษณะเฉพาะตัว 3 ประการ ได้แก่

1. Hue หมายถึงตัวเนื้อสีแต่ละชนิดนั้นๆ เช่น สีแดง สีเขียว
2. Value หมายถึงความเข้มของสี ความอ่อน-แก่
3. Chrome หมายถึงความแรงของสี เช่น แดงสด มี Strength สูง

Tint	คือ	สีที่จาง เบา หรือสีที่ผสมด้วยสีขาว
Shade	คือ	สีที่คล้ำ เข้ม หรือสีที่ผสมด้วยสีดำ
Complimentary	คือ	คู่สีตรงกันข้ามกันในวงจรสี เช่น ม่วงแดง กับเขียวเหลือง
Warm Color	คือ	สีโทนร้อน
Cool Color	คือ	สีโทนเย็น

### 2.6.2 ความสัมพันธ์ของสีที่มีต่อความรู้สึก

อิทธิพลของสีมีผลกระทบทางด้านจิตใจไม่เหมือนกันทุกคน ทั้งนี้เพราะบางคนพอใจในสีหนึ่ง ในขณะที่อีกคนหนึ่งชอบสีที่แตกต่างกัน ข้อนี้อาจเป็นผลมาแต่เหตุต่างๆ ซึ่งแต่ละคนจะมีความชอบแตกต่างกันออกไป เพราะฉะนั้น จะต้องทราบถึงความพอใจในสีของเจ้าของ และบุคคลต่างๆ ควบคู่กับความรู้อันเนื่องมาจากสีและผู้ออกแบบด้วย ลักษณะของสีที่เกี่ยวกับความรู้สึก แบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ คือ

**2.6.2.1 สีแดง (red)** จัดอยู่ในพวกสีร้อน ไม่เพียงแต่ให้ความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจในทางโรงงาน ถือว่าเป็นสีที่เกี่ยวกับอันตราย เป็นสีต้องห้าม การระมัดระวังการใช้สีพวกสกุลสีแดงเพียงเล็กน้อยอาจทำให้ผลิตภัณฑ์เด่นขึ้นมาได้ แต่ถ้าให้มากเกินไป และใช้สีสดก็จะมีผลทางจิตวิทยาได้เช่นกัน คือ เป็นภัยทางด้านจิตวิทยา เช่น ทำให้รู้สึกปวดศีรษะและตาลายได้ แม้ว่าจะใช้อย่างถูกต้องและอย่างเล็กน้อยก็ตามที่ เช่น ไฟแดงในห้องอัดรูป สีแดง ให้ความรู้สึกมั่งคั่งสมบูรณ์ ความสวย ความสุข ความหวาน ความอบอุ่นเร้าใจ

**2.6.2.2 สีน้ำเงิน (Blue)** จัดอยู่ในพวกสีเย็น สีน้ำเงินเข้มทำให้เกิดความรู้สึกสงบลึกกลับทำให้เกิดสมาธิ เป็นสีที่บอกถึงคุณภาพ ถ่อมตน เยือกเย็น ความหนักแน่น สีน้ำเงินอ่อน เช่น สีน้ำทะเลหรือสีฟ้าจะมีความสดใส ถ้าอมเขียวเล็กน้อย สามารถให้ความรู้สึกตื่นเต้นดังเช่นแสงของโอบอล การแพนหางของนกยูง เป็นสีซึ่งมีเสน่ห์งดงาม

**2.6.2.3 สีเขียว (Green)** ให้ความรู้สึกสดชื่น กระชุ่มกระชวย ใช้พักสายตาได้ สีใบไม้หรือสีเขียวเข้มใช้ได้ก็ในแนวการเน้นส่วนพื้นหรือฐาน แสดงความสงบเสงี่ยม แสดงความมีภูม้านันดรศักดิ์

**2.6.2.4 สีน้ำตาล (Brown)** จัดอยู่ในพวกสีอ่อน เป็นสีที่ให้ความรู้สึกแห้งแล้ง ไม่ให้ความรู้สึกอบอุ่น ถ้าใช้โดดเดี่ยวจะทำให้งานเกิดความรู้สึกสลดหดหู่ใจ

**2.6.2.5 สีเทา (Grey)** ให้ความรู้สึกภูมิฐาน เครื่องขริบ สุภาพเรียบร้อย เป็นผู้ดี ใช้ได้ในเนื้อที่กว้างๆ ลดความจ้าของสีขาวและความลึกดำของสีดำ สามารถใช้เป็นสีกลางได้ทุกสีเพราะสามารถทำให้เกิดความกลมกลืนระหว่างสีอื่นๆ ดูสบายตา

**2.6.2.6 สีดำ (Black)** โดยปกติสีดำเป็นสีที่ให้ความรู้สึกหดหู่ ลึกลับ ให้ความรู้สึกหนักแน่นมั่นคง การใช้สีดำสลับสีขาวในพื้นที่ร่วมกับสีอื่น จะทำให้เกิดความกระปรี้กระเปร่ามีชีวิตชีวา ถ้าใช้สีดำกับผลิตภัณฑ์จะแสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรงและไม่สกปรก

**2.6.2.7 สีส้ม (Orange)** เป็นสีสดใสมองเห็นได้แต่ไกล ให้ความรู้สึกเตือนอยู่ตลอดเวลา เมื่อใช้กับพวกผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความรู้สึกสะอาดดูเบาขึ้น

**2.6.2.8 สีเหลือง (Yellow)** เป็นสีที่อยู่ได้ 2 วรรณะ คือ สามารถเป็นได้ทั้งสีร้อน สีเย็น แต่ขึ้นอยู่กับความเข้มและแข็งแรง (Chrome) ของสี สีเหลือง โดยทั่วไปทำให้เกิดความสดชื่นร่าเริงสดใส สีเหลืองอ่อน ให้ความรู้สึกสะอาด มีความสว่าง แต่มีความเข้มของสีมากเกินไป จะทำให้สมองเกิดความหงุดหงิดได้ สีเหลืองที่ไปทางสีส้ม จะคล้ายกับของเล่นทางวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ และคล้ายของเทียม

**2.6.2.9 สีเหลืองเนย (Butter Yellow)** ทำให้ดูสว่างขึ้น

**2.6.2.10 สีเหลืองเขียว (Yellow Green)** ช่วยในเรื่องเกี่ยวกับด้านความเย็น อย่างไรก็ตาม สีเหลืองทำให้ดูสกปรกง่าย แต่ถ้า Brake สีเหลืองให้ความรู้สึกเปรี้ยว ร่าเริง ดีใจ มีอำนาจบังคับ

**2.6.2.11 สีม่วง (Purple)** เป็นสีที่อยู่ได้ทั้ง 4 วรรณะ เหมือนกับสีเหลือง โดยทั่วไปให้ความรู้สึกเศร้า ทำให้ง่วง บางครั้งอาจแสดงว่าเป็นสีแห่งความเศร้า ลึกลับ แต่สีม่วงก็มีลักษณะของความสง่างาม ทำให้ดูมีค่า เช่น สีม่วงอ่อน สีม่วงทำให้เกิดความรู้สึก เศร้า ง่วง ลึกลับ สง่างาม มีค่า

**2.6.2.12 สีขาว (White)** ให้ความรู้สึกสะอาดบริสุทธิ์ ถ้าใช้โดดเดี่ยว ให้ความรู้สึกเย็นสามารถใช้เป็นสีของฐาน หรือส่วนที่ต่ำกว่าเพื่อเน้นให้เด่น

## 2.6.3 เทคนิคการใช้สี (Color Technique)

### 2.6.3.1 เทคนิคการใช้สีดังนี้

**1. สีกับรูปร่าง (Color and Relation Form)** สีกับรูปร่างมีความสัมพันธ์กันอย่างไร ใกล้ชิด สีชนิดเดียวกันใช้กับของที่มีรูปร่างต่างกัน จะแตกต่างกัน แห่งกลมหรือทรงกลมจะมีสีเข้มกว่าลูกบาศก์ เพราะสามารถสะท้อนแสงได้ดี ทำให้จุดที่สะท้อนกับจุดที่อยู่ข้างหลังตัดกันอย่างรุนแรง จึงทำให้สีที่อยู่ตอนหลังเข้มกว่า

**2. สีและพื้นผิว (Color and Texture)** ผลิตภัณฑ์ที่มีผิวขรุขระหรือผลิตภัณฑ์ที่มีจุดหรือรูปพื้นผิว หากไม่ต้องการให้เห็นง่ายให้ใช้สีด้าน หรือสีอ่อน พวกเครื่องจักรหรือส่วนที่มีการเคลื่อนไหวไม่ควรใช้สีมัน เพราะจะทำให้ระคายคายตาทำงานไม่สะดวกการพยายามใช้วัสดุบางอย่างลอกเลียนให้เหมือนบางอย่าง เช่น ทำพลาสติกให้เป็นลวดลาย ไม่ควรหลีกเลี่ยง จะใช้วัสดุตามความเป็นจริง

3.สีและวัสดุ (Color and Material) วัสดุที่เกี่ยวข้องกับสีมี 5 ประเภทคือ

3.1 สีต่างๆ แลคเกอร์เคลือบ (Plants, Lacquers and Enamels) มีหลายสี

3.2 โลหะ (Material Color) พวกชุบโครเมียม นิกเกิล ชุบอลูมิเนียม มีสีแตกต่างกัน

กัน

3.3 พลาสติก (Plastics) มีสีต่างๆ มากมาย

3.4 เครื่องเคลือบดินเผา (Vitreous Enamel) หรือเรียก Porcelain มีความคมให้เหมือนจริงได้ไม่ยากนัก ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับอุณหภูมิ

3.5 แก้ว (Glass) ทำได้หลายสี

#### 2.6.4 ความสัมพันธ์ของสีต่อผลิตภัณฑ์

##### 1. ขนาด (Size)

1.1 สีอ่อน (Light Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูใหญ่ขึ้น

1.2 สีเข้ม (Dark Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูเล็กลง

##### 2. น้ำหนัก (Weight)

2.1 สีอ่อนและสีร้อน (Warm Color) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูเบา

2.2 สีเข้มและสีเย็น (Cool Color) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูหนัก

##### 3. ความแข็งแรง (Strength)

3.1 สีร้อน ทำให้รู้สึกแข็งแรงมาก

3.2 สีเย็น ทำให้ความรู้สึกแข็งแรงน้อย

##### 4. อุณหภูมิ (Temperature)

4.1 สีร้อน ทำให้ความรู้สึกอบอุ่น ไม่สบายใจ

4.2 สีเย็น ทำให้ความรู้สึกสดชื่น สงบเยือกเย็น สบายใจ

##### 5. ความสะอาด (Cleanliness)

5.1 สีขาว เป็นสีที่ให้ความรู้สึกสะอาดที่สุด

5.2 สีอ่อน เช่น สีงาช้าง (Ivory)

สีเหลืองอ่อน (Pale Warm Yellow)

สีเขียวอ่อน (Pale Green)

สีฟ้าอ่อน (Pale Blue)

#### 2.7 ศึกษาการยศาสตร์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

##### 2.7.1 วิธีการวัดสัดส่วนของมนุษย์

Diirer ได้ค้นพบวิธีการวัดสัดส่วนของมนุษย์ ซึ่งเป็นที่ยอมรับและเห็นพ้องต้องกันทั่วไป โดยเขาเริ่มวัดความสูงของร่างกายมนุษย์และกำหนดไว้ดังต่อไปนี้

1/2 ของความสูงทั้งหมด = ครึ่งหนึ่งของร่างกายวัดจากต้นขาหรือขาหนีบขึ้นไปถึง ศีรษะส่วนบน

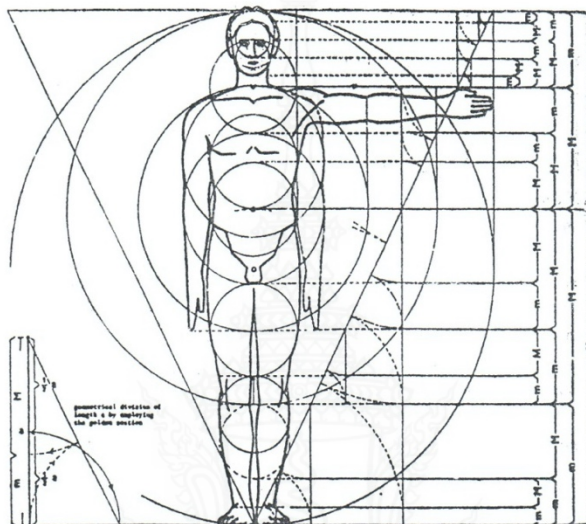
1/4 ของความสูงทั้งหมด = ความยาวของขาวัดจากข้อเท้าถึงหัวเข่า และจากปลายคางถึงสะดือ

1/6 ของความสูงทั้งหมด = ความยาวของเท้า

1/8 ของความสูงทั้งหมด = ความยาวของศีรษะส่วนบนถึงปลายคาง และจากคางถึงราวนม

1/10 ของความสูงทั้งหมด = ความสูงและความกว้างของใบหน้ารวมถึงหูด้วยและความยาวของมือถึงข้อมือ

1/12 ของความสูงทั้งหมด = ความกว้างของใบหน้าวัดจากปลายจมูกส่วนล่างสุดและในการแบ่งสัดส่วนของมนุษย์นั้นแบ่งเป็นส่วนย่อยได้ 1/40 ของความสูงทั้งหมดของร่างกาย

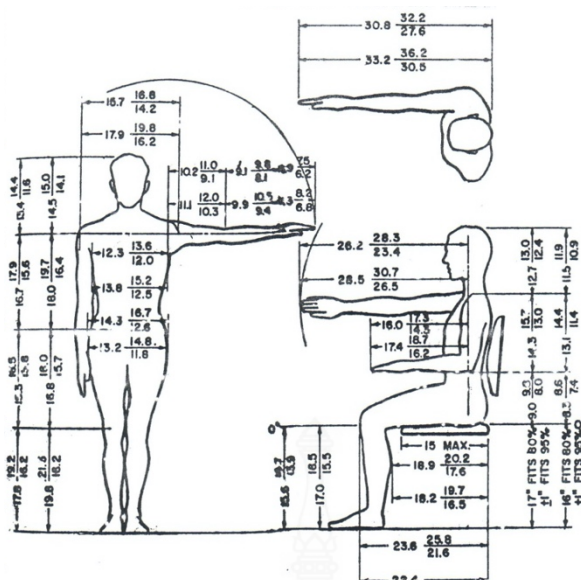


ภาพที่ 2.11 แสดงการแบ่งสัดส่วนของมนุษย์

### 2.7.2 สัดส่วนทางกายภาพของมนุษย์

มิติส่วนต่างของร่างกาย เช่นเดียวกับความสูงยืน คือ ค่าที่วัดได้จะมี ค่าที่วัดได้จะมีค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด การที่จะกำหนดค่าใดเป็นค่ามิติวิกฤตนั้นขึ้นอยู่กับ การนำไปใช้ ซึ่งในแต่ละกรณีไม่เหมือนกัน ยกตัวอย่างเช่น การนำมิติหมายเลข (1) ความสูงยืนไปใช้ในการกำหนดความสูง (ที่ต่ำที่สุด) สำหรับช่องประตูค่าที่นำไปกำหนดเป็นมิติวิกฤต คือ Max และการนำค่าวิกฤตหมายเลข (5) ความสูงเอื้อมมือบนไปใช้ในการกำหนดความสูงของชั้นวางของ ค่าที่ถูกกำหนดเป็นมิติวิกฤต คือค่า Min ซึ่งในกรณีนี้หรือในกรณีพิจารณาเลือกกำหนดมิติวิกฤตที่เลือกจะต้องช่วยในงานออกแบบ นำไปใช้ได้ดีสะดวกสบายกับผู้ใช้ทุกขนาด หรือใช้ได้กว้างขวางที่สุด





ภาพที่ 2.12 แสดงสัดส่วนทางกายของมนุษย์ (กิติ สินธุเสก. 2544 : 16 - 18)

ตารางที่ 2.2 แสดงมิติส่วนต่างๆ ของร่างกายต่อความสูงยืน และ ค่ามิติวิกฤติ

หมายเลข	มิติส่วนต่างๆ ของร่างกาย	อัตราส่วน	ความสูงยืน		
			ต่ำสุด	เฉลี่ย	สูงสุด
1	ความสูงยืน	1.000	148.30	160.60	173.27
2	ความสูงระดับสายตา	0.933	138.30	149.63	161.66
3	ความสูงระดับไหล่	0.827	122.64	132.81	143.29
4	ความสูงระดับมือ	0.437	64.80	70.18	75.71
5	ความสูงเอื้อมมือขึ้นบน	1.255	186.11	201.55	217.45
6	ความสูงนั่ง	0.523	77.56	83.99	90.62
7	ความสูงระดับสายตา	0.460	68.21	73.87	79.70
8	ความสูงจากระดับที่นั่งถึงระดับไหล่	0.354	52.49	56.65	61.33
9	ความสูงจากที่นั่งถึงข้อศอก	0.143	21.20	22.96	24.77
10	ความสูงจากที่นั่งถึงตอนบนของขาอ่อน	0.082	12.16	13.16	14.20
11	ความสูงจากที่นั่งถึงตอนบนของเข่า	0.303	44.93	48.66	52.50
12	ความสูงจากพื้นถึงขาอ่อนตอนล่าง	0.218	32.32	35.01	37.77
13	ระยะจากหน้าท้องถึงเข่า	0.223	33.07	35.81	38.63
14	ระยะจากก้นถึงน่องตอนบน	0.254	37.66	40.79	44.01
15	ระยะจากก้นถึงเข่า	0.329	48.79	52.83	54.00
16	ความยาวของขาเหยียดตรง	0.626	92.83	100.53	108.45
17	ความกว้างของที่นั่ง	0.226	33.51	36.29	39.15

(ต่อ) ตารางที่ 2.2 แสดงมิติส่วนต่างๆ ของร่างกายต่อความสูงยืน และ ค่ามิติวิฤติ

หมายเลข	มิติส่วนต่างๆ ของร่างกาย	อัตราส่วน	ความสูงยืน		
			ต่ำสุด	เฉลี่ย	สูงสุด
18	ระยะเอี้อมแขนไปข้างหน้า	0.491	72.81	78.85	85.07
19	ความกว้างกางแขน	1.002	151.56	164.13	177.08
20	ความกว้างระหว่างศอก	0.262	38.85	42.07	45.37
21	ความกว้างของไหล่	0.253	37.51	40.63	43.83

### 2.7.3 ขนาดสัดส่วนและระบบกล้ามเนื้อมนุษย์

การนำเอาหลักการทางกายศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในการจัดสภาพแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบต่อการทำงานของมนุษย์นั้น มักเกี่ยวข้องกับการใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่สัมพันธ์กับส่วนต่างๆ ของร่างกายที่ถูกใช้งานหนักเบาไม่เท่ากัน ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะอาชีพและการทำงานของแต่บุคคล

อย่างไรก็ตาม ภาวะส่วนต่างๆ ของร่างกายจะต้องทำงานสอดประสานกัน หากเกิดภาวะผิดปกติขึ้นที่อวัยวะส่วนใดส่วนหนึ่ง ก็จะมีผลกระทบต่อการทำงานของอวัยวะอีกส่วนหนึ่งเสมอ ดังนั้นจึงควรเข้าใจวิธีการทำงานและความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกันในการใช้โครงสร้างส่วนต่างๆ ของร่างกายในการทำงาน ซึ่งมีโครงสร้างหลักที่มักถูกใช้งานอยู่ตลอดเวลา 5 ส่วน คือ ส่วนของมือและข้อมือ ส่วนของแขนและไหล่ ส่วนของคอและหลัง ส่วนของขาและขา และส่วนของดวงตา ฉะนั้น ควรจะศึกษาถึงลักษณะการทำงานของอวัยวะแต่ละส่วนและหาวิธีหลีกเลี่ยงหรือป้องกันอันตรายจากการทำงานนั้นๆ

#### 2.7.3.1 มือและข้อมือ

ลักษณะโครงสร้างของมือและข้อมือประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญ คือ ส่วนของกระดูกและกล้ามเนื้อที่ช่วยในการเคลื่อนไหว กับส่วนของระบบประสาท (Nerves) ที่ช่วยในการรับรู้ความรู้สึก การใช้มือและข้อมือในการทำงานต่างๆ ควรคำนึงถึงหลักการกายศาสตร์ เพื่อความปลอดภัยและสุขภาพ ดังนี้

1. ท่าทางปกติ มือและข้อมือควรอยู่ในตำแหน่งปกติที่เป็นธรรมชาติ ในลักษณะเป็นแนวตรง คล้ายกับการจับมือทักทายกัน การวางตำแหน่งชิ้นงานควรให้เหมาะสมกับระดับความสูงของการวางมือและข้อมือ หรือควรวางชิ้นงานตรงหน้าหรือโดยตรงเพื่อให้มองเห็นและทำงานได้โดยตรง และหากมีการเคลื่อนที่ของชิ้นงานในขณะที่ทำงาน ควรสอดคล้องกับการเคลื่อนที่ของมือที่เลื่อนไปมาตามชิ้นงานนั้นด้วย

2. การออกแรงจับถือ ไม่ควรจับถือสิ่งของที่ขนาดใหญ่หรือเล็กเกินไป หากออกแรงจับถือชิ้นงานหรือวัตถุอุปกรณ์โดยใช้ทั้งมือจับถือ ไม่ควรออกแรงเฉพาะตรงส่วนนิ้ว และถ้าเป็นไปได้ควรใช้ทั้งสองมือทำงานประสานร่วมกัน หรืออาจใช้วิธีการลากหรือเลื่อนสิ่งของแทนการใช้วิธีจับขึ้นในแนวตั้ง เป็นต้น

ข้อควรระวังในการทำงานของมือและข้อมือ

พยายามหลีกเลี่ยงการงอหรือบิดของข้อมือบ่อยครั้งเกินไป ไม่ควรออกแรงกดมากเกินความจำเป็น หลีกเลี่ยงการออกแรงทำงานของมือเดิมซ้ำๆกันเป็นเวลานาน ควรสลับหรือปรับเปลี่ยนตำแหน่งของมือและข้อมือไปมา และบางครั้งอาจจำเป็นต้องใช้ถุงมือเพื่อป้องกันการบาดเจ็บหรือเพื่อความรู้สึกจับได้มั่นคงมากขึ้น เป็นต้น

#### 2.7.3.2 คอและหลัง

โครงสร้างของคอและหลังประกอบไปด้วยข้อกระดูกย่อยๆต่อกันมากมายของกระดูกสันหลัง และยังมีส่วนของกล้ามเนื้อและเอ็นช่วยจับยึดส่วนต่างๆของโครงร่างเข้าด้วยกัน การทำงานส่วนคอและหลังถือเป็นส่วนที่สำคัญ เนื่องจากส่วนนี้ประกอบด้วยกระดูกสันหลังที่ถือเป็นแกนของร่างกายที่ทำหน้าที่การรับแรงกดของร่างกาย และเป็นส่วนที่อยู่ของเส้นเลือดเส้นประสาท หากได้รับอาการบาดเจ็บในส่วนนี้ จะทำให้ได้รับความเจ็บปวดและทรมาณมาก

1. ท่าทางปกติ ท่ายืนปกติในลักษณะตัวตรง กระดูกสันหลังจะมีรูปร่างคล้ายตัวเอส (S) โดยโค้งสลับกัน คือกระดูกสันหลังส่วนคอและเอวจะโค้งไปทางด้านหน้า (Concave) ส่วนลำตัว สะโพกและก้นกบจะโค้งกับไปทางด้านหลัง (Convex)

ข้อควรระวังในการเคลื่อนไหวส่วนคอและหลัง

การเคลื่อนไหวของส่วนคอในขณะทำงานที่ไม่ควรเกิดขึ้นบ่อยนัก เช่น การเอียงคอ (Tilt) ไปทางด้านข้าง ซึ่งจะทำให้ส่วน Foramen ของกระดูกสันหลังเอียงไปในทิศทางที่ศีรษะโน้มเอียงออกไป การก้มเงยคอ (Flexion/Extension) ไปมาจะทำให้เกิดแรงกดลงบนส่วนหมอนรองกระดูก (Discs) บริเวณกระดูกส่วนคอ และการหันหน้าไปมา (Side-to-side) จะทำให้กระดูกส่วนคอซ้อนหมุนทับกันไปมา ทำให้เกิดแรงกดลงบนหมอนรองกระดูกระหว่างกระดูกเหล่านั้น

การเคลื่อนไหวส่วนหลังขณะทำงานที่ไม่ควรเกิดขึ้นบ่อยนักได้แก่ การงอหลังหรือการโน้มตัวไปข้างหน้า (Forward bending) การบิดเอี้ยวลำตัวตรงกระดูกส่วนเอว (Lumbar twisting) และการเอียงลำตัวไปทางด้านข้างใดข้างหนึ่ง (Lateral back movement)

#### 2.7.3.3 การทำงานในท่านั่ง

หลักการของการยศาสตร์ที่นำมาประยุกต์ใช้ในการนั่งทำงาน โดยไม่ทำให้เกิดความรู้สึกอ่อนล้าของช่วงคอและหลัง เช่น ท่านั่งปกติในขณะทำงาน ควรนั่งให้โครงกระดูกโค้งงอได้จังหวะพอดีตามธรรมชาติ ใช้เก้าอี้ที่สามารถปรับแต่งได้โดยให้ส่วนของท่อนขาเหนือหัวเข่าทำมุมกับลำตัว + - 90 องศา และควรมีส่วนรองรับสะโพก ข้อศอก และส่วนหลัง โดยเฉพาะบริเวณช่วงเอวซึ่งเคล็ดขัดยอกง่ายกว่าบริเวณอื่นๆ

ส่วนการเอื้อมหยิบ ควรจัดให้วัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้อยู่ภายในรัศมีที่สามารถหยิบจับง่ายและควรยื่นขึ้นหยิบจับสิ่งของมากกว่าการเอื้อมมือไปจับสิ่งของ ในการรักษาสุขภาพสมดุในขณะนั่งนั้น ควรเปลี่ยนท่านั่งเป็นครั้งคราว สม่ำเสมอ เพื่อช่วยให้เลือดไหลเวียนได้ดีขึ้น และควรให้เก้าอี้พนักพิงอย่างเต็มที่

#### 2.7.3.4 การทำงานในท่ายืน

การทำงานในท่ายืนที่ควรปฏิบัติคือ การยืนให้โครงสร้างของกระดูกจัดเรียงกันได้ตามจังหวะธรรมชาติ ปรับระดับของพื้นที่การทำงานให้มีความสูงพอเหมาะ จัดวางวัสดุอุปกรณ์ให้อยู่ในระยะเอื้อมถึง ใช้ที่

รองขาหากต้องเอื้อมจับสิ่งของที่อยู่สูงเกินเอื้อม หลีกเลี่ยงการโค้งงอตัวลงในขณะทำงาน โดยจัดวางวัสดุ อุปกรณ์หรือชิ้นงานให้อยู่ในระดับประมาณได้ข้อศอก หากชิ้นงานอยู่ต่ำควรนั่งคุกเข่าลงไปหยิบจับแทนการโค้ง หลังลง ในส่วนการรักษาสมดุลในการยืน ควรมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนท่ายืนไปมา เพื่อกระตุ้นการทำงานของระบบภายใน และควรใช้วิธีการบริหารเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อบริเวณหลังด้วย

#### 2.7.3.5 การยกและการผลักดันชิ้นงานหรือวัสดุ

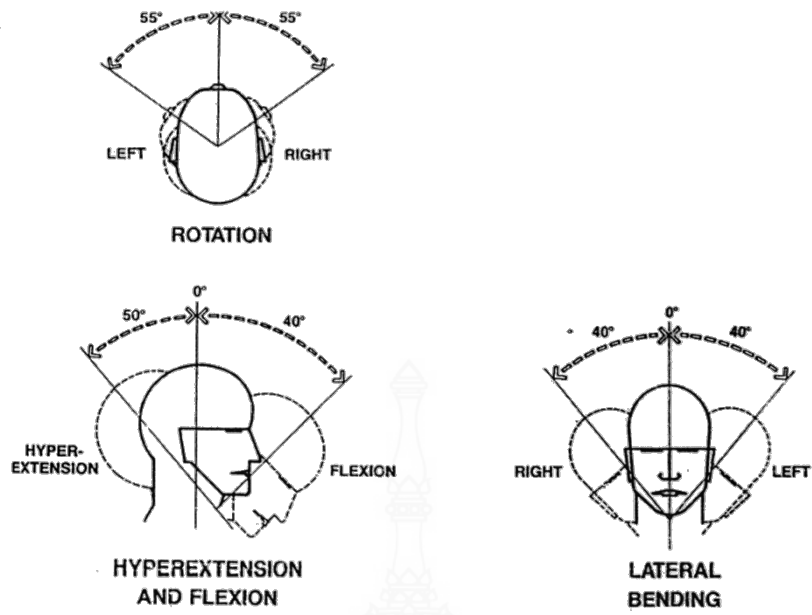
ควรรักษาโครงสร้างร่างกายให้อยู่ในสภาพปกติ โดยเข้าใกล้สิ่งของที่ต้องยกขึ้นให้มากที่สุด ยกขึ้นโดยให้ส่วนหลังยังคงอยู่ในสภาพตั้งตรง และเมื่อส่งผ่านสิ่งของที่มีน้ำหนักให้หันหน้าเข้าหาตำแหน่งที่จัดวางเสียก่อนที่จะส่งต่อ ทั้งนี้เพื่อลดการบิดตัวในขณะทำงาน ส่วนการผลักหรือการดันวัสดุนั้น ส่วนหลังควรตรงได้ระดับในขณะที่ผลักหรือดัน และควรใช้วิธีการผลักมากกว่าการลากเป็นต้น (ธวัชชานนท์ ลิขิตภาณุกุล, 2548 : 143-149)



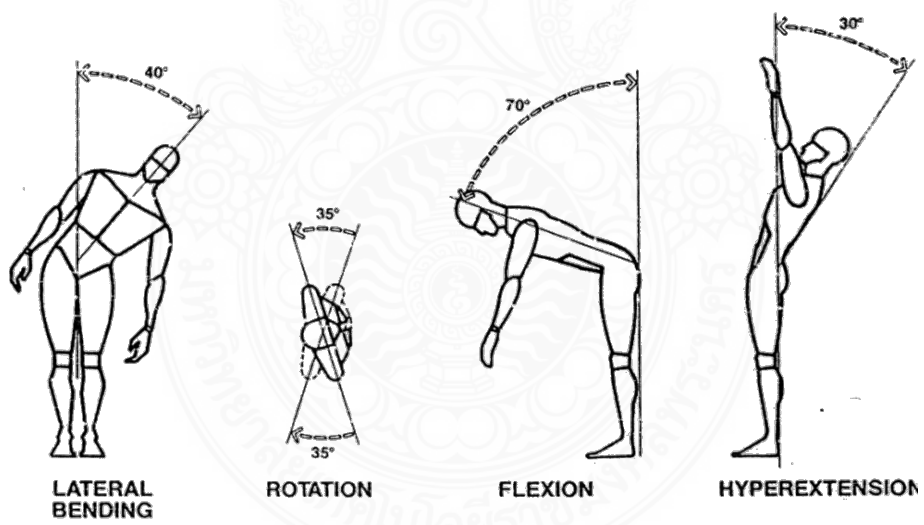
ภาพที่ 2.13 การหมุนควงของข้อต่อนิ้วชี้



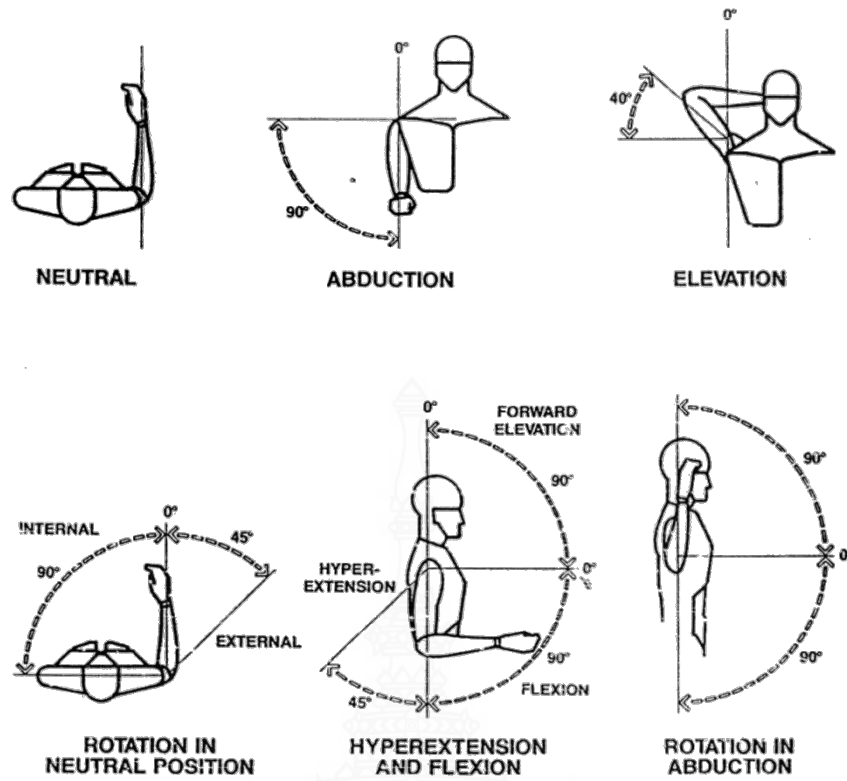
ภาพที่ 2.14 การกางมือออกและการหุบเข้า



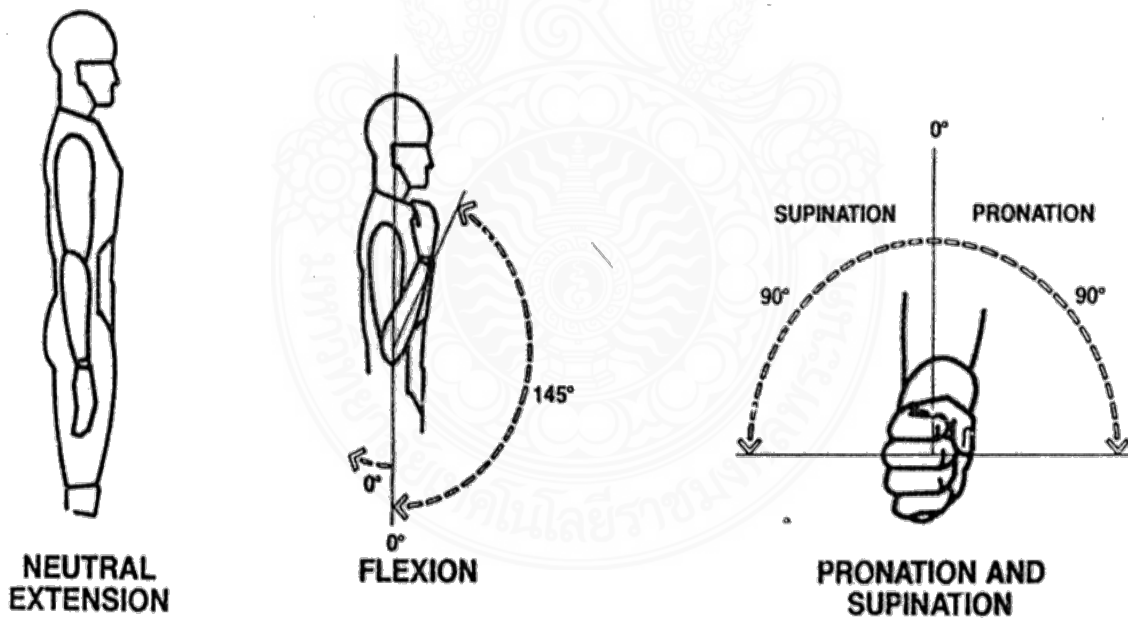
ภาพที่ 2.15 การเคลื่อนไหวส่วนศีรษะและคอ



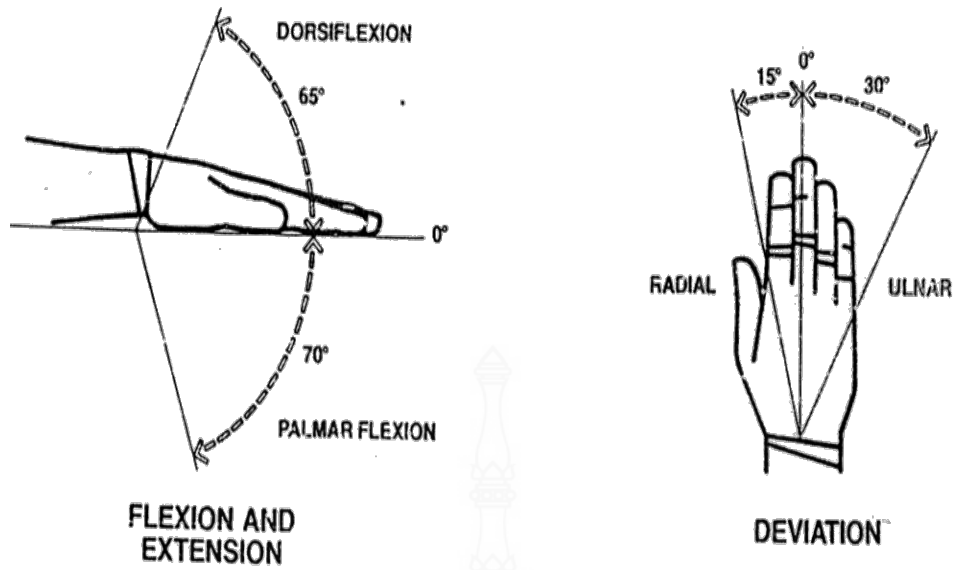
ภาพที่ 2.16 การเคลื่อนไหวส่วนลำตัว



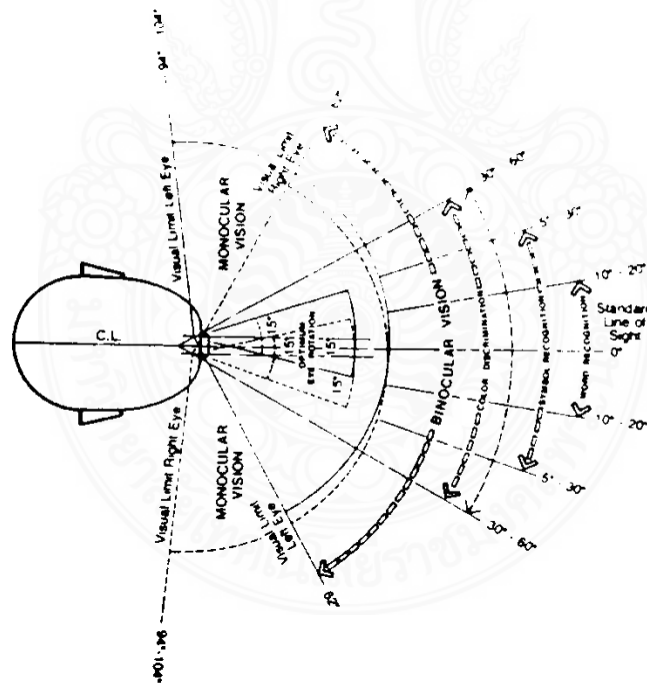
ภาพที่ 2.17 การเคลื่อนไหวส่วนหัวไหล่



ภาพที่ 2.18 การเคลื่อนไหวส่วนของแขนและข้อศอก



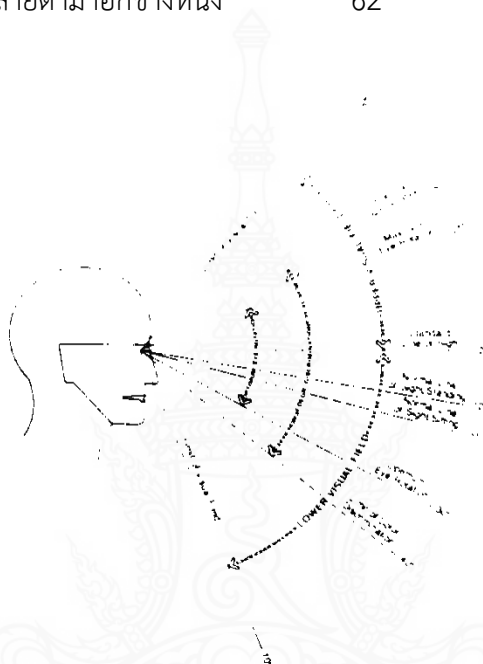
ภาพที่ 2.19 การเคลื่อนไหวส่วนของข้อมือ



ภาพที่ 2.20 แบบเกี่ยวกับมุมมองต่าง ๆ ด้านบน

จากการศึกษามุมมองจากด้านบน สามารถสรุปตัวเลขต่าง ๆ เพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางในการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมต่อไป

มุมมองตัวหนังสือ	10 – 20
มุมมองของสัญลักษณ์	5 – 30
มุมมองที่ดีที่สุดของสี	30 – 60
มุมมองกว้างที่สุด	60 – 94
มุมมองกวาดสายตามากข้างหนึ่ง	62



ภาพที่ 2.21 แบบเกี่ยวกับมุมมองต่าง ๆ ในระดับด้านข้าง

จากการศึกษามุมมองด้านข้าง สามารถสรุปตัวเลขต่าง ๆ เพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางในการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมต่อไป

มุมเงยสูงสุด	50
มุมมองที่ดีของสีมากที่สุด ขึ้นบน	30
มุมมองที่ดีของสีมากที่สุด ลงล่าง	40
มุมเหือบตาขึ้นมากที่สุด	25
มุมเหือบตาลงมากที่สุด	30
มุมสายตาทกติขณะยืน	10
มุมสายตาทกติขณะนั่ง	15
มุมก้มสูงสุด	70

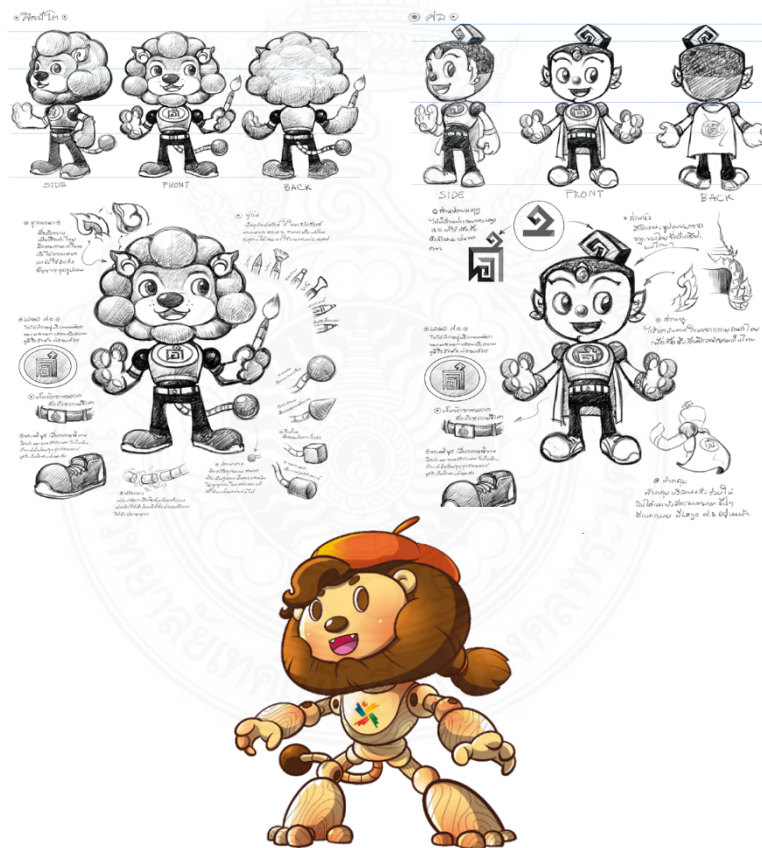
(ธวัชชานนท์ ศิลปภากุล. 2548 : 159)



## 2.8 ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.8.1 การออกแบบมาสคอตผ่านทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ กรณีศึกษาคณะศิลปกรรมและออกแบบอุตสาหกรรม มทร.อีสาน (เทพฤทธิ์ ไชยจันทร์. 2564. 231)

จากผลการวิจัยพบว่า ศึกษาทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ เกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ผ่านการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ที่มนุษย์มีปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์ในสังคม แล้วนำการแสดงออกเหล่านั้นมาสร้างเป็นท่าทางผ่านการออกแบบมาสคอต และมาสคอตยังสามารถนำไปต่อยอดเป็นของฝากของที่ระลึกเพื่อให้มาสคอตเป็นเสมือนการสื่อสารแทนคำพูดที่จะคงอยู่ตลอดไป ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของมนุษย์มีส่วนสำคัญต่อสังคม การมีปฏิสัมพันธ์กันในสังคมนั้นสื่อผ่านการแสดงออกทางสัญลักษณ์ที่ทุกคนสามารถเข้าใจความหมายร่วมกัน ได้ เช่น การไหว้ และรับ ไหว้ การโบกมือ เพื่อเป็นการอำลา การยิ้ม การทักทาย การพูดคุยออกท่าทางในลักษณะต่าง ๆ เป็นต้น ผลการออกแบบมาสคอตจากทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ โดยใช้พฤติกรรมการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ของมนุษย์เป็นแนวทางให้สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ พบจำนวน 9 ท่าทาง โดยได้นำมาสคอตขององค์กรเป้าหมายไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและนำเสนอในสื่อต่าง ๆ ต่อไป



ภาพที่ 2.22 ผลการพัฒนามาสคอตของ เทพฤทธิ์ ไชยจันทร์

ที่มา : เทพฤทธิ์ ไชยจันทร์. 2564. 231

## 2.8.2 แนวคิดการออกแบบมาสคอตประจำเมืองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของญี่ปุ่น (ทักษิณา สุขพิทธิ. 2559. 18)

การออกแบบมาสคอตในประเทศญี่ปุ่นถือว่าเป็นยุทธศาสตร์ใหญ่ที่ส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ปฏิบัติสืบมายาวนาน เป็นการนำเสนอมุมมองของดีและของเด่นแต่ละจังหวัดให้เป็นที่รู้จักโดยอาศัยบุคลิกลักษณะตัวการ์ตูนหรือมาสคอต อันแสดงเอกลักษณ์เป็นสื่อกลางอย่างมีลูกเล่นที่ลงตัว เช่น เมืองนั้นเป็นลักษณะเมืองที่ดูเก่าแก่ยาวนานก็อาจออกแบบมาสคอตที่แสดงออกมาให้มีลักษณะนิ่งๆ ดูมีประวัติ ดูเป็นเชิงวิชาการ เป็นต้น ประเทศญี่ปุ่นนั้นไม่ได้สร้างมาสคอตประจำเมืองเหล่านี้ เพื่อมาขายของแบบประเทศไทยที่ร้องเชิญชวนให้เข้ามาเที่ยวชมของดีประจำเมืองแต่อย่างไร แต่เขามีกลยุทธ์อันชาญฉลาดในการให้นักท่องเที่ยวหรือจังหวัดข้างเคียงสนใจอยากแวะเข้ามา ซึ่งจะกล่าวในบทความต่อไปนี้ โดยผู้เขียนมุ่งนำเสนอจากการศึกษาเอกสารและแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อ 1) อธิบายความเป็นมาและความสำคัญของการออกแบบมาสคอตเพื่อการท่องเที่ยวในญี่ปุ่น 2) อธิบายกรณีศึกษามาสคอตหมีคุมะมงเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยว 3) อธิบายกลยุทธ์ที่ทำให้มาสคอตประสบความสำเร็จ

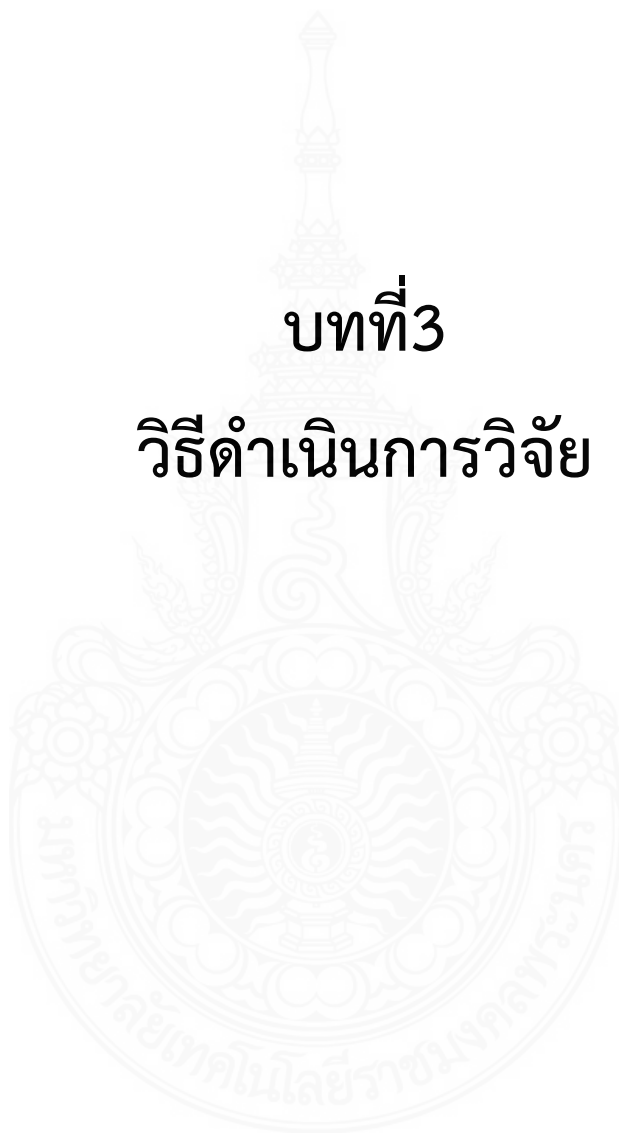
## 2.8.3 การพัฒนาและสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับจังหวัดนครสวรรค์ (รพีพัฒน์ มั่นพรหม.2560. 40)

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับจังหวัดนครสวรรค์ 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับจังหวัดนครสวรรค์ 3) เพื่อประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับจังหวัดนครสวรรค์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 การสุ่มแบบบังเอิญกับกลุ่มตัวอย่าง 25 คน และกลุ่มที่ 3 ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบสอบถาม ความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการผลิตของที่ระลึก ด้านเอกลักษณ์ ศิลปะและวัฒนธรรม ของจังหวัดนครสวรรค์ โดยสอบถามความพึงพอใจด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอแบบร่างทั้งหมด 2 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม: ประเพณีท้องถิ่น งานประเพณี แหล่งพ่อ-แม่ปากน้ำโพ และงานแข่งขันเรือยาวชิงถ้วยพระราชทาน ชุดที่ 2 เอกลักษณ์ทาง ธรรมชาติ : สถานที่สำคัญ บึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์และสะพานเดชาติวงศ์ ผลการวิจัย พบว่า ชุดที่ 1 เอกลักษณ์ทาง วัฒนธรรม ชุดมังกร ในรูปแบบพวงกุญแจที่เน้นความน่ารัก ทำจากเรซินเป็นแบบร่างที่ผู้เชี่ยวชาญ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และชุดแข่งขันเรือยาว ในรูปแบบที่เป็นพวงกุญแจรูปไม้พายและผีพาย ทำจากเรซิน เป็นแบบร่างที่ผู้เชี่ยวชาญ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ชุดที่ 2 เอกลักษณ์ทางธรรมชาติและสถานที่สำคัญ ชุดปลาเสื่อตอจากบึงบอระเพ็ด ในรูปแบบที่ติดตู้เย็นเน้นลักษณะ ปลาเสื่อตอแบบน่ารัก อารมณ์ดี เป็นแบบร่างที่ผู้เชี่ยวชาญ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ชุดสะพานเดชาติวงศ์ในรูปแบบที่ทับกระดาษ ป้ายหลักกิโลเมตร แสดงถึงจุดสิ้นสุดภาคกลางประตูสู่ภาคเหนือ เป็นแบบร่างที่ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ให้ทำการผลิตเป็นต้นแบบของที่ระลึกจริง ทั้ง 4 รูปแบบ จากนั้นนำมาประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์กับกลุ่มตัวอย่าง ในด้านความสะดวกและความแข็งแรงในการ

ใช้งานของที่ระลึก ด้านการสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ ด้านความสวยงามและด้านความประหยัดและประโยชน์ใช้สอย ผลประเมินโดยรวมทุกด้าน แปรผลได้ ดังนี้ ชุดมังกร มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับ (  $x=3.48$ ,  $S.D=0.68$ ) ชุดแข่งขันเรือยาว มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับ (  $x=3.47$ ,  $S.D=0.60$ ) ชุดปลาเสียดอ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับ (  $x=3.42$ ,  $S.D=0.72$ ) และชุดหลักกิโละเมตร มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับ (  $x=3.43$ ,  $S.D=0.74$ ) ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผลของงานวิจัยสามารถนำไปพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับจังหวัดนครสวรรค์ และจัดอบรมต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มอาชีพในโอกาสต่อไปได้



บทที่ 3  
วิธีดำเนินการวิจัย



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในโครงการวิจัยการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก อาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเป็นขั้นตอนดังนี้

- 3.1 แหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูล
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดเมืองรอง
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 แหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูล

##### 3.1.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

- 1) การศึกษาอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง  
ประชากรได้แก่ จังหวัดเมืองรองในประเทศไทย  
กลุ่มตัวอย่างได้แก่ จังหวัดหนองคาย และจังหวัดราชบุรี
- 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง  
ประชากรได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ  
กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน ได้แก่
  - 2.1 ผศ.ดร. ภาณุวัฒน์ เสงี่ยม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
  - 2.2 ผศ.ดร. เอกพงศ์ อินแก้ว คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
  - 2.3 ผศ.ดร. กษม อมันตกุล คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- 3) การประเมินความพึงพอใจผลงานออกแบบของที่ระลึกจังหวัดเมืองรอง  
ประชากรได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย และราชบุรี  
กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย และราชบุรี จำนวน 100 คน

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในขั้นตอนการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

**3.2.1 แบบสัมภาษณ์** ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองรอง ลักษณะโครงสร้างของเก็บจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ถามแนวทางการออกแบบของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองรองรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรองที่ได้รับการพัฒนา

**3.2.2 แบบสอบถาม** ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้านการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง

**ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรองจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลดังนี้

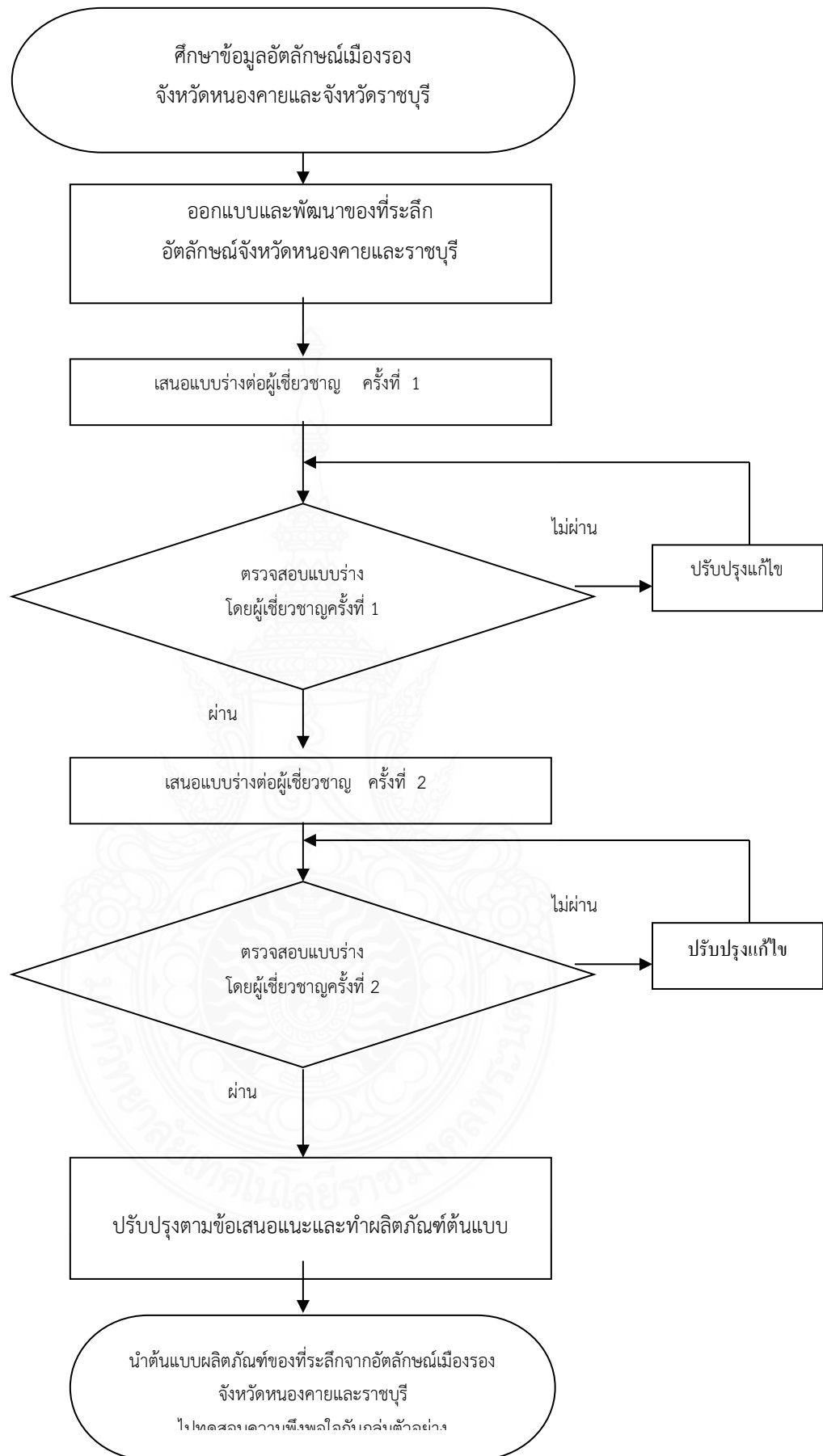
1. นักท่องเที่ยวจังหวัดหนองคายและราชบุรี

ตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม โดยสร้างเป็น Rating scale เพื่อเป็นแนวทางให้ได้ข้อมูลด้านประสิทธิภาพต่างๆเช่นด้านการใช้งาน ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความแปลกใหม่ ด้านความเหมาะสมรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรองจากกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. นักท่องเที่ยวจังหวัดหนองคายและราชบุรี

ในด้านความคิดเห็นตามแนวทางและประเด็นครบถ้วนตรงตามที่ต้องการศึกษา ซึ่งมีค่าการวัดดังนี้

5	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
3	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
2	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด



ภาพที่ 3.1 แสดงกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรอง

### 3.3 ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองรอง

ขั้นตอนในโครงการวิจัยการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง มีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังนี้

1. สรุปรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองโดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

2. เลือกข้อเสนอความคิดเห็นที่ดีที่สุด

2.1 นำความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองที่สนใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรองมาวิเคราะห์หาค่าในทางสถิติเพื่อหาความเป็นไปได้ของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง

2.2 หลังจากได้วิเคราะห์ค่าทางสถิติแล้วเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง มาทำการระดมร่างภาพและแนวคิดต้นแบบ (Idea Sketch) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทำการแนะนำรูปแบบที่เหมาะสมในการพัฒนามากที่สุด

2.3 การเขียนแบบเพื่อการผลิต

1. นำรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง มาทำการร่างภาพเพื่อเตรียมสู่ขั้นตอนการเขียนแบบ

2. เขียนแบบเพื่อการผลิต นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ที่ร่างรูปแบบเสร็จเรียบร้อยแล้วทำการเขียนแบบเพื่อการผลิต ในด้านการใช้วัสดุ โครงสร้าง ขนาดสัดส่วน การตกแต่ง ความสวยงาม

2.4 สร้างหุ่นจำลอง

นำรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรองที่เขียนแบบการผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว มาทำการผลิตสร้างหุ่นจำลองต้นแบบ ดังขั้นตอนต่อไปนี้

1. การกำหนดขนาดมิติของผลิตภัณฑ์
2. เตรียมวัสดุและอุปกรณ์ในการผลิต
3. ขึ้นรูปผลิตภัณฑ์
4. ประกอบชิ้นส่วน
5. เก็บรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบความเรียบร้อย

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ข้อมูลได้จากการตอบแบบสอบถามของประชาชนผู้สนใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรองและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเพื่อหาข้อมูลในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง



2. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาทำการพัฒนามาวิเคราะห์แล้วหาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จากเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยโดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

**3.5.1 การวิเคราะห์จากทฤษฎี ข้อมูลการลงพื้นที่** เป็นการนำหลักทฤษฎีต่างๆในด้านการออกแบบและศิลปะมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลจากการลงพื้นที่ เพื่อให้ได้กระบวนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง

**3.5.2 วิเคราะห์แบบสัมภาษณ์** นำข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์กำหนดโครงสร้าง ถูกลำนำมาบันทึกในลักษณะบรรยายเพื่อนำมาวิเคราะห์ในการหาแนวทางพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรองซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้มีประสิทธิภาพและสรุปผลเชิงสังเคราะห์

#### 3.5.3. วิเคราะห์แบบสอบถาม

- นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามภาพประกอบภาพจำลอง มาวิเคราะห์แล้วหาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ

- วิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลโดยใช้ความถี่(Frequency)

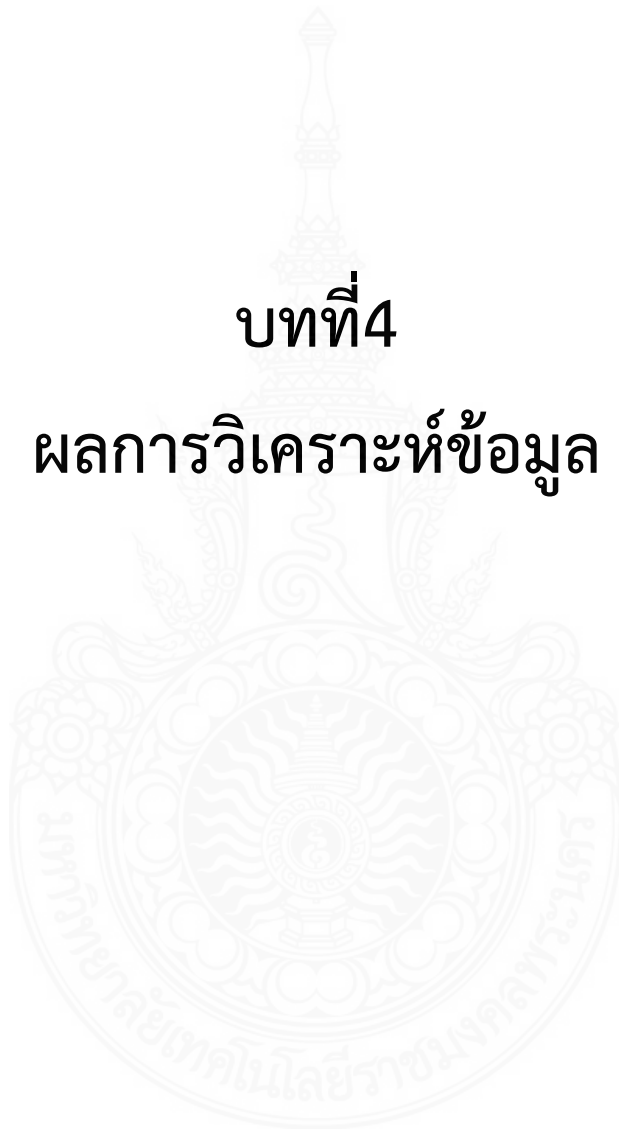
ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรองที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้ว วิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของระดับความเหมาะสมของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง นำเสนอรูปแบบตารางและคำบรรยายประกอบ โดยแบ่งเกณฑ์ดังนี้

4.50-5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.50-4.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
2.50-3.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
1.50-2.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1.00-1.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

# บทที่ 4

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาโครงการวิจัยการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง

4.1 แบบวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองรอง จังหวัดหนองคาย และจังหวัดราชบุรี

4.2 แบบวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ในการวิเคราะห์อัตลักษณ์เมืองรองกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองรอง จังหวัดหนองคาย และจังหวัดราชบุรี

4.3 แบบวิเคราะห์ความพึงพอใจ ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองรอง จังหวัดหนองคาย และจังหวัดราชบุรี จากนักท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง

#### 4.1 แบบวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองรอง จังหวัดหนองคาย และจังหวัดราชบุรี

ในการวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองรอง จังหวัดหนองคาย และจังหวัดราชบุรีผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์เป็นจังหวัด ดังนี้

##### 4.1.1 การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองรองจังหวัดหนองคาย

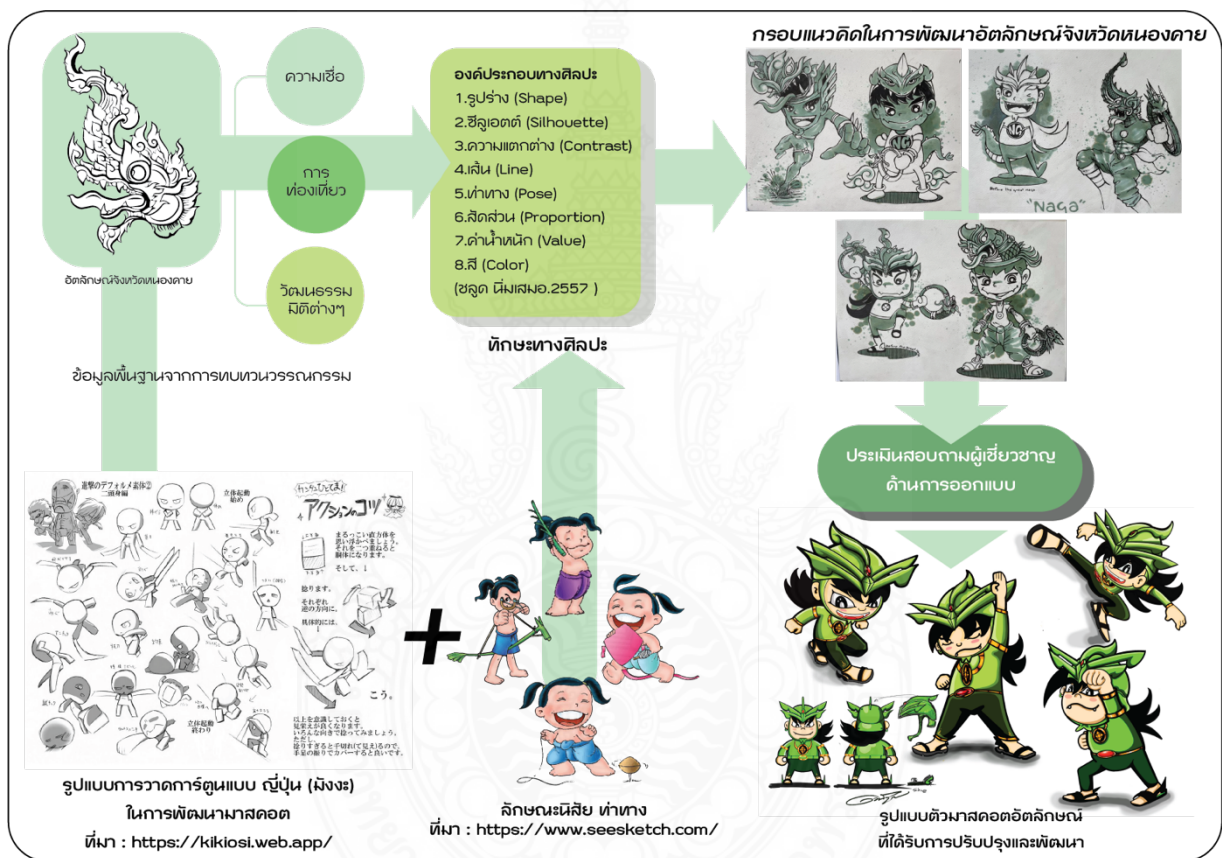
ในการวิเคราะห์ข้อมูลภาคเอกสารทฤษฎี และจากการลงพื้นที่จังหวัดหนองคาย พบว่าเป็นเมืองรองที่มีจังหวัดชายแดนข้ามไปยังประเทศลาว ดิตริมแม่น้ำโขง มีสถานที่ท่องเที่ยวโดยมากจะเป็นวัด ถ้ำ ซึ่งนักท่องเที่ยวโดยมากจะใช้เป็นทางผ่านไปยังประเทศลาวเป็นส่วนใหญ่ ส่วนประเพณีและวัฒนธรรมมีประเพณีบั้งไฟพญานาค ซึ่งจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากในช่วงนั้น มีความเชื่อว่ามีพญานาคในแม่น้ำโขง และมีความเชื่อในการขอโชคลาภในประเพณีดังกล่าวทำให้จังหวัดหนองคาย ใช้พญานาคเป็นสัญลักษณ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด จากการวิเคราะห์ภาคเอกสารทฤษฎี และการลงพื้นที่ ผู้วิจัยได้นำพญานาคเป็นมาใช้เป็นแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และใช้สีเกร็ดของพญานาค สีเขียวเป็นสีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยใช้ความเชื่อ การท่องเที่ยว วัฒนธรรมมิติต่างๆ มาเป็นหัวข้อหลักในการออกแบบและพัฒนา

การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผู้วิจัยได้สำรวจความนิยมการใช้อัตลักษณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดย พัฒนาเป็นโมเดล ฟิกเกอร์ประเภท Art toy เสื้อ แก้วมัคหรือแก้วกาแฟ แก้วเก็บความเย็น หมวก หน้ากากอนามัย โดยมีแนวคิดในการวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยให้สามารถจำหน่ายได้ในระยะยาว และเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนของจังหวัดหนองคาย นอกจากสินค้าพื้นเมือง

การวิเคราะห์กราฟิก ผู้วิจัยได้นำรูปทรงพญานาค นำไปพัฒนาตัวอักษรภาษาไทย เป็นพยัญชนะ สระ และวรรณยุกต์ โดยใช้ส่วนหัวและส่วนหางของพญานาคมาตัดทอน ร่วมกับรูปตัวอักษรภาษาไทย ให้เกิดฟอนท์ตัวอักษร โดยใช้ชื่อ “Naga Nong khai” ซึ่งบอกถึงการนำพญานาค มาใช้เป็นแนวคิดให้กับจังหวัดหนองคาย และใช้เป็นต้นแบบในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ บรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ

### 4.1.1.1 การวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดหนองคาย

กระบวนการวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดหนองคาย โดยเริ่มจากอัตลักษณ์พญานาค ผสมกับรูปแบบตัวละครมังงะแบบญี่ปุ่นเพื่อสร้างความเป็นมิตรให้กับผู้พบเห็น กระบวนการออกแบบเริ่มจากกำหนดท่าทาง ลักษณะนิสัยของตัวละครซึ่งเป็นตัวแทนว่ามีลักษณะนิสัยแบบใด ซึ่งในโครงการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำลักษณะท่าทางการเล่นของเด็กไทยในอดีตมาเป็นแนวคิดในการพัฒนา โดยใช้หลักองค์ประกอบทางศิลปะได้แก่ รูปร่าง (Shape), ซิลูเอตต์ (Silhouette), ความแตกต่าง (Contrast), เส้น (Line), ท่าทาง (Pose), สัดส่วน (Proportion), ค่าน้ำหนัก (Value), สี (Color) (ชะลูด นิ่มเสมอ. 2557) แล้วทำการร่างภาพเบื้องต้น แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินแล้วนำไปปรับปรุงแก้ไขให้เกิดความลงตัวมากที่สุด ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 แสดงกรอบแนวคิดในการพัฒนามาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคาย

จากภาพที่ 4.1 จะเห็นได้ว่าผู้วิจัยนำอัตลักษณ์จังหวัดหนองคาย โดยใช้หัวข้อ ความเชื่อ การท่องเที่ยว วัฒนธรรมมิติต่างๆ ผสมกับองค์ประกอบทางศิลปะ ใช้แนวทางการออกแบบตัวละครแบบมังงะญี่ปุ่นผสมกับลักษณะนิสัย ท่าทางของเด็กไทยทำให้ได้รูปแบบมาสคอตต้นแบบดังภาพที่ 4.2 ซึ่งผ่านการให้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาณุวัฒน์ เสี่ยม



ภาพที่ 4.2 แสดงการพัฒนามาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคายที่ได้รับการพัฒนา

#### 4.1.1.2 กระบวนการวิเคราะห์การพัฒนาตัวอักษรจังหวัดหนองคาย

การออกแบบและพัฒนาตัวอักษรเพื่อเป็นอัตลักษณ์สำหรับจังหวัดหนองคาย และใช้ในการนำเสนอบนสื่อประชาสัมพันธ์ บรรจุภัณฑ์ รวมถึงสื่อกราฟิกต่างๆที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีผู้วิจัยมีกระบวนการพัฒนาโดยใช้ทฤษฎี หลักองค์ประกอบทางศิลปะรูปร่าง (Shape), ความแตกต่าง (Contrast), เส้น (Line), สัดส่วน (Proportion), ค่าน้ำหนัก (Value), สี (Color) (ชะลูด นิ่มเสมอ. 2557) ดังเช่นเดียวกันกับการพัฒนาอัตลักษณ์จังหวัดหนองคาย โดยออกแบบร่วมกับ อัตลักษณ์ดั้งเดิมของจังหวัดหนองคายคือ พญานาค และโครงสร้างพยัญชนะ สระ วรรณยุกต์ของไทย

ก ข ช ฅ ฌ ษ ง ฉ ช  
 ซ ฌ ญ ฎ ฏ ฐ ฑ ฒ ณ ฒ  
 ฅ ฌ ฌ ฐ ษ บ ฌ ฌ ษ  
 ฬ ฌ ษ ษ ฐ ฉ ฉ ฌ ษ ฌ  
 ฌ ฬ ฌ ฌ

ภาพที่ 4.3 แสดงรูปแบบตัวอักษรไทยชื่อ “Naga Nong Khai”



ภาพที่ 4.4 แสดงรูปแบบตัวอักษรไทยชื่อ “Naga Nong khai” 2

#### 4.1.2 การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองรองจังหวัดราชบุรี

ในการวิเคราะห์อัตลักษณ์เมืองรองจังหวัดราชบุรี จากการลงพื้นที่ และภาคทฤษฎีผู้วิจัยได้วิเคราะห์ โดยใช้วัฒนธรรมพื้นที่เป็นอัตลักษณ์มาใช้ในการออกแบบได้แก่ วัฒนธรรมการปั้นโอ่งมังกร เซรามิกต่างๆ ลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าต่างๆเนื่องจากมีพื้นที่ชายแดนติดกับประเทศเมียนมา ซึ่งในการพัฒนาอัตลักษณ์ผู้วิจัยได้นำโอ่งมังกรมาถอดอัตลักษณ์โดยนำลวดลายมังกรบนโอ่งมาพัฒนาเป็นมาสคอต และออกแบบรูปแบบตัวอักษรแนวคิดจากโอ่งมังกรของราชบุรี ใช้สีเหลืองทอง และสีโทนร้อนในการออกแบบอัตลักษณ์รูปแบบเมืองรองราชบุรี

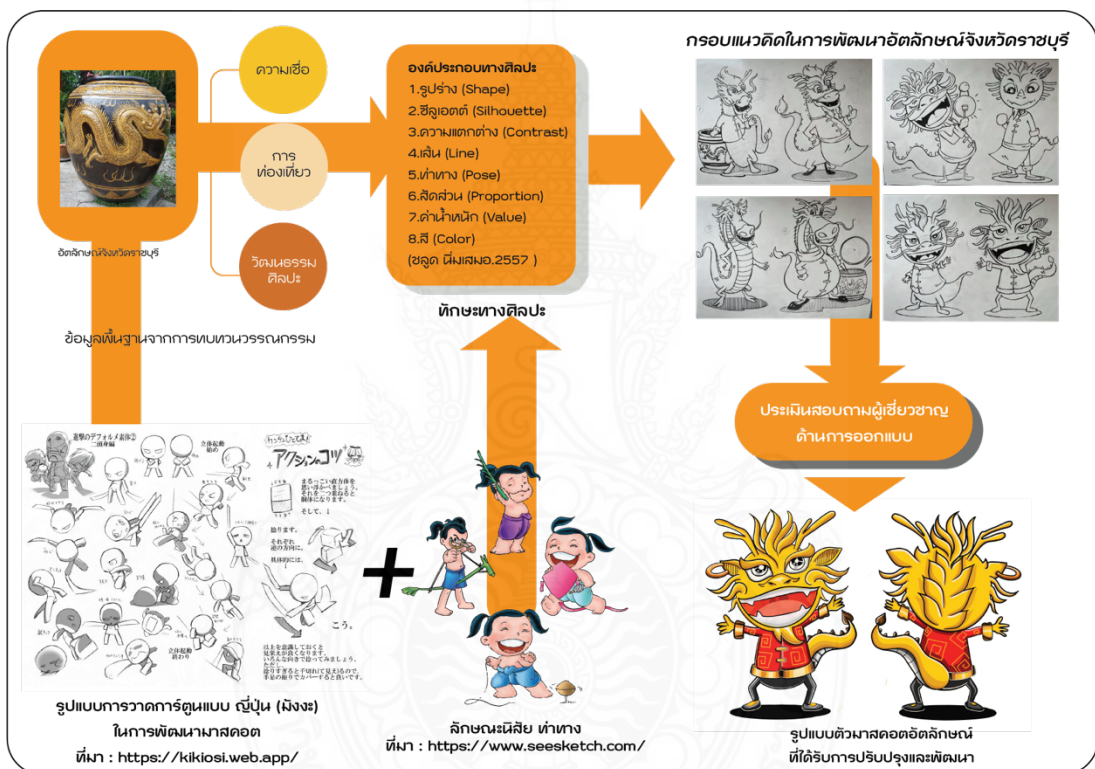
การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผู้วิจัยได้สำรวจความนิยมการใช้อัตลักษณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดย พัฒนาเป็นโมเดล พิกเกอร์ประเภท Art toy เสื้อ ก้าวมัดหรือก้าวกาแพ ก้าวเก็บความเย็น หมวก หน้ากากอนามัย โดยมีแนวคิดในการวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยให้สามารถจำหน่ายได้ในระยะยาว และเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนของจังหวัดราชบุรี นอกจากสินค้าพื้นเมือง

การวิเคราะห์กราฟิก ผู้วิจัยได้นำโอ่งมังกร นำไปพัฒนาตัวอักษรภาษาไทย เป็นพยัญชนะสระ และวรรณยุกต์ โดยใช้รูปร่างรูปทรงของโอ่งมังกรมาตัดทอน ร่วมกับรูปแบบตัวอักษรภาษาไทย ให้เกิดฟอนท์ตัวอักษร โดยใช้ชื่อ “Aong Ratri” ซึ่งบอกถึงการนำโอ่งมังกร มาใช้เป็นแนวคิดให้กับจังหวัดราชบุรีและใช้เป็นต้นแบบในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ บรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ



### 4.1.2.1 การวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดราชบุรี

กระบวนการวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดราชบุรี โดยเริ่มจากอัตลักษณ์มังกรที่เป็นลวดลายบนโอ่งผนวกกับรูปแบบตัวละครมังงะแบบญี่ปุ่นเพื่อสร้างความเป็นมิตรให้กับผู้พบเห็น กระบวนการออกแบบเริ่มจากกำหนดท่าทาง ลักษณะนิสัยของตัวละครซึ่งเป็นตัวแทนว่ามีลักษณะนิสัยแบบใด ซึ่งในโครงการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำลักษณะท่าทางลักษณะอารมณ์ในรูปแบบการ์ตูนมาเป็นแนวคิดในการพัฒนา โดยใช้หลักองค์ประกอบทางศิลปะได้แก่ รูปร่าง (Shape), ซิลูเอตต์ (Silhouette), ความแตกต่าง (Contrast), เส้น (Line), ท่าทาง (Pose), สัดส่วน (Proportion), ค่าน้ำหนัก (Value), สี (Color) (ชะลุด นิมเสมอ. 2557) แล้วทำการร่างภาพเบื้องต้น แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินแล้วนำไปปรับปรุงแก้ไขให้เกิดความลงตัวมากที่สุด ดังภาพที่ 4.5



ภาพที่ 4.5 แสดงกรอบแนวคิดในการพัฒนามาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรี

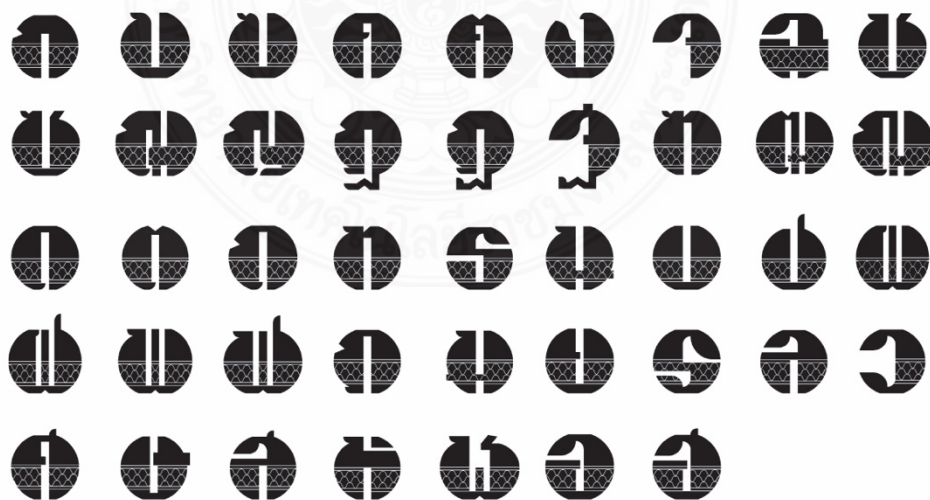
จากภาพที่ 4.5 จะเห็นได้ว่าผู้วิจัยนำอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรี โดยใช้หัวข้อ ความเชื่อ การท่องเที่ยว วัฒนธรรม ศิลปะ ผนวกกับองค์ประกอบทางศิลปะ ใช้แนวทางการออกแบบตัวละครแบบมังงะญี่ปุ่นผสมกับลักษณะนิสัย ท่าทางของเด็กไทยทำให้ได้รูปแบบมาสคอตต้นแบบดังภาพที่ 4.6 ซึ่งผ่านการให้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาณุวัฒน์ เสงี่ยม



ภาพที่ 4.6 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรีที่ได้รับการพัฒนาแล้ว

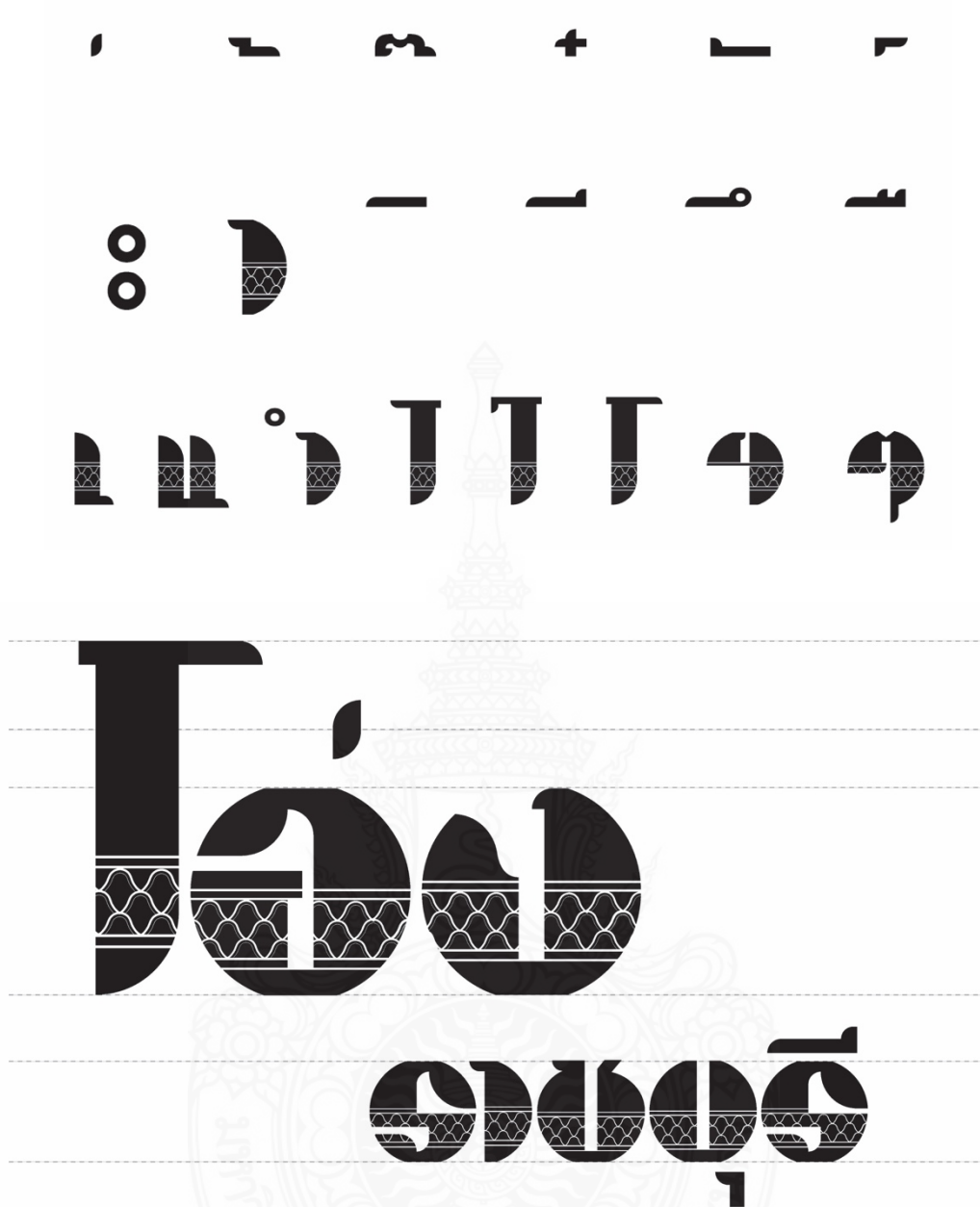
#### 4.1.2.2 กระบวนการวิเคราะห์การพัฒนาตัวอักษรจังหวัดราชบุรี

การออกแบบและพัฒนาตัวอักษรเพื่อเป็นอัตลักษณ์สำหรับจังหวัดราชบุรี และใช้ในการนำเสนอบนสื่อประชาสัมพันธ์ บรรจุภัณฑ์ รวมถึงสื่อกราฟิกต่างๆที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยมีกระบวนการพัฒนาโดยใช้ทฤษฎี หลักองค์ประกอบทางศิลปะรูปร่าง (Shape), ความแตกต่าง (Contrast), เส้น (Line), สัดส่วน (Proportion), ค่าน้ำหนัก (Value), สี (Color) (ชะลูด นิมสมอ. 2557) ดังเช่นเดียวกันกับการพัฒนาอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรี โดยออกแบบร่วมกับ อัตลักษณ์ตั้งต้นของจังหวัดราชบุรีคือโอ่งมังกร และโครงสร้างพยัญชนะ สระ วรรณยุกต์ของไทย



ภาพที่ 4.7 แสดงรูปแบบตัวอักษรไทยชื่อ “Aong Ratri”





ภาพที่ 4.8 แสดงรูปแบบตัวอักษรไทยชื่อ “Aong Ratri” 2

#### 4.1.3 รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดหนองคายที่ได้รับการพัฒนา

จากการถอดอัตลักษณ์เมืองรองจังหวัดหนองคายผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกจังหวัดหนองคาย ได้แก่ เสื้อ ก้าวมัด ก้าวเก็บความเย็น หมวก หน้ากากผ้า โดยนำลวดลายจากการถอดอัตลักษณ์จังหวัดหนองคายมาวางบนผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 4.9 และ 4.10



ภาพที่ 4.9 แสดงรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดหนองคาย



ภาพที่ 4.10 แสดงรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดหนองคาย 2

#### 4.1.4 รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดราชบุรีที่ได้รับการพัฒนา

จากการถอดอัตลักษณ์เมืองรองจังหวัดราชบุรีผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกจังหวัดราชบุรี ได้แก่ เสื้อ ก้าวมัด ก้าวเก็บความเย็น หมวก หน้ากากผ้า โดยนำลวดลายจากการถอดอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรี มาวางบนผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 4.11



ภาพที่ 4.11 แสดงรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดราชบุรี





ภาพที่ 4.12 แสดงรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดราชบุรี 2

4.2 แบบวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองรอง ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ โดยใช้แบบสัมภาษณ์

4.2.1 จากการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

จากการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ทั้ง 3 ท่าน ได้แก่ ผศ.ดร. กษม อมันตกุล, ผศ.ดร.ภาณุวัฒน์ เสงี่ยม, ผศ.ดร.เอกพงศ์ อินแก้ว ซึ่งได้ให้ความเห็นรายประเด็นดังนี้

1. ด้านการถอดอัตลักษณ์เมืองรอง
2. ด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง
3. ความคุ้มค่าทางการตลาด

4.2.1.1 ด้านการถอดอัตลักษณ์เมืองรอง

- การถอดอัตลักษณ์เมืองรอง มีที่มาที่ไปมีข้อมูลมาสนับสนุนการออกแบบมีความเหมาะสมอยู่ในขั้นดี ทั้งรูปแบบมาสคอต และรูปแบบตัวอักษร ทั้งจังหวัดราชบุรี และหนองคาย แต่มีให้ปรับเส้นบนมาสคอตให้ดูง่าย และน้อยลงจากที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบไปจากทำให้ดูเรียบง่ายจดจำได้ง่าย

#### 4.2.1.2 ด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง วิเคราะห์ว่ามีความทันต่อเหตุการณ์ โดยการนำมาสคอตไปพัฒนาเป็น Art toy เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่มีความชอบหุ่นฟิกเกอร์ได้นำไปสะสม ในส่วนการนำรูปแบบตัวอักษร ภาพประกอบ มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์อยู่ในความเหมาะสม มีการใช้เทคโนโลยีด้านการผลิตมาช่วยในการลดต้นทุนการผลิต หากจังหวัดนำไปใช้จริงจะเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

#### 4.2.1.3 ความคุ้มค่าทางการตลาด

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง ผู้เชี่ยวชาญมองว่ามีความคุ้มค่า แต่หากผลิตภัณฑ์ต้องวางในจุดที่นักท่องเที่ยวผ่านเป็นจำนวนมาก มีสถานที่จัดจำหน่าย และมีการทำสื่อประชาสัมพันธ์ การนำเสนอทางการตลาด โดยใช้สื่อและเทคโนโลยีด้านการออกแบบมาช่วยส่งเสริมการขาย และทำตลาดออนไลน์เพื่อกระตุ้นความคุ้นเคยและกระตุ้นการให้มาเที่ยวในจังหวัดเมืองรองของผู้พบเห็น

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญได้ทำการวิเคราะห์และนำไปปรับปรุง รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง ราชบุรี และหนองคาย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้ และสามารถนำไปใช้งานได้ทันที

### 4.3 การประเมินจากประชาชนผู้สนใจผลิตภัณฑ์ทางภาคกลาง

ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านวัฒนธรรม จำนวน 100 โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

- 4.3.1 ด้านหน้าที่ใช้สอยและการใช้งาน
- 4.3.2 ด้านความสวยงาม
- 4.3.3 ด้านความเหมาะสมกับเมืองรอง
- 4.3.4 ด้านความคุ้มค่าทางการตลาด
- 4.3.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

### 4.3.1 ด้านหน้าที่ใช้สอยและการใช้งาน

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจด้านหน้าที่ใช้สอยและการใช้งาน (N=100)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองมีความเหมาะสมในการเลือกเป็นของที่ระลึก และเป็นของฝาก	4.57	.69	มากที่สุด
2.ขนาดของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองมีความเหมาะสม	4.50	.53	มากที่สุด
3.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีหน้าที่ใช้สอยที่เหมาะสมกับผู้ใช้	4.63	.64	มากที่สุด
4.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองมีความสัมพันธ์กับขนาดสัดส่วนของผู้ใช้	4.50	.53	มากที่สุด
ภาพรวมของความพึงพอใจด้านหน้าที่ใช้สอยและการใช้งาน	4.55	.54	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.1 พบว่าความพึงพอใจด้านหน้าที่ใช้สอยและการใช้งานของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ด้านความเหมาะสมกับผู้ใช้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.63 (S.D.=0.64), ด้านความเหมาะสมเป็นของฝาก ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.57 (S.D.=0.69), ด้านความเหมาะสมและด้านความสัมพันธ์กับขนาดสัดส่วนของผู้ใช้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 (S.D.=0.53) โดยภาพรวมของความพึงพอใจด้านหน้าที่ใช้สอยและการใช้งาน ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.55 (S.D.=0.54)

### 4.3.2 ด้านความสวยงาม

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจด้านความสวยงาม (N=100)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.รูปแบบอัตลักษณ์เมืองรองมีความเหมาะสมกับเมืองรองตัวอย่าง	4.57	.69	มากที่สุด
2.การนำรูปแบบอัตลักษณ์เมืองรองไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.50	.53	มากที่สุด
3.การนำรูปแบบอัตลักษณ์เมืองรองไปพัฒนาตัวอักษรที่มีความเหมาะสมกับเมืองรอง	4.50	.53	มากที่สุด
4.การนำตัวอักษรอัตลักษณ์ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และกราฟิกต่างๆ	4.50	.53	มากที่สุด
5.รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองมีความเหมาะสม	4.55	.54	มากที่สุด
6.การใช้ตัวแทนและสีเป็นอัตลักษณ์เมืองรองมีความเหมาะสม	4.57	.69	มากที่สุด
ภาพรวมความพึงพอใจด้านความสวยงาม	4.53	.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผลการประเมินความพึงพอใจด้านความสวยงาม ด้านรูปแบบอัตลักษณ์เมืองรองมีความเหมาะสมกับเมืองรองตัวอย่าง และการใช้ตัวแทนและสีเป็นอัตลักษณ์เมืองรองมีความเหมาะสม ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.57 (S.D.=0.69), ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองมีความเหมาะสม ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.55 (S.D.=0.54), ด้านการนำรูปแบบอัตลักษณ์เมืองรองไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ด้านการนำรูปแบบอัตลักษณ์เมืองรองไปพัฒนาตัวอักษรที่มีความเหมาะสมกับเมืองรอง ด้านการนำตัวอักษรอัตลักษณ์ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และกราฟิกต่างๆ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 (S.D.=0.53) โดยภาพรวมความพึงพอใจด้านความสวยงาม ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.53 (S.D.=0.52)



### 4.3.3 ด้านความเหมาะสมกับเมืองรอง

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจด้านความเหมาะสมกับเมืองรอง ( N=100)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.ความเหมาะสมด้านความปลอดภัยขณะใช้งาน	4.70	.60	มากที่สุด
2.ความเหมาะสมในผลิตภัณฑ์กับอัตลักษณ์เมืองรอง	5.00	.66	มากที่สุด
3.ความเหมาะสมของกราฟิกกับอัตลักษณ์เมืองรอง	5.00	.66	มากที่สุด
4.ความเหมาะสมต่อสภาพสังคมของเมืองรอง	4.55	.54	มากที่สุด
ภาพรวมของความพึงพอใจด้านความเหมาะสมกับเมืองรอง	4.81	.64	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผลการประเมินความพึงพอใจด้านความเหมาะสมกับเมืองรอง ด้านความเหมาะสมในผลิตภัณฑ์กับอัตลักษณ์เมืองรอง และด้านความเหมาะสมของกราฟิกกับอัตลักษณ์เมืองรอง มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.00 (S.D.=0.66), ด้านความเหมาะสมด้านความปลอดภัยขณะใช้งาน ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 (S.D.=0.60), ด้านความเหมาะสมต่อสภาพสังคมของเมืองรอง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.55 (S.D.=0.54) โดยภาพรวมของความพึงพอใจด้านความเหมาะสมกับเมืองรอง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.81 (S.D.=0.64)

#### 4.3.4 ด้านความคุ้มค่าทางการตลาด

ตารางที่ 4.4 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าทางการตลาด ( N=100)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.ความคุ้มค่าในการนำอัตลักษณ์เมืองรองมาพัฒนาเป็นของที่ระลึก	4.70	.60	มากที่สุด
2.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสร้างความน่าจดจำให้กับเมืองรอง	5.00	.66	มากที่สุด
3.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองกระตุ้นการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับเมืองรองได้	4.63	.64	มากที่สุด
4.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองมีความคุ้มค่าทางการตลาด	4.50	.53	มากที่สุด
ภาพรวมของความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าทางการตลาด	4.70	.60	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผลการประเมินความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสร้างความน่าจดจำให้กับเมืองรอง มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.00 (S.D.=0.66), ด้านความคุ้มค่าในการนำอัตลักษณ์เมืองรองมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 (S.D.=0.60), ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองกระตุ้นการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับเมืองรองได้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.63 (S.D.=0.64), ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองมีความคุ้มค่าทางการตลาด ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 (S.D.=0.53) โดยภาพรวมของความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าทางการตลาด ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 (S.D.=0.60)

#### 4.3.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จากแบบสอบถามความพึงพอใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในแง่มุมต่าง อาทิเช่น ช่องทางการจัดจำหน่าย การนำตัวอักษรที่ได้รับการพัฒนานำมาใช้เปิดใช้ การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่กระตุ้นการท่องเที่ยว

#### 4.3.6 สรุปการประเมินผลภาพรวม

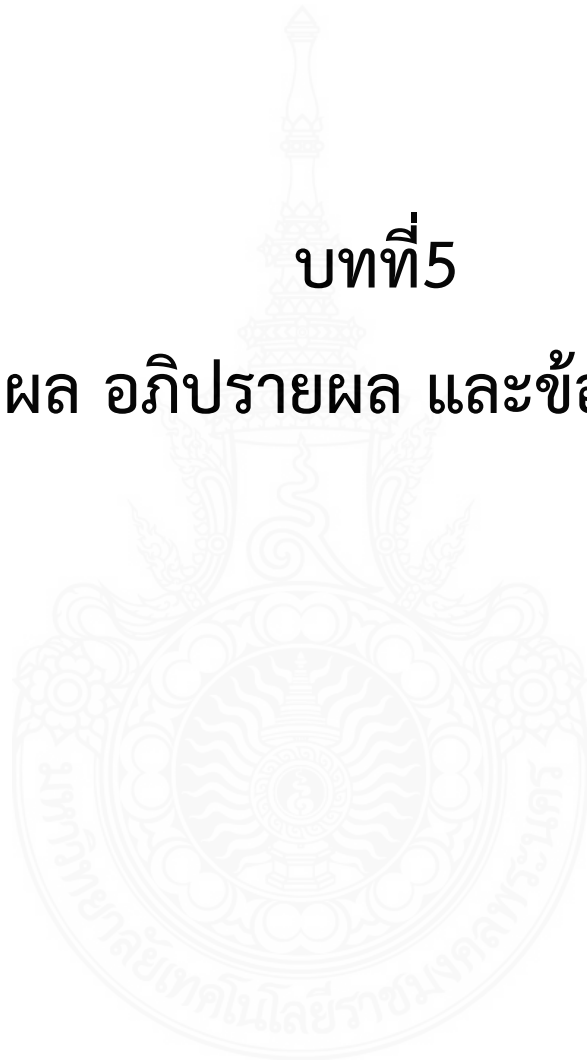
ตารางที่ 4.5 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจในภาพรวมของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ( N=100)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านหน้าที่ใช้สอยและการใช้งาน	4.55	.54	มากที่สุด
2.ด้านความสวยงาม	4.53	.52	มากที่สุด
3.ด้านความเหมาะสมกับเมืองรอง	4.81	.64	มากที่สุด
4.ด้านความคุ้มค่าทางการตลาด	4.70	.60	มากที่สุด
ภาพรวมของความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดเมืองรอง	4.64	.65	มากที่สุด

จากตารางที่4.5 พบว่าความพึงพอใจในภาพรวม ด้านความพึงพอใจด้านความเหมาะสมกับเมืองรอง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.81 (S.D.=0.64), ด้านความคุ้มค่าทางการตลาด ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 (S.D.=0.60), ด้านความพึงพอใจด้านหน้าที่ใช้สอยและการใช้งาน ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.55 (S.D.=0.54) และด้านความสวยงาม ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.53 (S.D.=0.52) โดยภาพรวมของความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดเมืองรอง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.64 (S.D.=0.65)

## บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

จากโครงการวิจัยการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัย การเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง ผู้วิจัยสรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิเคราะห์การวิจัย

ในโครงการวิจัยการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัย การเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์การ วิจัยดังนี้

##### 5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดเมืองรอง

โดยผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดเมืองรองเป็น 2 จังหวัด ซึ่ง ได้ผลวิเคราะห์ ดังนี้

###### 5.1.1.1 จังหวัดหนองคาย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลภาคเอกสารทฤษฎี และจากการลงพื้นที่จังหวัดหนองคาย พบว่าเป็นเมืองรองที่มีจังหวัดชายแดนข้ามไปยังประเทศลาว ติดริมแม่น้ำโขง มีสถานที่ท่องเที่ยวโดยมากจะ เป็นวัด ถ้ำ ซึ่งนักท่องเที่ยวโดยมากจะใช้เป็นทางผ่านไปยังประเทศลาวเป็นส่วนใหญ่ ส่วนประเพณีและ วัฒนธรรมมีประเพณีขี้ไฟพญานาค ซึ่งจะมียกนักท่องเที่ยวจำนวนมากในช่วงนั้น มีความเชื่อว่ามีพญานาคใน แม่น้ำโขง และมีความเชื่อในการขอโชคลาภในประเพณีดังกล่าวทำให้จังหวัดหนองคาย ใช้พญานาคเป็น สัญลักษณ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด จากการวิเคราะห์ภาคเอกสารทฤษฎี และการลงพื้นที่ ผู้วิจัยได้นำพญานาค เป็นมาใช้เป็นแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และใช้สีเกร็ดของพญานาค สีเขียวเป็นสี ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยใช้ความเชื่อ การท่องเที่ยว วัฒนธรรมมิติต่างๆ มาเป็นหัวข้อหลักใน การออกแบบและพัฒนา

การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผู้วิจัยได้สำรวจความนิยมการใช้อัตลักษณ์ใน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดย พัฒนาเป็นโมเดล พิกเกอร์ประเภท Art toy เสื้อ ก้าวไม้หรือก้าว กากาแฟ ก้าวเก็บความเย็น หมวก หน้ากากอนามัย โดยมีแนวคิดในการวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็น ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยให้สามารถจำหน่ายได้ในระยะยาว และเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนของจังหวัดหนองคาย นอกจากสินค้าพื้นเมือง

การวิเคราะห์กราฟิก ผู้วิจัยได้นำรูปทรงพญานาค นำไปพัฒนาตัวอักษรภาษาไทย เป็นพยัญชนะ สระ และวรรณยุกต์ โดยใช้ส่วนหัวและส่วนหางของพญานาคมาตัดทอน ร่วมกับรูปแบบ ตัวอักษรภาษาไทย ให้เกิดฟอนต์ตัวอักษร โดยใช้ชื่อ “Naga Nong khai” ซึ่งบอกถึงการนำพญานาค มาใช้

เป็นแนวคิดให้กับจังหวัดหนองคาย และใช้เป็นต้นแบบในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ บรรจุกิจกรรม ประเภทต่างๆ

### 5.1.1.2 จังหวัดราชบุรี

ในการวิเคราะห์อัตลักษณ์เมืองรองจังหวัดราชบุรี จากการลงพื้นที่ และภาคทฤษฎี ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ โดยใช้วัฒนธรรมพื้นที่เป็นอัตลักษณ์มาใช้ในการออกแบบได้แก่ วัฒนธรรมการปั้นโอ่งมังกร เซรามิกต่างๆ ลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าต่างๆเนื่องจากมีพื้นที่ชายแดนติดกับประเทศเมียนมา ซึ่งในการพัฒนาอัตลักษณ์ผู้วิจัยได้นำโอ่งมังกรมาถอดอัตลักษณ์โดยนำลวดลายมังกรบนโอ่งมาพัฒนาเป็นมาสคอต และออกแบบรูปแบบตัวอักษรแนวคิดจากโอ่งมังกรของราชบุรี ใช้สีเหลืองทอง และสีโทนร้อนในการออกแบบอัตลักษณ์รูปแบบเมืองรองราชบุรี

การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผู้วิจัยได้สำรวจความนิยมการใช้อัตลักษณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดย พัฒนาเป็นโมเดล พิกเกอร์ประเภท Art toy เสื้อ ก้าวไม้หรือก้าวกาแฟ ก้าวเก็บความเย็น หมวก หน้ากากอนามัย โดยมีแนวคิดในการวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยให้สามารถจำหน่ายได้ในระยะยาว และเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนของจังหวัดราชบุรี นอกจากสินค้าพื้นเมือง

การวิเคราะห์กราฟิก ผู้วิจัยได้นำโอ่งมังกร นำไปพัฒนาตัวอักษรภาษาไทย เป็นพยัญชนะ สระ และวรรณยุกต์ โดยใช้รูปร่างรูปทรงของโอ่งมังกรมาตัดทอน ร่วมกับรูปแบบตัวอักษรภาษาไทย ให้เกิดฟอนต์ตัวอักษร โดยใช้ชื่อ “Aong Ratri” ซึ่งบอกถึงการนำโอ่งมังกร มาใช้เป็นแนวคิดให้กับจังหวัดราชบุรีและใช้เป็นต้นแบบในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ บรรจุกิจกรรมประเภทต่างๆ

## 5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

### 5.1.2.1 ด้านการถอดอัตลักษณ์เมืองรอง

- การถอดอัตลักษณ์เมืองรอง มีที่ไปที่ไปมีข้อมูลมาสนับสนุนการออกแบบมีความเหมาะสมอยู่ในขั้นดี ทั้งรูปแบบมาสคอต และรูปแบบตัวอักษร ทั้งจังหวัดราชบุรี และหนองคาย แต่มีให้ปรับเส้นบนมาสคอตให้ดูง่าย และน้อยลงจากที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบไปจากทำให้ดูเรียบง่ายจดจำได้ง่าย

### 5.1.2.2 ด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง วิเคราะห์ว่ามีความทันต่อเหตุการณ์ โดยการนำมาสคอตไปพัฒนาเป็น Art toy เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่มีความชอบหุ่นพิกเกอร์ได้นำไปสะสม ในส่วนการนำรูปแบบตัวอักษร ภาพประกอบ มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์อยู่ในความเหมาะสม มีการใช้เทคโนโลยีด้านการผลิตมาช่วยในการลดต้นทุนการผลิต หากจังหวัดนำไปใช้จริง จะเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

### 5.1.2.3 ความคุ้มค่าทางการตลาด

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง ผู้เชี่ยวชาญมองว่ามีความคุ้มค่า แต่หากผลิตภัณฑ์ต้องวางในจุดที่นักท่องเที่ยวผ่านเป็นจำนวนมาก มีสถานที่จัดจำหน่าย และมีการทำสื่อประชาสัมพันธ์ การนำเสนอทางการตลาด โดยใช้สื่อและเทคโนโลยีด้านการออกแบบมาช่วยส่งเสริมการขาย และทำตลาดออนไลน์เพื่อกระตุ้นความคุ้นเคยและกระตุ้นการให้มาเที่ยวในจังหวัดเมืองรองของผู้พบเห็น

### 5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์แบบสอบถาม

การวิเคราะห์แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในโครงการวิจัยนี้ผู้วิจัยแบ่งการ วิเคราะห์เป็น 4 ด้าน สรุปได้ ดังนี้

**5.1.3.1 ด้านหน้าที่ใช้สอยและการใช้งาน** โดยด้านหน้าที่ใช้สอยและการใช้งานของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ด้านความเหมาะสมกับผู้ใช้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.63 (S.D.=0.64), ด้านความเหมาะสมเป็นของฝาก ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.57 (S.D.=0.69), ด้านความเหมาะสมและด้านความสัมพันธ์กับขนาดสัดส่วนของผู้ใช้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 (S.D.=0.53) โดยภาพรวมของความพึงพอใจด้านหน้าที่ใช้สอยและการใช้งาน ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.55 (S.D.=0.54)

**5.1.3.2 ด้านความสวยงาม** โดยด้านรูปแบบอัตลักษณ์เมืองรองมีความเหมาะสมกับเมืองรองตัวอย่าง และการใช้ตัวแทนและสีเป็นอัตลักษณ์เมืองรองมีความเหมาะสม ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.57 (S.D.=0.69), ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองมีความเหมาะสม ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.55 (S.D.=0.54), ด้านการนำรูปแบบอัตลักษณ์เมืองรองไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ด้านการนำรูปแบบอัตลักษณ์เมืองรองไปพัฒนาตัวอักษรมีความเหมาะสมกับเมืองรอง ด้านการนำตัวอักษรอัตลักษณ์ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และกราฟิกต่างๆ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 (S.D.=0.53) โดยภาพรวมความพึงพอใจด้านความสวยงาม ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.53 (S.D.=0.52)

**5.1.3.3 ด้านความเหมาะสมกับเมืองรอง** โดยด้านความเหมาะสมในผลิตภัณฑ์กับอัตลักษณ์เมืองรอง และด้านความเหมาะสมของกราฟิกกับอัตลักษณ์เมืองรอง มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.00 (S.D.=0.66), ด้านความเหมาะสมด้านความปลอดภัยขณะใช้งาน ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 (S.D.=0.60), ด้านความเหมาะสมต่อสภาพสังคมของเมืองรอง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.55 (S.D.=0.54) โดยภาพรวมของความพึงพอใจด้านความเหมาะสมกับเมืองรอง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.81 (S.D.=0.64)

**5.1.3.4 ด้านความคุ้มค่าทางการตลาด** โดยด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสร้างความน่าจดจำให้กับเมืองรอง มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.00 (S.D.=0.66), ด้านความคุ้มค่าในการนำอัตลักษณ์เมืองรองมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 (S.D.=0.60), ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองกระตุ้นการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับเมืองรองได้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.63 (S.D.=0.64), ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองมีความคุ้มค่าทางการตลาด ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 (S.D.=0.53) โดยภาพรวมของความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าทางการตลาด ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 (S.D.=0.60)

**5.1.3.5 สรุปการประเมินผลภาพรวม** โดยด้านความพึงพอใจด้านความเหมาะสมกับเมืองรอง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.81 (S.D.=0.64), ด้านความคุ้มค่าทางการตลาด ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 (S.D.=0.60), ด้านความพึงพอใจด้านหน้าที่ใช้สอยและการใช้งาน ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.55 (S.D.=0.54) และด้านความสวยงาม ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.53 (S.D.=0.52) โดยภาพรวมของความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดเมืองรอง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.64 (S.D.=0.65)

#### 5.1.4 ผลการทดสอบสมมุติฐานงานวิจัยที่ตั้งไว้

ในโครงการวิจัยการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง ผู้วิจัยได้ตั้งสมมุติฐานให้ระดับความพึงพอใจในรูปแบบ อัตลักษณ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับดีมาก ซึ่งผลการวิเคราะห์ในประเด็นต่างๆ เป็นไปตามสมมุติฐานที่ได้ตั้งไว้

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยโครงการวิจัยการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์จุดเด่นในจังหวัดเมืองรองมาเป็นแนวคิดในการพัฒนา เพื่อศึกษาลักษณะนักท่องเที่ยว ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์ส่งเสริมการขาย ออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยว ประเมินความพึงพอใจทดสอบต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ซึ่งผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม และลงพื้นที่ โดยใช้เมืองรองที่มีขนาดใหญ่แต่เป็นเพียงทางผ่านไปยังจังหวัดอื่นๆ โดยเลือกจังหวัดราชบุรี และจังหวัดหนองคาย เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวผ่านจำนวนมาก และมีวัฒนธรรม ประเพณี ต่างๆที่สามารถถอดอัตลักษณ์ได้ ซึ่งผลการถอดอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้นำไอ้แมงกร ซึ่งเป็นที่รู้จักมาพัฒนาโดยนำแมงกรลวดลายบนไอ้ มาเป็นตัวแทนของ



จังหวัดราชบุรี และนำไปออกแบบฟอนต์ตัวอักษรโดยใช้แนวคิดจากโองม้งกรเช่นกัน ในส่วนจังหวัดหนองคายผู้วิจัยได้นำพญานาคมาเป็นแนวคิดในการพัฒนาอัตลักษณ์ และออกแบบฟอนต์ตัวอักษร ในส่วนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผู้วิจัยได้ พัฒนาเป็น Art toy มาสคอตทั้งสองจังหวัด แก้วม้ค แก้วเก็บความเย็น เสื้อ หมวก ฯลฯ รวมถึงกราฟิก บรรจุภัณฑ์สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการจัดจำหน่าย ผลการวิเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่ามีเหมาะสม แต่ยังคงมีการปรับรายละเอียดเพื่อให้พร้อมต่อการใช้งานเชิงพาณิชย์ ซึ่งผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจแบบสอบถามในภาพรวม 4 ด้าน ได้แก่ การใช้งานและความคงทน ด้านความสวยงาม ด้านความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ด้านความคุ้มค่าทางการตลาดอยู่ในระดับดีมาก และเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

### 5.3 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

5.3.1 สถานที่การวางจัดจำหน่าย ควรมีการศึกษาเพื่อให้มีการออกแบบร้านค้าของที่ระลึก

5.3.2 ของที่ระลึกรูปแบบต่างๆ หากมีการนำไปใช้ประโยชน์จริงควรมีการถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อให้ประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย

5.3.3 การคำนวณต้นทุน กำไร สัดส่วนการทำตลาดผู้วิจัยต้องศึกษา ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

# บรรณานุกรม



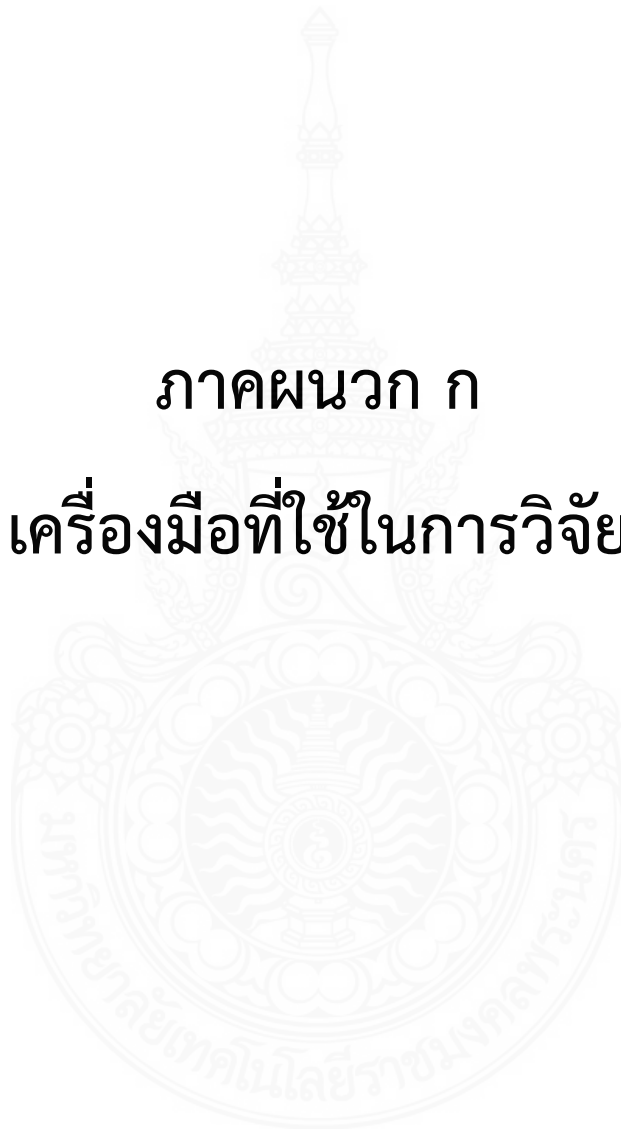
## บรรณานุกรม

- ชลุด \_ นิมเสมอ. (2557). **องค์ประกอบของศิลปะ**. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- วรรณีสหสมโชค. 2549. **ออกแบบเฟอร์นิเจอร์**. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี.
- นิรัช สุดสังข์. 2548. **ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม**. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- อุดมศักดิ์ สาริบุตร. 2548 **การออกแบบเฟอร์นิเจอร์**. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์
- กฤษฎา บานชื่น.2533.**การออกแบบกราฟฟิก**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- กิตติ อินทรานนท์. 2539.**ระบบกลไกและเครื่องมือ**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- เกษมชัย บุญเพ็ญ.2533.**วัสดุช่าง**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสแควร์.
- ชวิน ฟ้าอารีย์.2526.**งานโลหะ**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง.2545.**วิธีวิทยาการวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมพงษ์ กรกรรณ.2527.**การออกแบบกราฟฟิก**. กรุงเทพฯ : สัมพันธ์พาณิชย์.
- สาคร คันธโชติ.2528.**การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ :โอเดียนสโตร์.
- สุรัชย์ สิกขาบัญญัติ.2527.**จิตวิทยา**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ทวิช เพ็งสา.2528.**การออกแบบเฟอร์นิเจอร์**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- มนตรี ยอดบางเตย. 2538. **ออกแบบผลิตภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- มานพ ตันตระบัณฑิตย์.2539.**เทคโนโลยีการผลิต**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- วิบูลย์ ลีสุวรรณ.2553.**ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน**. เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น.งานวิจัย สาขาวิชาทัศนศิลป์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- โพ สต์ ทู เดย์ . 2564.**การท่องเที่ยวเมืองรอง**. เข้าถึงได้จาก .<https://www.posttoday.com/life/travel/587425>. สืบค้นวันที่ 5 เมษายน 2564
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดหนองคาย. **แผนที่วัฒนธรรมการท่องเที่ยวจังหวัดหนองคาย**. เข้าถึงได้จาก. <https://pubhtml5.com/bookcase/kzzj>. สืบค้นวันที่ 7 เมษายน 2564
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี. **แผนที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี**. เข้าถึงได้จาก. <https://thai.tourismthailand.org/Articles>. สืบค้นวันที่ 9 เมษายน 2564
- เทพฤทธิ์ ไชยจันทร์. 2564. **การออกแบบมาสคอตผ่านทฤษฎีปฏิบัติเชิงสัญลักษณ์ กรณีศึกษาคณะศิลปกรรมและออกแบบอุตสาหกรรม มทร.อีสาน**. วารสารปริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ. ปีที่ 34 ฉบับที่1 ปี2564
- ทักษิณา สุขพัทธ์. **แนวคิดการออกแบบมาสคอตประจำเมืองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของญี่ปุ่น**. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ. ปีที่ 26 ฉบับที่2 ปี2559

รพีพัฒน์ มั่นพรม. การพัฒนาและสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับจังหวัดนครสวรรค์.วารสารวิชาการ  
ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2560



ภาคผนวก ก  
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย





### แบบสอบถาม

โครงการวิจัยการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยง  
อัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง

#### คำชี้แจง

แบบวิเคราะห์นี้สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยรูปแบบอัตลักษณ์  
เมืองรองโดยออกแบบของที่ระลึกจังหวัดหนองคาย และราชบุรี ในการนี้ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่าน  
โปรดได้พิจารณา และตอบคำถามทุกข้อของแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพราะคำตอบของท่านทุกข้อมี  
ความสำคัญยิ่งต่อการทำวิจัยในครั้งนี้

ดังนั้นผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณกลุ่ม  
ตัวอย่างทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาณันท์ ศิริพิชญ์ตระกูล )

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

## แบบสอบถาม

โครงการวิจัยการใช้ประโยชน์วัฏกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการ  
เชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง

## โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

## คำชี้แจง

1.แบบสอบถามนี้เป็นการหาข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ชุดนี้จะใช้เพื่อ  
พัฒนาสรุปข้อมูล

2.โปรดแสดงความคิดเห็นของท่านลงในแบบสอบถามตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุดโดย  
ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าข้อความและกรอกข้อความที่ท่านเห็นว่าเหมาะสม

## 1.ด้านหน้าที่ใช้สอยและการใช้งาน

รายการ	ควรปรับปรุง (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
1.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองมีความเหมาะสมในการเลือกเป็นของที่ระลึก และเป็นของฝาก					
2.ขนาดของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองมีความเหมาะสม					
3.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีหน้าที่ใช้สอยที่เหมาะสมกับผู้ใช้					
4.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองมีความสัมพันธ์กับขนาดสัดส่วนของผู้ใช้					

## ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

## 2.ด้านความสวยงาม

รายการ	ควรปรับปรุง (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
1.รูปแบบอัตลักษณ์เมืองรองมีความเหมาะสมกับเมืองรองตัวอย่าง					
2.การนำรูปแบบอัตลักษณ์เมืองรองไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก					
3.การนำรูปแบบอัตลักษณ์เมืองรองไปพัฒนาตัวอักษรที่มีความเหมาะสมกับเมืองรอง					
4.การนำตัวอักษรอัตลักษณ์ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และกราฟิกต่างๆ					
5.รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมืองรองมีความเหมาะสม					
6.การใช้ตัวแทนและสีเป็นอัตลักษณ์เมืองรองมีความเหมาะสม					

## ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

## 3.ด้านเหมาะสม

รายการ	ควรปรับปรุง	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1.ความเหมาะสมด้านความปลอดภัยขณะใช้งาน					
2.ความเหมาะสมในผลิตภัณฑ์กับอัตลักษณ์เมืองรอง					
3.ความเหมาะสมของกราฟิกกับอัตลักษณ์เมืองรอง					
4.ความเหมาะสมต่อสภาพสังคมของเมืองรอง					



ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

#### 4.ด้านความคุ้มค่าด้านการตลาด

รายการ	ควรปรับปรุง	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1.ความคุ้มค่าในการนำอัตลักษณ์เมือง รองมาพัฒนาเป็นของที่ระลึก					
2.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสร้างความน่า จดจำให้กับเมืองรอง					
3.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมือง รองกระตุ้นการท่องเที่ยวและสร้าง รายได้ให้กับเมืองรองได้					
4.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์เมือง รองมีความคุ้มค่าทางการตลาด					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....



### แบบสัมภาษณ์

โครงการวิจัยการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยง  
อัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง

#### คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยรูปแบบอัตลักษณ์เมืองรองโดยออกแบบของที่ระลึกจังหวัดหนองคาย และราชบุรี ในการนี้ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านโปรดได้พิจารณา และตอบคำถามทุกข้อของแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพราะคำตอบของท่านทุกข้อมีความสำคัญยิ่งต่อการทำวิจัยในครั้งนี้

ดังนั้นผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้คำปรึกษาเป็นอย่างดีและให้ความร่วมมืออย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาณันท์ ศิริพิชญ์ตระกูล )

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



4.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์สามารถเป็นตัวแทนสร้างความน่าจดจำให้กับนักท่องเที่ยวได้หรือไม่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

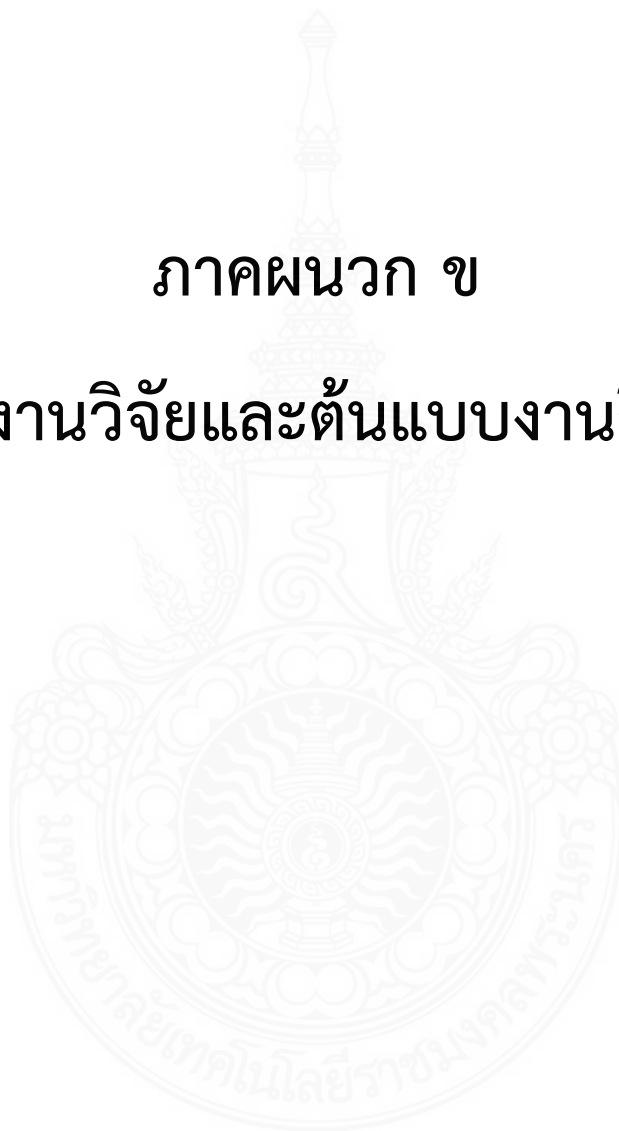
.....

.....

.....



ภาคผนวก ข  
ผลงานวิจัยและต้นแบบงานวิจัย

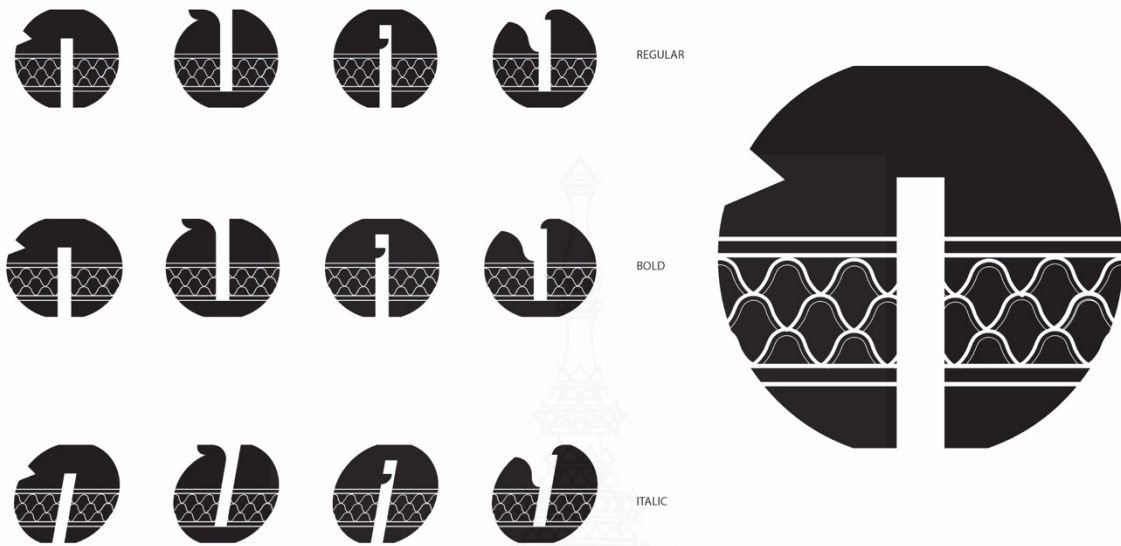


ก ข ฃ ค ฅ ฆ ง ฉ ช  
 ซ ฌ ญ ฎ ฏ ฐ ฑ ฒ ณ ด  
 ต ฒ ฌ ฐ น บ ปร ฌ ฌ พ  
 ฬ ภ ฌ ษ ฐ ฉ ฉ ฌ ษ ฌ  
 ฌ ฬ ฌ ฌ

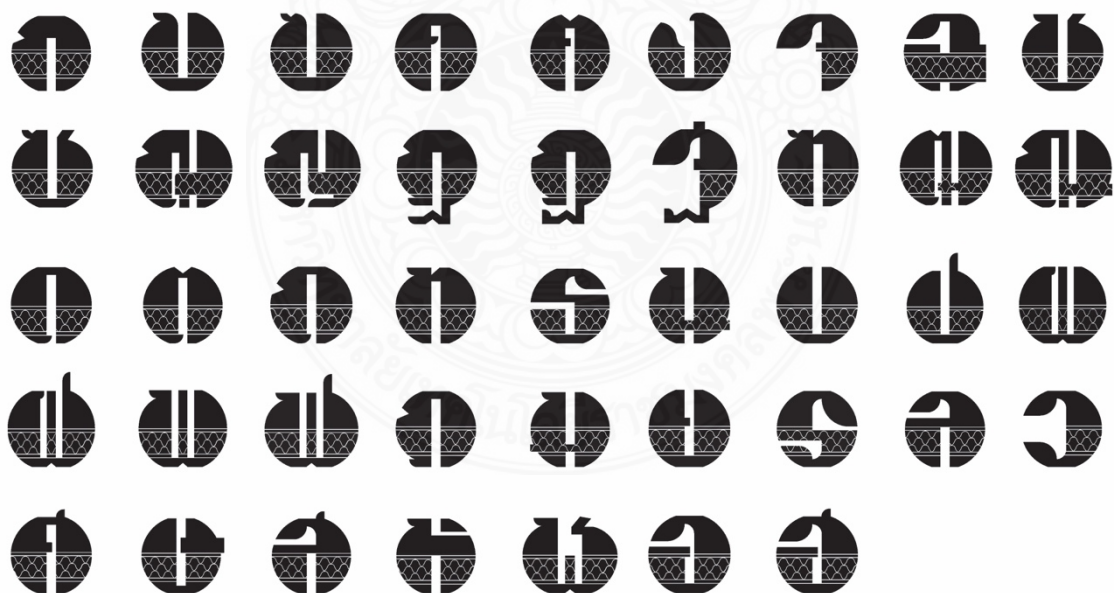
ภาพ ข-1 แสดงตัวอักษรอัตลักษณ์จังหวัดหนองคาย

ฌ ฌ ฌ ฌ  
 ฌ ฌ  
 ฌ ฌ ฌ ฌ ฌ ฌ  
 ฌ ฌ ฌ ฌ ฌ ฌ

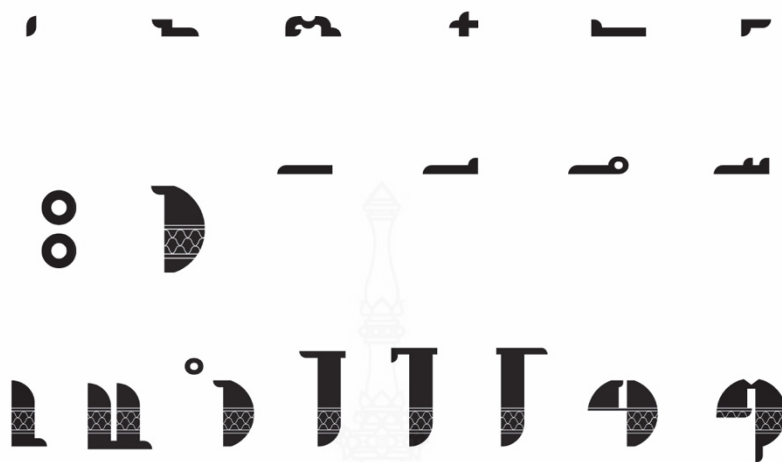
ภาพ ข-2 แสดงตัวสระอัตลักษณ์จังหวัดหนองคาย



ภาพ ข-3 แสดงตัวอักษรอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรี 1



ภาพ ข-4 แสดงตัวอักษรอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรี 2



ภาพ ข-5 แสดงตัวละครอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรี



ภาพ ข-6 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคาย





ภาพ ข-7 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคายทำต้นแบบ ART TOY



ภาพ ข-8 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคายทำต้นแบบ ART TOY ที่ลงสี



ภาพ ข-9 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคายทำต้นแบบ ตุ๊กตาของที่ระลึก



ภาพ ข-10 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคายทำต้นแบบ เสื้อ



ภาพ ข-11 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคายทำต้นแบบ แก้ว



ภาพ ข-12 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดหนองคายทำต้นแบบ หมวก





ภาพ ข-13 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรีทำต้นแบบ แก้ว



ภาพ ข-14 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรีทำต้นแบบ หมวก



ภาพ ข-15 แสดงมาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรีทำต้นแบบ โมเดล

ภาคผนวก ค  
ประวัติ นักวิจัย



# ประวัตินักวิจัย



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาณัฐ ศิริพิชญ์ตระกูล

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

E-mail : arnut.si@rmutp.ac.th

โทรศัพท์ติดต่อ 02-665-3777 ต่อ 5011

## การศึกษา

- ประถมศึกษา โรงเรียนอนุบาลวัดปรีนัยก
- มัธยมศึกษา โรงเรียนวัดบวรนิเวศ
- ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ สาขาวิชาการพิมพ์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
- ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ สาขาวิชาการพิมพ์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
- ปริญญาตรี ครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต (ค.อ.บ.) สาขาศิลปอุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ปริญญาโท ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต (ค.อ.ม.) สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ด้วยทุนพัฒนาอาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

## ประวัติการทำงาน

- นักออกแบบผลิตภัณฑ์รองเท้ากีฬา บริษัทสหยูเนี่ยน จำกัด (มหาชน)
- นักออกแบบผลิตภัณฑ์รองเท้าลำลอง บริษัทแอ็ดด้าฟุตแวร์ จำกัด
- อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีการพิมพ์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- อาจารย์ สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

## รางวัล

- รองชนะเลิศอันดับ1จากการประกวดการพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ครั้งที่ 11 (ประจำปี 2561 -2562) ประเภทส่งเสริมหัตถกรรมผลิตภัณฑ์ ประเภทใบหญ้าแฝก ด้านความคิดสร้างสรรค์ จัดขึ้นโดยความร่วมมือระหว่างมูลนิธิชัยพัฒนา สำนักงาน กปร. กรมพัฒนาที่ดิน และบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)

## อื่นๆ

- ที่ปรึกษาโครงการ Co-Design Supply Chain ตามสัญญาของสถาบันส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งทอ กับสมาคมส่งเสริมอุตสาหกรรมรองเท้าไทย
- วิทยากรโครงการการใช้เทคโนโลยีซอฟต์แวร์และเครื่องมือเฉพาะในการพัฒนาแบบรองเท้า (คอมพิวเตอร์) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
- ได้รับทุนวิจัยบัณฑิตศึกษา ประจำปี 2559 จากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
- เป็นตัวแทนภาคสถานศึกษาในนามสมาคมส่งเสริมอุตสาหกรรมรองเท้าไทย ศึกษาดูงานที่ มณฑลกวางโจว สาธารณรัฐประชาชนจีนและสาธารณรัฐประชาธิปไตยสิงคโปร์





-โครงการออกแบบสื่อการเรียนรู้ทางศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการทาง  
อารมณ์สำหรับเด็กพิการทางสมอง ปี 2553

-โครงการออกแบบชุดอุปกรณ์การระบายสีเพื่อส่งเสริมพัฒนาการและช่วย  
ฝึกสมาธิสำหรับเด็กสมาธิสั้น ปี 2554

- ศึกษากระบวนการและรูปแบบของเสื่อกกเพื่อพัฒนาสู่การ ออกแบบ  
เฟอร์นิเจอร์แนวศิลปะไทยร่วมสมัย ปี 2555

-การศึกษาวิเคราะห์รูปแบบเครื่องจักสานสู่การสร้างสรรค์เป็นงาน  
ประติมากรรมตกแต่งบ้านโดยใช้ประโยชน์จากกากกาแฟเหลือทิ้ง ปี 2556

-การศึกษาและพัฒนาอุปกรณ์ช่วยฝึกคลานเพื่อฝึกพัฒนาการทางการ  
เคลื่อนไหวสำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางร่างกายและสุขภาพ ปี 2556

-การออกแบบรูปทรงแม่แบบเครื่องจักสานผักตบชวาสู่ผลิตภัณฑ์  
สร้างสรรค์ แนวคิดเอกลักษณ์ท้องถิ่น ปี 2560

-การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านจากจักสานเชือกมัดฟาง  
แนวทางผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์วัฒนธรรมท้องถิ่น ปี 2561

-การออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ตกแต่งผนังบ้านจากเศษผ้าไหมเหลือ  
ทิ้ง  
ปี 2561

-การออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุจากภูมิปัญญา  
ท้องถิ่นไม้ตาลโตนด ปี 2562

-การออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุจากเศษผ้าทอ  
พื้นเมืองเหลือทิ้ง ปี 2563

-การจัดการความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวา  
เพื่อ

การออกแบบสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนและการส่งเสริมรายได้เชิงพาณิชย์ โครงการส่งเสริม  
และสนับสนุนการจัดการความรู้การวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์ ประจำปี 2564 (อยู่ระหว่าง  
ดำเนินการ)