



รายงานโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

โครงการการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
และศิลปการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว :
พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี

Utilization of innovative design and cultural identity for cultural tourism souvenir product
development to create tourism sustainability : Study Area, Singburi Province

รหัสโครงการ : 4708725



โดย

ผศ.ดร.อาณิฎ ศิริพิชญ์ตระกูล

ผศ.ดร.ยุวดี พรธาราพงศ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

งบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental Fund)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม



รายงานโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

โครงการการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
และศิลปกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว :

พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี

Utilization of innovative design and cultural identity for cultural tourism souvenir product
development to create tourism sustainability :

Study Area, Singburi Province

รหัสโครงการ : 4708725

โดย

ผศ.ดร.อาณัญญ์ ศิริพิชญ์ตระกูล

ผศ.ดร.ยุวดี พรธรรมาพงศ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

งบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental Fund)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ชื่อเรื่อง : การใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขศิลป์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี

ผู้วิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาณัญ ศิริพิชญ์ตระกูล, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี พรธารางค์

พ.ศ. : ๒๕๖๗

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขศิลป์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรีเป็นโครงการที่มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี การนำอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีมาออกแบบของที่ระลึก บรรจุภัณฑ์ สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรีซึ่งเป็นไปตามยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว โดยในโครงการวิจัยซึ่งมีกระบวนการออกแบบและพัฒนา การใช้นวัตกรรมด้านการออกแบบและ เทคโนโลยีมาช่วยในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างอัตลักษณ์จากทุนวัฒนธรรมในจังหวัดสิงห์บุรี โดยการออกแบบมาสคอตประจำจังหวัดสิงห์บุรีและตัวอักษรประจำจังหวัดสิงห์บุรีโดยใช้สัตว์หิมพานต์ ตัวไกรสรราชสีห์ โดยออกแบบฟิกเกอร์ บรรจุภัณฑ์ เสื้อลวดลายเสื้อต่างๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ประเมินผลิตภัณฑ์ผู้วิจัยได้แบ่งหัวข้อทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ .ด้านอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ด้านการออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ด้านอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ด้านการตลาดและความสอดคล้องทางวัฒนธรรม ซึ่งภาพรวมของระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.72 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้

Title : Utilizing Design Innovation and Cultural Identity for the Development of Souvenir Products and Graphic Arts in Cultural Tourism to Promote Sustainable Tourism: A Case Study of Sing Buri Province

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

Year : 2024

Abstract

This research project, "Utilizing Design Innovation and Cultural Identity for the Development of Souvenir Products and Graphic Arts in Cultural Tourism to Promote Sustainable Tourism: A Case Study of Sing Buri Province," aims to investigate and integrate the unique cultural identity of Sing Buri Province into the design of souvenirs, packaging, and promotional media to enhance cultural tourism. The study aligns with regional tourism development strategies and seeks to foster sustainable tourism through design innovation and technological applications.

The research methodology incorporates a systematic design and development process, emphasizing the application of innovative design techniques and advanced technologies to create culturally significant products. A key component of this study is the development of a distinct regional identity by conceptualizing a provincial mascot and a typographic system. These elements draw inspiration from Sing Buri's cultural heritage, particularly the Himmapan Beast and Kraisorn Ratchasi (mythical lion), resulting in the design of figurines, packaging solutions, and apparel featuring culturally inspired motifs. The study evaluates the outcomes based on four core dimensions: 1.Representation of Sing Buri's cultural identity 2.Graphic design reflecting the province's cultural characteristics 3.Souvenir product development inspired by local heritage 4.Market feasibility and cultural coherence


Quantitative assessment of user satisfaction yielded an average score of 4.72, indicating a high level of appropriateness and affirming the research hypothesis. These findings underscore the potential of cultural identity-driven design as a strategic approach to enhancing cultural tourism and promoting regional economic sustainability.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยนี้ได้รับรับทุนสนับสนุนจากงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ซึ่งให้ความสำคัญเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

ขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ได้รับการสนับสนุนในการขอทุนวิจัยนี้ โดยเฉพาะ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ขอขอบคุณ ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผศ.ดร.ศรีชญา เจริญเนตร, ผศ.ดร.เกษม อมันตกุล, ผศ.ดร.เอกพงศ์อินแก้ว ที่สละเวลาในการสัมภาษณ์เพื่อหาแนวทางในการออกแบบพัฒนาของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี และขอขอบคุณผู้ร่วมวิจัย ผศ.ดร.ยุวดี พรธรรมาพงษ์ ที่ช่วยกันทำงานจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังงานวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขศิลป์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี จะเป็นประโยชน์ในด้านการศึกษา และการต่อยอดเชิงนโยบายและเชิงพาณิชย์ อนึ่งถ้างานวิจัยนี้มีข้อบกพร่องประการใดผู้วิจัยต้องขออภัยใน ณ ที่นี้ แต่หวังว่าจะสร้างประโยชน์แก่ผู้อ่านและผู้สนใจด้านการออกแบบ


ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาณัฐ ศิริพิชญ์ตระกูล
หัวหน้าโครงการวิจัย

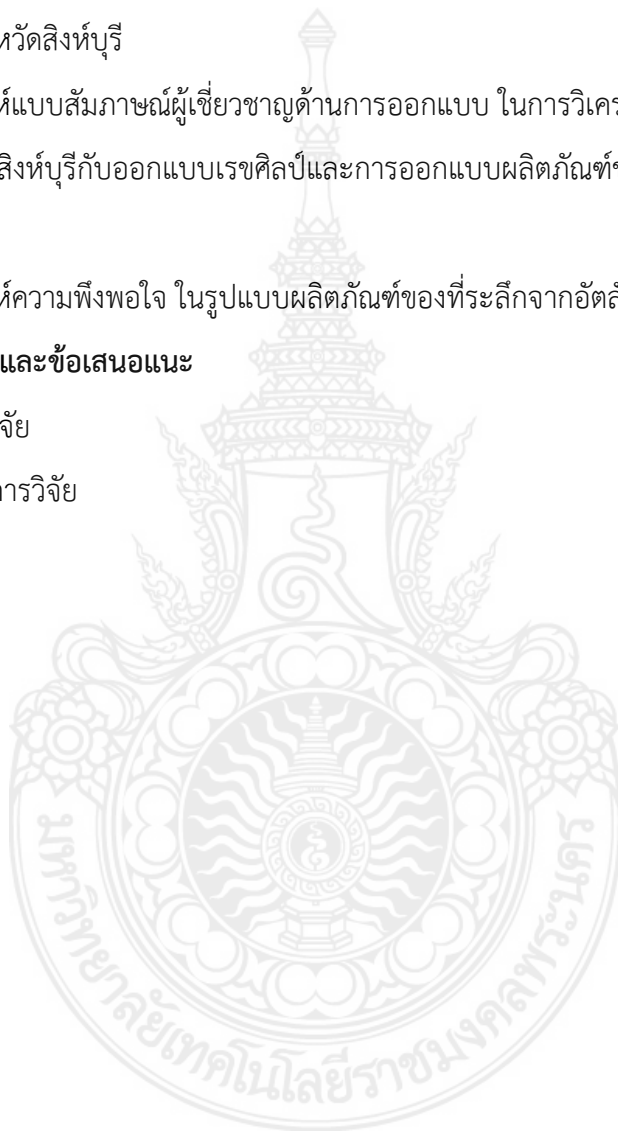


สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	2
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 วิธีดำเนินการวิจัย	5
1.5 สมมติฐานการวิจัย	6
1.6 กรอบแนวคิดโครงการวิจัย	6
1.7 คำสำคัญ	9
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
1.9 คำนิยามศัพท์	10
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 ข้อมูลอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี	12
2.2 แนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	18
2.3 การออกแบบพัฒนามาสคอตหรือตัวละคร	20
2.4 การออกแบบตัวอักษร	26
2.5 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	31
2.6 วัสดุ และกระบวนการผลิตที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	39
2.7 หลักการออกแบบที่สัมพันธ์กับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	46
2.8 การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	62
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	66
3.1 แหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูล	67
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	68
3.3 ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรี	70

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	71
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	71
บทที่4 การวิเคราะห์ข้อมูล	72
4.1 แบบวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการพัฒนาเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี	73
4.2 แบบวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ในการวิเคราะห์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีกับออกแบบเรขศิลป์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสิงห์บุรี	89
4.3 แบบวิเคราะห์ความพึงพอใจ ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ จังหวัดสิงห์บุรี	90
บทที่5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	96
5.1 สรุปผลการวิจัย	97
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	98
5.3 ข้อเสนอแนะ	99
บรรณานุกรม	100
ภาคผนวก	103
ประวัตินักวิจัย	127



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงลักษณะคุณสมบัติของผ้าแต่ละชนิด	43
4.1 ด้านอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี (N=100)	91
4.2 ด้านการออกแบบเรขาคณิต อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี (N=100)	92
4.3 ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี (N=100)	93
4.4 ด้านการตลาดและความสอดคล้องทางวัฒนธรรม (N=100)	94
4.5 ภาพรวมการทดสอบความพึงพอใจทั้ง 4 ด้าน (N=4)	95

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการดำเนินโครงการวิจัย	8
2.1 ตราสัญลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี	15
2.2 ดอกมะกล่ำ	16
2.3 แสดงอนุสาวรีย์ไกรสรราชสีห์	18
2.4 แสดงรูปแบบการออกแบบและประเภทมาสคอต	21
2.5 แสดงตัวอย่างการใช้สีและแปลความหมายของสี	24
2.6 การใช้เลือกวัสดุในการผลิตมาสคอต	25
2.7 การออกแบบโครงสร้างตัวอักษรโดยใช้วิธีโครงกระดูก	26
2.8 การออกแบบตัวอักษรโดยใช้สัดส่วน	27
2.9 การออกแบบตัวอักษรโดยใช้ตาราง	27
2.10 การออกแบบโดยใช้ความแตกต่าง	28
2.11 การออกแบบตัวอักษรรูปทรงและพื้นที่ว่าง	28
2.12 การออกแบบโดยใช้หลักการท่อน้ำดี	29
2.13 การออกแบบโดยใช้หลักการผูกเชือก	29
2.14 การออกแบบโดยใช้หลักการเซอร์ฟ	30
2.15 การออกแบบโดยใช้แกน	30
2.16 การออกแบบโดยใช้หลักการกักตักหมึก	31
2.17 โครงสร้างเคมีเรซิน	40

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.18 โครงสร้างเคมีเรซินยังไม่แข็งตัว	41
2.19 โครงสร้างเคมีเรซินที่แข็งตัวหลังจากได้ตั้งเร่งปฏิกิริยา	41
2.20 กระบวนการทอผ้า	42
2.21 ผลการพัฒนามาสคอตของ เทพฤทธิ์ ไชยจันทร์	62
3.1 แสดงกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี	69
4.1 แสดงกรอบแนวคิดในการพัฒนามาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี	74
4.2 แสดงการพัฒนามาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี	75
4.3 แสดงลักษณะรูปแบบของตัวอักษร “Kaisorn Ratchasri”	76
4.4 แสดงรูปแบบพยัญชนะตัวอักษรไทย “Kaisorn Ratchasri”	77
4.5 แสดงรูปแบบสระและวรรณยุกต์ตัวอักษรไทย “Kaisorn Ratchasri”	77
4.6 แสดงการวางรูปแบบตัวอักษรไทย “Kaisorn Ratchasri”	78
4.7 แสดงตราสินค้า ไกรสรราชสีห์	79
4.8 แสดงป้าย TAG ตราสินค้า ไกรสรราชสีห์	80
4.9 แสดงบรรจุภัณฑ์ ART TOY ไกรสรราชสีห์	81
4.10 แสดงการขึ้นต้นแบบโปรแกรมสามมิติ ART TOY ไกรสรราชสีห์	82
4.11 แสดงการขึ้นต้นแบบจริง ART TOY ไกรสรราชสีห์	83
4.12 ลวดลายผ้า ไกรสรราชสีห์	84
4.13 ลวดลายผ้า ไกรสรราชสีห์ มาพัฒนาเสื้อฮาวาย	85
4.14 ลวดลายผ้า ไกรสรราชสีห์ มาพัฒนาหมวกบักเก็ต	86
4.15 ลวดลายเสื้อยืดที่ได้รับการพัฒนา	87
4.16 ลวดลายเสื้อยืดที่ได้รับการพัฒนาบนเสื้อยืด (1)	88
4.17 ลวดลายเสื้อยืดที่ได้รับการพัฒนาบนเสื้อยืด (2)	89
ข1 ผลงานจากการวิจัย (1)	115
ข1 ผลงานจากการวิจัย (2)	116
ข1 ผลงานจากการวิจัย (3)	117
ข1 ผลงานจากการวิจัย (4)	118
ข1 ผลงานจากการวิจัย (5)	119

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
ข1 ผลงานจากการวิจัย (6)	120
ง1 นำเสนอผลงานจากการวิจัย (1)	125
ง1 นำเสนอผลงานจากการวิจัย (1)	126



บทที่ 1

บทนำ



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันมีการคิดค้นนวัตกรรมด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและคุณภาพทางวิชาการอย่างมากมาย แต่ขาดหายากการนำนวัตกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะนวัตกรรมด้านการออกแบบซึ่งมีลักษณะที่ไม่ซับซ้อนกลุ่มคนเข้าใจได้ง่าย เมื่อทำเป็นผลสำเร็จก็สามารถต่อยอดเป็นองค์ความรู้หรือได้นวัตกรรมการออกแบบใหม่ๆ การนำนวัตกรรมด้านการออกแบบมาใช้ประโยชน์กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวเป็นการนำองค์ความรู้หลากหลายด้านมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบพื้นฐาน เทคโนโลยีที่ใช้ในการออกแบบ รวมถึงบริบทอัตลักษณ์พื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองเป็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่ภาครัฐให้ความสำคัญซึ่งเป็นการสร้างความน่าสนใจในจังหวัดเมืองรอง กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกระจายการท่องเที่ยวจากเมืองหลักหรือเป็นเส้นทางแวะเที่ยวระหว่างเดินทางท่องเที่ยวเมืองหลัก การกระตุ้นด้วยผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเป็นการสร้างเรื่องราวให้กับเมืองรองและทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดความน่าสนใจและเป็นที่ยึดจำ ทำให้เมืองรองเป็นที่รู้จักยิ่งขึ้น

การหาอัตลักษณ์เมืองเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์และการเพิ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดเมือง การจะหาอัตลักษณ์ที่แท้จริงได้นั้นผู้วิจัยจะต้องลงพื้นที่ศึกษาบริบทต่างๆ เช่น วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีต่างๆ สถาปัตยกรรมหรือสถานที่สำคัญ งานจิตรกรรม งานหัตถกรรม วิถีชีวิต ของคนในชุมชนเป็นต้น ซึ่งโครงการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ตั้งเป้าการพัฒนาที่จังหวัดสิงห์บุรีเนื่องจากเป็นจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่การวิจัยของมหาวิทยาลัย และมีนักท่องเที่ยวที่จะขึ้นทางภาคเหนือสามารถผ่านได้ สามารถสร้างอัตลักษณ์เมืองได้ค่อนข้างง่าย และยังไม่เห็นการนำของที่ระลึกมากระตุ้นการท่องเที่ยวนอกจากภาคเอกชน จังหวัดสิงห์บุรี เป็นจังหวัดที่มีอัตลักษณ์ที่น่าสนใจทั้งด้านประวัติศาสตร์ ด้านงานหัตถกรรมต่างๆ รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แต่กลับเป็นเมืองทางผ่านไปยังจังหวัดอื่นๆ ทำให้ผู้วิจัยอยากสร้างอัตลักษณ์ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองทำให้เกิดการจดจำแก่นักท่องเที่ยวและผู้สัญจรไปมา

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยแบ่งการศึกษาเป็นสามระยะ คือ ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ต้นน้ำคือการศึกษาสร้างและหาอัตลักษณ์ให้กับจังหวัดสิงห์บุรี ลักษณะนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายความต้องการในผลิตภัณฑ์ กลางน้ำคือการนำนวัตกรรมการออกแบบมาออกแบบของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวผ่านอัตลักษณ์ของจังหวัดและความต้องการของนักท่องเที่ยว ปลายน้ำคือสำรวจการประเมินผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากนักท่องเที่ยว การทดสอบตลาดว่าสามารถเป็นไปได้ในระดับใด วางจุดขายลักษณะไหน ทั้งหมดเป็นแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองผ่านของที่ระลึกเพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของภาครัฐ ที่มีการมุ่งเน้นการท่องเที่ยวในลักษณะเชิงวัฒนธรรม

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1..2.1 เพื่อใช้นวัตกรรมด้านการออกแบบและศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

1.2.2 เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขณิตศิลป์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

1.2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขณิตศิลป์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษาจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยที่ศึกษา ดังนี้

1.3.1 ในการทำวิจัยครั้งนี้แบ่งแนวทางในการศึกษาได้ 3 แนวทาง คือ กระบวนการนำนวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การศึกษาและออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขณิตศิลป์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และ การทดสอบประเมินความพึงพอใจในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขณิตศิลป์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ารายด้านต่างๆ

1.3.1.1 ขอบเขตของเนื้อหา

1. กระบวนการนำนวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

- ศึกษาวัฒนธรรมและเทคโนโลยีทางการออกแบบที่เหมาะสมกับงานวิจัย
- ศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่วิจัย (จังหวัดสิงห์บุรี)
- วิเคราะห์นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการออกแบบที่เหมาะสม
- วิเคราะห์อัตลักษณ์เด่นทางวัฒนธรรมในพื้นที่วิจัย (จังหวัดสิงห์บุรี)

2. ศึกษาและออกแบบและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและอัตลักษณ์เรขณิตศิลป์ทางวัฒนธรรม

- ศึกษารูปแบบของที่ระลึกและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม มาใช้ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และเรขณิตศิลป์

- ศึกษาคุณสมบัติของวัสดุที่สามารถใช้ร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

- แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการสอดคล้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขณิตศิลป์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

3. ศึกษาความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และเรขศิลป์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จากกลุ่มตัวอย่าง

- ด้านรูปแบบ (ความสวยงาม) เช่นรูปทรง แนวคิด สี วัสดุ
- ด้านการใช้งาน
- ด้านการตลาดและความสอดคล้องกับวัฒนธรรม

1.3.2 ขอบเขตของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขศิลป์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

1. การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีการออกแบบที่เหมาะสมในพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

- ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีและ
บริบททางการตลาด

- ออกแบบเรขศิลป์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีและบริบททาง

การตลาด

2. การอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นตาม
แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3. ถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนสร้างแนวทางเพื่อประโยชน์การสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์จาก และ
ยกระดับสินค้าที่พัฒนามาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

1.3.3 ขอบเขตของพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาซึ่งเป็นแหล่งข้อมูล ดังนี้

- ชุมชนโคกหม้อ หมู่ที่ 7 ตำบลเชิงกลัด อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
- กลุ่มแม่บ้านพิกุลทองสามัคคี หมู่ที่ 3 ตำบลพิกุลทอง อำเภอกำแพง จังหวัดสิงห์บุรี
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี ตำบลบางมัญ อำเภอมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี

1.3.4 ตัวแปรที่ทำการศึกษาในโครงการวิจัย

1) ตัวแปรต้น ได้แก่

- กระบวนการใช้ประโยชน์ทางนวัตกรรม เทคโนโลยีด้านการออกแบบและอัตลักษณ์วัฒนธรรม

พื้นที่

- การศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขศิลป์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

- การทดสอบความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และรูปแบบเรขศิลป์จาก

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

2) ตัวแปรตาม ได้แก่

- นวัตกรรม และเทคโนโลยีการออกแบบ และอัตลักษณ์วัฒนธรรมที่เหมาะสมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขาคณิตที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์พื้นที่และบริบททางการตลาด
- การทดสอบความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และรูปแบบเรขาคณิตจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับกับอัตลักษณ์พื้นที่และบริบททางการตลาด

1.3.4 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยที่ทำศึกษาดังนี้ แบ่งกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา 2 กลุ่มได้แก่

ประชากร

- 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
- 2) ผู้ประกอบการร้านค้าของหัตถกรรม ผู้ที่สนใจด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง

- 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน
- 2) ผู้ประกอบการร้านค้าหัตถกรรม ผู้ที่สนใจด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และนักท่องเที่ยว

จำนวน 100 คน

1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

ในโครงการการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี มีวิธีดำเนินการวิจัยเพื่อให้งานวิจัยเกิดผลสำเร็จดังนี้

- 1) ศึกษาการใช้ประโยชน์นวัตกรรม เทคโนโลยีการออกแบบ และอัตลักษณ์วัฒนธรรม
- 2) ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขาคณิตจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับบริบททางการตลาดและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 3) การทดสอบความพึงพอใจด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขาคณิตจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับบริบททางการตลาดและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ผู้เชี่ยวชาญ)
- 4) การขึ้นต้นแบบทดสอบและต้นแบบจริง

- 5) การทดสอบความพึงพอใจด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขศิลป์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับบริบททางการตลาดและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (นักท่องเที่ยวและผู้ผลิต)
- 6) เก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผล
- 7) จัดทำรายงานผลวิจัย

1.5 สมมติฐานการวิจัย

ในโครงการเรื่องการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานงานวิจัยในการทดสอบความพึงพอใจ อยู่ในระดับดีมาก

1.6 กรอบแนวคิดโครงการวิจัย

ในโครงการวิจัยการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งผู้วิจัยแตกแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาทำเป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยแบ่งเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ต้นน้ำ

1. การใช้นวัตกรรมด้านการออกแบบ (Innovative Design) และศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity) โดยมีการสำรวจศึกษาความเป็นได้ในการใช้นวัตกรรมการออกแบบ และหาอัตลักษณ์พื้นที่เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มีกรอบการพัฒนาดังนี้

1.1 ด้านการใช้นวัตกรรมด้านการออกแบบ (Innovation Design)

- 1.1.1 การใช้เทคโนโลยีเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์
- 1.1.2 การใช้เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาต้นแบบ
- 1.1.3 การใช้นวัตกรรมการออกแบบบริหารจัดการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.2 ด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity)

- 1.2.1 วิถีชีวิตความเป็นอยู่
- 1.2.2 วัสดุพื้นถิ่น
- 1.2.3 ประเพณี
- 1.2.4 ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น

- 1.2.5 สถาปัตยกรรม
- 1.2.6 สถานที่ท่องเที่ยว
- 1.2.7 ภูมิปัญญา ทักษะ ชาวบ้านในชุมชน

ระยะที่ 2 กลางน้ำ

- 2.1 การใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ซึ่งนำมาใช้ในการพัฒนาชุมชนรายด้านดังนี้
 - 2.1.1 การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
 - 2.1.2 การออกแบบพัฒนาเรขศิลป์
 - 2.1.3 การเพิ่มทักษะชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์วัฒนธรรม
- 2.2 การประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์และเรขศิลป์ (Evaluation of product style and fine art style)
 - 2.2.1 การประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
 - 2.2.2 การประเมินรูปแบบเรขศิลป์จากอัตลักษณ์วัฒนธรรม
 - 2.2.3 การประเมินการนำไปใช้ประโยชน์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ระยะที่ 3 ปลายน้ำ

- 3.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 - 3.1.1 เกิดรายได้ในชุมชน และสินค้าใหม่
 - 3.1.2 เกิดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่
 - 3.1.3 เกิดทักษะการทำงานใหม่ๆ
 - 3.1.4 เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนา
 - 3.1.5 เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้
 - 3.1.6 เกิดการจดจำอัตลักษณ์ในพื้นที่
 - 3.1.7 เกิดการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์
 - 3.1.8 เกิดการตลาดรูปแบบใหม่ในชุมชน
- 3.2 ตั้งเป้าแผนการวิจัย โดยผู้วิจัยตั้งเป้าแผนการวิจัยในเรื่องการบูรณาเทคโนโลยีกับวัฒนธรรมและการพัฒนาวิจัยและสร้างนวัตกรรมที่มีคุณค่าต่อสังคมเพื่อการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งผลผลิตในงานวิจัยก็ได้รูปแบบทรัพย์สินทางปัญญาต่างๆดังนี้
 - 3.2.1 เกิดการจดลิขสิทธิ์ด้านการออกแบบ
 - 3.2.2 เกิดการจดสิทธิบัตรในรูปแบบผลิตภัณฑ์
 - 3.2.3 เกิดการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีด้านการออกแบบไปใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชน



3

ปลายน้ำ





แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- เกิดรายได้ในชุมชน สินค้าใหม่ๆ
- เกิดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่
- เกิดการจัดจำอัตลักษณ์ในพื้นที่
- เกิดทักษะการทำงานใหม่ๆ
- การใช้ทรัพยากรในชุมชนให้เกิดประโยชน์
- เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้
- เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- เกิดการตลาดในรูปแบบใหม่ๆในชุมชน

แผนงานวิจัย

ทีมมหาวิทยาลัยมุ่งเน้น Invention > Innovation > Commercial

ข้อที่ 6 Integrating Technology and Culture

การบูรณาการเทคโนโลยีกับวัฒนธรรม

- เกิดการจัดลิขสิทธิ์ทางการออกแบบ
- เกิดการจัดสิทธิบัตรในรูปแบบผลิตภัณฑ์
- เกิดการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่นำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน

ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการดำเนินโครงการวิจัย

ที่มา : อาณัฐ ศิริพิชญ์ตระกูล

1.7 คำสำคัญ

- 1.7.1 นวัตกรรมการออกแบบ
- 1.7.2 อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม
- 1.7.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์
- 1.7.4 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
- 1.7.5 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.8.1 ด้านวิชาการ

ระบุคำอธิบาย 1.การเรียนการสอนในสาขาวิชาการออกแบบ ในสถาบันต่างๆ ได้ศึกษากระบวนการวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม 2.เป็นแนวทางในการพัฒนางานวิจัยในแนวทางเดียวกัน 3.ส่งผลกระทบต่อตัวชีวิตในการพัฒนาคณะ และมหาวิทยาลัยต้นสังกัด

ผู้ได้รับผลประโยชน์ 1.สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และสาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2.นักวิจัย ที่ให้ความสนใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

3. นักเรียน นักศึกษา ระดับ อาชีวศึกษา เตรียมอุดมศึกษา อุดมศึกษา บัณฑิตศึกษา

1.8.2 ด้านสังคม

○ ด้านสาธารณะ ด้านชุมชนและพื้นที่ ○ ด้านสิ่งแวดล้อม

ระบุคำอธิบาย 1. กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่วิจัย

2. เกิดทักษะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากเดิม กล้าคิด กล้าลงมือ กล้าทำ

3. เกิดช่องทางการตลาดใหม่ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

4. เกิดรายได้ในชุมชนสร้างความมั่นคงให้ครอบครัว และชุมชน ลดการทำงานในเมืองใหญ่

ผู้ได้รับผลประโยชน์ 1.ชุมชนโคกหม้อ หมู่ที่ 7 ตำบลเชิงกลัด อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

2.สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี

3.บริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดสิงห์บุรี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด

4.กลุ่มแม่บ้านพิภูลทองสามัคคี หมู่ที่ 3 ตำบลพิภูลทอง อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

1.8.3 ด้านนโยบาย

- ระบุคำอธิบาย 1.เกิดเป็นนโยบายพัฒนาชุมชนด้วยอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2.เกิดนโยบายพัฒนาทักษะด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
3.แนวคิดแผนงานเบื้องต้นในการพัฒนาจังหวัด

- ผู้ได้รับผลประโยชน์ 1.ชุมชนโคกหม้อ หมู่ที่7 ตำบลเชิงกลัด อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
2.สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี
3.บริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดสิงห์บุรี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
4.กลุ่มแม่บ้านพิgulทองสามัคคี หมู่ที่ 3 ตำบลพิgulทอง อำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี

1.8.4 ด้านเศรษฐกิจ

- ระบุคำอธิบาย 1.เกิดรายได้ในชุมชน 2.ลดการทำงานนอกพื้นที่ของสมาชิกชุมชน

- ผู้ได้รับผลประโยชน์ 1.ชุมชนโคกหม้อ หมู่ที่7 ตำบลเชิงกลัด อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
2.สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี
3.บริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดสิงห์บุรี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
4.กลุ่มแม่บ้านพิgulทองสามัคคี หมู่ที่ 3 ตำบลพิgulทอง อำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี

1.9 คำนิยามศัพท์

1.9.1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวที่อาศัยอัตลักษณ์ในพื้นที่เป็นตัวขับเคลื่อนและสร้างรายได้ให้กับพื้นที่และชุมชน

1.9.2 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัด สิงห์บุรี

1.9.3 นวัตกรรมการออกแบบ หมายถึง การนำเทคโนโลยี นวัตกรรมด้านซอฟต์แวร์สำเร็จรูป เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ มาใช้ประโยชน์ในการออกแบบของที่ระลึก

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในโครงการเรื่องการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์งานออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยมีทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 ข้อมูลอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี
- 2.2 แนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.3 การออกแบบพัฒนามาสคอตหรือตัวละคร
- 2.4 การออกแบบตัวอักษร
- 2.5 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
- 2.6 วัสดุ และกระบวนการผลิตที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
- 2.7 หลักการออกแบบที่สัมพันธ์กับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
- 2.8 การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

2.1.1 ประวัติเมืองสิงห์บุรี

สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ ทรงเล่าถึงเมืองสิงห์ถวายสมเด็จพระเจ้าฟ้ากรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ไว้ในสารสนสมเด็จฯ ว่า " เมืองสิงห์บุรีเป็นเมืองใหญ่และเก่า มีป้อมปราการ วัง วัดมหาธาตุ และของสำคัญ คือ พระนอนจักรสีห์ ใหญ่ยาวกว่า พระนอนองค์อื่น ๆ ในเมืองไทย ทำเป็นแบบพระนอนอินเดียเหมือนเช่นที่ถ้ำเมืองยะลา คือ พระกรขวาคอเกี่ยวไปทางด้านหน้า ไม่ทำอพระกรตั้งขึ้นรับพระเศียร แบบพระนอนไทย เมืองสิงห์เรียกชื่อต่างๆ ดังนี้ เมืองสิงหราชาธิราช เมืองสิงหราชา เป็นเมืองตั้ง อยู่ริมแม่น้ำจักรสีห์อันเป็นลำน้ำใหญ่ ห่างแม่น้ำเจ้าพระยา 200 เส้น เพราะแม่น้ำจักรสีห์ตื่นขึ้น เมืองสิงห์จึงกลายเป็นเมืองอยู่ ลับลิ้" ก็แสดงว่า สิงห์บุรีเป็นเมืองที่ยิ่งใหญ่ในประวัติศาสตร์ มีอดีตนาน จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี พบว่า มีการตั้งถิ่นฐานของชุมชนโบราณมาเป็นเวลานานหลายยุคหลายสมัย ดังนี้

2.1.1.1 ยุคก่อนประวัติศาสตร์

พบร่องรอยหลักฐานมนุษย์ยุคก่อนประวัติศาสตร์ที่บ้านชีน้ำร้าย อำเภออินทร์บุรี บ้านบางวัว ตำบลไม้ดัด อำเภอบางระจัน บ้านคู ตำบลพิกพัน อำเภอบางระจัน คือ ขวานหิน แวดินเผา หินดู่ ชิ้นส่วนกำไลสำริด เป็นต้น

2.1.1.2 สมัยทวารวดี

พบหลักฐานที่เมืองโบราณบ้านคูเมือง ตำบลห้วยชัน อำเภออินทร์บุรี เป็นการตั้งถิ่นฐานแบบ "เมืองคูคลอง" มีแผนผังเกือบเป็น รูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส มีคูน้ำ คันดินล้อมรอบ โบราณวัตถุที่ขุดพบ เช่น ภาชนะดินเผา ลูกปัด แทนหินบด แวดินเผา ตะคัน ฯลฯ ส่วนหนึ่ง จัดแสดงอยู่ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอินทร์บุรี ปัจจุบันสถานที่ดังกล่าวเป็นสวนรุกขชาติและที่ตั้งหน่วยอนุรักษ์พันธุ์ไม้ จังหวัดสิงห์บุรี เมืองวัดพระนอนจักรสีห์ ตำบลจักรสีห์ อำเภอเมือง รูปแบบเมืองเป็นเมืองซ้อน มีเมืองชั้นในรูปค่อนข้างกลมและ เมืองชั้นนอกล้อมรอบรูปสี่เหลี่ยมมน ไม่ปรากฏร่องรอย กำแพงเมือง (ที่ทำด้วยดินพูนสูง) แต่คูเมืองบางด้านยังปรากฏให้เห็น สิ่งที่พบคือ ลูกปัด แวดินเผา เศษภาชนะ ฯลฯ แหล่งโบราณคดีบ้านคิม ตำบลสระแจง อำเภอบางระจัน มีสภาพเป็นเนินดินรูปรี กว้าง 200 เมตร ยาว 500 เมตร มีคูน้ำขนาด กว้าง 5 เมตร

2.1.1.3 สมัยสุโขทัย

มีการค้นพบเครื่องสังคโลกสมัยสุโขทัยตามวัดร้างและลำน้ำเจ้าพระยา แต่ไม่ปรากฏหลักฐานว่า ชุมชนต่าง ๆ นั้นมีความ สำคัญมากน้อยเพียงไร เพราะในช่วงที่อาณาจักรสุโขทัยรุ่งเรืองนั้น ได้มีอำนาจแผ่ขยาย อาณาเขตครอบคลุมในบริเวณภาคกลางและ ลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา สมัยกรุงศรีอยุธยา ปรากฏเหตุการณ์ที่สำคัญคือ สมัยสมเด็จพระมหาธรรมราชาธิบดีที่ 1 (พระเจ้าอู่ทอง) ได้ตั้งเมืองสิงห์บุรีเป็นเมืองลูกหลวง เมืองอินทร์บุรี เมืองพรหมบุรี เป็นเมืองหลานหลวง นอกจากนี้แล้วเมืองทั้งสามยังเป็นหัวเมืองชั้นใน และหัวเมือง ชั้นในหน้าด่าน รายทางด้านทิศเหนืออีกด้วย โดยมีเมืองลพบุรีเป็นเมืองหน้าด่านหลัก แสดงให้เห็นว่า เมืองสิงห์บุรี เมืองอินทร์บุรี และเมืองพรหมบุรี มีอยู่แล้วเมื่อตั้ง

2.1.1.4 สมัยกรุงศรีอยุธยา

ก่อนหน้านั้นเมืองทั้งสามอาจอยู่ในการปกครองของอาณาจักรสุโขทัย ก็ได้ แต่ไม่ปรากฏแน่ชัดว่า เมืองทั้งสามสร้างขึ้นในสมัยไหน สมัยสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ ได้จัดการปกครองใหม่ โดยกำหนด ให้หัวเมืองชั้นในเป็นเมืองจัตวา ดังนั้น เมืองอินทร์บุรี เมืองพรหมบุรี และเมืองสิงห์บุรี จึงเปลี่ยนเป็นเมืองจัตวา ในสมัยสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ เมื่อปี พ.ศ. 2086 เมืองสิงห์เป็น เมืองที่สมเด็จพระมหาธรรมราชาให้ทหารไป สืบข่าวเรื่องศึกสงครามกับพม่า ขณะเดียวกัน ก็ได้ยกกองทัพไปตั้งที่เมืองอินทร์บุรี เพื่อหยั่งเชิงดูข้าศึกอีกด้วย ดังปรากฏในพระราชพงศาวดาร ฉบับพระราชหัตถเลขา สมัยสมเด็จพระมหาธรรมราชา ในปี พ.ศ. 2110 หลังจากสมเด็จพระนเรศวรทรงประกาศอิสรภาพได้ไม่นาน พม่าก็ได้ยกกองทัพมาตีกรุงศรีอยุธยาอีกครั้ง ครั้งนี้ พม่ายกกองทัพมาสองทาง คือ ทางเหนือมีพระเจ้าเชียงใหม่เป็นแม่ทัพ และทางตะวันตกมี พระยาพลิมเป็นแม่ทัพ แต่ทัพของพระยาพลิมถูกกองทัพ กรุงศรีอยุธยาตีแตกไปก่อน โดยที่ พระเจ้าเชียงใหม่ยังไม่ทราบ เมื่อกองทัพพระเจ้าเชียงใหม่ยกมาถึงเมืองชัยนาท ก็ให้แต่งทัพหน้า มาตั้งที่บางพุทรา ซึ่งตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ภายหลังคือ ตัวจังหวัดสิงห์บุรี ปี พ.ศ.

2308 สมัย สมเด็จพระเจ้าเอกทัศ ในขณะที่พม่าตั้งค่ายล้อมกรุงศรีอยุธยาอยู่ ชาวบ้านบางระจันได้รวมตัวกัน ต่อสู้กับพม่า ที่บ้านบางระจัน เมืองสิงห์บุรี ซึ่งมีผู้นำสำคัญของชาวบ้าน และปรากฏชื่อ คือ 1. พระอาจารย์ธรรมโชติ 2. นายแท่น 3. นายโชติ 4. นายอิน 5. นายเมือง 6. นายทองแก้ว 7. นายดอก 8. นายจันทนวดเขียว 9. นายทองแสงใหญ่ 10. นายทองเหม็น 11. ขุนสรรรค์ 12. พันเรือง โดยชาวบ้านบางระจันได้ต่อสู้กับพม่า และสามารถเอาชนะกองทัพพม่าได้ถึง 7 ครั้ง จนถึงครั้งที่ 8 ชาวบ้านบางระจันจึงพ่ายแพ้ในวันจันทร์ แรม 2 ค่ำ เดือน 8 ปีจอ พ.ศ. 2309 รวมเวลาที่ไทยรบกับพม่าทั้งสิ้น 5 เดือน คือ ตั้งแต่เดือน 4 ปลายปีระกา พ.ศ. 2308 ถึงเดือน 8 ปีจอ พ.ศ. 2309

2.1.1.5 สมัยกรุงธนบุรี

เมืองอินทร์บุรี เมืองพรหมบุรี เมืองสิงห์บุรี ขึ้นกับกรุงธนบุรี ในประชุมพงศาวดารฉบับพันจันทนุมาศ (เจิม) กล่าวถึงสำเนา ท้องตรา พ.ศ. 2316 เกณฑ์ผู้รักษาเมืองสิงห์บุรี เมืองพรหมบุรี เมืองอินทร์บุรี ยกทัพไปสกัดข้าศึกด้านตะวันออก และคุมพรรคพวก ช่างสูมกำลังยกไปขุดคูเลนพระนครเมืองธนบุรี

2.1.1.6 สมัยรัตนโกสินทร์

มีหลักฐานที่ปรากฏคือพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดให้จัดการปกครองมณฑลเทศาภิบาล เมืองสิงห์บุรี เมืองอินทร์บุรี เมืองพรหมบุรี เข้าอยู่ในมณฑลกรุงเก่า (รัชกาลที่ 6 ได้เปลี่ยนชื่อเป็นมณฑลอยุธยา) และปี พ.ศ. 2439 ยุบเมืองอินทร์บุรี และเมืองพรหมบุรี เป็นอำเภอขึ้นกับเมืองสิงห์บุรี พร้อมกับตั้งเมืองสิงห์บุรีขึ้นใหม่ที่ตำบลบางพุทรา ส่วนเมืองสิงห์บุรีเดิมยุบเป็นอำเภอ สิงห์ และต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอบางระจัน ปีพ.ศ.2444อำเภอเมืองสิงห์บุรีเปลี่ยนเป็นอำเภอบางพุทราและในปี พ.ศ.2481 ทางราชการสั่งให้เปลี่ยนชื่อที่ว่าการอำเภอที่ตั้งอยู่ในเมืองให้เป็นชื่อของจังหวัดนั้น ๆ อำเภอบางพุทราจึงได้กลับไปใช้ชื่ออำเภอเมืองสิงห์บุรี มาจนถึงปัจจุบันนี้ จากหลักฐานที่ปรากฏ สิงห์บุรีเป็นเมืองเก่าแก่เมืองหนึ่ง ตัวเมืองเดิมตั้งอยู่ที่ริมลำน้ำจักรสีห์ ตำบลจักรสีห์ อำเภอเมือง ต่อมาได้มีการย้ายเมืองไปอยู่ที่ริมฝั่งตะวันตกของแม่น้ำน้อยบริเวณใต้วัดสิงห์สุทธาวาส และย้ายมาอยู่ที่ปากบางนกระทุงตำบลต้นโพธิ์ ต่อมาในปี 2439 ได้ย้ายไปอยู่ที่ตำบลบางพุทรา สิงห์บุรีแม้จะเป็นจังหวัดเล็กๆ แต่ก็เป็นที่ดินแดนประวัติศาสตร์ที่เคยเป็นสมรภูมิรบที่ห้าวหาญของสายเลือดไทยที่เด็ดเดี่ยวสามารถใช้กลยุทธ์และหัวใจที่เสียสละเพื่อชาติ ปกป้องแผ่นดินไว้เพื่อลูกหลานไทย แม้จะเสียเลือด เสียเนื้อ จนหยดสุดท้ายจากห้วงเวลาของการสู้รบและเหนื่อยยาก มาถึงยุคสมัยของพระพุทธเจ้าหลวง(ร.5) ทรงเสด็จ ประพาสเมืองสิงห์ ชาวบ้านได้มีโอกาสปรุงอาหารถวาย ต้นเครื่อง-แม่ครัว ในยุคนั้นได้สืบทอดวิชาการปรุงอาหารรสเลิศเกิดเป็นตำนานแม่ครัวหัวป่าเมืองสิงห์ จวบจนปัจจุบัน ภูมิปัญญาในการหาเครื่องปรุงไม่ว่าจะเป็นพืช ผักกุ่ม ทุเรียน ปลา ที่สามารถหาได้ในท้องถิ่น ความอุดมสมบูรณ์ของลำน้ำหลายสายเชื่อมโยงการดำเนินชีวิตของชาวบ้านริมน้ำเป็นวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำ ไม่ว่าจะเป็นการกิน การอยู่ การเลี้ยงชีพด้วยการเกษตร จนได้ชื่อว่า "แดนดินแห่งแม่น้ำสาม

สาย" นอกจากจะปรากฏร่องรอยของตำนาน นักรบไทย เรื่องราวในอดีตยังได้กล่าวถึงความเชื่อความศรัทธา ใน พระพุทธศาสนาที่เป็นศูนย์กลางการยึดเหนี่ยวจิตใจ นักรบ และชาวบ้านให้เกิดการฮึกเหิม ตั้งมั่น เด็ดเดี่ยว ปรากฏ เป็นวัดวาอารามเก้เก้ เกจิอาจารย์ชื่อดัง ตลิดจนโบราณสถานทรงคุณค่าให้ประชาชนสักการะตลอด ริมแม่น้ำที่ สร้างมาร่วมสมัยตั้งแต่เมื่อครั้งพระเจ้าอโศกมหาราชทรงเผยแผ่พระพุทธศาสนามายังสุวรรณภูมิให้เราได้สืบค้น เพื่อเรียนรู้ถึงความเป็นไป ที่เปลี่ยนแปลงตามอดีต หลากหลายเชื้อชาติที่พลัดถิ่นจากสงครามเดินทางมาตั้งหลักปัก ฐานกลายเป็นชนพื้นบ้านในแถบ อ.พรหมบุรี หรือชาวลาวเวียง ชาวลาว บ้านแปง ต้นกำเนิด ประเพณีกำฟ้า ประเพณีต่างๆที่มีความคล้ายคลึงกันตามแถบลุ่มน้ำกลายเป็นความสัมพันธ์ทางสายเลือดที่ผสมผสานสืบทอด...มา จนถึงปัจจุบัน ประวัติชาวบ้านบางระจัน

(เข้าถึงจาก: https://www.singburi.go.th/_2017/content/history. สืบค้นวันที่ 4 เมษายน 2567)

2.1.2 ตราสัญลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี



ภาพที่ 2.1 ตราสัญลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

ที่มา : https://www.singburi.go.th/_2017/content/logo. สืบค้นวันที่ 4 เมษายน 2567

2.1.2.1 ความหมายของสัญลักษณ์

ใช้เป็นรูปโครงร่าง ๑๑ วีรชนสีดำ อยู่บนพื้นสีแดงภายในโล่ (เครื่องป้องกันอาวุธ) ชนิดกลม ขอบ โล่ถัดจากพื้นสีแดง มีวงกลมสีขาว สีน้ำเงิน และสีแดง มีขนาดและสัดส่วน เช่นเดียวกับพื้นแถบธงชาติไทยออกไป ตามลำดับ ได้รูปโครงร่างวีรชน มีข้อความ จังหวัดสิงห์บุรี เป็นอักษรสีดำโค้งไปตามส่วนล่างของขอบโล่ กรณี

ระดับตราประจำจังหวัดบนผืนธงให้ตราอยู่ กึ่งกลางผืนธงพื้นสีแดงขนาดมาตรฐานธงชาติไทย และให้ตัดวงกลมสีแดงวงนอกสุดออกเพื่อกลมกลืนกัน

2.1.3 ต้นไม้ประจำจังหวัดสิงห์บุรี



ภาพที่ 2.2 ดอกมะกล่ำ

ที่มา : https://www.singburi.go.th/_2017/content/tree. สืบค้นวันที่ 4 เมษายน 2567

ชื่อพันธุ์ไม้	มะกล่ำต้น
ชื่อสามัญ	Red Sandalwood Tree, Coralwood Tree
ชื่อวิทยาศาสตร์	Adenantha pavonina Linn.
วงศ์	LEGUMINOSAE
ชื่ออื่นๆ	มะกล่ำต้น มะกล่ำตาช้าง (ทั่วไป), มะแค้ก หมากแค้ก (เงี้ยว-แม่ฮ่องสอน), มะแดง มะหัวแดง มะโหดแดง (ภาคเหนือ), บนซี (สตูล), ไพเงินกล้า (นครศรีธรรมราช), ไพ (มลายู-ภาคใต้), มะกล่ำตาไก่ (ภาคเหนือ)
ลักษณะทั่วไป	เป็นไม้ยืนต้นผลัดใบขนาดกลาง สูงประมาณ 5-20 เมตร เรือนยอดเป็นพุ่มกลม ยอดอ่อนมีขนนิ่มสีน้ำตาล ปนเทาใบเป็นใบประกอบ ออกดอกเป็นช่อกลมยาว สีเหลือง มีก้านดอกสั้น กลิ่นหอมเย็น ออกดอกช่วงเดือน มีนาคม- พฤษภาคม ผลเป็นฝักแบน บิดงอคล้ายฝักมะขามเทศ เมล็ดสีแดงแบนกลม

2.1.4 คำขวัญประจำจังหวัด

จังหวัดสิงห์บุรี มีคำขวัญประจำจังหวัด ได้แก่ “ถิ่นวีรชนคนกล้า คู่หล้าพระนอนนามกระฉ่อนช่อนแม่ลาเทศกาลกินปลาประจำปี” ซึ่งกล่าวถึงวีรชนบ้านบางระจัน พระนอนวัดจักรสีห์วรวิหาร ปลาช่อนเจ้าดังของ

จังหวัด คือ แม่ลาปลาเผา ซึ่งสังเกตได้ว่าคำขวัญเป็นการนำการท่องเที่ยวมาแต่งเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ

2.15 อัตลักษณ์ ประจำเมืองสิงห์บุรี อนุสาวรีย์ไกรสรราชสีห์

อัตลักษณ์ประจำเมืองสิงห์บุรี ที่ผู้ในจังหวัดและนักท่องเที่ยวนิยมไปสักการะบูชานอกจากวัดวาอารามต่างๆ ที่เป็นที่ยึดเหนี่ยวทางวัฒนธรรม จุดเด่นประจำเมืองสิงห์บุรี คืออนุสาวรีย์ไกรสรราชสีห์ เหตุในการสร้างก็เพราะต้องการให้สอดคล้องกับความเป็นเมืองแห่งพุทธศาสนา เพราะไกรสรราชสีห์ เป็นสัญลักษณ์แทนศาสนาพุทธ ในสมัยพระเจ้าอโศกมหาราช ดังปรากฏ "เสาอโศก รูปสิงห์" ในประเทศอินเดีย อันหมายถึงต้นตระกูลศากยวงศ์ขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า และเมืองใดปรากฏสัญลักษณ์รูปสิงห์เป็นสำคัญ เมืองนั้นย่อมทะนุบำรุงพระพุทธศาสนาให้เจริญรุ่งเรืองตลอดกาล (เข้าถึงได้จาก <https://www.naewna.com/likesara/511877> สืบค้นวันที่ 17 พฤษภาคม 2567)

เหตุผลในการสร้าง อนุสาวรีย์ไกรสรราชสีห์ มีวัตถุประสงค์ 6 ประการ ดังนี้ (เข้าถึงได้จาก <https://thaitimeonline.com/content0219046101/>. สืบค้นวันที่ 18 พฤษภาคม 2568)

1. เพื่อเป็นสัญลักษณ์ ของจังหวัดสิงห์บุรี และเป็นการระลึกถึงหัวเมืองสิงห์ในอดีต
2. เพื่อเป็นสัญลักษณ์ แทนพระพุทธศาสนา เนื่องจากราชสีห์ เป็นตราประจำศากยวงศ์ของพระพุทธเจ้า ซึ่งเราจะเห็นวัดต่างๆ มักมีราชสีห์ประดับอยู่
3. เพื่อเป็นอนุสรณ์แด่พระมหากษัตริย์ ผู้ริเริ่มสร้างเมืองสิงห์ คือ พระเจ้าไกรสรราช เมื่อราวปี พ.ศ.1650
4. เพื่อเป็นสัญลักษณ์ แทนประชาชน ที่มีมาแต่โบราณ ในกฎหมายตราสามดวง ซึ่งประกอบด้วย ราชสีห์ = ประชาชน , คชสีห์ = ทหาร , บัวแก้ว = พระคลัง ซึ่งต่อมากระทรวงมหาดไทย ได้กำหนดให้ไกรสรราชสีห์ เป็นตราประจำกระทรวง
5. เพื่อเตือนสติให้ประชาชน ระลึกเสมอว่า ไกรสรราชสีห์ คือ สัตว์ 1 ใน 2 ชนิด ที่เคียงข้างค้ำเสาตฉัตรให้กับสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งจะเห็นได้จากตราสัญลักษณ์สำคัญๆ ของพระมหากษัตริย์ ฉะนั้นคนสิงห์ ในฐานะที่อยู่อาศัยในแผ่นดินที่มีชื่อพ้องตรงกับสัญลักษณ์ จักต้อง ซื่อสัตย์ จงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์



ภาพที่ 2.3 แสดงอนุสาวรีย์ไกรสรราชสีห์

ที่มา : <https://www.facebook.com/1673515806195408/photos/1676852192528436/>

สืบค้นวันที่ 18 พฤษภาคม 2567

2.2 แนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

อัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี

อัตลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี มีแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังนี้ (ศรีณพร ชวนเกริกกุล และปริญ ลักษิตามาต.2562.12)

1) จังหวัดสิงห์บุรีมีอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรม โดยเป็น จังหวัดที่มีทุนวัฒนธรรมอยู่เป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีประวัติ ความเป็นมาย้อนหลังที่ยาวนาน มีร่องรอยของชุมชนก่อน ประวัติศาสตร์ต่อเนื่องไปถึงสมัยทวารวดี เรื่อยมาจนถึงสมัย กรุงรัตนโกสินทร์ จึงมีความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรม

2) จังหวัดสิงห์บุรีมีอัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ โดยเป็นจังหวัดที่มีโบราณสถานเก่าแก่ที่สำคัญหลายแห่ง อาทิ เตาเผาแม่น้ำน้อย อำเภอบางระจัน เมืองโบราณบ้านคูเมือง อำเภอ อินทร์บุรี มีศาสนสถานเก่าแก่ที่สำคัญมากมาย อาทิ วัดพระพรางค์ วัดหน้าพระธาตุ วัดโพธิ์เก้าต้น วัดพระนอนจักรสีห์ วัดโบสถ์ วัดพิกุลทอง ซึ่งสถานที่แต่ละแห่งล้วนมีประวัติความเป็นมาที่ น่าสนใจ จังหวัดสิงห์บุรีมีแม่น้ำลำคลองสายประวัติศาสตร์ที่สำคัญ ไหลผ่าน 3 สาย คือ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำน้อยและแม่น้ำลพบุรี จนได้ชื่อว่าดินแดนแห่งแม่น้ำสามสาย มีลำ น้ำที่เชื่อมโยงวิถีชีวิต ของชาวบ้านริมน้ำหลายสายได้แก่ ลำน้ำแม่ลา ลำน้ำการ้อง ลำน้ำเชียงราก นอกจากนี้จังหวัดสิงห์บุรียังมี

โบราณวัตถุตั้งแต่สมัย ยุคก่อนประวัติศาสตร์จนถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ มีพิพิธภัณฑ์ อาทิ พิพิธภัณฑ์บ้านคูเมือง อีกทั้งมีสถานที่ที่เคยใช้เป็นสนามรบ อาทิ บ้านบางระจัน อำเภอค่ายบางระจัน ให้ได้ศึกษา

3) จังหวัดสิงห์บุรีมีอัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิตแบบ เกษตรกรรม โดยเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรน้ำที่เอื้อต่อการเพาะปลูก โดยเฉพาะการปลูกผัก ทำ ไร่ ทำ นา ทำสวน ทำ ประมง ซึ่งเป็นวิถีชีวิต ของชาวสิงห์บุรีตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นจังหวัดนำร่องเกษตร อินทรีย์ ได้ถูกขึ้นชื่อว่าเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์มากที่สุด แห่งหนึ่ง เป็นแหล่งรวมปลาน้ำจืดหลายชนิดที่น่าจะสูญพันธุ์ไปแล้ว แต่ยังคงสามารถเห็นได้ที่จังหวัดสิงห์บุรี นอกจากนี้พื้นที่ทางการเกษตรของจังหวัดสิงห์บุรีมีมาก สามารถสร้างให้เป็นชุมชน ท่องเที่ยวได้ จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งถือเป็นรูปแบบหนึ่ง ของการท่องเที่ยววัฒนธรรม อีกทั้งพื้นที่ทางการเกษตรของ จังหวัดสิงห์บุรี โดยเฉพาะอำเภอพรหมบุรีก็เป็นแหล่งปลูกพืชผัก ปลอดภัย เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถมั่นใจได้ว่าปลอดภัย จากสารเคมี โดยมีความอุดมสมบูรณ์ของหิ้งห้อยเป็นดัชนีชี้วัด คุณภาพน้ำและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสิงห์บุรีได้รับการสำรวจจาก นักกีฏวิทยาและได้รับการยืนยันแล้วว่าเป็นสถานที่ที่มีหิ้งห้อย และมีจำนวนสายพันธุ์ของหิ้งห้อยมากที่สุดในประเทศไทย (Singburi Provincial Agricultural and Cooperatives Office, 2015)

4) จังหวัดสิงห์บุรีมีอัตลักษณ์ด้านศาสนา โดยเป็น จังหวัดที่มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สำคัญมากมายให้สักการะบูชา ซึ่งถือเป็น จุดขายเหนือทุกจังหวัด ในพงศาวดารได้บันทึกไว้ด้วยว่าสิงห์บุรี เป็นสถานที่ซึ่งในหัวเมืองภาคกลางทั้งหมดต้องเดินทางมาเพื่อ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์

5) จังหวัดสิงห์บุรีมีอัตลักษณ์ด้านเทศกาลประเพณี โดยเป็นจังหวัดที่มีการจัดงานเทศกาลประจำ ปี อาทิ งานเทศกาล กินปลาและงานกาชาดจังหวัดสิงห์บุรี การแข่งเรือยาวประเพณี งานวันวีรชนค่ายบางระจัน รวมถึงประเพณีต่างๆ ของคนไทย หลายชาติพันธุ์อาศัยอยู่ร่วมกัน ในจังหวัดสิงห์บุรี ได้แก่ ประเพณี กำ ฟ้า ประเพณีตีข้าวบิณฑ์ ประเพณีปารุปะนัง ประเพณีทำขวัญข้าว หรือพิธีทำขวัญ แม่โพสพ ประเพณีเลี้ยงผีตาบู่ ประเพณีบุญกลางบ้าน หรือ เบิกบ้าน ประเพณีตักบาตรดอกไม้ และถวายสลากภัต ประเพณี แห่ข้าวพันก้อน ประเพณีประดับดิน ประเพณีสารทไทยหรือ ประเพณีกวนข้าวกระยาสารท ประเพณีเพาะกระเจาด ประเพณี อัญเชิญเจ้า ประเพณี ฮารีรายอ ประเพณีกวนข้าวทิพย์ ซึ่งแต่ละ ประเพณีที่มีในจังหวัดสิงห์บุรีล้วนเป็นประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ และมีความน่าสนใจทั้งสิ้น

2.3 การออกแบบมาสคอต

มาสคอต หรือแมสคอต (Mascot) เป็นคำเรียกที่มาจากภาษาอังกฤษ แต่ในภาษาญี่ปุ่นจะเรียกมาสคอตว่า ยुरुเคียวระ (Yuru-kyara) ส่วนใหญ่จะเห็นกันในงานโปรโมตของแต่ละจังหวัด สำหรับประเทศไทย จะมีการเรียกมาสคอตที่หลากหลายกว่า เช่น ตุ๊กตาสัญลักษณ์ การตูนสัญลักษณ์ ตุ๊กตานาโซค สัญลักษณ์นาโซค ตัวนาโซคหรือสัตว์นาโซค มาสคอตถูกออกแบบมาให้ดูมีชีวิตชีวา อาจเป็นได้ทั้งสิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิต ไม่ว่าจะเป็นคน สัตว์หรือสิ่งของบางอย่าง โดยมักจะสื่อแทนถึงความโชคดี สิ่งนาโซค เครื่องราง เป็นต้น สร้างสรรค์ออกมาให้เป็นตัวการ์ตูน โดยการนำไปเผยแพร่สู่สาธารณชน ซึ่งมีให้เห็นกันบ่อย ๆ ตามงานกีฬาระดับโลก เช่น การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การแข่งขันฟุตบอลโลกหรือแม้แต่มัธยมศึกษาเป็นต้น โดยมาสคอตที่ออกแบบมา จะมีความเกี่ยวข้องกับประเทศเจ้าภาพนั้น ๆ มาสคอตประชาสัมพันธ์เมืองหรือประชาสัมพันธ์จังหวัด มาสคอตประจำหน่วยงาน องค์กรหรือบริษัทต่าง ๆ เป็นต้น (ไพโรจน์ ธีระประภา, 2546, น. 11-12)

2.3.1 ประเภทและรูปลักษณ์ของมาสคอต

ความสำคัญของมาสคอต การออกแบบสัญลักษณ์ในลักษณะรูปภาพสัตว์หรือตัวการ์ตูน เป็นจุดเริ่มต้นก่อนที่จะมาเป็นมาสคอตอย่างที่เรารู้จักกันในปัจจุบัน เรา มักจะพบเจอมาสคอตได้บ่อยตามงานกีฬาระดับโลก งานกีฬาโรงเรียน มหาวิทยาลัย งานแสดงสินค้าและพบเห็นได้บ่อยจากงานเปิดตัวสินค้าใหม่ หรือใช้สำหรับการสร้างสีสันให้กับงานอีเวนต์ มาสคอตจะช่วยสร้าง ความน่าสนใจให้กับแบรนด์ หน่วยงาน องค์กรและธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจ ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็กหรือกลุ่มสตาร์ทอัพ ธุรกิจเหล่านี้ ล้วนต้องการให้ธุรกิจของตนเองเป็นที่สนใจ เกิดภาพจดจำของแบรนด์หรือ สินค้า

มาสคอตที่มีรูปร่างเหมือนคน มาสคอต ที่มีรูปร่างเหมือนสัตว์ มาสคอตที่มีรูปร่างเหมือนวัตถุสิ่งของ มาสคอต ที่มีรูปร่างเหมือนพืชผัก อาหาร มาสคอตที่มีรูปร่างเป็นนามธรรมและ มาสคอตที่มีรูปร่างเป็นมนุษย์ (ประไพพรรณ เป็รื่องพงษ์, 2557, น. 85)

มาสคอต คือ สิ่งหนึ่งที่สามารถเป็นได้ทั้งสิ่งของ มนุษย์หรือสัตว์ แต่ที่พบเห็นโดยมาก เราจะพบเห็นมาสคอตที่เป็นตัวละครสัตว์หรือมนุษย์ โดยรับบทบาทหน้าที่ในการเป็นตัวแทนเพื่อเผยแพร่ออกสู่สาธารณะ โดยประเภทและรูปลักษณ์ของมาสคอตที่พบเห็นในปัจจุบันมีผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบ ได้แบ่งรูปลักษณ์ของมาสคอตออกมาหลากหลาย เช่น รูปคน รูปพืชผักผลไม้ รูปวัตถุสิ่งของและรูปสัตว์ เป็นต้น (ไพโรจน์ ธีระประภา, 2546, น. 12-13)

ในปัจจุบันมีการนำเสนอมาสคอตออกมาให้เป็นรูปธรรมหลากหลาย รูปแบบ เช่น ทำเป็นหุ่น รูปปั้น ตุ๊กตา อยู่ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อ ออนไลน์ ฯลฯ โดยมาสคอตเกิดจากการออกแบบของนักออกแบบกราฟิก ซึ่งจะทำให้การออกแบบสัญลักษณ์โลโก้ในลักษณะที่เป็นรูปภาพ สัตว์หรือ ตัวการ์ตูนก่อนที่จะมาเป็นมาสคอตอย่างที่เรารู้จักกันในทุกวันนี้ โดย มาสคอตที่เราพบเห็นในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกได้หลากหลายรูปแบบ เช่น รูปแบบจาก

ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Nature and Environment Form) ที่เป็นสิ่งมีชีวิต เช่น บุคคล สัตว์ ผลไม้ ต้นไม้ ดอกไม้



ภาพที่ 2.4 แสดงรูปแบบการออกแบบและประเภทมาตรฐาน

ที่มา : ดร.วราภรณ์ มามี

2.3.2 หลักการออกแบบมาตรฐาน

เป็นวิธีการวิเคราะห์ สังเคราะห์จากหลักเกณฑ์ในโครงการประกวดออกแบบมาตรฐานที่ได้ถูกกำหนดขึ้นมา จากกลุ่มธุรกิจ กลุ่มสตาร์ทอัพ หน่วยงาน โรงเรียน มหาวิทยาลัย ทีมกีฬา หน่วยงานราชการหรือสถาบันต่าง ๆ มา สร้างเป็นหลักการและเป็นแนวทางนำไปสู่ การออกแบบมาตรฐาน ที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยหลักการออกแบบมาตรฐานเป็นหลักการที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ เป็นเกณฑ์ ข้อพิจารณา แนวทางหรือหลักใน กระบวนการออกแบบ มาตรฐาน ซึ่งทำให้กระบวนการออกแบบมีการต่อยอดทางความคิด อย่างเป็นระบบระเบียบ มากขึ้น ซึ่งวิธีการนี้จะช่วยให้ผู้ออกแบบแต่ละท่านสามารถอ้างอิงหลักการเดียวกันอย่างมีมาตรฐานดังต่อไปนี้

“ความคิดสร้างสรรค์ ง่ายต่อการจดจำ สามารถนำไปใช้งานได้จริง”

2.3.3 องค์ประกอบของการออกแบบมาสคอต

องค์ประกอบสำคัญของมาสคอตที่นักออกแบบควรที่จะต้อง เรียนรู้กัน โดยองค์ประกอบทางศิลปะ มีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ กล่าวถึงสิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ สื่อ ได้แก่ สิ่งที่นักออกแบบนำมาใช้เพื่อ ถ่ายทอดการสร้างสรรค์ผลงานของตนเองให้เป็นที่ประจักษ์แก่ผู้อื่น ส่วนเนื้อหา ได้แก่ เรื่องราวที่ต้องการแสดงออกโดยใช้สื่อที่เหมาะสม และสุนทรียธาตุ คือ ความสวยงาม ความแปลกหูแปลกตาและความน่าทึ่ง (ไพโรจน์ ธีระประภา, 2546, น. 5) ประกอบไปด้วยองค์ประกอบเช่นเดียว กับศิลปะแขนงอื่น ซึ่งมีอยู่ 4 องค์ประกอบหลัก ดังนี้ 1. รูปร่างและรูปทรง (Shape and Form) 2. วัสดุและพื้นผิว (Material and Texture) 3. สีและความรู้สึก (Color and Mood) 4. ขนาดและสัดส่วน (Size and Proportion)

2.3.4 การประเมินคุณภาพของมาสคอต

การออกแบบมาสคอตควรมีเครื่องมือที่จะใช้ในการประเมินคุณภาพของมาสคอตที่ได้ทำการออกแบบมา เครื่องมือประเมินคุณภาพ ในการออกแบบมาสคอตถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นมาตรฐาน ซึ่งผู้ออกแบบไม่ควรมองข้ามเพราะมาสคอตนั้น ถือได้ว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากกับภาพลักษณ์ของแบรนด์หน่วยงาน องค์กร ธุรกิจ ไม่ว่าจะ เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็กหรือ กลุ่มสตาร์ทอัปก็ตาม โดยธุรกิจเหล่านี้ ล้วนต้องการให้ตนเองเป็นที่สนใจ และเพิ่มความน่าสนใจให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้และจดจำมากขึ้น ดังนั้น กระบวนการประเมินคุณภาพของมาสคอต จึงถือเป็นกระบวนการที่มี ความสำคัญสูง เมื่อเราต้องการได้ผลงานที่มีคุณภาพสูง จึงมีความจำเป็นต้องใช้การทำงานที่มีประสิทธิภาพ ผู้ออกแบบจำเป็นต้องมีการออกแบบเครื่องมือ สำหรับการประเมินคุณภาพที่ดี มีเกณฑ์และหลักการที่ใช้ ในการประเมินที่น่าเชื่อถือ

2.3.5 กระบวนการออกแบบมาสคอต

มาสคอตเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถสร้างภาพลักษณ์และ เป็นเครื่องมือที่ไม่ควรมองข้าม ในการช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับแบรนด์ หน่วยงาน องค์กร ธุรกิจ ไม่ว่าจะ เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาด เล็กหรือกลุ่มสตาร์ทอัป ธุรกิจเหล่านี้ ล้วนต้องการให้ตนเองเป็นที่สนใจ เพิ่มความน่าสนใจให้แก่กลุ่มผู้บริโภคให้หันมามองมากขึ้น ดังนั้น จึงต้องคำนึงถึงกระบวนการออกแบบ เมื่อเราต้องการได้ผลงานที่มีคุณภาพ ผ่านการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เราจำเป็นต้องมีการออกแบบกระบวนการที่ดี กระบวนการที่ดีจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อแบรนด์ต่าง ๆ เช่น การประหยัดเวลา ประหยัดทรัพยากร ประหยัดงบประมาณ เป็นต้น สิ่งที่เราต้องพิจารณามี 3 ข้อใหญ่ ๆ คือ การระดมความคิด การร่างแบบและการสร้างงานจริง (ไพโรจน์ ธีระประภา, 2546, น. 5)

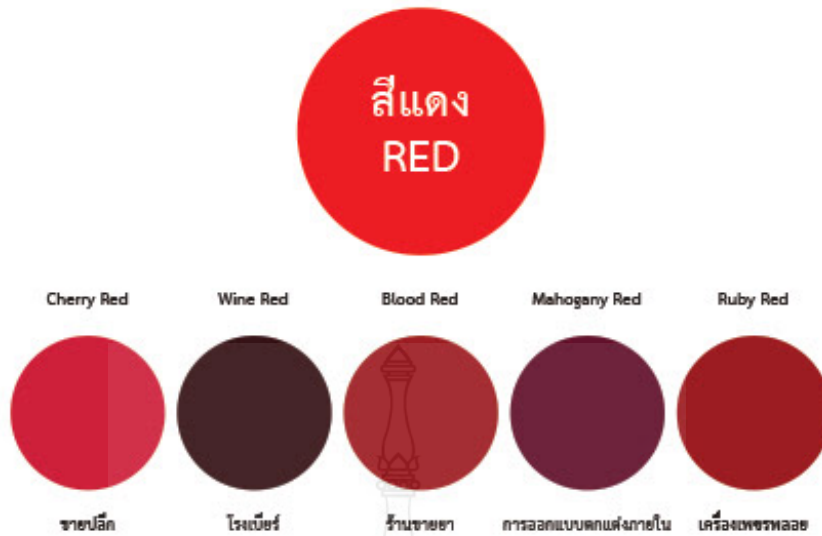
ขั้นตอนการระดมความคิด สิ่งที่นักออกแบบต้องพิจารณาในส่วนของขั้นตอนการระดม ความคิด ประกอบไปด้วย รายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การเก็บข้อมูล
2. การค้นหาข้อมูล
3. การจำแนกข้อมูล
4. การสร้างแนวคิดในการออกแบบ
5. การพัฒนาแนวความคิด
6. การคัดเลือกรูปแบบหรือแนวคิดที่เหมาะสม
7. การหยิบแต่ละแนวคิดมาทำตามแนวคิด
8. การเลือกหาสิ่งตลใจในการออกแบบ

2.3.6 บุคลิกภาพ สีและอารมณ์ของมาสคอต

มาสคอตช่วยสร้างความสุข ให้ความรู้และช่วยสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคได้หลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นงานอีเวนต์ การเปิดตัว สินค้าใหม่ ในโอกาสและเทศกาลต่าง ๆ หรือการนำมาสคอต ไปใช้ในการโฆษณาทาง โทรทัศน์ คลิปวิดีโอ ทำเป็นสติ๊กเกอร์ LINE การ์ตูนแอนิเมชัน Applications Games Music VDO ออกรายการ TV รวมไปถึงการผลิตเป็นสินค้า ของที่ระลึก ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ช่วยทำให้สินค้าหรือบริการขององค์กรเป็นที่ยอมรับ สร้างความน่าสนใจและช่วยตอกย้ำภาพลักษณ์ขององค์กรให้กับผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งการออกแบบมาสคอตนั้นควรคำนึงถึงเรื่องของการออกแบบ บุคลิกภาพ สีและอารมณ์ของ มาสคอตด้วย เพื่อเป็นการสื่อสารให้กับผู้บริโภคได้เข้าใจและเข้าถึง กลุ่มธุรกิจ กลุ่มสตาร์ทอัพ หน่วยงาน ทีมกีฬา โรงเรียน มหาวิทยาลัย หน่วยงานราชการ องค์กร หรือสถาบันต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น

ความหมายของสีกับการนำไปใช้งาน สีถึง พลัง อันตราย ความแข็งแกร่ง อำนาจ พลังขับเคลื่อน ความมุ่งมั่น ความรัก อารมณ์ปรารถนาที่ร้อนรุ่ม ความ หลงใหล ความร่ำร้อน ตื่นเต้นและกระตือรือร้น เป็นต้น พบได้ใน แบรินด์ธุรกิจฟาสต์ฟู้ด แบรินด์อาหาร แบรินด์เครื่องดื่ม แบรินด์เครื่องประดับ แบรินด์สินค้าหรูหรา แบรินด์ สินค้าชายปลีก แบรินด์โรงเบียร์ แบรินด์ร้านขายยา แบรินด์การออกแบบตกแต่งภายใน การโฆษณาและ การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น



ภาพที่ 2.5 แสดงตัวอย่างการใช้สีและแปลความหมายของสี

ที่มา : ดร.วราภรณ์ มามี

2.3.7 วัสดุและการผลิตมาสกอต

ในปัจจุบันธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและผลิตมาสกอต มีผู้ประกอบการจำนวนมาก โดยมาสกอตแต่ละตัวนั้นจะมีราคาตั้งแต่ หลักหมื่นไปจนถึงหลักแสนบาท ซึ่งราคาในการออกแบบและผลิต จะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบชิ้นส่วนของมาสกอต โดยในการผลิตมาสกอตแต่ละตัว ต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิต วัสดุและอุปกรณ์ต่าง ๆ จำนวนมาก ซึ่งวัสดุ ที่เลือกใช้ในการผลิตมาสกอตมีผลต่อความสะอาดสวยงามของ ผู้สวมใส่ชุด ความทนทาน อายุการใช้งานของชุดแต่งกาย ค่าใช้จ่ายของ ชุดแต่งกาย คุณภาพและความประณีตของงานที่แตกต่างกัน รวมไปถึงระยะเวลาที่ ลูกค้านำมาสั่งงาน ก็ส่งผลให้ชุดแต่งกายจะมีราคา แตกต่างกันไป ลูกค้านำมาสั่งงานมักเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ หรือองค์กร ที่มักจะสั่งผลิต คราวละจำนวนมาก เพื่อป้องกันการชำรุดเสียหายหรือการนำไปใช้ได้ ทีละหลายตัวพร้อมกัน (บริษัทโลคมี จำกัด, 2557, ออนไลน์) โดยการผลิตมาสกอตควรคำนึงถึงน้ำหนัก ส่วนสูงของมาสกอตและผู้สวมชุด เป็นหลักสำคัญ โดยผู้ผลิตต้องวัดตัวผู้สวมใส่เพื่อกำหนดขนาดและโครงสร้างของผู้สวมใส่ชุดมาสกอต อีกทั้งต้องวัดความสูงของ ผู้สวมชุด ทั้งเพศชายและหญิง โดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 160-175 เซนติเมตร มาสกอต ส่วนใหญ่จะมีน้ำหนักตั้งแต่ 3-10 กิโลกรัม โดยแต่ละตัวควร จะมีการติดตั้งพดลระบายอากาศขนาดเล็กไว้ภายในชุด ซึ่งกระบวนการผลิตต่อชุดแต่งกายมาสกอตจะใช้ระยะเวลาประมาณ 30 วัน (ปณชัย อารีเพิ่มพร, 2560, ออนไลน์)



ภาพที่ 2.6 การใช้เลือกวัสดุในการผลิตมาสคอต

ที่มา : ดร.วราภรณ์ มামী

2.3.8 การนำมาสคอตไปใช้ประโยชน์

การนำมาสคอตไปใช้ประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารเรื่องราวของ หน่วยงานผ่านการแสดงในกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถพบเห็นได้บ่อยครั้ง จากงานเปิดตัวสินค้าใหม่หรือใช้สำหรับการสร้างสีสันให้กับงานอีเวนต์ ในโอกาสและเทศกาลต่าง ๆ ส่งผลต่อการสร้างบรรยากาศที่ดี ช่วยกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกรื่นเริงสนุกสนาน ความจดจำ สะดุดตาน่าสนใจ มีเสน่ห์และ เป็นที่ชื่นชอบต่อผู้พบเห็น ช่วยให้กลุ่มผู้บริโภคหันมามองสินค้าได้เด่นชัด มากขึ้นเพราะมาสคอตสามารถเคลื่อนไหวและสร้างปฏิสัมพันธ์ ในลักษณะ การเดินเข้าไปทักทายผู้คนได้ ซึ่งปัจจุบันแทบทุกแวดวงอาชีพนั้นได้มี การนำมาสคอตไปใช้ประโยชน์อย่างหลากหลาย (กะรัตเพชร บุญชูวิทย์และ วรัญญู คุรุจิต, 2561, น. 45)

โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบได้ให้ ข้อมูลเพิ่มเติมว่า การมีตัวการ์ตูนที่แสดงตราสินค้าเป็นของตัวเอง จะสามารถช่วยสร้างรายได้มหาศาลให้กับแบรนด์ หน่วยงาน องค์กรและ ธุรกิจ โดยไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็กหรือกลุ่ม สตาร์ทอัพที่ยังช่วยสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคได้อย่างยาวนาน ตาม

เป้าหมายที่ต้องการ โดยเป็นตัวแทนของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความทันสมัย เป็นต้น ซึ่งมาศคอตนั้นจะช่วยสร้างเนื้อหาและความบันเทิง เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายและสะท้อนบุคลิกภาพของ องค์กรด้วย ช่องทางการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ได้ (จิรัชศักดิ์ จงศรีรัตนกุล, 2560, น. 7)

2.4 การออกแบบตัวอักษร

การออกแบบตัวอักษรถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบโลโก้ การใช้รูปทรงไม่เพียงแต่ช่วยให้เราสื่อสารด้วยวาจาได้เท่านั้น แต่ยังสามารถถ่ายทอดบุคลิกของแบรนด์ผ่านภาพได้อีกด้วย Elias Mule เป็นนักออกแบบกราฟิกที่เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์และตัวอักษร ในบล็อกนี้ เราจะแนะนำหลักการออกแบบตัวอักษรพื้นฐาน 10 ประการสำหรับการสร้างโลโก้ที่น่าจดจำ หลักเหล่านี้สามารถนำไปใช้กับตัวอักษรทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะใช้หรือไม่ใช้เซอริฟ อักษรเอียง อักษรโมนอสเปซ หรือการแสดงตัวอักษร (ซึ่งมักใช้กับโลโก้)

2.4.1 โครงกระดูก

นี่คือเส้นภายในที่กำหนดโครงสร้างพื้นฐานของตัวอักษรของคุณ เส้นนี้มีอยู่ด้วยเหตุผลเดียวกับโครงกระดูกมนุษย์ ในแง่กายวิภาค ตามที่ Elias กล่าวไว้ เส้นนี้เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการหาแนวทางในการเชื่อมโยงตัวอักษรและกำหนดลักษณะต่างๆ เช่น ความสูงและความกว้าง

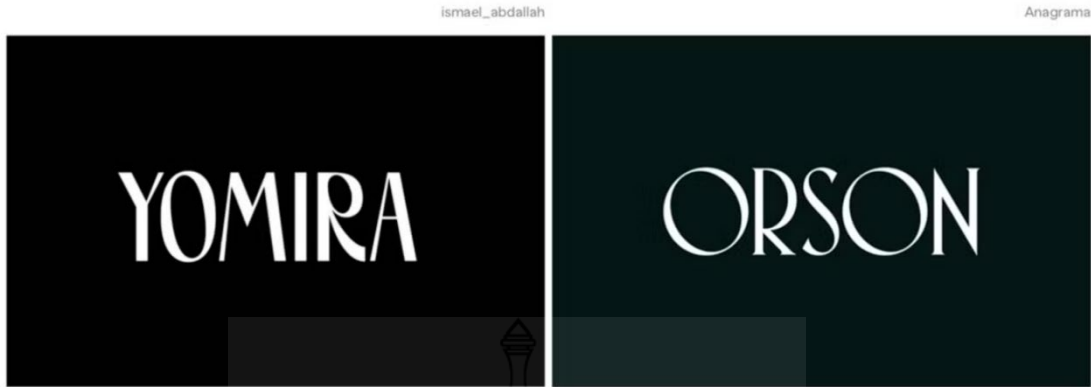


ภาพที่ 2.7 การออกแบบโครงสร้างตัวอักษรโดยใช้วิธีโครงกระดูก

ที่มา : <https://www.domestika.org/en/blog/5507-10-basic-typography-design-principles-for-creating-memorable-logotypes>

2.4.2 สัดส่วน

ความกว้างของตัวอักษรจะช่วยกำหนดบุคลิกของโลโก้ของคุณ คุณควรตัดสินใจเกี่ยวกับสัดส่วนที่จะใช้ใน ตอนเริ่มต้นกระบวนการและรักษาสัดส่วนให้สม่ำเสมอในตัวอักษรทั้งหมดที่คุณสร้างขึ้น แบบอักษรที่มีสัดส่วน สมัยใหม่ได้รับการออกแบบมาเพื่อให้ตัวอักษรแต่ละตัวมีความกว้างทางเรขาคณิตเท่ากัน ในสัดส่วนแบบโรมัน ตัวอักษรจะพอดีกับกล่องหรือครึ่งกล่อง และมักใช้เพื่อให้โลโก้ดูคลาสสิกมากขึ้น



ภาพที่ 2.8 การออกแบบตัวอักษรโดยใช้สัดส่วน

ที่มา : <https://www.domestika.org/en/blog/5507-10-basic-typography-design-principles-for-creating-memorable-logotypes>

2.4.3 ตาราง

เหล่านี้เป็นชุดบรรทัดที่จะช่วยให้คุณตัดสินใจได้ว่าตัวอักษรของคุณมีลักษณะสำคัญอย่างไร เมื่อทำงานกับการจัดวางตัวอักษร คุณไม่จำเป็นต้องปฏิบัติตามตารางอย่างเคร่งครัด โดยการตัดแปลงกฎเกณฑ์ คุณมักจะทำให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์โดดเด่นกว่าคู่แข่ง



ภาพที่ 2.9 การออกแบบตัวอักษรโดยใช้ตาราง

ที่มา : <https://www.domestika.org/en/blog/5507-10-basic-typography-design-principles-for-creating-memorable-logotypes>

2.4.4 ความแตกต่าง

การเล่นกับการขีดเส้นในตัวอักษรเพื่อสร้างความแตกต่างยังช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้กับโลโก้ของคุณอีกด้วย คุณสามารถทดลองได้มากเท่าที่คุณต้องการ トラバドที่ตัวอักษรของคุณอ่านออกได้ตลอดเวลา นี่คือนกฏข้อแรกเมื่อออกแบบโลโก้



ภาพที่ 2.10 การออกแบบโดยใช้ความแตกต่าง

ที่มา : <https://www.domestika.org/en/blog/5507-10-basic-typography-design-principles-for-creating-memorable-logotypes>

2.4.5 รูปทรงและพื้นที่ว่าง

รูปร่างคือพื้นที่ที่ตัวอักษรใช้ ช่องว่างรอบ ๆ และระหว่างตัวอักษรคือพื้นที่ว่าง คุณสามารถใช้พื้นที่ว่างนี้เพื่อเพิ่มรายละเอียดที่ไม่คาดคิดซึ่งช่วยเสริมการสื่อสารและทำให้โลโก้ของคุณน่าจดจำยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2.11 การออกแบบตัวอักษรรูปทรงและพื้นที่ว่าง

ที่มา : <https://www.domestika.org/en/blog/5507-10-basic-typography-design-principles-for-creating-memorable-logotypes>

2.4.6 หลักการท่อน้ำดี

แม้ว่าคำศัพท์นี้จะมาจากการประดิษฐ์อักษร แต่ก็สามารถนำไปใช้กับการออกแบบแบบอักษรสำหรับโลโก้ได้เช่นกัน การปรับจังหวะและความเร็วในการขีดช่วยให้คุณถ่ายทอดแบรนด์ผ่านตัวอักษรได้



ภาพที่ 2.12 การออกแบบโดยใช้หลักการท่อน้ำดี

ที่มา : <https://www.domestika.org/en/blog/5507-10-basic-typography-design-principles-for-creating-memorable-logotypes>

2.4.7 หลักการผูกเชือก

การผูกตัวอักษรหมายถึงการเชื่อมตัวอักษรสองตัวหรือมากกว่าเข้าด้วยกัน มักใช้เพื่อให้รูปร่างในแบบอักษรและโลโก้ดูสง่างามมากขึ้น หากทำได้ดีและเรียบง่าย จะสามารถสร้างผลกระทบที่ยิ่งใหญ่และทำให้โลโก้ของคุณมีลักษณะเฉพาะตัว



ภาพที่ 2.13 การออกแบบโดยใช้หลักการผูกเชือก

ที่มา : <https://www.domestika.org/en/blog/5507-10-basic-typography-design-principles-for-creating-memorable-logotypes>

2.4.8 เซอร์ฟ

นี่คือเส้นตกแต่งเล็กๆ ที่เพิ่มเข้าไปที่ปลายก้านหรือแขนของตัวอักษรของคุณ มีหลายประเภท เช่น แบบเก่า แบบเปลี่ยนผ่าน แบบดีโตน แบบรูปสัญลักษณ์ แบบเรขาคณิต และแบบสี่เหลี่ยม คุณสามารถใช้เส้นเหล่านี้เพื่อเพิ่มเอกลักษณ์ให้กับแบบอักษรได้ นอกจากนี้ยังทำให้โลโก้ของคุณโดดเด่นขึ้นด้วย



ภาพที่ 2.14 การออกแบบโดยใช้หลักการเซอร์ฟ

ที่มา : <https://www.domestika.org/en/blog/5507-10-basic-typography-design-principles-for-creating-memorable-logotypes>

2.4.9 ใช้แกน

เส้นนี้มองไม่เห็นซึ่งแบ่งรูปทรงกลมที่ประกอบเป็นตัวอักษรของคุณจากบนลงล่าง ณ จุดที่บางที่สุด เส้นนี้สามารถตั้งตรงหรือเอียงก็ได้ ในการออกแบบที่มีตัวอักษรทรงกลมจำนวนมาก เช่นที่แสดงด้านล่างนี้ น่าสนใจที่จะเห็นว่าการเคลื่อนแกนจะสร้างเอฟเฟกต์ที่แตกต่างกันอย่างไร



ภาพที่ 2.15 การออกแบบโดยใช้แกน

ที่มา : <https://www.domestika.org/en/blog/5507-10-basic-typography-design-principles-for-creating-memorable-logotypes>

2.4.10 ใช้วิธีกับดักหมึก

เทคนิคนี้ใช้ในการออกแบบตัวอักษรเพื่อการพิมพ์เพื่อป้องกันไม่ให้หมึกกระจายตัวมากเกินไป ปัจจุบันเทคนิคนี้ได้รับความนิยมในโลกดิจิทัล และสามารถทำให้โลโก้ของคุณดูแปลกและน่าจดจำมากขึ้น

Anagrama



ภาพที่ 2.16 การออกแบบโดยใช้หลักการกับดักหมึก

ที่มา : <https://www.domestika.org/en/blog/5507-10-basic-typography-design-principles-for-creating-memorable-logotypes>

2.5 ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

2.5.1 ของที่ระลึกกับนักออกแบบ

นับตั้งแต่อดีต ของที่ระลึกถูกออกแบบและสร้างสรรค์ขึ้นโดยบุคคลเป็นจำนวนมาก ซึ่งบุคคลผู้เกี่ยวข้องเหล่านั้นได้ออกแบบสร้างสรรค์ขึ้นด้วยพฤติกรรม สาเหตุและจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน จากพฤติกรรมจากการออกแบบสร้างสรรค์ เราอาจกำหนดแบ่งบุคคลผู้ออกแบบเหล่านั้นได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ คือ

2.5.1.1 บุคคลผู้ออกแบบสมัครเล่น จัดว่าเป็นบุคคลกลุ่มใหญ่ที่มีอยู่โดยทั่วไป ลักษณะพฤติกรรม การสร้างสรรค์ผลงานเป็นการสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการเป็นครั้งคราว ไม่ได้มุ่งหวังไปถึงการสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อจัดจำหน่ายหรือยึดถือเป็นอาชีพหลัก ส่วนใหญ่อาศัยเวลาว่างประดิษฐ์ดัดแปลง สร้างสรรค์ผลงานขึ้นเพื่อแจกจ่ายให้กับบุคคลผู้เกี่ยวข้องเท่านั้น

2.5.1.2 นักออกแบบประเภทช่างฝีมือ ช่างฝีมือส่วนหนึ่งพัฒนามาจากนักออกแบบสมัครเล่นที่มีทักษะและความชำนาญ และอีกส่วนหนึ่งมาจากการฝึกฝนทางด้านการฝีมือโดยตรง ของที่ระลึกเดิมที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันนั้นส่วนมากมาจากช่างฝีมือ ซึ่งต่างก็คิดประดิษฐ์ทำกันขึ้นมาเอง โดยคิดหรือเห็นว่าแบบไหนสวยก็ลงมือทำขึ้นมาขาย ไม่ได้มีการคิดในเรื่องทฤษฎีหรือเหตุผลอื่นๆ ดังนั้นรูปแบบของที่ระลึกที่ถูกสร้างขึ้นโดย

ช่างฝีมือมักจะเป็นงานหัตถกรรมที่มีรูปแบบที่เคยทำอะไรทำกันตลอด ไม่ค่อยมีการประดิษฐ์คิดค้นหาแบบใหม่ๆ ออกมา เป็นแบบธรรมดาที่มีอยู่ทั่วไปตามท้องตลาด ที่เป็นเช่นนี้ผู้ผลิตไม่รู้ถึงความสำคัญของการออกแบบ ด้วยขาดการศึกษาอบรม ขาดความชำนาญที่จะดัดแปลงสิ่งใหม่ๆ ทั้งยังขาดการศึกษาค้นคว้าในตลาด และไม่คำนึงถึงรสนิยมของประชาชนทั่วไป

2.5.1.3 นักออกแบบประเภทศิลปิน ศิลปินมักจะออกแบบสร้างสรรค์ผลงานในลักษณะศิลปะบริสุทธิ์ โดยไม่ได้มุ่งหมายที่จะขายเพราะผลผลิตนั้นเป็นเครื่องมือในการแสดงออกส่วนตัว (self-expression) มากกว่าผลิตสร้างขึ้นเพื่อการมุ่งขายแลกเปลี่ยน ดังนั้นผู้ใดจะซื้อหรือไม่ งานนั้นจะนำไปประโยชน์ได้อย่างไรหรือไม่นั้น ศิลปินย่อมจะไม่คำนึงถึง เพราะออกแบบสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อนำความพึงพอใจและความสุขส่วนตัวมาเป็นประการสำคัญ ดังนั้น งานของที่ระลึกประเภทงานศิลปกรรมจึงมักไม่ค่อยมีปรากฏในตลาด ถ้ามีผลงานนั้นก็อาจมีราคาแพง

2.5.1.4 นักออกแบบอุตสาหกรรม นักออกแบบประเภทนี้เป็นบุคคลที่สามารถออกแบบอย่างสร้างสรรค์ สร้างสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคส่วนมากได้ 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. วัตถุดิบ วัตถุดิบชนิดต่างๆ ไม่ว่าจะมาจากสัตว์หรือพืช หรือสินแร่ ต่างก็มีคุณภาพแตกต่างกันออกไป เมื่อนำมาใช้ประโยชน์ทางการผลิต วัตถุดิบบางชนิด เช่น เหล็กมีความแข็งแรงมาก ดินเปี้ยวมีความอ่อนนุ่มมาก เงินทำเป็นแผ่นบางๆ และแบนได้ ไม่ไผ่เป็นเส้นไปตามทางยาวเดียวกัน โลหะบางชนิดมีการยืดและหดตัว ทำให้ติดกันได้โดยความร้อนหรือการบัดกรี วัตถุดิบบางชนิดเช่น เงิน อาจทำให้รูปร่างละเอียดประณีตได้ ดินเหนียวต้องการรูปร่างที่ห่อหุ้มเข้าด้วยกันเพื่อป้องกันการแตกง่าย แก้วมีความสะท้อนแสงและแตกง่าย ดังนั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจะต้องมีความคุ้นเคยกับวัตถุดิบต่างๆ ซึ่งกำลังทำการออกแบบโดยการทดลองทำด้วยตนเอง และทำแบบจำลองหรือผลิตภัณฑ์ตัวอย่างด้วยตนเองทุกชิ้น นักออกแบบจึงจะเข้าใจกับปัญหาต่างๆ ของผู้ผลิต

3. กรรมวิธีการผลิต ตามปกติโรงงานทุกแห่งไม่ว่าจะเป็นโรงงานใหญ่หรือเล็ก จะต้องมีเครื่องผ่อนแรงที่ใช้ในการผลิต อุปกรณ์เหล่านี้มีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับวัตถุดิบที่จะใช้ในการผลิต เช่น กี่ทอผ้า ลีวแกะไม้ แป้นหมุนสำหรับใช้ในการทำเครื่องปั้นดินเผา เหล็กจารใช้สำหรับตกแต่งเครื่องเงินและเครื่องมืออื่นๆ ที่ใช้สำหรับจับยึดวัตถุดิบ หรือเคลื่อนย้ายในขณะที่ทำการผลิต เครื่องมือเหล่านี้ต่างมีหน้าที่จำกัดในการใช้งาน ซึ่งเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องเข้าใจและนำมาคิดเมื่อเวลาออกแบบด้วย โรงงานก็มีความจำกัดในการดำเนินงานเช่นเดียวกัน อาจไม่มีเครื่องมือหรือเครื่องจักรที่จะทำงานละเอียดได้ นักออกแบบจึงจำเป็นต้องคิดค้นหาทางออกที่แน่นอนว่า จะต้องใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์อะไรบ้าง แบบที่ออกแบบไปจึงจะประสบความสำเร็จได้ และเมื่อทำการออกแบบในทุกๆ มุมของผลิตภัณฑ์ นักออกแบบก็ควรจะถามตัวเองเสียก่อนว่า แนใจแล้วหรือว่าส่วนนั้น ส่วนนี้ของแบบกระทำขึ้นได้ หรือส่วนนี้ของแบบจะต่อส่วนกันได้สนิท หรือส่วนนี้จะตกแต่งขั้นสุดท้ายอย่างไร

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

5. การบรรจุหีบห่อ หากนักออกแบบผลิตภัณฑ์จะเป็นผู้ออกแบบหีบห่อด้วยก็จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง คือ ช่วยให้นักออกแบบใช้สีหรือวัตถุ จะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีความยืดหยุ่นต่อสายตาของผู้ซื้อได้ เมื่อต้องการขายผลิตภัณฑ์นั้นที่ร้าน

6. แบบโฆษณา แบบที่ใช้โฆษณาต่างๆ นั้นโดยทั่วไปเป็นหน้าที่ของผู้ทำงานด้านนี้โดยเฉพาะ แต่ในบางกรณีนักออกแบบอุตสาหกรรมก็อาจจำเป็นที่จะต้องทำงานประเภทนี้ด้วย ซึ่งสามารถที่จะช่วยในการโฆษณาผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องยิ่งขึ้น

7. การตกแต่งหน้าร้าน นักออกแบบอุตสาหกรรมต้องมีความสามารถ ที่จะช่วยในการตกแต่งหน้าร้าน ตู้โชว์สินค้าภายในร้าน หรือในงานแสดงสินค้าต่างๆ เพราะนักออกแบบย่อมมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์เหล่านั้นอย่างใกล้ชิด สามารถทำงานด้านนี้ดีกว่าบุคคลอื่น

8. การค้นคว้าเกี่ยวกับตลาด ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบไปแล้วกำลังทำการขายอยู่นั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจะต้องทำการศึกษาต่อไป ในด้านความเป็นไปของกิจการ ในตลาดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยสืบถามผู้ขายและผู้ซื้อว่าผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้นดีหรือไม่ เพียงใด เพื่อจะได้นำข้อมูลเหล่านั้นมาพิจารณาแก้ไขในครั้งต่อไป

9. ลูกค้ำ ปัญหาที่สำคัญของการผลิตผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันนี้ก็คือ ผลิตภัณฑ์นั้นขายไม่ออกหรือไม่เป็นที่พอใจของลูกค้า ดังนั้นนักออกแบบผลิตภัณฑ์จะต้องพยายามออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นๆ ให้เหมาะสมกับกาลเทศะและสิ่งแวดล้อม

10. ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชิ้นหนึ่งๆ จะต้องมีความแข็งแรงให้สมกับราคาที่จะต้องเสียไปเมื่อซื้อหามา นักออกแบบจะต้องคิดอย่างลึกซึ้งถึงการที่จะถูกนำเอาไปใช้สอย วิธีการในการใช้วัสดุดิบและการออกแบบในเรื่องรอยต่อหรือมุมต่างๆ ซึ่งก็มีส่วนช่วยให้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ คงถาวร

11. การบำรุงรักษา บางครั้งผลิตภัณฑ์ชิ้นหนึ่งอาจจะมีความสะดวกและเป็นที่ถูกใจของผู้ใช้ แต่เมื่อใช้ไปในระยะเวลาหนึ่ง สีอาจเริ่มมัวซัว มีลักษณะอันบ่งบอกถึงระยะเวลา อาจเป็นที่ไม่พอใจของผู้ใช้ต่อไป ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาจะต้องได้รับการออกแบบให้สะดวกในการทำความสะอาด ไม่ควรมีซอกมุมอะไรมากนัก ส่วนที่ต้องการความเคลื่อนไหว เช่น ที่ฝากล่อง หรือที่เป็นแป้นหมุน จะต้องออกแบบให้ใช้ได้สะดวก ไม่สะดุด ไม่ว่าจะเป็ระยะเวลาที่สีหมองหรือมัวซัวไปหรือความหมองมัวเกิดขึ้น

12. ประโยชน์ใช้สอย การออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบจำเป็นต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่ใช้ในชีวิตเป็นสำคัญ ผลิตภัณฑ์บางชนิดเช่น เครื่องประดับของสตรี ได้ถูกออกแบบมาเพื่อใช้และทะนุถนอม และผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดก็ย่อมถูกออกแบบด้วยความมุ่งหมายที่จะใช้ประโยชน์ต่างๆ ตลอดไป เช่น กาน้ำชา ใช้สำหรับใส่น้ำชาและรินออก แก้วอึ้งจะต้องทำให้นั่งสบาย แจกันจะต้องใช้ใส่ดอกไม้และน้ำโดยไม่ให้รั่วไหลออกมา ถาดใส่ผลไม้จะต้องให้ใส่ผลไม้ไม่หักล้มตกลงมาข้างนอกได้ง่ายๆ และที่เขี่ยบุหรี่ก็จะต้องมีที่วางบุหรี่ได้ดีไม่ให้หล่นลงมาได้โดยง่าย เป็นต้น ดังนั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจึงจำเป็นต้องทำการทดลอง โดยทำเป็นตัวอย่างขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์อย่างหนัก ลองจับต้องและใช้อย่างจริงจัง เพื่อความแน่ใจว่าสามารถจะนำไปใช้ประโยชน์อย่างจริงจังเสียก่อน

13. ปัญหาเกี่ยวกับความรู้สึกต่างๆ ของผู้บริโภค ลูกค้ำก็เป็นเหมือนนักออกแบบย่อมมีความรู้สึกทางตา หู จมูก การจับต้อง และรสสัมผัส เขาใช้ความรู้สึกเหล่านี้เวลาซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์นักออกแบบจะต้องใช้ความรู้สึกเหล่านี้ในการทำให้ผู้ซื้อพอใจหรือไม่พอใจ นักออกแบบที่ชำนาญมักจะรู้สึกมีความผิดเมื่อออกแบบที่แลดู

ซัดตา แต่นักออกแบบส่วนมากมักมองข้ามความรู้สึกบางอย่างไปเสมอ ตัวอย่างที่เรามี เช่น แก้วที่พนักงานสบาย โต้ะที่ต่ำเกินไป ถ้วยชามที่มีหูแคบล้วนจับไม่ถนัด โคมไฟที่ให้แสงไม่พอหรือมุมที่คมจนบาดผิวหนัง สิ่งเหล่านี้นักออกแบบจะป้องกันได้โดยการวิเคราะห์แยกแยะให้ถี่ถ้วนเสียก่อน และนี่ถึงผลิตภัณฑ์ที่เคยออกแบบมาแล้ว เพื่อนำมาแก้ไขและให้ประโยชน์ในการออกแบบปัจจุบัน (เข้าถึงได้จาก <https://souvenirbuu.wordpress.com> สืบค้นวันที่ 11 พฤษภาคม 2564)

2.5.2 การออกแบบของที่ระลึก

ในปัจจุบันการออกแบบสร้างสรรค์ของที่ระลึกเป็นงานศิลปะที่เป็นลักษณะประยุกต์หรือที่เรียกว่า “ประยุกต์ศิลป์” หรือ “ศิลปะประยุกต์” มิใช่เป็นการสร้างงาน “วิจิตรศิลป์” ทั้งนี้เนื่องจากงานวิจิตรศิลป์ถือว่าเป็นศิลปะบริสุทธิ์ เป็นงานสร้างสรรค์ที่มนุษย์แสดงออกมาเพื่อความงาม ความประณีตละเอียดอ่อน อันก่อให้เกิดอารมณ์ ความซาบซึ้ง สะเทือนใจ และเกิดความประทับใจ มีค่าสูงส่งต่อจิตใจมนุษย์ ซึ่งผู้สร้างสรรค์ผลงานศิลปะในลักษณะนี้จะถ่ายทอดชีวิตจิตใจลงในผลงาน ปรากฏออกมาในลักษณะพิเศษ มีลักษณะเฉพาะตัวต่อศิลปินแต่ละคน แต่งานประยุกต์ศิลป์หรือศิลปะประยุกต์ เป็นลักษณะที่มนุษย์นำเอาวัสดุและเรื่องราวต่างๆ มาผสมกลมกลืน ประუნแต่ง ดัดแปลงสร้างสรรค์ขึ้นให้มีคุณค่าทางความงาม ทางการใช้สอยให้เป็นประโยชน์แก่ชีวิตประจำวัน การสร้างงานด้านนี้จะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค กาลเวลา สมัยนิยม และองค์ประกอบอื่นๆ อีกหลายประการ ดังนั้นเรื่องราวของการออกแบบของที่ระลึกจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับวิธีการ แนวทาง ความนึกคิด การจัดรวบรวม การลำดับ การเลือกและความริเริ่ม โดยมีวัตถุประสงค์ของรูปแบบที่จะสร้างอยู่ที่ประโยชน์ใช้สอยหรือประดษยชนในการตกแต่งเป็นสำคัญ และให้มีรูปลักษณะของสิ่งที่จะสร้างเป็นสื่อหรือสัญลักษณ์ที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย เร้าใจ มีความเหมาะสม กะทัดรัด ความเป็นระเบียบ และมีความสวยงามเป็นสำคัญ (เข้าถึงได้จาก <https://souvenirbuu.wordpress.com> สืบค้นวันที่ 11 พฤษภาคม 2564)

2.5.3 จุดมุ่งหมายในการออกแบบของที่ระลึก

การที่มนุษย์พยายามสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ขึ้นได้นั้น ย่อมมีสาเหตุอันเป็นที่มาแห่งความคิด ที่จะทำและจุดมุ่งหมายอันเป็นที่ไปแห่งการกระทำ การออกแบบสร้างสรรค์ของที่ระลึกก็เช่นกันย่อมต้องมีสาเหตุและจุดมุ่งหมาย เช่น

1. เป็นการออกแบบเพื่อพัฒนาอาชีพและแข่งขันกันในด้านการผลิต
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 เพื่อความประหยัดและมีประโยชน์ใช้สอย และมีความคงทนถาวร (เข้าถึงได้จาก <https://souvenirbuu.wordpress.com> สืบค้นวันที่ 11 พฤษภาคม 2564)

2.5.4 กระบวนการออกแบบของที่ระลึก

1. กำหนดประเภทของรูปแบบ คือการกำหนดเป้าหมายเบื้องต้นในเรื่องรูปแบบว่าจะให้มีแนวโน้มไปในลักษณะใด เช่น อาจกำหนดให้มีรูปแบบในลักษณะตามประเพณีนิยมก็อาจออกแบบจำกัดให้ชัดเจนไปได้อีกว่ารูปแบบประเพณีนิยมนั้นจะเป็นประเพณีนิยมแบบสากลทั่วไปหรือเป็นรูปแบบประเพณีนิยมเฉพาะของท้องถิ่น ของภูมิภาค ของหมู่บ้าน ฯลฯ หรืออาจกำหนดสร้างให้มีรูปแบบในลักษณะตามสมัยนิยมก็อาจออกแบบจำกัดให้ชัดเจนไปได้ว่าจะจะเป็นรูปแบบที่กำลังนิยมอยู่โดยทั่วไปในปัจจุบันหรือรูปแบบที่กำลังจะเป็นที่นิยมและ

รูปแบบที่พยายามจะสร้างให้กลายเป็นความนิยมขึ้นใหม่ในโอกาสต่อไปและถ้าจะกำหนดเป้าหมายในเรื่องรูปแบบให้เป็นลักษณะเฉพาะนั้นเป็นรูปแบบเฉพาะของอะไร ของบุคคล เหตุการณ์ งาน สถานที่ ฯลฯ

2. เก็บรวบรวมข้อมูล การออกแบบสร้างสื่อสัญลักษณ์สิ่งแทนบุคคล เหตุการณ์ สถานที่หรือแทนสิ่งใดๆ ก็ตาม ผู้ออกแบบควรเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการในการออกแบบให้มีลักษณะสอดคล้องกับความเป็นสิ่งนั้นอย่างแท้จริง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวอาจจะเป็นประวัติเรื่องราว รายละเอียด รูปภาพ หลักฐานเอกสารสิ่งตีพิมพ์ ฯลฯ

3. สำรวจค่านิยม ในปัจจุบันของที่ระลึกมีส่วนผูกพันกับค่านิยม รสนิยมของบุคคลอยู่มาก คำว่า “ค่านิยม” อาจหมายถึงความสนใจ ความพึงพอใจ ความชอบ ความนิยม หน้าที่ ความปรารถนา ความอยาก ความต้องการ ความหมายและความดีความชอบหรือความรู้สึกอื่นที่มนุษย์มีต่อผลผลิต มีต่อการกระทำ สิ่งเหล่านี้มนุษย์ยึดถือไว้สำหรับเป็นแนวทางในการใช้เลือกหรือแนวทางในการจัด การรวบรวมองค์ประกอบของสิ่งต่างๆ เข้าด้วยกันด้วยวิธีการที่เหมาะสม จากคำจำกัดความของคำว่า “ค่านิยม” คำเดียว บางครั้งก็ให้ความหมายต่อการทำงานของมนุษย์เป็นอย่างมากในการออกแบบ เพราะมีส่วนผูกพันกับค่านิยมทั้งตัวนักออกแบบเอง แล้วรวมไปถึงผู้ใช้ผู้บริโภคด้วย ค่านิยมจึงเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการออกแบบสร้างของที่ระลึกอย่างกว้างขวาง ผู้ที่สร้างสรรค์ต้องใส่ใจสังเกตและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยมของผู้บริโภคไว้เป็นพื้นฐานประกอบการตัดสินใจในการออกแบบ

4. การจับประเด็นสำคัญของข้อมูลเพื่อกำหนดรูปแบบ จากข้อมูลที่เก็บรวบรวม ผู้ออกแบบจะต้องนำมาคัดเลือกกลั่นกรองเอาแต่เฉพาะช่วงตอนที่เป็นประเด็นสำคัญ เพื่อถ่ายทอดสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการจับประเด็นสำคัญในข้อมูลนั้นขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบต้องการเน้นย้ำในด้านใด ทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลทั้งหมดอาจเป็นเรื่องราวของความรัก ความพลัดพราก ความปิติยินดี ความตาย ความกล้าหาญ ความเชื่อความศรัทธา ความกล้าหาญวีรกรรม ฯลฯ ซึ่งเรื่องราวอันก่อให้เกิดอารมณ์สะเทือนใจจากข้อมูลเหล่านี้ ย่อมสามารถกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำความทรงจำได้ต่างกัน หากเรื่องราวเป็นที่ประทับใจ ความทรงจำก็จะฝังแน่นยาวนานกว่าเรื่องราวที่เป็นปกติธรรมดา ดังนั้น ผู้ออกแบบจึงควรมีความเข้าใจในการแยกแยะข้อมูลและจับประเด็นความรู้สึกอันถูกกระตุ้นเร้าจากข้อมูลที่ได้ผนวกกับ “ค่านิยม” แปลค่าออกมาเป็นสื่อสัญลักษณ์สิ่งแทน

5. กำหนดคุณค่าและการนำไปใช้ การจับประเด็นของข้อมูลที่เป็นเนื้อหาเรื่องราวเพื่อกำหนดถ่ายทอดเป็นรูปแบบให้สอดคล้องกับค่านิยมนั้น สามารถกระตุ้นเร้าทางความรู้สึกให้เกิดความประทับใจอันเป็นคุณค่าทางความรู้สึกหรือคุณค่าภายใน ส่วนอีกคุณค่าอีกประการหนึ่งที่ผู้ออกแบบควรคำนึงควบคู่กันไปด้วยคือคุณค่าภายนอกหรือคุณค่าทางกายภาพของวัตถุ คุณค่านี้อาจเกิดจากการนำวัสดุที่มีคุณค่าในตัวเองอยู่บ้างแล้วมาสร้างสรรค์เป็นของที่ระลึก เช่น อัญมณี งาม แก้ว ทอง ฯลฯ หรือค่าของงานอยู่ที่ความเก๋ กะทัดรัด แปลกตา สวยงาม มีคุณค่าต่อการมองสมารถบันดาลให้เกิดความภาคภูมิใจ มีสง่าราศี เป็นต้น. และคุณค่าอีกลักษณะหนึ่งก็คือคุณค่า

ที่เกิดจากการนำไปใช้ ในปัจจุบันของที่ระลึกมักออกมาในรูปของสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องประดับ ที่ได้รับการออกแบบให้มีความหมายว่าเป็นของที่ระลึก นับว่าเป็นความคิดที่ดี ผู้รับสามารถใช้ประโยชน์จากของที่ระลึกได้ด้วย ซึ่งดีกว่าตั้งไว้เพื่อคุณค่าทางจิตใจหรือคุณค่าทางความงามเฉยๆ ซึ่งรูปแบบที่ใช้ในการออกแบบอาจดัดแปลงแปรรูปจากสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องประดับที่มีปรากฏอยู่แล้วให้เป็นของที่ระลึก เช่น เอาถ้วยชาม ช้อนส้อม จาน ฯลฯ ย่อขนาดและสัดส่วนลงให้พอเหมาะแล้วกำหนดสัญลักษณ์ของที่ระลึกลงไปก็เป็นของที่ระลึกได้โดยสมบูรณ์

6. ข้อควรคำนึงในด้านการผลิตและการตลาด หากของที่ระลึกที่จะออกแบบนั้นเกี่ยวข้องกับ การจัดจำหน่ายโดยผลิตขึ้นเป็นจำนวนมาก ผู้ออกแบบอาจต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ อีกดังนี้

- ของที่ระลึกนั้นจำเป็นหรือมีคนนิยมหรือไม่ใช้ประโยชน์ได้หรือไม่
- ของที่ระลึกนั้นผลิตขึ้นมาได้ง่ายหรือไม่ วัสดุที่จะนำมาประดิษฐ์นั้นมีอยู่เพียงพอและหาได้ยาก

ง่ายประการใด

- จะใช้วัสดุอะไร สีอะไร การขัดเงาเคลือบผิวอย่างไร
- การนำออกโชว์ การขนส่งทำได้ง่ายหรือไม่ จะต้องจัดใส่หีบห่อหรือจะต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ

ประการใด

- วัตถุดิบอะไร ชิ้นส่วนมากน้อยเพียงใด ต้องใช้เครื่องมืออะไร เครื่องแรงงานเป็นอย่างไร ออกแบบแล้วผลิตขึ้นได้หรือไม่ จะผลิตให้ถูก มีคุณสมบัติดีและรวดเร็วขึ้นได้อย่างไร

- จะซื้อวัสดุได้หรือไม่ ควบคุมคุณภาพได้อย่างไร จะใช้วัสดุอะไรแทนกันได้บ้างและสามารถผลิตวัน

ละเท่าไร เดือนหรือปีละเท่าใด

- ตลาดสินค้าของที่ระลึกนั้นๆ สำหรับคนไทยหรือชาวต่างประเทศ
- ตลาดมีขอบเขตกว้างแคไหน เป็นตลาดท้องถิ่น ทัวประเทศหรือตลาดต่างประเทศ
- จะนำสินค้าออกสู่ตลาดโดยวิธีใด
- ลูกค้าชอบและไม่ชอบอะไร เช่น สี วัสดุ รูปร่าง ลูกค้าน่าต้องการอะไร จำเป็นต้องใช้อะไร

มีความสามารถซื้อได้หรือไม่

- ของที่ระลึกประเภทเดียวกันนี้มีผู้ผลิตแข่งขันรายอื่นหรือไม่ มีอยู่แพร่หลายเพียงไร ราคาเป็น

อย่างไร คุณภาพเป็นอย่างไร และรูปร่างเป็นอย่างไร (เข้าถึงได้จาก <https://souvenirbuu.wordpress.com>

สืบค้นวันที่ 11 พฤษภาคม 2564)

2.6 วัสดุ และกระบวนการผลิตที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ในโครงการวิจัยการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง ผู้วิจัยได้ศึกษาวัสดุที่เหมาะสมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ดังนี้

2.6.1 วัสดุเรซิน (Resin)

2.6.1.1 ประเภทของเรซิน

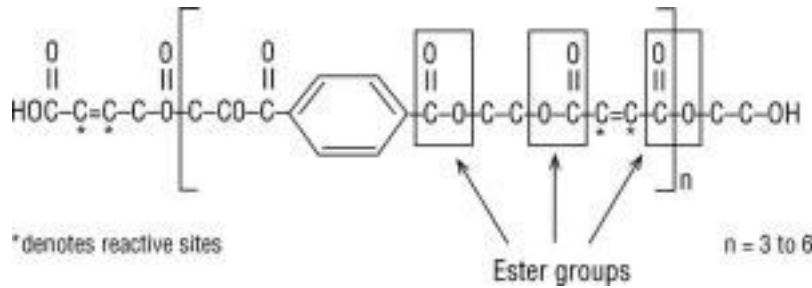
1. **เกรด ออโธ หรือ Orthophthalic** เป็นเรซินหลักที่ใช้กันอยู่ทั่วไป ทั้งใช้ในการหล่อ ธรรมดา หล่อใส เคลือบรูป ถังน้ำ ถังบำบัด กั้นชนรถ หลังคาแผ่นใส ทำได้หมด สารพัดรูปแบบ ไม่ว่าจะขึ้นรูป ด้วยมือทา (hand lay up) ใช้เครื่องพ่น (spray up) ใช้เครื่องพัน (filament winding) หรือแวกคัม (infusion) ก็ได้ทั้งนั้น มีอยู่หลายเกรด หลายเบอร์ในตลาด ถ้าต้องการแบบมีใบ cer ของ Lloyd's ไว้ใช้ทำเรือ หรือแบบมี ใบ cer ของ UL ไว้ทำถังน้ำมันใต้ดินก็จะมีราคาสูงขึ้นตามลำดับ

2. **เกรด ไอโซ หรือ isophthalic** คุณสมบัติทนกรดต่างมากกว่า นิยมใช้ในงานเคลือบถัง หรือเคลือบพื้น ที่ต้องทนการกัดกร่อน และยังนิยมเอามาทำแม่แบบไฟเบอร์กลาสให้มีความทนทาน มากขึ้น

3. **เกรด ไวนิล หรือ vinyl-ester resin** เป็นเรซินที่ทนกรดและต่างที่มีความเข้มข้นและกัด กร่อนสูงที่สุดในกลุ่มเรซิน และมีความแข็งแรงสูงกว่าทั้ง เกรด ออโธ และเกรด ไอโซ ด้วย แน่นนอนว่าที่ราคาสูง กว่า นิยมนำไปทำถัง ท่อ เคลือบพื้น เคลือบท่อ ที่ต้องทนการกัดกร่อนสูง และยังนิยมนำไปทำแม่แบบไฟเบอร์ กลาสเพื่อความทนทานในการใช้งานเช่นเดียวกัน

4. **เกรด อีพ็อกซี่ หรือ epoxy resin** ซึ่งเป็นเกรดที่มีความหลากหลายของการใช้งาน และ สูตรของการใช้ต่างๆ กันไปมากมาย ตั้งแต่ เน้นเรื่องความใสเช่นงานฝากระโปรงคาร์บอน งานเคลือบสติค เกอร์ เรื่องความแข็งแรงที่ใช้ในงานไฟเบอร์กลาสในส่วนที่รับแรงสูงๆ เช่นท่อความดัน ถังแก๊ส ไปจนถึงเน้นเรื่อง แรงยึดเหนี่ยว สำหรับทำกาว ถือเป็นเรซินที่มีความแข็งแรงสูงสุด แต่ก็ยังด้อยกว่าเกรด ไวนิลในแง่การทนการกัด กร่อน

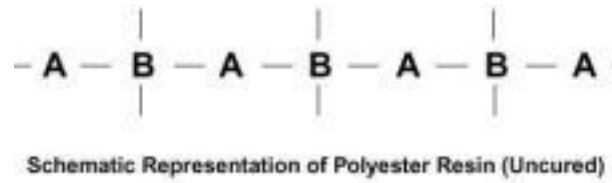
เรซิน orthophthalic และ isophthalic ที่ใช้กันอยู่ทั่วไป โครงสร้างทางเคมีของเรซินจะประกอบไปด้วย กลุ่มเอสเตอ์ (RCOOR') หลายๆกลุ่มตามชื่อว่า โพลี นั้นเอง ให้ดูตามรูปข้างล่างจะเห็นกลุ่มเอสเตอ์ที่แสดงอยู่ใน สีเหลี่ยมโดยเชื่อมกันอยู่ด้วย reactive sites $C=C$



ภาพที่ 2.17 โครงสร้างเคมีเรซิน

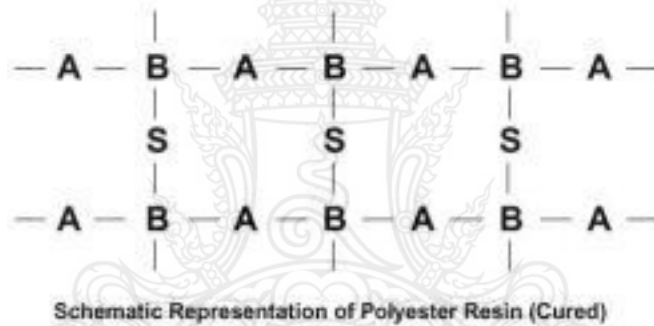
เรซินทั่วไปเราจะเห็นเป็นของเหลวที่มีความหนืด มีสีจางๆ ซึ่งจริงๆก็คือโพลีเอสเตอร์เรซินตามภาพ โครงสร้างโมเลกุลด้านบนที่ละลายอยู่ในสไตรีนโมโนเมอร์ (Styrene Monomer) อีกที โดยสไตรีนโมโนเมอร์นั้นนอกจากจะช่วยลดความหนืดของเรซินอย่างที่เราค้นเคยแล้วมันยังมีหน้าที่หลักในการเชื่อมกลุ่มเอสเตอร์เข้าด้วยกันใน กระบวนการเชื่อมโครงสร้างโมเลกุลเพื่อการแข็งตัวของเรซินอีกด้วย เราเรียกว่ากระบวนการนี้ว่า polymerization กระบวนการนี้สามารถเกิดขึ้นได้เองที่อุณหภูมิห้อง โดยจะเกิดขึ้นอย่างช้าๆ ทำให้เมื่อนานไปเรซินจะเปลี่ยนจากของเหลวหนืดเป็นวุ้นๆ ได้เอง นั่นคือเรซินมีอายุการเก็บที่จำกัด(ผู้ผลิตมักจะแนะนำว่าไม่เกินสามเดือน หกเดือน) กระบวนการแข็งตัวตามธรรมชาตินี้จะช้ามากๆ โดยเรซินจะกลายจากของเหลวหนืดๆ เป็นวุ้นๆ ก้อนๆ ทีละเล็กทีละน้อย กว่าที่จะแข็งตัวหมดใช้เวลาเป็นปีทีเดียว ดังนั้นในการนำเรซินไปผลิตเป็นชิ้นงานเราต้องใช้สารเคมีตัวอื่นเข้ามาเร่งกระบวนการแข็งตัว คือ ตัวเร่งปฏิกิริยา catalyst ตัวช่วยเร่งปฏิกิริยา cobalt

โดยผู้ผลิตเรซินมักจะผสมโคบอลท์มาในเรซินเวอร์ชันใหม่ๆ เพื่อความสะดวกและความปลอดภัยในการใช้งาน 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 2.18 โครงสร้างเคมีเรซินยังไม่แข็งตัว

เมื่อเติมตัวเร่งปฏิกิริยาเข้าไปในเรซิน สไตรีนโมโนเมอร์ S ก็จะเข้ามาเป็นตัวเชื่อมสายโซ่โมเลกุลยาวๆ หลายๆ สายเหล่านี้ให้เป็นโครงตาข่าย 3 มิติ นั่นก็คือการที่เราเห็นเรซินค่อยๆ แข็งตัวเป็นเนื้อเจลจวบจนเมื่อการเชื่อมโครงข่ายโมเลกุลสมบูรณ์ เรซินก็จะกลายเป็นของแข็งที่มีความแข็งแรงสูงดังภาพ



ภาพที่ 2.19 โครงสร้างเคมีเรซินที่แข็งตัวหลังจากได้ตั้งเร่งปฏิกิริยา

แต่เป็นที่น่าเสียดายว่าปฏิกิริยานี้ไม่สามารถย้อนกลับได้ ทำให้เรซินที่แข็งตัวแล้วไม่สามารถทำให้เหลวแล้วนำกลับมาใช้ใหม่ได้เหมือนพลาสติกทั่วไป อีกประการจะสังเกตได้ว่าโครงสร้างโมเลกุลสายยาวของเรซินที่เชื่อมกันในลักษณะขนานกันแบบนี้ทำให้เรซินมีความแข็งแต่เปราะและนั่นเป็นเหตุผลว่าทำไมถึงต้องผสมใยแก้วเข้าไปเสริมความแข็งแรงให้เรซิน ซึ่งก็เปรียบเหมือนการนำเหล็กเส้นเข้าไปช่วยเสริมความแข็งแรงของปูนซีเมนต์ที่มีความแข็งแต่เปราะนั่นเอง

ส่วนการนำเรซินไปใช้นั้น สามารถนำสารเติมเต็ม additive หลากหลายอย่างเข้ามาผสมเพื่อให้คุณสมบัติของเรซินเหมาะสมในการใช้งานแบบต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น ผง แคลเซียม คาร์บอเนต เพื่อช่วยเพิ่มเนื้อ (ลดต้นทุนการผลิต) และช่วยให้ชิ้นงานมีความแกร่งมากขึ้น ผงเบา thixotropic ที่ช่วยลดการไหลของเรซินสำหรับการทำงาน

แนวตั้ง สีสำหรับผสมเรซิน สารป้องกันการลามไฟ สารลดกลิ่น สารป้องกันรังสียูวี เป็นต้น การผสมสารเติมแต่งเรซินจะต้องมั่นใจว่าผสมได้เป็นเนื้อเดียวกันดี ฟองอากาศต้องให้น้อยที่สุด เพราะสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อความแข็งแรงของชิ้นงานที่จะออกมา ส่วนผสมนี้ถือเป็นส่วนสำคัญที่สุดก็ว่าได้ เช่นตัวเร่งปฏิกิริยาที่เกินกำหนดแม้จะทำให้ชิ้นงานแห้งเร็ว แต่ก็อาจทำให้ทำงานไม่ทันเรซินก็เริ่มเป็นเจลต้องเททิ้ง และยังทำให้ชิ้นงานเปราะได้ หรือผงแคลเซียมคาร์บอเนตถ้าใส่มากเกินไปก็จะไปมีผลกระทบต่อทั้งเวลาในการแข็งตัวและความแข็งแรงของชิ้นงานเช่นกัน (เข้าถึงได้จาก: <https://www.jn-transos.com/content/4345สืบค้นวันที่ 11 พฤษภาคม 2564>)

2.6.2 ผ้ายัด สำหรับทำเสื้อยัด

คุณสมบัติของผ้าขึ้นอยู่กับเส้นด้ายที่ใช้ผลิต

เรามาทำความรู้จักกับ ลักษณะและคุณสมบัติของเนื้อผ้า โดยทั่วไปแล้วเส้นด้ายที่ใช้ในการทอผ้านั้น มีอยู่ 3 ประเภท คือ

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

2. **เส้นใยโพลีเอสเตอร์** ทำจากขบวนการทางเคมี เป็นเส้นใยที่มีความเหนียว ทำเป็นผืนผ้าได้ดีไม่ซึมน้ำ เป็นเส้นใยที่ใช้ผลิตผ้ากันมากที่สุดในโลก คุณสมบัติของเส้นใยโพลีเอสเตอร์คือ ทนกรดอ่อนๆทุกชนิดจนกระทั่งกรดรุนแรงอย่างเช่นกรดกำมะถันเข้มข้นถึง 70% แต่เส้นใยชนิดนี้จะไม่ทนต่อแม้ด่างชนิดเจือจางก็สามารถทำให้เส้นใยละลายจน กระทั่งเส้นใยบางลงในที่สุด ข้อเสียของเส้นใยโพลีเอสเตอร์ก็คือ ย้อมสีติดยากที่สุดต้องใช้อุณหภูมิถึง 130 C

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



ภาพที่ 2.20 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 หรือจูติ 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 เห็นเส้นใยฝ้ายฟูบาง	ใส่สบาย ดูดซับเหงื่อ แต่มีปัญหาเรื่องผ้าหดตัว	ไม่ขึ้นขนเป็นเม็ดก้อน แต่จะฟูด้วยคุณลักษณะของเส้นด้าย (เป็นธรรมชาติของฝ้าย)
เส้นด้ายผสม	CVC	cotton70%+ Polyester 30%	มีความยืดหยุ่นสูง มีการระบายอากาศได้ดี เนื้อผ้านุ่ม เห็นเส้นใยฝ้ายฟูบาง	ใส่สบาย กว่า TC ดูดซับเหงื่อไม่หดตัว เหมือน cotton ของเส้นด้าย
	TC	cotton30%+ Polyester 70%	มีความยืดหยุ่นปานกลาง มีการระบายอากาศได้ไม่ค่อยดี	ใส่สบาย กว่า TK ไม่มีปัญหาการหดตัว

			เนื้อผ้าค่อนข้าง นุ่ม เห็นเส้นใย ฝ้ายฟูบาง		
เส้นใย สังเคราะห์	TK	Polyester 100%	มีความยืดหยุ่น น้อย มีการ ระบายอากาศ ได้ไม่ดี เนื้อผ้า เป็นมันเงา	ไม่ค่อยยับเหี่ยว แต่ไม่มีปัญหา การหดตัวของผ้า ยับยาก	ใช้งานระยะหนึ่ง จะเกิดขนเป็น เม็ดก้อน

ลักษณะ และคุณสมบัติของผ้ายดังกล่าวเป็นเพียง 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)

2.6.3 เซรามิก และ แก้ว

2.6.3.1 เซรามิก

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

2.6.3.2 ประเภทเซรามิก

เซรามิกที่นำมาผลิต โดยจะแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. เนื้อเซรามิกชนิดเอิร์ธเอนแวร์ (Earthenware) เป็นผลิตภัณฑ์เซรามิกเคลือบผิวที่ทึบแสง ตัวเนื้อมีความความพรุน จึงทำให้ดูดซึมน้ำได้ มีเนื้อที่ละเอียด สีไม่ขาวมาก ตัวอย่างเช่น หม้อดินเผา กระจ่าง ต้นไม้ 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 มีความแข็งแรง ทนทานมากๆ นิยมนำมาผลิต ถ้วย จาน ชาม และเครื่องประดับ เป็นต้น

2.6.3.2 แก้ว

แก้ว เป็นวัสดุที่เกิดจากการหลอมส่วนผสมของแร่ธาตุและสารประกอบต่างๆแล้วทำให้เย็นลงโดยไม่เกิดการตกผลึก และแก้วยังสามารถถูกจำแนกได้หลายประเภทขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่ใช้และคุณสมบัติการใช้งานที่แตกต่างกันบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากแก้วเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใสสะอาด มองเห็นรูปลักษณ์และสีส่นของผลิตภัณฑ์ภายใน มีความปลอดภัยเพราะไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ สามารถปกป้องรักษาคุณภาพและรสชาติที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดีสีของบรรจุภัณฑ์แก้วที่นิยมใช้กันคือ แก้วใส แก้วสีชา และแก้วสีเขียว แก้วสีชาและสีเขียวมีคุณสมบัติที่พิเศษกว่าแก้วใสคือสามารถกรองแสงอุลตราไวโอเล็ตไม่ให้เข้าไปทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน ดังนั้น เครื่องดื่มบางประเภท เช่น เบียร์ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง และยาซึ่งมีส่วนผสมที่ไวต่อการทำปฏิกิริยากับแสงอุลตราไวโอเล็ตจึงมักบรรจุในขวดแก้วสีชาหรือสีเขียวประเภทของบรรจุภัณฑ์แก้วแบ่งตามคุณสมบัติตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มอก. 501-2527 แบ่งบรรจุภัณฑ์แก้วออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. บรรจุภัณฑ์แก้วประเภท I หมายถึง “แก้วบอโรซิลิเกต” (แก้วที่มีโบรอนไตรออกไซด์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 โดยน้ำหนัก) แก้วบอโรซิลิเกต (borosilicate glass) หรือ แก้วแข็ง (the hard glasses) เป็นแก้วอีกชนิดหนึ่งที่พบได้ทั่วไปในหีบปฏิบัติการ เหตุผล 3 ประการที่เรียกว่าแก้วแข็งเนื่องจาก 1) มีความแข็งแรงทนต่อการกระแทกได้ดี และ 2) ทนความร้อน ทนทานต่อการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิกะทันหัน (thermal shock) ได้ดี และ 3) ยังกทนต่อการกัดกร่อนของสารเคมีต่างๆ ได้หลายชนิด รวมทั้งสารละลายเบสด้วย เช่น โซเดียมไฮดรอกไซด์ NaOH) ในทางการค้าจะพบแก้วบอโรซิลิเกตที่ถูกนำมาใช้ในงานหลายๆ ด้าน เช่น ใช้ทำเป็นกระจกของเตาอบ ฝามือสั๊ก ใช้ทำ

กระจกครอบไฟรถยนต์ และกระจกครอบไฟส่องสว่างที่ใช้ภายในและภายนอกอาคาร ส่วนภายในห้องปฏิบัติการก็ใช้ทำ ปีกเกอร์ ขวดรูปชมพู่ บิวเรตต์ และขวดก้นกลม เป็นต้น โดยผู้ผลิตมี 3 ยี่ห้อด้วยกันคือ Pyrex, Kimax และ Duran แม้ว่าแก้วบอโรซิลิเกตจะทนทานต่อการกัดกร่อนของสารเคมีหลายชนิดก็ตาม แต่มีสารเคมีบางชนิดที่สามารถละลายแก้วบอโรซิลิเกตได้ เช่น กรดไฮโดรฟลูออริก (HF) กรดฟอสฟอริกร้อน (hot H₃PO₄) 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 ถ้าผ่านการทดสอบแล้วว่ามีคุณสมบัติเหมาะสม

3. บรรจุภัณฑ์แก้วประเภท III หมายถึง “แก้วโซดาไลม์” ซึ่งโดยทั่วไปไม่ใช้ทำภาชนะบรรจุยาสำหรับฉีด ยกเว้นยาฉีดที่ทดสอบความคงตัวไว้แล้วว่า ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเมื่อบรรจุยาขณะที่ทำจากแก้วประเภทนี้

4. บรรจุภัณฑ์แก้วประเภท NP หมายถึง “แก้วโซดาไลม์” ที่ใช้ทำภาชนะบรรจุยาที่ได้รับประทาน 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

2.7 หลักการออกแบบที่สัมพันธ์กับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

2.7.1 หลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสินค้าของที่ระลึก (ประเสริฐ ศีลรัตน์.2531 : 142)

2.7.1.1 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 สิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ก็就会有การพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปดังเช่น การสร้างเครื่องปั้นดินเผาที่บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา ได้มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของชาวบ้านกับชาวเมืองจนทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงหลายอย่าง คือ การสร้างเครื่องปั้นดินเผา เดิมสร้างไหปลาร้าเพื่อการใช้สอย ได้เปลี่ยนหน้าที่และรูปแบบมาเป็นรูปนกฮูก ฯลฯ สำหรับใส่หลอดไฟฟ้าหรือสำหรับประดับตกแต่งบริเวณ เปลี่ยนบุคคลผู้ใช้จากชาวบ้านมาเป็นชาวเมือง เปลี่ยนรูปแบบจากดั้งเดิมมาเป็นแบบสมัยใหม่

2. ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

กาลเวลาเมื่อล่วงผ่านไป สภาพสรรพสิ่งย่อมต้องมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาคลี่คลายไปด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นปัจจุบันกาล ซึ่งความเปลี่ยนแปลงในสรรพสิ่งเหล่านี้พอที่จะแยกแยะให้เห็นเป็นระบบตามลำดับแห่งเวลาดังนี้

2.1 ในทางเศรษฐกิจ

ก่อนที่จะมีระบบการใช้เงิน การผลิตสร้างสิ่งต่างๆ ขึ้นก็เพื่อประโยชน์เพื่อความปลอดภัย เพื่อคุณค่าทางความงาม และเพื่อความสะดวกสบายในการใช้เฉพาะตนและสมาชิกในครอบครัวเท่านั้น ผลงานที่กระทำถูกกำหนดขึ้นมาจากความพึงพอใจ และจากคุณค่าเพื่อประโยชน์ใช้สอย ดังนั้น รูปแบบของงานจึงไม่แน่นอน บุคคลสามารถกระทำในรูปแบบที่ต่างกันออกไป เมื่อเป็นงานส่วนตัวผลงานจึงเป็นรูปแบบเฉพาะตัว มีการกำหนดโครงสร้างและลวดลายตกแต่งตามความพอใจ ซึ่งความพอใจนี้ระยะเวลาหนึ่งอาจผูกพันอยู่กับความเชื่อความศรัทธา ที่บุคคลผู้สร้างงานมีต่อสิ่งต่างๆ ด้วยระยะต่อมางานส่วนตัวก็เริ่มเปลี่ยนเข้าสู่งานอาชีพ เมื่อบุคคลบางคนได้ใช้ความสามารถพิเศษในการกระทำผลงานเป็นที่สนใจของคนอื่นๆ เกิดมีความปรารถนาในสิ่งของหรือผลงานนั้นร่วมกัน การกระทำผลงานในเรื่องระบบจำนวนจึงเกิดขึ้น เพื่อตอบสนองการเลือกใช้และการแลกเปลี่ยนผลงานซึ่งกันและกัน แล้วพัฒนามาถึงการแลกเปลี่ยนผลงานกับสิ่งของเครื่องใช้ กับอาหารและกลายเป็นระบบซื้อขายขึ้น เมื่อบุคคลคนหนึ่งได้รับความสำเร็จจากการได้กระทำผลงานขึ้นมา บุคคลอื่นซึ่งก็มีความประสงค์จะได้รับความสำเร็จในผลงานจากการกระทำของเขาบ้าง ระบบการทำงานเพื่อการแข่งขันจึงเริ่มขึ้น การแข่งขันก็มักจะแข่งขันกันในเรื่องของอัตราประโยชน์ก่อน จากนั้นก็มาแข่งขันกันในเรื่องรูปแบบส่วนโครงสร้าง เรื่องของขนาดและสัดส่วน ต่อมาจึงแข่งขันกันในเรื่องของความสะดวกสบายในการ

นำไปใช้ในเรื่องความปลอดภัย และในเรื่องของความสวยงาม 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 เมื่อเวลาแขกไปใครมาก็ยกเขียนหมาก ออกมารับรอง การไปสู้ออกก็มีขันหมากเป็นเครื่องค้ำบั จะเป็นขัน ทอง นาก ถม เงิน ทองเหลือง หรือขันชนิดอะไรก็แล้วแต่ฐานะ และแม้เครื่องยศก็ต้องมีหีบหมากเป็นเครื่องสำคัญ แต่ในปัจจุบันสภาพชีวิต สังคม ความเป็นอยู่เปลี่ยนไป คนที่กินหมากใกล้หมดไป ความนิยมในเรื่องการกินหมากหมดไป ทำให้รูปแบบภาชนะเครื่องใช้รับรองแขกที่เคยเป็นของขวัญของฝาก อย่างเช่น พานหมากหรือเขียนหมาก ตลอดจนเครื่องมืออุปกรณ์ในการทำหมาก ครกทองเหลือง ตะบันหมาก (รูปร่างคล้ายกระบอก ล่างเรียว เป็นทองเหลือง ตปล) กรรไกรผ่า

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

2.7.1.2 การจัดแบ่งประเภทของที่ระลึก

ผลิตภัณฑ์ที่ถูกกำหนดสร้างขึ้นไม่ว่าจะเป็นของบริโภคร เครื่องใช้ไม้สอย เครื่องประดับหรือวัตถุทางศิลปะ ย่อมมีความผูกพันกับวัสดุ ความพร้อมของเครื่องมือ และอิทธิพลของสิ่งต่างๆ ตั้งแต่เริ่มสร้างสืบต่อๆ กันมา เช่น ความผูกพันกับความเชื่อ ศาสนา การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคม 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 อาจพัฒนาดัดแปลงไปบ้างเพื่อความเหมาะสมกับสภาพกาลแต่รูปลักษณะส่วนใหญ่ยังคงแสดงให้เห็นบุคลิกภาพและลักษณะทางวัฒนธรรมของชาติหรือของท้องถิ่นอย่างเด่นชัด

3. รูปลักษณะของที่ระลึกที่สร้างขึ้นตามสมัยนิยม เป็นรูปแบบซึ่งอาจถูกแบ่งค่ามาจากเหตุการณ์ ปรากฏการณ์ ความนิยมในสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งออกมาเป็นรูปแบบ หรือสัญลักษณ์ของเหตุการณ์ หรือสิ่งที่ปรากฏในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มชน กลุ่มหนึ่ง และอาจแพร่ไปยังอีกกลุ่มชนหนึ่งในระยะเวลาหนึ่ง จากนั้นก็เสื่อมความนิยมไปพร้อมกัน มีรูปแบบของสิ่งใหม่เข้ามาแทนที่หมุนเวียนเปลี่ยนไปตามกาลเวลา แต่ละช่วงเวลาที่นิยมนี้เรียกว่า “สมัย” รูปแบบที่ปรากฏในช่วงสมัยหรือช่วงเวลาใดก็เรียก รูปแบบในช่วงเวลานั้นว่าเป็น “รูปลักษณะตามสมัยนิยม”

4. รูปลักษณะของที่ระลึกที่สร้างขึ้นเฉพาะ ของบริโภค เครื่องใช้ไม้สอย เครื่องประดับ หรือวัตถุทางศิลปะที่สร้างขึ้นเฉพาะนี้จะถูกสร้างขึ้นเพื่อจุดมุ่งหมายให้เป็น “ของที่ระลึก” โดยตรง ซึ่งรูปแบบอาจได้รับการออกแบบสร้างเพื่อเฉพาะบุคคล เฉพาะเหตุการณ์ เฉพาะสถานที่ เฉพาะงาน ฯลฯ เช่น

- การสร้างของที่ระลึกประเภทเฉพาะบุคคล อาจเป็นรูป โล่ เหรียญ ถ้วย ฯลฯ ที่ได้รับการออกแบบจัดสร้างขึ้นเพื่อเป็นเกียรติแก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยมอบให้บุคคลนั้นเพื่อเป็นของที่ระลึกเตือนความทรงจำในเหตุผลใดก็ตาม หรือเพื่อจำหน่ายแจกเพื่อเผยแพร่ให้บุคคลอื่นๆ ได้มีไว้เพื่อเตือนใจให้ระลึกถึงบุคคลคนนั้น

- การสร้างของที่ระลึกรูปแบบเฉพาะงาน เป็นการสร้างเฉพาะเพื่อให้ แจก แลก ซื้อขายในงานนั้นๆ โดยตรง เช่น งานแสดงสินค้า งานประกวด งานแต่ง งานศพ งานฉลองครบรอบ งานวัน

เกิด งานเลี้ยงส่ง เลี้ยงรุ่น สังสรรค์ งานศิษย์เก่า ฯลฯ ซึ่งงานเหล่านี้มักจะสร้างสิ่งอนุสรณ์ไว้เป็นลักษณะเฉพาะ เพื่อให้ผู้ร่วมกิจกรรมในงานได้ระลึกถึงเมื่อเวลาผ่านไป

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

- **การกำหนดแบ่งจากวัสดุและเทคนิควิธีการสร้าง** การกำหนดแบ่งของที่ระลึก โดยกำหนดยึดความแตกต่างของวัสดุที่นำมาสร้าง หรือวัสดุชนิดเดียวกัน แต่อาจสร้างเป็นรูปลักษณะขึ้นด้วยเทคนิคหรือวิธีการที่ต่างกัน อาจกำหนดแบ่งออกได้ดังนี้

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

2. **ของที่ระลึกที่สร้างขึ้นจากวัสดุสังเคราะห์** วัสดุสังเคราะห์แต่ละชนิดแต่ละประเภทที่มนุษย์ค้นพบและรู้จักนำมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดรูปแบบผลผลิตผลผลิตสานสอดคล้องกับคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุนั้นๆ อยู่เสมอมา ซึ่งคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุแต่ละชนิดนั้นต่างกัน เมื่อนำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ก็จะได้รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนกัน และกรรมวิธีหรือเทคนิคในการสร้างก็ต่างกัน คุณค่า และความนิยมในผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นนั้น ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติทางความรู้สึที่วัสดุแต่ละประเภทสามารถแสดงคุณสมบัติให้ปรากฏด้วย เช่น แก้วมีความใสมีประกาย ทองมีความสุกปลั่ง พลาสติกมีสีสันทดสวย ปูนพลาสติกมีความขาว ฯลฯ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์จากวัสดุต่างๆ เมื่อสร้างขึ้นก็ถูกจัดแบ่งและเรียกต่างกันตามวัสดุที่สร้าง เช่น เครื่องแก้ว เครื่องทอง ผลิตภัณฑ์โลหะ ผลิตภัณฑ์พลาสติก ฯลฯ

3. **ของที่ระลึกที่สร้างขึ้นจากเศษวัสดุ** เศษวัสดุอาจเป็นวัสดุจากธรรมชาติหรือวัสดุสังเคราะห์ที่ถูกนำมาใช้งานแล้วเหลือหรือเกิน หรืออาจเป็นวัสดุที่แยกออกมาจากส่วนต่างๆ ของผลผลิตใดๆ ที่จัดเป็นเศษของส่วนนั้นๆ ของที่ระลึกที่ถูกสร้างประกอบหรือประดิษฐ์ขึ้นจากเศษวัสดุ โดยทั่วไปมักจะแสดงให้เห็นถึงฝีมือที่ประณีตละเอียดอ่อน ความเป็นช่างหรือนักประดิษฐ์สร้างสรรค์ผลงานที่ถูกสร้างขึ้น เหล่านี้ส่วนมากถูกนำไปใช้เป็นของที่ระลึกเพื่อประโยชน์ในทางประดับตกแต่งมากกว่าอย่างอื่น

การกำหนดแบ่งประเภทในลักษณะนี้ นอกจากกำหนดจากลักษณะเด่นของวัสดุตั้งที่กล่าวมาแล้ว ยังมีของที่ระลึกที่สร้างขึ้นจากวัสดุผสมอีกประเภทหนึ่ง เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นโดยใช้วัสดุธรรมชาติประกอบเข้ากับวัสดุสังเคราะห์ เช่น พวงกุญแจหล่อด้วยพลาสติกภายในมีสัตว์เล็กๆ จำพวกปูหรือหอย เขี้ยวหรืองา สัตว์เลื้อยโลหะ ฯลฯ เป็นต้น

2.7.1.3 การกำหนดแบ่งจากรูปลักษณะที่ปรากฏ

เป็นการกำหนดแบ่งจากรูปลักษณะที่พบเห็นอยู่โดยทั่วไป แล้วนำมาแยกกลุ่มแบ่งพวกกำหนดประเภทให้ชัดเจนลงไป โดยกำหนดจากรูปลักษณะเป็นเกณฑ์หลักซึ่งอาจแยกแบ่งได้ดังนี้ (ศาสตรพันธุ์ 2529: 22)

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

2.7.1.3.2 รูปลักษณะเรขาคณิต เป็นการนำเอารูปและลวดลายทางเรขาคณิต มาสร้างเป็นสื่อสัญลักษณ์ในรูปแบบของสิ่งต่างๆ

2.7.1.3.3 รูปลักษณะตามลัทธิและความเชื่อ เป็นการนำเอาสมมุติเทพ เทวรูป รูปสัตว์ในวรรณคดีหรือสิ่งเคารพบูชาอื่นๆ มาจัดสร้างเป็นของที่ระลึก

2.7.1.3.4 รูปลักษณะธรรมชาติ เป็นการนำเอาสิ่งที่มีหรือสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ นำมาทำเป็นรูปแบบของที่ระลึก ซึ่งอาจเป็นรูปแบบของคน สัตว์ ทิวทัศน์ โลก จักรวาล ฯลฯ

2.7.1.3.5 รูปลักษณะผลผลิตและเครื่องมือเครื่องใช้ เป็นการนำเอาผลิตภัณฑ์สินค้าประเภทต่างๆ ทั้งที่เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องประดับ ของบริโภค มาจัดทำให้อยู่ในลักษณะของที่ระลึก

2.7.1.3.6 รูปลักษณะอิสระ เป็นรูปลักษณะที่สร้างสรรค์ขึ้นมาด้วยความคิด และจินตนาการ ที่ไม่ติดมัดอยู่กับรูปแบบธรรมชาติ หรือรูปแบบใดๆ เป็นการสร้างสรรค์ถ่ายทอดให้เห็นถึงความรู้สึกนึกคิดอย่างอิสระในทางด้านรูปแบบ

2.7.1.4 การกำหนดแบ่งตามคุณค่าแห่งการนำไปใช้

การจัดแบ่งประเภทของที่ระลึกในลักษณะนี้ เป็นการจัดแบ่งโดยถือเอาเป้าหมายการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ เป็นสำคัญ คือ

2.7.1.4.1 ของที่ระลึกประเภทของบริโภค นั่นคือ ของที่ระลึกที่อยู่ในรูปลักษณะของ “อาหาร” ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า อาหาร เป็นรูปลักษณะของ “ของ” สิ่งหนึ่งที่มีการให้เป็นแก่กันมานานนับตั้งแต่อดีตกาล ทั้งนี้เนื่องจากอาหารเป็นปัจจัยสำคัญต่อการยังชีพ อดีตการให้ปันอาหารอาจอยู่ในลักษณะ

คงรูปแบบธรรมชาติเดิม คือ ผลไม้ก็อยู่ในรูปแบบผลไม้ เนื้อก็อยู่ในรูปแบบของเนื้อ ฯลฯ ไม่มีการปรุงแต่งเปลี่ยนจากรูปลักษณะเดิม ครั้นต่อมาเมื่อนุชย์สามารถเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ได้ แทนที่จะเอาเวลาออกไปหาอาหาร ก็เอาเวลาส่วนนั้นมาประดิษฐ์สร้างปรุงแต่งอาหารให้มีรูปมีรสที่แลดูน่าบริโภคขึ้น เมื่อมีการแบ่งกลุ่มแรงงานของมนุษย์ในสังคมผู้ที่เกี่ยวข้องกับอาหารโดยตรงก็พยายามพัฒนาทั้งรูปแบบและรสชาติของอาหารให้สามารถกระตุ้นเร้าความต้องการของผู้คนยิ่งขึ้น เช่น การแกะสลักผักผลไม้ การประดิษฐ์สร้างสรรค์อาหารในรูปและรสที่แปลกและใหม่ การใส่ภาชนะหรือบรรจุหีบห่อที่สวยงาม ดังนี้ เป็นต้น จนในปัจจุบันอาหารเป็นของสิ่งหนึ่งที่นอกจากเป็นเครื่องยังชีพที่สำคัญแล้ว ยังถูกนำมามอบให้แก่กันซื้อขายแลกเปลี่ยนในรูปแบบของขวัญ ของชำร่วย ของที่ระลึก ฯลฯ อีกด้วย เช่น เค้ก กระจ่างผลไม้ ขนมลูกชุบ ขนมเทียนเสวย เครื่องกระป๋อง ของหวานที่บรรจุในกล่องที่กะทัดรัด ขนมปัง ฯลฯ และด้วยเหตุที่อาหารเป็นสิ่งหรือของบริโภคที่ไม่สามารถเก็บไว้ในระยะเวลาอันยาวนานๆ อีกทั้งเมื่อได้รับแล้วมีการบริโภคในช่วงระยะเวลาสั้นๆ อาหารจึงมักไม่ค่อยได้รับการยอมรับว่าเป็นของที่ระลึกดังสิ่งของเครื่องใช้ที่เป็นถาวรวัตถุอื่นๆ

2.7.1.4.2 ของที่ระลึกประเภทประโยชน์ใช้สอย เครื่องมือเครื่องใช้ก็เป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์มานับตั้งแต่อดีตกาล และมีการให้ปัน หรือซื้อขายแลกเปลี่ยนกันเพื่อการนำไปใช้ แต่เครื่องมือเครื่องใช้บางชนิดที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นอย่างเป็นพิเศษต่างจากรูปแบบที่ใช้กันอยู่ทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งด้วยสีสนิม ลวดลาย การใช้วัสดุที่ทรงคุณค่า ฯลฯ เครื่องมือเครื่องใช้นั้นมักจะถูกนำไปเป็นของที่ระลึกและประดับมากกว่าการนำไปใช้ ยิ่งในปัจจุบันเครื่องจักรกลได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำรงชีพ ด้วยการเป็นเครื่องแทนการใช้มือหรือใช้เครื่องมือ รูปลักษณะของสิ่งใช้สอยประเภทเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ นับวันก็จะสูญไปเพราะไม่มีความจำเป็นทางการนำมาใช้ ดังนั้น การผลิตจึงเบนเป้าหมายไปเป็นของที่ระลึกไป เครื่องใช้ไม้สอยที่เป็นผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ของใช้ในสมัยอดีต เช่น นาฬิกา โคมไฟ ตะเกียง ฯลฯ ที่ปรากฏให้เห็นได้ตามร้านขายของเก่าหรือร้านขายของที่ระลึกแก่ชาวต่างประเทศ และแม้กระทั่งอาวุธที่ใช้ในการศึกสงครามไม่ว่าจะเป็นดาบ หอก โล่ และอื่นๆ ปัจจุบันก็กลายเป็นของที่ระลึกไปแล้ว

2.7.1.4.3 ของที่ระลึกประเภทประโยชน์ตกแต่ง เครื่องมือเครื่องใช้มักถูกสร้างขึ้นเพื่อสนองต่อความต้องการทางด้านร่างกาย แต่สิ่งที่ยังประโยชน์ในด้านการตกแต่ง มักจะถูกสร้างขึ้นเพื่อสนองต่อจิตใจเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งของที่ระลึกประเภทนี้มีทั้งที่ใช้ในการตกแต่งร่างกาย อันได้แก่เครื่องประดับ ตกแต่งอาคาร ตกแต่งสถานที่ พิธีการ ฯลฯ

2.7.1.4.4 ของที่ระลึกประเภทวัตถุทางศิลปะ ของที่ระลึกประเภทนี้ส่วนใหญ่สร้างสรรค์ขึ้นโดยศิลปินออกแบบและสร้างขึ้นโดยคนคนเดียว อาจด้วยวิธีการใดๆ จนสำเร็จเป็นงานศิลปะ ศิลปวัตถุเหล่านี้แต่เดิมเป็นการถ่ายทอดสร้างสรรค์ของศิลปินเพื่อแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึก อันเป็น

ความงามและความพึงพอใจมากกว่าจะมุ่งสร้างเพื่อประโยชน์ในทางซื้อขายแลกเปลี่ยน ภายหลังจากเมื่อสภาวะทางเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงไป ความจำเป็นในเรื่องปัจจัยอื่นๆ ที่สำคัญต่อการครองชีพ ทำให้ศิลปินเริ่มหันมาผลิตสร้างผลงานเพื่อซื้อขายกันมากขึ้น และผลงานประเภทศิลปะวัตถุเหล่านี้ส่วนใหญ่มักจะนำไปใช้ประโยชน์ในการตกแต่งมากกว่าประโยชน์อย่างอื่น

2.7.2 การออกแบบของที่ระลึก

ในปัจจุบันการออกแบบสร้างสรรค์ของที่ระลึก เป็นการทำงานศิลปะในลักษณะประยุกต์หรือที่เรียกว่า “ประยุกต์ศิลป์ หรือ ศิลปะประยุกต์” มิใช่เป็นการสร้างงาน ทั้งนี้เนื่องจากงานวิจิตรศิลป์ถือว่าเป็นศิลปะบริสุทธิ์ (Pure Art) เป็นงานสร้างสรรค์ที่มนุษย์แสดงออกมาเพื่อความงาม ความประณีตละเอียดอ่อน อันก่อให้เกิดอารมณ์ ความซาบซึ้งสะเทือนใจ และเกิดความประทับใจ มีค่าสูงส่งต่อจิตใจมนุษย์ ซึ่งผู้สร้างสรรค์ผลงานศิลปะในลักษณะนี้จะถ่ายทอดชีวิตจิตใจลงในผลงาน ปรากฏออกมาเป็นลักษณะพิเศษมีลักษณะเฉพาะตัวของศิลปินแต่ละคน แต่งานประยุกต์ศิลป์หรือศิลปะประยุกต์ เป็นลักษณะที่มนุษย์นำเอาวัสดุและเรื่องราวต่างๆ มา ผสมผสานกลมกลืน ประู่งแต่ง ดัดแปลงสร้างสรรค์ขึ้นให้มีคุณค่าทางความงาม ทางการใช้สอยให้เป็นประโยชน์แก่ชีวิตประจำวัน การสร้างงานทางด้านนี้จะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค กาลเวลา สมัยนิยม และองค์ประกอบอื่นๆ อีกหลายประการ ดังนั้น เรื่องราวของการออกแบบของที่ระลึก จึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับวิธีการ แนวทาง ความนึกคิด การจัดการจัดรวบรวม 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

2.7.2.1 จุดมุ่งหมายและสาเหตุแห่งการออกแบบของที่ระลึก

การที่มนุษย์พยายามที่จะสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ขึ้นได้นั้น ย่อมมีสาเหตุอันเป็นที่มาแห่งแนวความคิดที่จะทำและจุดมุ่งหมายอันเป็นที่ไปแห่งการกระทำ การออกแบบสร้างสรรค์ของที่ระลึกก็เช่นกัน ย่อมต้องมีสาเหตุและจุดมุ่งหมาย ซึ่งสาเหตุและจุดมุ่งหมายนั้นมีอยู่มากมาย อาทิเช่น

1. เป็นการออกแบบเพื่อพัฒนาอาชีพ และแข่งขันกันในการผลิต

2. เป็นการออกแบบที่มีผลมาจากความรักในการทำงาน อันเป็นการกระทำด้วยใจรักในการที่จะสร้างสรรค์งานของที่ระลึก
3. เป็นการออกแบบเพื่อพัฒนาความคิดรวบยอดให้เป็นที่ไปตามยุคสมัยที่มีความนิยม
4. เป็นการออกแบบเพื่อสร้างผลงานตอบสนองความเชื่อทางลัทธิ ประเพณี
5. เป็นการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการทางร่างกาย ทางจิตใจ และความ ต้องการทางด้านอื่นๆ ของบุคคลโดยส่วนรวมและโดยส่วนตัว
6. เป็นการออกแบบเพื่อผลประโยชน์ที่พึงได้รับ อามิสสินจ้าง รางวัล หรือเพื่อให้เป็นที่ ตามสัญญาข้อตกลง 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

2.7.2.2 ของที่ระลึกกับบุคคลผู้ออกแบบ

นับตั้งแต่อดีต ของที่ระลึกถูกออกแบบและดัดแปลงสร้างสรรค์ขึ้น โดยบุคคลเป็นจำนวนมาก ซึ่งบุคคลผู้เกี่ยวข้องเหล่านั้นได้ออกแบบสร้างสรรค์ขึ้นด้วยพฤติกรรม สาเหตุ และจุดมุ่งหมายที่

แตกต่างกัน จากพฤติกรรมแห่งการออกแบบสร้างสรรค์ เราอาจกำหนดแบ่งบุคคลผู้ออกแบบเหล่านั้นออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ คือ

2.7.2.2.1 บุคคลผู้ออกแบบสมัครเล่น

จัดว่าเป็นบุคคลกลุ่มใหญ่ที่มีอยู่โดยทั่วไป ลักษณะพฤติกรรมการสร้างสรรคผลงานเป็นการสร้างขึ้นเพื่อสนองต่อความต้องการเป็นครั้งคราว มิได้มุ่งหวังไปถึงขั้นสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อจัดจำหน่ายหรือยึดถือเป็นอาชีพหลัก ส่วนใหญ่อาศัยเวลาว่างประดิษฐ์คิดแปลงสร้างสรรค์ผลงานขึ้นเพื่อให้หรือแจกจ่ายแก่บุคคลผู้เกี่ยวข้องเท่านั้น

2.7.2.2.2 นักออกแบบประเภทช่างฝีมือ

ช่างฝีมือส่วนหนึ่งพัฒนามาจากนักออกแบบสมัครเล่น ที่มีทักษะและความชำนาญ และอีกส่วนหนึ่งมาจากการฝึกฝนทางด้านการฝีมือโดยตรง ของที่ระลึกเดิมที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันนั้นส่วนมากมาจากช่างฝีมือ ซึ่งต่างก็คิดประดิษฐ์ทำกันขึ้นมาเอง โดยคิดหรือเห็นว่าแบบไหนสวยก็ลงมือทำขึ้นมาขาย ไม่ได้มีการคิดในเรื่องทฤษฎีหรือเหตุผลอื่นๆ ดังนั้น รูปแบบของที่ระลึกที่ถูกสร้างขึ้นโดยช่างฝีมือ มักจะเป็นงานหัตถกรรมที่มีรูปแบบที่เคยทำกันมาอย่างไรก็ทำกันไปตลอด ไม่ค่อยมีการประดิษฐ์คิดค้นหาแบบใหม่ๆ ออกมา เป็นแบบธรรมดาที่มีอยู่ทั่วไป ในท้องตลาด ที่เป็นเช่นนี้เพราะช่างฝีมือผู้ผลิตไม่รู้จักถึงความสำคัญของการออกแบบ ด้วยขาดการศึกษาอบรม ขาดความชำนาญที่จะดัดแปลงและประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ ทั้งยังขาดการศึกษาค้นคว้าในด้านตลาดและไม่คำนึงถึงรสนิยมของประชาชนทั่วไป

2.7.2.2.3 นักออกแบบประเภทศิลปิน

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

2.7.2.2.4 นักออกแบบอุตสาหกรรม

นักออกแบบประเภทนี้ เป็นบุคคลผู้สามารถออกแบบสร้างสรรค์สรรพลึงเพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคส่วนมากได้ โดยดำเนินขั้นตอนอยู่ในกระบวนการผลิตระบบ อุตสาหกรรม มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ เครื่องมือเครื่องใช้และวัสดุใหม่ๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างสรรค์งานที่ยาก เพราะนักออกแบบไม่ได้ลงมือทำผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง งานการผลิตเป็นเรื่องของบุคคลอื่นที่อาจจะอยู่ห่างกัน ซึ่งนักออกแบบจะต้องรู้ปัญหาในเรื่องการผลิตอันเป็นขีดจำกัดของเครื่องจักร หรือผู้ผลิตมีความรู้ความสามารถแค่ไหน

สามารถรับช่วงนำแบบไปผลิตสร้างเป็นรูปร่างขึ้นได้ตามที่ออกแบบเพียงใด เครื่องมือเครื่องจักรสามารถทำงานที่ละเอียดมากน้อยแค่ไหน ดังนี้ เป็นต้น ซึ่งการเป็นนักออกแบบอุตสาหกรรมมิใช่เป็นกันได้ง่ายๆ ช่างฝีมืออาศัยทักษะและความชำนาญก็อาจสามารถเป็นช่างฝีมือได้โดยไม่ยาก ศิลปินมักจะอาศัยความสามารถในการสร้างสรรค์ที่เป็น การถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดให้ปรากฏเป็นรูปทรงอย่างวิจิตรสวยงามได้ เป็นบันไดก้าวขึ้นสู่ความเป็นศิลปิน แต่ การเป็นนักออกแบบอุตสาหกรรมนอกจากจะต้องรู้และเข้าใจในงานช่างฝีมือ ลักษณะสุนทรีย์อันเป็นอารมณ์ละเอียดอ่อนของศิลปินแล้ว ยังต้องรู้เทคโนโลยีการผลิต จิตวิทยาเกี่ยวกับผู้บริโภคหรือลูกค้า รู้ด้านการตลาด รู้ด้าน พาณิชยศิลป์ ฯลฯ และที่สำคัญ คือ รู้รับผิชอบต่อแบบของตนที่อาจบันดาลให้ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว กับโรงงานและร้านค้า

เกี่ยวกับนักออกแบบอุตสาหกรรม นายเจมส์ เอฟ วอร์เรน ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบและการตลาด ได้ให้แนวคิดที่จะช่วยในการดำเนินงานให้เป็นไปได้ด้วยดี โดยแบ่งออกเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. การผลิต ก่อนที่โรงงานจะรับแบบเพื่อทำการผลิต จะต้องคำนึงถึงว่าผลิตภัณฑ์นี้จะขายได้จำนวน มากหรือไม่ และจะผลิตสินค้าชนิดนี้ในราคาต่ำพอสมควรได้หรือไม่

2. วัสดุ วัสดุชนิดต่างๆ ไม่ว่าจะมาจากสัตว์ พืช หรือสินแร่ ต่างก็มีคุณภาพแตกต่างกันออกไป เมื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการผลิต วัสดุบางชนิด เช่น เหล็กมีความแข็งแรงมาก ดินเปี้ยกมีความอ่อนนุ่มมาก เงิน ทำเป็นแผ่นบางๆ และแบนได้ ไหมไผ่เป็นเส้นใยไปตามยาวทางเดียวกัน โลหะบางชนิดมีการยืดและหดตัว ทำให้ติดกัน ได้โดยความร้อนหรือการบัดกรี วัสดุบางชนิด เช่น เงิน อาจทำให้รูปร่างละเอียดประณีตได้ ดินเหนียว ต้องการ รูปร่างที่ห่อหุ้มเข้าด้วยกันเพื่อกันการแตกง่าย แก้ว มีความสะท้อนแสงและแตกง่าย ดังนั้น นักออกแบบ อุตสาหกรรมทุกคนจะต้องมีความคุ้นเคยกับวัสดุต่างๆ ซึ่งกำลังทำการออกแบบโดยการทดลองทำด้วยตนเอง และ ทำแบบจำลองหรือผลิตภัณฑ์ตัวอย่างด้วยตนเองทุกชิ้น นักออกแบบจึงจะเข้าใจกับปัญหาต่างๆ ของผู้ผลิต

3. กรรมวิธีผลิต ตามปกติโรงงานทุกแห่งไม่ว่าจะเป็นโรงงานใหญ่หรือโรงงานเล็ก จะต้องเครื่องมือ หรือเครื่องผ่อนแรงใช้ในการผลิต อุปกรณ์ต่างๆ เหล่านี้มีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับวัสดุที่จะใช้ในการผลิต เช่น กี้ออผ้า สีว้แกะไม้ แป้นหมุนใช้สำหรับเครื่องปั่นดินเผา เหล็กจารใช้สำหรับตักแต่งเครื่องเงิน และเครื่องมือ อื่นๆ ที่ใช้สำหรับจับยึดวัสดุหรือเคลื่อนย้ายในขณะที่ทำการผลิต เครื่องมือเหล่านี้ต่างมีหน้าที่จำกัดในการใช้งาน ซึ่งเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องเข้าใจและนำมาคิดเมื่อเวลาออกแบบด้วย โรงงานก็มีความจำกัดในการ ดำเนินงานเช่นเดียวกัน อาจไม่มีเครื่องมือหรือเครื่องจักรที่จะทำงานละเอียดได้ นักออกแบบจึงจำเป็นต้องคิดค้นหา ทางออกที่แน่นอนว่าจะต้องใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์อะไรบ้าง แบบที่ออกไปจึงจะสำเร็จลงได้ และเมื่อทำการ ออกแบบในทุกๆ มุมของผลิตภัณฑ์ นักออกแบบก็ควรถามตัวเองเสียก่อนว่า แน่ใจแล้วหรือว่า ส่วนนั้นส่วนนี้ของ แบบจะทำได้หรือส่วนนี้ของแบบจะต่อส่วนกันได้สนิท หรือส่วนนี้จะตกแต่งขั้นสุดท้ายอย่างไร

4. งานฝีมือ ในโรงงานทุกแห่ง งานของพวกคนงานเป็นส่วนหนึ่งของการผลิต และหากว่างานนั้นเป็นไปในรูปแบบที่คนงานลงมือผลิตด้วยมือของตนเอง งานเหล่านั้นก็คือ การทำแทนมือของนักออกแบบนั่นเอง ดังนั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจำเป็นต้องรู้ถึงฝีมือของคนงานเหล่านั้นว่ามีเพียงใดหรือไม่ แล้วออกแบบให้ง่าย ซึ่งทำให้คนงานสามารถทำให้เสร็จในเวลาอันควร และได้งานที่สวยงามด้วย ดังนั้นนักออกแบบทุกคนจึงต้องคำนึงถึงเวลาทำการผลิตงานนั้นๆด้วย

5. การค้นคว้าเกี่ยวกับตลาด ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบไปแล้วกำลังทำการขายอยู่นั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจะต้องทำการศึกษาค้นคว้าต่อไปในด้านความเป็นไปของกิจการในตลาดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยสอบถามผู้ขายและผู้ซื้อว่าผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้นดีหรือไม่เพียงใด เพื่อจะได้นำข้อมูลเหล่านั้นมาพิจารณาออกแบบแก้ไขในครั้งต่อไป

6. ลูกค้ำ ปัญหาที่สำคัญของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันก็คือ ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ขายไม่ออกหรือไม่เป็นที่พอใจของลูกค้า ดังนั้น นักออกแบบผลิตภัณฑ์จะต้องพยายามออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นๆ ให้เหมาะสมกับกาลเทศะและสิ่งแวดล้อม

7. ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชิ้นหนึ่งๆ จะต้องมีความแข็งแรงและทนทานให้สมกับราคาที่จะต้องเสียไปเมื่อซื้อหามา นักออกแบบจะต้องคิดอย่างลึกซึ้งถึงการที่จะถูกนำเอาไปใช้สอยวิธีการในการใช้วัสดุดิบและวิธีการออกแบบในเรื่องรอยต่อหรือตามมุมต่างๆ ซึ่งก็มีส่วนช่วยให้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ คงทนถาวร

8. การบำรุงรักษา บางครั้งผลิตภัณฑ์ชิ้นหนึ่งอาจจะมีที่สวยงามและเป็นที่ถูกใจของผู้ใช้ แต่เมื่อใช้ไปในระยะเวลาหนึ่ง สีอาจเริ่มมัวซัว มีลักษณะอันบ่งบอกถึงระยะเวลาบ้าง อาจเป็นที่ไม่ถูกใจของผู้ใช้ต่อไป ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา จะต้องได้รับการออกแบบให้สะดวกในการทำความสะดวก ไม่ควรมีซอกมุมอะไรมากนัก ส่วนที่ต้องการเคลื่อนไหว เช่น ฝากล่อง หรือที่เป็นแป้นหมุน จะต้องออกแบบให้ใช้ได้โดยสะดวก ไม่สะดุด ไม่ว่าจะ เป็นระยะที่สีหมองมัวซัวไป หรือความสึกหรอเกิดขึ้น

9. ประโยชน์ใช้สอย การออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบจำเป็นต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่ใช้ในชีวิต เป็นสำคัญ ผลิตภัณฑ์บางชนิด เช่น เครื่องประดับของสตรี ได้ถูกออกแบบมาเพื่อใช้และทะนุถนอม และผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดก็ย่อมถูกออกแบบเพื่อความมุ่งหมายที่จะใช้ประโยชน์ต่างๆ กันออกไป เช่น กาน้ำชา ใช้สำหรับใส่น้ำชา และรินออก แก้วก็จะต้องทำให้นั่งสบาย แจกันจะต้องใช้ใส่ดอกไม้และน้ำโดยไม่ให้รั่วไหลออกมา ถาดใส่ผลไม้ จะต้องให้ใส่ผลไม้ไม่ให้เกิดตกลงมาข้างนอกได้ง่ายๆ และที่เขียนบุหรีก็จะต้องมีที่วางบุหรีได้ดี โดยไม่หล่นลงมาใหม่โดยง่าย เป็นต้น ดังนั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจึงจำเป็นต้องทำการทดลองโดยการทำเป็นตัวอย่างขึ้นใช้ประโยชน์อย่างหนัก ลองจับต้องและใช้อย่างจริงจังเพื่อความแน่ใจว่าสามารถนำไปใช้ประโยชน์อย่างจริงจังเสียก่อน

10. ปัญหาเกี่ยวกับความรู้สึกต่างๆ ของผู้บริโภค ลูกค้ายกก็เป็นคนเหมือนกับนักออกแบบ ย่อมมีความรู้สึกทางตา หู จมูก ปาก การจับต้องและรสนิยมน เขาใช้ความรู้สึกเหล่านี้เวลาซื้อและเวลาใช้ผลิตภัณฑ์ นักออกแบบจะต้องสามารถใช้ความรู้สึกนี้ในการทำให้ผู้ซื้อพอใจหรือไม่พอใจ นักออกแบบที่ชำนาญมักจะรู้สึกมีความผิดเมื่อออกแบบที่แลดูขัดแย้งตา แต่นักออกแบบส่วนมากมักมองข้ามความรู้สึกบางอย่างไปเสมอ ตัวอย่างที่เรามีประสบการณ์ เช่น แก้วที่พนักพิงไม่สบาย โต๊ะที่ต่ำเกินไป ถ้วยชามที่มีหูแคบนิ้วจับไม่ถนัด โคมไฟที่ให้แสงไม่พอหรือแฉ่งมุมที่คมจนบาดผิวหนัง สิ่งเหล่านี้ที่นักออกแบบจะป้องกันได้โดยการวิเคราะห์แยกแยะให้ถี่ถ้วนเสียก่อน และนึกถึงผลิตภัณฑ์ที่เคยออกแบบมาแล้ว เพื่อนำมาแก้ไขและให้ประโยชน์ในการออกแบบปัจจุบัน (รัตนะ อุทัยผล 2523: 31-35)

2.7.2.3 ลำดับขั้นตอนของการออกแบบของที่ระลึก

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

2.7.2.3.1 กำหนดประเภทของรูปแบบ

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

2.7.2.3.2 เก็บรวบรวมข้อมูล

การออกแบบสร้างสื่อสัญลักษณ์สิ่งแทนบุคคล เหตุการณ์ สถานที่ ฯลฯ หรือแทนสิ่งใดๆ ก็ตาม ผู้ออกแบบควรเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบให้มีลักษณะสอดคล้องกับความเป็นสิ่งนั้นอย่างแท้จริง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวอาจจะเป็นประวัติเรื่องราวรายละเอียดรูปภาพ หลักฐานเอกสารสิ่งตีพิมพ์ ฯลฯ

2.7.2.3.3 สำนวนค่านิยม

ในปัจจุบันของทีระลิกมีส่วนผูกพันกับค่านิยม ธรรมเนียมของบุคคลอยู่มาก คำว่า “ค่านิยม” อาจหมายถึงความสนใจ ความพึงพอใจ ความชอบ ความนิยม หน้าที่ พันธะกรณี ความปรารถนา ความอยาก ความต้องการ ความเหนงหน่าย และความดึงดูด หรือความรู้สึกอื่นที่มนุษย์มีต่อผลผลิต มีต่อการกระทำ สิ่งเหล่านี้มนุษย์ยึดถือไว้สำหรับเป็นแนวทางในการใช้เลือกหรือแนวทางในการจัด การรวบรวมองค์ประกอบของสิ่งต่างๆ เข้าด้วยกัน ด้วยวิธีการที่เหมาะสม จากคำจำกัดความของคำว่า “ค่านิยม” คำเดียว บางครั้งก็ให้ความหมายต่อการทำงานของมนุษย์เป็นอย่างมากในการออกแบบ เพราะมีส่วนผูกพันกับค่านิยมทั้งตัวนักออกแบบเอง แล้วรวมไปถึงผู้ใช้ผู้บริโภคด้วย ค่านิยมจึงเป็นสิ่งที่มืผลต่อการออกแบบสร้างของทีระลิกอย่างกว้างขวาง ผู้ที่สร้างสรรค์ต้องใช้ความสังเกตและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยมของผู้ใช้ผู้บริโภค ไว้เป็นพื้นฐานประกอบการตัดสินใจในการออกแบบ

2.7.2.3.4 การจับประเด็นสำคัญของข้อมูลเพื่อกำหนดรูปแบบ

จากข้อมูลที่เกิดขึ้นรวบรวม ผู้ออกแบบจะต้องนำมาคัดเลือกกลั่นกรองเอาแต่เฉพาะช่วงตอนที่เป็นประเด็นสำคัญ เพื่อถ่ายทอดสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการจับประเด็นสำคัญในข้อมูลนั้นขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบต้องการเน้นย้ำในด้านใด ทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลทั้งหมดอาจเป็นเรื่องราวของความรัก ความพลัดพราก ความปีติยินดี ความตาย ความกล้าหาญ ความเชื่อ ความศรัทธา ความกล้าหาญวีรกรรม ฯลฯ ซึ่งเรื่องราวอันก่อให้เกิดอารมณ์สะเทือนใจจากข้อมูลเหล่านี้ ย่อมสามารถกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำความทรงจำได้ต่างกัน หากเรื่องราวเป็นที่ประทับใจ ความทรงจำก็จะฝังแน่นยาวนานกว่าเรื่องราวที่เป็นปกติธรรมดา ดังนั้น ผู้ออกแบบจึงควรมีความเข้าใจในการแยกแยะข้อมูลและจับประเด็นความรู้สึกอันถูกกระตุ้นเร้าจากข้อมูลที่ได้ผนวกกับ “ค่านิยม” แปรค้อออกมาเป็นสื่อสัญลักษณ์สิ่งแทน

2.7.2.3.5 กำหนดคุณค่าและการนำไปใช้

การจับประเด็นของข้อมูลที่เป็นเนื้อหาเรื่องราว เพื่อกำหนดถ่ายทอดเป็นรูปแบบให้สอดคล้องกับค่านิยมนั้น สามารถกระตุ้นเร้าทางความรู้สึกให้เกิดความประทับใจอันเป็นคุณค่าทางความรู้สึกหรือคุณค่าภายในส่วนคุณค่าอีกประการหนึ่งที่ผู้ออกแบบควรคำนึงควบคู่กันไปด้วย คือ คุณค่าภายนอกหรือคุณค่าทางกายภาพของวัตถุ คุณค่านี้อาจเกิดจากการนำวัสดุที่มีคุณค่าในตัวเองอยู่บ้างแล้วมาสร้างสรรค์เป็นของทีระลิก เช่น อัญมณี งา แก้ว ทอง ฯลฯ หรือค่าของงานอยู่ที่ความเก๋ กะทัดรัด แปลกตา น่าทึ่ง สวยงาม มีคุณค่าต่อการมอง สามารถบันดาลให้เกิดความภาคภูมิใจ มีเกียรติ มีสง่าราศี ดังนั้นเป็นต้น และคุณค่าอีกลักษณะหนึ่งก็คือคุณค่าที่เกิดจากการนำไปใช้ ในปัจจุบันของทีระลิกมักออกมาในรูปของสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องประดับ ที่ได้รับการออกแบบให้มีความหมายว่าเป็นของทีระลิก นับว่าเป็นความคิดที่ดีผู้รับสามารถใช้ประโยชน์จากของทีระลิกได้ด้วย

ซึ่งดีกว่าตั้งไว้เพื่อคุณค่าทางจิตใจหรือคุณค่าทางความงามเฉยๆ ซึ่งรูปแบบที่ใช้ในการออกแบบอาจดัดแปลงแปรรูปจากสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องประดับที่มีปรากฏอยู่แล้วให้เป็นของที่ระลึก เช่น เอาถ้วยชาม ซ้อนส้อม จาน ฯลฯ ย่อขนาด และสัดส่วนลงให้พอเหมาะ แล้วกำหนดสัญลักษณ์ของที่ระลึกลงไป ก็เป็นของที่ระลึกได้โดยสมบูรณ์

2.7.2.3.6 ข้อควรคำนึงในด้านการผลิตและการตลาด

หากของที่ระลึกที่จะออกแบบนั้นเกี่ยวข้องกับกาจัดจำหน่ายโดยผลิตขึ้นเป็นจำนวนมาก ผู้ออกแบบอาจต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ อีกดังนี้

- ของที่ระลึกนั้นจำเป็น หรือมีคณนิยมหรือไม่ ใช้ประโยชน์ได้หรือเปล่า
- ของที่ระลึกนั้นผลิตขึ้นมาได้ง่ายหรือไม่ วัสดุที่จะนำมาประดิษฐ์นั้นมีอยู่พอเพียงและหาได้ยากง่ายประการใด
- จะใช้วัสดุอะไร สีอะไร การชักเงาเคลือบผิวอย่างไร
- การนำออกโชว์ การขนส่ง ทำได้ง่ายหรือเปล่า จะต้องจัดใส่หีบหุ้มหรือต้องระมัดระวังเป็นพิเศษประการใด
- วัตถุดิบอะไร ชิ้นส่วนมากน้อยเพียงไหน ต้องใช้เครื่องมือเครื่องมืออะไร 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

2.7.2.4 ผลงานศิลปหัตถกรรมสู่สินค้าของที่ระลึก

ปัจจุบันงานศิลปหัตถกรรมของแต่ละท้องถิ่นได้กลายเป็นสินค้าของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญยิ่ง ด้วยกลายเป็นค่านิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่จะต้องซื้อหาสินค้าของระลึกเพื่อเป็นของตนเองและของฝากญาติมิตรกันทุกครั้งที่มีโอกาส จึงเกิดเป็นการสร้างงานสร้าง

รายได้ให้กับผู้คนในท้องถิ่นแหล่งท่องเที่ยว บางแห่งที่มีฝีมือดีถึงกับกลายเป็นแหล่งผลิตขนาดใหญ่กันทั้งหมู่บ้าน รวมทั้งเป็นแหล่งขายปลีกและขายส่ง และเป็นแหล่งท่องเที่ยวไปด้วยในตัว อาทิเช่น บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง และบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ฉะนั้นท้องถิ่นใดที่สามารถนำงานศิลปหัตถกรรมมาส่งเสริมให้กลายเป็นสินค้าของที่ระลึกได้ จึงเท่ากับเป็นการสืบทอดและฟื้นฟูฝีมือด้านศิลปหัตถกรรมดั้งเดิม และที่สำคัญเป็นการเพิ่มมูลค่าให้วัสดุที่เป็นทรัพยากรท้องถิ่นซึ่งมีอยู่เดิมแล้วแต่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่า ต่อเมื่อนำมาผลิตเป็นสินค้าที่ระลึกก็จะได้ราคาดี เพราะนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง รวมทั้งเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพให้กับแรงงานในท้องถิ่นซึ่งว่างงาน หรืออาจว่างงานหลังฤดูเก็บเกี่ยว โดยสรุปจึงนับเป็นการพัฒนาชนบทที่ได้ผลอย่างสมบูรณ์

2.7.2.5 แนวทางพัฒนาการผลิตสินค้าของที่ระลึก

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2545 : 129) โดยทั่วไปอาจมีแหล่งผลิตสินค้าของที่ระลึกหลาย ๆ แห่งที่ประสบผลสำเร็จและอีก หลาย ๆ แห่งที่ประสบปัญหาทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากฝีมือเชิงชั้นการผลิตยังไม่ถูกหรือตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ กลยุทธ์ด้านการตลาดยังไม่ดีหรือจะด้วยอุปสรรคอื่นใดก็ตาม แนวทางต่อไปนี้จะช่วยคลี่คลายปัญหาได้บ้าง 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

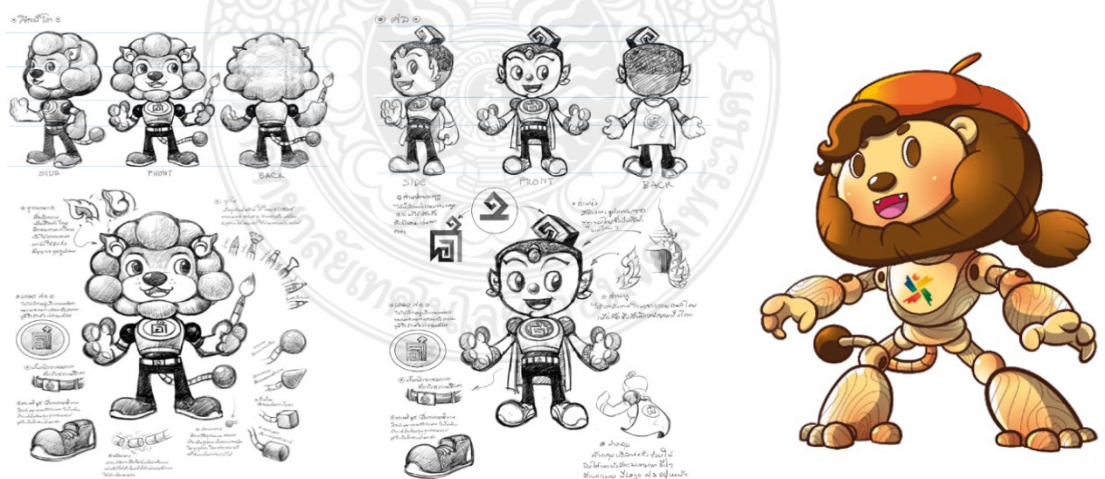
3. ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ แต่ยังคงต้องรักษาเค้าโครงของศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นหรือ

สอดแทรกอยู่บ้าง โดยอาจประดิษฐ์รูปแบบ ขนาด หรือวัสดุให้หลากหลายออกไป เพื่อต้อนรับสำหรับ นักท่องเที่ยวที่มาเยือนซ้ำ ๆ แต่ทั้งนี้จำเป็นต้องอาศัยการศึกษาความนิยมหรือความต้องการของตลาดหรือนักท่องเที่ยวเป็นเครื่องช่วยในการคิดประดิษฐ์ออกแบบ พร้อมทั้งอาศัยศิลปะพื้นถิ่นเป็นพื้นฐานไว้ด้วยเสมอ

2.8 ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.8.1 การออกแบบมาสคอตผ่านทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ กรณีศึกษาคณะศิลปกรรมและออกแบบอุตสาหกรรม มทร.อีสาน (เทพฤทธิ 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 2.21 ผลการพัฒนามาสคอตของ เทพฤทธิ ไชยจันทร์

ที่มา : เทพฤทธิ ไชยจันทร์. 2564. 231

2.8.2 แนวคิดการออกแบบมาศคอตประจำเมืองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของญี่ปุ่น (ทักษิณา สุขพัทธ์. 2559. 18)

การออกแบบมาศคอตในประเทศญี่ปุ่นถือว่าเป็นยุทธศาสตร์ใหญ่ที่ส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ปฏิบัติสืบมายาวนาน เป็นการนำเสนอมุมมองของดีและของเด่นแต่ละจังหวัดให้เป็นที่รู้จักโดยอาศัยบุคลิกลักษณะตัวการ์ตูนหรือมาศคอต อันแสดงเอกลักษณ์เป็นสื่อกลางอย่างมีลูกเล่นที่ลงตัว เช่น เมืองนั้นเป็นลักษณะเมืองที่ดูเก่าแก่ยาวนานก็อาจออกแบบมาศคอตที่แสดงออกมาให้มีลักษณะต่างๆ ตามประวัติ ดูเป็นเชิงวิชาการเป็นต้น ประเทศญี่ปุ่นนั้นไม่ได้สร้างมาศคอตประจำเมืองเหล่านี้ เพื่อมาขายของแบบประเทศไทยที่ร้องเชิญชวนให้เข้ามาเที่ยวชมของดีประจำเมืองแต่อย่างไร แต่เขามีกลยุทธ์อันชาญฉลาดในการให้นักท่องเที่ยวหรือจังหวัดข้างเคียงสนใจอยากแวะเข้ามา ซึ่งจะกล่าวในบทความต่อไปนี้ โดยผู้เขียนมุ่งนำเสนอจากการศึกษาเอกสารและแหล่งข้อมูลต่างๆเพื่อ 1) อธิบายความเป็นมาและความสำคัญของการออกแบบมาศคอตเพื่อการท่องเที่ยวในญี่ปุ่น 2) อธิบายกรณีศึกษามาศคอตที่มีคุณสมบัติส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยว 3) อธิบายกลยุทธ์ที่ทำให้มาศคอตประสบความสำเร็จ

2.8.3 การพัฒนาและสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับจังหวัดนครสวรรค์ (รพีพัฒน์ มั่นพรม.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 ความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการผลิตของที่ระลึก ด้านเอกลักษณ์ ศิลปะและวัฒนธรรม ของจังหวัดนครสวรรค์ โดยสอบถามความพึงพอใจด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอแบบร่างทั้งหมด 2 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม: ประเพณีท้องถิ่น งานประเพณี แม่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ และงานแข่งขันเรือยาวชิงถ้วยพระราชทาน ชุดที่ 2 เอกลักษณ์ทาง ธรรมชาติ : สถานที่สำคัญ บึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์และสะพานเดชาติวงศ์ ผลการวิจัย พบว่า ชุดที่ 1 เอกลักษณ์ทาง วัฒนธรรม ชุดมังกรในรูปแบบพวงกุญแจที่เน้นความน่ารักทำจากเรซินเป็นแบบร่างที่ผู้เชี่ยวชาญ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และชุดแข่งขันเรือยาว ในรูปแบบที่เป็นพวงกุญแจรูปไม้พายและผีพาย ทำจากเรซิน เป็นแบบร่างที่ผู้เชี่ยวชาญ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ชุดที่ 2 เอกลักษณ์ทางธรรมชาติและสถานที่สำคัญ ชุดปลาเสื้อต่อจากบึงบอระเพ็ด ใน

รูปแบบที่ติดตู้เย็นเน้นลักษณะ ปลาเสื่อตอแบบน่ารัก อารมณ์ดี เป็นแบบร่างที่ผู้เชี่ยวชาญ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ชุดสะพานเดชาติวงศ์ในรูปแบบที่ทับกระดาด ป้ายหลักกิโลเมตร แสดงถึงจุดสิ้นสุดภาคกลางประตูสู่ภาคเหนือเป็นแบบร่างที่ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ให้ทำการผลิตเป็นต้นแบบของทีระลึกจริง ทั้ง 4 รูปแบบ จากนั้นนำมาประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์กับกลุ่มตัวอย่าง ในด้านความสะดวกและความแข็งแรงในการใช้งานของทีระลึก ด้านการสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ ด้านความสวยงามและด้านความประหยัดและประโยชน์ใช้สอย ผลประเมินโดยรวมทุกด้าน แปรผลได้ ดังนี้ ชุดมังกร มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทีระดับ ($x=3.48$, $S.D=0.68$) ชุดแข่งขันเรือยาว มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทีระดับ ($x=3.47$, $S.D=0.60$) ชุดปลาเสื่อตอ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทีระดับ ($x=3.42$, $S.D=0.72$) และชุดหลักกิโลเมตร มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทีระดับ ($x=3.43$, $S.D=0.74$)ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผลของงานวิจัยสามารถนำไปพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลึกสำหรับจังหวัดนครสวรรค์ และจัดอบรมต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มอาชีพในโอกาสต่อไปได้

2.8.4 การยกระดับตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีโดยชุมชน (ศรีณพร ชวนเกริกกุล และปริญ ลักขิตามาศ. 2562.9)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ค้นหาอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผล ต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสิงห์บุรี และ 3) เสนอแนวทางการยกระดับตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี งานวิจัยนี้ ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมายคือผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี จำ นวน 23 คน เลือกกลุ่มเป้าหมาย แบบเจาะจง ประกอบด้วยบุคลากรหน่วยงานของภาครัฐ จำ นวน 7 คน หน่วยงานของภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการ จำ นวน 8 คน ประชาชนในท้องถิ่น จำ นวน 8 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี จำ นวน 20 คน ซึ่งเลือกตามสะดวก เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก หาคุณภาพเครื่องมือโดยใช้การวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน มีค่าดัชนี ความสอดคล้องอยู่ที่ 1.00 ในทุกองค์ประกอบ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและใช้การวิเคราะห์ เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า 1) จังหวัดสิงห์บุรีเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรม สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวได้ อันจะนำมาซึ่งคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี 2) ปัจจัย การตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรีประกอบด้วย ส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสารการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะ ทางกายภาพ และ 3) แนวทางการยกระดับการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีโดยชุมชน ชุมชนเห็นว่าควรมีการส่งเสริมและ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น พัฒนา

ป้ายบอกทางให้มีความชัดเจน ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การแจ้งข่าวสาร ข้อมูลเรื่องกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการรณรงค์การท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ การเพิ่มพูนศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวด้วยการจัดอบรมทักษะ ความรู้และประวัติศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่ง เพื่อบอกเล่าเรื่องราวความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้อย่างถูกต้อง การจัดตั้งจุดบริการข้อมูล นักท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ การปรับปรุงภูมิทัศน์ของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสะอาดและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของพื้นที่



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษาจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยที่ทำการศึกษาและวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

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

3.1 แหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูล

3.1.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1) การศึกษาอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

ศึกษาจากแหล่งที่มา ปฐมภูมิและ ทุตติภูมิ ภาคเอกสารต่างๆ

2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

ประชากรได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน ได้แก่

2.1 ผศ.ดร. ศรีชญา เจริญเนตร สาขาวิชาหัตถออกแบบอุตสาหกรรม

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

2.2 ผศ.ดร. เอกพงศ์ อินแก้ว คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

สวนสุนันทา

2.3 ผศ.ดร. กษม อมันตกุล คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

3) การประเมินความพึงพอใจผลงานออกแบบของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรี

ประชากรได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรี

กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 100 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในขั้นตอนการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

3.2.1 แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ลักษณะโครงสร้างของเก็บจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ถามแนวทางการออกแบบของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีที่ได้รับการพัฒนา

3.2.2 แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้านการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

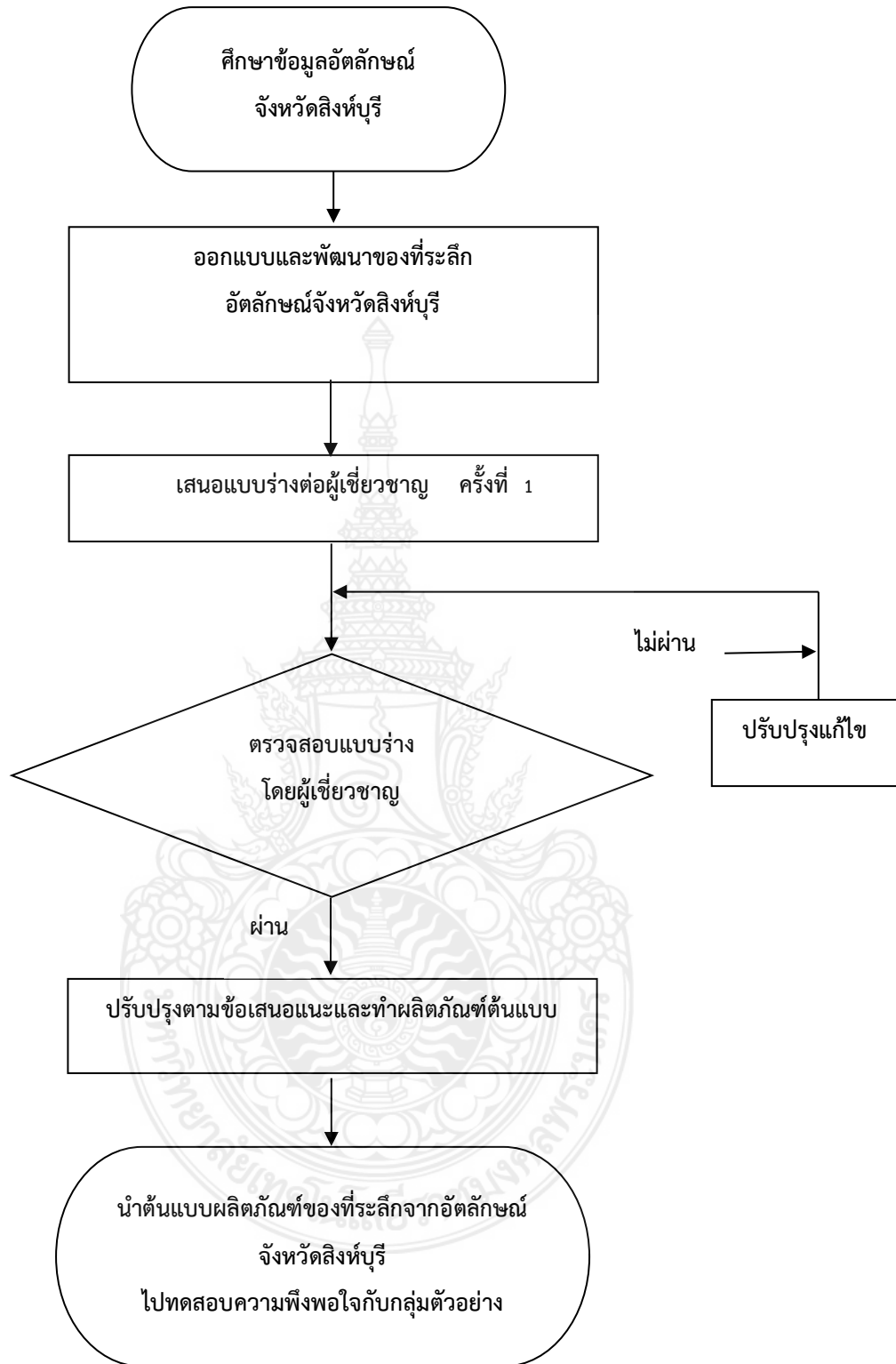
ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรองจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลดังนี้

1. ผู้ประกอบการร้านค้าของหัตถกรรม ผู้ที่สนใจด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม โดยสร้างเป็น Rating scale เพื่อเป็นแนวทางให้ได้ข้อมูลด้านประสิทธิภาพต่างๆเช่นด้านการใช้งาน ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความแปลกใหม่ ด้านความเหมาะสมรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรองจากกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. ผู้ประกอบการร้านค้าของหัตถกรรม ผู้ที่สนใจด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และนักท่องเที่ยว
ในด้านความคิดเห็นตามแนวทางและประเด็นครบถ้วนตรงตามที่ต้องการศึกษา ซึ่งมีค่าการวัดดังนี้

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



ภาพที่ 3.1 แสดงกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

ที่มา : อาณัฎฐ์ ศิริพิชญ์ตระกูล

3.3 ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์เมืองรอง

ขั้นตอนในศึกษาการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี มีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังนี้

1. สรุปรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี โดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

2. เลือกข้อเสนอความคิดเห็นที่ดีที่สุด

2.1 นำความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบในจังหวัดสิงห์บุรี ที่สนใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี มาวิเคราะห์เชิงคุณภาพเพื่อหาความเป็นไปได้ของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

2.2 หลังจากได้วิเคราะห์ค่าทางสถิติแล้วเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี มาทำการระดมร่างภาพและแนวคิดต้นแบบ (Idea Sketch) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทำการแนะนำรูปแบบที่เหมาะสมในการพัฒนามากที่สุด

2.3 การเขียนแบบเพื่อการผลิต

1. นำรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี มาทำการร่างภาพเพื่อเตรียมสู่ขั้นตอนการเขียนแบบ

2. เขียนแบบเพื่อการผลิต นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ที่ร่างรูปแบบเสร็จเรียบร้อยแล้ว มาทำการเขียนแบบเพื่อการผลิต ในด้านการใช้วัสดุ โครงสร้าง ขนาดสัดส่วน การ ตกแต่ง ความสวยงาม

2.4 สร้างหุ่นจำลอง

นำรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีที่เขียนแบบการผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว มาทำการผลิตสร้างหุ่นจำลองต้นแบบ ดังขั้นตอนต่อไปนี้

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

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ข้อมูลได้จากการตอบแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเพื่อหาข้อมูลในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดเมืองรอง
2. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาทำการพัฒนามาวิเคราะห์แล้วหาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จากเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยโดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.5.1 การวิเคราะห์จากทฤษฎี ข้อมูลการลงพื้นที่ เป็นการนำหลักทฤษฎีต่างๆในด้านการออกแบบและศิลปะมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลจากการลงพื้นที่ เพื่อให้ได้กระบวนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

3.5.2 วิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ นำข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์กำหนดโครงสร้าง ถูกนำมาบันทึกในลักษณะบรรยายเพื่อนำมาวิเคราะห์ในการหาแนวทางพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้มีประสิทธิภาพและสรุปผลเชิงสังเคราะห์

3.5.3. วิเคราะห์แบบสอบถาม

- นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามภาพประกอบภาพจำลอง มาวิเคราะห์แล้วหาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ

- วิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลโดยใช้ความถี่(Frequency)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้ว วิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของระดับความเหมาะสมของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี 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

การวิเคราะห์ข้อมูล



บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษาจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลภาคเอกสารเพื่อแปรผลเชิงคุณภาพและ วิเคราะห์ผลความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรี โดยมีหัวข้อในการวิเคราะห์ดังนี้

4.1 แบบวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการพัฒนาเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

4.2 แบบวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ในการวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีกับออกแบบเรขศิลป์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรี

4.3 วิเคราะห์นวัตกรรมการออกแบบที่สัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

4.4 แบบวิเคราะห์ความพึงพอใจ ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ จังหวัดสิงห์บุรี

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการพัฒนาเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

ในการวิเคราะห์ข้อมูลภาคเอกสารทฤษฎี และจากการลงพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี พบว่าเป็นเมืองรองที่ผ่านไปยังจังหวัดต่างๆในภาคเหนือ มีความโดดเด่นด้านอาหารการกิน โดยเฉพาะ ปลาช่อนเผา รวมถึงวัดต่างๆ ในส่วนตัวเมืองจะมีอนุสาวรีย์รูป “สิงห์” หรือ “ไกรสรราชสีห์” กลางเมืองเป็นแหล่งที่แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวได้มาถึงจังหวัดสิงห์บุรี จากการวิเคราะห์ภาคเอกสารทฤษฎี และการลงพื้นที่ ผู้วิจัยได้นำไกรสรราชสีห์ มาใช้เป็นแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และรูปแบบเรขศิลป์ประเภทต่างๆ เช่น การพัฒนาตัวอักษร สื่อสิ่งพิมพ์ที่สนับสนุนการขาย โดยใช้ความเป็นสัตว์ที่แข็งแรงของ “ไกรสรราชสีห์” ซึ่งเป็นสัตว์หิมพานต์ มาเป็นหัวข้อหลักในการออกแบบและพัฒนา

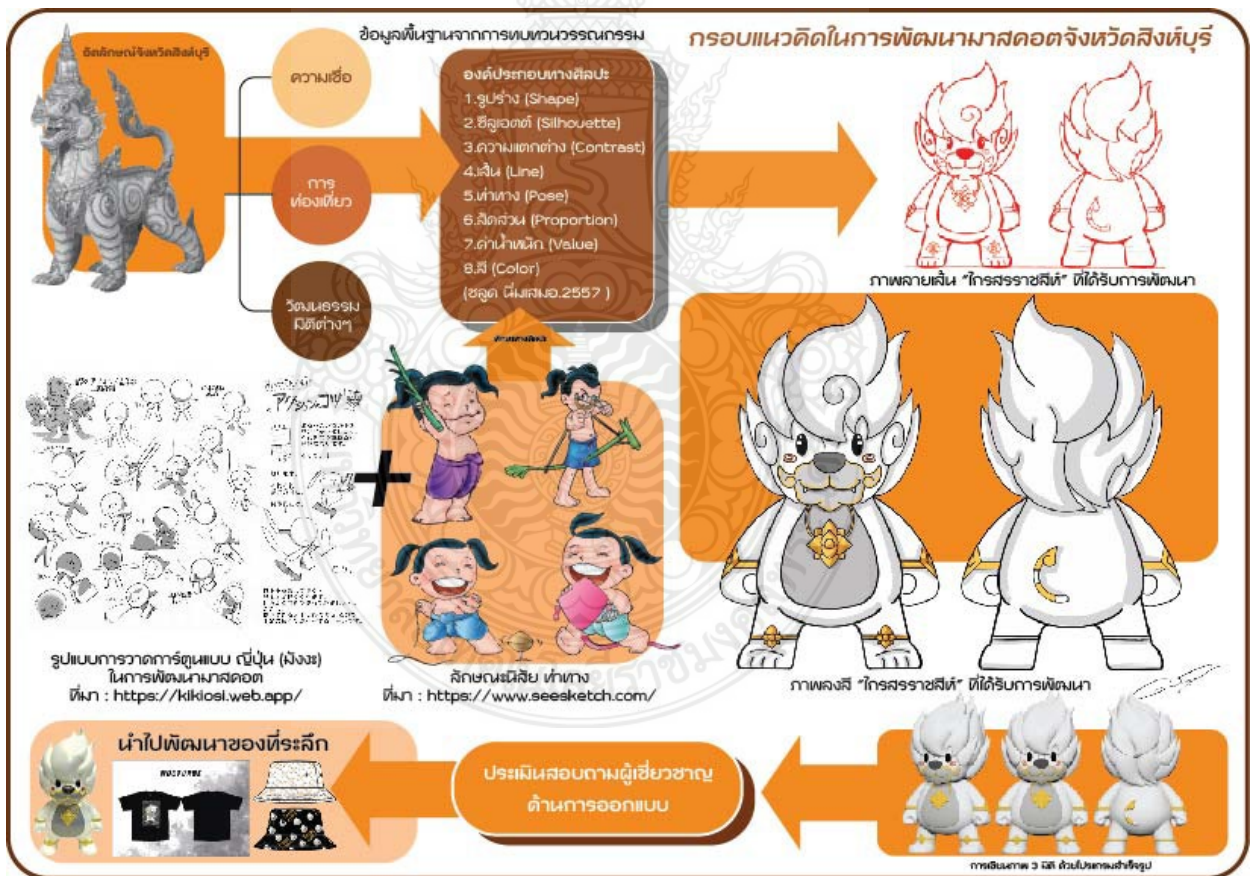
การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผู้วิจัยได้สำรวจความนิยมการใช้อัตลักษณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดย พัฒนาเป็นโมเดล พิกเกอร์ประเภท Art toy เสื้อ แก้วมัคหรือแก้วกาแฟ แก้วเก็บความเย็น หมวก โดยมีแนวคิดในการวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยให้สามารถจำหน่ายได้ในระยะยาว และเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนของจังหวัดสิงห์บุรี นอกจากสินค้าพื้นเมือง

การวิเคราะห์กราฟิก หรือ เรขศิลป์ ผู้วิจัยได้นำรูปร่าง รูปทรง “ไกรสรราชสีห์” นำไปพัฒนาตัวอักษรภาษาไทย เป็นพยัญชนะ สระ และวรรณยุกต์ โดยใช้รูปทรง ไกรสรราชสีห์มาดัดทอน ร่วมกับรูปแบบ

ตัวอักษรภาษาไทย ให้เกิดฟอนต์ตัวอักษร โดยใช้ชื่อ “Kaisorn Ratchasri” ซึ่งบอกถึงการนำสิ่งที่มาใช้เป็นแนวคิดให้กับจังหวัดสิงห์บุรี และใช้เป็นต้นแบบในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ บรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ

4.1.1 การวิเคราะห์อัตลักษณ์สิงห์บุรี

กระบวนการวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีซึ่งผู้วิจัยใช้การออกแบบมาสคอต เป็นสื่อกลางในการนำเสนอการออกแบบ โดยเริ่มจากอัตลักษณ์สัตว์หินพานต์ “ไกรสรราชสีห์” ผสมกับรูปแบบตัวละครมังงะแบบญี่ปุ่นเพื่อสร้างความเป็นมิตรและเข้าถึงได้ง่ายให้กับผู้พบเห็น กระบวนการออกแบบเริ่มจากกำหนดท่าทาง ลักษณะนิสัยของตัวละครซึ่งเป็นตัวแทนว่ามีลักษณะนิสัยแบบใด ซึ่งในโครงการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำลักษณะท่าทางการเล่นของเด็กไทยในอดีตมาเป็นแนวคิดในการพัฒนา โดยใช้หลักองค์ประกอบทางศิลปะได้แก่ รูปร่าง (Shape), ซิลูเอตต์ (Silhouette), ความแตกต่าง (Contrast), เส้น (Line), ท่าทาง (Pose), สัดส่วน (Proportion), ค่าน้ำหนัก (Value), สี (Color) (ชะลูด นิมเสมอ. 2557) แล้วทำการร่างภาพเบื้องต้น แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินแล้วนำไปปรับปรุงแก้ไขให้เกิดความลงตัวมากที่สุด ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 แสดงกรอบแนวคิดในการพัฒนามาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

ที่มา : อาณัญญ์ ศิริพิชญ์ตระกูล

จากภาพที่ 4.1 จะเห็นได้ว่าผู้วิจัยนำอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี โดยใช้แนวคิดในเรื่องของ ความเชื่อ การท่องเที่ยว วัฒนธรรมมิติต่างๆ ผสมกับองค์ประกอบทางศิลปะ ใช้แนวทางการออกแบบตัวละครแบบมังงะญี่ปุ่น ผสมกับลักษณะนิสัย ท่าทางของเด็กไทยทำให้ได้รูปแบบมาสคอตต้นแบบดังภาพที่ 4.2 ซึ่งผ่านการให้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ทั้ง 3 ท่าน



DESIGN ART WORK.
Model.



โกศล
ราชสีห์

ภาพที่ 4.2 แสดงการพัฒนามาสคอตอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

ที่มา : อาณัติ ศิริพิชญ์ตระกูล

4.1.2 การวิเคราะห์งานเรขศิลป์อัตลักษณ์สิงห์บุรี

4.1.2.1 กระบวนการวิเคราะห์การพัฒนาตัวอักษรจังหวัดสิงห์บุรี

การออกแบบและพัฒนาตัวอักษรเพื่อเป็นอัตลักษณ์สำหรับจังหวัดสิงห์บุรี และใช้ในการนำเสนอบนสื่อประชาสัมพันธ์ บรรจุภัณฑ์ รวมถึงสื่อกราฟิกต่างๆที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยมีกระบวนการพัฒนาโดยใช้ทฤษฎี หลักองค์ประกอบทางศิลปะรูปร่าง (Shape), ความแตกต่าง (Contrast), เส้น (Line), สัดส่วน (Proportion), ค่าน้ำหนัก (Value), สี (Color) (ชะลูด นิ่มเสมอ. 2557) ดังเช่นเดียวกันกับการพัฒนาอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี โดยออกแบบร่วมกับ อัตลักษณ์ตั้งต้นของจังหวัดสิงห์บุรีคือไกรสรราชสีห์ และ โครงสร้างพยัญชนะ สระ วรรณยุกต์ ตัวเลขของไทย



ภาพที่ 4.3 แสดงลักษณะรูปแบบของตัวอักษร “Kaisorn Ratchasri”

ที่มา : อาณัญ ศิริพิชญ์ตระกูล



ภาพที่ 4.6 แสดงการวางรูปแบบตัวอักษรไทย “Kaisorn Ratchasri”

ที่มา : อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล

4.1.2.2 การนำภาพอัตลักษณ์และเรขศิลป์มาใช้ในการออกแบบ

การออกแบบและพัฒนาตัวอักษรเพื่อเป็นอัตลักษณ์สำหรับจังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยได้นำภาพมาสคอตและตัวอักษรที่รับการพัฒนามาออกแบบ กราฟิกเป็นตราสินค้า การออกแบบลวดลายผ้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบป้าย TAG ประชาสัมพันธ์สินค้า ดังภาพที่ 4.7



ภาพที่ 4.7 แสดงตราสินค้า ไกรสรราชสีห์

ที่มา : อาณัติ ศิริพิชญ์ตระกูล

จากภาพที่ 4.7 เป็นการนำรูปแบบตัวอักษรที่รับการพัฒนามาใช้ในการออกแบบตราสินค้า ซึ่งใช้หลักการออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยใช้ตัวอักษรผสมภาพ จะทำให้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าใหม่จดหมายได้ง่าย รูปแบบใช้สีมเพื่อกระตุ้นการมองเห็นของกลุ่มเป้าหมายและใช้ตัวอักษรสีดาร์รองเป็นเงาเพื่อให้เกิดมิติของตัวอักษร ด้านการใช้ภาพผู้วิจัยได้ตัดทอนรูปมาสอดคล้องที่ได้พัฒนาไว้ โดยใช้เฉพาะส่วนหัวของตัวการ์ตูน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายจดจำได้ง่าย

- การนำตราสินค้ามาใช้ในการพัฒนา TAG ส่งเสริมการขายสินค้าดังภาพที่ 4.8

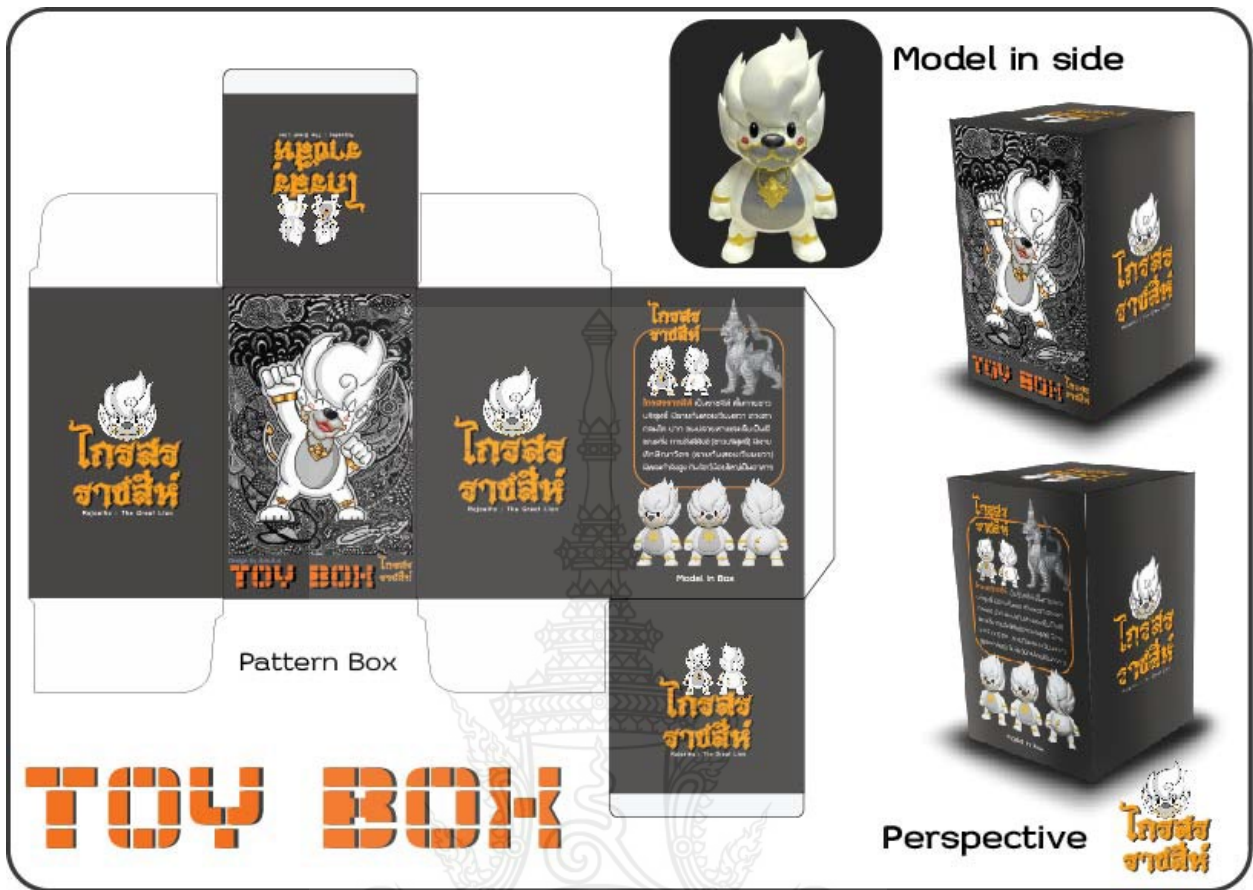


T
A
G
●
P
R
O
D
U
C
T

ภาพที่ 4.8 แสดงป้าย TAG ตราสินค้า ไกรสรราชสิทธิ์
ที่มา : อาณัติ ศิริพิชญ์ตระกูล

ภาพที่ 4.8 ป้ายTAG เป็นการแสดงภาพลักษณ์ของสินค้า โดยการนำภาพตัวมาสคอตและตัวอักษรที่ผู้วิจัยได้พัฒนาไว้มาจัดองค์ประกอบทางศิลปะ โดยป้าย TAG จะใช้ห้อยสินค้าแฟชั่น และผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ได้รับการพัฒนา โดยผู้วิจัยได้ทดสอบวางบนพื้นสีขาว และสีดำ เพื่อสร้างความโดดเด่นบนภาพและตัวอักษร

- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใน ของเล่นไกรสรราชสิทธิ์ (ART TOY) ดังภาพที่ 4.9 แสดงการแม่แบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 4.9 แสดงบรรจุภัณฑ์ ART TOY โกรสรรราชสีห์

ที่มา : อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล

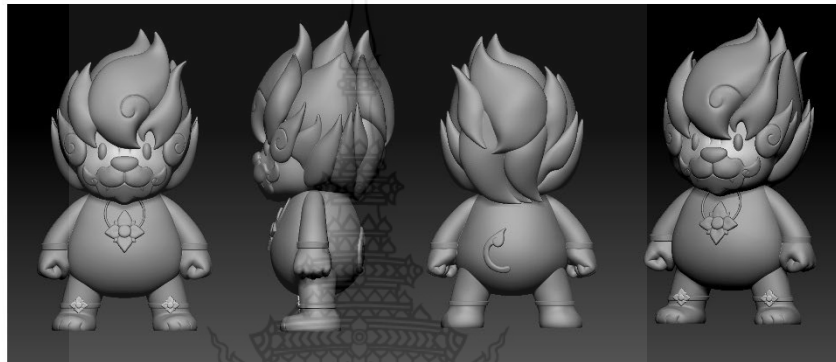
จากภาพที่ 4.9 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ ART TOY โกรสรรราชสีห์ โดยด้านหน้าผู้วิจัยได้วาดภาพประกอบ เพื่อสร้างความสดใส และความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ ด้านหลังแสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์และ ประวัติของตัวละคร โกรสรรราชสีห์

4.1.3 รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

ในโครงการวิจัยศึกษาการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยได้นำผลการออกแบบและการวิเคราะห์ทางเรขาคณิตทั้งรูปแบบ ตัวอักษร มาสคอต และกราฟิก ต่างๆ มาทำการออกแบบแล้วพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดยได้ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก รูปแบบต่างๆ ดังนี้

1. ของเล่นประเภท ฟิกเกอร์โมเดลจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี (ART TOY) โดยได้นำมาสอดคล้องกับตราราชสีห์ที่ได้ออกแบบไว้มาพัฒนาเป็นสินค้าฟิกเกอร์โมเดล โดยการเขียนภาพต้นแบบสามมิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ทำการตรวจสอบและขึ้นต้นแบบขนาดความสูง 25 cm. และขนาด 15 cm. ดังภาพที่ 4.9 – 4.10 แสดงการทำต้นแบบฟิกเกอร์โมเดลไกรสรราชสีห์

DESIGN ART WORK.
Model.



DESIGN ART WORK.
Model.



ไกรสร
ราชสีห์

ภาพที่ 4.10 แสดงการขึ้นต้นแบบโปรแกรมสามมิติ ART TOY ไกรสรราชสีห์

ที่มา : อาณัติ ศิริพิชญ์ตระกูล



DESIGN ART WORK.
Model.

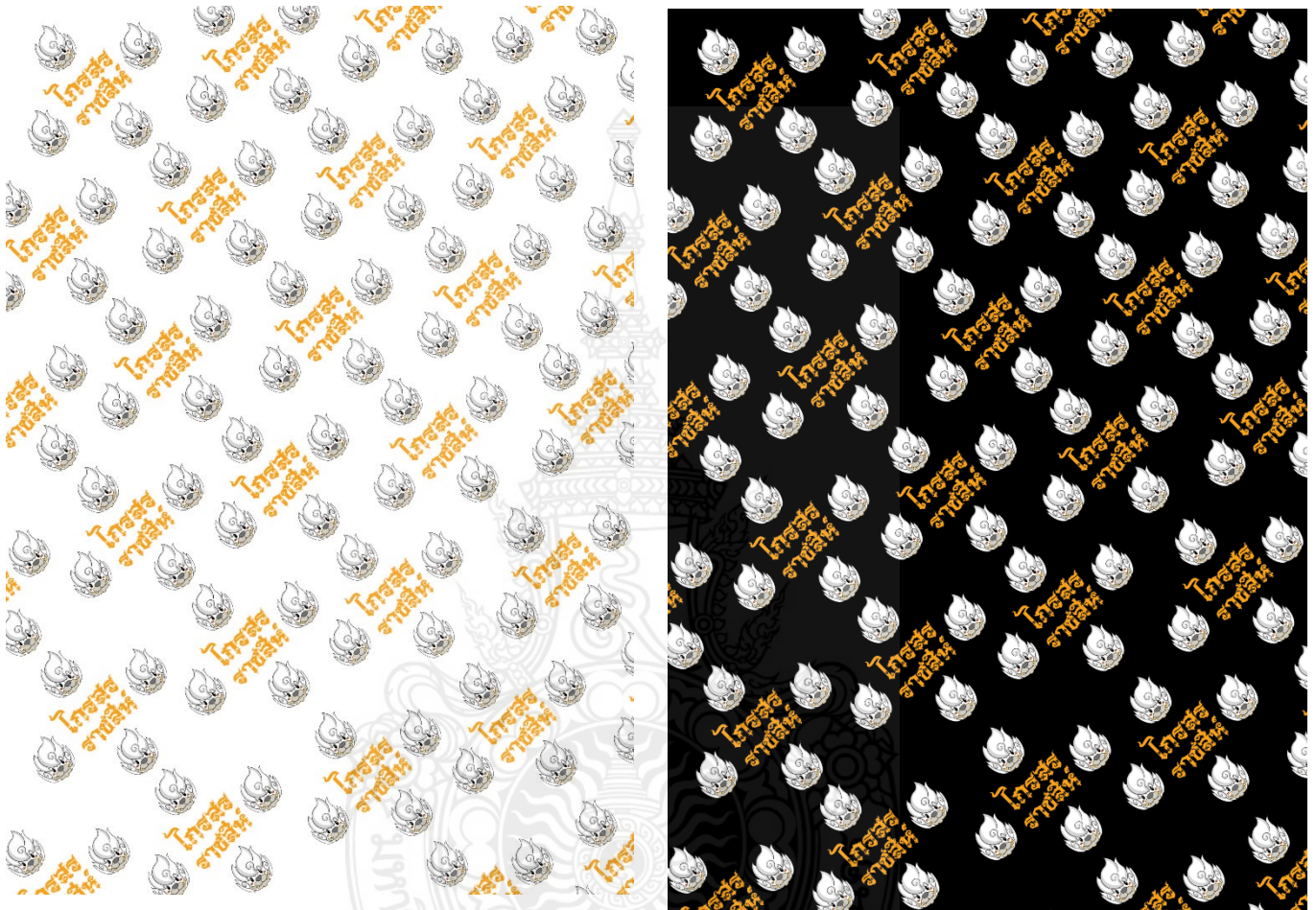


**โกศล
ราชสิทธิ์**

ภาพที่ 4.11 แสดงการขึ้นต้นแบบจริง ART TOY ไกรสรราชสิทธิ์

ที่มา : อาณัฐ ศิริพิชญ์ตระกูล

2. ผลิตรัตนภาพของที่ระลึกประเภทแพชชั่นและเครื่องแต่งกาย โดยผู้วิจัยได้นำรูปแบบตัวอักษรและมาสคอตมาออกแบบลวดลายผ้าและทำการออกแบบผลิตรัตนภาพของที่ระลึกประเภท เสื้อฮาวาย เสื้อยืด และหมวกบักเก็ต เพื่อให้ผลิตรัตนภาพเกิดความน่าสนใจ ดังภาพที่ 4.11 – 4.13



ภาพที่ 4.12 ลวดลายผ้า โกรสรราชสีห์

ที่มา : อาณัญ ศรีพิชญ์ตระกูล

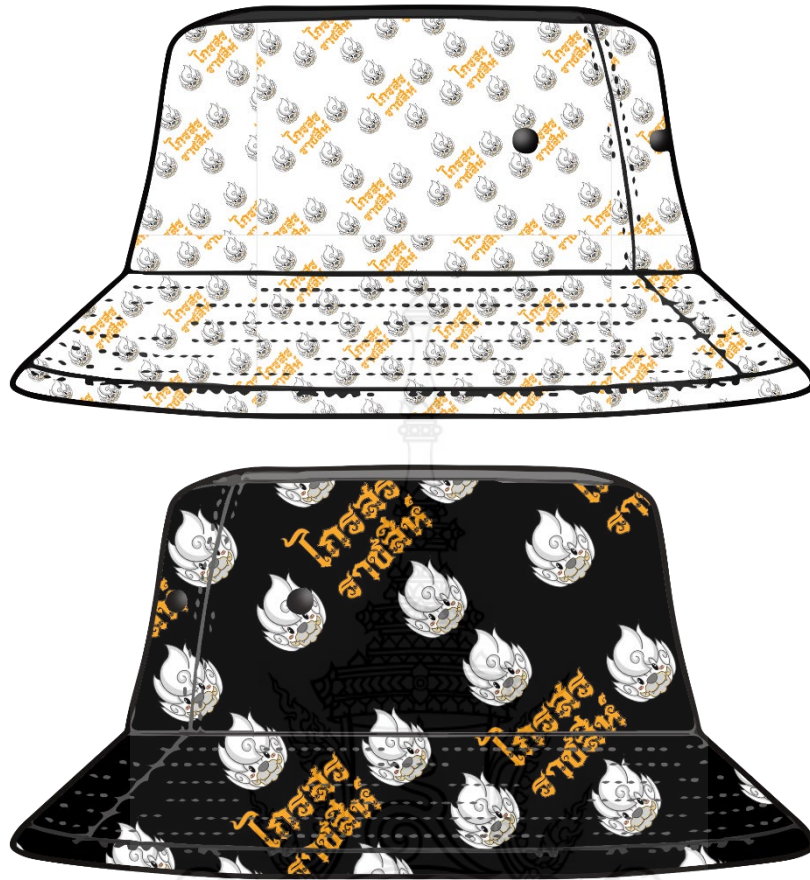
จากภาพที่ 4.11 เป็นการนำตัวอักษรที่ทำการพัฒนามาออกแบบร่วมกับตัวมาสคอต โดยตัดทอนเฉพาะส่วนหัวของตัวการ์ตูน ใช้เทคนิคการจัดองค์ประกอบทำศิลปะในเรื่องของการทำซ้ำภาพเพื่อให้เกิดลวดลายบนผ้า ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ออกแบบเป็นสองสีพื้นได้แก่ สีขาว และสีดำ โดยเล็งเห็นถึงการผลิตจำนวนมาก

DESIGN ART WORK.



โกลบอล
สากล

ภาพที่ 4.13 ลวดลายผ้า ไกรสรราชสีห์ มาพัฒนาเสื้อฮาวาย
ที่มา : อาณัฐ ศิริพิชญ์ตระกูล

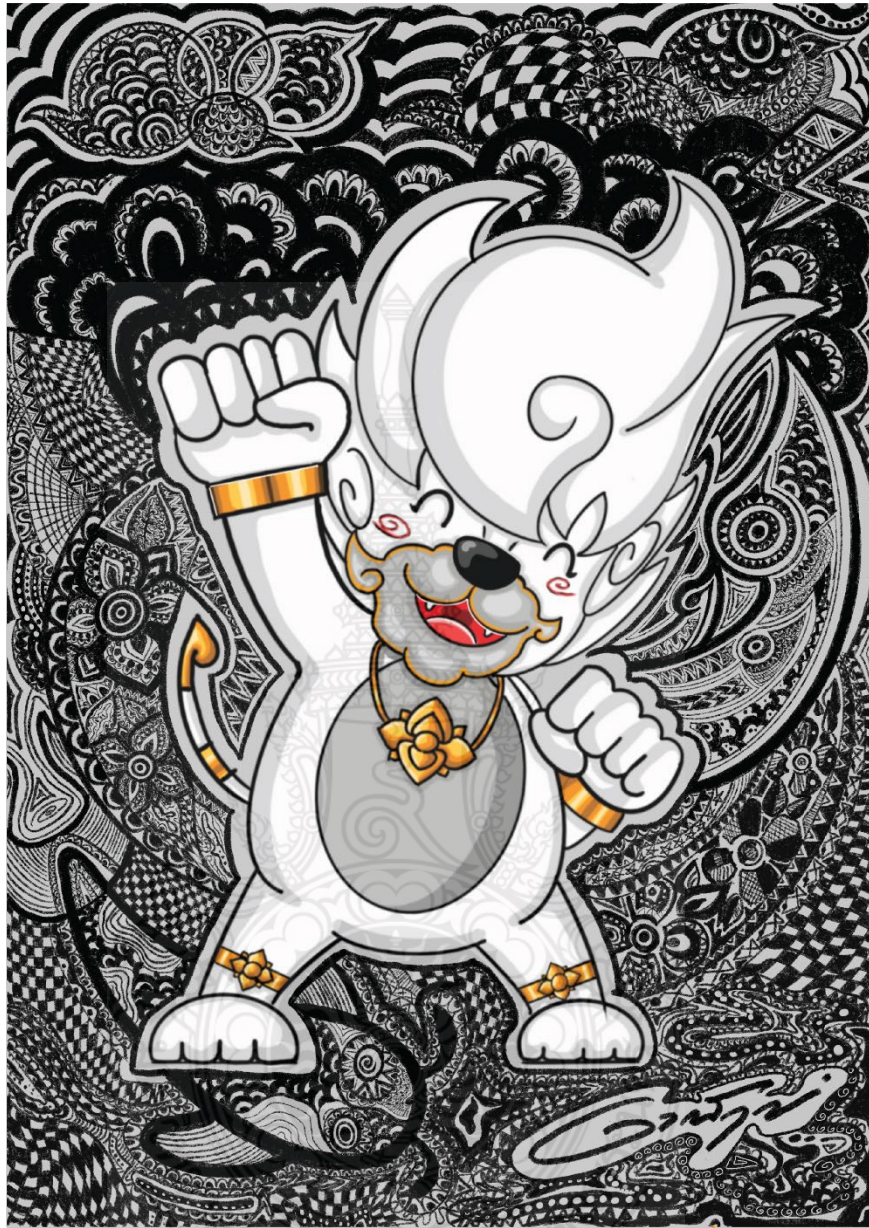


ภาพที่ 4.14 ลวดลายผ้า โกรสราชสีห์ มาพัฒนาหมวกบักเก็ต

ที่มา : อาณัฐ ศิริพิชญ์ตระกูล

จากภาพที่ 4.12 และ 4.13 ผู้วิจัยได้ทำการนำลวดลายผ้ามาออกแบบและพัฒนาเสื้อฮาวายและหมวกบักเก็ต ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก โดยออกแบบเป็นสีพื้นสีขาว และสีดำ

- การออกแบบลวดลายเสื้อยืด ผู้วิจัยได้ทำการวาดและออกแบบลวดลายเพิ่มเติมโดยใช้ตัวมาสคอตเป็นแกนหลักในการออกแบบในท่าทางอื่นๆ และใช้การใช้เส้นชนิดต่างๆในการออกแบบพื้นหลังเพื่อสร้างมิติและเรื่องราวให้กับตัวละคร ดังภาพที่ 4.14 – 4.15 และการใช้ภาพมาสคอตและตัวอักษรที่ได้พัฒนา แล้วทำการพิมพ์ลงบนเสื้อยืด ดังภาพที่ 4.16



Design by Arnut.si

โกศล
ราชสีห์

ภาพที่ 4.15 ลวดลายเส้ยัดที่ได้รับการพัฒนา

ที่มา : อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล



ภาพที่ 4.16 สวดลายเสื้อยืดที่ได้รับการพัฒนาบนเสื้อยืด (1)

ที่มา : อาณัฐ ศิริพิชญ์ตระกูล



ภาพที่ 4.17 ลวดลายเสื้อยืดที่ได้รับการพัฒนาบนเสื้อยืด (2)

ที่มา : อาณัฐ ศิริพิชญ์ตระกูล

4.2 แบบวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ในการวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีกับออกแบบเรขศิลป์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรี

4.2.1 จากการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

จากการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ทั้ง 3 ท่าน ได้แก่ ผศ.ดร.กษม อมันตกุล, ผศ.ดร.ศรีชญา เจริญเนตร, ผศ.ดร.เอกพงศ์ อินแก้ว ซึ่งได้ให้ความเห็นรายประเด็นดังนี้

1. ด้านการวิเคราะห์และพัฒนาอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี แนวทาง แนวคิด เพื่อใช้ในการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
2. การวิเคราะห์และแนวทางการออกแบบและพัฒนาเรขศิลป์จากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ประเภทตราสัญลักษณ์สินค้า กราฟิกบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ
3. ด้านการดึงอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีมาใช้ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
4. ด้านการวิเคราะห์และต่อยอดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี แนวทางการตลาด แนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความสอดคล้องทางวัฒนธรรม

4.2.1.1 ด้านการวิเคราะห์และพัฒนาอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี แนวทาง แนวคิด เพื่อใช้ในการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

- การถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี มีที่มาจากข้อมูลมาสนับสนุนการออกแบบมีความเหมาะสม อยู่ในขั้นดี ทั้งรูปแบบมาสคอต และรูปแบบตัวอักษร ทั้งจังหวัดสิงห์บุรี แต่มีให้ปรับเส้นบนมาสคอตให้ดูง่าย และน้อยลงจากที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบไปจากทำให้ดูเรียบง่ายจดจำได้ง่าย

4.2.1.2 การวิเคราะห์และแนวทางการออกแบบและพัฒนาเรขศิลป์จากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ประเภทตราสัญลักษณ์สินค้า กราฟิกบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ

- การออกแบบมาสคอตจังหวัดสิงห์บุรี การออกแบบรูปแบบตัวอักษร ภาพประกอบต่างๆ การออกแบบกราฟิก (เรขศิลป์) ตราสัญลักษณ์สินค้าต่างๆ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ นำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม และสามารถมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้ มีการใช้เทคโนโลยีด้านการผลิตมาช่วยในการลดต้นทุนการผลิต หากจังหวัดนำไปใช้จริงจะเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

4.2.1.3 ด้านการดึงอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีมาใช้ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี วิเคราะห์ว่ามีความทันต่อเหตุการณ์ โดยการนำมาสคอตไปพัฒนาเป็น Art toy เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่มีความชอบหุ่นฟิกเกอร์ได้นำไปสะสม มีการใช้เทคโนโลยีด้านการผลิตมาช่วยในการลดต้นทุนการผลิต หากจังหวัดนำไปใช้จริงจะเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

4.2.1.4 ด้านการวิเคราะห์และต่อยอดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี แนวทางการตลาด แนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความสอดคล้องทางวัฒนธรรม

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ผู้เชี่ยวชาญมองว่ามีความคุ้มค่า แต่หากผลิตภัณฑ์ต้องวางในจุดที่นักท่องเที่ยวผ่านเป็นจำนวนมาก มีสถานที่จัดจำหน่าย และมีการทำสื่อประชาสัมพันธ์ การนำเสนอทางการตลาด โดยใช้สื่อและเทคโนโลยีด้านการออกแบบมาช่วยส่งเสริมการขาย และทำตลาดออนไลน์เพื่อกระตุ้นความคุ้นเคยและกระตุ้นการให้มาเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรีของผู้พบเห็น

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญได้ทำการวิเคราะห์และนำไปปรับปรุง รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้ และสามารถนำไปใช้งานได้ทันที

4.3 ผลการวิเคราะห์การประเมินรายด้านของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรี

ในโครงการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ประเมินกลุ่มตัวอย่างได้แก่ กลุ่มผู้จำหน่าย นักท่องเที่ยว และผู้สนใจด้านการออกแบบ จำนวน 100 คน (N) โดยใช้แบบสอบถามแบบ Rating Scale ในการสอบถามระดับความคิดเห็นโดยแบ่ง เป็น 4 ด้านดังนี้ได้แก่

- 4.3.1 ด้านอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี
- 4.3.2 ด้านการออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี
- 4.3.3 ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี
- 4.3.4 ด้านการตลาดและความสอดคล้องทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 4.1 ด้านอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี (N=100)

รายการ	\bar{x} MEAN	Standard Deviation (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1.การถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีเป็นแนวคิดในการพัฒนา	4.85	0.33	เหมาะสมมากที่สุด
2. การถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีเป็นกราฟิก	4.75	0.43	เหมาะสมมากที่สุด
3. การถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.72	0.48	เหมาะสมมากที่สุด
4. การสื่อความหมายอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ไปยังนักท่องเที่ยวและผู้สนใจ	4.75	0.43	เหมาะสมมากที่สุด
รวม	4.76	0.05	เหมาะสมมากที่สุด

จากตารางที่ 4.1 แสดงการถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี โดยได้ค่าระดับคะแนนความพึงพอใจดังนี้ การถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีเป็นแนวคิดในการพัฒนา ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.85 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด รองลงมา การถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีเป็นกราฟิก และการสื่อความหมายอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ไปยังนักท่องเที่ยวและผู้สนใจ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.75 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด สุดท้ายการถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.72 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด ภาพรวมของด้านอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.76 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด

ตารางที่ 4.2 ด้านการออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี (N=100)

รายการ	\bar{x} MEAN	Standard Deviation (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1. การออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ประเภทตราสัญลักษณ์สินค้า	4.85	0.33	เหมาะสมมากที่สุด
2. การออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ประเภทมาสคอต	4.75	0.43	เหมาะสมมากที่สุด
3. การออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ประเภทการใช้ภาพประกอบในสื่อกราฟิกต่างๆ	4.70	0.50	เหมาะสมมากที่สุด
4. การออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ประเภทการออกตัวอักษร	4.75	0.43	เหมาะสมมากที่สุด
5. การออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ประเภทบรรจุภัณฑ์ใส่ของที่ระลึกต่างๆ	4.52	0.56	เหมาะสมมากที่สุด
รวม	4.71	0.12	เหมาะสมมากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 ด้านการออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี โดยได้ค่าระดับคะแนนความพึงพอใจ ดังนี้ การออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ประเภทตราสัญลักษณ์สินค้า ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.85 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด รองลงมา การออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ประเภทมาสคอต และการออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ประเภทการออกตัวอักษร ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.75 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด การออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ประเภทการใช้ภาพประกอบในสื่อกราฟิกต่างๆ ตัวอักษร ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.70 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด และการออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ประเภทบรรจุภัณฑ์ใส่ของที่ระลึกต่างๆ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.52 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด ภาพรวมด้านการออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.71 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด

ตารางที่ 4.3 ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี (N=100)

รายการ	\bar{x} MEAN	Standard Deviation (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
ด้านความสวยงาม	4.62	0.12	เหมาะสมมากที่สุด
1.รูปทรง สัดส่วน ของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความเหมาะสมอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี	4.70	0.50	เหมาะสมมากที่สุด
2.การใช้สีบนผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี	4.75	0.43	เหมาะสมมากที่สุด
3.มีการเลือกใช้วัสดุร่วมและส่วนประดับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความเหมาะสมอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี	4.52	0.56	เหมาะสมมากที่สุด
4.การใช้แนวคิดในการออกแบบเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรีที่ได้รับการพัฒนา	4.52	0.56	เหมาะสมมากที่สุด
ด้านประโยชน์ใช้สอยและการใช้งาน	4.72	0.02	เหมาะสมมากที่สุด
5.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีรูปแบบประโยชน์ใช้สอยต่างๆเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา	4.75	0.43	เหมาะสมมากที่สุด
6.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผู้ใช้งาน	4.70	0.50	เหมาะสมมากที่สุด
7.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีรูปแบบการใช้งานที่เหมาะสม	4.75	0.43	เหมาะสมมากที่สุด
8.วัสดุผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความคงทนเหมาะสมกับการใช้งาน	4.70	0.50	เหมาะสมมากที่สุด
ด้านการดูแลรักษาและซ่อมแซม	4.80	0.07	เหมาะสมมากที่สุด
9.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ได้รับการพัฒนาสามารถดูแลรักษาได้ง่าย	4.85	0.33	เหมาะสมมากที่สุด
10.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ได้รับการพัฒนาสามารถซ่อมแซมได้ง่าย	4.75	0.43	เหมาะสมมากที่สุด
รวม	4.71	0.09	เหมาะสมมากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยแบ่งออกเป็นสามด้านและมีค่าระดับคะแนนดังนี้ ด้านการดูแลรักษาและซ่อมแซม ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.80 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด ด้านประโยชน์ใช้สอยและการใช้งาน ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.72 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด และด้านความสวยงาม ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.62 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด โดยภาพรวมทั้ง 3 ด้านมีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.71 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด

ตารางที่ 4.4 ด้านการตลาดและความสอดคล้องทางวัฒนธรรม (N=100)

รายการ	\bar{x} MEAN	Standard Deviation (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1.การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมในจังหวัดสิงห์บุรี	4.70	0.50	เหมาะสมมากที่สุด
2.ตราสัญลักษณ์สินค้า กราฟิกรูปภาพ และตัวอักษร สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และบริบททางวัฒนธรรมในจังหวัดสิงห์บุรี	4.75	0.43	เหมาะสมมากที่สุด
3.มีโอกาสเป็นไปได้ในการทำตลาดและต่อยอดเชิงพาณิชย์	4.70	0.50	เหมาะสมมากที่สุด
รวม	4.71	0.02	เหมาะสมมากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 ด้านการตลาดและความสอดคล้องทางวัฒนธรรม มีระดับความพึงพอใจดังนี้ ด้านตราสัญลักษณ์สินค้า กราฟิกรูปภาพ และตัวอักษร สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และบริบททางวัฒนธรรมในจังหวัดสิงห์บุรี ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.75 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมในจังหวัดสิงห์บุรี และมีโอกาสเป็นไปได้ในการทำตลาดและต่อยอดเชิงพาณิชย์ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.70 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด ภาพรวมทั้ง 3 ด้าน ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.71 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด

ตารางที่ 4.5 ภาพรวมการทดสอบความพึงพอใจทั้ง 4 ด้าน (N=4)

รายการ	\bar{x} MEAN	Standard Deviation (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี	4.76	0.05	เหมาะสมมากที่สุด
2.ด้านการออกแบบเรขาคณิต อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี	4.71	0.12	เหมาะสมมากที่สุด
3.ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี	4.71	0.09	เหมาะสมมากที่สุด
4.ด้านการตลาดและความสอดคล้องทางวัฒนธรรมรวม	4.71	0.02	เหมาะสมมากที่สุด
รวม	4.72	0.02	เหมาะสมมากที่สุด

ตารางที่ 4.5 เป็นภาพรวมการทดสอบความพึงพอใจทั้ง 4 ด้าน ซึ่งภาพรวมของระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.72 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษาจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ซึ่งได้ข้อมูลการวิเคราะห์ สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยผู้วิจัยได้แบ่ง การสรุปผลตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ดังนี้

5.1.1 เพื่อใช้นวัตกรรมด้านการออกแบบและศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

ในวัตถุประสงค์นี้เป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพซึ่งแบ่งในด้านการวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี และการนำนวัตกรรมด้านการออกแบบมาใช้ออกแบบเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

5.1.1.1 ด้านอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

ในการวิเคราะห์ข้อมูลภาคเอกสารทฤษฎี และจากการลงพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี พบว่าเป็นเมืองรองที่ผ่านไปยังจังหวัดต่างๆในภาคเหนือ มีความโดดเด่นด้านอาหารการกิน โดยเฉพาะ ปลาช่อนเผา รวมถึงวัดต่างๆ ในส่วนตัวเมืองจะมีอนุสาวรีย์รูป “สิงห์” หรือ “ไกรสรราชสีห์” กลางเมืองเป็นแหล่งที่แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวได้มาถึงจังหวัดสิงห์บุรี จากการวิเคราะห์ภาคเอกสารทฤษฎี และการลงพื้นที่ ผู้วิจัยได้นำไกรสรราชสีห์ มาใช้เป็นแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และรูปแบบเรขศิลป์ประเภทต่างๆ เช่น การพัฒนาตัวอักษร สื่อสิ่งพิมพ์ที่สนับสนุนการขาย โดยใช้ความเป็นสัตว์ที่แข็งแรงของ “ไกรสรราชสีห์” ซึ่งเป็นสัตว์หิมพานต์ มาเป็นหัวข้อหลักในการออกแบบและพัฒนา

5.1.1.2 ด้านการใช้นวัตกรรมเพื่อการออกแบบ

การใช้นวัตกรรมการออกแบบเป็นการนำกระบวนการ เทคโนโลยี โปรแกรมสำเร็จ ทั้งสองมิติ และสามมิติมาใช้ในการออกแบบและพัฒนาเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรี รวมทั้งเครื่องมือ เครื่องจักรกลต่างๆในการช่วยจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์

5.1.2 เพื่อการออกแบบเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผู้วิจัยได้สำรวจความนิยมการใช้อัตลักษณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดย พัฒนาเป็นโมเดล พิกเจอร์ประเภท Art toy เสื้อ แก้วมัคหรือแก้วกาแฟ แก้วเก็บ

ความเย็น หมวก โดยมีแนวคิดในการวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยให้สามารถจำหน่ายได้ในระยะยาว และเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนของจังหวัดสิงห์บุรี นอกจากสินค้าพื้นเมือง

การวิเคราะห์กราฟิก หรือ เรขศิลป์ ผู้วิจัยได้นำรูปร่าง รูปทรง “ไกรสรราชสีห์” นำไปพัฒนาตัวอักษรภาษาไทย เป็นพยัญชนะ สระ และวรรณยุกต์ โดยใช้รูปทรง ไกรสรราชสีห์มาตัดทอน ร่วมกับรูปแบบตัวอักษรภาษาไทย ให้เกิดฟอนท์ตัวอักษร โดยใช้ชื่อ “Kaisorn Ratchasri” ซึ่งบอกถึงการนำสิ่งที่มาใช้เป็นแนวคิดให้กับจังหวัดสิงห์บุรี และใช้เป็นต้นแบบในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ บรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ

5.1.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขศิลป์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

การประเมินความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้แบ่งหัวข้อทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ .ด้านอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ด้านการออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ด้านอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ด้านการตลาดและความสอดคล้องทางวัฒนธรรม ซึ่งภาพรวมของระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) = 4.72 ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้

5.1.4 สมมติฐานการวิจัย

ในโครงการเรื่องการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานงานวิจัยในการทดสอบความพึงพอใจ อยู่ในระดับดีมากที่สุด เป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ในโครงการเรื่องการใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ การใช้นวัตกรรมด้านการออกแบบและศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว การออกแบบเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว และประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขศิลป์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมผสาน เชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ ซึ่งได้ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้ การใช้นวัตกรรมด้านการออกแบบและศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว พบว่าเป็นเมืองรองที่ผ่านไปยังจังหวัดต่างๆในภาคเหนือ มีความโดดเด่นด้านอาหารการกิน โดยเฉพาะ ปลาช่อนเผา รวมถึงวัดต่างๆ ในส่วนตัวเมืองจะมือนุสาวรีย์รูป “สิงห์” หรือ “ไกรสรราชสีห์” กลางเมืองเป็นแหล่งที่แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวได้มาถึงจังหวัดสิงห์บุรี จากการวิเคราะห์ภาคเอกสารทฤษฎี และการลงพื้นที่

ผู้วิจัยได้นำไกรสรราชสีห์ มาใช้เป็นแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และรูปแบบเรขศิลป์ประเภทต่างๆ เช่น การพัฒนาตัวอักษร สื่อสิ่งพิมพ์ที่สนับสนุนการขาย โดยใช้ความเป็นสัตว์ที่แข็งแรงของ “ไกรสรราชสีห์” ซึ่งเป็นสัตว์หิมพานต์ มาเป็นหัวข้อหลักในการออกแบบและพัฒนา และการใช้นวัตกรรมการออกแบบเป็นการนำกระบวนการเทคโนโลยี โปรแกรมสำเร็จ ทั้งสองมิติ และสามมิติมาใช้ในการออกแบบและพัฒนาเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรี รวมทั้งเครื่องมือ เครื่องจักรกลต่างๆในการช่วยจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ด้านเรขศิลป์ ผู้วิจัยได้นำรูปร่าง รูปทรง “ไกรสรราชสีห์” นำไปพัฒนาตัวอักษรภาษาไทย เป็นพยัญชนะ สระ และวรรณยุกต์ โดยใช้รูปทรง ไกรสรราชสีห์มาตัดทอน ร่วมกับรูปแบบตัวอักษรภาษาไทย ให้เกิดฟอนท์ตัวอักษร โดยใช้ชื่อ “Kaisorn Ratchasri” ซึ่งบอกถึงการนำสิ่งที่มาใช้เป็นแนวคิดให้กับจังหวัดสิงห์บุรี และใช้เป็นต้นแบบในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ บรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ ในส่วนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผู้วิจัยได้สำรวจความนิยมการใช้อัตลักษณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดย พัฒนาเป็นโมเดล พิกเกอร์ประเภท Art toy เสื้อ แก้วมัคหรือแก้วกาแฟ แก้วเก็บความเย็น หมวก โดยมีแนวคิดในการวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยให้สามารถจำหน่ายได้ในระยะยาว และเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนของจังหวัดสิงห์บุรี นอกจากสินค้าพื้นเมือง ด้านการประเมินความพึงพอใจภาพรวม ผู้วิจัยได้แบ่งหัวข้อทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ .ด้านอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ด้านการออกแบบเรขศิลป์ อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ด้านอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ด้านการตลาดและความสอดคล้องทางวัฒนธรรม ซึ่งภาพรวมของระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย $(\bar{x}) = 4.72$ ระดับความพึงพอใจเหมาะสมมากที่สุด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้

5.3 ข้อเสนอแนะ

- 5.3.1 สถานที่การวางจัดจำหน่าย ควรมีการศึกษาเพื่อให้มีการออกแบบร้านค้าของที่ระลึก
- 5.3.2 ของที่ระลึกรูปแบบต่างๆ หากมีการนำไปใช้ประโยชน์จริงควรมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อให้ประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย
- 5.3.3 การคำนวณต้นทุน กำไร สัดส่วนการทำตลาดผู้วิจัยต้องศึกษา ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กฤษณา บานชื่น.2533.การออกแบบกราฟฟิก. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- กิตติ อินทรานนท์. 2539.ระบบกลไกและเครื่องมือ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- เกษมชัย บุญเพ็ญ.2533.วัสดุช่าง. กรุงเทพฯ : โอเดียนสแควร์.
- ชวิน ฟ้าอารีย์.2526.งานโลหะ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ชลุด _นั้มเสมอ. (2557). องค์ประกอบของศิลปะ. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง.2545.วิธีวิทยาการวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมพงษ์ กรกรรณ.2527.การออกแบบกราฟฟิก. กรุงเทพฯ : สัมพันธ์พาณิชย์.
- สาคร คันธโชติ.2528.การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ :โอเดียนสโตร์.
- สุรชัย สิกขาบัญญัติ.2527.จิตวิทยา. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ทวิช เฟ็งสา.2528.การออกแบบเฟอร์นิเจอร์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- เทพฤทธิ์ ไชยจันทร์. 2564. การออกแบบมาศคอตผ่านทฤษฎีปฏิพันธ์เชิงสัญลักษณ์ กรณีศึกษาคณะศิลปกรรมและออกแบบอุตสาหกรรม มทร.อีสาน. วารสารปริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ. ปีที่ 34 ฉบับที่1 ปี2564
- ทักษิณา สุขพัฑฒิ. แนวคิดการออกแบบมาศคอตประจำเมืองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของญี่ปุ่น. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ. ปีที่ 26 ฉบับที่2 ปี2559
- ไทโรจน์ ธีระประภา. 2546. การออกแบบสัญลักษณ์ตัวแทนประจำจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย. สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ประเสริฐ ศีลรัตน์า. (2531). ของที่ระลึก. กรุงเทพฯ : โอ เอส.พรินต์ติ้งเฮาส์.
- ประไพพรรณ เป็รื่องพงษ์. 2557. การออกแบบมาศคอตสำหรับงานอีเว้นท์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คณะศิลปกรรมศาสตร์
- นิรัช สุดสังข์. 2548. ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- มนตรี ยอดบางเตย. 2538. ออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- มานพ ตันตระบัณชิตย์.2539.เทคโนโลยีการผลิต. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- วิบูลย์ ลีสุวรรณ.2553.ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน. เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น.งานวิจัย สาขาวิชาทัศนศิลป์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วรรณีสหสมโชค. 2549. ออกแบบเฟอร์นิเจอร์.พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี.

- วิวัฒน์ชัย บุญยักดิ์. (2529). ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อมรดกศิลปวัฒนธรรม. จุลสารการท่องเที่ยว, (42).
- วราภรณ์ มามี. 2564. การออกแบบสัญลักษณ์นำโชค มาสคอต สำหรับส่งเสริมธุรกิจและการท่องเที่ยวของประเทศไทย. พิษณุโลก. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร
- รพีพัฒน์ มั่นพรม. การพัฒนาและสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับจังหวัดนครสวรรค์.วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2560
- รัตนะ อุทัยผล. (2523). หัตถกรรมประจำถิ่น. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- สมพงษ์ กรกรรณ์.2527.การออกแบบกราฟฟิก. กรุงเทพฯ : สัมพันธ์พานิชย์.
- สาคร คันธโชติ.2528.การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ :โอเดียนสโตร์.
- สุรชัย สิกขาบัญญัติ.2527.จิตวิทยา. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ศรีณพร ชวนเกริกกุล และปริญ ลักษิตามาต. การยกระดับตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีโดยชุมชน. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม ; ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2562
- อุดมศักดิ์ สาริบุตร. 2548 การออกแบบเฟอร์นิเจอร์. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์
- จิรศักดิ์ จงศรีรัตนกุล. (2560). การเลือกใช้ตัวการ์ตูนเพื่อการสื่อสาร แปรนตีในธุรกิจบริการ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ไลค์มี จำกัด. (2557). *How to ออกแบบ “มาสคอต” ยังไงให้น่ารักและแปรนตีโด่งดัง*. สืบค้น 4 เมษายน 2567,จาก <http://infographic.in.th/>.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก. เครื่องมือในการวิจัย

ภาคผนวก ข. ผลงานการวิจัย

ภาคผนวก ค. ใบรับรองจริยธรรมในมนุษย์

ภาคผนวก ง. การนำเสนอผลงานวิจัย

ภาคผนวก ก.

เครื่องมือในการวิจัย





แบบสอบถาม

โครงการวิจัย การใช้ประโยชน์วัดกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์
ของที่ระลึกและเรขศิลป์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว
: พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี

คำชี้แจง

แบบวิเคราะห์นี้สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยลักษณะการ
พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขศิลป์ จากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ในด้านการวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัด
สิงห์บุรี, รูปแบบเรขศิลป์, และของที่ระลึก เพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสิงห์บุรี ในการ
นี้ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านโปรดได้พิจารณา และตอบคำถามทุกข้อของแบบสอบถามตามความเป็น
จริง เพราะคำตอบของท่านทุกข้อมีความสำคัญยิ่งต่อการทำวิจัยในครั้งนี้

ดังนั้นผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณกลุ่ม
ตัวอย่างทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาณันท์ ศิริพิชญ์ตระกูล)

หัวหน้าโครงการวิจัย

ส่วนที่2 แบบประเมินความพึงพอใจ

คำชี้แจง

1.แบบสอบถามนี้เป็นการหาข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ชุดนี้จะใช้เพื่อพัฒนาสรุปข้อมูล

2.โปรดแสดงความคิดเห็นของท่านลงในแบบสอบถามตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุดโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความและกรอกข้อความที่ท่านเห็นว่าสอดคล้องอยู่ในระดับใดดังนี้

5 หมายถึง สอดคล้อง มากที่สุด

4 หมายถึง สอดคล้อง มาก

3 หมายถึง สอดคล้อง ปานกลาง

2 หมายถึง สอดคล้อง น้อย

1 หมายถึง ควรปรับปรุง

1. ด้านอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

รายการ	ควรปรับปรุง (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
1.การถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีเป็นแนวคิดในการพัฒนา					
2. การถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีเป็นกราฟิก					
3. การถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
4. การสื่อความหมายอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ไปยังนักท่องเที่ยวและผู้สนใจ					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3.ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

รายการ	ควรปรับปรุง (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
ด้านความสวยงาม					
1.รูปทรง สัดส่วน ของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มีความเหมาะสมอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี					
2.การใช้สีบนผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี					
3.มีการเลือกใช้วัสดุร่วมและส่วนประดับ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความเหมาะสมอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี					
4.การใช้แนวคิดในการออกแบบเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรีที่ได้รับการพัฒนา					
ด้านประโยชน์ใช้สอยและการใช้งาน					
5.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีรูปแบบประโยชน์ใช้สอยต่างๆเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา					
6.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผู้ใช้งาน					
7.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีรูปแบบการใช้งานที่เหมาะสม					
8.วัสดุผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความคงทนเหมาะสมกับการใช้งาน					
ด้านการดูแลรักษาและซ่อมแซม					
9.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ได้รับการพัฒนาสามารถดูแลรักษาได้ง่าย					
10.ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ได้รับการพัฒนาสามารถซ่อมแซมได้ง่าย					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

4.ด้านการตลาดและความสอดคล้องทางวัฒนธรรม

รายการ	ควรปรับปรุง	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1.การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมในจังหวัด สิงห์บุรี					
2.ตราสัญลักษณ์สินค้า กราฟิกรูปภาพ และ ตัวอักษร สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึก และบริบททางวัฒนธรรมในจังหวัด สิงห์บุรี					
3.มีโอกาสเป็นไปได้ในการทำตลาดและต่อ ยอดเชิงพาณิชย์					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....





แบบสัมภาษณ์(ผู้เชี่ยวชาญ)

โครงการวิจัย การใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์
ของที่ระลึกและเรขศิลป์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว
: พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี

คำชี้แจง

แบบวิเคราะห์นี้สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยลักษณะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและรูปแบบเรขศิลป์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสิงห์บุรี ในการนี้ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านโปรดได้พิจารณา และตอบคำถามทุกข้อของแบบสัมภาษณ์ตามความเป็นจริง เพราะคำตอบของท่านทุกข้อมีความสำคัญยิ่งต่อการทำวิจัยในครั้งนี้

ดังนั้นผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาณัฐ ศิริพิชญ์ตระกูล)

หัวหน้าโครงการวิจัย

3.ด้านการดึงอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีมาใช้ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4.ด้านการวิเคราะห์และต่อยอดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี แนวทางการตลาด แนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความสอดคล้องทางวัฒนธรรม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

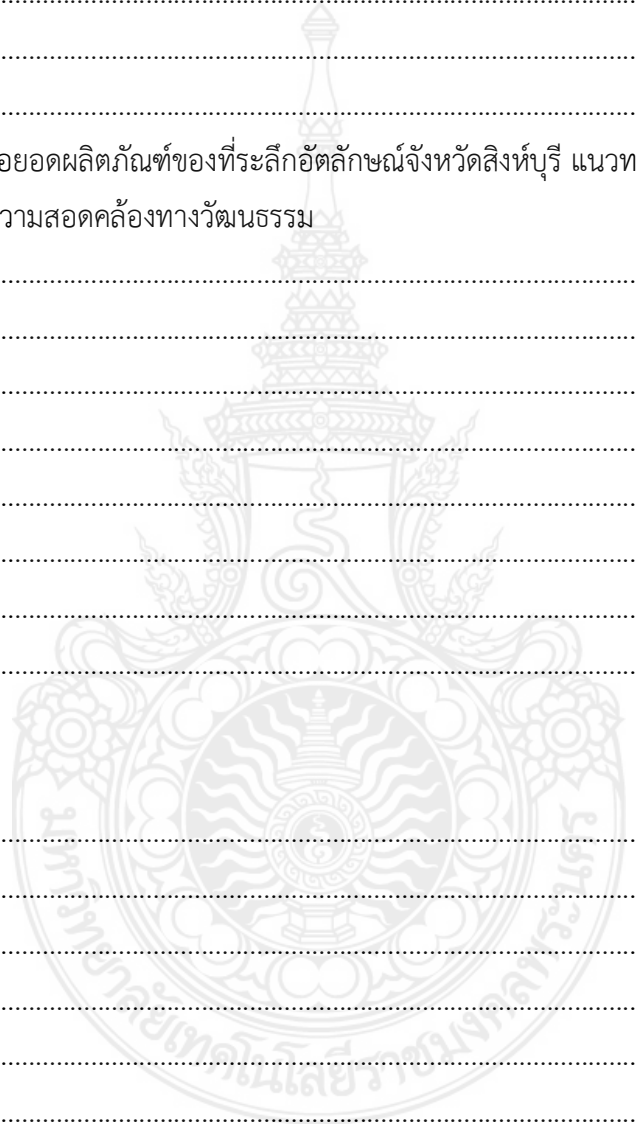
.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข.

ผลงานวิจัย





DESIGN ART WORK.
Model.



โกศล
ราชภัฏ

โกศล ราชภัฏ

OUTLINE

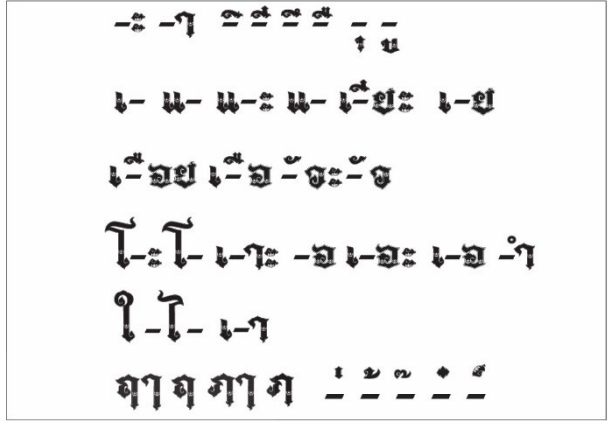
REGULAR

ITALIC

ก	ข	ฃ	ค	ฅ	ฆ	ช	ฌ	ซ
ฅ	ฌ	ญ	ฎ	ฏ	ฐ	ฑ	ฒ	ด
ต	ถ	ท	ธ	ฒ	บ	ป	พ	ฟ
ฟ	ภ	ม	ย	ร	ล	ว	ศ	ส
ห	ฬ	อ	ฮ					
๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙ ๐

ภาพที่ ข1 ผลงานจากการวิจัย (1)

ที่มา : อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล



ภาพที่ ข2 ผลงานจากการวิจัย (2)
 ที่มา : อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล



ภาพที่ ข2 ผลงานจากการวิจัย (3)

ที่มา : อาณัฐ ศิริพิชญ์ตระกูล

DESIGN ART WORK.
Model.



โกสส
ราชภัฏ

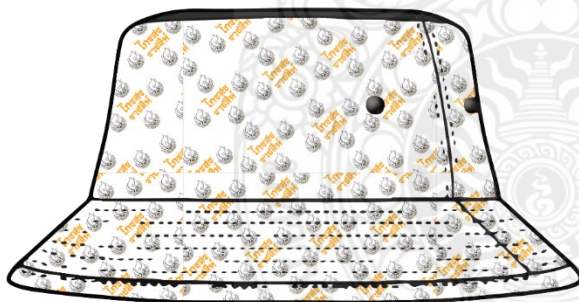
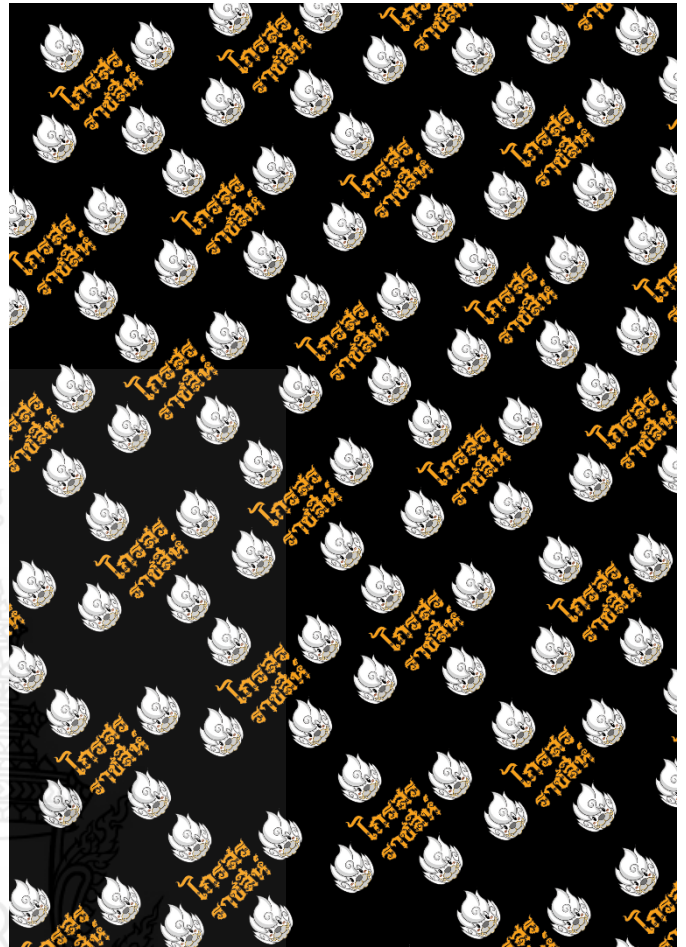
DESIGN ART WORK.
Model.



โกสส
ราชภัฏ

ภาพที่ ข4 ผลงานจากการวิจัย (4)

ที่มา : อาณัฐ ศิริพิชญ์ตระกูล



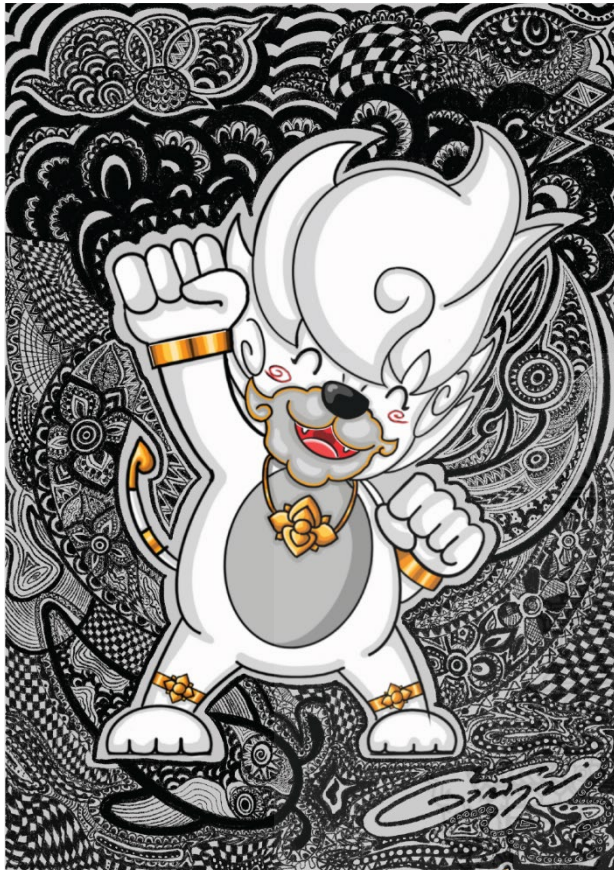
DESIGN ART WORK.



โถงสวรรค์
สาขาสีห์

ภาพที่ ข5 ผลงานจากการวิจัย (5)

ที่มา : อาณัติ ศิริพิชญ์ตระกูล



Design by Arnut.si

โกสส
ราชสีห์

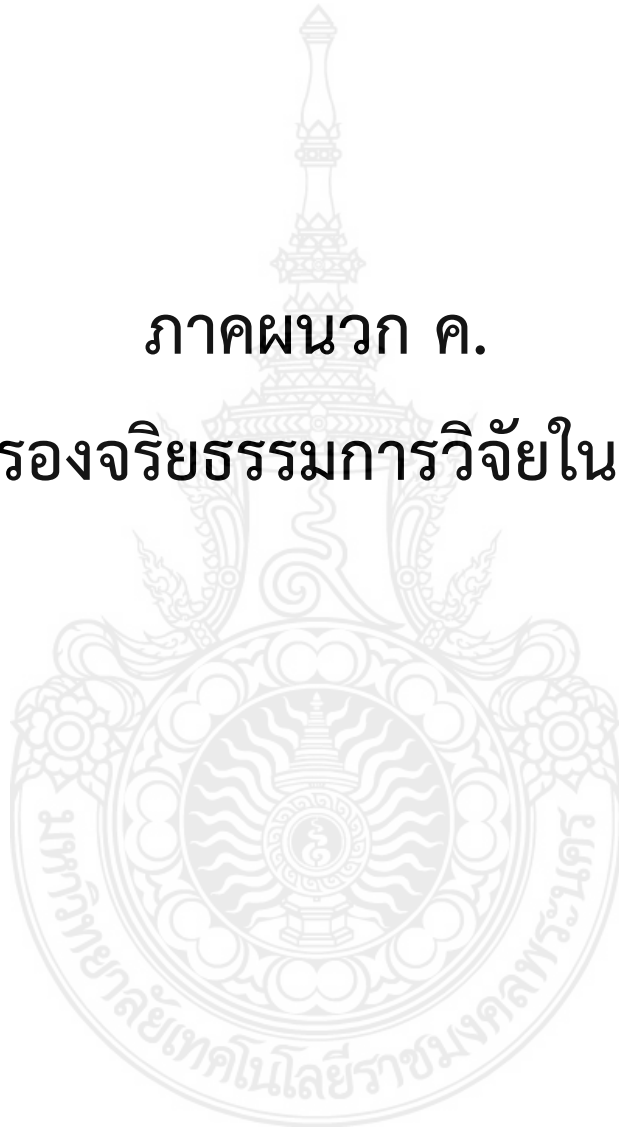


ภาพที่ ข6 ผลงานจากการวิจัย (6)

ที่มา : อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล

ภาคผนวก ค.

ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์





มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ใบรับรองการประเมินจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ประเภทโครงการวิจัย :	แบบยกเว้น (Exemption Review)
รหัสโครงการ :	IRB-007-2024
ชื่อโครงการวิจัย	
(ภาษาไทย) :	การใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเวชศิลป์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี
(ภาษาอังกฤษ) :	Utilization of innovative design and cultural identity for cultural tourism souvenir product development to create tourism sustainability : Study Area, Singburi Province.
หัวหน้าโครงการวิจัย :	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาณัติ ศิริพิชญ์ตระกูล
สถาบันที่สังกัด :	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
หมายเลขหนังสือรับรอง :	IRB-COE-010-2024
วันที่ออกเอกสารรับรอง :	16 มีนาคม 2567
วันหมดอายุเอกสารรับรอง :	วันที่สิ้นสุดการดำเนินโครงการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ได้รับการประเมินจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ลงนาม.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริญญ์ บุญนิษฐ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

399 ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 โทร. 0 2665 3777 ต่อ 8178



Human Research Ethics Approval Certification
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Research/Project Category: Exemption Review

Application Number: IRB-007-2024

Research/Project Title

(Thai Title) : การใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเวชศิลป์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี

(English Title) : Utilization of innovative design and cultural identity for cultural tourism souvenir product development to create tourism sustainability : Study Area, Singburi Province.

Head of Research/Project Name : Asst. Prof. Dr. Arnut Siripithakul

Department Title : Faculty of Architecture and Design, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.

Approval Number: IRB-COE-010-2024

Date of Approval: March 2024, 16

End of Approval: End of Research/Project Date

This Research/Project has been approved From Human Research Ethics Committee of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.

Signature.....

(Asst. Prof. Dr. Prin Boonkanit)

Head of Human Research Ethics Committee

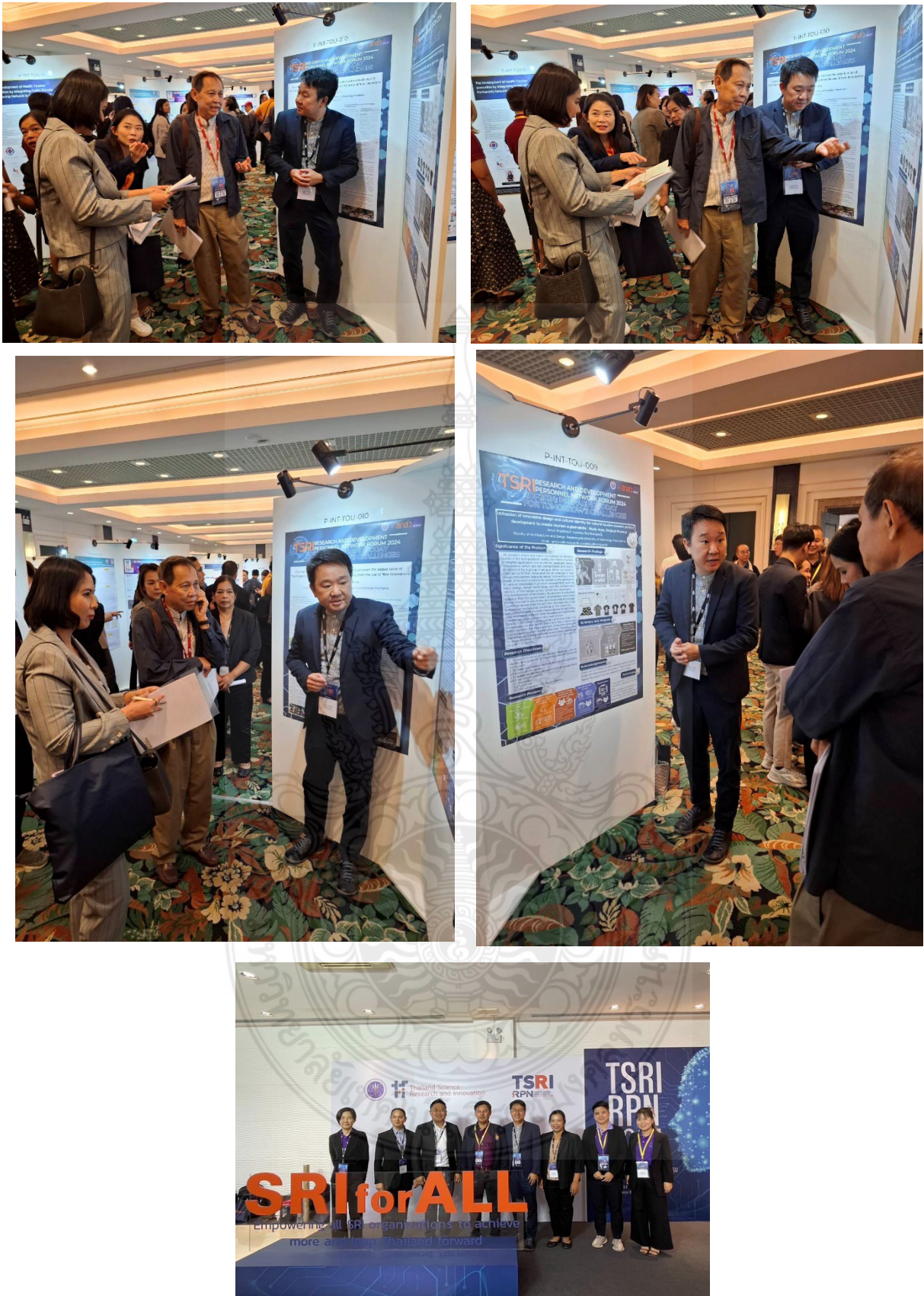
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Institute of Research and Development, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.

399 Samsen Rd. Vachira Phayaban Dusit Bangkok 10300.Tel 0 2665 3777 Ext. 8178

ภาคผนวก ง.
นำเสนอผลงานวิจัย





ภาพที่ ง2 นำเสนอผลงานจากการวิจัย (2)

ที่มา : อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล

ประวัตินักวิจัย





ประวัตินักวิจัย (หัวหน้าโครงการวิจัย)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาณัติ ศรีพิชญ์ตระกูล

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบการผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

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

โทรศัพท์ติดต่อ 02-665-3777 ต่อ 5011

การศึกษา

- **ประถมศึกษา** โรงเรียนอนุบาลวัดปรีณายก
- **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 บริษัทแอ็ดต้าฟุตแวร์ จำกัด
- อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีการพิมพ์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- อาจารย์ สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

รางวัล

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

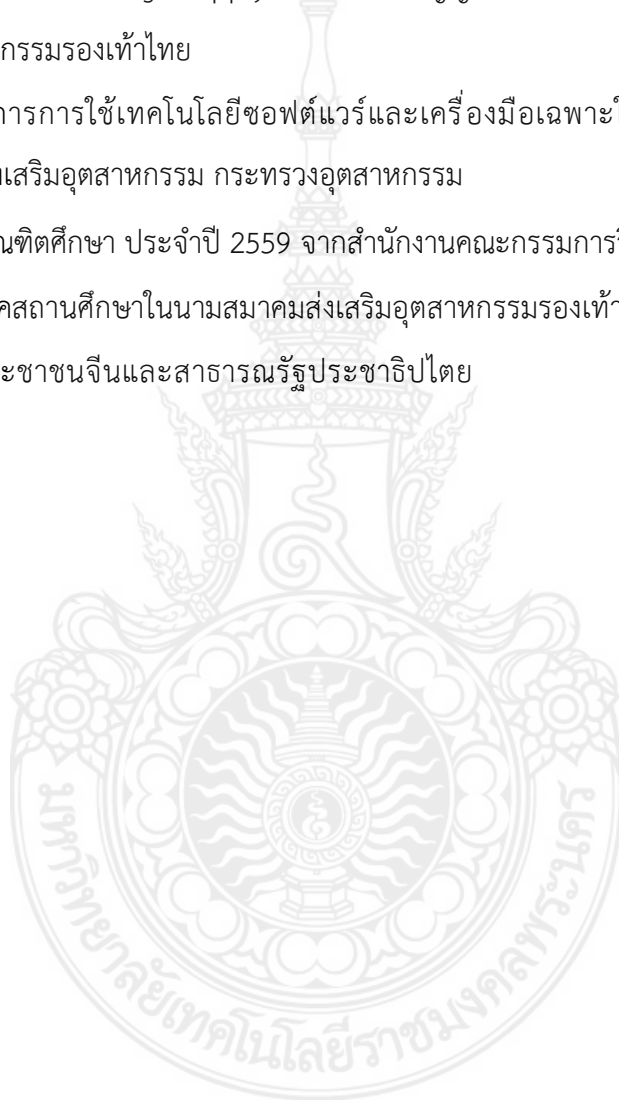
อื่นๆ

- ที่ปรึกษาโครงการ Co-Design Supply Chain ตามสัญญาของสถาบันส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งทอ กับสมาคมส่งเสริมอุตสาหกรรมรองเท้าไทย

- วิทยากรโครงการการใช้เทคโนโลยีซอฟต์แวร์และเครื่องมือเฉพาะในการพัฒนาแบบรองเท้า (คอมพิวเตอร์) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

- ได้รับทุนวิจัยบัณฑิตศึกษา ประจำปี 2559 จากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

- เป็นตัวแทนภาคสถานศึกษาในนามสมาคมส่งเสริมอุตสาหกรรมรองเท้าไทยศึกษาดูงานที่ มณฑล กวางโจว สาธารณรัฐประชาชนจีนและสาธารณรัฐประชาธิปไตย ลิงคโปร์



ประวัติคณะผู้ดำเนินโครงการ(ผู้ร่วมโครงการ)



1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวยูวดี พรธาราพงษ์
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Miss Yuvadee Phontharaphong
2. หมายเลขประจำตัวประชาชน 3 1022 00905 78 9
2. ตำแหน่งปัจจุบัน รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย
3. ตำแหน่งทางวิชาการ (ศ./รศ./ผศ.) ผู้ช่วยศาสตราจารย์
4. หน่วยงานและที่อยู่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรศัพท์มือถือ โทรสาร และ e-mail

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

โทรศัพท์ 02-665-3888 ต่อ 5025, 5024 โทรสาร 02-665-3888 ต่อ 5024

e - Mail : yuvadee.s@rmutp.ac.th

5. ประวัติการศึกษา ต้องระบุสถาบันการศึกษา สาขาวิชา และปีที่จบการศึกษา
2562 ปร.ด. ทัศนศิลป์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยบูรพา
2549 ศ.ม. ประยุกต์ศิลปศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร
2542 ศ.บ. จิตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ
สาขาวิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ สาขาวิชาศิลปศึกษา สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้และการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผลงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ

-โครงการออกแบบสื่อการเรียนรู้ทางศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการทาง อารมณ์

สำหรับเด็กพิการทางสมอง ปี 2553

-โครงการออกแบบชุดอุปกรณ์การระบายสีเพื่อส่งเสริมพัฒนาการและช่วยฝึกสมาธิสำหรับเด็กสมาธิสั้น ปี 2554

- ศึกษากระบวนการและรูปแบบของเสื่อกกเพื่อพัฒนาสู่การ ออกแบบเฟอร์นิเจอร์แนวศิลปะไทยร่วมสมัย ปี 2555

-การศึกษาวิเคราะห์รูปแบบเครื่องจักสานสู่การสร้างสรรค์เป็นงานประติมากรรมตกแต่งบ้านโดยใช้ประโยชน์จากกากกาแฟเหลือทิ้ง ปี 2556

-การศึกษาและพัฒนาอุปกรณ์ช่วยฝึกคลานเพื่อฝึกพัฒนาการทางการเคลื่อนไหวสำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางร่างกายและสุขภาพ ปี 2556

-การออกแบบรูปทรงแม่แบบเครื่องจักสานผักตบชวาสู่ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ แนวคิดเอกลักษณ์ท้องถิ่น ปี 2560

-การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านจากจักสานเชือกมัดฟางแนวทางผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์วัฒนธรรมท้องถิ่น ปี 2561

-การออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ตกแต่งผนังบ้านจากเศษผ้าไหมเหลือทิ้ง ปี 2561

-การออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุจากภูมิปัญญาท้องถิ่นไม้ตาลโตนด ปี 2562

-การออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุจากเศษผ้าทอพื้นเมืองเหลือทิ้ง ปี 2563

-การจัดการความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเพื่อการออกแบบสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนและการส่งเสริมรายได้เชิงพาณิชย์ โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้การวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์ ประจำปี 2564 (อยู่ระหว่างดำเนินการ)