มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลพระนคร
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PHRA NAKHON

สกสว

รายงานโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัติวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

Development and Upgrading of OTOP Nawatwithi, Integrated Spatial Tourism, Bang Ngam Subdistrict, Si Prachan District, Suphanburi Province

โดย

มัทธนี ปราโมทย์เมือง หัวหน้าโครงการวิจัย

เกษม มานะรุ่งวิทย์ ผู้ร่วมวิจัย

รุจิวรรณ อันสงคราม ผู้ร่วมวิจัย

ศาสตรา ศรีหาภาค ผู้ร่วมวิจัย

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

เดือน ตุลาคม ปี พ.ศ. 2566

งบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental Fund)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ชื่อเรื่อง (ชุดโครงการ) : การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผู้วิจัย : มัทธนี ปราโมทย์เมือง หัวหน้าโครงการวิจัย
เกษม มานะรุ่งวิทย์ ผู้ร่วมวิจัย
รุจิวรรณ อันสงคราม ผู้ร่วมวิจัย
ศาสตรา ศรีหาภาค ผู้ร่วมวิจัย

พ.ศ. : 2566

บทคัดย่อ

ชุดโครงการวิจัยตามแผนงาน เรื่อง "การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี" โดยจุดมุ่งหมายเพื่อการออกแบบและพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์, แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ สำหรับการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่ ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรีและประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ชุดโครงการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย จะใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพรวมกัน มีศึกษาค้นคว้าข้อมูล การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งทางวิชาการและการลงพื้นที่ภาคสนาม การสัมภาษณ์ การสำรวจ ทำการวิเคราะห์ผล ก่อนเข้าสู่กระบวนการออกแบบและการพัฒนารูปแบบใหม่ มีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เป็นแบบสอบถาม การจดบันทึก การถ่ายภาพและแบบประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ แล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ผล และนำเสนอการประเมินผลความพึงพอใจด้วยวิธีการเขียนเรียงความเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า ในการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นการสร้างการรับรู้ ให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ที่ได้สัมผัสถึงเสน่ห์ของอัตลักษณ์พื้นที่ชุมชน ด้วยการนำวิถีชีวิตศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา อาหารการกินและความคิดสร้างสรรค์มาใช้ ผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์, แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ ซึ่งก่อให้เกิดการจับคู่ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนฟื้นฟูเศรษฐกิจในชุมชนจากภูมิปัญญาจากทุนทางวัฒนธรรมเดิม นำมาพัฒนาในการเพิ่มมูลค่า สร้างงาน สร้างรายได้และความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนของรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน โดยมีผลประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ตามชุดโครงการวิจัย ที่ความพึงพอใจระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.44

Title : Development and Upgrading of OTOP Nawatwithi, Integrated Spatial Tourism, Bang Ngam Subdistrict, Si Prachan District, Suphanburi Province

Author : Mattanee Parmotmuang
Kasem Manarungwit
Ruchiwan Ansongkhram
Sastra Srihabhak

Year : 2023

ABSTRACT

A set of research projects according to the plan : Development and Upgrading of OTOP Nawatwithi, Integrated Spatial Tourism, Bang Ngam Subdistrict, Si Prachan District, Suphanburi Province by purpose To design and develop and enhance the value of products, packaging, product distribution sources and the design of tourist maps and landscapes for OTOP tourism, spatially integrated innovation, Bang Ngam Subdistrict, Si Prachan District. Suphanburi Province and assess satisfaction with the new format of the research project.

How to conduct research A combination of quantitative and qualitative study methods will be used. There is research. Gathering information from documents, textbooks, and related research, both academic and fieldwork, interviews, surveys. Analyze results before entering the design and development process of a new format There are tools used to collect data. It is a questionnaire, note taking, photography and evaluation of satisfaction with the new format.Then take all the data and analyze the results. and present a satisfaction evaluation by means of a descriptive essay.

The research results found that: Development and Upgrading of OTOP Nawatwithi, Integrated Spatial Tourism,Bang Ngam Subdistrict, Si Prachan District, Suphanburi Province. It creates awareness. To stimulate tourism within the community. who were able to experience the charm of the community area's identity By bringing in lifestyle, arts, culture, wisdom, food and creativity. Through product design, packaging, product distribution and tourist map and landscape design. which creates the matching of tourism

businesses as well as revitalizing the economy in the community from the wisdom of the original cultural capital. Used to develop in adding value, creating jobs, creating income and strengthening the community in the form of community tourism. There is an evaluation of satisfaction with the new format according to a set of research projects. At a high level of satisfaction, the average was 4.44.

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 โดยคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้เล็งเห็นและให้ความสำคัญกับการจัดทำโครงการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ให้การสนับสนุน และให้กำลังใจในการทำวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร หน่วยงานราชการในพื้นที่ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม) ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรีและผู้ให้ความรู้ด้านต่าง ๆ ที่ได้สละเวลาให้ข้อมูลในการสอบถาม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มและการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์, การออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าและการอกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน เพื่อนำข้อมูลดังกล่าว มาใช้ประกอบการทำวิจัยในครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้คณะผู้วิจัยหวังว่าชุดโครงการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี จะเป็นประโยชน์ในด้านการศึกษา การต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้ดี หากการวิจัยนี้มีข้อตกบกพร่องประการใด คณะผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ และหวังว่าจะเกิดประโยชน์แก่ผู้อ่านและผู้ศึกษาต่อไป

มัทธนี ปราโมทย์เมือง
เกษม มานะรุ่งวิทย์
รุจิวรรณ อันสงคราม
ศาสตรา ศรีหาภาค

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ข
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 วิธีดำเนินงานการวิจัย	4
1.5 สมมุติฐานการวิจัย	6
1.6 กรอบแนวความคิดการวิจัย	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ	10
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 ศึกษาข้อมูลบริบทพื้นที่และข้อมูลทั่วไป ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี	11
2.2 ศึกษาข้อมูลการออกแบบกราฟิก	18
2.3 ศึกษาข้อมูลการออกแบบบรรจุภัณฑ์	41
2.4 ศึกษาข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์	52
2.5 ศึกษาข้อมูลการออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน	60
2.6 ศึกษาข้อมูลการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ชุมชน	65
2.7 ศึกษาข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	69
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	73
3.1 รูปแบบการวิจัย	73
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	73
3.3 ระยะเวลาดำเนินงานวิจัย	75

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.4 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	76
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	77
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	78
3.7 การนำเสนอข้อมูล	80
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	81
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลบริบทพื้นที่ ความเป็นมาของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี	81
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โอท็อป, ผลิตภัณฑ์ชุมชน, แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน, แผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี	83
4.3 ผลการวิเคราะห์การออกแบบและพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน	88
4.4 ผลการวิเคราะห์การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน	92
4.5 ผลการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน	97
4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์, การออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าและการอกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี	107
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	116
5.1 สรุปผลการวิจัย	116
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	120
5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย	121
บรรณานุกรม	122
ภาคผนวก	124
ประวัติผู้วิจัย	136

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 อาณาเขตติดต่อตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี	12
2 แสดงรายละเอียดข้อมูลและสถิติประชากรและบ้านตำบลบางงาม	13
4.1 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	107
4.2 แสดงข้อมูลความถี่และค่าร้อยละต่อความต้องการรูปแบบใหม่ของพื้นที่วิจัย	109
4.3 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	110
4.4 แสดงระดับการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่	112

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แผนที่ตั้งตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี : ภาพดาวเทียม	12
2 วัดหนองเพียร ตำบลบางงาม	13
3 วัดโพธาราม ตำบลบางงาม	14
4 อาหารแปรรูป “ขนมไทย”	14
5 ผลิตภัณฑ์จักสาน	15
6 ข้าวไรซ์เบอร์รี่ บ้านหนองเพียร	15
7 ไข่เค็มสมุนไพรใบเตย	16
8 ข้าวไรซ์เบอร์รี่, ข้าวสุพรรณ กข. บ้านท่าคอย	16
9 อาหารแปรรูป “ปลาร้าท่าคอย”	17
10 จักสานยายส้มโอ	17
11 ตัวอย่างงานศิลปะกราฟิก	18
12 ตัวอย่างงานกราฟิกแบบมีเรื่องราว	20
13 กรอบของตัวอักษร	23
14 ความกว้างของตัวอักษร	23
15 ความสูงของตัวอักษร	24
16 การแบ่งส่วนสูงตัวพิมพ์	24
17 ชื่อเรียกและขอบเขตตัวอักษร	25
18 วรรณะสี	29
19 สีคู่ตรงข้าม	30
20 ภาพถ่ายเหมือนจริง	33
21 ภาพวาดลายเส้น	34
22 ภาพวาดน้ำหนักสีต่อเนื่องและภาพระบายสี	34
23 ภาพพิมพ์	35
24 ภาพดิจิตอล	35
25 ภาพกราฟิกในคอมพิวเตอร์	36
26 การออกแบบและพัฒนาตัวอักษร	37
27 การออกแบบตราสินค้า	37
28 การเลือกใช้สีกับความหมายของสี	38

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
29 พื้นผิวกับตราสินค้า	38
30 สัญลักษณ์ที่เป็นที่จดจำ	39
31 เครื่องหมายตราหรือโลโก้	39
32 โลโก้พร้อมสโลแกน	39
33 บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย	43
34 บรรจุภัณฑ์ชั้นใน	43
35 บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด	44
36 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	46
37 การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์	47
38 ข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์	47
39 กระดาษอาร์ต	51
40 เครื่องพิมพ์ดิจิตอล	51
41 อิฐมอญ	64
42 ภาพพื้นที่ตั้งวัดหนองเพียร	83
43 ผลงานการออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน	86
44 วิธีการดำเนินการวิจัยทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์	87
45 บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา	88
46 บรรจุภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอรี่	89
47 ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวาเชิงพาณิชย์	90
48 ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวาเชิงสร้างสรรค์	91
49 แนวความคิดโครงการ	92
50 แสดงผังบริเวณ	92
51 แสดงผังพื้น	93
52 แสดงผังพื้น	93
53 แสดงรูปด้าน	94
54 แสดงรูปทัศนียภาพ	96
55 แสดงรูปโมเดลจำลอง	96
56 แผนที่ท่องเที่ยว ตำบลบางงาม อำเภออศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี	97

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
57 สภาพปัจจุบันของตลาดชุมชนตำบลบางงาม	98
58 แนวความคิดการออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม	98
59 ทัศนียภาพการออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม	99
60 ทัศนียภาพการออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม	99
61 ทัศนียภาพการออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม	100
62 ทัศนียภาพการออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม	100
63 แนวทางการออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม	101
64 ผังการออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม	102
65 รูปด้าน 1, 2 การออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม	102
66 รูปด้าน 3, 4 การออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม	103
67 รูปด้าน 5,6 การออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม	103
68 รูปตัด A, B, C การออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม	104
69 รูปตัด D, E, F การออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม	104
70 รูปตัด G, H, I การออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม	105
71 รูปตัด J, K การออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม	105
72 รูปตัด L, M การออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม	106
73 ภาพหุ่นจำลองการออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม	106
74 ภาพหุ่นจำลองแบบขยายตลาดชุมชนตำบลบางงาม	107
ก1 การลงพื้นที่เก็บข้อมูลของงานสถาปัตยกรรม	125
ก2 การลงพื้นที่เก็บข้อมูลของงานหัตถกรรม	126
ก3 การสอบถามข้อมูลจากหน่วยงานพื้นที่ (ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม จ.สุพรรณบุรี)	127
ข1 การบูรณาการภายในชั้นเรียน	128
ข2 การบูรณาการภายในชั้นเรียน	129
ค1 กิจกรรมโครงการย่อยที่ 1 : การพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ฯ	130
ค2 กิจกรรมโครงการย่อยที่ 2 : การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าฯ	131
ค3 กิจกรรมโครงการย่อยที่ 3 : แนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์	132
ค4 บรรยากาศกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี	133
ง1 การนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ “ฉลากสติกเกอร์ข้าว”	134

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ รัฐบาลจึงให้ความสำคัญในการแข่งขัน เพื่อชิงส่วนแบ่งทางการตลาด มีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น "การท่องเที่ยวชุมชน" ถือเป็นทิศทางใหม่ที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีชุมชนท้องถิ่น เป็นศูนย์กลางในการกำหนดทิศทาง มีการคิดค้นกิจกรรมสู่การพัฒนาวิถีและคุณภาพชีวิตคนในชุมชน สร้างความเข้าใจอันดีงามต่อเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวให้เกิดมิตรภาพและอยากกลับมาใหม่อีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561 - 2580) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564) ซึ่งมุ่งเน้นให้เกิดการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจและชุมชน ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ การมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มั่นคง มีเสถียรภาพ สร้างความสามารถและความเข้มแข็งของชุมชนตามการจัดทำ 3 แนวทาง ได้แก่ 1) พัฒนา ส่งเสริม ยกระดับเศรษฐกิจฐานราก สร้างโอกาสทางอาชีพและการจ้างงาน 2) พัฒนาเชิงพื้นเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ในชุมชน สนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนให้เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในท้องถิ่น 3) ปฏิรูปโครงสร้างการผลิตภาคเกษตรควบคู่การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าทางการเกษตร และส่งเสริมการตลาดแบบยุคใหม่

ตำบลบางงาม ตั้งอยู่ในเขตอำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอศรีประจันต์ ประมาณ 13 กิโลเมตร ทางทิศตะวันตก มีแม่น้ำท่าจีนกั้นกลาง โดยตำบลบางงาม ได้รับคัดเลือกจากกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาภายใต้โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของจังหวัดสุพรรณบุรี จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลและศึกษาถึงสภาพปัญหา ทั้งด้านบริบทพื้นที่ ผลผลิตการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการ รวมทั้งด้านการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น พบว่า ตำบลบางงาม เป็นชุมชนที่มีความเก่าแก่นับได้กว่าศตวรรษ เป็นพื้นที่ลุ่ม มีพื้นที่กว้าง ประกอบอาชีพทางเกษตรกรรม ได้แก่ เพาะปลูกข้าว ผลไม้ เช่น มะม่วง ฝรั่ง อินทผาลัม เพาะปลูกพืชไร่ เลี้ยงสัตว์ มีสถานที่สำคัญทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม คือ วัดหนองเพียรและวัดโพธาราม เป็นศูนย์รวมจิตใจชาวบ้าน มีศิลปวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่มีคุณค่าที่เป็นมรดกถูกสืบทอดจากบรรพบุรุษ มีอาหารพื้นถิ่นที่ใช้วัตถุดิบหลัก คือ พืชผลทางการเกษตรพื้นบ้าน อาหารหวานพื้นถิ่น คือ กาละแม และผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ การจักสานตะกร้า กระเป๋าจากผักตบชวาและความหลากหลายทางชีวภาพต่าง ๆ แต่ทว่าภายในชุมชนตำบลบางงาม ยังไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวมามากนัก เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ยังมีไม่มากนัก ผลิตภัณฑ์ชุมชน ยังมีรูปแบบเดิมตามที่เคยทำสืบต่อจากรุ่นพ่อแม่ มีการพัฒนาทางด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนในเชิง

พาณิชย์น้อย มีแหล่งจำหน่ายสินค้าในตลาดของพื้นที่วัดหนองเพียรและวัดโพธาราม อันเป็นจุดส่วนกลางของการพบปะภายในชุมชน แต่ขาดการออกแบบพื้นที่ใช้สอยและความสวยงามของภูมิทัศน์ให้ดึงดูดความสนใจ ซึ่งในพื้นที่มีแม่น้ำท่าคอยไหลผ่านเป็นแหล่งอุปโภคบริโภค ซึ่งถือเป็นสถานที่สำคัญและต้องการให้เกิดการพัฒนาสถานที่แห่งนี้ ให้เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าชุมชน เป็นจุดแลนด์มาร์คของการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี สร้างความประทับใจกับประชาชนนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กระจายกับประชาชนบนพื้นฐานของเสน่ห์ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ที่ดัดแปลงเป็นรายได้ สามารถนำผลผลิตต่าง ๆ ไปวางจำหน่ายได้ ให้เกิดการเชื่อมโยงเป็นเส้นทางท่องเที่ยวระดับชุมชน มีเสน่ห์ดึงดูดและมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนและใช้จ่ายเงินทุกกิจกรรมของชุมชน เกิดรายได้กระจายกับคนในชุมชน ทุกคนมีความสุขเกิดความเข้มแข็งกับชุมชนอย่างยั่งยืน (กองแผนงาน กรมการพัฒนาชุมชน. 2561)

ดังนั้นจึงเป็นโอกาสในการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชนตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ตามแนวทางข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญและจำเป็นในการพัฒนาและบูรณาการเชิงพื้นที่การทำงานให้เกิดการขับเคลื่อน เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีแหล่งจำหน่ายสินค้าชุมชน มีการสร้างแผนที่เดินทางและปรับภูมิทัศน์การท่องเที่ยว มีการยกระดับของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน ผ่านกระบวนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และมุ่งปรับตัวแบบชีวิตวิถีใหม่ (new normal) สร้างการรับรู้ เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ที่สามารถสัมผัสได้ถึงเสน่ห์ของภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์โอทอปและผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ก่อให้เกิดการจับคู่ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เกิดการจ้างงาน กระจายรายได้ ตลอดจนฟื้นฟูเศรษฐกิจในชุมชนจากภูมิปัญญาจากทุนทางวัฒนธรรมเดิมนำมาเพิ่มมูลค่า สร้างรายได้และความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนในรูปแบบการท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืนในชุมชนและอนาคตของแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อการพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีในเชิงพาณิชย์

1.2.2 เพื่อการออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

1.2.3 เพื่อหาแนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

1.2.4 เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบผลงานใหม่ของชุดโครงการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตของวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน ตามชุดโครงการวิจัย เรื่อง "การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี"

คณะผู้วิจัยมีขอบเขตของวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน ดังนี้

1.3.1.1 การพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

1.3.1.2 การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

1.3.1.3 แนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

คณะผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา โดยมุ่งศึกษาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การลงพื้นที่ภาคสนามในการสำรวจ สัมภาษณ์ สอบถาม และข้อมูลความรู้จากผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.3.2.1 ข้อมูลบริบทพื้นที่และข้อมูลทั่วไปของตำบลบางงาม อ.ศรีประจันต์ จ.สุพรรณบุรี

1.3.2.2 หลักการออกแบบกราฟิก

1.3.2.3 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.3.2.4 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

1.3.2.5 หลักการออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน

1.3.2.6 แนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ชุมชน

1.3.2.7 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย

คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย โดยเลือกบริบทพื้นที่การวิจัยของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีการศึกษาสภาพปัจจุบันของบริบทพื้นที่และข้อมูลทั่วไป แล้วนำมาคัดเลือกเฉพาะที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชนของพื้นที่วิจัย ที่มีศักยภาพข้อมูลสูงสุด ได้แก่ สภาพบริบทพื้นที่ ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์โอท็อป ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการ ด้านทางการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

1.3.4 ขอบเขตการออกแบบและการสร้างต้นแบบผลงาน ตามชุดโครงการวิจัย เรื่อง "การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี" ดังนี้

1.3.4.1 การพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน จำนวน 8 ผลงาน ได้แก่

1) ผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวา

- กระเป๋าสตรีจักสาน จำนวน 3 ผลงาน
- กระบอก/แก้วเยติ จำนวน 1 ผลงาน
- ที่คาดผม จำนวน 1 ผลงาน
- หมอนหนุน จำนวน 1 ผลงาน

2) บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์โอท็อป/ผลิตภัณฑ์ชุมชน

- บรรจุภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอรี่ ขนาด 1,000 กรัม จำนวน 1 ผลงาน
- บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวา จำนวน 1 ผลงาน

1.3.4.2 การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

1) แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวชุมชนฯ จำนวน 1 ผลงาน

1.3.4.3 เพื่อหาแนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

1) แผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์การท่องเที่ยวชุมชนฯ จำนวน 1 ผลงาน

1.4 วิธีดำเนินงานการวิจัย

ชุดโครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี” มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาบริบทพื้นที่ ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์โอท็อป ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการ ด้านทางการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสรุปผล และเข้าสู่กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์โอท็อป/ผลิตภัณฑ์ชุมชน, การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน โดยมีขั้นตอน ดังนี้

<u>ขั้นตอนที่ 1</u> ศึกษาข้อมูลขั้นพื้นฐาน คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสำรวจ การสัมภาษณ์ การสอบถาม การลงพื้นที่ภาคสนามและข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญฯ โดยการใช้เครื่องมือในการทำวิจัยในขั้นตอนที่ 1 ดังนี้

1.1 แบบสำรวจ การลงพื้นที่ภาคสนามศึกษาเกี่ยวกับสภาพบริบทพื้นที่ ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์โอท็อป ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการ ด้านทางการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมภายในตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี และการเก็บข้อมูลรายละเอียด

ต่าง ๆ โดยการการจดบันทึกข้อมูลและบันทึกภาพ

1.2 แบบสัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร หน่วยงานราชการในพื้นที่ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม) และประชาชนทั่วไปในพื้นที่ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

1.3 แบบสอบถาม กลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร ประชาชนทั่วไป ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อปและ ผลิตภัณฑ์ชุมชนของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูล และหาแนวทางการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์โอท็อป/ผลิตภัณฑ์ชุมชน, การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่ โดยใช้เครื่องมือในการทำวิจัยในขั้นตอนที่ 3 ดังนี้

3.1 แบบสอบถาม ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร หน่วยงาราชการในพื้นที่ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม) และประชาชนทั่วไปในพื้นที่ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อสอบถามความต้องการเบื้องต้นของชุมชน ผู้บริโภคและประเมินผลการออกแบบ

3.2 แบบสังเกตแบบการมีส่วนรวม ในขั้นตอนกระบวนการผลิตและสร้างสรรค์งานผลิตภัณฑ์โอท็อปและผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อรวบรวมข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ผล ใช้เป็นแนวทางกำหนดแนวคิด (Concept Design) สำหรับประกอบการพัฒนางานออกแบบประเภทต่าง ๆ

3.3 การกำหนดแนวคิด (Concept Design) และการออกแบบผลงาน ได้แก่ การออกแบบรางของผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

ขั้นตอนที่ 4 การสร้างและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

ขั้นตอนที่ 5 แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ เป็นการนำเสนอผลงาน เพื่อเผยแพร่และนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เครื่องมือในการทำวิจัยในขั้นตอนที่ 4 ดังนี้

5.1 แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ เพื่อประเมินคุณภาพของผลงานต่อกลุ่มเป้าหมาย/กลุ่มผู้บริโภค

ขั้นตอนที่ 6 นำรูปแบบผลงานถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีต่อชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพให้แก่ประชาชนและผู้ที่สนใจในพื้นที่ของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ขั้นตอนที่ 7 การสรุปผลรูปเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์

ขั้นตอนที่ 8 การจดลิขสิทธิ์ทางปัญญา (สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์)

ขั้นตอนที่ 9 การตีพิมพ์วารสาร ระดับชาติ (บทความวิจัย)

1.5 สมมุติฐานของการวิจัย

ชุดโครงการวิจัย เรื่อง "การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี" มีสมมุติฐานการวิจัยที่ต้องการศึกษาบริบทพื้นที่ ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์โอท็อป ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการ ด้านทางการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อใช้ประกอบในการออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี โดยนำมาประกอบการออกแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชนของพื้นที่วิจัย ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์โอท็อป ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการ ด้านทางการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ให้สามารถพัฒนาและต่อยอดด้านรูปแบบใหม่ของผลงานดังกล่าวได้ ให้เกิดการพัฒนาของช่องทางอาชีพ การสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและบริบทพื้นที่ภายในจังหวัดสุพรรณบุรี

1.5.1 กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล

1.5.1.1 กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ

- ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ หรือ ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร หน่วยงานราชการในพื้นที่ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม) ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

1.5.1.2 ตัวแปรที่ศึกษา

- ตัวแปรต้น ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร หน่วยงานราชการในพื้นที่ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม) ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

- ตัวแปรตาม ได้แก่ ข้อมูลและข้อเสนอแนะ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร หน่วยงานราชการในพื้นที่ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม) ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

- ตัวแปรควบคุม ได้แก่ ทรัพยากรที่ได้ศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กับทรัพยากรมนุษย์ ที่มีอยู่ภายในชุมชน

1.5.2 กลุ่มเป้าหมาย/ผู้บริโภค มีทัศนคติที่ดี มีความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการประเมินผลงานการออกแบบต่อรูปแบบผลงานทางการออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่นำอัตลักษณ์ชุมชนของพื้นที่วิจัย ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์โอท็อป ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรีมาใช้

1.5.2.1 ตัวแปรต้น ได้แก่

- รูปแบบของการออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน และการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

1.5.2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

- การแสดงออกถึงอัตลักษณ์ชุมชนของพื้นที่วิจัยบนรูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

- ความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

1.6 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

1.6.1 ศึกษาทรัพยากรภายในพื้นที่ ชุมชน ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์โอท็อป ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการ ด้านทางการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรม ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี : ผู้วิจัยใช้กรอบแนวความคิดและระบบการผลิตในการดำรงชีวิตของชุมชน โดยความหมายของเศรษฐกิจชุมชน แบ่งออกเป็น 2 นัย คือ

1.6.1.1 ความหมายเชิงวิชาการ หมายถึง การผลิต การแปรรูป การค้าและการบริหาร ที่ผู้อยู่ในกระบวนการมุ่งหวังผลกำไรในรูปตัวเงิน แต่ในขณะเดียวกัน ก็ตระหนักถึงความพึงพอใจ ที่แม้ว่าจะได้เงินเล็กน้อยแก่ตนเองและครอบครัว และให้ชุมชน ดำรงอยู่อย่างรู้รักสามัคคี มั่นคง ปลอดภัย

1.6.1.2 ความหมายเชิงปฏิบัติ หมายถึง การผลิต การแปรรูป การบริโภค การค้าและการบริหารที่เป็นการตัดสินใจดำเนินการของชุมชน โดยชุมชนและเพื่อชุมชน

1.6.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนจากแนวทางทฤษฎีใหม่ กระทรวงมหาดไทยกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เป็นนโยบายหลัก 5 ประการ และกิจกรรมหลัก 9 ประการ คือ

1.6.2.1 ยึดชุมชนเป็นหลัก โดยเริ่มจากการส่งเสริมการผลิตขั้นพื้นฐานตามแนวทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 1 เป็นการทำการเกษตรผสมผสาน และเป็นการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหลัก

1.6.2.2 การรวมกลุ่มจะใช้กิจกรรมทางเศรษฐกิจเป็นเครื่องมือ โดยเริ่มจากที่กองทุนชุมชนและนำทุนไปใช้ในกิจกรรมการแปรรูป ผลผลิต หรือกลุ่มอาชีพและมีร้านค้าหรือสหกรณ์ดำเนินการค้า การซื้อและการขาย

1.6.2.3 ส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายของกลุ่มขึ้น และจัดทำผังองค์กรเครือข่าย และส่งเสริมการเรียนรู้กระบวนการที่ประสบผลสำเร็จ

1.6.2.4 จัดให้มีตลาดนัดชุมชนหรือลานค้าชุมชนในทุกอำเภอ เพื่อให้เกษตรกรหรือกลุ่มอาชีพนำผลผลิตออกมาจำหน่าย

1.6.2.5 จัดให้มีการประชุมประชาคมเศรษฐกิจหรือเวทีประชาชน เป็นเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นปรึกษาหารือ ในลักษณะ "คิดเอง ทำเอง" ระหว่าง "เพื่อน" ด้วยกัน

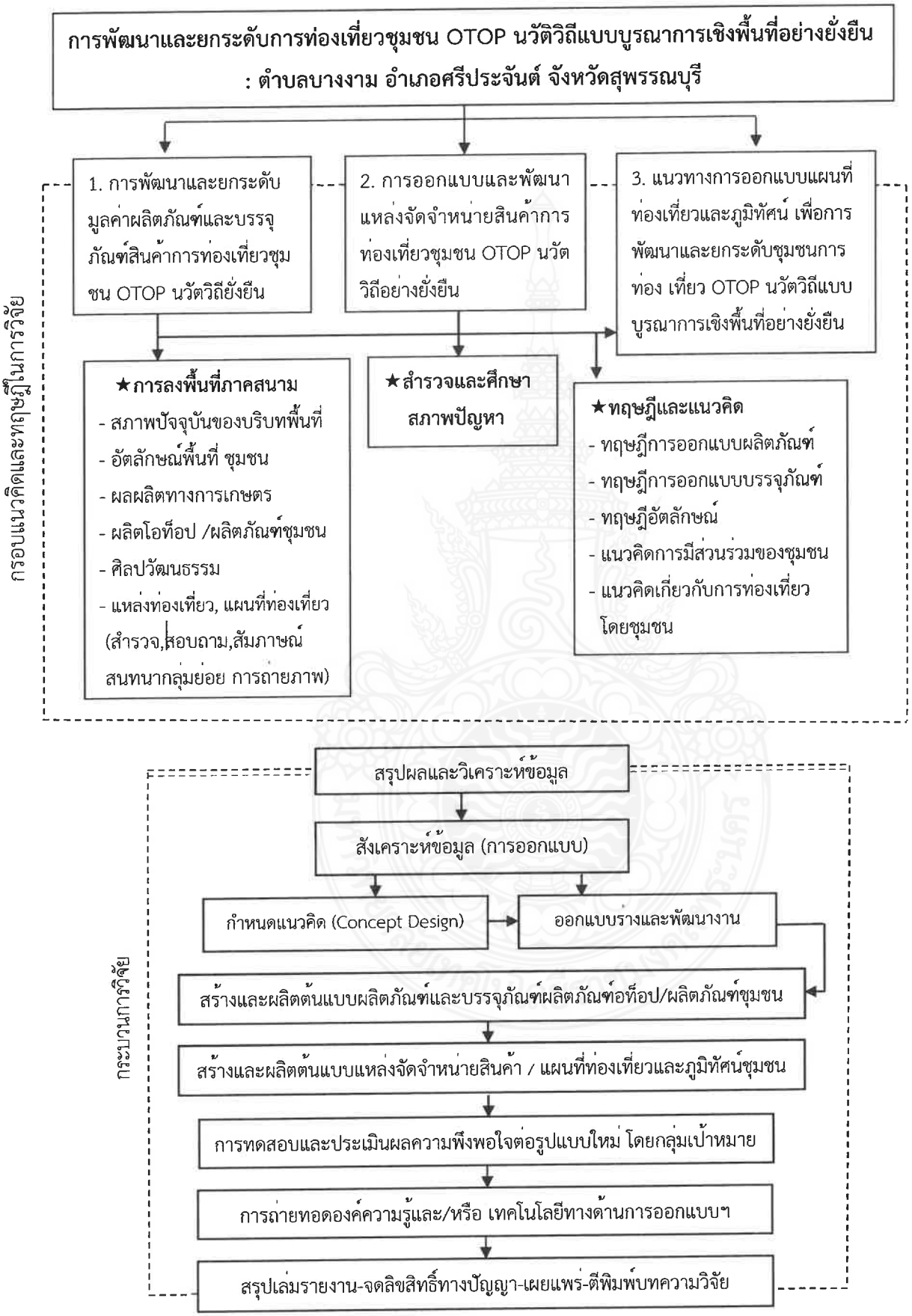
1.6.3 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์โอท็อป ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : ผู้วิจัยใช้กรอบแนวความคิด การศึกษากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของสินค้า OTOP ของสุชาดา คุ้มสลุด ,ยุรพร ศุทธรัตน์ และปรียานุช อภิบุณโยภาส กล่าวคือ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของสินค้าของผู้ประกอบการในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(One Tumbon One Product : OTOP) ตามแนวคิดการดำเนินงานโครงการ One Village One Product (OVOP) ในประเทศญี่ปุ่น เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับชุมชน ผู้ผลิตเกษตรกร ผู้ประกอบการสินค้าและหน่วยงานต่าง ๆ ภายในพื้นที่

1.6.4 การพัฒนารูปแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่นำอัตลักษณ์ชุมชนของพื้นที่วิจัยมาใช้

1.6.5 มีการวิเคราะห์ผลสู่กระบวนการพัฒนาและสร้างต้นแบบของผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และการมีส่วนร่วมของกลุ่มสมาชิกในทุกกระบวนการเริ่มจากการวางแผนการทำงาน กำหนดแนวคิดการร่วมผลิตและสร้างต้นแบบผลงานและการประเมินผลความพึงพอใจร่วมกัน

1.6.6 การวางแผนนำเสนอ การผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่สมาชิกในการนำเสนอเรื่องราวและกล่าวถึงที่มาที่ไปของผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ซึ่งเป็นการนำเอาทรัพยากร ภูมิปัญญาของอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่วิจัยมาผลิต รวมทั้งมีการพัฒนาองค์ความรู้ให้แก่กลุ่มสมาชิกผ่านการสอดแทรกความรู้และการพูดคุยแลกเปลี่ยนระหว่างกระบวนการผลิต

กรอบแนวคิดและกระบวนการวิจัย



1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ได้ผลงานต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีในเชิงพาณิชย์

1.7.2 ได้ผลงานต้นแบบการออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี

1.7.3 ได้ผลงานต้นแบบการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและจัดภูมิทัศน์ การท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี

1.7.4 เกิดการสร้างอาชีพ สร้างงานและรายได้แก่ครอบครัวและเศรษฐกิจชุมชน

1.7.5 เกิดการพัฒนาของทรัพยากรมนุษย์ สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน พัฒนาทักษะฝีมือแรงงานภายในชุมชน สำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.8.1 พัฒนา เป็นการเปลี่ยนแปลง การปรับปรุงให้ดีขึ้นและมีความเหมาะสมมากกว่าผลงานเดิม หรืออาจก้าวหน้าไปถึงขั้นที่สมบูรณ์เป็นที่น่าพอใจ ในที่นี้หมายถึง การพัฒนาผลงานทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

1.8.2 ยกระดับ เป็นการพัฒนางานทั้งผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในทางที่ดีขึ้น เพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนให้เกิดการสร้างรายได้แก่ชุมชน สังคมต่อไป

1.8.3 ท่องเที่ยวชุมชน เป็นการท่องเที่ยวภายในชุมชนของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนา ผ่านการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนภายในชุมชน เป็นผู้กำหนดกระบวนการทิศทาง และรูปแบบการท่องเที่ยวของตนเอง ชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น ๆ และมีส่วนได้ส่วนเสียที่เกิดจากการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว ทั้งทรัพยากร ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตให้เกิดความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

1.8.4 OTOP นวัตวิถี เป็นการนำเอาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ตนเองเป็นคนทำ คนผลิตในชุมชน ดึงเอาอัตลักษณ์ จุดเด่นเฉพาะมาใช้ในการทำงาน ให้เกิดความน่าสนใจของพื้นที่ชุมชนออกมาจำหน่าย เป็นการสร้างเสน่ห์ให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

1.8.5 ยั่งยืน เป็นการพัฒนาหรือรักษาไว้ในสิ่งปัจจุบันที่มีอยู่ ที่เป็นอยู่ให้ดำรงสภาพเอาไว้และสืบทอดต่อกันไปในอนาคต

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชุดโครงการวิจัย เรื่อง "การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี" อันประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อยทั้ง 3 โครงการ ดังนี้

- โครงการย่อยที่ 1 : การพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน
- โครงการย่อยที่ 2 : การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน
- โครงการย่อยที่ 3 : แนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

ซึ่งได้มีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย ดังนี้

2.1 ศึกษาข้อมูลบริบทพื้นที่และข้อมูลทั่วไป
ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

2.2 ศึกษาข้อมูลการออกแบบกราฟิก

2.3 ศึกษาข้อมูลการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.4 ศึกษาข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์

2.5 ศึกษาข้อมูลการออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน

2.6 ศึกษาข้อมูลการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ชุมชน

2.7 ศึกษาข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ศึกษาข้อมูลบริบทพื้นที่และข้อมูลทั่วไปของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

2.1.1 ข้อมูลลักษณะพื้นที่ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ตำบลบางงาม ตั้งอยู่ในเขตอำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอศรีประจันต์ ประมาณ 13 กิโลเมตร ทางทิศตะวันตก โดยมีแม่น้ำท่าจีนกั้นกลาง มีเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 26.000 ตารางกิโลเมตร ประมาณ 16,229 ไร่ ทำการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 61.51 ของพื้นที่ทั้งหมด ประมาณ 9,982 ไร่ สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบลุ่ม (อ้างอิง http://bangngam.go.th)

ประชากรส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 90 ของผู้มีงานทำประกอบอาชีพเกษตรกรรม รองลงมาเป็นอาชีพเลี้ยงสัตว์ ทำสวน ค้าขาย รับจ้าง อาชีพที่ทำรายได้ให้กับประชากรในตำบลบางงามมากที่สุด คือ อาชีพ

เกษตรกรรม พืชที่นิยมปลูก ได้แก่ ข้าว ผลไม้ เช่น อินทผาลัม มะม่วง ฝรั่ง ชมพู่ ฯลฯ พืชไร่ เช่น ข้าวโพด พืชผัก เช่น แตงกวา คะน้า กวางตุ้ง มะเขือ ถั่วฝักยาว มันเทศ พริก ผักชี ต้นหอม บวบฯลฯ ด้านการเลี้ยงสัตว์ เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมเลี้ยงไว้เพื่อบริโภคภายในครอบครัว และนำบางส่วน จำหน่ายเป็นรายได้เสริม ด้านอุตสาหกรรม ได้แก่ ฟาร์มไก่ โรงสีข้าว

ตารางที่ 1 อาณาเขตติดต่อตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	ตำบลวังหว้า และตำบลบ้านกร่าง อำเภอศรีประจันต์
ทิศใต้	ติดต่อกับ	ตำบลมดแดง อำเภอศรีประจันต์ และตำบลไร่รถ อำเภอดอนเจดีย์
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	ตำบลศรีประจันต์ อำเภอศรีประจันต์
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	ตำบล ดอนเจดีย์ และตำบลไร่รถ อำเภอดอนเจดีย์



ภาพที่ 1 แผนที่ตั้งตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี : ภาพดาวเทียม

ที่มา : https://www.google.com/maps/ (2566)

ตารางที่ 2 แสดงรายละเอียดข้อมูลและสถิติประชากรและบ้านตำบลบางงาม

หมู่บ้าน	พื้นที่ (ตร.กม)	ชาย	หญิง	รวม	ครัวเรือน
หมู่ 1 บ้านดอนตะกู	5,543	383	413	796	298
หมู่ 2 บ้านหนองเพียร	3,240	239	270	509	198
หมู่ 3 บ้านทุ่งขโมย	4,890	296	326	622	221
หมู่ 4 บ้านท่าคอย	3,600	254	268	522	257
หมู่ 5 บ้านนาป่า	3,580	280	322	602	211
หมู่ 6 บ้านทุ่งหลวง	2,740	113	135	248	133
รวม	23,593	1,565	1,734	3,299	1,318

ที่มา : สำนักงานทะเบียนราษฎร อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ณ เดือนสิงหาคม 2564

โดยมีทั้งหมด 6 หมู่บ้าน และจากข้อมูลและสถิติประชากรและบ้าน ณ วันที่ 22 กรกฎาคม พ.ศ. 2564 ตำบลบางงาม มีประชากร รวมทั้งสิ้น 3,299 คน แยกเป็นชาย 1,565 คน หญิง 1,734 คน ความหนาแน่นของประชากร โดยเฉลี่ย 143 คน / ตารางกิโลเมตร รวม 1,318 ครัวเรือน

2.1.2 ด้านพระพุทธศาสนา

2.1.2.1 วัดหนองเพียร ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ 2 บ้านหนองเพียร ตำบลบางงาม

เริ่มก่อสร้างเมื่อปีพุทธศักราช 2500 มีพื้นที่รวมทั้งสิ้นจำนวน 20 ไร่ 2 งาน ตั้งอยู่บนพื้นที่ 95 หมู่ 2 ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้ดำรงตำแหน่งเจ้าอาวาสวัดหนองเพียร คือ พระวิชัย จนฺทโชโต (พระวิชัย ใจดี)



ภาพที่ 2 วัดหนองเพียร ตำบลบางงาม

ทีมา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

2.1.2.2 วัดโพธาราม ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ 4 บ้านท่าคอย ตำบลบางงาม

ตั้งอยู่พื้นที่หมู่ 4 บ้านท่าคอย ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี



ภาพที่ 3 วัดโพธาราม ตำบลบางงาม

ทีมา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

2.1.3 ด้านผลิตภัณฑ์โอท็อป, ผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลบางงาม

2.1.3.1 OTOP นวัตวิถี หมู่ที่ 2 บ้านหนองเพียร

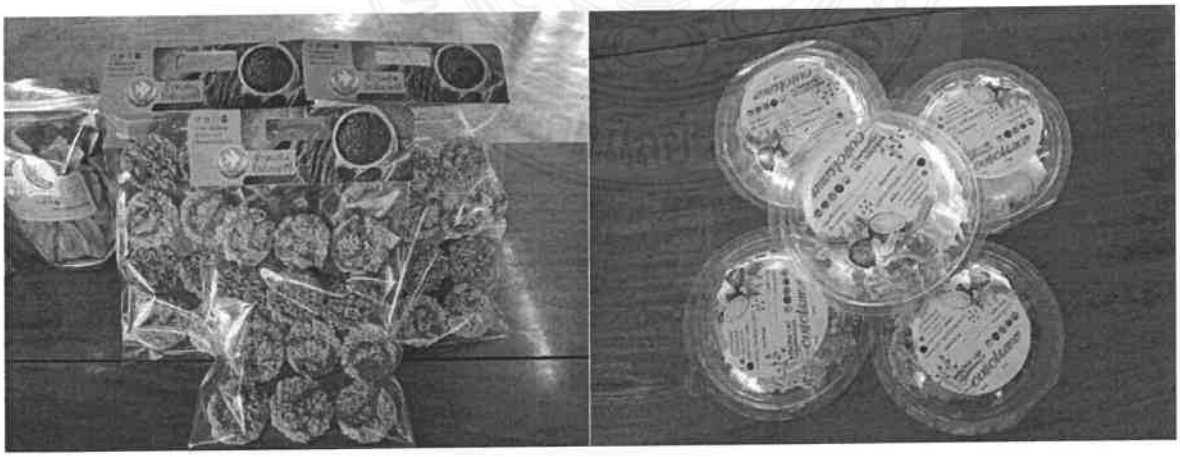
ตั้งอยู่พื้นที่ 83 หมู่ที่ 2 ต.บางงาม อ.ศรีประจันต์ จ.สุพรรณบุรี

1. ชื่อกลุ่ม : OTOP นวัตวิถี บ้านหนองเพียร : กลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร
ผู้ใหญ่ฉันท์ การะเกตุ ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 2 บ้านหนองเพียร ประธานกลุ่ม

2. ความเป็นมา/ที่มาของการร่วมกลุ่ม : เกิดจากการรวมกลุ่มของชาวบ้านที่ต้องการอยากหาอาชีพภายในชุมชนให้ตนเองและครอบครัว จึงรวมกลุ่มกันปรึกษาหารือกันว่าในชุมชนของเรามีผลผลิตการเกษตรสามารถนำมาแปรรูปหรือสร้างสินค้าใหม่ๆ อะไรได้บ้าง มีการพูดคุยกันแล้วหาข้อสรุปที่ว่าจะจัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพกันขึ้นมาทำงาน เพื่อหาทางสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ชุมชนต่อไป

3. รูปแบบ/ลักษณะสินค้า อาหารแปรรูป “ขนมไทย”

4. วัตถุดิบในการผลิตสินค้า ข้าวไรซ์เบอรี่/กล้วย/มะพร้าว

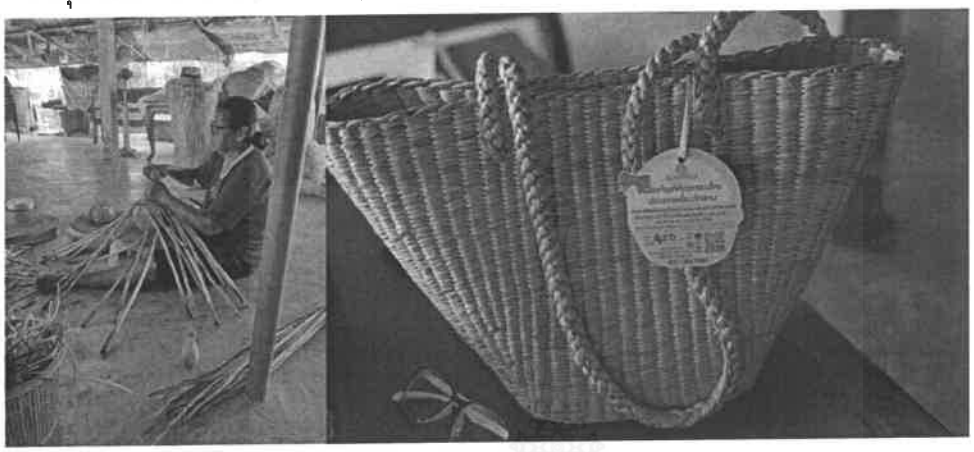


ภาพที่ 4 อาหารแปรรูป “ขนมไทย”

ทีมา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

5. รูปแบบ/ลักษณะสินค้า จักสานไม้ไผ่, จักสานผักตบชวา

6. วัตถุดิบในการผลิตสินค้า ไม้ไผ่, ผักตบชวา (ต้องไม่เป็นมอด ไม่ขึ้นรา)



ภาพที่ 5 ผลิตภัณฑ์จักสาน

ทีมา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

7. รูปแบบ/ลักษณะสินค้า ข้าวเพื่อสุขภาพข้าวไรซ์เบอร์รี่

8. วัตถุดิบในการผลิตสินค้า ข้าวไรซ์เบอร์รี่



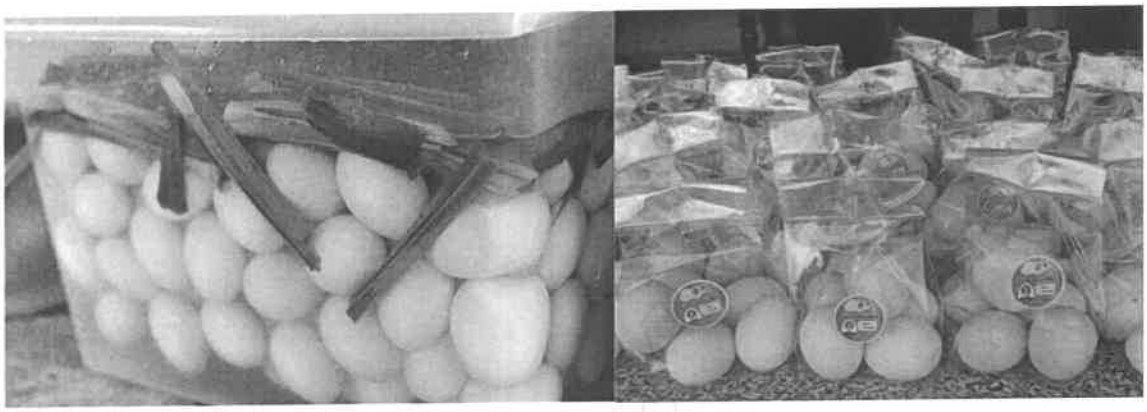
ภาพที่ 6 ข้าวไรซ์เบอร์รี่ บ้านหนองเพียร

ทีมา : https://district.cdd.go.th

2.1.3.2 OTOP นวัตวิถี หมู่ที่ 3 บ้านทุ่งขโมย

1. ชื่อกลุ่ม : OTOP นวัตวิถี บ้านทุ่งขโมย : กลุ่มไข่เค็มสมุนไพรใบเตยแม่ลิ้นจี่ คุณจิราภัค นาคปาน ชาวบ้าน หมู่ที่ 3 บ้านท่าคอย หัวหน้ากลุ่ม

2. ความเป็นมา/ที่มาของการร่วมกลุ่ม : ผลิตภัณฑ์นี้ เกิดขึ้นช่วงระบาดโรคโควิดที่ผ่านมา เป็นการคิดค้นสูตรขึ้นเอง เกิดจากการลองผิดลองถูกมาตลอดระยะเวลาเกือบปี ทดลองปรับให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า จนได้ในรสชาติที่เสียงส่วนใหญ่บอกดีแล้วนั่นเอง



ภาพที่ 7 ไข่เค็มสมุนไพรใบเตย

ทีมา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

2.1.3.3 OTOP นวัตวิถี หมู่ที่ 4 บ้านท่าคอย

1. ชื่อกลุ่ม : OTOP นวัตวิถี บ้านท่าคอย : ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านท่าคอย คุณอนุสรณ์ สุพรรณโรจน์ หมู่ที่ 4 บ้านท่าคอย เกษตรกรต้นแบบและผู้ก่อตั้งและผู้นำศูนย์ฯ

2. ความเป็นมา/ที่มาของการร่วมกลุ่ม : เริ่มจากปี 2541 มีการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ เพื่อการผลิตบ้านท่าคอยขึ้น ต่อด้วยศูนย์การตลาดบ้านท่าคอย เมื่อปี 2543 ต่อด้วยกลุ่มทำนาข้าวปทุมธานี 1 เมื่อปี 2544 จากนั้นเกิดการตั้งกองทุนหมู่บ้านขึ้น เพื่อการจัดสรรรายได้และเป็นหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงและหมู่บ้านคนดีศรีสุพรรณ ปี 2549 ทำให้มีการจัดทำแผนชุมชนต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียงขึ้นอีก ต่อมาก็ได้เป็นหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง ระดับอำเภอ ปี 2552 และเกิดการจัดตั้งกลุ่มอาชีพเพิ่มขึ้นอีก ได้แก่ กลุ่มปลาร้า ปลาส้มท่าคอย ปี 2552 และกลุ่มเศรษฐกิจพอเพียงจนถึงปัจจุบัน

3. รูปแบบ/ลักษณะสินค้า ผลผลิตจากการเกษตร

4. วัตถุดิบในการผลิตสินค้า ข้าวไรซ์เบอรี่/ ข้าวสุพรรณ กข.

5. การจำหน่าย ขายปลีก ตามท้องตลาด / หน่วยงานต่าง ๆ



ภาพที่ 8 ข้าวไรซ์เบอร์รี่, ข้าวสุพรรณ กข. บ้านท่าคอย

ทีมา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

5. รูปแบบ/ลักษณะสินค้า อาหารแปรรูป “ปลาร้าท่าคอย”

6. วัตถุดิบในการผลิตสินค้า ปลาสลิด



ภาพที่ 9 อาหารแปรรูป “ปลาร้าท่าคอย”

ทีมา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

1. ชื่อกลุ่ม : OTOP นวัตวิถี บ้านท่าคอย : จักสานยายส้มโอ

คุณส้มโอ เกิดสมนึก ชาวบ้าน หมู่ที่ 4 บ้านท่าคอย

2. ความเป็นมา/ที่มาของการร่วมกลุ่ม : คุณยายส้มโอ อายุ 75 ปี ทำจักสานนี้มานานกว่า 30 ปี เรียนจากรุ่นสู่รุ่นภายในครอบครัว จนกลายเป็นวิชาชีพสู่การสร้างรายได้ให้คุณยายในภายหลัง ซึ่งบอกได้เลยว่างานทุกชิ้นผลิตจาก “วัสดุหวายแท้ทุกชิ้น” และใช้การตอกมือภายในชิ้นงานด้วยไม้ไผ่ล้วน ปัจจุบันงานทุกชิ้นเป็นงานสั่งทำตามออเดอร์ เพราะต้องใช้ระยะเวลาต่อ 1 ชิ้นงาน ค่อนข้างนาน และเป็นลวดลายที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์ใหม่ขึ้นมาเองผสมกับแพทเทิร์นลายเดิมของงานจักสาน ทำให้ทุกชิ้นงานมีความสวยงามไม่ซ้ำแบบใคร

3. รูปแบบ/ลักษณะสินค้า จักสานไม้หวาย, ไม้ไผ่, ผักตบชวา

4. วัตถุดิบในการผลิตสินค้า หวาย, ไม้ไผ่, ผักตบชวา (ต้องไม่เป็นมอด ไม่ขึ้นรา)



ภาพที่ 10 จักสานยายส้มโอ

ทีมา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

2.2 ศึกษาข้อมูลการออกแบบกราฟิก

2.2.1 ความหมายของการออกแบบงานกราฟิก

กราฟิก (Graghic) หมายถึง ภาพลายเส้นหรือภาพที่เกิดจากการวัด การขีดเขียน ที่แสดงด้วยตารางหรือแผนภาพ การวาดเขียนหรือการระบายสี การสร้างงานศิลปะบนพื้นระนาบหรือกระบวนการออกแบบต่าง ๆ สิ่งที่เป็นวัสดุ 2 มิติคือ มีความกว้างและความยาว เช่น งานออกแบบบ้านขอสถาปนิกในการเขียนแบบตัวภาพและรายละเอียดบนแปลนบ้าน เรียกว่า เป็นงานกราฟิก การเขียนภาพเหมือนจริงของจิตรกร การออกแบบภาพโฆษณาของนักออกแบบ การออกแบบฉลากหรือลวดลายหรือภาพประกอบหรือตัวอักษรที่ปรากฏบนฉลากสินค้า บนตัวสินค้า หรือบนภาชนะบรรจุภัณฑ์สินค้า ฯลฯ

การออกแบบ หมายถึง การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบ โดยวางแผนจัดสัดส่วนประกอบของการออกแบบให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย วัสดุและการผลิตของสิ่งที่ต้องการออกแบบนั้น ซึ่งเป็นองค์ประกอบทางความงามและพิจารณาถึงประโยชน์ใช้สอยการออกแบบที่ดีนั้น ควรจะคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1. รูปแบบที่สร้างสรรค์
2. มีความงามที่น่าสนใจ
3. สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย
4. เหมาะสมกับวัสดุ
5. สอดคล้องกับการผลิต

การออกแบบงานกราฟิก หมายถึง กระบวนการทางความคิดสร้างสรรค์ ที่ใช้ความรู้ศิลปะร่วมกับหลักการออกแบบและเทคโนโลยีเพื่อผลิตผลงาน ซึ่งงานนั้นสามารถถ่ายทอดและสื่อความหมายไปยังผู้รับสารได้เข้าใจอย่างตรงกัน

2.2.2 ความสำคัญของการออกแบบกราฟิก

กราฟิก สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากมาย ดังนี้

1. ใช้ในด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์
2. ใช้ในการโน้มน้าวจิตใจ ปลูกฝังค่านิยม เปลี่ยนแปลงเจตคติ และสร้างความเข้าใจอันดี
3. ใช้ในการจัดนิทรรศการ
4. ใช้กับสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ วารสาร และอื่น ๆ
5. ใช้ในการเรียนการสอน

วรพงษ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2545) ได้กล่าวถึง คุณค่าของงานกราฟิก ไว้ดังนี้

1. เป็นสื่อกลางสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจตรงกันจากจุดหนึ่งไปจุดหนึ่งได้ดี ชัดเจน
2. สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อฯ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เกิดการศึกษากลับกลุ่มเป้าหมายได้ดี
3. ช่วยทำให้เกิดความน่าสนใจ ความประทับใจ และความน่าเชื่อถือแก่ผู้บริโภค
4. เกิดการกระตุ้นทางความคิดและการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว
5. เกิดความคิดสร้างสรรค์และกระตุ้นให้ปฏิบัติตามหรือเปลี่ยนพฤติกรรมความคิดได้

2.2.3 หลักพิจารณาที่สำคัญในการออกแบบกราฟิก

2.2.3.1 รูปแบบตัวอักษรและขนาด การสร้างรูปแบบตัวอักษร ให้มีรูปแบบแปลกตาสวยงาม จะช่วยเร่งเร้าความรู้สึกตอบสนองได้เป็นอย่างดี โดยเน้นความชัดเจนสวยงามสอดคล้องกับจุดประสงค์สำหรับข้อความนำเรื่องและข้อความรายละเอียด นอกนั้นขนาดของตัวอักษรก็สำคัญ ขนาดของตัวอักษรบนชิ้นงาน ต้องมีความพอเหมาะ พอดี อ่านได้ง่าย สื่อความหมายได้ดี นอกจากนั้นการจัดวางรูปแบบข้อความที่ดี ก็จะช่วยให้การสื่อความหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.3.2 การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง การจัดพื้นที่ว่าง ในการออกแบบกราฟิกมีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดระเบียบของข้อมูล ช่วยเน้นความเป็นระเบียบและความชัดเจน ระยะห่างหรือพื้นที่ว่างจะช่วยพักสายตาในการอ่าน ดูสบายตา สร้างจังหวะขององค์ประกอบภาพให้เหมาะสมสวยงาม

2.2.3.3 การกำหนดสี สีมีบทบาทอย่างมากที่ช่วยเน้นความชัดเจนทำให้สะดุดตาสร้างสรรค์ความสวยงาม การกำหนดสีขึ้นอยู่กับประเภทของงานนั้นๆ ข้อสำคัญที่ควรคำนึง คือ สีบนตัวภาพ พื้นภาพ และตัวอักษรต้องมีความเด่น ชัดเจน เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีความชอบที่แตกต่างกัน นักออกแบบจะพยายามใช้สีเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์มากที่สุด

2.2.3.4 การจัดวางตำแหน่ง เป็นการจัดวางโครงร่างทั้งหมดที่จะกำหนดตำแหน่งขนาดของภาพประกอบ ตำแหน่งของข้อความทั้งหมด และส่วนประกอบอื่นๆที่ปรากฏ ซึ่งต้องคำนึงถึงจุดเด่นที่ควรเน้น ความสมดุลต่าง ๆ ความสบายตาในการมอง นักออกแบบต้องให้ความสำคัญต่อทุกๆส่วน ที่ปรากฏบนชิ้นงานเท่ากันทั้งหมด ความพอเหมาะพอดีช่วยให้งานออกแบบมีความเชื่อถือน่าสนใจ



ภาพที่ 11 ตัวอย่างงานศิลปะกราฟิก

ที่มา : สุขวิทย์ (2558)

2.2.4 ประเด็นสำคัญในการออกแบบกราฟิก

2.2.4.1 ความสวยงาม (Aesthetic) เป็นความพึงพอใจแรกที่สัมผัสได้อันดับแรก มนุษย์เราต่างมีการรับรู้เรื่องความสวยงามและความพึงพอใจได้ไม่เท่ากัน ความงาม จึงเป็นประเด็นที่ถกเถียงกันมากและไม่มีกฎเกณฑ์การตัดสินใด ๆ ที่เป็นตัวกำหนดความแน่ชัด แต่ถ้าหากงานที่มีองค์ประกอบที่ดี คนส่วน

ใหญ่ก็จะมองว่ามีความสวยงาม

2.2.4.2 มีประโยชน์ใช้สอยที่ดี (Function) การมีประโยชน์ใช้สอยที่ดีนั้นเป็นเรื่องสำคัญในการออกแบบทุกประเภท โดยเฉพาะตัวหนังสือที่อยู่ในงานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ตัวหนังสือที่อยู่ในงานจะต้องอ่านง่าย ไม่ต้องเพ่งสายตา ถึงจะเรียกว่าเป็นงานออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยที่ดีได้ เป็นต้น

2.2.6.3 มีแนวคิดในการออกแบบที่ดี (Concept) แนวความคิดในการออกแบบที่ดีนั้นคือหนทางความคิดที่ทำให้งานออกแบบที่ได้ตอบสนองต่อความรู้สึกพึงพอใจ ชื่นชม เรื่องนี้นับว่าเป็นเรื่องที่มีผู้ให้ความสนใจไม่มากก็น้อย



ภาพที่ 12 ตัวอย่างงานกราฟิกแบบมีเรื่องราว

ที่มา : สุขวิทย์ (2558)

2.2.5 ประเภทของงานกราฟิก

การออกแบบงานกราฟิก ย่อมมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่แตกต่างกันไป ลักษณะเฉพาะของงานหรือเงื่อนไขต่าง ๆ ของงาน และวิธีการดำเนินงานต้องสอดคล้องกับปัจจัยทุกด้านในการสร้างงานออกแบบจึงควรศึกษาถึงองค์ประกอบสำคัญ ๆ หลาย ๆ ด้านแนวทางในการคิดงานกราฟิกจะแปรเปลี่ยนไปตามลักษณะของสื่อหรืองานแต่ละประเภท โดยสามารถจัดหมวดหมู่ ได้ดังนี้

2.2.5.1 งานกราฟิกบนสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ คือ สื่อสำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการหรือองค์กรได้แก่ แผ่นป้ายโฆษณาหรือโปสเตอร์ แผ่นพับ แผ่นปลิว และบัตรเชิญ

2.2.5.2 งานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่หลักคือเป็นตัวภาชนะสำหรับบรรจุสินค้า มีหลายรูปแบบแตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้า เช่น หีบ ห่อ กล่อง ขวด ลัง กระป๋อง ฯลฯ บรรจุภัณฑ์จะมีขนาดต่าง ๆ ตามขนาดที่บรรจุสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ แบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ 3 กลุ่ม คือ

1) บรรจุภัณฑ์สำหรับค้าปลีก มักออกแบบสวยงาม สะดวกในการใช้สอย น่าใช้ บางชนิดจะเน้นความสวยงามเป็นพิเศษ จะมีรายละเอียดของสินค้าบรรจุอยู่ภายใน

2) บรรจุภัณฑ์เพื่อการค้าส่ง เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ สำหรับบรรจุสินค้าจำนวนมาก โดยการกำหนดรายละเอียดจะแตกต่างกันออกไป

3) บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง จะเน้นถึงเรื่องความสะดวก ความปลอดภัย และประหยัดในการขนส่งการออกแบบฉลากของบรรจุภัณฑ์ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขและข้อกำหนดหลายอย่าง นักออกแบบมักจะต้องสร้างภาพลักษณ์ของตัวสินค้าให้เกิดความน่าเชื่อถือ สวยงาม ส่วนการออกแบบหีบห่อบรรจุภัณฑ์ก็มีจุดประสงค์อย่างเดียวกันกับฉลากสินค้า แต่มีจุดเด่น คือ เพื่อความสะดวกในการขนส่ง

2.2.5.3 งานกราฟิกบนเครื่องหมายและสัญลักษณ์ คือ เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่สื่อด้วยรูปภาพ เพื่อต้องการสื่อความหมาย และสังเคราะห์ให้เป็นรูปลักษณ์ที่เป็นสิ่งแทนอันสามารถบอกถึงความหมายได้ โดยนักออกแบบต้องออกแบบให้ประณีต คมชัดสื่อ เพื่อสื่อความหมายได้อย่างถูกต้อง

2.2.6 องค์ประกอบในการออกแบบกราฟิก ได้แก่

2.2.6.1 ตัวอักษร (Typography)

2.2.6.2 สี (Colour)

2.2.6.3 รูปภาพ (Picture)

2.2.6.1 ตัวอักษร (Typography)

1) ตัวอักษร

ตัวอักษร เป็นรูปแบบหนึ่งที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกันจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งสะท้อนอารมณ์ เหตุผล ความคิด ความต้องการ ความรู้สึก และตัวอักษรสามารถบันทึกรวบรวมความรู้สึกต่างๆ ไว้ได้เป็นระยะเวลายาวนาน (วัชรพงศ์ หงษ์สุวรรณ. 2550)

การใช้ตัวอักษรและตัวพิมพ์ ประชิด ทินบุตร (2530) กล่าวไว้ว่า ตัวอักษรหรือตัวพิมพ์จัดว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของการออกแบบ การออกแบบโดยทั่วๆ ไป มีการนำตัวอักษรมาใช้เพื่อการออกแบบเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนดึงดูดตา มีลักษณะตัวอักษรแบบ (Display face) เพื่อต้องการตกแต่งหรือการเน้นข้อความข่าวสารให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ดูผู้อ่าน ด้วยการใช้ขนาดรูปแบบตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ มีความเด่นเป็นพิเศษ

1.2 ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนบรรยายหรืออธิบายเนื้อหา คือ การใช้ตัวอักษรเป็น (Book face) หรือเป็นตัว Text ที่มีขนาดเล็กในลักษณะของการเรียงพิมพ์ข้อความ เพื่อการบรรยายหรืออธิบายส่วนประกอบปลีกย่อยและเนื้อหาที่สื่อสารเผยแพร่

ประเภทของตัวอักษร

ลักษณะเด่นชัดของตัวอักษร ที่ทำให้เกิดรูปลักษณ์ที่หลากหลายรูปแบบ เนื่องมาจากการออกแบบ เพื่อให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกัน การประดิษฐ์ให้เกิดรูปแบบตัวอักษรใหม่ ๆ เกิดจากปัจจัยหลายอย่าง ได้แก่ การสร้างเครื่องมือที่ใช้เขียนตัวอักษร การประดิษฐ์ตัวอักษร เพื่อใช้เฉพาะงาน การพัฒนาเทคโนโลยี ทำให้มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จะช่วยสนับสนุนให้การออกแบบ ทำได้อย่างสะดวกและมีความประณีตสวยงามมากยิ่งขึ้น

ตัวอักษรภาษาไทย แบ่งได้ตามรูปลักษณ์ที่แตกต่างกันเป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

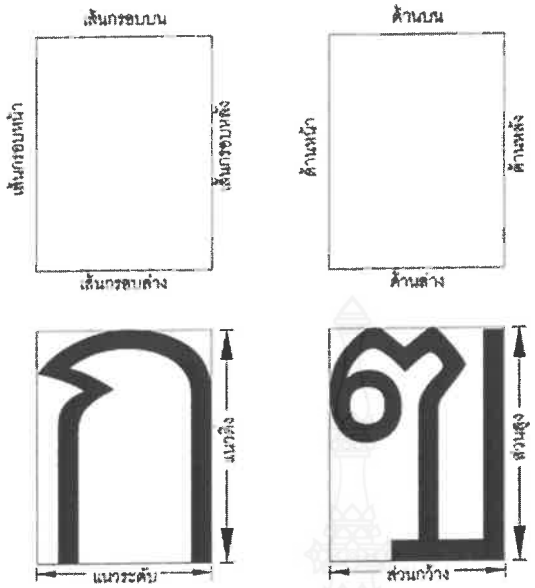
1) ตัวอักษรแบบมาตรฐานหรือแบบราชการ ตัวอักษรแบบนี้มีลักษณะเรียบง่าย มีระเบียบ มีหัวอักษร เรียกว่า เป็นแบบมาตรฐานหรือแบบราชการ เพราะได้รับการรับรองโดยทางราชการ มีลักษณะแบบตัวเรียงพิมพ์ในระบบงานพิมพ์หรือแบบตัวอักษรในเครื่องพิมพ์ดีด มีทั้งแบบตัวธรรมดา ตัวหนา ตัวบาง

2) ตัวอักษรแบบตัวเฉียงหรือตัวเอน นิยมใช้ในลักษณะของข้อความรายละเอียดตัวอักษรที่มีขนาดเล็ก เอกสารทางราชการและงานสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไป รูปลักษณ์ของแบบตัวอักษรประเภทนี้มีมากมาย แต่ละรูปแบบจะมีลักษณะและรายละเอียดที่ต่างกัน นักออกแบบอาจประดิษฐ์ให้เกิดจุดเด่นที่หัวตัวอักษรที่หลังคาตัวอักษร ที่รูปร่างตัวอักษรหรือที่สัดส่วนของตัวอักษร เป็นต้น

3) ตัวอักษรแบบคัดลายมือหรือตัวเขียน ตัวอักษรประเภทนี้เกิดจาการคัดหรือเขียนด้วยวัสดุหรือปากกาประเภทต่าง ๆ อาจเป็นการเขียนโดยอิสระ หรืออาจมีเครื่องมือประกอบบ้างก็ได้ เมื่อต้องการเน้นความประณีต ความแตกต่างของรูปแบบตัวอักษรส่วนหนึ่งจึงเป็นแบบอักษรสำหรับงานเฉพาะกิจ ความสวยงามของตัวอักษร จึงเกิดความพอดีขององค์ประกอบต่าง ๆ และความแม่นยำในการเขียนแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะด้วยกัน คือ แบบตัวอาลักษณ์ แบบตัวไทยย่อ แบบตัวริบบิ้น และแบบตัวเขียนอิสระหรือตัวเขียนหวัด

4) แบบตัวเขียนอิสระหรือตัวเขียนหวัด เป็นการเขียนด้วยวัสดุต่าง ๆ ส่วนมากจะเป็นการเขียนด้วยปากกา ดินสอหรือวัสดุอื่นโดยอิสระ จึงทำให้มีรูปแบบและรูปลักษณ์ของแบบตัวอักษรหลากหลาย ไม่มีกฎระเบียบที่กำหนดอย่างชัดเจน การประดิษฐ์ตัวอักษรแบบตัวเขียนอิสระต้องการความประณีตใช้หลักการทางศิลปะเป็นข้อพิจารณา เช่น ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบศิลป์ หลักแห่งความสมดุล เป็นต้น ความสวยงามและความโดดเด่นของตัวอักษร จึงต้องดูความสัมพันธ์และความสอดคล้องของลักษณะตัวอักษรทั้งข้อความ ตัวเขียนอิสระหรือตัวเขียนหวัด มีรูปลักษณ์ที่แตกต่างกันไปตามลักษณะการเลือกใช้วัสดุเขียน ลักษณะลายมือ ข้อควรระวังการเขียนตัวอักษรแบบนี้ คือ ลีลาการเขียนแต่ละตัว แต่ละข้อความต้องเน้นลักษณะที่อ่านง่าย ไม่ยุ่งเหยิงเกินไป เนื่องจากการตวัดหางอักษร ตัวอักษรแบบนี้นิยมเขียนหัวเรื่อง เช่น หัวคอลัมน์ หัวเรื่องนวนิยาย หัวเรื่องปกหนังสือ ใช้เขียนแสดงข้อความสั้น ๆ ได้แก่ คำบรรยายประกอบภาพ ข้อความสื่อโฆษณา

5) ตัวอักษรแบบประดิษฐ์ บางครั้งเรียกว่า “อักษรแฟนซี” สร้างสรรค์ขึ้น เพื่อใช้งานโดยเฉพาะเน้นรูปแบบที่แตกต่างจากแบบทั่วไป แต่มีเค้าโครงสร้างตัวอักษรตามโครงสร้างเดิม การประดิษฐ์รูปแบบตัวอักษรจึงไม่มีกฎใด ๆ ที่แน่นนอน อาจมีหัวตัวอักษรหรือไม่ก็ได้ เป็นการเน้นขอบหรือเป็นการใส่ลวดลายลงบนตัวอักษรหรือใส่เงาตัวอักษร การเน้นเส้นหนาบาง ฯลฯ การประดิษฐ์จะเน้นให้เกิดความดึงดูดใจน่าสนใจและประทับใจ ตัวอักษรแบบประดิษฐ์ นิยมนำไปใช้ในงานหัวเรื่อง ชื่อหนังสือ ชื่อสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ หัวเรื่องงานโฆษณา หัวเรื่องป้ายนิเทศและป้ายโฆษณา เป็นต้น



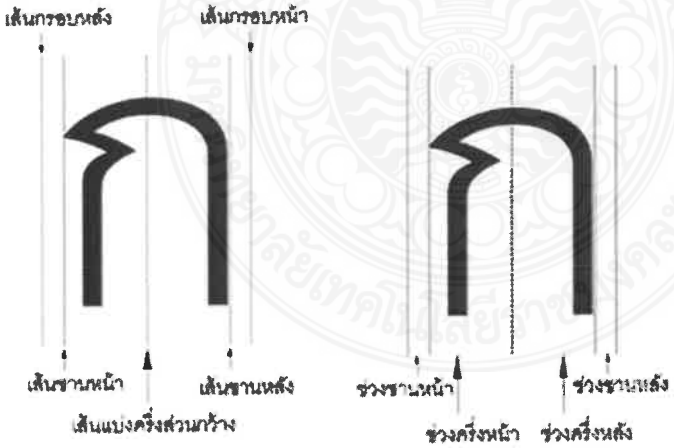
ภาพที่ 13 กรอบของตัวอักษร

ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2545)

กรอบของตัวอักษร

ตัวอักษรไทยแต่ละตัวมีรูปแบบโครงสร้างอยู่ในกรอบสี่เหลี่ยมภายในเส้นที่สมมุติขึ้น เรียกว่า เส้นกรอบ ได้แก่ เส้นกรอบบน เส้นกรอบล่าง เส้นกรอบหน้าและเส้นกรอบหลัง

ตัวอักษรไทยแต่ละตัวมีด้าน 4 ด้าน ด้านบน ด้านล่าง ด้านหน้า และด้านหลัง แนวที่ทอดไปตามส่วนสูง เรียกว่า แนวดิ่ง ระยะที่ทอดไปตามเส้นกรอบหน้าและเส้นกรอบหลังตามแนวดิ่ง เรียกว่า ส่วนสูง



ภาพที่ 14 ความกว้างของตัวอักษร

ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2545)

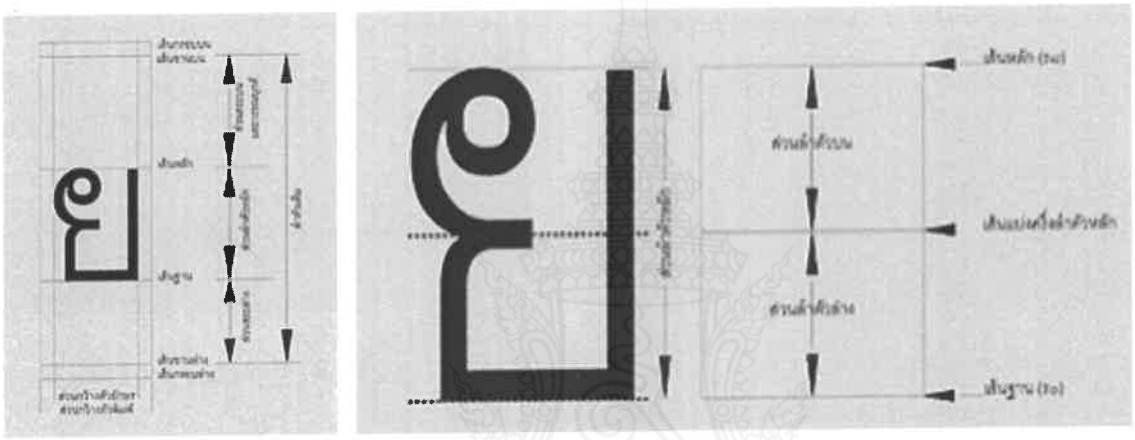
เส้นกำหนดส่วนกว้างของตัวอักษร โดยเรียงลำดับจากด้านหน้าไปด้านหลัง ดังนี้

1. เส้นกรอบหน้า
2. เส้นชานหน้า

3. เส้นแบ่งครึ่งส่วนกว้าง
4. เส้นชานหลัง
5. เส้นกรอบหลัง

ความกว้างของตัวอักษรแบ่งออกเป็นช่วงต่าง ๆ เรียงลำดับจากด้านหน้าไปด้านหลัง ดังนี้

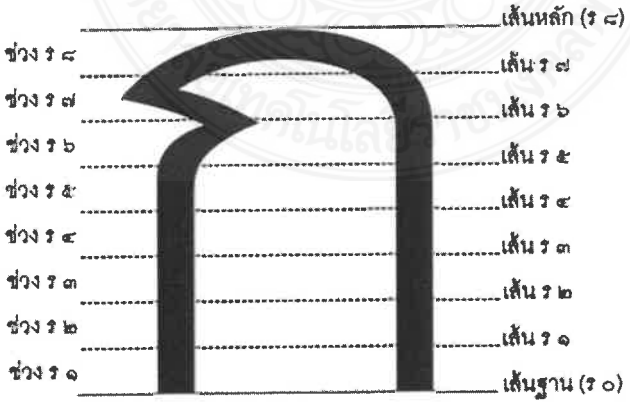
1. ช่วงชานหน้า
2. ช่วงครึ่งหน้า
3. ช่วงครึ่งหลัง
4. ช่วงชานหลัง



ภาพที่ 15 ความสูงของตัวอักษร

ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2545)

เส้นลำดับหลักแบ่งออกเป็น 2 ส่วนเท่าๆกัน ตามแนวระดับให้ส่วนที่อยู่ระหว่างเส้นหลักกับเส้นแบ่งครึ่งลำตัวหลักเป็นส่วนลำตัวบนและส่วนที่อยู่ระหว่างเส้นแบ่งครึ่งลำตัวหลักกับเส้นฐานเป็นส่วนลำตัวล่าง



ภาพที่ 16 การแบ่งส่วนสูงตัวพิมพ์

ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2545)

การแบ่งส่วนสูงตัวพิมพ์

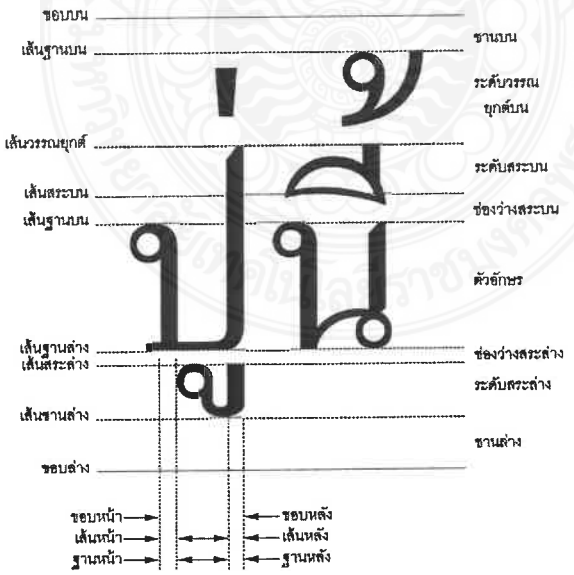
การแบ่งส่วนสูงตัวพิมพ์ตามแนวระดับ โดยแบ่งจากเส้นหลักขึ้นไปด้านบนขนถึงเส้นกรอบบน โดยให้ระยะห่างของเส้นแต่ละเส้นเท่ากับหนึ่งหน่วยอักษร กำหนดให้เป็นเส้น ร๙, ร๑๐, ร๑๑ ไปตามลำดับ จนจดเส้นกรอบบนและให้แบ่งในลักษณะเดียวกันจากเส้นฐานลงมาจนถึงเส้นกรอบล่าง กำหนดให้เป็นเส้น ร-๑, ร-๒, ร-๓ ไปตามลำดับจนถึงเส้นกรอบล่าง

กำหนดให้ระยะห่างระหว่างเส้น ร๘ ถึงเส้น ร๙ เป็นช่วง ร๙ ระยะห่างระหว่างเส้น ร๙ ถึงเส้น ร๑๐ เป็นช่วง ร๑๐ ไปตามลำดับและระยะห่างระหว่างเส้น ร๐ ถึงเส้น ร-๑ เป็นช่วง ร-๑ ระยะห่างระหว่างเส้น ร-๑ ถึงเส้น ร-๒ เป็นช่วง ร-๒ ตามลำดับ

ส่วนลำตัวหลักของตัวอักษร คือ ระยะระหว่างเส้นฐานถึงเส้นหลัก แบ่งออกตามแนวระดับเป็น 8 ส่วนเท่า ๆ กัน เรียกว่า “หนึ่งหน่วยอักษร” โดยมีเส้นแบ่งระดับหรือเรียกย่อว่าเส้น “ร” ดังนี้

1) เส้น ร๐ เป็นเส้นฐาน
2) เส้น ร๑
3) เส้น ร๒
4) เส้น ร๓
5) เส้น ร๔ เป็นเส้นแบ่งครึ่งลำตัวหลัก
6) เส้น ร๕
7) เส้น ร๖
8) เส้น ร๗
9) เส้น ร๘ เป็นเส้นหลัก

กำหนดให้ระยะห่างระหว่างเส้น ร๐ ถึงเส้น ร๑ เป็นช่วง ร๑ ระยะห่างระหว่างเส้น ร๑ ถึง ร๒ เป็นช่วง ร๒ ไปตามลำดับจนถึงช่วง ร๘



ภาพที่ 17 ชื่อเรียกและขอบเขตตัวอักษร

ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2545)

สัดส่วนและโครงสร้างตัวอักษร

การออกแบบตัวอักษร ให้มีความสวยงามต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องสัดส่วนและโครงสร้างตัวอักษร สัดส่วนตัวอักษรจะมีความสัมพันธ์กับโครงสร้างตัวอักษรอย่างแน่นแฟ้น ก่อนเริ่มต้นออกแบบตัวอักษรควรเขียนรูปร่างเค้าโครงตัวอักษรก่อนเสมอ เพื่อให้เห็นรูปร่างและสัดส่วนในภาพรวมเสียก่อน ในขั้นตอนนี้ผู้ออกแบบสามารถที่จะปรับแต่งสัดส่วนและรูปร่างให้ได้ตามความต้องการ ความพอดีของเค้าโครงตัวอักษรและรูปร่างจะมีผลทำให้สามารถอ่านตัวหนังสือได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่นักออกแบบจะต้องระลึกไว้อยู่เสมอ ในการจัดเค้าโครงร่างตัวอักษร นอกจากจะต้องพิจารณาเรื่องสัดส่วนแล้ว ยังต้องศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ว่างภายในและภายนอกตัวอักษรด้วย เกี่ยวกับเรื่องนี้ส่วนใหญ่ นักออกแบบไม่ค่อยเข้าใจเรื่องนี้จึงไม่ได้เน้นเรื่องพื้นที่ว่างภายในตัวอักษร มักจะเน้นเฉพาะเรื่องเส้นตัวอักษรเสียมากกว่า จึงมีผลทำให้รูปตัวอักษรโดยรวม ไม่สม่ำเสมอ แน่นไปบ้างหรืออาจว่างมากเกินไป การออกแบบให้ตัวอักษรจึงต้องเน้นภาพโดยรวมของตัวอักษรทุกรูปแบบ ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาอื่น ๆ เพื่อให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ในการออกแบบจึงควรได้ทำความเข้าใจสิ่งต่อไปนี้

1) สัดส่วนเกี่ยวกับตัวอักษร
2) โครงสร้างตัวอักษร
3) ขนาดของตัวอักษร
4) พื้นที่ว่างภายในและภายในตัวอักษร
5) ลักษณะของเส้นอักษร
6) หัวของตัวอักษร
7) ลักษณะของเชิง
8) ช่องไฟ
9) สัดส่วนเกี่ยวกับตัวอักษร

สัดส่วนที่จะกล่าวถึง หมายถึง สัดส่วนความกว้างและความสูงของตัวอักษร จะต้องสัมพันธ์กับรูปแบบตัวอักษรที่ออกแบบในแต่ละตัว สัดส่วนของอักษรทุกตัวจะต้องสัมพันธ์กันมิได้หมายถึงจะต้องให้เท่ากันหมด แต่ต้องไม่ขัดแย้งกันจนเกินไป จุดที่ต้องเน้นในที่นี้คือ ความสัมพันธ์ของขนาดสัดส่วนระหว่างตัวอักษร คือ การได้ส่วนกันของความกว้างและความสูงของตัวอักษรเกือบทุกตัว ต้องได้ส่วนของกันเสมอ

โครงสร้างตัวอักษร

ลักษณะของโครสร้างตัวอักษร หมายถึง ลักษณะโดยรวมของตัวอักษรที่จะเห็นส่วนประกอบของเส้นที่ประกอบกันเป็นตัวอักษร ผู้ออกแบบต้องจัดกลุ่มตัวอักษร ที่มีลักษณะคล้ายกันแบ่งให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อจะได้เขียนหรือกำหนดให้โครงสร้างนั้นมีขนาดที่สม่ำเสมอและทำการออกแบบให้รายละเอียดโครงสร้างตัวอักษรทั้งหมด ให้มีความสัมพันธ์กันโดยตลอด

ขนาดของตัวอักษร

ขนาดของตัวอักษรไทย ไม่เท่ากันบางตัวกว้างบางตัวแคบ นอกจากจะแบ่งตัวอักษรตามสัดส่วน

แล้ว อาจแบ่งตัวอักษรตามขนาดความกว้างเป็นพวก ๆ ได้ดังนี้

1) อักษรที่มีขนาดเท่ากัน ซึ่งมีมากที่สุด เรียกว่าอักษร "ตัวเต็ม" ได้แก่อักษร ก ค ศ ง จ ช ซ

2) อักษรที่มีขนาดโตกว่าปกติ มีอยู่ไม่มากนัก ซึ่งมีขนาดโตกว่าพวกแรกไปครึ่งตัว เรียกว่าอักษร "ตัวครึ่ง" ได้แก่ ณ ญ ฒ ฌ

3) ตัวอักษรที่มีลักษณะบางพิเศษ เรียกว่า "ครึ่งตัว" ได้แก่ เ โ ไ ใ ะ

พื้นที่ว่างภายในและภายในตัวอักษร

จะเห็นได้ว่าตัวอักษรทุกตัวจะต้องมีพื้นที่วางภายในและพื้นที่ว่างรอบนอกตัวอักษรเสมอ พื้นที่ว่างภายในตัวอักษรจะมีผลให้เกิดความสวยงามมากน้อยของแต่ละตัวอักษร ส่วนพื้นที่ว่างรอบนอกก็จะมีผลต่อการเห็นรูปร่างของตัวอักษรแต่ละตัวเช่นกัน รวมทั้งผลกระทบทั้งในแง่บวกและแง่ลบเสมอ เมื่อต้องนำมารวมกันตัวอักษรอื่นเพื่อให้เป็นคำหรือข้อความ

ลักษณะของเส้นอักษร ได้แก่ ความหนาบางของเส้น ตัวอักษรบางแบบอาจเป็นเส้นหนา บางแบบอาจจะเป็นเส้นบาง หรืออาจจะเป็นลักษณะเส้นหนาบางรวมกัน นอกจากนี้ยังรวมถึงลักษณะของเส้นในแนวดิ่ง แนวราบ แนวเฉียง หรือเส้นโค้งด้วยการออกแบบต้องกำหนดให้เส้นอักษรทุกตัวเป็นไปในลักษณะเดียวกัน เช่น หนาเท่าหันหมด บางเท่ากันทุกตัว หรือเส้นแนวดิ่งเป็นแบบเส้นหนา เส้นแนวราบต้องเป็นเส้นบาง เป็นต้น

หัวของตัวอักษร

โดยเฉพาะการออกแบบตัวอักษรไทย ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะแบบมีหัวทั้งสิ้น หากกำหนดให้เป็นแบบอย่างใดก็จะต้องเป็นแบบอย่างเดียวกันตลอด การออกแบบหัวอักษรต้องให้มีความสอดคล้องกับรูปแบบโดยรวมของตัวอักษรด้วย มิฉะนั้นจะดูขัดแย้งกับความรู้สึกเสมอแบบหัวอักษรอาจเป็นแบบกลมแบบเหลี่ยม มีลักษณะโปร่งหรือแบบหัวตัด (สำหรับตัวอักษรริบบิ้น) เป็นต้น การกำหนดตำแหน่งและขนาดของหัวตัวอักษรต้องเท่ากันและตำแหน่งเดียวกันสำหรับอักษรที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันหรือลักษณะคล้ายกัน

ลักษณะของเชิงตัวอักษรโรมันบางแบบจะมีเชิง หรือ Serif ในการออกแบบให้เกิดรูปแบบใหม่อาจกำหนดให้เชิงเป็นลักษณะอย่างไรก็ได้ แต่เมื่อกำหนดให้เป็นอย่างไรก็ต้องให้เหมือนกันทุกตัวอักษร การออกแบบตัวอักษรไทย เพื่อใช้ร่วมกับตัวอักษรโรมันในภาษาอังกฤษก็สามารถออกแบบให้ตัวอักษรมีเชิงได้อย่างสวยงามได้เช่นกัน

ช่องไฟ

ช่องไฟของตัวอักษร เป็นสิ่งสำคัญมากในการออกแบบตัวอักษร เพราะการเว้นระยะช่องไฟที่เหมาะสม ช่วยให้คำหรือข้อความที่เขียนสวยงาม อ่านง่าย ดูสบายตา น่าอ่าน การจัดช่องไฟของตัวอักษรมีแนวการจัดอยู่ 2 ประการ คือ

1) ระยะช่องไฟระว่างตัวอักษร เป็นการกำหนดระยะช่องไฟระหว่างตัวอักษรและตัวที่ต้องมีระยะห่างกันพองามไม่ติดกันหรือห่างกันจนเกินไป การเว้นระยะช่องไฟแต่ละตัวไม่ควรกำหนดว่าจะต้องห่างกันเท่าไร เพราะว่าตัวอักษรแต่ละตัวจะมีลักษณะที่แตกต่างกันเสมอ ควรจัดระยะช่องไฟโดยคำนึงถึงปริมาตรที่มีความสมดุลโดยประมาณในระหว่างตัวอักษร

2) ระยะช่องไฟระหว่างบรรทัด การเว้นระยะระหว่างบรรทัด จุดประสงค์เพื่อให้อ่านง่ายและดูสวยงาม หลักสำคัญในการกำหนดระยะระหว่างบรรทัด คือ วัดระยะจากตัวอักษรต่ำสุดของแถวบนกับตัวอักษรสูงสุดของแถวล่างให้ระยะห่างพอสมควร เมื่อจัดวางตัวอักษรทั้งสองแถวแล้วอักษรต้องไม่ซ้อนทับกัน

2.2.6.2 สี (COLOUR)

1) ความรู้เกี่ยวกับสี

สี (COLOUR) หมายถึง ลักษณะการกระทบต่อสายตาให้เห็นเป็นสีมีผลถึงจิตวิทยา คือ มีอำนาจให้เกิดความเข้มของแสงที่อารมณ์และความรู้สึกที่ได้จากการที่ได้เห็นสีจากสายตา สายตาจะส่งความรู้สึกไปยังสมอง ทำให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ ตามอิทธิพลของสี เช่น สดชื่น ร้อน หนาว ตื่นเต้น เศร้า สีจึงมีความหมายอย่างมากเพราะศิลปินต้องการใช้สีเป็นสื่อสร้างความประทับใจในผลงานของศิลปะและช่วยสะท้อนความประทับใจนั้นให้บังเกิดแก่ผู้ดู มนุษย์เกี่ยวข้องกับสีต่างๆอยู่ตลอดเวลาเพราะทุกสิ่งที่อยู่รอบตัวล้วนมีสีสันแตกต่างกันมากมาย สี มีหลักวิชาเป็นวิทยาศาสตร์ จึงควรทำความเข้าใจวิทยาศาสตร์ของสี ให้ได้บรรลุผลสำเร็จในงานมากขึ้น ถ้าได้ศึกษาเรื่องสีดีพอแล้วงานศิลปะก็จะประสบความสมบูรณ์เป็นอย่างยิ่ง

คุณลักษณะของสี

1) สีแท้ (HUE) คือ สีที่ยังไม่ถูกสีอื่นเข้าผสม เป็นลักษณะของสีแท้ที่มีความสะอาดสดใส เช่น สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน เป็นต้น

2) สีอ่อนหรือสีจาง (TINT) ใช้เรียกสีแท้ที่ถูกผสมด้วยสีขาว เช่น สีเทา, สีชมพู เป็นต้น

3) สีแก่ (SHADE) ใช้เรียกสีแท้ที่ถูกผสมด้วยสีดำ เช่น สีน้ำตาล เป็นต้น

สี สามารถแยกออกเป็น 2 **ประเภท คือ** สีธรรมชาติและสีที่มนุษย์สร้างขึ้น

1) สีธรรมชาติ เป็นสีที่เกิดขึ้นเองธรรมชาติ เช่น สีของแสงอาทิตย์ สีของท้องฟ้ายามเช้า เย็น สีของรุ้งกินน้ำ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเองธรรมชาติ ตลอดจนสีของ ดอกไม้ ต้นไม้ พื้นดิน ท้องฟ้า น้ำทะเล

2) สีที่มนุษย์สร้างขึ้นหรือได้สังเคราะห์ขึ้น เช่น สีวิทยาศาสตร์ มนุษย์ได้ทดลองจากแสงต่าง ๆ เช่น ไฟฟ้า นำมาผสมโดยการทอแสงประสานกัน นำมาใช้ประโยชน์ในด้านการละคร การจัดฉากเวที โทรทัศน์ การตกแต่งสถานที่

แม่สี มีอยู่ 2 ชนิด คือ

1) แม่สีของแสง เกิดจากการหักเหของแสงผ่านแท่งแก้วปริซึม มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลืองและสีน้ำเงิน อยู่ในรูปของแสงรังสี ซึ่งเป็นพลังงานชนิดเดียวที่มีสี คุณสมบัติของแสงสามารถนำมาใช้ในการถ่ายภาพ ภาพโทรทัศน์ การจัดแสงสีในการแสดงต่าง ๆ เป็นต้น

2) แม่สีวัตถุธาตุ เป็นสีที่ได้มาจากธรรมชาติและจากการสังเคราะห์ โดยกระบวนทางเคมี มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลืองและสีน้ำเงิน แม่สีวัตถุธาตุเป็นแม่สีที่นำมาใช้งานกันอย่างกว้างขวางในวงการศิลปะ วงการอุตสาหกรรม ฯลฯ แม่สีวัตถุธาตุ เมื่อนำมาผสมกันตามหลักเกณฑ์จะทำให้เกิดวงจรสี ซึ่งเป็นวงสีธรรมชาติ เกิดจากการผสมกันของแม่สีวัตถุธาตุเป็นสีหลักที่ใช้งานกันทั่วไป วงจรสีแสดงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

วงจรสี (Colour Circle)

สีขั้นที่ 1 คือ แม่สี ได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน

สีขั้นที่ 2 คือ สีที่เกิดจากสีขั้นที่ 1 หรือแม่สีผสมกันในอัตราส่วนที่เท่ากันจะทำให้เกิดสีใหม่ 3 สี ได้แก่ สีส้ม สีม่วง สีเขียว

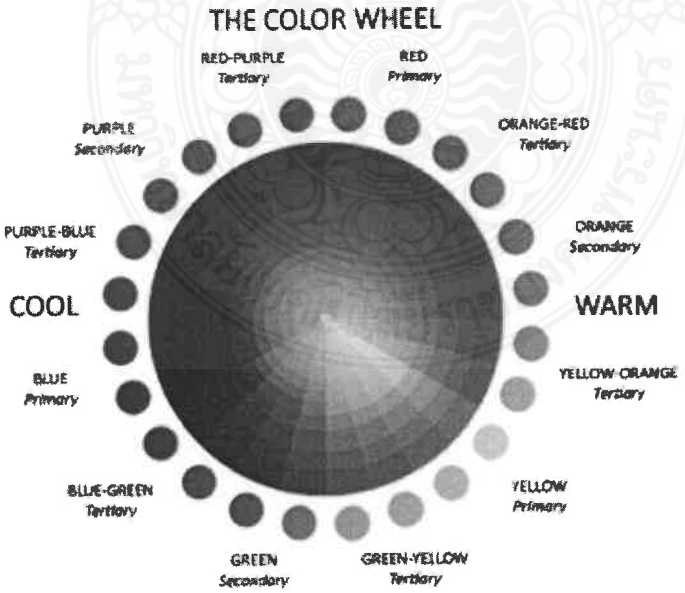
สีขั้นที่ 3 คือ สีที่เกิดจากสีขั้นที่ 1 ผสมกับสีขั้นที่ 2 ในอัตราส่วนที่เท่ากัน จะได้สีอื่น ๆ อีก 6 สี คือ

สีแดง ผสมกับสีส้ม ได้สีส้มแดง
สีแดง ผสมกับสีม่วง ได้สีม่วงแดง
สีเหลือง ผสมกับสีเขียว ได้สีเขียวเหลือง
สีน้ำเงิน ผสมกับสีเขียว ได้สีเขียวน้ำเงิน
สีน้ำเงิน ผสมกับสีม่วง ได้สีม่วงน้ำเงิน
สีเหลือง ผสมกับสีส้ม ได้สีส้มเหลือง

วรรณะของสี ซึ่งแบ่งที่สีม่วงกับสีเหลือง ซึ่งเป็นได้ทั้ง 2 วรรณะ คือ

1) วรรณะร้อน (Warm Tone) ซึ่งประกอบด้วย สีเหลือง สีส้ม สีแดง สีม่วง สีเหล่านี้ให้อิทธิพลต่อความรู้สึก ตื่นเต้น เร้าใจ กระฉับกระเฉง ถือว่าเป็นวรรณะร้อน

2) วรรณะเย็น (Cool Tone) ประกอบด้วย สีเหลือง สีเขียว สีน้ำเงิน สีม่วง สีเหล่านี้ให้ความรู้สึก เย็นตา สงบ สดชื่น (สีเหลืองกับสีม่วงอยู่ได้ทั้งสองวรรณะ) การใช้สีแต่ละครั้งควรใช้สีวรรณะเดียวในภาพทั้งหมด เพราะจะทำให้ภาพความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน



ภาพที่ 18 วรรณะสี

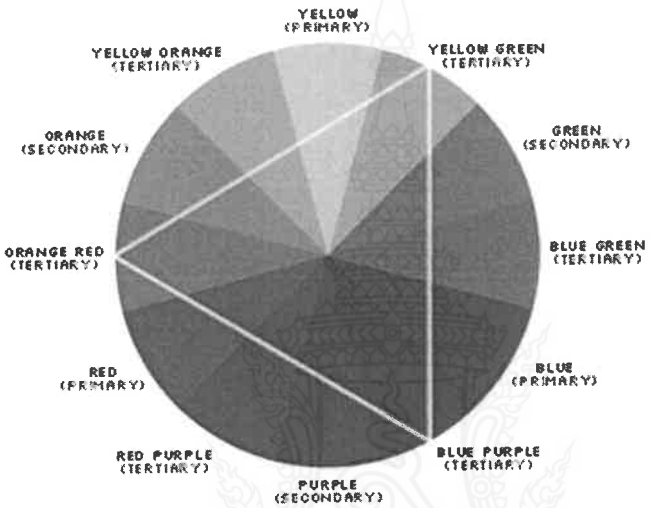
ที่มา : ส่งเดช (2557)

สีตรงข้ามหรือสีตัดกัน หรือสีคู่ปฏิปักษ์ เป็นสีที่มีค่าความเข้มของสี ตัดกันอย่างรุนแรง ในทางปฏิบัติไม่นิยมนำมาใช้ร่วมกันเพราะทำให้แต่ละสีไม่สดใสเท่าที่ควร การนำสีตรงข้ามกันมาใช้ร่วมกัน อาจกระทำได้ ดังนี้

1) มีพื้นที่ของสีหนึ่งมาก อีกสีหนึ่งน้อย

2) ผสมสีอื่น ๆ ลงไปสีสีใดสีหนึ่ง หรือทั้งสองสี

3) ผสมสีตรงข้ามลงไปในสีทั้งสองสี



ภาพที่ 19 สีคู่ตรงข้าม

ที่มา : NovaBizz (2005)

สีกลาง คือ สีที่เข้าได้กับสีทุกสี สีกลางในวงจรสี มี 2 สี คือ สีน้ำตาล กับ สีเทา สีน้ำตาล เกิดจากสีตรงข้ามกันในวงจรสีผสมกัน ในอัตราส่วนที่เท่ากัน สีน้ำตาลมีคุณสมบัติสำคัญ คือ ใช้ผสมกับสีอื่น แล้วจะทำให้สีนั้น ๆ เข้มขึ้น โดยไม่เปลี่ยนแปลงค่าสี ถ้าผสมมาก ๆ เข้าก็จะกลายเป็นสีน้ำตาลสีเทา เกิดจากสีทุกสี ๆ สีในวงจรสีผสมกัน ในอัตราส่วนเท่ากัน สีเทา มีคุณสมบัติที่สำคัญ คือ ใช้ผสมกับสีอื่น ๆ แล้วจะทำให้มืดหม่น ใช้ในส่วนที่เป็นเงา

2) จิตวิทยาและความหมายของสี

ตารางที่ 3 จิตวิทยาและความหมายของสี

ชื่อสี	ความหมาย-อารมณ์
Yellow-Green	การเจ็บป่วย – ความอิจฉา – ขี้ขลาด – การแตกแยก
Yellow	ความสุข – พลังงาน – ความเจริญ – การเรียนรู้ – การสร้าสรรค์
White	ความบริสุทธิ์ – ความดี – ความดีพร้อม – ความเงียบสงบ – ความยุติธรรม
Red	พลัง – อันตราย – สงคราม – อำนาจ
Purple	ความหยั่งรู้ – ความทะเยอทะยาน – ความก้าวหน้า – ความสง่างาม – อำนาจ

Pink	เป็นมิตร – ความรัก – ความโรแมนติก – ความเคารพ
Orange	กำลัง – ความมีโชค – พลังชีวิต – การให้กำลังใจ – ความสุข
Light Yellow	ปัญญา – ความฉลาด
Light Red	ความรู้สึกดีใจ – เรื่องทางเพศรส – ความรู้สึกของความรัก
Light Purple	เรื่องรักใคร่ – ความสงบ –
Light Green	ความกลมกลืน – ความสงบ – สันติภาพ
Light Blue	การหยั่งรู้ – โอกาส – ความเข้าใจ – ความอดทน – ความอ่อนโยน
Green	ความอุดมสมบูรณ์ – การเติบโต – การกลับมาของมิตรภาพ
Gold	สติปัญญา – ความร่ำรวย – ความสว่าง – ความสำเร็จ – โชคลาภ
Dark Yellow	การตักเตือน – การเจ็บป่วย – ความเสื่อม – ความอิจฉา
Dark Red	ความโกรธ – ความรุนแรง – ความกล้าหาญ – กำลังใจ
Dark Purple	ความสูงส่ง – ความปรารถนาอันแรงกล้า – ความหรูหรา
Dark Green	ความทะเยอทะยาน – ความโลภ – ความริษยา
Dark Blue	ความจริง – สัจธรรม – อำนาจ – ความรู้ – ความซื่อสัตย์ – การป้องกัน
Brown	ความอดทน – ความมั่นคง
Blue	สุขภาพ – ความเชื่อถือ – ไหวพริบ – จงรักภักดี – ความเลื่อมใส
Black	ความลึกลับ – ความตาย – อำนาจ – พลัง – ความแรง – สิ่งชั่วร้าย
Aqua	การป้องกัน – สุขภาพ

3) **จิตวิทยาสีกับความรู้สึก** (Psychology of Colour)

ในด้านจิตวิทยาสี เป็นตัวกระตุ้นความรู้สึกและมีผลต่อจิตใจของมนุษย์ สีต่าง ๆ จะให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงมักใช้สี เพื่อสื่อความรู้สึกและความหมายต่าง ๆ ได้แก่

สีแดง ให้ความรู้สึก เร่าร้อน รุนแรง อันตราย ตื่นเต้น

สีเหลือง ให้ความรู้สึก สว่าง อบอุ่น แจ่มแจ้ง ร่าเริง ศรัทธา มั่งคั่ง

สีเขียว ให้ความรู้สึก สดใส สดชื่น เย็น ปลอดภัย สบายตา มุ่งหวัง

สีฟ้า ให้ความรู้สึก ปลอดโปล่ง แจ่มใส กว้าง ปราดเปรื่อง

สีม่วง ให้ความรู้สึก เศร้า หม่นหมอง ลึกลับ

สีดำ ให้ความรู้สึก มืดมิด เศร้า น่ากลัว หนักแน่น

สีขาว ให้ความรู้สึก บริสุทธิ์ ผุดผ่อง ว่างเปล่า จืดชืด

สีแสด ให้ความรู้สึก สดใส ร้อนแรง เจิดจ้า มีพลัง อำนาจ

สีเทา ให้ความรู้สึก เศร้า เงียบขรึม สงบ แก่ชรา

สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึก เงียบขรึม สงบสุข จริงจัง มีสมาธิ

สีน้ำตาล ให้ความรู้สึก แห้งแล้ง ไม่สดชื่น น่าเบื่อ

สีชมพู ให้ความรู้สึก อ่อนหวาน เป็นผู้หญิง ประณีต ร่าเริง

2.2.6.3 รูปภาพ (Picture)

รูปภาพและส่วนประกอบการตกแต่งภาพ ที่ต้องการเน้นให้เกิดคุณค่าทางความงาม ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดจินตนาการออกมาเป็นรูปแบบและนำเสนอแนวคิดให้เป็นรูปธรรมดาตามความคิดของตน เพื่อต้องการให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสารมากที่สุด งานออกแบบที่ดี ควรนำภาพมาใช้ให้เหมาะสมกับโอกาสและหน้าที่อย่างกลมกลืน คือ

1) เมื่อต้องการดึงดูดความสนใจ
2) เมื่อต้องการใช้ประกอบการอธิบายความรู้
3) เมื่อต้องการคำอธิบายความคิดรวบยอด
4) เมื่อต้องการอ้างอิงสิ่งที่ปรากฏขึ้นจริง
5) เมื่อต้องการใช้ประกอบข้อมูลทางสถิติ

ความหมายของภาพประกอบสิ่งพิมพ์

ภาพประกอบสิ่งพิมพ์ หมายถึง เนื้อหาส่วนที่เป็นภาพที่ปรากฏในเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ นอกเหนือจากเนื้อหาข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพเหล่านี้อาจเป็นภาพวาดหรือภาพถ่ายก็ได้และยังรวมถึงภาพกราฟิกต่าง ๆ เช่น จุด เส้น สี แถบกราฟิก หรือ ภาพลายเส้น เรขาคณิตอื่น ๆ ที่ใช้ในการตกแต่งสิ่งพิมพ์อีกด้วย

ความสำคัญของภาพประกอบสิ่งพิมพ์

ภาพประกอบ มีความสำคัญต่อสิ่งพิมพ์มากโดยเฉพาะในด้านการสื่อความหมายและการถ่ายทอดความรู้ด้านวิชาการ เพราะภาพประกอบสามารถให้รายละเอียด และความเหมือนจริงเหนือคำบรรยาย ให้ความสวยงามและความประทับใจหรือใช้เป็นหลักฐานอ้างอิง

ความสำคัญของภาพประกอบสิ่งพิมพ์ มีสาระสำคัญสรุป ได้ดังนี้

1) ใช้สร้างความเข้าใจ การอธิบายถึงสิ่งหนึ่งสิ่งใดบางครั้งตัวอักษรก็มีข้อจำกัด ที่จะบ่งบอกถึงสิ่งที่อธิบายนั้นว่าเป็นอย่างไร ในบางกรณีแม้ว่าผู้บรรยายจะมีความสามารถในการใช้ถ้อยคำมากสักเพียงใดก็ไม่อาจทำให้เกิดความเข้าใจได้โดยง่าย เช่น การจะอธิบายความแตกต่างระหว่างม้ากับลา ให้กับคนที่ไม่เคยเห็นสัตว์ทั้งสองชนิดนี้คงเป็นเรื่องที่ลำบากมาก

2) ใช้เสริมความเข้าใจ การนำภาพประกอบมาใช้ ในกรณีที่ข้อความสามารถสร้างความเข้าใจได้ระดับหนึ่งแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน จึงจำเป็นต้องใช้ภาพประกอบ เพื่อเสริมความเข้าใจให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น ในการอธิบายพุทธลักษณะของพระพุทธรูปสมัยต่าง ๆ ถ้ามีภาพประกอบเพื่อเสริมความเข้าใจในรายละเอียดเพิ่มเติมก็จะทำให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น

3) ใช้เป็นหลักฐานเพื่อบ่งบอกถึงตัวบุคคล ไม่อาจใช้ข้อความอธิบายให้เห็นภาพหรือเข้าใจได้ว่าบุคคลผู้นี้มีหน้าตาเป็นอย่างไร แต่ถ้าพิมพ์ภาพลงแล้วบอกชื่อ ผู้ที่เห็นก็จะรู้จักและจดจำได้ทันที

4) ใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงหรือแสดงเหตุการณ์ภาพประกอบสามารถนำมาใช้เป็นหลักฐานประกอบคำบรรยายในกรณีเหตุการณ์นั้นสำคัญขนาดต้องบันทึกเป็นประวัติศาสตร์ หรือเหตุการณ์นั้นต้องการความรวดเร็วเพื่อการนำเสนอเป็นภาพข่าวลงในสื่อสารมวลชนต่าง ๆ เป็นบอกเล่าเหตุการณ์ให้เข้าใจโดยง่าย

5) ใช้ตกแต่งหน้าสิ่งพิมพ์ ภาพประกอบช่วยให้สิ่งพิมพ์สวยงาม น่าอ่านมากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีการถ่ายภาพ ตกแต่งภาพและการพิมพ์ในปัจจุบันเอื้ออำนวยให้การทำงานกับภาพประกอบสะดวกยิ่งขึ้น การถ่ายภาพทำได้ง่ายขึ้น ลดขั้นตอนการตกแต่งภาพลง ใช้เวลาน้อยลง การจำลองภาพอย่างการถ่ายเอกสารหรือการกราดภาพ (scan) ทำได้คุณภาพดีแลสะดวกรวดเร็วอีกทั้งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ยังช่วยให้การตกแต่งดัดแปลงภาพทำได้หลายรูปแบบ

ประเภทของภาพประกอบสิ่งพิมพ์

1) ภาพถ่าย

ภาพถ่าย เป็นภาพที่เกิดจากกรรมวิธีทางการถ่ายภาพที่ใช้ประโยชน์ได้ดีในงานพิมพ์ เพราะว่าภาพถ่าย มีคุณลักษณะเฉพาะตัวหลายอย่าง ทั้งในแง่ความเหมือนจริงและความละเอียดละออ สามารถที่จะสร้างสรรค์ได้ตามความรู้สึกของการถ่ายภาพ เพื่อนำมาใช้ประกอบสิ่งพิมพ์ การได้มองเห็นภาพจะทำให้เกิดความเข้าใจได้ทันที โดยไม่ต้องใช้เวลาตีความหรือทำความเข้าใจมากนัก ภาพถ่าย ถือว่าเป็นภาษาสากล ซึ่งภาพเหล่านี้อาจเป็นภาพวาดและภาพถ่ายและยังรวมถึงภาพกราฟิกต่าง ๆ เช่น จุดเส้นสี แถบกราฟิก และภาพเรขาคณิตอื่น ๆ ที่ใช้ในการตกแต่งสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น ปัจจุบันจะนิยมใช้กล้องดิจิตอล ผลที่ได้ส่วนใหญ่จึงออกมาเป็นภาพสี (Colour Print) ถ้าต้องการภาพขาว-ดำ มักใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยแปลงภาพได้



ภาพที่ 20 ภาพถ่ายเหมือนจริง

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

2) ภาพวาดลายเส้น

ภาพวาดลายเส้น เป็นภาพที่ใช้ประกอบสิ่งพิมพ์มาตั้งแต่ยุคแรกๆ และยังคงได้รับความนิยมอยู่จนถึงปัจจุบัน มีการใช้เทคนิคการวาดภาพผสมผสานกันหลายอย่าง เช่น การวาดลายเส้นแบบภาพการ์ตูนโดยการใช้ดินสอ พู่กัน ปากกาหมึกดำ รวมทั้งการผสมสกรีนหรือการสร้างพื้นผิวลวดลายต่าง ๆ ร่วมกัน



ภาพที่ 21 ภาพวาดลายเส้น

ที่มา : https://www.pinterest.com

3) ภาพวาดน้ำหนักสีต่อเนื่องและภาพระบายสี

ภาพวาดน้ำหนักสีต่อเนื่องกับภาพระบายสี ภาพทั้ง 2 ชนิด มีลักษณะภาพคล้ายคลึงกัน คำว่า "ภาพวาดน้ำหนักสีต่อเนื่อง" ใช้เรียกภาพวาดสีเดียวที่มีน้ำหนักอ่อนแก่ลดหลั่นกันสำหรับ "ภาพระบายสี" จะประกอบด้วยสีต่าง ๆ มากมายหลายสี โดยการเขียนหรือระบายสีด้วยกรรมวิธีหรือเทคนิคต่าง ๆ กันไป



ภาพที่ 22 ภาพวาดน้ำหนักสีต่อเนื่องและภาพระบายสี

ที่มา : https://www.pinterest.com

4) ภาพพิมพ์

ภาพพิมพ์ ที่นี้หมายถึง ภาพที่ผ่านการพิมพ์มาแล้ว มีทั้งชนิดที่พิมพ์เป็นภาพลายเส้นและพิมพ์เป็นภาพเม็ดสกรีน ภาพทั้งสองประเภทนี้สามารถนำมาพิมพ์ซ้ำได้ถ้าเป็นภาพลายเส้นจะได้คุณภาพใกล้เคียงของเดิมแต่ภาพที่เป็นเม็ดสกรีนรายละเอียดอาจหายไปบ้าง



ภาพที่ 23 ภาพพิมพ์

ที่มา : https://www.pinterest.com

5) ภาพดิจิตอล

ภาพดิจิตอล เป็นภาพที่ได้ผ่านกระบวนการจัดการโดยคอมพิวเตอร์มาแล้ว ด้วยพัฒนาการของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน ทำให้ภาพทุกชนิดที่จะเข้าสู่ระบบการพิมพ์ต้องผ่านกระบวนการแปลงรูปภาพนั้นให้เป็นภาพดิจิตอลเสียก่อน เช่น การถ่ายภาพด้วยกล้องดิจิตอลและการสแกน เป็นต้น



ภาพที่ 24 ภาพดิจิตอล

ที่มา : https://www.pinterest.com

ภาพกราฟิก ในงานคอมพิวเตอร์ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) **ภาพกราฟิก ชนิดบิตแมป (Bitmap)** เป็นภาพที่ประกอบจากจุดสีขนาดเล็ก ๆ จำนวนมาก เรียงเรียงตัวกันในลักษณะรูปแบบตาราง เรียกว่า พิกเซล (pixel) ในแต่ละภาพจะมีค่าและขนาดที่แน่นอน ถ้ามีการขยายเพิ่มมากขึ้นจากขนาดเดิมจะทำให้มองเห็นเป็นภาพหยาบหรือรูปภาพแตกอย่างชัดเจน

ข้อดี ภาพชนิดนี้สามารถแสดงรายละเอียดได้ใกล้เคียงภาพจริง เช่น ภาพถ่ายที่มีรายละเอียดสูง เพราะเป็นการใช้พิกเซลจำนวนมากมาประกอบกัน

ข้อเสีย ภาพชนิดนี้จะมีขนาดใหญ่ตามความละเอียดภาพ เพราะต้องใช้จำนวนพิกเซลเพิ่มขึ้นตาม นอกจากนั้นการนำภาพมาขนายให้ใหญ่กว่าขนาดปกติจะทำให้ภาพที่ได้ไม่ชัดเจน

2) **ภาพกราฟิก ชนิดเวกเตอร์ (Vector)** เป็นภาพประเภท Resolution-Independent ลักษณะของการสร้างให้แต่ละส่วนเป็นอิสระต่อกัน โดยแยกชิ้นส่วนภาพทั้งหมดออกเป็นเส้นตรง รูปทรง หรือส่วนเป็นการรวมเอา Object ต่างชนิดมาผสมกัน มีทิศทางการลากเส้นไปในแนวต่างๆ เพื่อสร้างภาพที่แตกต่างกันโดยใช้คำสั่งง่าย ๆ จึงเรียกภาพนี้ว่า Vector Graphic

ข้อดี ภาพชนิดนี้ปรับหรือย่อขนาดได้ตามที่ต้องการโดยไม่มีผลต่อความละเอียดของภาพเพราะไม่ว่าภาพจะเล็กหรือใหญ่ ความคมชัดก็ไม่เปลี่ยนแปลง เพราะคอมพิวเตอร์จะสร้างภาพขึ้นมา โดยใช้วิธีการคำนวณไม่ได้ถูกจำกัดด้วยพิกเซลในภาพว่ามีมากน้อยเพียงใด นอกจากนั้นภาพชนิดเว็กเตอร์ มีขนาดไฟล์เล็กกว่าบิตแมป เพราะไม่ได้ใช้พิกเซลจำนวนมากมาสร้างเป็นภาพ แต่มีเพียงคำสั่งสร้างลวดลาย เพื่อใช้ในการประกอบเป็นภาพเท่านั้น

ข้อเสีย เนื่องมาจากลักษณะภาพที่สร้างจากการใช้คอมพิวเตอร์จะสร้างเส้นและรูปทรงมาประกอบกัน ภาพชนิดนี้มีข้อจำกัดในการแสดงภาพถ่าย แต่เหมาะกับภาพกราฟิกแนวลายเส้น ที่มีสีค่อนข้างต่อเนื่อง



ภาพที่ 25 ภาพกราฟิกในคอมพิวเตอร์

ที่มา : http://www.elearning.msu.ac.th

2.2.7 การออกแบบตราสินค้า (Brand) ในการสร้างสรรค์อัตลักษณ์ (Identity) ให้กับตราสินค้านั้นนอกจากความแตกต่างของตัวผลิตภัณฑ์หรืองานบริการที่เป็นหลักแล้ว สิ่งประกอบที่สำคัญที่จะทำให้เรื่องนี้มีความสมบูรณ์แบบคือ การนำหัวใจของความแตกต่างนั้นมาถ่ายทอดเป็นงานออกแบบการออกแบบตราสินค้านั้น ตัวอักษรและสัญลักษณ์ จึงมีความสำคัญในการสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงความหมาย

2.2.7.1 การออกแบบและพัฒนาตัวอักษร เป็นการเลือกรูปแบบของตัวอักษรให้เหมาะกับธุรกิจ ตัวอักษรแต่ละตัวมีลักษณะรูปทรงที่แตกต่างกัน ซึ่งรูปทรงที่แตกต่างกัน ก็จะสื่อถึงความหมายที่แตกต่างกัน การออกแบบตัวอักษรบางครั้ง อาจจำเป็นต้องใช้คู่กับภาพประกอบหรืออาจจะใช้เพียงแค่ตัวอักษรอย่างเดียวนั้น ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในการออกแบบ เพราะบางครั้งตัวอักษรที่ใช้บนสัญลักษณ์เหมาะสำหรับใช้ในส่วนรายละเอียดต่าง ๆ เช่น รายการอาหาร ชื่อนามบัตร ฯลฯ



ภาพที่ 26 การออกแบบและพัฒนาตัวอักษร

ที่มา : สุวิทย์ (2554)

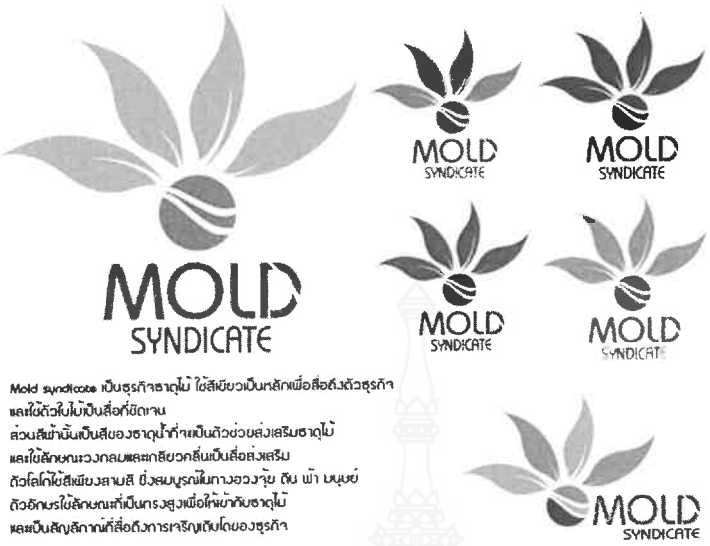
2.2.7.2 การออกแบบและพัฒนาสัญลักษณ์ การออกแบบตราสัญลักษณ์ ไม่ได้หมายถึง การวาดภาพให้สวยงามเพียงอย่างเดียว แต่ตราสัญลักษณ์นั้นๆจะต้องสื่อถึงที่มาและใจความสำคัญของแบรนด์ ยกตัวอย่างเช่น น้ำจิ้มไก่ ตรา แม่ประนอม จะมีภาพแม่ประนอมอยู่บนฉลากเสมอ หรือร้านอาหารสีฟ้ากับตราสัญลักษณ์รูปชามสีฟ้าพร้อมตัวอักษรประกอบ



ภาพที่ 27 การออกแบบตราสินค้า

ที่มา : Seefah (2557)

2.2.7.3 การเลือกใช้สี สีถือเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบตราสินค้า เพราะสีแต่ละสีจะมีความหมายที่แตกต่างกัน เช่น สีแดง หมายถึง พระอาทิตย์และความทรงพลัง สีส้ม หมายถึง โชคลาภ สีเขียว หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ หรือสีดำ หมายถึง ความลึกลับ เป็นต้น ตามบริษัทหรือแบรนด์ต่างๆก็จะคำนึงในเรื่องนี้เป็นสำคัญ เพราะมีความเชื่อเกี่ยวกับหลักฮวงจุ้ย



ภาพที่ 28 การเลือกใช้สีกับความหมายของสี

ที่มา : Mold Syndicate (2556)

2.2.7.4 การกำหนดขอบเขตการใช้ตราสินค้า ขอบเขตการใช้งานของตราสินค้าที่ควรกำหนดตำแหน่งการใช้งานในส่วนต่างๆของพื้นที่ เช่น พื้นที่การขายบนพื้นผิวบรรจุภัณฑ์ พื้นผิวที่มีลวดลาย พื้นผิวสีพื้นหรือสีคู่ตรงข้าม เพื่อให้ตราสัญลักษณ์นั้นมีความเด่นชัด ชัดเจน อ่านได้ง่าย ไม่ถูกพื้นผิวกลืนกินตราสินค้า



ภาพที่ 29 พื้นผิวกับตราสินค้า

ที่มา : entrust-idea (2014)

2.2.7.5 ความสม่ำเสมอในการใช้งาน สิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องปฏิบัติในการใช้ตราสินค้า คือ การนำงานออกแบบดังกล่าวไปใช้อย่างสม่ำเสมอ (Cronsistency) เพื่อตอกย้ำให้ผู้บริโภคเกิดจดจำตราสัญลักษณ์หรือตราสินค้าของเราให้ได้มากที่สุด ตราสัญลักษณ์ ไม่ได้ออกแบบมาเพื่อความสวยงามเพียงเท่านั้น แต่คือ สิ่ง ที่บ่งบอกถึงใจความสำคัญของแบรนด์ ดังนั้นการเปลี่ยนสี เปลี่ยนรูปแบบตัวอักษร หรือการตัดทอนรูปภาพประกอบในตราสัญลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่ไม่สมควรทำอย่างยิ่ง



ภาพที่ 30 สัญลักษณ์ที่เป็นที่จดจำ
ที่มา : ปัทมาพร วิทยา (2559)

2.2.8 ส่วนประกอบของตราสินค้า (Brand Elements) เป็นสิ่งกำหนดตัวสินค้าและทำให้สินค้าเกิดความแตกต่าง ได้แก่

2.2.8.1 ชื่อตราสินค้า (Brand name) เป็นส่วนหนึ่งของตรา ที่สามารถออกเสียงได้เป็นคำ ตัวอักษรหรือตัวเลข ชื่อที่ตั้งให้กับสินค้าต่าง ๆ นั้นมีที่มาแตกต่างกัน เช่น ชื่อที่มาจากบุคคล ชื่อที่มาจากสถานที่ ชื่อที่มาจากสัตว์ ชื่อที่มาจากสิ่งของในการสร้างตรา นักการตลาดจะมีทางเลือกหลายทางและมีองค์ประกอบตราหลายประเภทที่สามารถเลือกเพื่อระบุสินค้าของตน

2.2.8.2 เครื่องหมายตราหรือโลโก้ (Brand mark or Logo) เป็นส่วนหนึ่งของตราที่ปรากฏในรูปสัญลักษณ์ รูปแบบสี หรือตัวอักษรที่โดดเด่น เช่น รูปแอปเปิ้ลเป็นสัญลักษณ์ของคอมพิวเตอร์แอปเปิ้ล รูปวงรีมีตัวอักษรคำว่า SAMSUNG เป็นโลโก้ของซัมซุง



ภาพที่ 31 เครื่องหมายตราหรือโลโก้
ที่มา : dagensanalys.se (2014)

2.2.8.3 เครื่องหมายการค้า (Trademark) เป็นชื่อตราหรือเครื่องหมายตราที่ผู้ทำการค้านำไปจดทะเบียนการค้า และได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย

2.2.8.4 สโลแกน (Slogan) เป็นข้อความสั้นๆ ที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น เคเอฟซี ชีวิตครบรส, เอ็มเค ช่วงเวลาแห่งความอบอุ่น



ภาพที่ 32 โลโก้พร้อมสโลแกน

ที่มา : mkrestaurant (2016)

2.2.9 หน้าที่และบทบาทสำคัญของตราสินค้า หน้าที่ของตราสินค้า (Brand function) เป็นการนำเสนอผลประโยชน์ด้านหน้าที่ของสินค้าให้กับผู้บริโภค โดยผลประโยชน์จะต้องดีเท่ากับหรือมากกว่าคู่แข่งขัน จะต้องนำเสนอผลประโยชน์ทั้งในด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ ซึ่งผลประโยชน์ทั้งสองนี้จะต้องสอดคล้องกัน เพื่อนำเสนอตราที่มีลักษณะเป็นหนึ่งเดียว บทบาทของตราสินค้า (Brand roles) ตราสินค้าที่ประสบความสำเร็จ คือ การเป็นหุ้นส่วนแห่งชัยชนะระหว่างนักการตลาดของบริษัท ผู้ผลิตและลูกค้า ดังนี้

2.2.9.1 ตราสินค้า มีบทบาทต่อลูกค้า ดังนี้

1) แสดงถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ (Identification of source of product) ตราจะแสดงถึงแหล่งที่มาของสินค้าว่าเป็นสินค้าจากบริษัทใด

2) แสดงถึงความรับผิดชอบของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ (Assignment of responsibility to product maker) ทำให้ลูกค้าสบายใจในผลิตภัณฑ์

3) เป็นผู้รับประกันผลิตภัณฑ์ (Endorser) ตราจะเป็นสิ่งสนับสนุนและสร้างความน่าเชื่อถือ คือเป็นตัวแทนของบริษัท ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมและค่านิยม

4) ทำให้ลดต้นทุนของลูกค้า (Search cost reducer) ตราที่เชื่อถือได้จะทำให้ไม่เสียเวลาหาสินค้าจากบริษัทอื่นและยังลดค่าใช้จ่ายของลูกค้าอีกด้วย

5) เป็นสัญลักษณ์ด้านความเชื่อถือ (Symbolic device) ตราแสดงลักษณะสินค้าและคุณสมบัติต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าใน 3 ลักษณะคือ

- สินค้าที่สามารถตรวจสอบได้จากขนาด สี รูปแบบ และส่วนประกอบสินค้า
- สินค้าที่มีประสบการณ์ คือ คุณสมบัติของสินค้าที่ไม่สามารถประเมินตรวจสอบได้ด้วยการทดลองใช้สินค้า
- สินค้าที่มีความน่าเชื่อถือ คือ คุณสมบัติของสินค้าที่ยากจะเรียนรู้ได้ เช่น การประกัน

6) เป็นสิ่งเร้าให้ลูกค้าซื้อ (Driver)

7) เป็นสัญญาณแห่งคุณภาพ และคุณค่า (Signal of quality)

8) แสดงประโยชน์ของตราให้แก่ลูกค้า (Brand benefits)

9) เป็นการทำให้ลูกค้าลดความเสี่ยง (Risk reducer) ลูกค้าจะซื้อตราที่ไว้ใจทำให้ลดความเสี่ยงจากสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ

2.2.9.2 ตราสินค้า มีบทบาทต่อผู้ผลิตหรือบริษัท ดังนี้

1) ทำให้ควบคุมหรือติดตามผลได้ง่าย (Means of Identification to Simplify handling or tracing) คือ จะช่วยเรื่องการบันทึกสินค้าคงเหลือและทางบัญชี ทำให้ง่ายต่อการควบคุม

2) ได้รับการปกป้องตามกฎหมาย (Means of Legally Protecting Unique Features) เพราะตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์จะสามารถจะลิขสิทธ์สิทธิบัตรเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของเจ้าของตราสินค้าได้

3) เป็นสัญญาณของคุณภาพที่ลูกค้าพึงพอใจ (Signal of Quality Level to Satisfied Customers)

4) เป็นการมอบผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ซึ่งต่างจากตราสินค้าอื่นให้กับลูกค้า (Means of endowing products with unique associations)

5) สร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (Source of Competitive Advantage)

6) สร้างผลตอบแทนทางการเงิน (Source of Financial Returns) คือ เมื่อตราสินค้าแข็งแกร่ง บริษัทจะตั้งราคาที่สูงได้

7) เป็นการอธิบายถึงสิ่งที่นำเสนอต่อลูกค้า (Describe Offerings)

8) เป็นการนำเสนอโครงสร้างความชัดเจนของผลิตภัณฑ์ (Structure and Clarify Offerings)

9) ทำให้เกิดโอกาสในการขยายตรา (Support extensions)

2.2.9.3 ข้อได้เปรียบทางการตลาดของการมีตราสินค้าที่แข็งแกร่ง (Marketing Advantages of Strong Brands) มีดังนี้

1) ลูกค้าสามารถรับรู้เกี่ยวกับการทำงานของผลิตภัณฑ์ได้ดีขึ้น

2) ลูกค้ามีความภักดีต่อตราสินค้าเพิ่มขึ้น

3) ลดอิทธิพลของกิจกรรมการตลาดของคู่แข่ง

4) ลดอิทธิพลของวิกฤตการณ์การตลาดลดลง

5) มีกำไรมากขึ้น

6) ผู้บริโภคมีคำถามต่อราคาน้อย

7) ได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากคนกลางมากขึ้น

8) ประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดเพิ่มขึ้น

2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.3.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง สิ่งที่เรานำมาห่อหุ้มสินค้าทุกชนิด ทั้งประเภทของสินค้าหรือ อาหาร อาจทำจากวัสดุใดๆที่มีความคงทนและมีคุณภาพที่ดี คุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหายและ

เพิ่มคุณค่าด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภคอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์ การบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด โดยเฉพาะปัจจุบันการผลิตสินค้าหรือบริการ ได้เน้นความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer Oriented) และเห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีบทบาทมากขึ้นเพราะลำพังตัวสินค้าเองไม่มีนวัตกรรม (Innvoation) หรือการพัฒนาอะไรใหม่อีกแล้ว ฉีกแนวไม่ออกเพราะได้มีการวิจัยพัฒนากันมานานจนถึงขั้นสุดยอดแล้ว จึงต้องมาเน้นกันที่บรรจุภัณฑ์กับการบรรจุหีบห่อ

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง หน่วยรูปแบบภายนอก ที่ทำหน้าที่ในการปกป้องคุ้มครองหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดประโยชน์ ตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภค

Package หมายถึง บรรจุภัณฑ์ (จรูญ โกสีย์ไกรนิรมล. 2528) กล่าวว่าคือ การนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยที่มีความแข็งแรง สวยงามได้สัดส่วนถูกต้องสร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสารทำให้เกิดความพึงพอใจจากผู้ซื้อ

Package หมายถึง ภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งใช้ประโยชน์ โดยความประหยัดและปลอดภัย (กองส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2517)

Packaging หมายถึง นิไกโด เคล็คเจอร์ (Nikaido Clecture) กล่าวว่า การบรรจุภัณฑ์เป็นเทคนิคที่ส่งเสริมการขายกับการประสานประโยชน์ระหว่างวัตถุกับภาชนะบรรจุ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อการคุ้มครองในระหว่างการขนส่งและการเก็บรักษาในคลัง

Packaging หมายถึง (สุดาดวง เรืองรุจิระ. 2529) กล่าวว่า กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้น ตลอดขบวนการทางการตลาดที่เกี่ยวเนื่องกับการออกแบบสร้างสรรค์ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์

สรุปได้ว่า ความหมายของบรรจุภัณฑ์ ไม่ใช่เพียงหีบห่อธรรมดา แต่กว่าจะผลิตบรรจุภัณฑ์ขึ้นมาได้ผู้ผลิตต้องใช้ความรู้หลายอย่างมาประยุกต์ใช้ เช่น บรรจุภัณฑ์อาหาร ต้องใช้ความรู้ด้านเคมีอาหาร เหนือจากความรู้ด้านอาหารแล้ว ยังมีด้านการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ ยังเป็นสาขาวิชาหนึ่งของวิชาพาณิชย์ศิลป์ที่ออกแบบให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายทางด้านการตลาด และกลุ่มชุมชนในอุตสาหกรรมเพื่อว่าบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบนั้นจะได้รับการยอมรับเป็นที่รู้จักจนเป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด

2.3.2 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

สามารถแบ่งตามวิธีการบรรจุและวิธีการขนถ่าย ได้ 3 ประเภท คือ

2.3.2.1 บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ชั้นแรกเป็นสิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์เอาไว้เฉพาะหน่วย มีวัตถุประสงค์ขั้นแรกคือ เพิ่มคุณค่าในเชิงพาณิชย์ (To Increase Commercial Value) เช่น การกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะหรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะแก่การจับถือ และอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรงอีกด้วย



ภาพที่ 33 บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย

ที่มา : https://www.sanook.com/hitech/925852

2.3.2.2 บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ชั้นถัดออกมาเป็นชั้นที่สอง มีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ขั้นแรกเข้าไว้ด้วยกันเป็นชุดในการจำหน่าย ตั้งแต่ 2–24 ชิ้นขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ขั้นแรกคือ การป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์จากน้ำ ความชื้น ความร้อน แสงแดด แรงกระทบกระเทือนและช่วยอำนวยความสะดวกแก่การขายปลีกย่อย เป็นต้น ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ กล่องกระดาษแข็งที่บรรจุเครื่องดื่มจำนวน 1 โหล, สบู่ 1 โหล เป็นต้น



ภาพที่ 34 บรรจุภัณฑ์ชั้นใน

ที่มา : https://www.unityprinting.co.th

2.3.2.3 บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Out Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่ง โดยปกติแล้วผู้ซื้อจะไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้มากนัก เนื่องจากทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่งเท่านั้น ลักษณะบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ หีบไม้ ลัง กล่องกระดาษขนาดใหญ่ที่บรรจุสินค้าไว้ภายใน ภายนอกจะบอกข้อมูลที่จำเป็นต่อการขนส่งเท่านั้น เช่น รหัสสินค้า (Code) เลขที่ (Number) ตราสินค้า สถานที่ส่ง เป็นต้น



ภาพที่ 35 บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด

ที่มา : http://designbloggarna.sem

2.3.3 การแบ่งประเภทบรรจุภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ของการใช้

2.3.3.1 บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก (Consumer Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปใช้ไป อาจมีชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้ อาจเป็น Primary Package หรือ Secondary Package ก็ได้

2.3.3.2 บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shopping หรือ Transportation Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้รองรับหรือห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ขั้นทุติยภูมิ ทำหน้าที่รวบรวมเอาบรรจุภัณฑ์ขายปลีกเข้าด้วยกันให้เป็นหน่วยใหญ่ เพื่อความปลอดภัยและสะดวกในการเก็บรักษาและการขนส่ง เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้บรรจุยาสีฟัน กล่องละ 3 โหล

2.3.4 การแบ่งบรรจุภัณฑ์ตามความคงรูป

2.3.4.1 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงแข็งตัว(Rigid Forms) ได้แก่ เครื่องแก้ว(Glass Ware) เซรามิคส์ (Ceramic) พลาสติกจำพวก Thermosetting ขวดพลาสติก ส่วนมากเป็นพลาสติกฉีด ไม้ โลหะ และเครื่องปั้นดินเผา มีคุณสมบัติแข็งแกร่งทนทาน เอื้ออำนวยต่อการใช้งานและป้องกันผลิตภัณฑ์จากสภาพแวดล้อมภายนอกได้ดี

2.3.4.2 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงกึ่งแข็งตัว (Semirigid Forms) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกอ่อน กระดาษแข็งและอลูมิเนียมบางคุณสมบัติทั้งด้านราคา น้ำหนักและการป้องกันผลิตภัณฑ์จะอยู่ในระดับปานกลาง

2.3.4.3 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงยืดหยุ่น (Flexible Forms) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุอ่อนตัว มีลักษณะเป็นแผ่นบาง ได้รับความนิยมสูงมาก เนื่องจากมีราคาถูก (หากใช้ในปริมาณมากและระยะเวลานาน) น้ำหนักน้อย มีรูปแบบและโครงสร้างมากมาย

2.3.4.4 แบ่งตามวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้จัดแบ่งและเรียกชื่อบรรจุภัณฑ์ ในทรรศนะของผู้ออกแบบ ผู้ผลิตหรือนักการตลาดจะแตกต่างกันไป บรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทจะมีวัตถุประสงค์หลักใหญ่ (Objective Of Package) ที่คล้ายกัน คือ เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ (To Protect Products) เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (To Distribute Products) เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (To Promote Products)

2.3.5 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบต้องคำนึงถึงศาสตร์และศิลป์สำหรับใช้แก้ปัญหาการออกแบบบรรจุภัณฑ์แต่ละด้าน ให้เกิดผลลัพธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพในการบรรลุวัตถุประสงค์หลักของบรรจุภัณฑ์ 2 ข้อ คือ การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ที่ล้วนมีรายละเอียดที่ต้องคำนึงทฤษฎีและหลักการที่เกี่ยวข้อง

หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่สำคัญประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

2.3.5.1 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

เน้นคุณสมบัติของวัสดุใช้ทำบรรจุภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์การออกแบบโครงสร้างหมายถึง การกำหนดลักษณะรูปร่าง รูปทรง ขนาด ปริมาตร ส่วนปริมาตรอื่น ๆของวัสดุที่จะนำมาผลิตและประกอบเป็นภาชนะบรรจุให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอย ตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษาและการขนส่ง การออกแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบจะมีบทบาทสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ประเภท Individual Package และ Inner Package ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ ชั้นแรกและชั้นที่ 2 เป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีรูปร่างลักษณะอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ (Product) ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใดที่เป็นตัวกำหนดขึ้นมา ซึ่งผู้ออกแบบจะต้องศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องบรรจุและออกแบบโครงสร้างเพื่อรองรับการบรรจุให้เหมาะสม โดยอาจจะกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะ หรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะแก่การจับ ถือหิ้ว และอำนวยความสะดวกต่อการนำเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาใช้ พร้อมทั้งทำหน้าที่ ป้องกันคุ้มครองผลิตภัณฑ์โดยตรงด้วย ตัวอย่างเช่น กำหนด Individual Package ครีมเทียม สำหรับชงกาแฟบรรจุในซองอลูมิเนียมฟลอยส์แล้วบรรจุในกล่องกระดาษแข็งแบบพับ (Folding Carton) รูปสี่เหลี่ยมอีกชั้นหนึ่งเพราะผลิตภัณฑ์เป็นแบบผงจึงต้องการวัสดุสำหรับบรรจุที่สามารถกันความชื้นได้ดี การใช้แผ่นอลูมิเนียมฟลอยส์ บรรจุสามารถป้องกันความชื้นได้ดีสามารถพิมพ์ลวดลายหรือข้อความบนผิวได้ดีกว่าถุงพลาสติก อีกยังเสริมสร้างภาพพจน์ความพอใจในผลิตภัณฑ์ให้เกิดแก่ผู้ใช้และเชื่อถือในผู้ผลิตต่อมาบรรจุในกล่องกระดาษแข็งอีกชั้นหนึ่งก็เพราะว่าบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเป็นวัสดุประเภทอ่อนตัว (Flexible) มีความอ่อนแอ ด้านป้องกันผลิตภัณฑ์จากการกระทบกระแทกทะลุในระหว่างการขนย้าย ตลอดจนยุ่งยากแก่การวางจำหน่ายหรือตั้งโชว์ จึงต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 เข้ามาช่วยเพื่อการทำหน้าที่ประการหลังดังกล่าว

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าในขั้นตอนของการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ผู้ออกแบบต้องเริ่มตั้งแต่การสร้างแบบ ด้วยการสเก็ตแนวความคิดของรูปร่างบรรจุภัณฑ์และสร้างภาพประกอบรายละเอียด ด้วยการเขียนแบบ (Mechanical Drawing) แสดงรายละเอียดมาตราส่วนที่กำหนดแน่นอน เพื่อแสดงให้ผู้ผลิตและผู้เกี่ยวข้องเข้าใจอ่านแบบได้การใช้ทักษะทางศิลปะในการออกแบบ ก็คือ เครื่องมือที่ผู้ออกแบบจะต้องกระทำขึ้นมา เพื่อการนำเสนอ ต่อเจ้าของงานหรือผู้ว่าจ้าง ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องให้ช่วย พิจารณาปรับปรุงเพื่อให้ได้ผลงานที่จะสำเร็จออกมามีประสิทธิภาพในการใช้งานจริง

ส่วนการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 3 Outer Package นั้นส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบค่อนข้างแน่นอนและเป็นสากลอยู่แล้วตามมาตรฐานการผลิต ในระบบอุตสาหกรรม ที่สอดคล้อง

กับระบบการขนส่ง ที่เน้นการบรรจุ เพื่อขนส่งได้คราวละมาก ๆ เป็นการบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ หรือขนาดกลาง เช่น การขนส่งทางบก ทางเรือ ทางอากาศ เพื่อการส่งออกหรือภายในประเทศ การเก็บรักษาในคลังสินค้า ซึ่งจะต้องนำบรรจุเข้าตู้ Container ขนาดใหญ่ที่มีมิติภายในแน่นอน

ดังนั้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเภท Outer Package จึงไม่นิยมออกแบบให้มีรูปร่างแปลกใหม่มากนัก กลวิธีของการออกแบบสร้างบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ จึงเน้นประโยชน์ใช้สอย การเอื้ออำนวยความสะดวก ประหยัดเวลาในการประกอบ เช่น การประกอบรูปทรงด้วยเทปกาว สลักลิ้นพับซ้อนกัน หรือตามแบบให้มีโครงสร้างภายในที่สามารถช่วยปกป้องผลิตภัณฑ์การกระทบกระแทก การรองรับน้ำหนัก การวางซ้อน การต้านทาน แรงดันทะลุ หรือป้องกันการเปียกชื้นจากไอน้ำ สภาวะอากาศและอื่น ๆ เป็นต้น การออกแบบรูปร่าง รูปทรงภายนอก จึงมีลักษณะไม่แตกต่างกันนัก ช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์ หรือถ่ายแรงรับน้ำหนักด้วยการใช้ Interior Packing Devices ทำให้เปิด-ปิดง่าย นำเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาได้ไว และยังใช้วางจำหน่ายจัดโชว์และประชาสัมพันธ์การขายได้ทันทีที่ถึงจุดหมาย ซึ่งเป็นที่นิยมและเห็นความสำคัญกันมาก ในสภาพปัจจุบันนี้ แต่อาจมีการแตกต่างภายนอก ด้วยการออกแบบกราฟิก เพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 36 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ที่มา : https://hongthaipackaging.com

2.3.5.2 การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

เน้นการสื่อความหมายด้วยภาพวาดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมการขายการออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางด้านการตลาด ณ จุดขาย ที่สามารถจับต้องได้ ทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย รูปทรงของบรรจุภัณฑ์เปรียบได้กับตัวโครงร่างกายของมนุษย์ สีที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนผิวหนังของมนุษย์ คำบรรยายบนบรรจุภัณฑ์เปรียบได้กับปากที่กล่าวแจ้งแถลงสรรพคุณ การออกแบบอาจเขียนเป็นสมการอย่างง่าย ๆ ได้ดังนี้ การออกแบบ = คำบรรยาย + สัญลักษณ์ + ภาพพจน์ เนื่องจากการออกแบบภาพพจน์เป็นศิลปะอย่างหนึ่งซึ่งอาจแสดงออกได้ด้วย จุด เส้น สี รูปวาดและรูปถ่าย ผสมผสานกันออกมาเป็นพาณิชย์ศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ด้วยหลักการง่าย ๆ 4 ประการคือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

S = simple เข้าใจง่าย สบายตา

A = aesthetic มีความสวยงาม ชวนมอง

F = function ใช้งานง่าย สะดวก มีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

E = economic มีขนาดสัดส่วนเหมาะสม

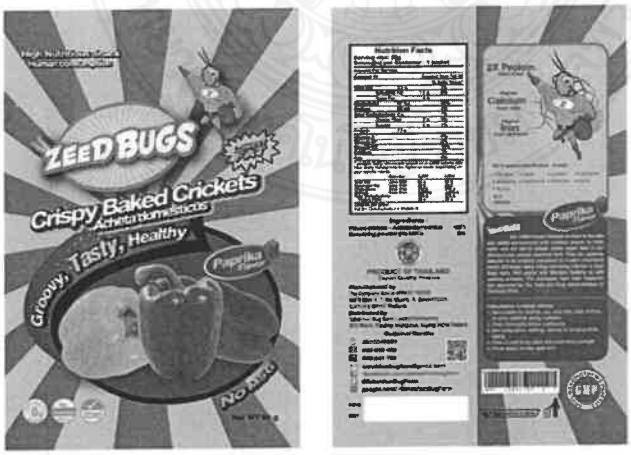


ภาพที่ 37 การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

ที่มา : http://kaenthakorn.blogspot.com

ข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ที่นักออกแบบกราฟิกควรนำเสนอ มีดังนี้

- ประเภท
- ส่วนประกอบหรือส่วนผสมโดยประมาณ
- คุณค่าทางสมุนไพร
- ขั้นตอนหรือวิธีใช้
- การเก็บรักษา
- วันที่ผลิตและวันหมดอายุ
- คำบรรยายสรรพคุณ
- ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต



ภาพที่ 38 ข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์

ที่มา : https://www.design365days.com

2.3.5.3 ขั้นตอนการออกแบบกราฟิก

1) การตั้งจุดหมายในการตั้งจุดหมายในการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องรู้หรือศึกษาข้อมูล คือ ตำแหน่ง (Positioning) ของบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์มีอยู่ในตลาดแล้ว ย่อมทำให้ตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบได้ง่ายนอกจากตำแหน่งของสินค้า สิ่งที่จำต้องค้นหาออกมา คือ จุดขายหรือ USP (Unique Selling Point) ของสินค้าที่จะโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ ทั้งสองสิ่งนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการตั้งจุดมุ่งหมายของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2) การวางแผน ปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้รับจากการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลขั้นต้น เพื่อเตรียมร่างแบบตามจุดหมายและขอบเขตการออกแบบ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่จะได้ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขึ้นอาจวางแผนได้ 2 วิธี คือ

2.1) ปรับปรุงพัฒนาให้ฉีกแนวแตกต่างจากคู่แข่งขัน

2.2) ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งขันทางการตลาดได้โดยตรงด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่าหรือค่าใช้จ่ายถูกกว่า การตั้งเป้าหมายและวางแผนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ย่อมต้องศึกษาสถานภาพบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งพร้อมกับล่วงรู้ถึงนโยบายของบริษัทตัวเองและกลยุทธ์การตลาดที่จะแข่งขันกับคู่แข่งขัน

2.3.5.4 เทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์

รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถจับต้องได้ ซึ่งโดยปกติแล้วมักจะเป็นรูปทรงเรขาคณิต เช่น ทรงสี่เหลี่ยมและทรงกลมรูปทรงที่แตกต่างกันย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการออกแบบรูปทรงต่าง ๆ กันของวัสดุหลัก 4 ประเภท ได้แก่ กระดาษ โลหะ แก้วและพลาสติก ที่เห็นได้ชัด คือ กระป๋องโลหะ ที่แต่เดิมมักเป็นรูปทรงกระบอกเทคโนโลยีสมัยใหม่ สามารถออกแบบรูปทรงอื่น ๆ ที่เรียกว่า Contour Packaging รูปลักษณ์ใหม่นี้ย่อมก่อให้เกิดความสะดุดตาและสร้างความสนใจให้แก่กลุ่มเป้าหมาย

1) การออกแบบเป็นชุด (Package Uniform)

การออกแบบเป็นชุดเป็นเทคนิคที่นิยมใช้กันมากจากกราฟิกง่ายๆ ที่เป็นจุดเส้นและภาพมาจัดเป็นรูปบนบรรจุภัณฑ์ สร้างอารมณ์ร่วมจากการสัมผัสด้วยสายตา หลักเกณฑ์ในการออกแบบ คือ ให้ดูง่ายสะอาดตาแต่ต้องทันสมัยและเหมาะแก่การใช้งาน ความง่าย สะอาดตามีผลต่อการดึงดูดความสนใจ ความทันสมัยช่วยสร้างความแปลกใหม่ ส่วนความรู้สึกเหมาะแก่การใช้งานเสริมความรู้สึกว่าคุ้มค่าเงินและความมั่นใจในตัวสินค้า

การออกแบบเป็นชุดของสินค้า มีผลต่อการทำให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำที่ดีถ้าออกแบบได้ตรงกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นชุดเปรียบเสมือนชุดแบบฟอร์มของเสื้อผ้าที่คนใส่ การออกแบบเสื้อผ้าที่เป็นชุดนี้เมื่อใครเห็นก็ทราบว่าชุดอะไรแม้ว่าจะใช้เสื้อผ้าและสีสันที่แตกต่างกัน การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นชุดนี้ก็มีหลักการคล้ายคลึงกัน

2) การเรียงต่อเป็นภาพ ณ จุดขาย

เป็นการสร้างภาพ ณ จุดขายให้เป็นภาพใหญ่ อาจจะดูเป็นภาพที่ปะติดปะต่อ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในระยะทางไกลตามรายละเอียด เรื่อง สรีระในการอ่านและประสาทสัมผัสของผู้ซื้อ ณ จุดขาย เนื่องจากโอกาสที่ตัวบรรจุภัณฑ์และรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์จะสามารถมองเห็นในระยะเกิน 10 เมตรขึ้นไปนั้นเป็นไปได้ยาก ด้วยเหตุนี้จึงต้องใช้พื้นที่บนหิ้งวางสินค้านั้นจัดเป็นภาพใหญ่เพื่อดึงดูดความสนใจ

สิ่งพึงระวังในภาพที่ต่อขึ้นจากการเรียงบรรจุภัณฑ์นั้น จะต้องเป็นภาพที่สร้างความประทับใจหรือกระตุ้นให้เกิดความอยากได้ของกลุ่มเป้าหมาย ที่อาจเคยเห็นภาพดังกล่าวจากสื่ออื่น ๆ เช่น บนตัวบรรจุภัณฑ์ที่เคยบริโภค หรือสื่อโฆษณาต่าง ๆ เป็นต้น การต่อเป็นภาพของบรรจุภัณฑ์จะต้องแน่นอน มีคุณภาพดี เพื่อว่าภาพที่ต่อขึ้นมาจะเป็นภาพที่สมบูรณ์ตามความต้องการ

3) การออกแบบแสดงศิลปะท้องถิ่น

เป็นเทคนิคการส่งเสริมสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่น เพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยว ให้ซื้อกลับไปเป็นของฝาก ถ้าสินค้าดังกล่าวได้รับความนิยมในวงกว้างก็สามารถนำออกขายในตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้น หรืออาจส่งขายไปยังต่างประเทศได้ ถ้าสามารถควบคุมคุณภาพการผลิตและมีวัตถุดิบมากพอ พร้อมทั้งกระบวนการผลิตแบบอัตโนมัติที่สามารถวางแผนการผลิตได้

รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สื่อความหมาย เพื่อเป็นของฝากนี้ มักจะใช้สิ่งที่รู้จักกันดีในท้องถิ่นนั้น เช่น รูปจระเข้ของชาละวันของจังหวัดพิจิตร รถม้าของจังหวัดลำปาง

4) การออกแบบของขวัญ

เทคนิคในการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบของขวัญค่อนข้างจะแตกต่างจากเทคนิคที่ได้กล่าวมา สาเหตุเนื่องจากผู้ซื้อสินค้าที่เป็นของขวัญไม่มีโอกาสบริโภค และหลายครั้งที่การตัดสินใจซื้อเกิดขึ้น ณ จุดขาย ด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของขวัญที่ดีจึงมีบทบาทสำคัญมากต่อความสำเร็จของการขายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทศกาลต่าง ๆ

แนวโน้มงานออกแบบกราฟิกในอนาคตนั้น หลีกไม่พ้นที่จะมีเทคโนโลยีมาผสมผสานและช่วยในการสร้างสรรค์งานกราฟิกให้เป็นจริงตามความคิดจินตนาการของนักออกแบบ สื่อสารด้วยภาพและตัวอักษรได้รับการพัฒนาอย่างไร้ขีดจำกัด ทั้งงานกราฟิกแบบ 2 มิติและ 3 มิติ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่ถูกพัฒนาและก้าวหน้าอย่างมากเข้ามามีบทบาทกับทุกวงการออกแบบ ทั้งวงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ การออกแบบโฆษณา อุตสาหกรรมภาพยนตร์ การสร้างภาพเคลื่อนไหว ทำให้การสร้างงานดูสมจริง ดูเหนือจริงได้ตามความคิดและดูสร้างสรรค์ออกมาได้อย่างรวดเร็วด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ (ศิริพรณ์ ปีเตอร์, 2549)

ตารางที่ 1 แสดงความหมายของการวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถใช้การวิเคราะห์แบบ 5W + 2H ดังนี้	
Why	ทำไม
Who	ใคร
Why	ทำไม
Who	ใคร
Where	ที่ไหน

ความหมายของการวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์

- Why ทำไม เหตุการณ์หรือปัจจัยอะไรทำให้ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำไมต้องพัฒนากราฟิกของบรรจุภัณฑ์ทำไมไม่แก้ไขปรับปรุงพัฒนาอย่างอื่น

- Who ใคร ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ บุคคล หรือแผนกที่เกี่ยวข้องมีใครบ้าง

- Where ที่ไหน สถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ไหน ขอบเขตพื้นที่ที่จะวางขายสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบครอบคลุมพื้นที่มากน้อยแค่ไหน

- What อะไร จุดมุ่งหมายในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์คืออะไร ข้อจำกัดในการออกแบบมีอะไรบ้าง จุดขายของสินค้าคืออะไร การใช้งานของบรรจุภัณฑ์ คืออะไร

- When เมื่อไหร่ ควรจะเริ่มงานพัฒนาเมื่อไหร่ เมื่อไหร่พัฒนาเสร็จ และวางตลาดเมื่อไหร่

- How อย่างไร จะใช้เทคโนโลยีแบบใด อย่างไร จะจัดหาเทคโนโลยีใหม่ใช้วัดความสนใจของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ

- How much ค่าใช้จ่าย ที่จะใช้พัฒนาบรรจุภัณฑ์มีงบประมาณเท่าไหร่คำตอบที่ได้รับจาก 5W + 2H จะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้

ขั้นตอนการออกแบบกราฟิก

ขั้นตอนที่ 1 : การวางแผน

- กำหนดเวลา
- ผลงานที่จะได้รับในแต่ละขั้นตอนการทำงาน
- รายละเอียดของตราสินค้า (Branding)
- ผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 2 : การรวบรวมข้อมูล

- ข้อมูลการตลาด และข้อมูลจากจุดขาย
- สถานะการแข่งขัน จุดเด่น จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด (STOT : Strength, Weakness, Opportunity, Treat)
- ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย / พฤติกรรมผู้บริโภค
- เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์ ระบบบรรจุภัณฑ์ และเครื่องจักร

ขั้นตอนที่ 3 : การออกแบบร่าง พัฒนาความคิดริเริ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

- ร่างต้นแบบ ประมาณ 3-5 แบบ
- ทำต้นแบบ ประมาณ 2-3 แบบ

ขั้นตอนที่ 4 : การประชุมวิเคราะห์ปรับต้นแบบ

- วิเคราะห์ความไปได้ทางเทคนิค
- วิเคราะห์การสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- เลือกต้นแบบที่ยอมรับได้

ขั้นตอนที่ 5 : การทำแบบร่าง

- เลือกวัสดุที่จะทำแบบ
- ออกแบบกราฟิกเหมือนจริง พร้อมตราสินค้า สัญลักษณ์ทางการค้า, ขึ้นแบบ

ขั้นตอนที่ 6 : การบริหารการออกแบบ เริ่มจากการติดต่อโรงงานผลิต

- จัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อประเมินประสิทธิภาพของงาน

2.3.6 วัสดุและระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์

2.3.6.1 วัสดุกระดาษอาร์ต (Art Paper) เป็นกระดาษที่ทำจากเยื่อเคมี (เยื่อที่ผลิตโดยใช้สารเคมี) และเคลือบผิวให้เรียบด้านเดียวหรือทั้งสองด้าน การเคลือบอาจจะเคลือบมันเงา หรือแบบด้านก็ได้ มีสีขาว ใช้พิมพ์ภาพที่มีรายละเอียดสูง ทำให้ภาพคมชัดและออกมาสวยงาม น้ำหนักอยู่ระหว่าง 80 – 160 กรัม/ตารางเมตร ใช้สำหรับงานพิมพ์ที่ต้องการความสวยงามงานพิมพ์สอดสี เช่น แคตตาล็อก โบร์ชัวร์

1) กระดาษอาร์ตมัน เนื้อกระดาษเรียบ เป็นมันเงา พิมพ์งานได้ใกล้เคียงกับสีจริง สามารถเคลือบเงาได้ดี ความหนาของกระดาษ มีดังนี้ 85 แกรม, 90 แกรม, 100 แกรม, 105 แกรม, 120 แกรม , 130 แกรม, 140 แกรม, 160 แกรม

2) กระดาษอาร์ตการ์ด 1 หน้าเป็นกระดาษอาร์ตที่มีความแกร่งกว่ากระดาษอาร์ตการ์ด 2 หน้า หนาตั้งแต่ 190 แกรมขึ้นไป เหมาะสำหรับพิมพ์งานที่ต้องการพิมพ์แค่หน้าเดียว เช่น กล่องบรรจุสินค้าต่าง ๆ โปสเตอร์ โปสการ์ด ปกหนังสือ เป็นต้น



ภาพที่ 39 กระดาษอาร์ต

ที่มา : www.graphicbuffet.co.th

2.3.6.2 ระบบการพิมพ์ดิจิตอล

ระบบดิจิตอล เป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้เครื่องพิมพ์ต่อพ่วงกับคอมพิวเตอร์ โดยรับข้อมูลภาพจากคอมพิวเตอร์มาพิมพ์ เครื่อง Digital Press ที่ให้คุณภาพงานพิมพ์รายละเอียดใกล้เคียงกับระบบ offset มากจนแทบแยกไม่ออก และยังทำความเร็วได้ทันความต้องการ รวมถึงสามารถพิมพ์ได้หลากหลายวัสดุ เช่น กระดาษปอนด์,กระดาษอาร์ตมัน, กระดาษมีลวดลาย, กระดาษหนาไม่เกิน 300 แกรม, สติกเกอร์ pvc ขุ่น-ใส, แผ่นใส, สติ๊กเกอร์วอยย์เปลือกไข่, ฉลากสินค้า, โฮโลแกรม ฯลฯ

ข้อดี ระบบการพิมพ์ดิจิตอล (Digital Printing)

1) ประหยัดเวลาในการทำงาน ความสะดวกรวดเร็ว ลดขั้นตอนการทำฟิล์มและแม่พิมพ์

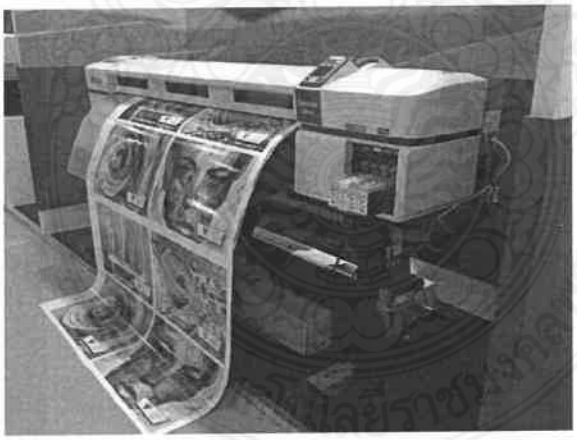
2) แก้ไขงานได้ง่าย ในกรณีที่ต้องการแก้ไขเนื้อหาข้อมูล ก็แค่ส่งไฟล์ใหม่มาแทนไฟล์เดิม ข้อมูลก็จะเป็นข้อมูลใหม่ แก้ไขได้ทันที

3) ใช้งบประมาณน้อยกว่า (ในกรณีที่พิมพ์จำนวนน้อย) เพราะไม่ต้องทำเพลทพิมพ์ ที่มีราคาแพง โดยรวมเวลาจัดพิมพ์จะมีราคาถูกกว่า

4) ประหยัดทรัพยากร เหมาะกับงานพิมพ์จำนวนน้อย ลดของเสียในกระบวนการผลิต เวลา, กระดาษ, หมึก, แรงงาน

5) มาตรฐานงานพิมพ์ มีระบบการควบคุมคุณภาพงานพิมพ์เท่ากันในทุก ๆ หน้า

6) ผลิตตามจำนวนที่ต้องการ เหมาะสำหรับงานพิมพ์น้อยกว่า 3000 ชุดหากต้องการ 100 เล่ม ก็พิมพ์แค่ 100 เล่มได โดยไม่ต้องพิมพ์มากกว่าจำนวนที่ต้องการ มีความยืดหยุ่นในการทำงาน



ภาพที่ 40 เครื่องพิมพ์ดิจิตอล

ที่มา : https://miwservices.com/digital-printing

2.4 ศึกษาข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบ เป็นกิจกรรมการแก้ปัญหา เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ (Design is a goal-directed problem-solving) เป็นการกระทำของมนุษย์ ด้วยจุดประสงค์ที่ต้องการแจ้งผลเป็นสิ่งใหม่ๆ มีทั้งที่ออกแบบ เพื่อสร้างขึ้นใหม่ให้แตกต่างจากของเดิมหรือปรับปรุงตกแต่งของเดิม ความ

สำคัญของออกแบบเป็นขั้นตอนเบื้องต้น ที่จะทำให้กระบวนการในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประสบผลสำเร็จในตลาดและตรงตามเป้าหมายงานออกแบบ คือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยการเลือกนำเอาองค์ประกอบมาจัดเรียงให้เกิดรูปทรงใหม่ ที่สามารถสนองความต้องการตามจุดประสงค์ของผู้สร้าง และสามารถผลิตได้ด้วยวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่มีอยู่ในขณะนั้น

การออกแบบผลงานผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้น มีหลักทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบเข้ามาช่วยให้การออกแบบนั้นเกิดความสวยงาม ครบถ้วนและสมบูรณ์ (ธีระชัย สุขสด. 2544) ได้กล่าวว่า หลักการออกแบบเปรียบเทียบเสมือนปัจจัยเสริมสร้างงานออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสมบูรณ์ขึ้น เพื่อเป็นที่พอใจของผู้ใช้นอกเหนือจากพื้นฐานของการใช้งานแล้ว ก็จะมีความสวยงามของรูปทรง สีสันที่ถูกใจผู้ใช้ตามกลุ่มหรือวัยต่างๆการที่จะออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสมบูรณ์แบบดังกล่าวมิใช่เรื่องง่าย เพราะถือว่าศาสตร์ด้านศิลปะ จึงเป็นสิ่งสำคัญของพื้นฐานในการออกแบบที่ช่วยเสริมสร้างให้ผลิตภัณฑ์สมบูรณ์ องค์ประกอบของพื้นฐานก็คือ หลักของการออกแบบ ทัศนธาตุของศิลปะต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยเสริมสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สมบูรณ์และสวยงาม

2.4.1 หลักการออกแบบ (Principle of Design)

2.4.1.1 องค์ประกอบในการออกแบบ

การออกแบบ มีหลักการพื้นฐาน โดยอาศัยส่วนประกอบขององค์ประกอบศิลป์ตามที่กล่าวใน “องค์ประกอบศิลป์” คือ จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก สี และพื้นผิว นำมาจัดวางเพื่อให้เกิดความงามโดยมีหลักการ ดังนี้

1) ความเป็นหน่วย (Unity) ในการออกแบบ ผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงงานทั้งหมดให้อยู่ในหน่วยงานเดียวกันเป็นกลุ่มก้อนหรือมีความสัมพันธ์กันทั้งหมดของงานนั้น ๆ และพิจารณาส่วนย่อยลงไปตามลำดับในส่วนย่อย ๆ ก็คงต้องถือหลักนี้เช่นกัน

2) ความสมดุลหรือความถ่วง (Balancing) เป็นหลักทั่วๆไปของงานศิลปะที่ต้องดูความสมดุลของงานนั้น ๆ ความรู้สึกทางสมดุลของงานนี้เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในส่วนของความคิดในเรื่องของความงามในสิ่งนั้น ๆ มีหลักความสมดุลอยู่ 3 ประการ

2.1) ความสมดุลในลักษณะเท่ากัน (Symmetry Balancing) คือ มีลักษณะเป็นซ้าย-ขวา บน-ล่าง เป็นต้น ความสมดุลในลักษณะนี้ดูและเข้าใจง่าย

2.2) ความสมดุลในลักษณะไม่เท่ากัน (Nonsymmetry Balancing) คือ มีลักษณะสมดุลกันในตัวเองไม่จำเป็นจะต้องเท่ากัน แต่ดูในด้านความรู้สึกแล้ว จะเกิดความสมดุลกันในตัวลักษณะความสมดุลแบบนี้ ผู้ออกแบบจะต้องมีการประลองดูให้แน่ใจในความรู้สึกของผู้พบเห็นด้วย ซึ่งเป็นความสมดุลที่เกิดในลักษณะที่แตกต่างกันได้ เช่น ใช้ความสมดุลด้วยผิว (Texture) ด้วยแสง-เงา (Shade) หรือด้วยสี (Color)

2.3) จุดศูนย์ถ่วง (Gravity Balance) การออกแบบใด ๆ ที่เป็นวัตถุสิ่งของและต้องใช้งาน การทรงตัวจำเป็นที่ผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงจุดศูนย์ถ่วง ได้แก่ การไม่โยกเอียงหรือให้ความรู้สึก

ไม่มั่นคงแข็งแรง ดังนั้นสิ่งใดที่ต้องการจุดศูนย์ถ่วงแล้ว ผู้ออกแบบจะต้องระมัดระวังในสิ่งนี้ให้มาก ตัวอย่าง เช่น การออกแบบเก้าอี้ต้องตั้งตรงยึดมั่นทั้งสี่ขาเท่า ๆ กัน การทรงตัวของคน ถ้ายืน 2 ขา ต้องมีน้ำหนักลงที่เท้าทั้ง 2 ข้างเท่า ๆ กัน ถ้ายืนเอียงหรือพิงฝา น้ำหนักตัว ก็จะลงเท้าข้างหนึ่งและส่วนหนึ่งจะลงที่หลังพิงฝา รูปปั้นคนในท่าวิ่ง จุดศูนย์ถ่วงจะอยู่ที่ใด ผู้ออกแบบต้องรู้และวางรูปได้ถูกต้อง เรื่องของจุดศูนย์ถ่วง จึงหมายถึง การทรงตัวของวัตถุสิ่งของนั่นเอง

3) ความสัมพันธ์ทางศิลปะ (Relativity of Arts) ในเรื่องศิลปะนั้นเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณากันหลายขั้นตอนเพราะเป็นเรื่องความรู้สึกที่สัมพันธ์กัน ได้แก่

3.1) การเน้นหรือจุดสนใจ (Emphasis or CentreofInterest) งานด้านศิลปะ ผู้ออกแบบต้องมีจุดเน้นให้เกิดสิ่งที่ประทับใจแก่ผู้พบเห็น โดยมีข้อบอกกล่าวเป็นความรู้สึกร่วมที่เกิดขึ้นเองจากตัวของศิลปกรรมนั้น ๆ ความรู้สึกนี้ผู้ออกแบบจะต้องพยายามให้เกิดขึ้นเหมือนกัน

3.2) จุดสำคัญรอง (Subordinate) คงคล้ายกับจุดเน้นนั่นเอง แต่มีความสำคัญรองลงไปตามลำดับ ซึ่งอาจจะเป็นรองส่วนที่ 1 ส่วนที่ 2 ก็ได้ ส่วนนี้จะช่วยให้เกิดความลดหลั่นทางผลงานที่แสดงออก ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงสิ่งนี้ด้วย

3.3) จังหวะ (Rhythem) โดยทั่วๆไป สิ่งที่สัมพันธ์กันในสิ่งนั้นๆย่อมมีจังหวะระยะหรือความถี่ห่างในตัวมันเองก็ดีหรือสิ่งแวดล้อมที่สัมพันธ์อยู่ก็ดีจะเป็นเส้น สี เงา หรือช่วงจังหวะของการตกแต่ง แสงไฟ ลวดลายที่มีความสัมพันธ์กันในที่นั้น เป็นความรู้สึกของผู้พบเห็นหรือผู้ออกแบบจะรู้สึกในความงามนั่นเอง

3.4) ความต่างกัน (Contrast) เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเพื่อช่วยให้มีการเคลื่อนไหวไม่ซ้ำซากเกินไปหรือเกิดความเบื่อหน่าย จำเจ ในการตกแต่งก็เช่นกัน ปัจจุบันผู้ออกแบบมักจะหาทางให้เกิดความรู้สึกขัดกันต่างกันเช่น เก้าอี้ชุดสมัยใหม่แต่ขณะเดียวกันก็มีเก้าอี้สมัยรัชกาลที่ 5 อยู่ด้วย 1 ตัว เช่นนี้ผู้พบเห็นจะเกิดความรู้สึกแตกต่างกันทำให้เกิดความรู้สึก ไม่ซ้ำซาก รสชาติแตกต่างออกไป

3.5) ความกลมกลืน (Harmomies) ความกลมกลืนในที่นี้ หมายถึง การพิจารณาในส่วนรวมทั้งหมด แม้จะมีบางอย่างที่แตกต่างกัน การใช้สีที่ตัดกันหรือการใช้ผิว ใช้เส้นที่ขัดกัน ความรู้สึกส่วนน้อยนี้ไม่ทำให้ส่วนรวมเสีย ก็ถือว่าเกิดความกลมกลืนกันในส่วนรวม ความกลมกลืนในส่วนรวมนี้ ถ้าจะแยก ก็ได้แก่ ความเน้น ในส่วนมูลฐานทางศิลปะ ได้แก่ เส้น แสง-เงา รูปทรง ขนาด ผิว สี นั่นเอง

2.4.1.2 ข้อควรคำนึงถึงหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี มีองค์ประกอบ ดังนี้

1) หน้าที่ใช้สอย (Function)

หน้าที่ใช้สอย เป็นสิ่งสำคัญเพราะผลิตภัณฑ์ที่ดี ต้องมีหน้าที่ใช้สอยที่ตรง ถูกต้องตามความจริง สนองความต้องการผู้ใช้งานมากที่สุด สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีกลไกหรือเครื่องจักรเข้ามาประกอบด้วยควรจะมีระบบการทำงานหรือสมรรถภาพการทำงานที่คล่องตัว ทำงานสะดวก ไม่ขัดข้องได้ง่าย เป็นต้น

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะของการมีหน้าที่ใช้สอยได้หลายอย่าง เรียกว่าอเนกประสงค์ นับเป็นหลักการที่น่าสนใจสำหรับปัจจุบันและอนาคตเพราะจะส่งผลในด้านการประหยัดได้

อีกทางหนึ่ง เช่น ที่บดอาหารและยังสามารถทำน้ำผลไม้ได้อีก

2) ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีรูปร่าง มีสีสันที่สวยงามน่าใช้ ชวนให้ผู้ซื้ออยากซื้อ มีความแปลกใหม่ของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนทำให้น่าสนใจซื้อไว้ทั้งๆ ที่ของเดิมยังใช้การได้อยู่ ทั้งนี้การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงามได้นั้น นักออกแบบจึงต้องมีความเข้าใจถึงเรื่องหลักการทางศิลปะ ทฤษฎีแห่งความงามทางสุนทรียภาพ นักออกแบบสามารถช่วยยกระดับรสนิยมเกี่ยวกับรูปแบบและสีของผลิตภัณฑ์ได้

3) ความปลอดภัย (Safety)

ในปัจจุบันยอมรับกันว่าสิ่งที่อำนวยความสะดวกได้มากมายย่อมมีโทษ ผลิตภัณฑ์ ที่ให้ความสะดวกต่าง ๆ มักจะเกิดจากเครื่องจักรกล เครื่องผลิตภัณฑ์ไฟฟ้า การออกแบบ ควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้ ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายไว้ให้ชัดเจนหรือมีคำอธิบายไว้

ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก ต้องคำนึงถึงวัสดุที่เป็นพิษ เวลาเด็กจะนำเข้าปากหรืออมนั้น นักออกแบบต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้เป็นหลัก

4) ความแข็งแรงของโครงสร้าง (Construction)

ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ นักออกแบบต้องรู้จักเลือกโครงสร้างให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เพื่อรับน้ำหนักมากน้อยเพียงใดก็ให้มีความแข็งแรง ทั้งต้องประหยัดด้วย ทั้งนี้คุณสมบัติของวัสดุและขนาด รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะต้องมีความสัมพันธ์กัน ปัญหาอยู่ที่ว่ารูปแบบที่มีความแข็งแรงจะขาดความสวยงาม ซึ่งนักออกแบบจะต้องใช้ความสามารถแก้ปัญหาให้มีความเหมาะสม

5) ความสะดวกสบายในการใช้งาน (Ergonomics)

ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม ดังนั้นนักออกแบบจะต้องคำนึงถึงสัดส่วน ขนาด และขีดจำกัดของอวัยวะ ส่วนต่างๆของผู้ใช้ เช่น เก้าอี้ ต้องมีขนาดความสูงพอเหมาะ มีความนุ่มนวลนั่งสบายหรือด้ามสำหรับจับถือเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ควรคำนึงถึงให้เหมาะสม จับได้สบาย ขนาดพอเหมาะไม่เล็กหรือใหญ่จนเกินไป

6) ราคาพอสมควร (Cost)

นักออกแบบ ต้องรู้จักเลือกใช้ชนิดของวัสดุและกรรมวิธีผลิตเพื่อให้ผลิตได้ง่ายและรวดเร็วอันเป็นผลให้ผลิตภัณฑ์มีราคาพอสมควร เหมาะสมกับค่าครองชีพ

ราคาพอสมควร อาจแก้ปัญหาโดยการทำหลาย ๆ ขนาด โดยให้ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อใช้ตามความเหมาะสมกับความเป็นอยู่และเศรษฐกิจของตน

7) สามารถซ่อมแซมได้ง่าย (Ease of Maintenance)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ต้องออกแบบให้มีการซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก เมื่อใช้งานแล้วเกิดการชำรุดเสียหายขึ้น การมีอะไหล่ เพื่อให้สามารถเปลี่ยนใหม่อันเกี่ยวพันกับการบริการผลิตภัณฑ์ บางประเภทมีวัตถุประสงค์ในการใช้สอยเพียงระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อให้มีการผลิตชิ้นใหม่ เป็นการตอบสนอง

ความสามารถในการผลิตได้อย่างรวดเร็ว โดยที่การซ่อม ทำให้เสียเวลาและสิ้นเปลืองแรงงานมากกว่า จึงทำให้เกิดระบบผลิต ทำลาย หมุนเวียนกันเท่ากัน (มนตรี ยอดบางเตย, 2538)

2.4.1.3 แนวความคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

การหาแนวความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีแนวความคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายประเภท ดังนี้ (ประชิด ทิณบุตร,2550)

1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางความงาม

รูปลักษณ์ที่งดงามสะดุดตา นับเป็นหัวใจพื้นฐานของผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์บางประเภทมีประเด็นในการพิจารณาเลือกซื้อของผู้บริโภค อาจไม่ใช่เรื่องของสมรรถนะหรือคุณสมบัติพิเศษโดดเด่นสำหรับการใช้งานของผลิตภัณฑ์นั้น แต่กลับเป็นความพึงพอใจในความงามของรูปโฉมภายนอกเป็นประเด็นสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ แนวคิดนี้มีลักษณะที่สนองตอบค่านิยมในสังคมมากกว่าความจำเป็นหรือความต้องการขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องประดับ เสื้อผ้า ของขวัญ เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน เป็นต้น

2) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย

การออกแบบผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จำเป็นต้องมีการศึกษาค้นคว้าข้อมูล เพื่อกำหนดแนวทางให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนและควรตระหนักอยู่เสมอว่า ผู้บริโภคมักจะซื้อสินค้าที่เขาเชื่อว่าจะแก้ปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นกับเขาได้ ดังนั้นปัญหาจึงเป็นตัวกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค แนวคิดนี้จะเน้นการแก้ปัญหาเป็นประเด็นสำคัญ ไม่นิยมการเสริมแต่งเพื่อความสวยงามจนเกินความจำเป็น แต่เน้นการใช้งานที่คุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุด

3) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นความเหมาะสมกับสรีระของผู้ใช้งาน

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่คำนึงถึงสรีระของผู้ใช้งานมาก่อนสิ่งอื่นสิ่งใด รูปแบบของผลิตภัณฑ์เป็นไปในลักษณะที่จงใจให้เกิดการตอบสนองทางกายภาพที่ดี ไม่ก่อให้เกิดความเมื่อยล้า โดยง่าย กระชับได้สัดส่วนกับสรีระ เป็นต้น

4) การออกแบบที่เน้นการประหยัดเนื้อที่

เป็นการอออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงการประหยัดเนื้อที่ในการขนส่ง การจัดเก็บและการพกพาเป็นสำคัญ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่จะก่อให้เกิดการประหยัดเนื้อที่ได้นั้นมักจะเป็นไปในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่พับได้ ซ้อนได้ ยืดหดได้ ถอดประกอบได้ เป็นต้น

5) การออกแบบที่เน้นความคล่องตัวในการใช้งาน

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นถึงการแก้ปัญหาด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์ให้เกิดความคล่องตัวและสะดวกมากขึ้น รูปแบบของผลิตภัณฑ์มักเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมและวิถีการดำเนินชีวิตทั้งการงานและส่วนตัวควบคู่กับความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี

6) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางวัสดุ

ความงามที่มองเห็นได้ด้วยตาเปล่าและการรับรู้ถึงคุณค่าได้ด้วยสัมผัสทำให้ผู้บริโภค

หลายคนหลงใหลในเนื้อแท้ของวัสดุที่ไร้การแต่งเติม แนวคิดที่เน้นการแสดงเนื้อแท้และคุณลักษณะพิเศษของวัสดุอย่างเปิดเผยให้แง่คิดในด้านปรัชญาและสัจธรรมที่ลุ่มลึก อีกทั้งยังเป็นการขยายการใช้ประโยชน์จากวัสดุให้กว้างขึ้น

7) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือการใช้เทคโนโลยีการผลิตสอาดที่เรียกกันทั่วไปว่า ผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Product) นั้นมีสาเหตุมาจากพฤติกรรมการบริโภคของมนุษย์ที่มีแนวโน้มการบริโภคที่เร็วขึ้น เบื่อแล้วทิ้ง ทำให้เกิดขยะมากมายที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทั้ง ๆ ที่ผลิตภัณฑ์นั้นยังไม่เสียหรือชำรุดเพียงบางส่วน ซึ่งสามารถซ่อมแซมใช้งานใหม่ได้จากแนวคิดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกลายเป็นแรงกดดันให้ทุกฝ่ายต่างต้องมีจิตสำนึกในการสร้างสรรค์จรรโลงสภาพแวดล้อมที่สมดุลให้แก่สังคมส่วนรวม ดังนั้นขั้นตอนของกระบวนการออกแบบ นักออกแบบสามารถเลือกใช้แนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- ออกแบบให้สามารถถอดออกเป็นชิ้น ๆ เพื่อง่ายต่อการถอดประกอบ ง่ายต่อการขนส่งและง่ายต่อการนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ (Recycle)
- เลือกใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้หรือสามารถย่อยสลายได้ เป็นการแก้ปัญหาทางด้านนิเวศวิทยาหรือผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น Bio-polymer
- ใช้วัสดุในท้องถิ่นนั้น ๆ เพื่อลดการใช้พลังงานในการเคลื่อนย้าย
- ใช้วัสดุหรือพลังงานในการผลิตในน้อยลง
- เปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคของมนุษย์ให้บริโภคช้าลง (Slow-Flow)
- ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความทนทานใช้งานได้นานขึ้น เช่น กันน้ำ ทนกระแทก เปลี่ยนเฉพาะฝาครอบแทนการทิ้งทั้งชิ้น
- ผลิตภัณฑ์หนึ่งสามารถปรับเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์อีกอย่างได้หรือเป็นลักษณะอเนกประสงค์ เช่น เตียงนอนเด็ก เมื่อเด็กโตขึ้นไม่ได้งานแล้วสามารถปรับเปลี่ยนเป็นโซฟาหรือโต๊ะเขียนหนังสือได้ โทรทัศน์ เมื่อเสียแล้วถอดจอภาพออกกลายเป็นตู้เก็บของที่วางซ้อนกันได้

ผลิตภัณฑ์แนวคิดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ดีแต่ในแง่ของผู้บริโภค ปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมยังมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้อยู่มากการจะประสบความสำเร็จทางการตลาด ต้องสามารถเปรียบเทียบกับคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้งานกับผลิตภัณฑ์เดิม เช่น ประหยัดกว่า ราคาถูกกว่า เป็นต้น

8) การออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะเชิญชวน

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ในลักษณะเชิญชวนหรือกระตุ้นผู้บริโภคเกิดการตอบสนองร่วมกันบนแนวคิดเดียวกัน ประกอบด้วย

- การเชิญชวนด้านเหตุผล (Rational Appeal) เป็นการนำเสนอแนวคิดเพื่อสร้างความสนใจส่วนบุคคลของผู้บริโภค โดยพยายามแสดงว่าผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่นั้น จะให้ประโยชน์อะไร

แก่ผู้ใช้ เช่น ประหยัดน้ำมันกว่า กินไฟร้อยกว่า ทนทานกว่า น้ำหนักเบากว่า พกพาสะดวกกว่า ติดตั้งหรือใช้งานง่ายกว่า เป็นต้น

- การเชิญชวนด้านอารมณ์ (Emotional Appeal) เป็นการนำเสนอแนวคิด เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกพึงพอใจ เมื่อได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ออกมาใหม่นั้น เช่น เกิดการผ่อนคลาย เกิดความตื่นเต้นเร้าใจ เกิดความสนุกสนาน เกิดความมั่นใจ เกิดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

- การเชิญชวนด้านศีลธรรม (Moral Appeal) เป็นการนำเสนอแนวคิด กระตุ้นให้ผู้บริโภครู้สึกว่าเหมาะสมเมื่อได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่นั้น เช่น มีส่วนช่วยอนุรักษ์ธรรมชาติ มีส่วนร่วมรับผิดชอบสังคม เกิดความรักครอบครัว เกิดความรักชาติ เป็นต้น

9) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นเอกลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรม

ระบบสังคมและวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับผู้บริโภคในสังคมนั้นและมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมการแสดงออกของผู้บริโภคแต่ละคน โดยปกติผู้บริโภคย่อมแสดงพฤติกรรมในทางที่สังคมต้องการ เพื่อให้ตนเองได้อยู่ในสังคมนั้นต่อไป ดังนั้นก่อนที่จะทำการออกแบบอะไรนักออกแบบต้องพิจารณาระบบสังคมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายว่าสังคมนั้นมีพฤติกรรมการแสดงออกและการอยู่ร่วมกันอย่างไรมีการปฏิบัติตามขนบธรรมเนียมประเพณีอย่างไร เพื่อสรุปประเด็นมาสร้างผลงานให้เหมาะสมและเกิดการยอมรับ

ถ้าวัฒนธรรม คือ จุดสร้างความแตกต่าง การใส่จุดเด่นของวัฒนธรรมประจำชาติในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ นอกจากจะทำให้เกิดเอกลักษณ์ทางรูปลักษณ์ที่แตกต่างแล้วยังมีมิติคุณค่าทางวัฒนธรรมและความหมายให้กับชิ้นงานด้วย ทำให้ผู้บริโภคเกิดเกิดความรู้สึกทางความคิดที่มีต่อสินค้านั้น ๆ แตกต่างกันออกไป ดังคำเปรียบเปรยที่ว่า ซื้อผลิตภัณฑ์อเมริกา เหมือนซื้อความฝัน (ความก้าวล้ำทางเทคโนโลยี) ซื้อผลิตภัณฑ์ฝรั่งเศส เหมือนซื้อความหรูหรา (ความมีรสนิยมและประวัติความเป็นมา) ซื้อผลิตภัณฑ์ญี่ปุ่นเหมือนซื้อความคิดและความสมบูรณ์แบบ (ความเอาใจใส่ในรายละเอียด)

ตัวอย่างความสำเร็จของประเทศเหล่านี้ น่าจะเป็นแนวทางที่ดี สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไทยให้เป็นที่ยอมรับได้ การพัฒนารูปลักษณ์ไปสู่ความเป็นสากลด้านเดียวไม่เพียงพอสำหรับผู้บริโภคในการจดจำสินค้า ความแยบยลในการสอดแทรกวัฒนธรรมแบบไทยๆที่สั่งสมกันมานานน่าจะเป็นทางออกที่ดีสำหรับการสร้างเอกลักษณ์ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ของเราแต่อาจต้องใช้เทคโนโลยีทางอุตสาหกรรมมาช่วยเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของงานหัตกรรมในการที่จะทำให้เกิดรูปแบบลักษณะที่แปลกใหม่และการใช้งานที่คาดคิดไม่ถึง อำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้งาน

ปัจจุบันการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกันเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและได้รับการยอมรับมากขึ้นเป็นลำดับ โดยเกิดเป็นแนวทางการออกแบบ ที่เรียกว่า การไขว้ข้ามของวัฒนธรรม (Cross culture) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการดำเนินชีวิตของคนหลายๆชาติผสมปนเปกัน เช่น ตะวันออกกับตะวันตก เชนกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ฯลฯ จนเกิดเป็นความกลมกลืนในรูปแบบใหม่ที่แปลกตา เสน่ห์ลึก ๆ ของการออกแบบตามแนวคิดนี้คือ ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่แตกต่างจากวัฒนธรรมเดิมที่

เคยถือปฏิบัติอยู่

10) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น

ความล้าหลังที่เจริญก้าวหน้า ทำให้เราหวนกลับไปหาข้อดีของภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งถูกปฏิเสธคุณค่าไป เมื่อเรามุ่งแต่รับวิทยาการและความเจริญก้าวหน้าในเทคโนโลยีสมัยใหม่

แนวคิดการใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น มักเป็นลักษณะการนำเสนอเรื่องราวของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยการขยายความว่าสิ่งนั้นสร้างมาจากรากเง้าของเราอย่างไร แฝงเร้นด้วยปรัชญาของความเชื่อ ความศรัทธาใดบ้างและมันมีเสน่ห์อะไรที่ทำให้ดำรงอยู่ได้ยาวนานเช่นนั้น แล้วเราในฐานของชนรุ่นหลังได้ให้คุณค่ากับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสมมานานปีนั้นมากน้อยเพียงไร การสร้างสรรค์ผลงานด้วยวิธีนี้นอกจากความภูมิใจของนักออกแบบแล้วยังเป็นความภูมิใจของคนในท้องถิ่นนั้นด้วย

11) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นการต่อยอดของเก่า

บนความจริงที่ว่าไม่มีความคิดที่จะเป็นเรื่องสร้างสรรค์ใหม่โดยสิ้นเชิง ทุกสิ่งล้วนเกิดบนหรือเกิดจากความคิดอันอื่น ๆ เสมอ ดังนั้นการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยการต่อยอดผลงานวิจัยหรือนวัตกรรมที่จดสิทธิบัตรไว้แล้ว นับเป็นการใช้ฐานข้อมูล (data-based) ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างมีคุณค่า ทั้งยังเป็นการส่งเสริมการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ในระดับขั้นที่สูงกว่าและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

อีกมุมมองหนึ่งของการตลาดแล้ว การตั้งแนวความคิดรูปแบบใหม่ทั้งหมดสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น เป็นเรื่องยากเพราะกว่าที่แนวคิดจะเป็นรูปธรรมได้ต้องใช้เวลาและเงินลงทุนสูง รวมทั้งมีภาวะความเสี่ยงสูงทางเลือกหนึ่งน่าสนใจ คือ การออกแบบต่อยอดของเก่า โดยนำเอาสิ่งที่มีอยู่แล้วมาดัดแปลง เพิ่มเติมคุณสมบัติบางประการให้เกิดผลดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ เช่น ปลอดภัยกว่า ประหยัดกว่า กะทัดรัดกว่า ทนทานกว่า ใช้งานง่ายกว่า ดูแลรักษาง่ายกว่า รูปแบบดูดีและทันสมัยกว่า ฯลฯ เช่น พัดลมใบพัด รูปแบบมาตรฐานทั่วไทยนำมาพัฒนาดัดแปลงเป็นพัดลมหลายหัว พัดลมมือถือ พัดลมพับเก็บได้ พัดลมไอน้ำ พัดลมมีกลิ่นหอม เป็นต้น ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นผลจากการคิดต่อยอดของเก่าทั้งสิ้น ทำให้เกิดเป็นทางเลือกใหม่กับผู้ใช้และผู้ผลิตตามมาอีกมากมาย

2.4.1.4 กระบวนการออกแบบ มีอยู่ 3 ขั้นตอน คือ

1. การระดมความคิด
2. การร่างแบบ
3. การสร้างงาน

1) การระดมความคิด

การระดมความคิดเป็นพฤติกรรมเริ่มต้นที่จำเป็นสำหรับการออกแบบ วิธีการระดมความคิดนั้น มีอยู่หลายวิธีในกรณีที่มีทักษะในการร่างแบบน้อย แต่อาจระดมความคิดด้วยการบันทึกข้อความเป็นแนวความคิดแล้วจึงพัฒนาด้วยการร่างแบบเป็นภาพภายหลัง การแสดงออกในการระดมความคิดนั้น บางท่านแสดงออกได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก แต่บางคนแสดงออกได้ช้า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความสามารถเฉพาะตนแต่ผลของการแสดงออกอย่างเร็วนั้นอาจไม่มีคุณภาพก็

ได้ ดังนั้นระยะของการระดมความคิดที่แสดงออกยังไม่มีความสำคัญนักแต่ควรฝึกฝนให้มีความรวดเร็วในการแสดงออก เพราะจะเป็นประโยชน์

2) การร่างแบบ

การร่างแบบเป็นการปฏิบัติงานขั้นต้นซึ่งมีประโยชน์มาก เพราะถ้าเกิดการผิดพราดบกพร่องแล้วจะแก้ไขได้สะดวก โดยปกติแล้วควรทำการร่างแบบหลายๆแบบแล้วนำมาเปรียบเทียบเพื่อเลือกแบบที่พอใจที่สุด “แบบร่าง” มีอยู่ 2 ชนิด คือ 2 มิติ และ 3 มิติ

การร่างแบบ 2 มิติ นั้นเริ่มต้นด้วยการกำหนดกรอบพื้นที่ ซึ่งมีหลากหลายชนิด เช่น สี่เหลี่ยมผืนผ้า (แนวตั้งและแนวนอน) สี่เหลี่ยมจัตุรัส วงกลม วงรี ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีกรอบพื้นที่อีกชนิดหนึ่ง คือ กริด (Grid) ซึ่งมีลักษณะเป็นตารางสี่เหลี่ยมเล็ก ๆ สร้างขึ้นเพื่อใช้กำหนดขนาดและตำแหน่งของภาพที่จะจัดวางในหน้ากระดาษหรือพื้นที่

การร่างแบบ 3 มิติ นั้นคือ การสร้างรูปทรง เพื่อจะได้ประสบการณ์ตรงเรื่องมิติและพื้นที่ว่าง และในขณะเดียวกันเพื่อสร้างความเข้าใจโดยนำทฤษฎีการออกแบบมาประกอบด้วย ผู้ที่มีประสบการณ์และทักษะในการสร้างรูป 2 มิติ อาจจะไม่ชำนาญในการออกแบบสร้างรูป 3 มิติ วัสดุที่ใช้ขึ้นอยู่กับการคล่องตัว

3) การสร้างงาน

การสร้างงานเป็นการปฏิบัติงานขั้นสุดท้ายให้สำเร็จ ซึ่งอาจใช้เวลามากกว่าการร่างแบบ เพราะต้องใช้ความประณีต ประการสำคัญคือควรเลือกใช้วัสดุและอุปกรณ์ให้พร้อม เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการปฏิบัติงาน ผลงานที่ดีนั้นควรเป็นผลงานที่บรรลุเป้าหมายและมีรูปลักษณะที่ประณีต (มาโนช กงกะนันทน์, 2553 : 86-87)

2.5 ศึกษาข้อมูลการออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน

2.5.1 การจัดแสดงสินค้า (Display) คือ การจัดแสดงสินค้าออกสู่สายตาประชาชน โดยการสร้างกิจกรรมอย่างมีคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ศิลปะศาสตร์ มีผลต่อยอดการขายสินค้า เป็นการโฆษณาส่งเสริมการขาย ส่งผลต่อภาพพจน์ของคนภายนอกที่มีต่อร้านค้า ใช้วิธีการเสนอสินค้าหรือแนวคิดประจักษ์ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยนำหลักการทางศิลปะ วัสดุตกแต่ง สถาปัตยกรรม อย่างสร้างสรรค์ สร้างความสนใจและกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ (ที่มา : ทวิทย์ บัวทอง)

2.5.2 ทำเลเกี่ยวกับการออกแบบร้านค้า ทำเลที่ตั้งของร้านค้า เป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงให้สอดคล้องกับทำเลที่ตั้งของร้านค้า จะสามารถสร้างจุดเด่นและเพิ่มยอดขาย ดังนี้

1) ร้านค้าที่อยู่ใจกลางเมือง ใจกลางเมืองเป็นทำเลที่อยู่ในย่านธุรกิจ มีผู้คนพลุกพล่านเป็นทำเลที่มีคู่แข่งขันมากกว่าในทำเลอื่น สิ่งที่จะสร้างความสนใจดึงดูดให้ผู้ที่ผ่านไปมาเข้ามาดูสินค้าในร้านได้ ต้องใช้การจัดแสดงสินค้าที่สะดุดตาให้เด่นกว่าคู่แข่งขัน อาจใช้แนวความคิดในการออกแบบ หลักการทางศิลปะ เช่น ใช้สีโดดเด่น หรือใช้วิธีการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งขัน

2) ร้านค้าที่อยู่ชานเมือง ร้านค้าที่อยู่ชานเมืองจะแตกต่างจากร้านค้าในเมืองตรงที่มีบริเวณจึงสามารถนำทิวทัศน์รอบๆ มาสร้างบรรยากาศให้เกิดความประทับใจให้กับร้านค้าได้ จึงไม่ต้องเน้นเรื่องของการจัดแสดงสินค้าให้มากเท่ากับร้านค้าใจกลางเมือง

3) ร้านค้าที่อยู่ริมน้ำ ร้านค้าที่เลือกทำเลริมน้ำ มักจะเป็นร้านอาหาร เจ้าของกิจการเชื่อว่าการรับประทานอาหารริมน้ำหรือริมทะเล จะช่วยให้รสชาติอาหารอร่อยยิ่งขึ้น ดังนั้นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบร้านค้าที่อยู่ริมน้ำ คือ ต้องพยายามทำให้ทุกมุมของที่นั่ง สามารถมองเห็นบรรยากาศรอบ ๆ ให้มากที่สุด

4) ร้านค้าที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว ร้านค้าที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว สามารถดึงลักษณะเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ มาเป็น Concept ของร้านค้าได้ ร้านอาหารที่อยู่ใกล้กับ พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ อาจเลือกใช้ภาชนะเป็นรูปสัตว์น้ำชนิดใดชนิดหนึ่ง เช่น ปลา ปู ร้านขาย ของเด็กเล่น หรือร้านเกมในสวนสนุก อาจให้พนักงานแต่งกายเลียนแบบสัตว์ชนิดใดชนิดหนึ่ง ที่เป็นตัวเอกของสวนสัตว์นั้น เป็นต้น

5) ร้านค้าในทำเลธรรมชาติอื่นๆ ธรรมชาติอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวข้างต้น อย่างในป่าหรือในสวน มีหลักสำคัญคือจะต้องตกแต่งร้านค้าให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม เช่น ในทำเลที่ถูกล้อมด้วยต้นไผ่ อาจนำต้นไผ่นั้นมาเป็นวัสดุในการตกแต่ง เป็นต้น (ที่มา : อรุณี ไชยเสนา)

2.5.3 การจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้า (Interior Display) การจัดแสดงสินค้าภายในร้าน แบ่งออก ดังนี้

1) การจัดแสดงสินค้าบนเคาน์เตอร์ (Top of Counter Display) เป็นการจัด นำสินค้า ขึ้นมาจัดวางไว้บนเคาน์เตอร์ มีพนักงานขายคอยอำนวยความสะดวกในการขายสินค้า สินค้าที่นำมาจัดวางบนเคาน์เตอร์ควรมีน้ำหนัก โดยส่วนใหญ่ผู้ขายมักนำสินค้าที่อยู่ในช่วงของการส่งเสริมการขายและสินค้าที่ กำลังอยู่ในความนิยมมาจัดวางไว้บนเคาน์เตอร์ จะช่วยสร้างยอดขายให้เพิ่มขึ้น

2) การจัดแสดงสินค้าแบบเปิด (Open Display) เป็นการนำสินค้ามาจัดวางไว้บนโต๊ะ บนชั้นวางของ บนทิ้ง หรือตามราวแขวน ลูกค้าสามารถหยิบชมสินค้านั้นได้ปัจจุบันร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ สามารถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าสามารถหยิบสินค้าได้ สะดวกรวดเร็ว และเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานขายด้วย

3) การจัดแสดงสินค้าแบบปิด (Closed Display) เป็นการนำสินค้าจัดวางไว้ในตู้กระจกใส อาจตั้งไว้บนพื้นหรือติดไว้กับผนังของร้านค้าที่ลูกค้าสามารถมองเห็นตัวสินค้าได้ มีพนักงานขายคอยอำนวยความสะดวกในการขายและนำสินค้าออกมาให้ชม เหมาะสมกับการจัดแสดงสินค้าที่มีขนาดเล็กคุณภาพดี ราคาสูง ที่อาจจะถูกลักขโมยได้ง่าย

4) การจัดแสดงสินค้าบนผนัง (Wall Display) การจัดแสดงสินค้าอาจติดตั้งอุปกรณ์ที่สามารถวางหรือแขวน สินค้าได้ติดเข้ากับผนังของร้านเพื่อนำสินค้าขึ้นไปจัดวาง สินค้าที่เหมาะสมกับการจัดแสดงสินค้า แบบนี้ควรมีน้ำหนักเบา เช่น เครื่องหนัง นาฬิกา เสื้อผ้าสำเร็จรูป หมวก เป็นต้น

5) การจัดแสดงสินค้าแบบแขวน (Hanging Display) เป็นการใช้พื้นที่ส่วนเพดาน

ให้เกิดประโยชน์ เช่น โคมไฟ โมบาย แต่ก็ควรคำนึงเรื่องของระยะในการมองเห็น ความปลอดภัยเพิ่มด้วย

6) การจัดแสดงสินค้าแบบสถาปัตยกรรม (Architectural Display) เป็นการนำสินค้ามาจัดแสดงในพื้นที่จริง เช่น การจัดห้องนอน ห้องครัว ห้องรับแขก ในบ้านจัดสรร คอนโดมิเนียมหรือโครงการอสังหาริมทรัพย์ ช่วยให้ลูกค้าได้เห็นบรรยายจริง ดึงดูดการตัดสินใจซื้อขายได้เพิ่มขึ้น

2.5.4 หลักเบื้องต้นในการจัดแสดงสินค้าภายในร้าน

1) การจัดแสดงสินค้าภายในร้าน ร้านค้าที่มีการจัดแสดงสินค้าจะมีรูปแบบการจัดที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะของร้านค้าและสินค้าที่จัดแสดงและสิ่งที่ควรคำนึงในการจัดวาง ดังนี้

- ทางเดินควรมีความกว้างเพียงพอสำหรับลูกค้าเดินสวนกันได้หรือกรณีร้านค้าแบบบริการตนเองจะต้องคำนึงถึงรถเข็นที่ลูกค้าใช้สำหรับใส่สินค้าด้วย

- ควรจัดทำป้ายบอกทาง หรือป้ายบอกหมวดหมู่ของสินค้า เพื่อความสะดวกของลูกค้าโดยเฉพาะร้านค้าขนาดใหญ่ หรือร้านค้าที่มีสินค้าจำนวนมาก เช่น ห้างสรรพสินค้า ป้ายเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญมาก

- การจัดแสดงสินค้าแบบเปิด ทำให้ลูกค้าสนใจมากกว่าเพราะโดยธรรมชาติของมนุษย์ชอบที่จะเลือกหยิบชมสินค้าด้วยตัวเอง

- ควรแยกสินค้าออกเป็นหมวดหมู่ โดยจัดวางสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันไว้ใกล้กันหรือบริเวณเดียวกัน

- การจัดแสดงสินค้าทั่วทั้งร้าน จะต้องให้ความสำคัญกับจุดที่มีการจัดแสดงทุกจุด ไม่เน้นเฉพาะจุดใดจุดหนึ่ง

- วัสดุอุปกรณ์ประกอบหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการตกแต่งควรมีจำนวน ขนาด รูปร่าง รูปทรงที่เหมาะสมกับสินค้าและรูปแบบของการจัดแสดง

2) การจัดแสดงสินค้าเฉพาะจุด พื้นที่ที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้าเฉพาะจุด ดังนี้

- หน้าร้านเป็นจุดที่สามารถเรียกร้องความสนใจได้มากเพราะเป็นจุดที่ลูกค้า ต้องเดินผ่านเมื่อเข้า-ออกร้านค้า

- หลังร้านเหมาะสำหรับจัดแสดงสินค้าที่ลูกค้ามีความต้องการหรือสินค้าที่จำเป็นต้องใช้จึงไม่ต้องใช้การจัดแสดงสินค้าเรียกร้องความสนใจมากนัก

- จุดที่ใกล้กับจุดจ่ายเงินควรจัดแสดงสินค้าที่ซื้อด้วยแรงดลใจโดยการจัดแสดงนั้นต้องทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าที่ไม่ได้ตั้งใจซื้อมาก่อนได้

- บริเวณที่มีการจราจรหนาแน่น เช่น บันได ทางเข้า-ออกลิฟต์ ควรจัดแสดงสินค้าที่ขายได้ช้า หรือสินค้าที่มีกำไรต่อหน่วยสูง

2.5.5 แบบของการจัดวาง การจัดวางขึ้นอยู่กับแนวคิดของการออกแบบและประเภทของสินค้า โดยมีรูปแบบ ดังนี้

1) แบบกระจายรัศมี เป็นลักษณะของการจัดวางโดยให้สินค้าที่มีขนาดใหญ่อยู่

ตรงกลาง แล้วล้อมรอบด้วยสินค้าที่มีขนาดเล็กกว่า เป็นการสร้างความเด่นให้กับสินค้าที่อยู่ตรงกลางการจัดวางแบบกระจายรัศมี

2) แบบพีระมิด เป็นการจัดวางสินค้าเป็นฐานก่อน แล้วนำสินค้าวางซ้อนขึ้นไปอีกให้มีลักษณะเรียวเล็กคล้ายพีระมิด สินค้าที่เหมาะกับการจัดวางแบบพีระมิด

3) แบบขั้นบันได เป็นการนำสินค้ามาจัดวางตามลำดับคล้ายบันได การจัดวางลักษณะนี้จะทำให้สายตาของผู้พบเห็นเคลื่อนที่ไปตามลำาดับโดยไม่รู้ตัว

4) แบบซิกแซ็ก เป็นการจัดวางสินค้าให้เลี้ยวไปเลี้ยวมาคล้ายสลับฟันปลาเหมาะกับการจัดแสดงสินค้าแบบเปิดตามห้างสรรพสินค้า

5) แบบซ้ำกัน เป็นการจัดวาง สินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันทุกประการจัดวางซ้ำ ๆ กันหลายๆ ครั้งทำให้สินค้ามองดูเป็นระเบียบ มองเห็นเป็นจุดเด่นแต่ไกลการจัดวางแบบซ้ำกัน โดยแท้อาจทำให้ดูน่าเบื่อจึงควรใช้แบบซ้ำกันบ้างจะดูน่าสนใจยิ่งขึ้น

6) แบบเรียงลำดับ เป็นลักษณะของการจัดวางสินค้าที่มีการเรียงลำดับกัน อาจจะเรียงจากสินค้าขนาดใหญ่ไปหาสินค้าขนาดเล็ก หรือเรียงจากสินค้าที่มีสีแก่ไปหาสินค้าที่มีสีอ่อนทำให้งานที่ออกมาดูสวยงามเหมือนกับว่าสินค้ามีความเคลื่อนไหว

7) แบบซ้อนกัน เป็นการจัดวางโดยนำสินค้าขนาดใหญ่มีน้ำหนักมากไว้ด้านล่างแล้วนำสินค้าชิ้นต่อไปมาวางเกยกัน ทำให้เกิดเป็นสินค้ากลุ่มใหญ่ผู้พบเห็นสามารถมองเห็นสินค้าได้ทั้งหมด

8) แบบเน้น เป็นลักษณะการจัดวางให้สินค้าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดหรือที่สีเข้มที่สุดหรือสีสดใสที่สุดมาจัดวางไว้ตรงกลางเพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้ผ่านไปมาหยุดมอง แล้วอาจทำให้สินค้าที่มีลักษณะรองลงมาได้รับความสนใจไปด้วย

2.5.6 วัสดุที่มีในท้องถิ่น

ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้พัฒนาภายใต้แนวคิด “พัฒนาคุณภาพชีวิตให้พึ่งพาตนเองได้” เพื่อนำไปสู่หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงยั่งยืนและมั่นคง ด้วยการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจขึ้น โดยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ให้การสนับสนุนสามารถดำเนินงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 บริหารจัดการอย่างเป็นระบบที่เกิดจากความร่วมมือของคนในพื้นที่เป็นชุมชนพึ่งตนเอง พึ่งพากัน และเชื่อมโยงเครือข่าย

ซึ่งหนึ่งในฐานการเรียนรู้ของโครงการคือ โรงงานทำอิฐมอญ : คุณปราณี คำเรืองศรี โรงงานทำอิฐมอญ : แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม อ.บางงาม อ.ศรีประจันต์ จ.สุพรรณบุรี



ภาพที่ 41 อิฐมอญ

ที่มา : https://www.eto.ku.ac.th/spku/)

2.5.7 หลักการออกแบบอาคารเพื่อการประหยัดพลังงาน

จากข้อมูลสถานการณ์พลังงานของประเทศไทย ปี2557 พบว่า มีการใช้พลังงาน ในภาคอาคารและที่อยู่อาศัยมากถึง 15.1% โดยแบ่งสัดส่วนการใช้พลังงานเป็นของระบบ ปรับอากาศ 65% และระบบไฟฟ้าแสงสว่าง 25% ดังนั้นการประหยัดพลังงานในอาคาร ส่วนใหญ่จึงมุ่งเน้นไปที่การลดใช้พลังงานในการดำเนินกิจกรรมในอาคาร (Operation) และการออกแบบระบบปรับอากาศและระบบไฟฟ้าแสงสว่างให้มีประสิทธิภาพสูง แต่อย่างไรก็ตามหากตัวอาคารเองไม่มีประสิทธิภาพในการป้องกันความร้อนแล้วนั้น การประหยัดพลังงานก็ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างยั่งยืน ดังนั้นควรเริ่มต้นออกแบบอาคารให้ได้รับความร้อนน้อยที่สุดและเลือกระบบให้สอดคล้องกับการใช้งานและมีประสิทธิภาพสูง มีหลักการคำนึง ดังนี้

1) ทิศทางแสงแดด ควรออกแบบให้ด้านที่มีความแคบของอาคารหันไป ทางทิศตะวันออกและทิศตะวันตก เพื่อให้ด้านที่ มีพื้นที่ผนังน้อยรับความร้อนจากรังสีอาทิตย์ โดยเฉพาะในช่วงบ่ายที่มีแสงแดดร้อนจัดส่งผลให้ความร้อนเข้าสู่อาคารลดลง และลดการสิ้น เปลืองค่าไฟฟ้าระบบเครื่องปรับอากาศ พืชพันธุ์ธรรมชาติ การปลูกต้นไม้ขนาดใหญ่ที่มีทรงแผ่กว้างและพุ่มใบโปร่งบริเวณรอบ ๆ อาคารเพื่อให้ร่มเงาช่วยลดความร้อนที่เกิดจากรังสีโดยตรงจากดวงอาทิตย์ หรือการปลูกไม้พุ่มและการสร้างบ่อน้ำเพื่อสร้างความเย็นให้กับสภาพแวดล้อมหรือการปลูกหญ้าและพืชคลุมดินเพื่อป้องกันความร้อนให้กับพื้นดิน

2) สภาพภูมิประเทศ การออกแบบอาคารให้สามารถประหยัดพลังงานได้เต็มที่มีปัจจัยที่จำเป็นอย่างยิ่งต้องนำมาพิจารณา คือ สภาพภูมิประเทศที่อาคารจะสร้างขึ้นเหนือพื้นที่นั้นการปรับสภาพภูมิประเทศให้เหมาะกับ การก่อสร้างอาคารสามารถทำได้หลายวิธีด้วยกัน เช่น การปรับพื้นดินให้ลาดเอียงไปทางทิศเหนือเพื่อให้รับแสงแดดน้อยลง หรือการสร้างบ่อน้ำขนาดใหญ่เพื่อให้ลมพัดผ่านสร้างความเย็นให้กัสภาพแวดล้อม เป็นต้น

3) สภาพภูมิอากาศ การสร้างอาคารควรคำนึงถึงสภาพภูมิอากาศของท้องถิ่นนั้น ๆ เนื่องจากการสร้างอาคารที่เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศไม่ว่าจะเป็นเขตร้อนหรือเขตหนาวจะช่วยลดการ ใช้พลัง

งานลงได้ เช่น การใช้ประโยชน์จากลมประจำถิ่น ด้วยการวางตัวอาคารและช่องเปิดให้ขวางทิศทางลม โดยประเทศไทยมีลมประจำถิ่น ได้แก่ ลมฤดูร้อนพัดจากทาทิศใต้หรือตะวันตกเฉียงใต้และลมฤดูหนาว พัดจากทางทิศเหนือหรือตะวันออกเฉียงเหนือ

4) ผนังทึบ ผนังทึบเป็นส่วนสำคัญในการช่วยให้อาคารมีประสิทธิภาพในการประหยัดพลังงานเนื่องจากพลังงานส่วนใหญ่ในอาคารใช้เพื่อควบคุมอุณหภูมิในอาคารให้เหมาะสมกับการทำ กิจกรรมต่าง ๆ ของผู้ใช้อาคารการเลือกใช้ผนังทึบที่เหมาะสมเป็นส่วนสำคัญในการลดภาระการใช้พลังงานสำหรับระบบปรับอากาศภายในตัวอาคารลงได้

5) หลังคา หลังคาอาคารควรมีการติดตั้งฉนวนกันความร้อน เพื่อทำให้ตัวอาคารมี ประสิทธิภาพในการประหยัดพลังงานได้ดีขึ้น เช่น ฉนวนใยแก้ว ฉนวนโฟม แผ่นยิปซั่มบอร์ด แผ่นสะท้อนความร้อน อลูมิเนียมฟอยล์ เป็นต้น

6) อุปกรณ์บังแดดแบบภายนอก มีประสิทธิภาพในการลดปริมาณความร้อนเข้าสู่ภายในอาคารดีกว่าแบบภายใน ดังนั้นการออกแบบช่องเปิดของอาคารต้องมีอุปกรณ์บังแดดภายนอกติดตั้งด้วยเสมอสำหรับการออกแบบอุปกรณ์บังแดดภายนอกอาคารที่ดีควรคำนึงถึงหลายปัจจัยประกอบกัน เช่น การวางทิศทางตัวอาคารขนาดช่องเปิด และช่องว่างระหว่างอุปกรณ์บังแดดกับผนังอาคารแนวทางการติดตั้งอุปกรณ์บังแดดภายนอก อาคารด้านทิศใต้และทิศเหนือควรติดตั้งแบบแนวนอน อาคารด้านทิศตะวันออกและทิศตะวันตกควรติดตั้งแบบแนวตั้ง

7) ระบบปรับอากาศ การใช้ระบบปรับอากาศต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น เลือกเครื่องปรับอากาศที่มีกำลังทำความเย็นเหมาะสมกับ ภาระการทำความเย็น และมีประสิทธิภาพสูง หรือเป็นรุ่นประหยัดไฟเบอร์ 5 เป็นต้น (ที่มา : คู่มือแนวทางการออกแบบอาคารประหยัดพลังงาน กระทรวงพลังงาน)

2.6 ศึกษาข้อมูลการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ชุมชน

2.6.1 ทฤษฎีจิตวิทยากับภูมิทัศน์และทางสัญจร

ภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อสภาวะจิตใจได้โดยตรง ซึ่งอาจจะมีหลักการจิตวิทยามาส่งเสริมให้เกิดกระบวนการบรรเทาและผ่อนคลายสภาพจิตใจที่ได้รับการกดดันหรืออ่อนแอจากเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน และช่วยปรับสภาวะจิตใจและร่างกายให้รู้สึกดีขึ้นได้ โดยการศึกษาอิทธิพลของธรรมชาติที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของมนุษย์ ซึ่งจากการค้นคว้าข้อมูลด้านจิตวิทยากับสภาพแวดล้อมค้นพบว่าธรรมชาติเป็นสิ่งที่เบี่ยงเบนความรู้สึกและมีแนวโน้มในการช่วยลดความเครียดได้ จากการศึกษาและค้นคว้าหาข้อมูล ซึ่ง Ulrich and Parson (1990) ได้อ้างอิงข้อมูล มีทฤษฎีและงานวิจัยมารองรับ โดยอธิบายถึงองค์ประกอบของภูมิทัศน์ที่มนุษย์มีความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งมีแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ดังนี้

1) ภูมิทัศน์ที่มนุษย์มีความพึงพอใจ มนุษย์มีความรู้สึกชอบหรือพึงพอใจในธรรมชาติ ภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อม ซึ่งหลักการที่พัฒนามาจากการดำรงชีวิตของมนุษย์ที่ต้องการมีความรู้สึกปลอดภัย

ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของมนุษย์ (ประภาพร ธาราสายทอง 2546) โดยภูมิทัศน์โดยทั่วไปที่มนุษย์มีความพึงพอใจนั้นมักจะเป็นพื้นที่เปิดโล่ง มีระบบทางเดินที่ชัดเจนและง่ายต่อการจดจำ เป็นที่มนุษย์มีความรู้สึกถึงความปลอดภัยและตอบสนองความต้องการหลีกหนี หลบภัยจากสิ่งเป็นอันตราย เป็นต้น จากการศึกษารูปลักษณะต้นไม้ที่มนุษย์มีความพึงพอใจ ตามทฤษฎีของวิวัฒนาการ (ประภาพร ธาราสายทอง. 2546) พบว่า มนุษย์มีความพึงพอใจรูปลักษณะต้นไม้ที่คล้ายกับต้น Acacia tree ซึ่งเป็นต้นไม้ชนิดสีเสียด กระถิน ชะอม ซึ่งมีรูปทรงทางกว้างมากกว่าความสูง กิ่งก้านแผ่กระจายกว้าง มีใบขนาดเล็กและมีร่มเงาที่ใหญ่มาก และมีช่วงที่เป็นลำต้นที่ไม่มีกิ่งก้านสั้นกว่าความสูงของต้นไม้ ที่เป็นเช่นนี้อาจมีสาเหตุเนื่องจากต้นไม้ลักษณะนี้ให้ความรู้สึกสบาย ปลอดภัย มีองค์ประกอบที่เหมาะสมในการพึ่งพาอาศัย ความรู้สึกปกป้อง

2) สิ่งเร้าและการกระตุ้นความรู้สึกในภูมิทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับหลักการจิตวิทยา สิ่งเร้าที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการรับรู้และการรู้สึกของมนุษย์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจ โดยสิ่งเร้ามีการตอบสนอได้ทั้งในเชิงบวกและลบ (Gappell 1991, รุจิโรจน์ อนามบุตร 2542) สิ่งเร้าในธรรมชาติถ้าเกิดจากความสมดุลและมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาจะทำให้เกิดความรู้สึกเชิงบวก แต่ถ้ามีการกระตุ้นมากเกินไป เช่น เสียงที่ดัง การเคลื่อนไหวที่มากเกินไป หรือการซับซ้อนจากการมองเห็น อาจทำให้เกิดความรู้สึกในเชิงลบที่มีผลกระทบต่อความเครียดของมนุษย์ องค์ประกอบในภูมิทัศน์ที่มีผลต่อการกระตุ้นความรู้สึกของมนุษย์ ได้แก่ แสง สี เสียง กลิ่น ผิวสัมผัส และที่ว่าง

การนำหลักการจิตวิทยามาใช้ในการจัดองค์ประกอบภูมิทัศน์เสมือนการจัดวางองค์ประกอบของการวาดภาพ โดยใช้หลักการพื้นฐานการออกแบบเช่นเดียวกับงานศิลปะ ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ในสภาพแวดล้อม (Salamy 1995) ซึ่งจากจัดองค์ประกอบนั้นไม่ว่าจะเป็นภูมิทัศน์หรือศิลปะก็มีคุณค่าทางสภาวะจิตใจของมนุษย์ หลักการจัดองค์ประกอบภูมิทัศน์ ดังนี้

การจัดวางพื้นที่ในภูมิทัศน์ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ประกอบที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่เป็น 3 มิติ ซึ่งสามารถมองเห็นได้หลากหลายมุมมอง โดยพื้นที่ที่สามารถสร้างจุดดึงดูดหรือเบี่ยงเบนความสนใจที่ดีจากการรับรู้ ซึ่งประกอบไปอย่างสมดุลและงดงามเป็นที่พึงพอใจของมนุษย์ ซึ่งการจัดวางพื้นที่ในงานภูมิทัศน์ จากการศึกษาแนวคิดควรมีลักษณะดังต่อไปนี้ (Salamy 1995, อ้างถึงใน ประภาพร ธาราสายทอง 2546)

1) ลักษณะรูปร่างของอาณาเขต ซึ่งขอบเขตหรืออาณาเขตมีความสำคัญมาก รูปร่างที่ดีต้องมีความชัดเจน สมบูรณ์ในตัวเอง มีขนาดที่เสมอกันและไม่กำกวม และคำนึงถึงองค์ประกอบและความสัมพันธ์ที่เป็นลักษณะเดียวกัน

2) ลักษณะพื้นที่ที่มีแบบแผนขององค์ประกอบจะทำให้ภูมิทัศน์มีการสอดคล้องและสัมพันธ์กันได้ดี

3) ลักษณะพื้นที่ที่มีความซับซ้อนและความหลากหลาย เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ภูมิทัศน์มีความอุดมสมบูรณ์ขององค์ประกอบ

4) ลักษณะพื้นที่ที่มีส่วนเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่ ที่มีความต่อเนื่อง และมีการลำดับพื้นที่ที่

น่าสนใจเป็นจุดดึงดูดที่ทำให้มนุษย์มีความรู้สึกติดตามและคล้อยตาม

5) ลักษณะพื้นที่ที่มีการจัดวางจังหวะขององค์ประกอบ ซึ่งทำให้เกิดการมองเห็นแบบนำสายตาหรือการนำพาไปจุดสนใจให้เกิดการติดตามอย่างต่อเนื่อง

6) ลักษณะพื้นที่ที่มนุษย์เข้าใจง่าย ซึ่งเป็นการจัดวางที่บอกการเข้าถึงได้ชัดเจน มีความเชื้อเชิญ มีการบอกตำแหน่งทิศทาง เพื่อป้องกันการสับสนที่เป็นสาเหตุแห่งความตึงเครียดได้

7) ลักษณะพื้นที่ลึกลับ พื้นที่ลักษณะนี้จะมีเสน่ห์ส่งเสริมการค้นหา และการดึงดูดให้อยู่ในสภาพแวดล้อมนั้นๆได้นาน

8) ลักษณะพื้นที่ที่มีมุมมองเปิดโล่งเมื่ออยู่ในการปิดล้อม หรือการสร้างกรอบของพื้นที่ จะทำให้เกิดการรวมกันของส่วนประกอบที่มีเอกภาพ

ทราย สายน้ำใส (2553) กล่าวว่า หลักการจิตวิทยาที่ใช้ในการออกแบบภูมิทัศน์ทั้ง 3 ข้อ ได้แก่

1) อิทธิพลของธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยา

2) การนำหลักการจิตวิทยามาใช้ในการจัดองค์ประกอบภูมิทัศน์

3) การออกแบบคุณลักษณะองค์ประกอบภูมิทัศน์

ทั้ง 3 ข้อมีความสัมพันธ์และส่งเสริมซึ่งกันและกัน โดยการออกแบบภูมิทัศน์อาจจะไม่สามารถนำทุกอย่างที่ได้กล่าวมานั้นมาใช้ในการออกแบบได้ทั้งหมดขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม สภาพพื้นที่ กลุ่มผู้ใช้งานและความต้องการที่จะตอบสนองต่อสภาวะจิตใจในลักษณะต่างๆ เพราะฉะนั้นการออกแบบภูมิทัศน์ที่ใช้หลักการจิตวิทยาจะทำให้มนุษย์รู้สึก รับรู้ และสัมผัสธรรมชาติที่พึงพอใจที่จะนำไปสู่การผ่อนคลายและเกิดดีต่อสภาวะจิตใจได้ถ้าเกิดศึกษาหลักการและนำไปใช้ในทางที่ถูกต้อง

2.6.2 ภูมิทัศน์วัฒนธรรม

หลังจากประเทศไทยได้เข้าร่วมอนุสัญญามรดกโลกในปี พ.ศ. 2535 “ภูมิทัศน์วัฒนธรรม” หรือ “Cultural Landscape” ก็ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย (เทียมสูรย์ สิริศรีศักดิ์ 2553, 107-109) โดยความหมายของภูมิทัศน์วัฒนธรรม สามารถสรุปได้ว่า เป็นสินทรัพย์ที่เกิดขึ้นในเขตภูมิศาสตร์ ซึ่งแสดงให้เห็นการ พัฒนาของการบูรณาการระหว่างธรรมชาติกับมนุษย์ เป็นมรดกทางวัฒนธรรม ที่เป็นคลังของสังคมประวัติศาสตร์ และคุณค่าของชุมชนท่ามกลางความหลาก หลายของสังคม แสดงให้เห็นถึงการปรับตัว เกิดเป็นวิวัฒนาการตั้งถิ่นฐานในช่วงเวลาและภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน (หัทยา สริพัฒนากุล, 2550; Taylor Ken 2016, 471-480) อาจเกิดจากหลายปัจจัย ได้แก่ ข้อจำกัดทางกายภาพโอกาสที่เกิดจากสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อการขับเคลื่อนทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคม ทั้งภายในและภายนอก (UNESCO 2005, ออนไลน์ ; อริยา อรุณินท์ 2548, 24-25) นั่นแสดงให้เห็นว่า ภูมิทัศน์วัฒนธรรมประกอบด้วยสิ่งรอบตัว ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ที่ผู้คนยึดถือร่วมกัน เห็นพ้องกัน และได้กระทำ กับสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์เพื่อให้เกิดความเจริญงอกงามและพัฒนาการ ของสังคมมนุษย์ (วนิดา พึ่งสุนทร, 2549; สรรค์ เวสสุนทรเทพ 2557, 143- 163) โดยการเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิทัศน์วัฒนธรรมนั้นจำเป็นต้องใช้ความรู้สึกผ่าน วิธีการมองเพื่อรับรู้สิ่งที่ดึงดูดที่เป็นความไม่ชัดเจน แต่ทำให้สิ่งปกติเกิดเป็นสิ่ง พิเศษ ที่เห็นถึงคุณค่าทางจิตวิญญาณ และ

นำเสนอออกมาให้รับรู้ในรูปแบบ ของประสบการณ์ (Taylor 2016, 471-480)

การจำแนกประเภทของภูมิทัศน์วัฒนธรรม ฐาปนา บุณยประวิตร และปัทม์ ญาติมาก (2551) ได้สรุปว่า รูปแบบของภูมิทัศน์วัฒนธรรมมีความละเอียด หลากหลายและแตกต่างกันตามบริบทพื้นที่ ซึ่งจะทำให้ภาพรวมของพื้นที่ มีความชัดเจนขึ้น โดยสามารถแบ่งรูปแบบภูมิทัศน์วัฒนธรรม ดังนี้

1) แบ่งประเภทภูมิทัศน์วัฒนธรรมตามระดับความมากน้อยที่มนุษย์เข้าไป เปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมเดิมคือ ภูมิทัศน์ที่ได้รับการจัดการ (Managed Landscape) ภูมิทัศน์เกษตรกรรม (Cultivated Landscape) ภูมิทัศน์รอบ นอกศูนย์กลางเมือง (Suburban Landscape) และภูมิทัศน์เมือง (Urban Landscape)

2) แบ่งประเภทตามวิชาการด้านอนุรักษ์ภูมิทัศน์ (Landscape Conser vation) หรือ ภูมิทัศน์ประวัติศาสตร์ (Historic Landscape) คือ ภูมิทัศน์ธรรมชาติ ได้แก่ ภูมิทัศน์ทางโบราณคดี (Archaeological Landscape) และ ภูมิทัศน์ประวัติศาสตร์ (Historic Landscape) หรือ สวนสาธารณะ

3) แบ่งตามความเข้มข้นของการจัดการของมนุษย์ที่มีต่อสภาพแวดล้อม ได้แก่ ภูมิทัศน์นำวัฒนธรรม ลักษณะเด่นร่วมกันของภูมิทัศน์และวัฒนธรรม และวัฒนธรรมนำภูมิทัศน์

2.6.3 ทุนทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

สิ่งดึงดูดใจให้คนเกิดความต้องการอยากไปท่องเที่ยว ทั้งที่เกิดขึ้นเองตาม ธรรมชาติ หรือที่มนุษย์สร้างขึ้น ล้วนเป็นทุนทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ได้ทั้งสิ้น ซึ่งสามารถจำแนกทุนที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือที่เรียกว่าทุน ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น สภาพภูมิอากาศ ชายหาด ทัศนียภาพ พืชพันธุ์ ภูเขา น้ำตก ทะเลสาบ ทุนที่มนุษย์สร้างขึ้น หรือเรียกว่าทุนทางวัฒนธรรมประกอบ ด้วยสิ่งที่จับต้องได้ เช่น สถาปัตยกรรม อนุสาวรีย์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น วิถีชีวิต เทศกาลประเพณี ศิลปะ ประวัติศาสตร์ ศาสนา และสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่ง คือ สิ่งที่สร้างขึ้นเพื่อ ให้เป็นสถานที่ หรือสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ เช่น สวนสนุก งาน อีเวนท์ (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว 2554, 33-34; Vanhove 2012, 94-99)

การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม ต้นทุนหลักที่ต้องคำนึงถึงคือ ทุนทรัพยากรทาง วัฒนธรรม ซึ่งเป็นทุนประเภทหนึ่งที่แสดงออกถึงคุณค่าและความหมายของ สถานที่ (Sense of Place) และความแท้ (Authenticity) เป็นทุนที่มีความสำคัญ เพราะความแตกต่างของอัตลักษณ์ในแต่ละพื้นที่ สามารถสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มขึ้นได้ (สุวรรณฤทธิ์ วงศ์ชะอุ่ม 2553, 48; ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว 2554, 32-36) การจำแนกลักษณะของทุนทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภทด้วยกัน ดังนี้

แฝงผังอยู่ในกาย (Embodied Form) คือ วัฒนธรรมที่มีความเป็นธรรมชาติอยู่ในวิถีชีวิต และถ่ายทอดจาก รุ่นสู่รุ่น รูปแบบวัตถุ (Objectified Form) คือ วัฒนธรรมที่อยู่ในลักษณะปรากฏ เป็นรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส และอาศัยการสถาปนา (Institutionalized State) คือ แบบแผนที่ตกลงร่วมกันในสังคม ในลักษณะของขนบ (Pierre Bourdieu 1986 อ้างถึงใน สุวรรณฤทธิ์ 2553,48 ; เรณู เหมือนจันทร์เชย 2556, 236-244) ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า ทุนทรัพยากรทางวัฒนธรรม ที่นำมาใช้จะให้ความสำคัญกับรูปแบบวัตถุ

เป็นหลัก ดังนั้นการจัดการที่ดีที่จะสามารถเพิ่มมูลค่าของวัตถุผ่านกระบวนการการออกแบบ จึงควรคำนึงถึงการนำเสนอการรับรู้ทางโสต ประสาทสัมผัสทั้ง 5 (5 Senses) ซึ่งเป็นรูปแบบการรับรู้แบบสามัญ ที่เป็นการรับรู้ของส่วนบุคคลจากปัจจัยภายนอก (Exteroceptive) อันประกอบสัมผัสด้วย รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส (Pediaopolis D.W.K. 2014, online) ในส่วนของทฤษฎี สัมผัสทั้ง 5 นี้ สำคัญต่อการออกแบบในการใช้เป็นเครื่องมือที่ทำให้สิ่งต่างๆ เกิดความน่าสนใจขึ้น จากประสบการณ์ที่ได้รับ (Lee Jinsop 2013, online)

2.7 ศึกษาข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7.1 แนวคิดการมีส่วนร่วม

สากล จริยวิทยานนท์ (2525) การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการที่สมาชิกมีการกระทำออกมาในลักษณะของการทำงานร่วมกันในการที่จะแสดงให้เห็นถึงความต้องการร่วม ความสนใจร่วม และมีความต้องการที่จะบรรลุถึงเป้าหมายร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง หรือการดำเนินการร่วมกันในการเพิ่มอำนาจต่อรองทางการเมือง ทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการปรับปรุงสถานภาพทางสังคมของกลุ่มในชุมชน วิธีการแบ่งระดับขั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนอาจแบ่งได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และความละเอียดของการแบ่งเป็นสำคัญ การแบ่งระดับขั้น การมีส่วนร่วมของประชาชนอาจแบ่งได้จากระดับต่ำสุดไปหาระดับสูงสุดออกเป็น 7 ระดับและจำนวนประชาชนที่เข้ามีส่วนร่วมในแต่ละระดับจะเป็นปฏิภาคกับระดับของการมีส่วนร่วม กล่าวคือ ถ้าระดับการมีส่วนร่วมต่ำ จำนวนประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมจะมาก และยิ่งระดับการมีส่วนร่วมสูงขึ้นเพียงใด จำนวนประชาชนที่เข้ามีส่วนร่วมก็จะลดลดตามลำดับ ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนเรียงตามลำดับจากต่ำสุดไปหาสูงสุด ได้แก่

1) ระดับการให้ข้อมูล เป็นระดับที่ต่ำสุด และเป็นวิธีการที่ง่ายที่สุดของการสื่อสารระหว่างผู้วางแผนโครงการกับประชาชน เพื่อให้ข้อมูลแก่ประชาชน แต่ไม่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นหรือเข้ามาเกี่ยวข้องใด ๆ วิธีให้ข้อมูลกระทำได้หลายวิธี เช่น แจกใบปลิว การจัดนิทรรศการ หรือการเปิดแถลงข่าว

2) ระดับการเปิดรับความคิดเห็น กล่าวคือ ผู้วางแผนโครงการจะเปิดโอกาสให้ให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มากขึ้น เพื่อที่จะทำให้มีประเด็นในการประเมินข้อดีข้อเสียที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น การให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการริเริ่มโครงการต่าง ๆ หรือการเปิดประชุมเกี่ยวกับโครงการนั้น ๆ แล้วขอความร่วมมือประชาชนในการแสดงความคิดเห็น เป็นต้น

3) ระดับการปรึกษาหารือ คือระดับการมีส่วนร่วมเพื่อประเมินการดำเนินงาน หรือระบุประเด็นหรือข้อผิดพลาดต่างๆ เช่น การจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การจัดประชุมและการเปิดรับฟังความคิดเห็นในวงกว้าง เป็นต้น

4) ระดับการวางแผนร่วมกัน เป็นระดับที่ทำให้การมีส่วนร่วมที่มีขอบเขตกว้างมากขึ้น ทำให้ทุกฝ่ายต้องรับผิดชอบร่วมกันในการวางแผนเตรียมโครงการ และผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานโครงการเหมาะสมหรือไม่ ที่ใช้สำหรับเป็นประเด็นในการพิจารณา ที่มีความยุ่งยากซับซ้อนและมีข้อโต้แย้งมาก เช่น การใช้กลุ่มที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้ทรงวุฒิในสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องการใช้อนุญาโตตุลาการเพื่อ

แก้ปัญหาข้อขัดแย้ง และการเจรจาเพื่อหาทางประนีประนอมกัน เป็นต้น

5) ระดับการร่วมปฏิบัติ เป็นระดับที่ผู้รับผิดชอบโครงการและประชาชนดำเนินงานโครงการร่วมกัน เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

6) ร่วมติดตามตรวจสอบ ประเมินผล เป็นระดับการมีส่วนร่วมที่มีผู้เข้าร่วมน้อย แต่มีประโยชน์ที่ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือได้รับผลกระทบสามารถมาคอยติดตามการดำเนินกิจกรรมนั้นๆ ได้ รูปแบบของการติดตามตรวจสอบหรือประเมินผลอาจอยู่ในรูปแบบของการจัดตั้งคณะกรรมการที่มาจากหลายฝ่าย การสอบถามประชาชน โดยการทำการสำรวจเพื่อให้ประชาชนประเมิน เป็นต้น

7) ระดับการควบคุมโดยประชาชน เป็นระดับสูงสุดของการมีส่วนร่วมโดยประชาชน เพื่อจะแก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่มีอยู่ทั้งหมด เช่น การลงประชามติ เป็นต้น ข้อสังเกตเกี่ยวกับการลงประชามติ มี 2 ประการ คือ ประการแรก การลงประชามติ จะสะท้อนถึงความต้องการของประชาชนได้ดีเพียงใด อย่างน้อยขึ้นอยู่กับความชัดเจนของประเด็นที่จะลงประชามติและการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับข้อดี ข้อเสียของประเด็นดังกล่าว ให้ประชาชนเข้าใจอย่างสมบูรณ์และทั่วถึงเพียงใด และ ประการที่สอง ในประเทศที่มีการพัฒนาทางการเมืองแล้ว ผลของการลงประชามติจะมีผลบังคับให้รัฐบาลต้องปฏิบัติตาม

2.7.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. (2558) ได้จัดทำกรอบแนวคิดของเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมี แนวคิดหลักในการบูรณาการองค์ประกอบของการพัฒนาชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหลัก โดยคำนึงถึงความยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของประชาชน ดังนั้น เกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่ง ท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงประกอบด้วย 5 ด้านใหญ่ ดังนี้

1) กลุ่มท่องเที่ยวชุมชน มีการจัดการอย่างยั่งยืน

2) การท่องเที่ยวโดยชุมชน มีการกระจายผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น สังคมและคุณภาพชีวิต

3) การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม

4) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

5) ด้านบริการและความปลอดภัย

2.7.3 ทฤษฎีอัตลักษณ์

มีกระบวนการสร้าง 3 ขั้นตอน ดังนี้

1) ขั้นของการหาอัตลักษณ์ของสิ่งที่เป็นจุดหลักและจุดร่วมของสิ่งของนั้น ๆ

2) ขั้นการเผยแพร่ ให้เป็นที่รู้จักเกิดการจดจำในเรื่องราวของพื้นที่

3) ขั้นของการยอมรับ ซึ่งอัตลักษณ์ของสิ่งทอทางวัฒนธรรม จะนำเรื่องการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) เป็นการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่าง ๆ ผ่านระบบสัญลักษณ์ที่หลากหลายเป็นคุณลักษณะเฉพาะถิ่นเฉพาะตัวที่เป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคมหรือชุมชนนั้น

มัทธนี ปราโมทย์เมือง และ รุจิวรรณ อันสงคราม. (2565). โครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์การเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน : กลุ่มข้าวเจ๊กเชยเสาไห้ (ข้าว GI)จังหวัดสระบุรี มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาบริบทพื้นที่ ความเป็นมาและผลิตภัณฑ์จากข้าวเจ๊กเชยเสาไห้ อำเภอเสาไห้จังหวัดสระบุรี, เพื่อการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ข้าวเจ๊กเชยและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ็กเชยเสาไห้, เพื่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากเศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรและเพื่อออกแบบศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าและแผนที่ชุมชนทางเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น : ข้าวเจ๊กเชยเสาไห้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน วิธีดำเนินการวิจัย เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ก่อนนำเข้าสู่กระบวนการออกแบบและการพัฒนารูปแบบใหม่

ผลการวิจัย พบว่า 1) การประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมายที่ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 คือ ชอบที่บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องคุ้มครองของผลิตภัณฑ์ภายในได้ดี เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ของปริมาณการบรรจุสินค้าภายในและกราฟิกบรรจุภัณฑ์แสดงจุดเด่นของข้าวและอัตลักษณ์พื้นที่เพาะปลูกข้าว บรรจุภัณฑ์มีสีสันสดใส ร่วมสมัย 2) การประเมินผลรูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (จากเศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตร) ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.23 คือ ชอบกระเป๋าสตรีที่นำเทคนิคการจักสานมาผสมผสานในการออกแบบ ทำให้เกิดความน่าสนใจ รวมทั้งการนำเอาลักษณะพื้นผิว สีของกระดาษ ความหนาบางของกระดาษมาใช้ในงานออกแบบ 3) การประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ศูนย์จำหน่ายสินค้าและแผนที่ชุมชน ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.22 คือ ชอบแนวคิดที่นำอัตลักษณ์ของพื้นที่การเพาะปลูกข้าว เอารูปแบบของยุ้งข้าวในอดีตมาถ่ายทอดในงานออกแบบให้สามารถเชื่อมโยงกันได้อย่างดี

อำไพ แสงจันทร์ไทย และ จิรวัฒน์ พิระสันต์. (2558). โครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาเฟอร์นิเจอร์จากผักตบชวาของกลุ่มจักสานผักตบชวาบ้านวงฆ้อง อำเภอลานกระบือ จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า การทำเครื่องจักสานผักตบชวามีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น นำมาผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์ และผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน รูปแบบที่นิยมทำกันทั่วไปเป็นรูปทรงเรขาคณิต เนื่องจากเป็นรูปทรงที่ง่ายต่อการผลิต หรือการสานขึ้นรูป แต่จากการศึกษาความต้องการของตลาดก็ยังมีความต้องการรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ส่วนเรื่อง สีสัน ความต้องการของตลาดจะเป็นสีจากธรรมชาติ ส่วนสีที่เกิดจากการย้อมสีเคมีมีส่วนน้อย ไม่ค่อยได้รับการนิยม

รัฐพงศ์ ปิ่นแก้ว และ พัสตราภรณ์ ทิพยโสธร. (2557). โครงการวิจัย เรื่อง การออกแบบภูมิทัศน์วัฒนธรรมปากคลองสวนหมาก เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของพื้นที่จัดอยู่ในประเภทวัฒนธรรมนำภูมิทัศน์ โดยพื้นที่องค์ประกอบเกี่ยวเนื่องทางวัฒนธรรมนั้น คือ บริเวณพื้นที่ ตั้งแต่วัดสว่างอารมณ์ ยาวมาจนถึงวัดพระบรมธาตุ ซึ่งผู้ที่เข้ามาใช้พื้นที่ส่วนใหญ่จะมาไหว้พระ และศึกษาประวัติศาสตร์ แนวทางในการออกแบบภูมิทัศน์วัฒนธรรม ควรมีการฟื้นฟูชีวิตให้คืนกลับมาสู่ชุมชนด้วยการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเป็นย่านการค้าดั้งเดิม โดยใช้วิถีชีวิตนำการค้า

วรินทร์ธร ไชยสิทธิ์ และ วรรักษ์ สุเฌอ. (2561). โครงการวิจัย เรื่อง การจัดการจัดภูมิทัศน์

วัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษา สถานีรถไฟลำพูน จังหวัดลำพูน พบว่า ในการสรุปแนวคิดในการนำเสนอผ่านทุนวัฒนธรรมของพื้นที่เขตเมืองเก่าจังหวัดลำพูน แบ่งพื้นที่การจัดสรรเพื่อการพัฒนาพื้นที่ดังนี้ 1) การอนุรักษาอาคารทรงมนิลาเดิม 2) การออกแบบอาคารใหม่ ที่แสดงออกถึงความทับซ้อนทางวัฒนธรรมผ่านรูปแบบงานสถาปัตยกรรม 3) การปรับปรุงพื้นที่สวนป่ารกร้างบริเวณข้างเคียง การวิจัยนี้เป็นแนวทางในการนำภูมิทัศน์วัฒนธรรมไปต่อยอดในการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของพื้นที่และการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่น และเพื่อก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกด้านอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว และผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ นอกจากนั้นแล้ว จากการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ยังได้รับผลพลอยได้เป็นกระบวนการออกแบบภูมิทัศน์วัฒนธรรรมเพื่อการท่องเที่ยว ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในกรออกแบบภูมิทัศน์วัฒนธรรมในพื้นที่อื่น ๆ ได้อีกด้วย

อัญชัน จงเจริญ. (2554). โครงการวิจัย เรื่อง พัฒนารูปแบบและมาตรฐานการจัดธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง พบว่า การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการและรูปแบบการจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง และเพื่อพัฒนารูปแบบและมาตรฐานการจัดการธุรกิจที่เหมาะสม เพื่อนำไปเป็นต้นแบบการจัดการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาครัฐและเอกชน จำนวน 3 ท่านและผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง 6 ร้าน จำนวน 6 คน และผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณจากการสอบถามลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าจากทางร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากจังหวัดระนอง จำนวน 400 คน จากนั้นทำการประชุมกลุ่มย่อยผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ผล ดังนี้

ผลการวิจัย พบว่า 1) ด้านการผลิต มีการบริหารจัดการด้านทางการผลิต โดยมีผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะที่คล้ายเกือบทุกร้าน คือ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ กะปิและอาหารทะเลแห้ง จุดเด่นของผลิตภัณฑ์อยู่ที่ความสด ใหม่และความสะอาดของผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าเป็นผู้ดำเนินการเองทั้งหมด ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์และการออกวางจำหน่าย 2) ด้านราคา ผู้ประกอบการมีการตั้งราคาสินค้าที่มีความเหมาะสม 3) ด้านการจัดจำหน่าย ร้านจำหน่ายสินค้าสะอาด มีการจัดวางสินค้าได้เหมาะสมและมีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าได้ดี 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า มีการสื่อสารแนะนำผลิตภัณฑ์สินค้าให้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้ขายสินค้าหน้าร้านด้วยตนเอง 5) สภาพและปัญหาของผู้ประกอบการเห็นว่าร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง ที่ไม่มีกลยุทธ์สามารถดึงดูดลูกค้า ผู้ประกอบการไม่มีความรู้ในด้านการตลาดหรือการจัดการผลิตภัณฑ์เท่าที่ควร

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

ชุดโครงการวิจัย เรื่อง "การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัติวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี" มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 รูปแบบการวิจัย
3.2 ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย
3.3 ระยะเวลาดำเนินงานวิจัย
3.4 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล
3.7 การนำเสนอข้อมูล

3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology Research) อันประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีการสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสอบถาม การสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) อาทิ ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้นำชุมชน หน่วยงานราชการในพื้นที่และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ชุดโครงการวิจัยตามแผนงาน เรื่อง "การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัติวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี" แบ่งลักษณะการวิจัย 2 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้ในการศึกษาค้นคว้าข้อมูล การวิเคราะห์องค์ความรู้ทางบริบทพื้นที่ ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์โอท็อป ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการ ด้านทางการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี มาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ผล นำผลที่ได้สู่การประยุกต์ใช้ประกอบการกำหนดแนวคิดและผลงานการออกแบบ

- ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามเพื่อหาความต้องการและความพึงพอใจรูปแบบใหม่ของกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง) ทั้งก่อนและหลังของการออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของบริบทพื้นที่ วิถีชีวิต ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์โอท็อป ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการ ด้านทางการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

- กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร หน่วยงานราชการในพื้นที่ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม) ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

- ตัวแปรต้น ได้แก่ แบบสอบถามการสร้างกระบวนการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของบริบทพื้นที่ ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์โอท็อป ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการ ด้านทางการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

- ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะโดยผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร หน่วยงานราชการในพื้นที่ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม) ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้เชี่ยวชาญและคณะทำงาน

3.2.2 หาแนวคิดทางการออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

- กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร หน่วยงานราชการในพื้นที่ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม) ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้เชี่ยวชาญและคณะทำงาน

- ตัวแปรต้น ได้แก่ แบบสอบถาม ในการกำหนดความต้องการ แนวคิด กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี โดยผู้ประกอบการร้านค้า ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร หน่วยงานราชการในพื้นที่ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม) ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้เชี่ยวชาญและคณะทำงาน ในประเด็นรูปแบบลักษณะของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ สินค้า ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและการใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่น

- ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร หน่วยงานราชการในพื้นที่ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม) ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้เชี่ยวชาญและคณะทำงาน

3.2.3 สร้างและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

- กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้ประกอบ

การร้านค้า ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร หน่วยงานราชการในพื้นที่ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม) ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้เชี่ยวชาญและคณะทำงาน

- ตัวแปรต้น ได้แก่ การสอบถาม การสนทนาการมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี โดยผู้ประกอบการร้านค้า ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร หน่วยงานราชการในพื้นที่ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม) ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้เชี่ยวชาญและคณะทำงาน ในประเด็นของขีดความสามารถของชุมชน อัตลักษณ์ รูปแบบ วัสดุอุปกรณ์และกระบวนการผลิตจริง

- ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและการปฏิบัติงาน โดยผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร หน่วยงานราชการในพื้นที่ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม) ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้เชี่ยวชาญและคณะทำงาน

3.2.4 ประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

- ประชากร ได้แก่ ประชาชนและนักท่องเที่ยวภายในตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 66 คน

- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนและนักท่องเที่ยวภายในตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 57 คน

โดยวิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (อ้างใน นิรัช สุดสังข์, 2548) ตามความคาดเคลื่อน 10% และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและโดยบังเอิญ (Accidental Sampling)

- ตัวแปรต้น ได้แก่ แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี โดยประชาชนและนักท่องเที่ยวภายในตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

- ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยประชาชนและนักท่องเที่ยวภายในตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

3.3 ระยะเวลาดำเนินงานวิจัย

ชุดโครงการวิจัยตามแผนงาน เรื่อง “การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี” โดยผู้วิจัยได้ใช้ระยะเวลา 1 ปี ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2565 ถึงเดือนกันยายน 2566 มี

วิธีการดำเนินงาน ดังนี้

3.3.1 ศึกษาทฤษฎี แนวคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3.2 ศึกษาบริบทพื้นที่ที่จะทำการวิจัยและลงพื้นที่หาข้อมูลในพื้นที่วิจัยจริง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาเพิ่มเติมให้ละเอียดเชิงลึกในรูปการสำรวจ (Survay)

3.3.3 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากห้องสมุดมหาวิทยาลัยศิลปากร ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, หอสมุดแห่งชาติ และอื่น ๆ

3.3.4 การสร้างกรอบแนวคิดและกระบวนการวิจัย สร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูลภาคสนามและให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

3.3.5 การวางแผนเก็บข้อมูลภาคสนาม การสัมภาษณ์ การสำรวจ การจดบันทึกและการถ่ายภาพ

3.3.6 การตรวจสอบข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการสรุปผลข้อมูลการวิจัยเบื้องต้น

3.3.7 การสังเคราะห์ผลข้อมูล

3.3.8 การกำหนดแนวคิดการออกแบบ เพื่อนำสู่กระบวนการ/แนวทางการออกแบบ

3.3.9 กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

3.3.10 ประเมินผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

3.3.11 การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

3.3.12 การประเมินผลจากแบบสอบถามความพึงพอใจรูปแบบใหม่ของต้นแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จากกลุ่มตัวอย่าง

3.3.13 การสรุปผลการวิจัย

3.3.14 จัดทำรูปเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์

3.3.15 การจดลิขสิทธิ์ทางปัญญา (สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์)

3.3.16 ถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีแก่พื้นที่ชุมชนการวิจัย

3.3.17 การตีพิมพ์วารสาร ระดับชาติ (บทความวิจัย)

3.4 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ชุดโครงการวิจัยตามแผนงาน เรื่อง “การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี” ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.4.1 แบบการสำรวจพื้นที่ภาคสนาม (Survey)

3.4.2 แบบการสอบถาม/สัมภาษณ์ ชนิดมีโครงสร้าง (Structured Interview)

3.4.3 แบบสอบถามความพึงพอใจด้านการออกแบบ (Satisfaction Questionnaire)

ทั้งนี้ผู้วิจัยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัยและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

1) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากทฤษฎี แนวคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2) ร่างเครื่องมือประเภทแบบสำรวจพื้นที่ภาคสนาม แบบการสัมภาษณ์ การสำรวจ ตามกรอบการวิจัยที่กำหนด

3) นำเครื่องมือวิจัยที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง ซึ่งหมายถึง แบบร่างเครื่องมือวิจัย มีที่ความถูกต้องตามหลักวิชาการ, ความเหมาะสม หมายถึง รายการที่นำมาประเมิน มีความเหมาะสมกับสภาพผู้ถูกสัมภาษณ์ มีองค์ประกอบเหมาะสมเป็นไปได้ในทางปฏิบัติและมีความสอดคล้อง ซึ่งหมายถึง รายการที่นำมาประเมินมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย สอดคล้องกันองค์ประกอบและบริบทต่าง ๆ

4) นำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงเครื่องมือการวิจัย

5) จัดทำเครื่องมือวิจัยฉบับสมบูรณ์

6) นำเครื่องมือวิจัยฉบับสมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

7) ตรวจสอบการใช้งานของเครื่องมือวิจัย

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ชุดโครงการวิจัยตามแผนงาน เรื่อง “การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัติวิถี แบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี” ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source of Data) ส่งหนังสือพร้อมการติดต่อประสานงานด้วยตนเองกับบุคคล หน่วยงานราชการหรือพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลของประเภททุติยภูมิจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

3.5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิหรือข้อมูลภาคสนาม ขอความร่วมมือถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งชาวบ้านในชุมชน ผู้ประกอบการร้านค้า หน่วยงานราชการในพื้นที่ที่มีส่วนร่วมในการเก็บข้อมูล เป็นการสัมภาษณ์

3.5.3 การลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม แบบสำรวจพื้นที่ภาคสนาม (Survey) โดยการสำรวจการสัมภาษณ์ของอัตลักษณ์ท้องถิ่น ชุมชน บริบทพื้นที่ วิถีชีวิต ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์โอท็อป ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการ ด้านทางการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี แต่ละประเภทและแต่ละสถานที่ พร้อมกับการเก็บข้อมูล แบบการสอบถาม/สัมภาษณ์และบันทึกภาพในการเก็บข้อมูล

3.5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม/สัมภาษณ์ ชนิดมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ

3.5.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants)

3.5.6 การสอบถาม/สัมภาษณ์ ชนิดมีโครงสร้าง โดยผู้วิจัยจะรวมสนทนากับกลุ่มเป้าหมาย สอบถามรายละเอียดข้อมูลต่าง ๆ และเป็นผู้คอยจุดประเด็นในการสนทนา เพื่อให้กลุ่มเกิดแนวคิดและการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาได้กว้างขวาง ซึ่งเลือกจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รู้และปฏิบัติงาน ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถศึกษาและสังเกตพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย ทำให้เข้าใจปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ สามารถซักถามแบบเจาะลึก การสังเกต โดยการนำผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านต่าง ๆ มาอภิปรายจากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) ในความต้องการทางการออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและนำอัตลักษณ์ท้องถิ่น ชุมชนมาใช้ให้เกิดการจดจำได้

3.5.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม การพูดคุยถึงความต้องการเบื้องต้นทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญของผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร ชาวบ้านในชุมชน นักท่องเที่ยวและหน่วยงานราชการในพื้นที่

3.5.8 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี (Satisfaction Questionnaire) เพื่อใช้ประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของผลงานการออกแบบตามชุดโครงการ

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ชุดโครงการวิจัยตามแผนงาน เรื่อง “การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัติวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี”
มีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นขั้นตอนที่สำคัญต่อกระบวนการศึกษาวิจัยเป็นอย่างยิ่ง จากการวิเคราะห์ผลการลงพื้นที่ภาคสนามเป็นข้อมูลที่เกี่ยวกับเหตุการณ์และกิจกรรมในบริบทพื้นที่วิจัย มีการสอบถาม/สัมภาษณ์ เพื่อยืนยันข้อมูลและรายละเอียดที่เพิ่มเติมเกี่ยวกับบริบทพื้นที่ วิถีชีวิต ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์โอท็อป ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ ด้านทางการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรีในการพิจารณาข้อมูล

3.6.2 การวิเคราะห์โดยการเปรียบเทียบข้อมูล โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาสังเคราะห์ผลและอภิปรายผลตามกรอบแนวคิดวิจัยและมีการนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบการรายงานเชิงพรรณนา

3.6.3 การวิเคราะห์โดยการนำผลจากอัตลักษณ์ของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ว่ามีอะไรบ้าง มีรูปแบบลักษณะ กระบวนการผลิตที่มีจุดเด่นเป็นอัตลักษณ์อะไร อย่างไร เพื่อนำไปสู่กระบวนการกำหนดแนวคิด และรูปแบบของผลงานการออกแบบ

3.6.4 การวิเคราะห์โดยการสำรวจพื้นที่ภาคสนาม มีการสอบถาม/สัมภาษณ์จากบริบทพื้นที่ในชุมชนจากหน่วยงานราชการ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้นำชุมชนและประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียร ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแนวทางในการออกแบบ

3.6.5 การวิเคราะห์กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ของชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้เกิดคุณค่าทางความงามควบคู่กับการใช้งานที่เหมาะสม ก่อนสร้างต้นแบบชิ้นงาน โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมชุมชน

3.6.6 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำผลที่ได้จากแบบสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเบื้องต้นเป็นข้อมูลกำหนดแนวคิดและกระบวนการออกแบบ โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน

3.6.7 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำผลที่ได้จากแบบสอบถามความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่การออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจากกลุ่มตัวอย่าง ใช้ประเมินผลความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายถึงความพึงพอใจและสรุปผลพร้อมตารางประกอบคำอธิบาย ด้วยวิธีเขียนแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล จากเครื่องมือที่ใช้การวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถาม ข้อมูลเบื้องต้นแบบประเมินผลงานการออกแบบ โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่าระดับคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ใช้สถิติพื้นฐานประกอบการ วิเคราะห์ คือ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบตารางและอภิปรายผล โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1) ค่าเฉลี่ย

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ค่าผลรวมคะแนนทั้งหมด

N แทน ค่าจำนวนข้อมูลทั้งหมด

2) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$S.D = \sqrt{\frac{\sum(X-\bar{X})^2}{N}}$$

เมื่อ S.D แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

N แทน จำนวนคะแนนในกลุ่ม

$\sum$ แทน ผลรวม

X แทน คะแนนแต่ละตัว

$\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย

ค่าสถิติที่ใช้เป็นการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean)และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)ของระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัติวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

โดยนำเสนอในลักษณะตารางประกอบคำอธิบาย แบ่งระดับเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

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

3.7 การนำเสนอข้อมูล

ชุดโครงการวิจัยตามแผนงาน เรื่อง “การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัติวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี” เป็นวิธีแบบผสมผสานวิธีการวิจัย ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณเข้าด้วยกันมีการกำหนดกรอบแนวคิด การออกแบบผลิตภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์ แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิจัย ใช้วิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์และใช้การผลิตและสร้างต้นแบบผลงานการออกแบบตามชุดโครงการ โดยพิจารณาจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ให้เกิดความถูกต้อง เหมาะสมและแม่นยำ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตามชุดโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย โครงการย่อย 3 โครงการ ดังนี้

- โครงการย่อยที่ 1 : การพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

- โครงการย่อยที่ 2 : การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

- โครงการย่อยที่ 3 : แนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลบริบทพื้นที่ ความเป็นมาของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โอท็อป, ผลิตภัณฑ์ชุมชน, แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน, แผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

4.3 ผลการวิเคราะห์การออกแบบและพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

4.4 ผลการวิเคราะห์การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

4.5 ผลการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์, การออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าและการอกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลบริบทพื้นที่ ความเป็นมาของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

★ลักษณะพื้นที่ตั้ง

ตำบลบางงาม ตั้งอยู่ในเขตอำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอศรีประจันต์ ประมาณ 13 กิโลเมตร ทางทิศตะวันตก มีแม่น้ำท่าจีนกั้นกลาง สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบลุ่ม มีเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 26.000 ตารางกิโลเมตร ประมาณ 16,229 ไร่ ทำการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 61.51 ของพื้นที่ทั้งหมด ประมาณ 9,982 ไร่ มีอาณาเขตพื้นที่ ทิศเหนือ ติดกับ ตำบลวังหว้าและตำบลบ้านกร่าง อำเภอศรีประจันต์ ทิศใต้ ติดกับ ตำบลมดแดง อำเภอศรีประจันต์ และตำบลไร่รถ อำเภอดอนเจดีย์ ทิศตะวันออก ติดกับ ตำบลศรีประจันต์ อำเภอศรีประจันต์ และทิศตะวันตก ติดกับ ตำบลดอนเจดีย์ และตำบลไร่รถ อำเภอดอนเจดีย์

★การคมนาคม

การคมนาคม ในตำบลบางงาม ใช้เส้นทางคมนาคมโดยรถยนต์ได้หลายเส้นทางติดต่อกับตำบลอื่น ๆ อำเภอ จังหวัด ไปมาได้สะดวก เส้นทางส่วนใหญ่เป็นถนนคอนกรีตและถนนลาดยางสะดวกในการเดินทาง ถนนที่ผ่านมีหลายเส้นทาง ดังนี้

ถนนลาดยางทางหลวง สายศรีประจันต์ - ดอนเจดีย์ ผ่านตำบล จำนวน 1 สาย

ถนนลาดยางกรมโยธาธิการ สายบ้านสวนสัก – ไร่รถ จำนวน 1 สาย

ถนนลาดยางภายในตำบลบางงาม จำนวน 10 สาย

ถนนลูกรังภายในหมู่บ้าน จำนวน 60 สาย

ถนนดินภายในหมู่บ้าน จำนวน 18 สาย

★สถานที่สำคัญทางพระพุทธศาสนา

1. วัดหนองเพียร ตั้งอยู่ในตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผู้คนนิยมมาสักการะบูชาตลอดทั้งปี อีกทั้งมีพื้นที่จำหน่ายสินค้าทางการเกษตรตามวิถีชาวบ้านในพื้นด้วย

2. วัดโพธาราม

★ทรัพยากร แหล่งน้ำธรรมชาติและแหล่งน้ำที่สร้างขึ้น

1. แม่น้ำ (แม่น้ำท่าคอย) 1 แห่ง

★ผลิตภัณฑ์โอท็อปและผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา, ไม้ไผ่, หวายและเส้นพลาสติก

2. ผลิตภัณฑ์อาหาร อาทิ ขนมหวาน ปลาร้า ไข่เค็มสมุนไพรใบเตย

3. พืช ผัก สมุนไพรทางการเกษตร

★สถานที่สำคัญ

1. วัดหนองเพียร

2. วัดโพธาราม

3. ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบ หมู่บ้านท่าคอย

4. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชน

5. แม่น้ำท่าคอย

6. ที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม

7. โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพชุมชนตำบลบางงาม

8. โรงพบาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านทุ่งขโมย



ภาพที่ 42 ภาพพื้นที่ตั้งวัดหนองเพียร

ที่มา : รุจิวรรณ อันสงคราม

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โอท็อป, ผลิตภัณฑ์ชุมชน, แหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน, แผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

4.2.1 โครงการย่อยที่ 1 : การพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

4.2.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ มีความสำคัญในการช่วยปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าทางการตลาดและให้เกิดการจดจำ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่แบรนด์สินค้า มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 2 ประเภท คือ 1) ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา และ 2) ข้าวไรซ์เบอรี่ของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัด

สุพรรณบุรีแห่งนี้ เป็นการสร้างรูปลักษณ์ใหม่ ให้เกิดความสะดุดตาและสร้างความสนใจแก่กลุ่มเป้าหมาย/ผู้บริโภค โดยเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับการจำหน่ายปลีก (รายหน่วย) เพื่อช่วยส่งเสริมการขายและเกิดการจดจำของผู้บริโภค เป็นการนำภาพถ่ายผลิตภัณฑ์จริงและภาพลายกราฟิกมาใช้ผสมผสานกันในงานออกแบบให้เกิดความน่าสนใจ สร้างอารมณ์ร่วมจากการสัมผัสด้วยสายตา ใช้หลักเกณฑ์การออกแบบ คือ ดูร่วมสมัย เรียบง่าย สะอาดตาและต้นทุนในการผลิตไม่ยุ่งยาก ราคาไม่แพงนัก เหมาะสมกับการใช้งานที่ง่ายและนำอัตลักษณ์สินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่น ชุมชนมาใช้ประกอบ เพื่อเสนอขายแก่นักท่องเที่ยวได้ดี

ด้านการออกแบบออกแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่

1) สายคาด/ฉลากป้ายแขวน ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา ใช้กระดาษอาร์ตการ์ด 130-160 แกรมม์ ในการผลิตจริง เพื่อให้หนาและแข็งแรงขึ้น ไม่ฉีกขาดง่าย
2) ฉลากสติกเกอร์ ข้าวไรซ์เบอรี่ ของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ใช้กระดาษสติกเกอร์เคลือบเงา ชนิดมันในการผลิตจริง จะได้สีสันที่สดใส คมชัด

ใช้ระบบการพิมพ์ แบบระบบดิจิตอล ที่มีระบบการพิมพ์ได้หลากหลายสี คมชัด สวยงาม และพิมพ์ได้สำหรับจำนวนการผลิตที่ไม่มากนักจนถึงจำนวนการที่มาก ๆ ได้ จึงเหมาะสำหรับกลุ่มวิสาหกิจหรือผู้ผลิตฯ ที่พึ่งเริ่มต้นธุรกิจการจำหน่ายได้ดี

ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ จะใช้ผลงานภาพถ่ายผลิตภัณฑ์จริงและภาพลายกราฟิกที่มาใช้ผสมผสานกันในงานออกแบบ เน้นรูปแบบ สีสันที่เป็นลักษณะแนวสีออกธรรมชาติ (ออร์แกนิกส์) จากสีของตัวผลิตภัณฑ์แต่ละผลิตภัณฑ์เป็นหลัก สีสัน ดูสดใส ชัดเจน, แสดงรายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ข้อมูลแบรนด์สินค้า คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การดูแลรักษา สถานที่และเบอร์ติดต่อของผู้ผลิต ทั้งนำอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจริงในพื้นที่ชุมชน มานำเสนอประกอบแนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีของผลิตภัณฑ์กับนักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลและรู้จักผลิตภัณฑ์ในพื้นที่มากยิ่งขึ้นและยังตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายตอบสนองต่อหน้าที่ใช้สอยให้ครบถ้วน เหมาะสม รวมทั้งด้านรูปแบบ สีสัน ลวดลาย ที่มีความสดใส สวยงาม เด็กความสะดุดตาเวลาวางจำหน่ายร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

4.2.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา

ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา จะแบ่งเป็น 2 ชุด ได้แก่

1) ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวาเชิงพาณิชย์

สงเสริมและเน้นการเพิ่มทักษะและการผลิตจากภูมิปัญญาเดิม ภายในพื้นที่ของตำบลบางงาม โดยเข้าไปพัฒนาทางด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวาให้หลากหลายมากขึ้น ได้แก่ กระเป๋าสะพาย หมอนอิง ที่คาดผม เป็นต้น แต่ยังคงใช้วัสดุ คือ ผักตบชวา ที่มีในท้องถิ่นเป็นหลักในการผลิต เน้นการผลิต เพื่อจำหน่ายสร้างรายได้แก่ครอบครัว กระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน (ดังภาพที่ 43)

2) ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวาเชิงสร้างสรรค์

เน้นการเพิ่มทักษะและการผลิตจริงที่มีความชำนาญมากขึ้น ต่อยอดการจดสิทธิบัตรทางทรัพย์สินทางปัญญา โดยเข้าไปพัฒนาทางด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา ได้แก่ กระเป๋าสะพาย กระเป๋าถือ และภาชนะใส่แก้วเยติ ซึ่งเป็นการนำวัสดุหลัก คือ ผักตบชวา มาออกแบบผสมผสานกับวัสดุรอง

คือ สายหนัง และ หมุดโลหะ ซึ่งในการออกแบบได้นำไอเดีย แนวคิดจากนำอัตลักษณ์ของพื้นที่ชุมชนมาใช้ อาทิ แม่น้ำท่าคอย บริบทพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ด้วยธรรมชาติ วิถีชีวิตที่เรียบง่ายของผู้คนที่อาศัยอยู่ในตำบลบางงามกับความคิดสร้างสรรค์จนเกิดเป็นผลงานดังกล่าวขึ้น (ดังภาพที่ 44)

4.2.2 โครงการย่อยที่ 2 : การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยมีกระบวนการในการออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนกาท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน ซึ่งขั้นตอนในการออกแบบ ดังนี้

1) PART 1 ศึกษาและเก็บรวบรวบข้อมูล ทฤษฎี เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

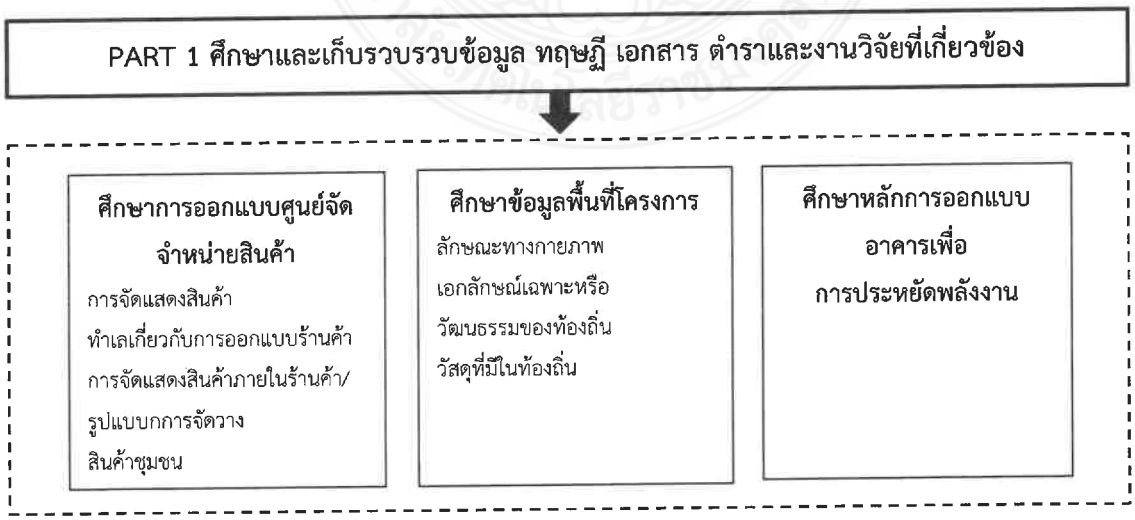
โดยผู้วิจัยได้ศึกษาการออกแบบศูนย์จัดจำหน่ายสินค้า ศึกษาข้อมูลพื้นที่โครงการ ศึกษาหลักการออกแบบอาคาร เพื่อการประหยัดพลังงาน

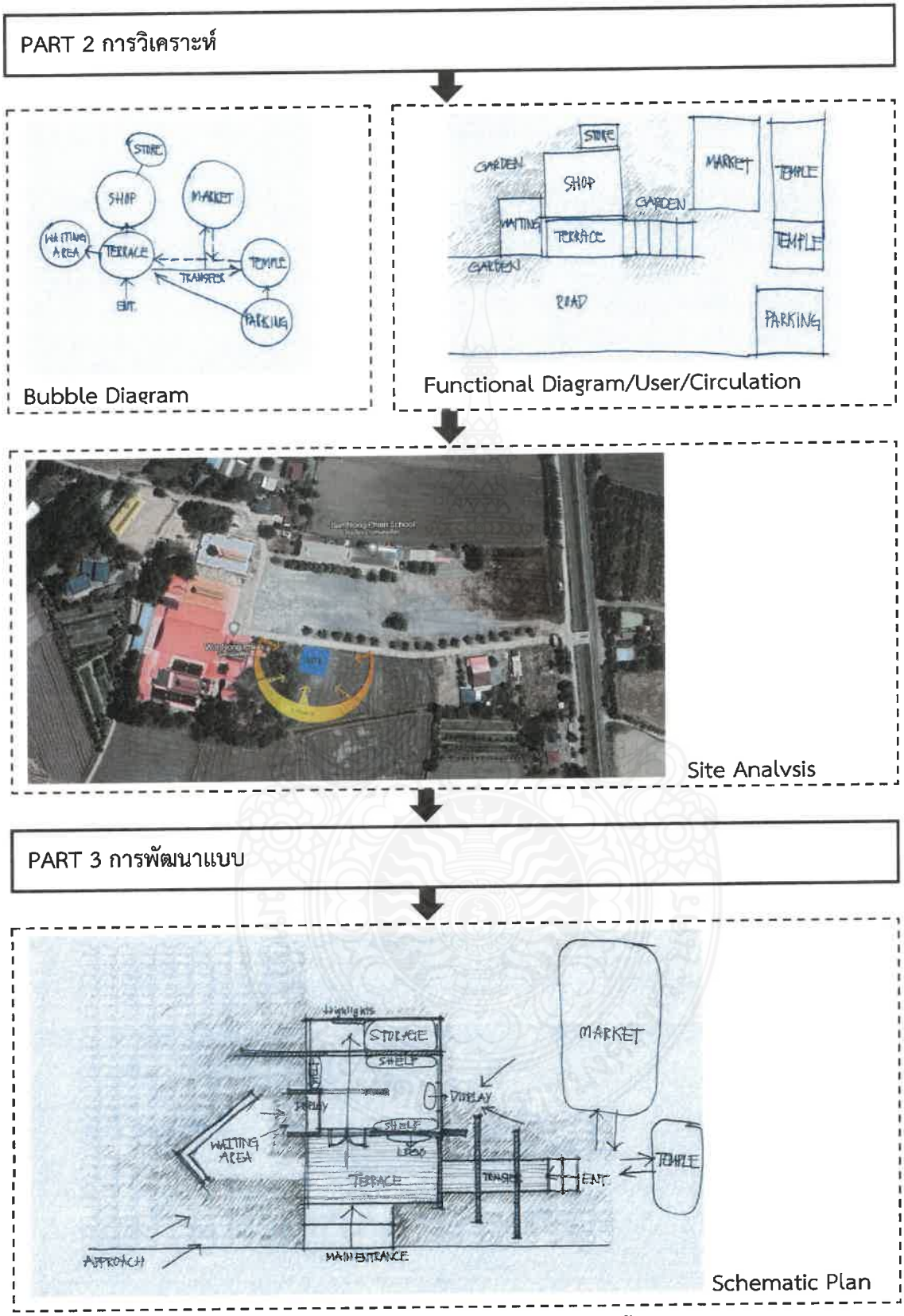
2) PART 2 การวิเคราะห์

จากการศึกษาข้อมูลพื้นที่ตั้งโครงการพบว่าตำแหน่งที่เหมาะสมกับแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี คือ วัดหนองเพียร ตั้งอยู่ในตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผู้คนนิยมมาสักการะบูชาตลอดทั้งปี อีกทั้งยังมีพื้นที่จำหน่ายสินค้าทางการเกษตรตามวิถีชาวบ้านในพื้นด้วย ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษา เรื่อง การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ในพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวเดิมอยู่แล้ว เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนเพิ่มขึ้น อีกทั้งการออกแบบที่ควรศึกษาให้มีการดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วยออกมาเป็น Bubble Diagram/ Functional Diagram/User/Circulation ผนวกกับ Site Analysis เพื่อพัฒนาสู่กระบวนการออกแบบในขั้นต่อไป

3) PART 3 การพัฒนาแบบ

ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบเป็น Schematic Plan ที่มาจากการวิเคราะห์ใน Part 2 โดยมีการเชื่อมต่อจากการเดินตลาดชุมชนและสักการะพระพุทธศาสนา ดังนี้

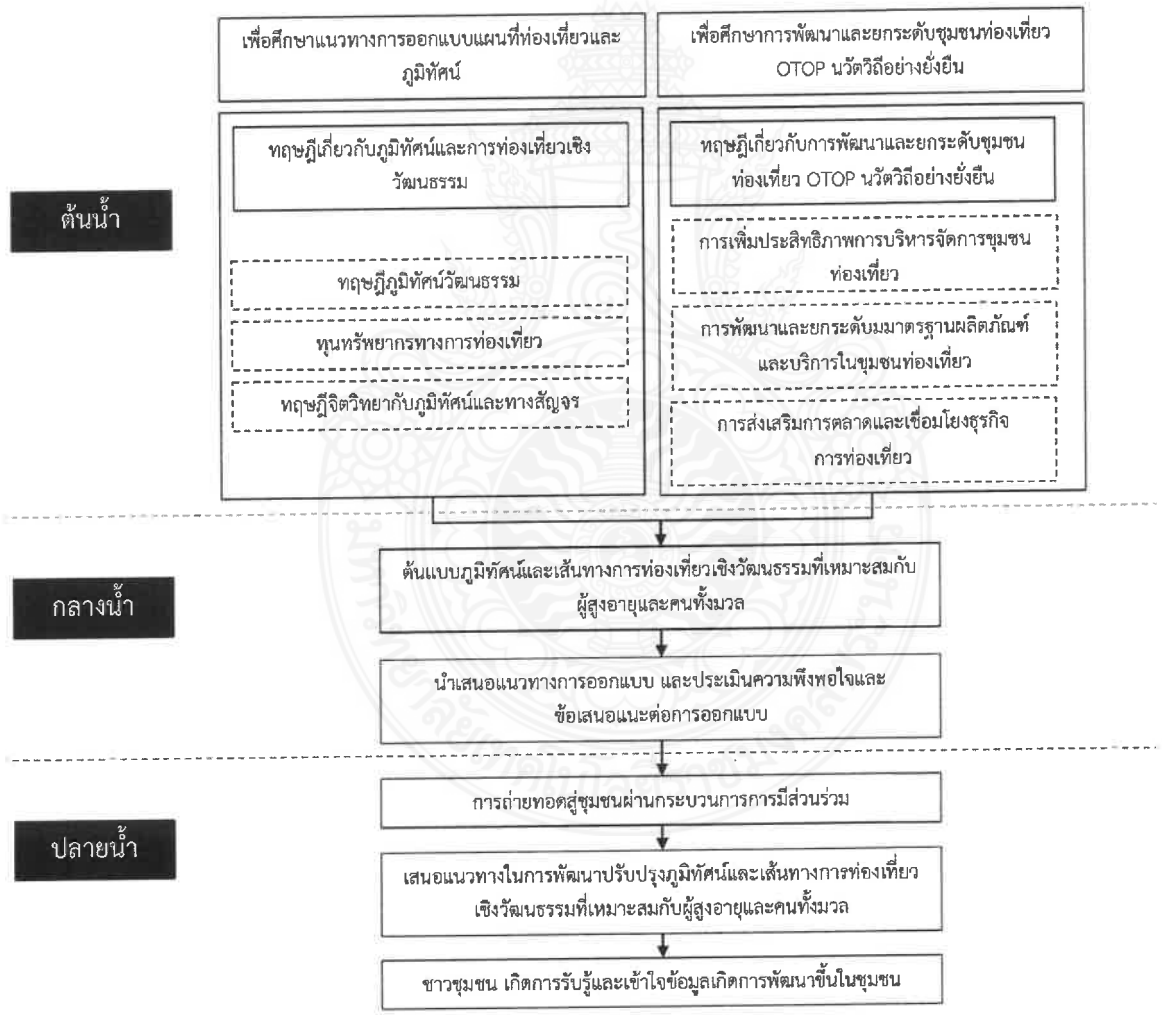




ภาพที่ 43 ผลงานการออกแบบแหลงจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน

ที่มา : รุจิวรรณ อันสงคราม

4.2.3 โครงการย่อยที่ 3 : แนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน พบว่า มีพื้นที่บริเวณวัดหนองเพียร ที่ถูกจัดตั้งเป็นตลาดชุมชนตำบลบางงาม เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ต่อมาเมื่อลงพื้นที่เก็บข้อมูลในระยะที่ 2 และจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายที่ใช้งานพื้นที่ สำรวจและรังวัดพื้นที่เดิมเพื่อที่จะปรับปรุงเพื่อนำไปพัฒนาจัดทำแบบนำเสนอทางสถาปัตยกรรม พบว่า พื้นที่ต้องการการออกแบบแต่ละการใช้งานให้เป็นสัดส่วนมากยิ่งขึ้น ได้แก่ พื้นที่ขายของ พื้นที่นั่งรับประทานอาหาร และพื้นจัดเก็บขยะ และได้นำมาออกแบบนำเสนอแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ โดยนำแนวคิดการออกแบบพื้นที่โดยเน้นตอบสนองการใช้งาน เพื่อรองรับทุกกิจกรรม และรักษาธรรมชาติเดิมของพื้นที่เอาไว้ ได้แก่ ต้นไม้เก่าในพื้นที่ที่ยังรักษาไว้ และการออกแบบวัสดุต่าง ๆ ให้กับบริบทรอบ ๆ สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี



ภาพที่ 44 วิธีการดำเนินการวิจัยทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค

4.3 ผลการวิเคราะห์การออกแบบและพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

4.3.1 ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี

1) บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา



ภาพที่ 45 บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

2) บรรจุภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอรี่





ภาพที่ 46 บรรจุภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอรี่

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

4.3.2 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา

ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา จะแบ่งเป็น 2 ชุด ได้แก่

4.3.2.1 ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวาเชิงพาณิชย์

4.3.2.2 ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวาเชิงสร้างสรรค์

4.3.2.1 ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวาเชิงพาณิชย์



ภาพที่ 47 ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวาเชิงพาณิชย์

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

4.3.2.2 ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวาเชิงสร้างสรรค์



ภาพที่ 48 ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวาเชิงสร้างสรรค์

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

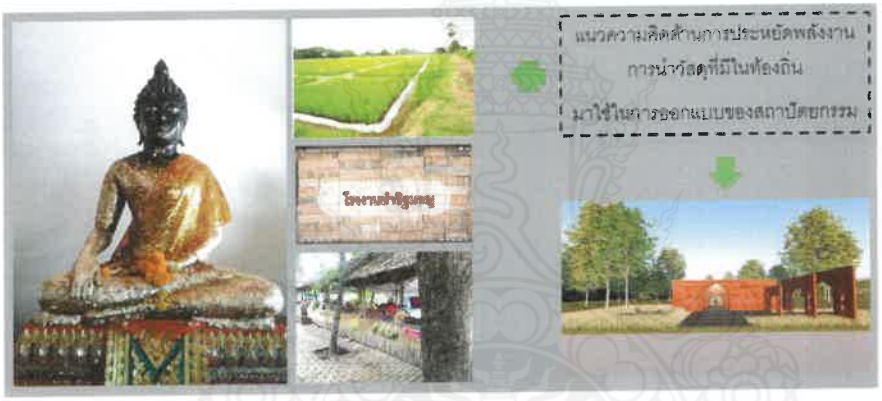
4.4 ผลการวิเคราะห์การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

จากกระบวนการออกแบบได้พัฒนาแบบสู่ขั้นสมบูรณ์แบบ มีเนื้อหาและรายละเอียดงานวิจัย ดังนี้

4.4.1) แนวความคิดโครงการ

เป็นการนำความศรัทธาทางพระพุทธศาสนาอันเป็นที่สักการะของผู้ที่มากราบไหว้ ผนวกเข้ากับแนวความคิดทางด้านการประหยัดพลังงาน เน้นการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติและการออกแบบให้มีพื้นที่ภายในสามารถปรับประยุกต์ได้ตามผลิตภัณฑ์ในชุมชน

โดยใช้หลักการออกแบบทางสถาปัตยกรรม ที่นำเอกลักษณ์เฉพาะหรือวัฒนธรรมของท้องถิ่นเลือกวัสดุก่อสร้างที่มีในท้องถิ่น รวมไปถึงการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยใช้เทคโนโลยีสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกับชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นต้นแบบให้ชุมชนและพื้นที่อื่นๆ สามารถก่อสร้างได้อย่างง่าย ด้วยวัสดุที่มีในท้องถิ่น การอาศัยหลักการทางธรรมชาติเข้าใช้อย่างคุ้มค่า (ดังภาพแสดงที่ 47)



ภาพที่ 49 แนวความคิดโครงการ

ที่มา : รุจิวรรณ อันสงคราม

4.4.2) ผังบริเวณ ที่ตั้งโครงการ วัดหนองเพียร ที่ตั้งอยู่ตำบลบางงาม อ.ศรีประจันต์ จ.สุพรรณบุรี

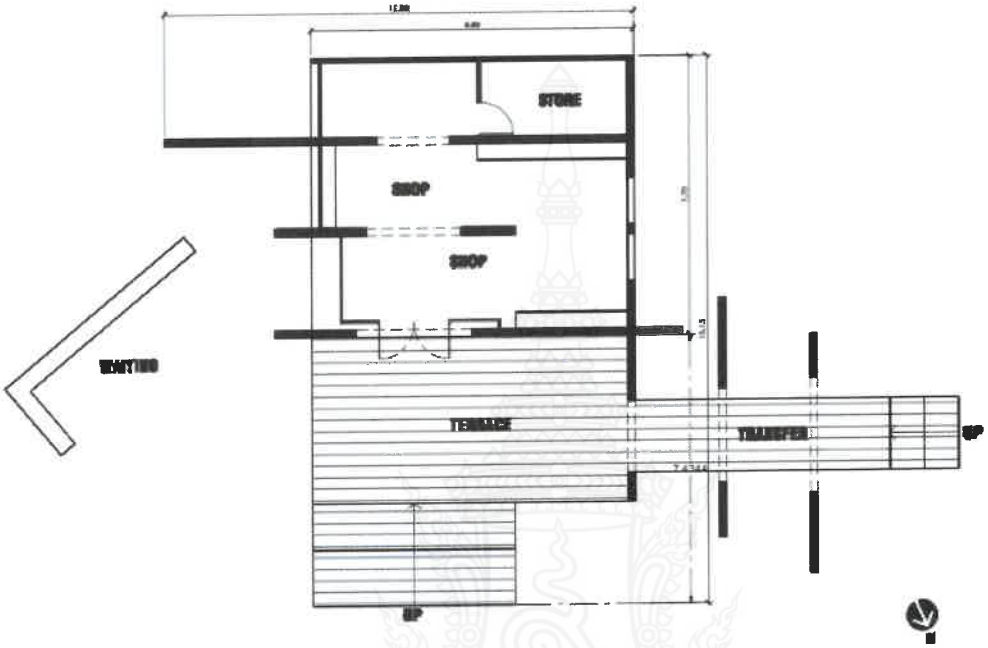


ภาพที่ 50 แสดงผังบริเวณ

ที่มา : รุจิวรรณ อันสงคราม

4.4.3) ผังพื้น

การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายใน 65 ตารางเมตร



ภาพที่ 51 แสดงผังพื้น

ที่มา : รุจิวรรณ อันสงคราม



ภาพที่ 52 แสดงผังพื้น

ที่มา : รุจิวรรณ อันสงคราม

4.4.4) รูปด้าน



รูปด้านหน้า



รูปด้านซ้าย



รูปด้านหลัง

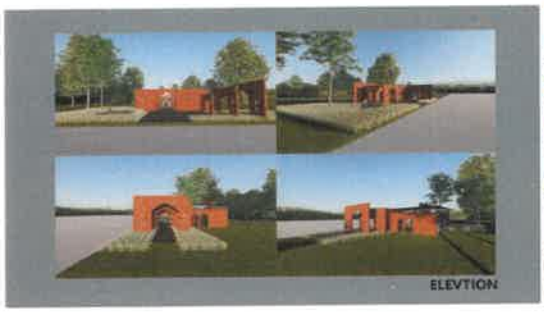


รูปด้านขวา

ภาพที่ 53 แสดงรูปด้าน

ที่มา : รุจิวรรณ อันสงคราม

4.4.5) รูปทัศนียภาพ






INTERIOR









ภาพที่ 54 แสดงรูปทัศนียภาพ

ที่มา : รุจิวรรณ อันสงคราม

4.4.6) โมเดลจำลอง





ภาพที่ 55 แสดงรูปโมเดลจำลอง

ที่มา : รุจิวรรณ อันสงคราม

4.5 ผลการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

แนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน ได้มีการวิเคราะห์การวิจัย ดังนี้

4.5.1 แผนที่ท่องเที่ยว ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการรวมรวมข้อมูล สถานที่สำคัญของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา ศูนย์การเรียนรู้ต่าง ๆ สถานที่ท่องเที่ยวและที่พักแรม



ภาพที่ 56 แผนที่ท่องเที่ยว ตำบลบางงาม อำเภออศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค

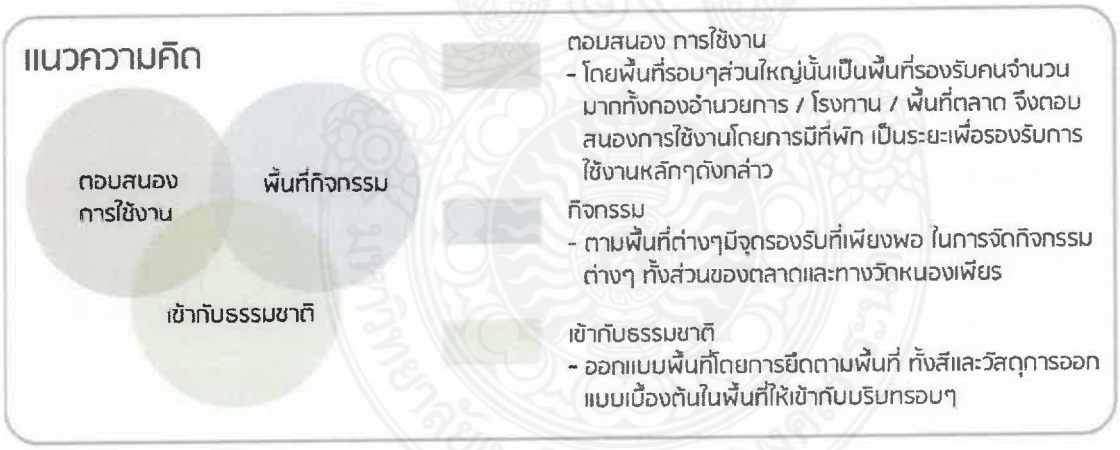
4.5.2 ภูมิทัศน์ ตลาดชุมชนตำบลบางงาม อำเภออศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการสำรวจสภาพที่ตั้งจริงของตลาดชุมชนคนตำบลบางงาม พบว่า สถานที่มีศักยภาพที่ดีทั้งในด้านนโยบายที่สนับสนุน ทำเลที่ตั้งที่มีศักยภาพในการเข้าถึง อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ แต่ยังขาดการจัดการที่ดีในพื้นที่ ทั้งในแง่ของการออกแบบทางกายภาพ และการบริหารจัดการ เช่น การแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้งานและการจัดเก็บขยะ



ภาพที่ 57 สภาพปัจจุบันของตลาดชุมชนตำบลบางงาม

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค



ภาพที่ 58 แนวความคิดการออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค

แนวคิดการออกแบบพื้นที่โดยเน้นตอบสนองการใช้งาน เพื่อรองรับทุกกิจกรรมในพื้นที่ที่เน้นกิจกรรมเดิมในพื้นที่ และรักษาธรรมชาติเดิมของพื้นที่เอาไว้ ได้แก่ ต้นไม้เก่าในพื้นที่ที่ยังรักษาไว้ และการออกแบบวัสดุต่าง ๆ ให้กับบริบทพื้นที่รอบ ๆ



ภาพที่ 59 ทัศนียภาพการออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค



ภาพที่ 60 ทัศนียภาพการออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค



ภาพที่ 61 ทัศนียภาพการออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค



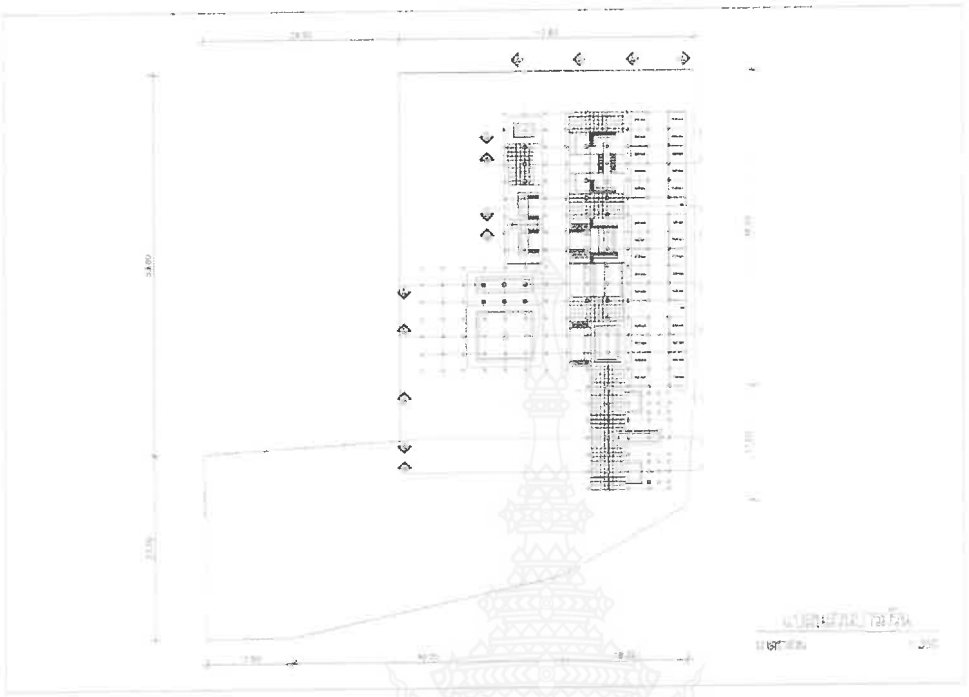
ภาพที่ 62 ภาพทัศนียภาพการออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค



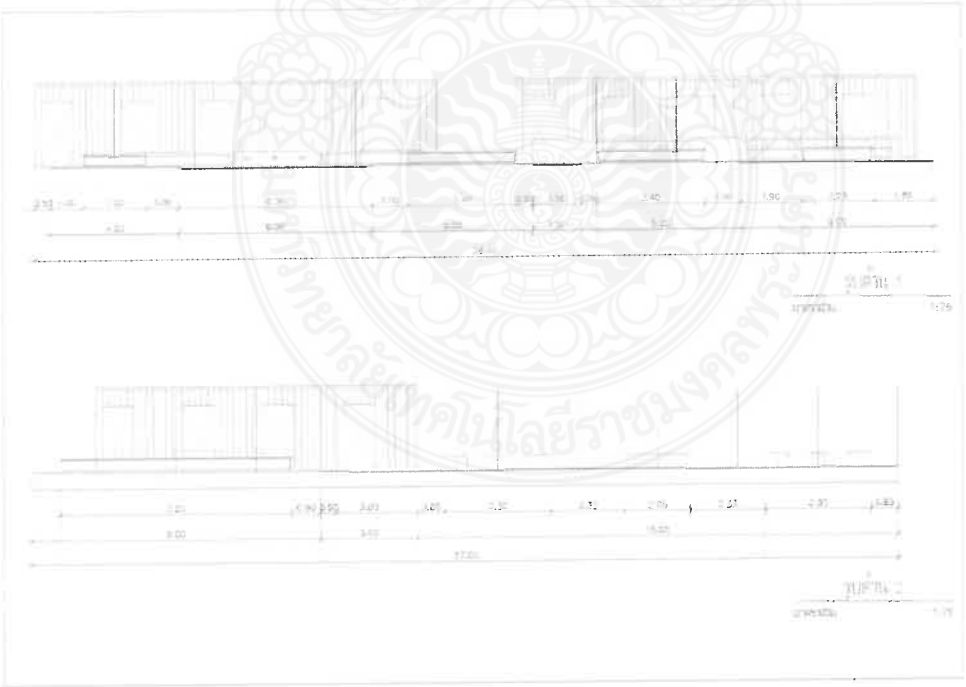
ภาพที่ 63 แนวทางการออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค



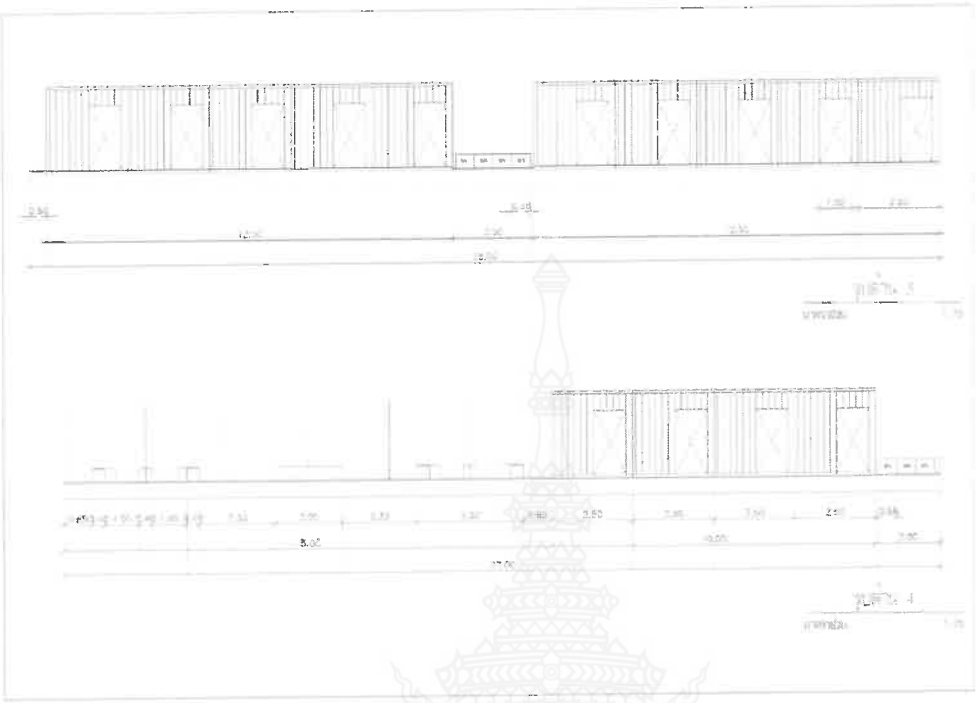
ภาพที่ 64 ผังการออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค

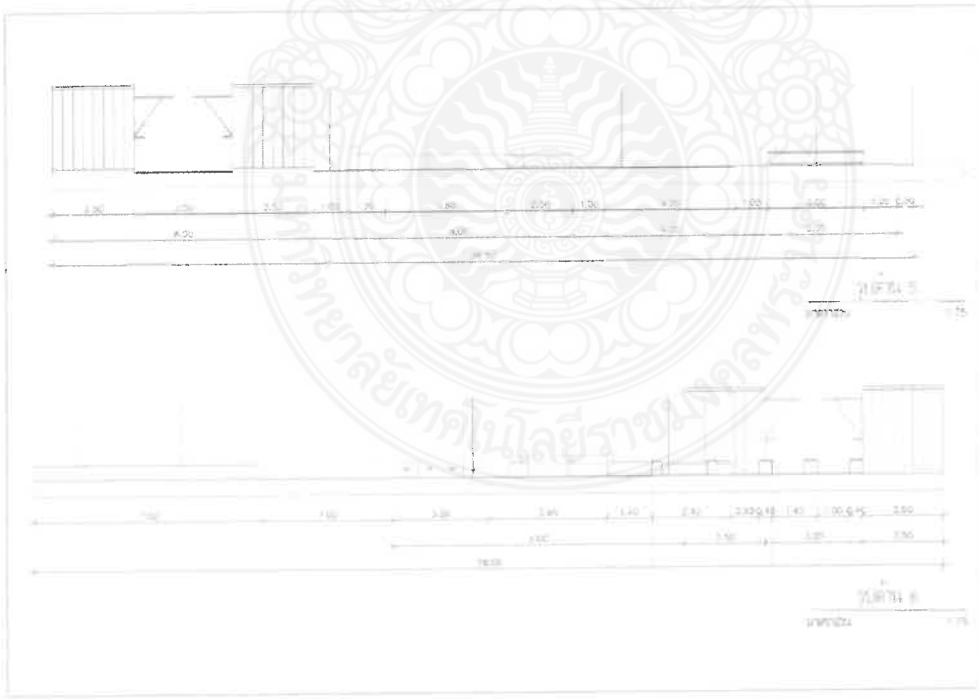


ภาพที่ 65 รูปด้าน 1, 2 การออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม

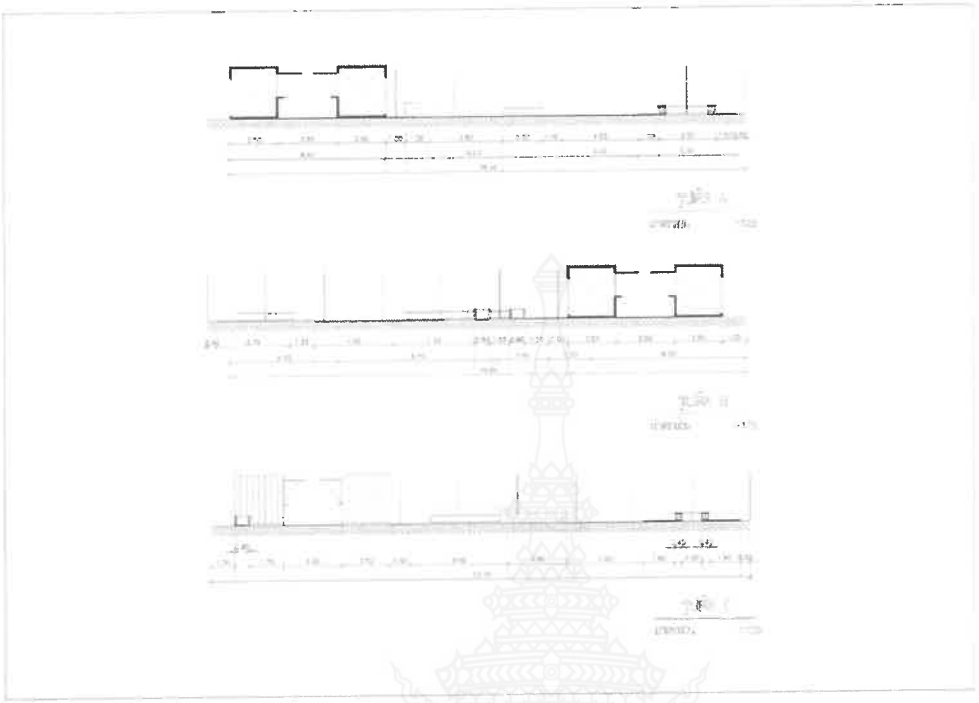
ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค



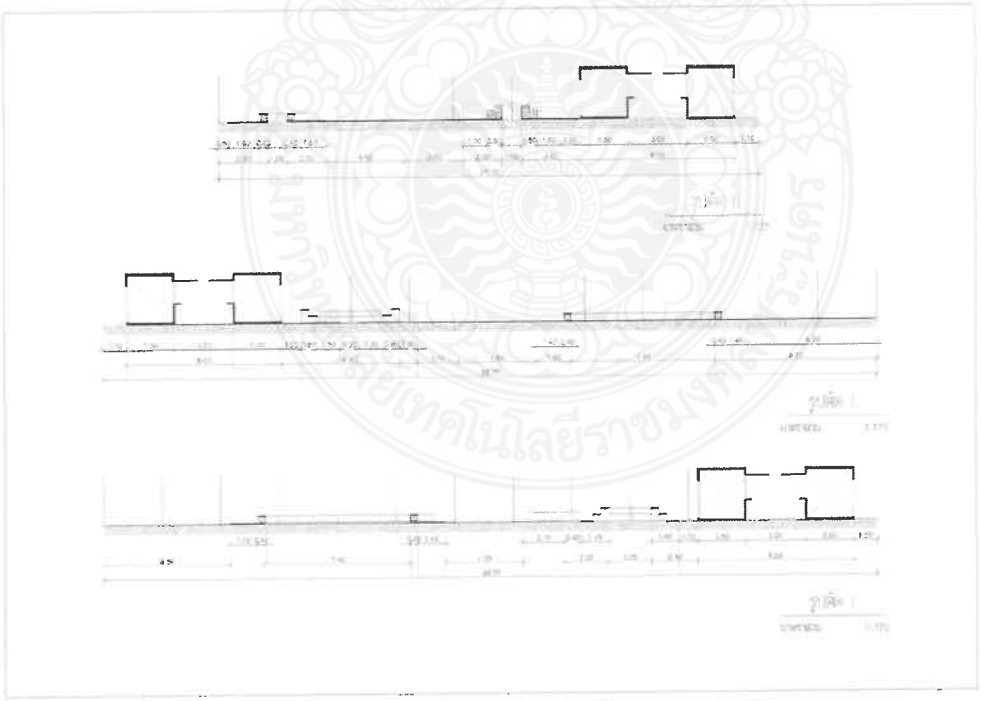
ภาพที่ 66 รูปด้าน 3, 4 การออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม
ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค



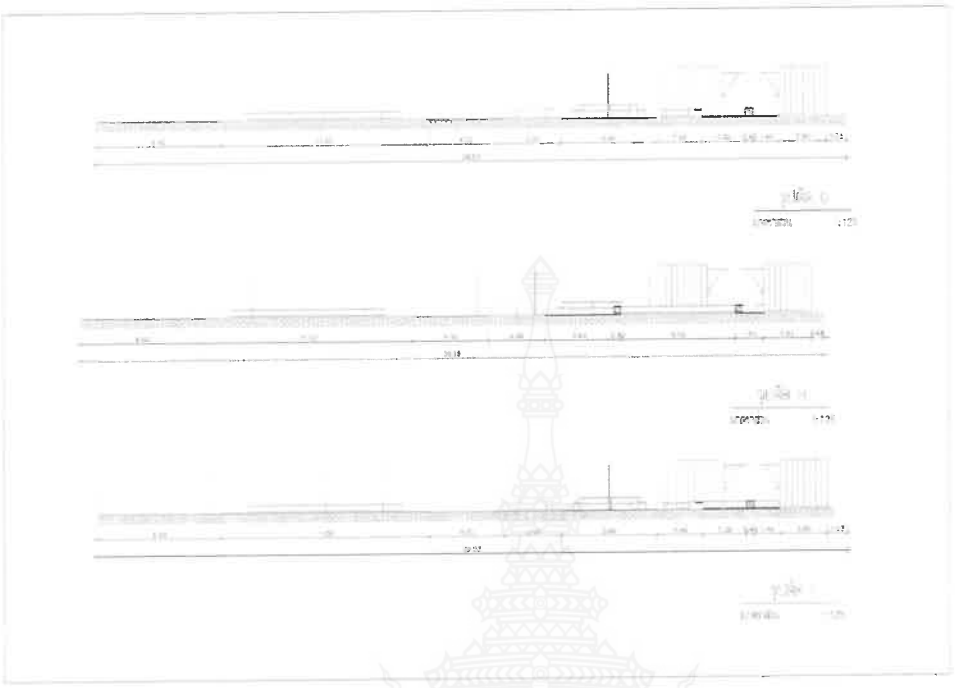
ภาพที่ 67 รูปด้าน 5,6 การออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม
ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค



ภาพที่ 68 รูปตัด A, B, C การออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม
ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค

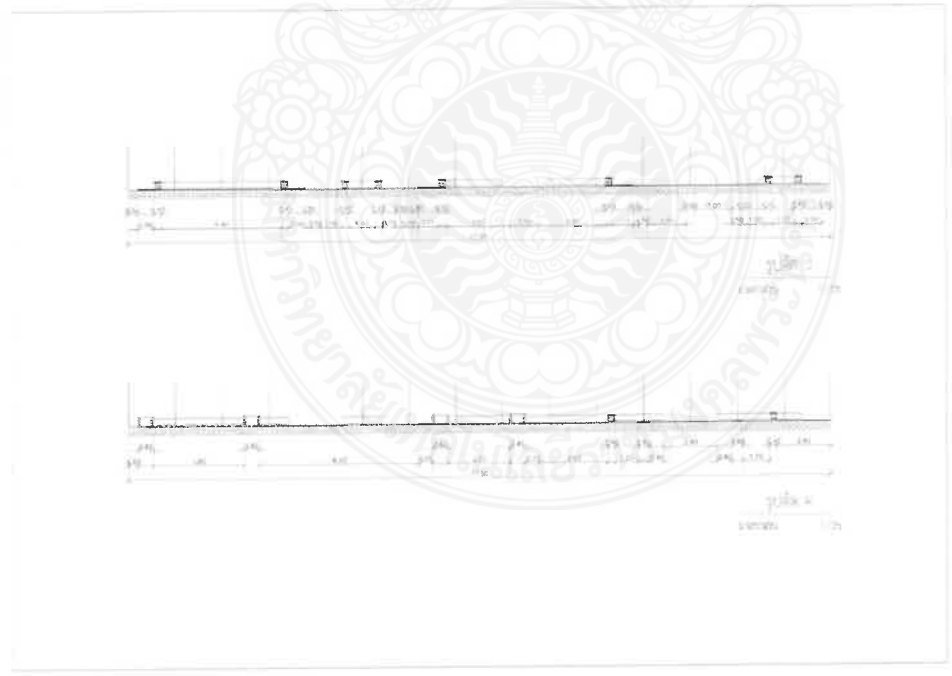


ภาพที่ 69 รูปตัด D, E, F การออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม
ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค



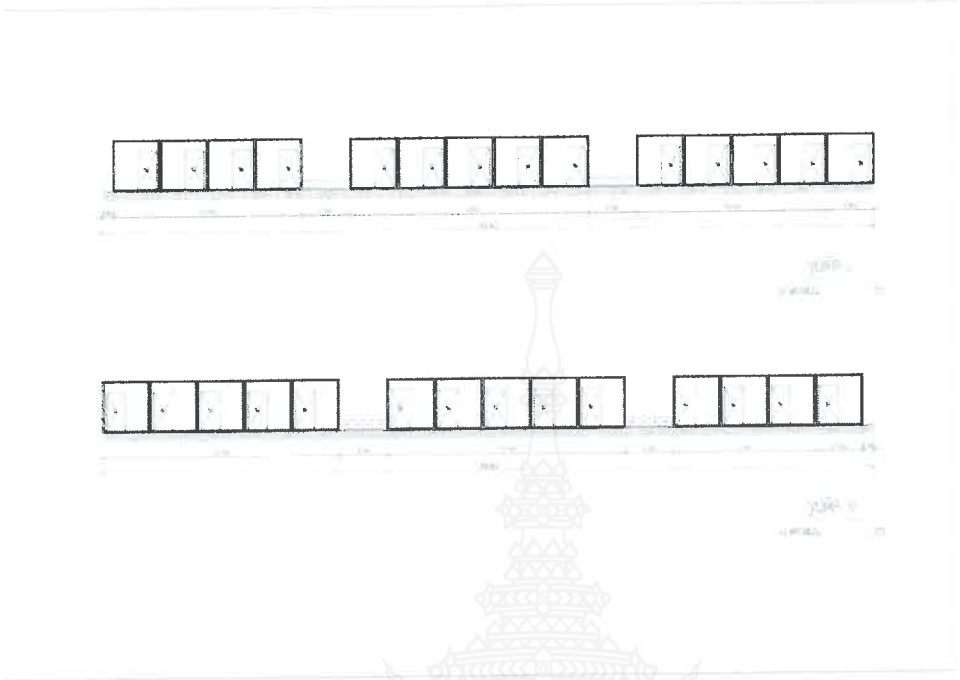
ภาพที่ 70 รูปตัด G, H, I การออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค



ภาพที่ 71 รูปตัด J, K การออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค



ภาพที่ 72 รูปตัด L, M การออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค



ภาพที่ 73 ภาพหุ่นจำลองการออกแบบภูมิทัศน์ตลาดชุมชนตำบลบางงาม

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค



ภาพที่ 74 ภาพหุ่นจำลองแบบขยายตลาดชุมชนตำบลบางงาม

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค

4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์, การออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าและการอกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

4.6.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมาย

แบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้นประกอบการกำหนดแนวคิดทางการออกแบบของกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 66 ชุด ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบ ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 66)

สถานภาพ		ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	21	31.81
	หญิง	45	68.19
รวม		**66**	**100**

สถานภาพ		ความถี่	ร้อยละ
2. สถานภาพ	"อาศัย" อยู่ตำบลบางงาม	66	100
	"ไม่ได้อาศัย" อยู่ตำบลบางงาม	0	0
	รวม	**66**	**100**
3. อายุ	ต่ำกว่าอายุ 20 ปี	5	7.58
	อายุ 21 - 30 ปี	5	7.58
	อายุ 31 - 40 ปี	13	19.69
	อายุ 41 - 50 ปี	27	40.91
	อายุ 51 - 60 ปี	9	13.64
	อายุ 61 ปีขึ้นไป	7	10.60
	รวม	**66**	**100**
4. อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	5	7.58
	รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	7	10.60
	เกษตรกร	21	31.81
	รับจ้าง / ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	23	34.86
	ว่างงาน / แม่บ้าน	7	10.60
	พนักงานบริษัทเอกชน (ภาคเอกชน)	3	4.55
	รวม	**66**	**100**
5. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่า ม.3	20	30.30
	ม.3 / ปวช / ปวส	31	46.97
	ปริญญาตรี	12	18.18
	สูงกว่าปริญญาตรี	3	4.55
	รวม	**66**	**100**
6. รายได้/เดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5	7.58
	ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท	10	15.16
	ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท	25	37.88
	ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท	18	27.27
	ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท	7	10.60

	สูงกว่า 45,001 บาท ขึ้นไป	1	1.51
	รวม	**66**	**100**

สรุปตารางที่ 4.1 กลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 66 คน ได้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (ร้อยละ 68.19) สถานภาพ เป็นประชาชนที่ “อาศัย” อยู่ในตำบลบางงามเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 100) ระดับของอายุ คือ มีช่วงอายุระหว่าง 41 - 50 ปี (ร้อยละ 40.91) กลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่อันดับแรก คือ รับจ้าง / ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 34.86) ระดับการศึกษา อันดับแรก คือ ม.3 / ปวช / ปวส (ร้อยละ 46.97) และกลุ่มผู้มีรายได้/เดือน อันดับแรก คือ มีเงินเดือน ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 37.88)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของพื้นที่ชุมชนต่อรูปแบบใหม่ของชุดโครงการวิจัยฯ

ตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลความถี่และค่าร้อยละต่อความต้องการรูปแบบใหม่ของพื้นที่วิจัย (n = 66)

สถานภาพ		**ความถี่**	**ร้อยละ**
1. ความต้องการต่อรูปแบบใหม่ของชุดโครงการวิจัยฯ	ต้องการ	66	100
	ไม่ต้องการ	0	0
	รวม	**66**	**100**
2. ต้องการส่งเสริมถึงอัตลักษณ์ / จุดเด่นของตำบลบางงามใด	ศิลปวัฒนธรรม	11	16.67
	พระพุทธศาสนา	21	31.81
	การท่องเที่ยวชุมชนนวัตวิถี	7	10.60
	วิถีชีวิต บริบทพื้นที่	7	10.60
	ผลิตภัณฑ์โอท็อป / ผลิตภัณฑ์ชุมชน	16	24.26
	อาหารการกิน	4	6.06
	รวม	**66**	**100**
3. ต้องการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของสินค้าชนิดใดภายในตำบลบางงาม	ผลิตภัณฑ์จักสานต่าง ๆ	19	28.78
	ข้าวไรซ์เบอรี่ / ข้าวสุพรรณ กข	26	39.40
	ปลาร้า	7	10.60
	ไข่เค็มสมุนไพรใบเตย	3	4.55
	อื่น ๆ (พืช ผัก สมุนไพรภายในพื้นที่)	11	16.67
	รวม	**66**	**100**

สถานภาพ		ความถี่	ร้อยละ
4. สีสัน/ลวดลาย	โทนสีแบบสดใส	8	12.12
	โทนสีแบบเรียบง่าย (สีขาว คลีนๆ)	17	25.75
	โทนสีแบบเน้นสีธรรมชาติ (ออร์แกนิกส์)	30	45.46
	โทนสีแบบ ECO (รักษ์สิ่งแวดล้อม)	11	16.67
	รวม	**66**	**100**

สรุปตารางที่ 4.2 กลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 66 คน ได้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ มีความต้องการต่อรูปแบบใหม่ของชุดโครงการวิจัยฯ อยู่ระดับมากที่สุด คือ (ร้อยละ 100) โดยในพื้นที่ชุมชนตำบลบางงาม ต้องการส่งเสริมและดึงเอาอัตลักษณ์และจุดเด่นของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ทางด้านพระพุทธศาสนา ที่ชาวบ้านให้ความเคราพนับถือมาช้านาน คือ พระพุทธรูปของหลวงพ่อดำและหลวงพ่อขาว วัดหนองเพียร อันเป็นศูนย์รวมจิตใจของพุทธศาสนิกชนภายในชุมชนตำบลบางงาม (ร้อยละ 31.81) รองลงมาคือ สินค้าผลิตภัณฑ์โอท็อป/ผลิตภัณฑ์ชุมชน (ร้อยละ 24.26) ส่วนความต้องการในการพัฒนาและยกระดับของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์โอท็อปและผลิตภัณฑ์ชุมชนภายในชุมชนตำบลบางงาม อันดับแรก คือ ข้าวไรซ์เบอรี่ / ข้าวสุพรรณ กข (ร้อยละ 39.40) และการเลือกใช้ “สีสัน/ลวดลาย” อันดับแรก คือ เน้นโทนสีที่ดูมีความเป็นออร์แกนิกส์ เน้นสีสันที่มีบรรยากาศเป็นธรรมชาติ อาทิ ทุ่งนา ทุ่งข้าวในเป็นเศรษฐกิจของพื้นที่วิจัย (ร้อยละ 45.46)

4.6.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์, การออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าและการอกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืนตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.3 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 57)

สถานภาพ		ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	20	35.09
	หญิง	37	64.91
	รวม	**57**	**100**
2. สถานภาพ	“อาศัย” อยู่ตำบลบางงาม	52	91.22
	“ไม่ได้อาศัย” อยู่ตำบลบางงาม	5	8.78

สถานภาพ		ความถี่	ร้อยละ
	รวม	**57**	**100**
3. อายุ	ต่ำกว่าอายุ 20 ปี	2	3.50
	อายุ 21 - 30 ปี	5	8.78
	อายุ 31 - 40 ปี	20	35.09
	อายุ 41 - 50 ปี	10	17.54
	อายุ 51 - 60 ปี	12	21.06
	อายุ 61 ปีขึ้นไป	8	14.03
	รวม	**57**	**100**
4. อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	2	3.51
	รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	5	8.78
	เกษตรกร	22	38.59
สถานภาพ		**ความถี่**	**ร้อยละ**
4. อาชีพ (ต่อ)	รับจ้าง / ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	20	35.09
	ว่างงาน / แม่บ้าน	5	8.78
	พนักงานบริษัทเอกชน (ภาคเอกชน)	3	5.25
	รวม	**57**	**100**
5. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่า ม.3	10	17.54
	ม.3 / ปวช / ปวส	33	57.90
	ปริญญาตรี	12	21.05
	สูงกว่าปริญญาตรี	2	3.51
	รวม	**57**	**100**
6. รายได้/เดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	6	10.52
	ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท	11	19.30
	ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท	17	29.83
	ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท	20	35.09
	ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท	3	5.26
	สูงกว่า 45,001 บาท ขึ้นไป	0	0
	รวม	**57**	**100**

สรุปตารางที่ 4.3 กลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 57 คน ได้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (ร้อยละ 64.91) สถานภาพ เป็นประชาชนที่ "อาศัย" อยู่ในตำบลบางงามเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 91.22) ระดับอายุ คือ มีช่วงอายุระหว่าง 31 - 40 ปี (ร้อยละ 35.09) กลุ่มอาชีพ อันดับแรก คือ เกษตรกร (ร้อยละ 38.59) ระดับการศึกษา อันดับแรก คือ ม.3 / ปวช / ปวส (ร้อยละ 57.90) และกลุ่มผู้มีรายได้/เดือน อันดับแรก คือ มีเงินเดือน ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 35.09)

โดยแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์, การออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าและการอกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืนของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรีจากกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 57 ชุด ได้นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งระดับเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

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

ตอนที่ 2 แบบสอบถามแสดงการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์, การออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าและการอกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืนของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 4.4 แสดงระดับการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ (n = 57)

การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี				
รายการประเมิน	**ระดับคะแนน**		**ระดับความพึงพอใจ**	**ลำดับที่**
	$\bar{x}$	SD		
1. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์โอท็อป / ผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี				
1.1 รูปแบบของฉลากบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวม มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์	4.49	0.70	มาก	3
1.2 วัสดุการผลิตบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม	4.37	0.81	มาก	5
1.3 รูปแบบ สีสัน ลวดลายของรูปแบบฉลากสินคา ของบรรจุภัณฑ์ สวยงาม น่าสนใจ	4.63	0.55	มากที่สุด	2

1.4 เนื้อหารูปภาพ แสดงอัตลักษณ์ของข้าวไรเบอร์รี่ และผลิตภัณฑ์จักสานได้เหมาะสม สวยงาม	4.42	0.67	มาก	4
1.5 การแสดงรายละเอียดขอมูลบนฉลากบรรจุภัณฑ์ ได้ครบถ้วน เหมาะสม เข้าใจง่าย	4.07	0.62	มาก	6
1.6 โดยภาพรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถช่วยยกระดับและเพิ่มมูลค่าสินค้าได้ดี	4.74	0.44	มากที่สุด	1
รวม	**4.45**	**0.63**	**มาก**	
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี				
2.1 รูปแบบของผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา มีความน่าสนใจ มีการสร้างสรรค์ผลงานได้ดี	4.51	0.53	มากที่สุด	3
2.2 รูปแบบของผลิตภัณฑ์ฯ สามารถใช้งานได้จริง	4.77	0.42	มากที่สุด	1
2.3 การใช้งานของผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา ใช้งานได้ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยาก	4.44	0.65	มาก	6
2.4 การใช้วัสดุหลัก คือ ผักตบชวา ส่วนวัสดุรอง คือ หนังและหมุดโลหะ มีความน่าสนใจ สวยงาม	4.37	0.80	มาก	7
2.5 สีสัน ที่ใช้ในงานออกแบบฯ มีความสอดคล้องกับวัสดุที่มีความเป็นธรรมชาติและรักษ์โลกร้อน	4.49	0.70	มาก	4
2.6 ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา สามารถแสดงอัตลักษณ์ของวัสดุในการผลิตของพื้นที่ชุมชนตำบลบางงามได้อย่างดี	4.42	0.67	มาก	5
2.7 ท่านคิดว่า รูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวาจะสร้างความน่าสนใจ แปลกใหม่ให้แก่ชุมชนและนักท่องเที่ยวได้ดี	4.63	0.55	มากที่สุด	2
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวาตำบลบางงาม อ.ศรีประจันต์ จ.สุพรรณบุรี (ต่อ)				
รวม	**4.51**	**0.61**	**มากที่สุด**	
3. การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี				
3.1 การออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน มีความเหมาะสม สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ตำบลบางงาม โดยภาพรวม	4.32	0.73	มาก	4

3.2 การออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน มีความน่าสนใจ สามารถสร้างการดึงดูดใจกับนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ได้ดี	4.51	0.68	มากที่สุด	2
3.3 ประชาชนในพื้นที่ มีความพึงพอใจต่อแนวคิดด้านการประหยัดพลังงาน	4.70	0.46	มากที่สุด	1
3.4 ประชาชนในพื้นที่ มีความพึงพอใจต่อแนวคิดการนำวัสดุที่มีในท้องถิ่น มาใช้ในงานสถาปัตยกรรม	4.11	0.74	มาก	5
3.5 ประชาชนในพื้นที่ มีความสนใจต่อรูปแบบผลงานและสามารถนำไปต่อยอดในการพัฒนาและก่อสร้างงานจริงได้	4.34	0.71	มาก	3
รวม	**4.39**	**0.66**	**มาก**	
4. แนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี				
4.1 การออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ มีความเหมาะสม สอดคล้องกับการใช้งานในบริบทพื้นที่ตำบลบางงาม โดยภาพรวม	4.57	0.69	มากที่สุด	2
4.2 แนวทางการออกแบบภูมิทัศน์ “บริเวณพื้นที่ร้านค้า” ของตลาดชุมชนฯ มีความพึงพอใจระดับ	4.63	0.55	มากที่สุด	1
4.3 แนวทางการออกแบบภูมิทัศน์ “บริเวณพื้นที่นั่งพักผ่อน”ของตลาดชุมชนฯ มีความพึงพอใจระดับ	4.49	0.70	มาก	3
4.4 แนวทางการออกแบบภูมิทัศน์ “บริเวณพื้นที่จัดเก็บขยะ”ของตลาดชุมชนฯ มีความพึงพอใจระดับ	4.07	0.62	มาก	5
4.5 ชุมชนตำบลบางงาม มีความสนใจต่อรูปแบบและสามารถนำไปต่อยอดในการพัฒนาหรือก่อสร้างงานจริงได้	4.42	0.56	มาก	4
รวม	**4.43**	**0.62**	**มาก**	
รวมทั้งสิ้น	**4.44**	**0.63**	**ระดับมาก**	

สรุปตารางที่ 4.4 กลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 57 คน ได้ตอบแบบสอบถามตอชุดโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.44 และแยกการประเมินผลรายหัวข้อ ดังนี้

1. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์โอท็อป/ผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า :

- อันดับ 1) โดยภาพรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถช่วยยกระดับและเพิ่มมูลค่าสินค้าได้ดี ระดับความพึงพอใจอยู่ที่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.74

- อันดับ 2) รูปแบบ สีสัน ลวดลายของรูปแบบฉลากสินค้าของบรรจุภัณฑ์สวยงามน่าสนใจ ระดับความพึงพอใจอยู่ที่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า :

- อันดับ 1) รูปแบบของผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา สามารถใช้งานได้จริง ระดับความพึงพอใจอยู่ที่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.77

- อันดับ 2) ท่านคิดว่า รูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา สร้างความน่าสนใจ แปลกใหม่ให้แก่ชุมชนและนักท่องเที่ยวได้ดี ระดับความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63

3. การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า :

- อันดับ 1) ประชาชนในพื้นที่ มีความพึงพอใจต่อแนวคิดด้านการประหยัดพลังงาน ระดับความพึงพอใจอยู่ที่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.70

- อันดับ 2) การออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน มีความน่าสนใจ สามารถสร้างการดึงดูดใจกับนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ได้ดี ระดับความพึงพอใจอยู่ที่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51

4. แนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า :

- อันดับ 1) แนวทางการออกแบบภูมิทัศน์ “บริเวณพื้นที่ร้านค้า” ของตลาดชุมชนฯ ระดับความพึงพอใจอยู่ที่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63

- อันดับ 2) การออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ มีความเหมาะสม สอดคล้องกับการใช้งานในบริบทพื้นที่ตำบลบางงาม โดยภาพรวม ระดับความพึงพอใจอยู่ที่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.57

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ตามชุดโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งประกอบด้วยโครงการย่อย 3 โครงการ ดังนี้

- โครงการย่อยที่ 1 : การพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

- โครงการย่อยที่ 2 : การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

- โครงการย่อยที่ 3 : แนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

ซึ่งได้มีการสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะในงานวิจัย ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

ตามชุดโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology Research) มีผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย 4 ประการ คือ

5.1.1 เพื่อการพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีในเชิงพาณิชย์

5.1.2 เพื่อการออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

5.1.3 เพื่อหาแนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

5.1.4 เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบผลงานใหม่ของชุดโครงการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

โดยมีการสรุปผลการวิจัย ดังนี้

5.1.1 สรุปผลข้อมูลของพื้นที่ตำบลบางงาม ตั้งอยู่ในเขตอำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอศรีประจันต์ ประมาณ 13 กิโลเมตร ทางทิศตะวันตก จะมีแม่น้ำท่าจีนกั้นกลาง ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์มาก ปลูกอะไรก็งอกงามดี จึงเรียกว่า "บ้านบางงาม" ต่อมาจึงใช้ชื่อเป็นตำบลบางงาม สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบลุ่ม มีเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 26.000 ตารางกิโลเมตร ประมาณ 16,229 ไร่ ทำการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 61.51 ของพื้นที่ทั้งหมด ประมาณ 9,982 ไร่ มีอาณาเขตพื้นที่ทิศเหนือ ติดกับ ตำบลวังหว้า และตำบลบ้านกราง อำเภอศรีประจันต์ ทิศใต้ ติดกับ ตำบลมดแดง อำเภอศรีประจันต์ และตำบลไร่รถ อำเภอดอนเจดีย์ ทิศตะวันออก ติดกับ ตำบลศรีประจันต์ อำเภอศรีประจันต์ และทิศตะวันตก ติดกับ ตำบล ดอนเจดีย์ และตำบลไร่รถ อำเภอดอนเจดีย์ ประชากร ส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 90 ของผู้ที่มีงานทำประกอบอาชีพเกษตรกรรม คือ ทำนา ปลูกข้าว สวนผลไม้ เช่น มะม่วง ฝรั่ง อินทผาลัม รองลงมาเป็นอาชีพเลี้ยงสัตว์ ทำสวน ค้าขาย รับจ้าง ผลิตภัณฑ์โอท็อปและผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ข้าวไรซ์เบอรี่, ข้าวสุพรรณ กข, ปลาร้า, ไข่เค็มสมุนไพร พืช ผักและผลไม้ในพื้นที่ และสถานที่สำคัญทางพระพุทธศาสนาที่เป็นศูนย์รวมเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวตำบลบางงามมาช้านาน ได้แก่ พระพุทธรูปหลวงพ่อดำ หลวงพ่อขาว วัดหนองเพียร

5.1.2 สรุปผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 2 ประเภท คือ 1) ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา และ 2) ข้าวไรซ์เบอรี่ของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี สำหรับการจำหน่ายขายปลีก (รายหน่วย) ในการส่งเสริมการขายและเกิดการจดจำของผู้บริโภค ตามหลักเกณฑ์การออกแบบที่ต้องการให้มีลักษณะรูปแบบที่มีความร่วมสมัย ดูเรียบง่าย สะอาดตา ใช้ต้นทุนในการผลิตไม่ยุ่งยาก ราคาไม่แพง เหมาะสมกับการใช้งานที่ง่ายและนำอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ชุมชนมาใช้ประกอบการออกแบบได้อย่างลงตัว ดังนี้

ด้านการออกแบบออกแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่

1) สายคาด/ฉลากป้ายแขวน ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา ใช้กระดาษอาร์ตการ์ด 130 - 160 แกรมม์ ในการผลิตจริง เพื่อให้หนาและแข็งแรงขึ้น ไม่ฉีกขาดง่าย
2) ฉลากสติกเกอร์ ข้าวไรซ์เบอรี่ ของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ใช้กระดาษสติกเกอร์เคลือบเงา ชนิดมันในการผลิตจริง จะได้สีสันที่สดใส คมชัด

โดยใช้ระบบการพิมพ์แบบระบบดิจิตอล มีระบบการพิมพ์ได้หลากหลายสี คมชัด สวยงามและพิมพ์ได้สำหรับจำนวนการผลิตที่ไม่มากนักจนถึงจำนวนการพิมพ์ที่มีจำนวนมากได้ ที่เหมาะสำหรับกลุ่มวิสาหกิจหรือผู้ผลิต ฯ ที่พึ่งเริ่มต้นธุรกิจการจำหน่ายได้ดี

ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ จะใช้ผลงานภาพถ่ายผลิตภัณฑ์จริงและภาพลายกราฟิกมาใช้ผสมผสานกัน เน้นรูปแบบ สีสันที่เป็นลักษณะแนวธรรมชาติ (ออร์แกนิกส์) จากสีของตัวผลิตภัณฑ์แต่ละผลิตภัณฑ์เป็นหลัก สีสัน ดูสดใส ชัดเจน, แสดงรายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคได้ทราบ นำอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ชุมชน มาประกอบแนวคิดทางการออกแบบ ให้เกิดทัศนคติที่ดีของผลิตภัณฑ์กับนักท่องเที่ยว รู้สึกดีกับผลิตภัณฑ์นั้นมากขึ้น ตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ดี

5.1.3 สรุปผลการออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา

ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา จะแบ่งเป็น 2 ชุด ได้แก่

1) ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวาเชิงพาณิชย์

2) ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวาเชิงสร้างสรรค์

ที่เน้นส่งเสริม เพิ่มทักษะฝีมือในการผลิตของชาวบ้านจากภูมิปัญญาเดิม เข้ามาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางด้านรูปแบบ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายขึ้น เพื่อประโยชน์ทางด้านประโยชน์ใช้สอยและคุณค่าทางความสวยงามแต่ยังคงใช้วัสดุคือ ผักตบชวา ที่มีในท้องถิ่นเป็นหลักในการผลิต และผสมผสานวัสดุอื่น ๆ เข้าไปให้เหมาะสม ได้แก่ กระเป๋าถือ กระเป๋าสะพาย หมอนอิง ที่คาดผม เป็นต้น เน้นการผลิตและการจำหน่าย พื่อสร้างรายได้แก่ครอบครัว ชุมชน ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนได้

5.1.4 สรุปผลการออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน การท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ว่า กลุ่มผู้บริโภค ชุมชนและจังหวัดสุพรรณบุรี เกิดการรับรู้และรู้จักข้อมูลการพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้มากขึ้นและกว้างขึ้นในเชิงพาณิชย์ เกิดความพึงพอใจต่อการออกแบบผลงานตามขอบเขตของวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายในชุมชนสู่เศรษฐกิจฐานรากต่อยอดสู่ความเข้มแข็งของเศรษฐกิจของชุมชน สังคมและประเทศอย่างยั่งยืน

5.1.5 สรุปผลรูปแบบการออกแบบภูมิทัศน์ มีความเหมาะสมในการใช้งานพื้นที่มากยิ่งขึ้น มีการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยได้เต็มประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถแก้ปัญหา เรื่อง การจัดเก็บขยะและความเรียบร้อยสวยงามได้ ทำให้พื้นที่มีความน่าสนใจ ส่งผลให้เกิดการรับรู้ด้านการเข้าถึงและดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น โดยวัดหนองเพียร ได้นำต้นแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ที่คณะผู้วิจัยออกแบบผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม ไปนำเสนอเพื่อของบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐในการปรับปรุงต่อไป

5.1.6 สรุปผลการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์, การออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าและการอกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ดังนี้

1) ด้านความต้องการข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมาย

เป็นแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้นประกอบการกำหนดแนวคิดทางการออกแบบของกลุ่มเป้าหมาย

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 66 คน ได้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้ ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (ร้อยละ 68.19) สถานภาพ เป็นประชาชนที่ “อาศัย” อยู่ในตำบลบางงามเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 100) ระดับของอายุ คือ มีช่วงอายุระหว่าง 41 - 50 ปี (ร้อยละ 40.91) กลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่ อันดับแรก คือ รับจ้าง / ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 34.86) ระดับการศึกษา อันดับแรก คือ ม.3 / ปวช / ปวส (ร้อยละ 46.97) และกลุ่มผู้มีรายได้/เดือน อันดับแรก คือ มีเงินเดือน ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 37.88)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของพื้นที่ชุมชนต่อรูปแบบใหม่ของชุดโครงการวิจัยฯ พบว่า กลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 66 คน ได้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้ ส่วนใหญ่มีความต้องการต่อรูปแบบใหม่ของชุดโครงการวิจัยฯ อยู่ระดับมากที่สุด คือ (ร้อยละ 100) โดยในพื้นที่ชุมชนตำบลบางงาม ต้องการส่งเสริมและดึงเอาอัตลักษณ์และจุดเด่นของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ทางด้านพระพุทธศาสนา ที่ชาวบ้านให้ความเคราพนับถือมาช้านาน คือ พระพุทธรูปของหลวงพ่อดำและหลวงพ่อขาว วัดหนองเพียร อันเป็นศูนย์รวมจิตใจของพุทธศาสนิกชนภายในชุมชนตำบลบางงาม (ร้อยละ 31.81) รองลงมาคือ สินค้าผลิตภัณฑ์โอท็อป/ผลิตภัณฑ์ชุมชน (ร้อยละ 24.26) ส่วนความต้องการในการพัฒนาและยกระดับของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์โอท็อปและผลิตภัณฑ์ชุมชนภายในชุมชนตำบลบางงาม อันดับแรก คือ ข้าวไรซ์เบอรี่ / ข้าวสุพรรณ กข (ร้อยละ 39.40) และการเลือกใช้ “สีสัน/ลวดลาย” อันดับแรก คือ เน้นโทนสีที่ดูมีความเป็นออร์แกนิกส์ เน้นสีสันที่มีบรรยากาศเป็นธรรมชาติ อาทิ ทุ่งนา ทุ่งข้าวในเป็นเศรษฐกิจของพื้นที่วิจัย (ร้อยละ 45.46

2) ด้านความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์, การออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าและการอกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืนตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจรูปแบบใหม่ต่อชุดโครงการวิจัยของกลุ่มเป้าหมาย

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 57 คน ได้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (ร้อยละ 64.91) สถานภาพ เป็นประชาชนที่ “อาศัย” อยู่ในตำบลบางงามเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 91.22) ระดับอายุ คือ มีช่วงอายุระหว่าง 31 - 40 ปี (ร้อยละ 35.09) กลุ่มอาชีพ อันดับแรก คือ เกษตรกร (ร้อยละ 38.59) ระดับการศึกษา อันดับแรก คือ ม.3 / ปวช / ปวส (ร้อยละ 57.90) และกลุ่มผู้มีรายได้/เดือน อันดับแรก คือ มีเงินเดือน ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 35.09)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์, การออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าและการอกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืนของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ดังนี

1) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์โอท็อป/ผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี อันดับแรก พบว่า : โดยภาพรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถช่วยยกระดับและเพิ่มมูลค่าสินค้าได้ดี ระดับความพึงพอใจอยู่ที่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.74

2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี อันดับแรก พบว่า : รูปแบบของผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา สามารถใช้งานได้จริง ระดับความพึงพอใจอยู่ที่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.77

3) การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี

ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี อันดับแรก พบว่า : ประชาชนในพื้นที่ มีความพึงพอใจต่อแนวคิดด้านการประหยัดพลังงาน ระดับความพึงพอใจอยู่ที่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.70

4) แนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี อันดับแรก พบว่า : เป็นแนวทางการออกแบบภูมิทัศน์ "บริเวณพื้นที่ร้านค้า" ของตลาดชุมชนฯ ระดับความพึงพอใจอยู่ที่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 อภิปรายผลการพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน พบว่า

กระบวนการพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชุมชนของผลิตภัณฑ์โอท็อป เป็นการผสมผสานและนำอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ชุมชน มาใช้กำหนดแนวคิดและผลงานการออกแบบต่าง ๆ โดยคำนึงถึงการใช้งานที่เหมาะสมและความสวยงาม ได้แก่ 1) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับการจำหน่ายขายปลีก (รายหน่วย) ใช้ วัสดุ เป็นกระดาษอาร์ตการ์ด 130-160 แกรมม์ และกระดาษสติกเกอร์เคลือบเงา ชนิดมัน ใช้ระบบการพิมพ์แบบดิจิตอล ผลงานที่ได้สีสันสดใส คมชัด ตรงความต้องการกลุ่มเป้าหมาย 2) ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา ใช้วัสดุคือ ผักตบชวา ที่มีในท้องถิ่นเป็นหลักในการผลิต และผสมผสานวัสดุอื่น ๆ อาทิ หนังและหมุดโลหะ ลูกไม้ ผ้า ฯลฯ

ใช้การมีส่วนร่วมของชุมชนในการทำงาน ทั้งในทางตรงและทางอ้อมในการกำหนดแนวคิดและการออกแบบและการประเมินผล

5.2.2 อภิปรายผลการออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน พบว่า

การออกแบบ เป็นไปตามทฤษฎีที่กำหนดไว้ จากศึกษาและการออกแบบแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าทำเลเกี่ยวกับการออกแบบร้านค้า การจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้า/รูปแบบกการจัดวางและสินค้าชุมชน การศึกษาข้อมูลพื้นที่โครงการ ลักษณะทางกายภาพเอกลักษณ์เฉพาะหรือวัฒนธรรมของท้องถิ่น หลักการออกแบบอาคารเพื่อการประหยัดพลังงานและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้อาจเป็นการนำเรื่อง หลักการประหยัดพลังงาน เข้ามาร่วมในการออกแบบด้วย ช่วยให้รูปแบบที่ได้มีความน่าสนใจและเป็นการช่วยประหยัดพลังงาน เช่น พลังงานไฟฟ้า แสงสว่าง ลดการใช้แอร์ มีช่องเปิดช่วยเรื่อง การระบายอากาศได้ แผงบังแดด ระแนงไม้เลื้อย ช่วยลดความร้อนทางด้านทิศตะวันออก อันสอดคล้องกับการออกแบบอาคารที่เหมาะสมของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน

5.2.3 อภิปรายผลแนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน พบว่า

การออกแบบแผนที่ท่องเที่ยว เป็นการแสดงสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญภายในตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งด้านศิลปวัฒนธรรม พระพุทธศาสนา ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนต่างๆ สถานที่ท่องเที่ยวและที่พักแรม

การออกแบบภูมิทัศน์ เป็นการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยให้เต็มประสิทธิภาพ มีการแก้ปัญหาเรื่อง การจัดเก็บขยะและความเรียบร้อยสวยงามได้ ทำให้พื้นที่มีความน่าสนใจ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

5.3.1 ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ควรมีการสรุปหาผลิตภัณฑ์โอท็อป/ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นของชุมชนพื้นที่ในปัจจุบัน และสรุปผล หาจุดเด่นเฉพาะ มีการรีแบรนด์ใหม่ เพื่อส่งต่อกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้เป็นธีมเดียวกันในภาพรวมของตำบลบางงาม ให้เกิดการจดจำที่ง่าย ชัดเจนขึ้น

5.3.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์ ยังมีกระบวนการผลิตที่ยากอยู่ เนื่องจากกลุ่มผู้ผลิต ส่วนใหญ่มีอายุพอสมควร อาจหารูปแบบที่ง่ายขึ้น และอาจมีการย้อมสีธรรมชาติ เข้ามาช่วยให้มีสีสัน ลวดลายเพิ่มขึ้นได้

5.3.3 ควรมีการนำรูปแบบที่ออกแบบเสร็จแล้ว ไปสู่กระบวนการวัดผลค่าของพลังงาน เช่น โปรแกรม BEC หรือ Building Energy Code เป็นเครื่องมือคำนวณค่าการอนุรักษ์พลังงานตามเกณฑ์มาตรฐานการออกแบบอาคาร เพื่ออนุรักษ์พลังงาน ประกอบด้วย ระบบเปลือกอาคารผนังอาคาร และหลังคาอาคาร ระบบไฟฟ้าแสงสว่าง ระบบปรับอากาศ อุปกรณ์ผลิตน้ำร้อน การใช้พลังงานหมุนเวียน และการใช้พลังงานโดยรวมของอาคาร โดยภายในโปรแกรม BEC ได้บรรจุค่าเกณฑ์มาตรฐานและสมการ เป็นต้น

5.3.4 การจัดทำแบบก่อสร้างและการประมาณราคาค่าก่อสร้าง ตามราคากลาง ที่จะสามารถช่วยให้ผู้ที่สนใจนำไปสู่ขั้นการก่อสร้างจริงได้ต่อไป

5.3.5 การออกแบบภูมิทัศน์ ควรมีการใช้วัสดุธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากข้อกำหนดของโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

5.3.6 รูปแบบสถาปัตยกรรมและภูมิสถาปัตยกรรม ควรมีความสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ เนื่องจากข้อกำหนดของโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

บรรณานุกรม

ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2554). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทุนวัฒนธรรมและโอกาสทางธุรกิจ**. วารสารนักบริหาร, 31 (1), 32-37

โครงการผลิตสื่ออัจฉริยะส่งเสริมพื้นฐานเรียนรู้ชุมชนและฐานการเรียนรู้สถานศึกษา. สืบค้น 1 มีนาคม 2565, จาก http://www. https://www.eto.ku.ac.th/spku.

จินดา แก้วเขียวและคณะ. (2546). **การออกแบบอาคารที่เหมาะสมของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน.** (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์กระทรวงพลังงาน.

เทียมสูรย์ สิริศรีศักดิ์ และ Natsuko Akagawa. (2553). **ความเข้าใจบางประการเกี่ยวกับการอนุรักษ์ภูมิทัศน์วัฒนธรรมในประเทศไทย** Understanding the Concept of Cultural Landscape in Tailand : From Vernacular Approach to the Application of International Framework นิตยสารอาษา, 104-112.

นวลน้อย บุญวงษ์. (2542). **หลักการออกแบบ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นิรัช สุดสังข์. (2548). **การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม.** กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์

ประชิต ทินบุตร. (2530). **การออกแบบบรรจุภัณฑ์.** กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

ประภาพร ธาราสายทอง. (2546). **ภูมิทัศน์เพื่อการบำบัดจิตใจ.** วิทยานิพนธ์ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต, สาขาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รัฐพงศ์ ปิ่นแก้วและพัสตราภรณ์ ทิพยโสธร. (2557). **การออกแบบภูมิทัศน์วัฒนธรรมปากคลองสวหมากเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการ การประชุมวิชาการทางกษณศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 4 “การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง: กระบวนทัศน์การเรียนรู้สู่อาเซียน [ออนไลน์]. สืบค้น 23 ตุลาคม 2564, จาก: http://161.246.14.22/ocs/submissionfiles/conferences/4/schedConfs/4/papers/54/submission/review/54-102-

วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. (2548). **หลักการและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์**. กรงุเทพฯ : แอ๊ปป้าพริ้นติ้งกรุ๊ปจำกัด.

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. (2545). **การออกแบบกราฟิก**. กรุงเทพฯ : ศิลปาบรรณาคาร.

วรินทร์ธร ไชยสิทธิ์ และวรรักษ์ สุเฌอ. (2561). **การจัดการภูมิทัศน์วัฒธรรม เพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษา สถานีรถไฟลำพูน จังหวัดลำพูน**. วารสารวิจิตรศิลป์, 9 (1), 258-300.

สุวรรณฤทธิ์ วงศ์ชะอุ่ม. (2553). **ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.** วารสารวิจัยและพัฒนา *2*, 47-59.

องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม. (2564). **แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวองค์การบริหารส่วนตำบลบางงามประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559.**

อัญชัน จงเจริญ. (2555). **พัฒนารูปแบบและมาตรฐานการจัดธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง.** สืบค้น 16 สิงหาคม 2565, จาก http://ssruir.ssru.ac.th

อรุณี ไชยเสนา. (2561). **บทเรียนออนไลน์ วิชา การจัดแสดงสินค้า.** สืบค้น 1 มีนาคม 2565, จาก https://sites.google.com/site/karcadsaedngsinkha/home.

อรัญ วานิชกร. (2559). **การออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

http://bangngam.go.th

https://www.facebook.com/u2t.rmutp

https://district.cdd.go.th/siprachan/

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก. การลงพื้นที่เก็บข้อมูล

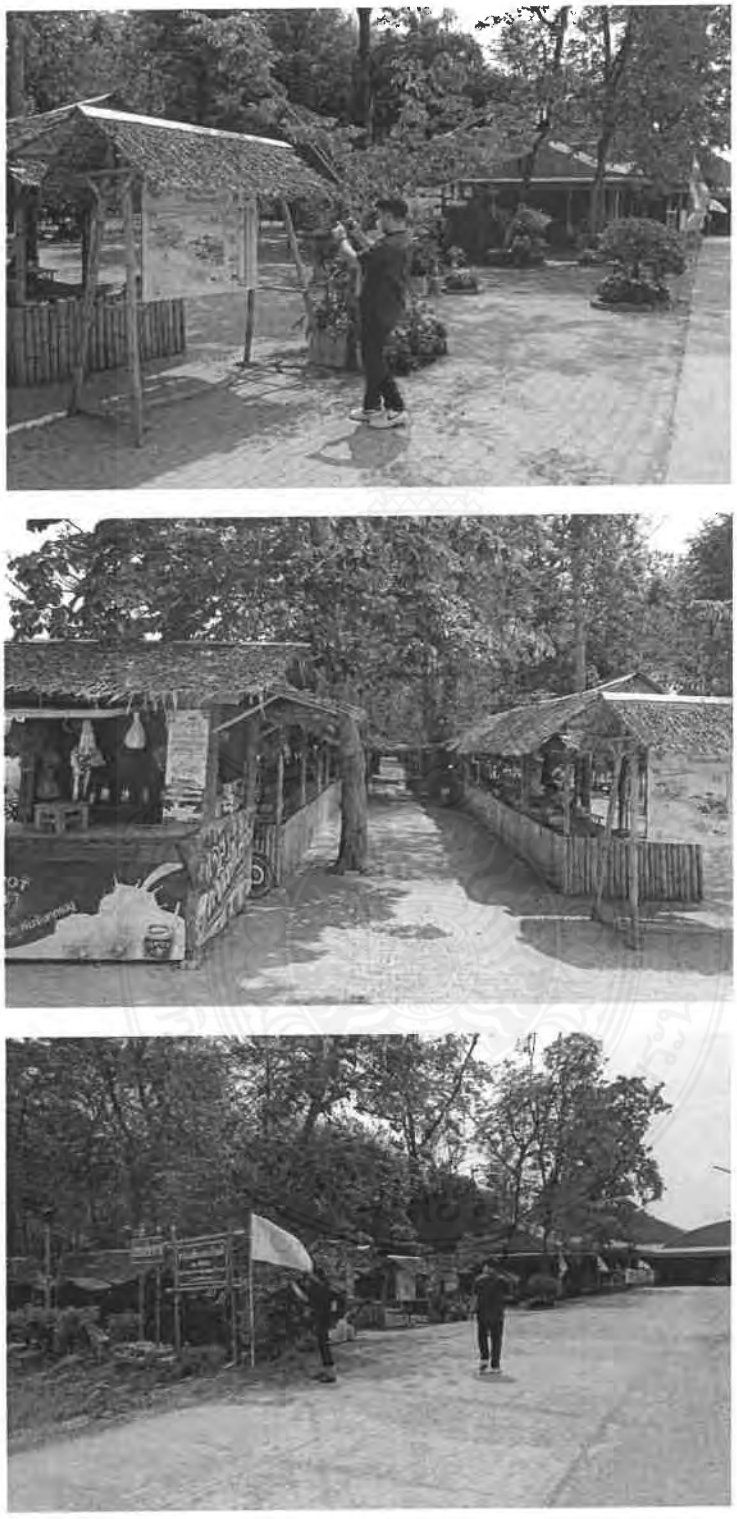
ภาคผนวก ข. การบูรณาการงานวิจัยกับกิจกรรมการเรียนการสอนภายในชั้นเรียน

ภาคผนวก ค. การถ่ายทอดองค์ความรู้และ/หรือการถ่ายทอดเทคโนโลยี

ภาคผนวก ง. การนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ภาคผนวก ก

ก. การลงพื้นที่เก็บข้อมูล



ภาพที่ ก1 การลงพื้นที่เก็บข้อมูลของงานสถาปัตยกรรม

ที่มา : รุจิวรรณ อันสงคราม

ภาคผนวก ก









ภาพที่ ก2 การลงพื้นที่เก็บข้อมูลของงานหัตถกรรม

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

ภาคผนวก ก







ภาพที่ ก3 การสอบถามข้อมูลจากหน่วยงานพื้นที่ (ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม จ.สุพรรณบุรี)

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

ภาคผนวก ข

ข. การบูรณาการงานวิจัยกับกิจกรรมการเรียนการสอนภายในชั้นเรียน

การบูรณางานวิจัยกับการเรียนการสอนภายในชั้นเรียน

ในรายวิชา ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เอกลักษณ์ไทย (AD2023406) นักศึกษาระดับชั้นปีที่ 3



ภาพที่ ข1 การบูรณาการภายในชั้นเรียน

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

ภาคผนวก ข



ภาพที่ ข2 การบูรณาการภายในชั้นเรียน

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค, รุจิวรรณ อันสงคราม

ภาคผนวก ค

ค. การถ่ายทอดองค์ความรู้และ/หรือการถ่ายทอดเทคโนโลยี

● บรรยากาศงานกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีจากงานวิจัย ●

ชุดโครงการวิจัย เรื่อง "การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี"





ภาพที่ ค1 กิจกรรมโครงการย่อยที่ 1 : การพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน : อาจารย์ ดร.เกษม มานะรุ่งวิทย์ หัวหน้าโครงการย่อย
ที่มา : เกษม มานะรุ่งวิทย์

ภาคผนวก ค







ภาพที่ ค2 กิจกรรมโครงการย่อยที่ 2 : การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน : นางสาวรุจิวรรณ อันสงคราม หัวหน้าโครงการย่อย

ที่มา : รุจิวรรณ อันสงคราม

ภาคผนวก ค





ภาพที่ ค3 กิจกรรมโครงการย่อยที่ 3 : แนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีฯ : อาจารย์ ดร. ศาสตรา ศรีหาภาค หัวหน้าโครงการย่อย

ที่มา : ศาสตรา ศรีหาภาค

ภาคผนวก ค



ภาพที่ ค4 บรรยากาศกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

ภาคผนวก ง.

ง. การนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์



ภาพที่ ง1 การนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ “ฉลากสติกเกอร์ข้าว”

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

ประวัตินักวิจัย

ประวัติคณะผู้วิจัย : ประจำปีงบประมาณ 2566

หัวหน้าชุดโครงการวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นางมัทธนี ปราโมทย์เมือง
   ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mrs.Mattanee Parmotmuang
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3 1999 XXXXX XX X
3. ตำแหน่งปัจจุบัน
   - ตำแหน่งบริหาร หัวหน้าสาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์
   - ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ ดร. (พนักงานมหาวิทยาลัย)
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

   สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์
   คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
   มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
   168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
   โทรศัพท์ 0-2665-3832, 0-2665-3888 ต่อ 8112
   E - Mail : mattanee.p@rmutp.ac.th
5. ประวัติการศึกษา

   ปร.ด. สาขาวิชาวัฒนธรรม ศิลปกรรมและการออกแบบ
   มหาวิทยาลัยขอนแก่น
   ค.อ.ม. สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
   สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
   ศษ.บ. สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์
   มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

   สาขาวิชาการ ออกแบบศิลปประยุกต์
   กลุ่มวิชา ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

   7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย
   7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อโครงการวิจัย
   7.3 ผู้ร่วมวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย/โครงการวิจัย

7.4 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว :

** หัวหน้าโครงการวิจัย

- **ปี 2558** โครงการวิจัยการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขายและแสดงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมกะหรี่พัฟ จ.สระบุรี

- **ปี 2559** โครงการวิจัยการศึกษาเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัย ในการเพิ่มยอดจำหน่ายสินค้าแก่ชุมชนจากผลผลิตคงเหลือทางการเกษตร กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิต อ.เดิมบางนางบวช จ.สุพรรณบุรี

- **ปี 2559** โครงการวิจัยการศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

- **ปี 2560** โครงการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เกษตรแปรรูปจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มสตรีแปรรูป ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี

- **ปี 2560** โครงการศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี

- **ปี 2561** การสร้างสรรค์สื่อโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (เศรษฐกิจพอเพียง) บ้านคลองหัวช้าง อำเภอวิหารแดง จังหวัดสระบุรี

- **ปี 2562** การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

- **ปี 2563** การสร้างอัตลักษณ์สู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์จากบริบทวัฒนธรรมท้องถิ่น

- **ปี 2563** การออกแบบบรรจุภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากทุนทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไท-ยวน กรณีศึกษาผ้าทอพื้นเมืองไท-ยวน จังหวัสระบุรี

- **ปี 2563** โครงการพัฒนาโปรแกรมออกแบบบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป เพื่อส่งเสริมอาชีพนักออกแบบผู้พิการทางร่างกายและการเคลื่อนไหว

- **ปี 2563** โครงการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบพึ่งพาตนเองสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรม

- **ปี 2564** โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ (1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย)

- **ปี 2565** โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ็กเชยเสาไห้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี เพื่อมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ของเศรษฐกิจชุมชน

- **ปี 2565** โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากเศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ข้าวเจ็กเชยเสาไห้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี

- **ปี 2565** โครงการจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทอมือ

- **ปี 2566** โครงการพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

- **ปี 2566** โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนบ้านเขายี่สาร อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

7.3 ผู้ร่วมวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย/โครงการวิจัย

- **ปี 2556** โครงการศึกษาและพัฒนาอุปกรณ์เขียนผ้าบาติกลายเขียนสำหรับผู้ต้องขังเรือนจำพิเศษธนบุรี

- **ปี 2557** โครงการศึกษาและพัฒนาเส้นใยพืชมะละกอเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน

- **ปี 2559** โครงการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านแบบร่วมสมัยจากอัตลักษณ์การเข้าไม้ในงานสถาปัตยกรรมไทยภาคกลาง

- **ปี 2561** การศึกษาและพัฒนาวัสดุกันกระแทกจากกระดาษเคลือบน้ำยางพาราด้วยวิธีการปั๊มตัดขึ้นรูปในงานบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์แก้วและเซรามิค

- **ปี 2562** *โครงการ*สัญญะวิทยาในงานหัตถกรรมไทพวน สู่กระบวนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชนแนวคิดศิลปะไทยร่วมสมัย กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ชุมชนชาวไทพวน จังหวัดนครนายก

- **ปี 2563** การศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอไทยทรงดำสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชนแนวคิดศิลปะร่วมสมัย กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ชุมชนไทยทรงดำ จังหวัดราชบุรี

- **ปี 2566** การจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทอมือ จังหวัดชลบุรี

การเผยแพร่/ตีพิมพ์วารสาร :

- **ปี 2560** โครงการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เกษตรแปรรูปจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มสตรีแปรรูป ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี

- **ปี 2560** โครงการศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี

- **ปี 2562** การสร้างสรรค์สื่อโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (เศรษฐกิจพอเพียง) บ้านคลองหัวช้าง อำเภอวิหารแดง จังหวัดสระบุรี ตีพิมพ์บทความวิจัยลงวารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2563 หน้า 97 - 107

- **ปี 2563** Cultural Diversity of Tai- Yaun Ethnic Mural Arts in Saraburi province. IJICC. Vol 14 Issn 5

- **ปี 2564** การออกแบบบรรจุภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากทุนทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไท-ยวน กรณีศึกษาผ้าทอพื้นเมืองไท-ยวน จังหวัดสระบุรี ตีพิมพ์บทความวารสารวิจัย

เพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่สกสว. ปีที่ 13 ฉบับที่ 5 เดือนกันยายน - ธันวาคม 2564 หน้า 343 - 356

- ปี 2565 การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี "กำฟ้า" สืบสานวัฒนธรรมไทยพวนจังหวัดลพบุรี ตีพิมพ์บทความวิจัยลงวารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2563 หน้า 83 – 97

- ปี 2566 การศึกษาเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัย ในการเพิ่มยอดจำหน่ายสินค้าแก่ชุมชนจากผลผลิตคงเหลือทางการเกษตร กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปผลผลิต อ.เดิมบางนางบวช จ.สุพรรณบุรี ตีพิมพ์บทความวารสารศิลปกรรมศาสตร์ วิชาการ วิจัยและงานสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2566

จดสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

- ปี 2564 จดสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ (กระเป๋า 3 ผลงาน) การออกแบบบรรจุภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากทุนทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไท-ยวน กรณีศึกษาผ้าทอพื้นเมืองไท-ยวน จังหวัสระบุรี

- ปี 2565 จดสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ (กระเป๋าฟางข้าว 2 ผลงาน) การออกแบบผลิตภัณฑ์ภัณฑ์โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากเศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ข้าวเจ็กเชยเสาไห้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี

- ปี 2566 จดสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ (กระเป๋าผักตบชวา 2 ผลงาน) การพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

7.5 งานวิจัยที่กำลังทำ : ชื่อข้อเสนอการวิจัย แหล่งทุน และสถานภาพในการทำวิจัยว่าได้ทำการวิจัยลุล่วงแล้วประมาณร้อยละเท่าใด

- ปี 2567 นวัตกรรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์จากฐานชุมชน เพื่อการยกระดับรายได้และสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบคาร์บอนต่ำ

- ปี 2567 การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น สู่การยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตวิถีจากการใช้นวัตกรรมใหม่

ประวัติคณะผู้วิจัย : ประจำปีงบประมาณ 2566

ผู้ร่วมโครงการวิจัยย่อยที่ 1

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นายเกษม มานะรุ่งวิทย์
   ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mr.Kasem Manarungwit
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3 1018 XXXXX XX X
3. ตำแหน่งปัจจุบัน
   - ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ ดร. (พนักงานมหาวิทยาลัย)
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

   สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น
   มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
   517 ถนนนครสวรรค์ แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
   โทรศัพท์ 02 665 3543
   E - Mail : kasem.m@rmutp.ac.th
5. ประวัติการศึกษา

   ปร.ด. สาขาวิชาวิจัยศิลปะและวัฒนธรรม
   มหาวิทยาลัยขอนแก่น

   ค.อ.ม. สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
   สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

   คอ.บ. สาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม
   สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

   สาขาวิชาการ ออกแบบศิลปประยุกต์
   กลุ่มวิชา ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัยหรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

   7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย

   7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อโครงการวิจัย

   ** หัวหน้าโครงการวิจัย

   - ปี 2560 การจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีการพิมพ์และเพนท์สีครามจากธรรมชาติบนผ้าไหมและผ้าฝ้ายโดยใช้สารข้นจากแป้งหัวบอนดัดแปรในเชิงพาณิชย์

- ปี 2560 การจัดการความรู้เรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านนายาว ตำบลทับกระดาน อำเภอสนามชัย จังหวัดฉะเชิงเทรา

- ปี 2561 การจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีการพัฒนาเส้นใยป่านศรนารายณ์ในเชิงพาณิชย์

- ปี 2562 โครงการจัดการความรู้การวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์เชิงชุมชน สังคม ภายใต้การจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีฯ เรื่องการจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไหมกลุ่มราชธานีเจริญศรีโสธร ด้วยเทคนิคการฟอกย้อม พิมพ์ ทอ ตกแต่งสำเร็จ และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

- ปี 2563 โครงการส่งเสริมการเรียนรู้ทักษะชีวิตและทักษะพัฒนาอาชีพโดยการบูรณาการองค์ความรู้ด้านวิชาการสิ่งทอเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของนักเรียน โรงเรียนวัดทุ่งสีหลงและโรงเรียนบ้านแจงงาม อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม

- ปี 2563 การออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มอาชีพประชาชน ตามแนวพระราชดำริสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา ฯ สยามบรมราชกุมารี : กลุ่มพัฒนาอาชีพนิรันพร และกลุ่มพัฒนาอาชีพสุเหร่าเกาะขุนเณร

- ปี 2564 การจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีการใช้ประโยชน์เศษเหลือทิ้งจากใบสับปะรดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์สิ่งทอในกลุ่มจังหวัดระยองและสงขลา

- ปี 2564 การจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีการฟอกย้อม พิมพ์ ตกแต่งสำเร็จและการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เส้นใยกัญชง

- ปี 2564 การจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีการฟอก ย้อม พิมพ์ การออกแบบและการสร้างผลิตภัณฑ์ฝ้ายทอมือสู่เชิงพาณิชย์

- ปี 2566 การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

- ปี 2566 การจัดการความรู้เรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าม้ง บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา

- ปี 2566 การจัดการความรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอในการสร้างต้นแบบธุรกิจเพื่อสังคม ด้วยการเชื่อมโยงเครือข่ายอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอผ้าบ้านเขาเต่า ตำบลหนองแก อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

- ปี 2566 การจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทอมือ จังหวัดชลบุรี

7.3 ผู้ร่วมวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย/โครงการวิจัย

** ผู้ร่วมวิจัย

- ปี 2556 การศึกษาและพัฒนาวัสดุปลูกพืชน้ำหนักเบาจากต้นกล้วยเพื่อใช้กับสวน

แนวตั้ง

7.4 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน

ก้องเกียรติ มหาอินทร์, รัตนพล มงคลรัตนาสิทธิ์, วาสนา ช้างม่วง, นฤพน ไพศาลตันติวงศ์, นิตยา วันโสภา, ทวีศักดิ์ สาสงเคราะห์, เกษม มานะรุ่งวิทย์, ขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ, จิรพร มหาอินทร์, การจัดการความรู้เรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านนายาว ต.ท่ากระดาน อ.สนามชัยเขต จ. ฉะเชิงเทรา วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, (September 2019) : 45 - 59.

เกษม มานะรุ่งวิทย์, รัตนพล มงคลรัตนาสิทธิ์, ก้องเกียรติ มหาอินทร์, นงนุช ศศิธร, จำลอง สาริกานนท์, ชลธิชา สาริกานนท์, สัมภาษณ์ สุวรรณคีรี, กรชนก บุญทร, จรูญ คล้ายจ้อย, ณัฐชา ธำรงโชติ, นิอร ดาวเจริญพร, เกรียงไกร พัฒนกุลโกเมธ, เกตุวดี หิรัญพงษ์, ณัฐดนย์ รุ่งเรืองกิจไกร. การจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีในเชิงพาณิชย์เส้นใยป่านศรนารายณ์ วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี, (Vol. 16 No. 1 January–April 2022 หน้า 93-105.

เกษม มานะรุ่งวิทย์, กรชนก บุญทร, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทอมือ บ้านมาบหม้อ จังหวัดชลบุรี, วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม 2564 หน้า 22-35.

7.5 งานวิจัยที่กำลังทำ : ชื่อข้อเสนอการวิจัย แหล่งทุน และสถานภาพในการทำวิจัยว่าได้ทำการวิจัยลุล่วงแล้วประมาณร้อยละเท่าใด

- ปี 2567 การจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีการแยกสกัดเส้นใย การฟอก ย้อม ตกแต่งสำเร็จ การลดของเสีย และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เส้นใยป่านศรนารายณ์

- ปี 2567 การพัฒนานวัตกรรมเชิงเศรษฐกิจหมุนเวียนในการแปรรูปวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรจากเส้นใยสับปะรดสำหรับการเป็นวัสดุทดแทนหนังสัตว์

ประวัติคณะผู้วิจัย : ประจำปีงบประมาณ 2566

ผู้ร่วมโครงการวิจัยย่อยที่ 2

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวรุจิวรรณ อันสงคราม
   ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Miss.Ruchiwan Ansongkhram
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 1 4019 XXXXX XX X
3. ตำแหน่งปัจจุบัน
   - ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ (พนักงานมหาวิทยาลัย)
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

   สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
   มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
   168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
   โทรศัพท์ 0-2665-3832, 0-2665-3777
   E - Mail : ruchiwan.a@rmutp.ac.th
5. ประวัติการศึกษา

   สถ.ม. เทคโนโลยีสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
   สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
   สถ.บ. สถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์
   มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

   สาขาวิชาการ เทคโนโลยีสถาปัตยกรรมและวัสดุ
   กลุ่มวิชา การออกแบบ
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัยหรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

   7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย
   7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อโครงการวิจัย
   ** หัวหน้าโครงการวิจัย
   - ปี 2560 การศึกษาและออกแบบตู้คอนเทนเนอร์เพื่อประยุกต์เป็นอาคารพักอาศัคาร์บอนต่ำ : กรณีศึกษาเขตบางคอแหลม
   - ปี 2560 การออกแบบอัตลักษณ์พื้นถิ่นบนบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
   - ปี 2563 การออกแบบศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์และฝึกอาชีพสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ

- ปี 2563 การออกแบบอาคารฟื้นฟูสุขภาพและพักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ

- ปี 2565 การออกแบบศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น : ข้าวเจ็กเชยเสาไห้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี

7.3 ผู้ร่วมวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย/โครงการวิจัย

** ผู้ร่วมวิจัย

- ปี 2556 การศึกษาและพัฒนาวัสดุปลูกพืชน้ำหนักเบาจากต้นกล้วยเพื่อใช้กับสวนแนวตั้ง

7.4 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน

- ปี 2560 การศึกษาและออกแบบตู้คอนเทนเนอร์เพื่อประยุกต์เป็นอาคารพักอาศัยแบบคาร์บอนต่ำ : กรณีศึกษาเขตบางคอแหลม

- ปี 2563 การออกแบบศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์และฝึกอาชีพสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ

- ปี 2563 การออกแบบอาคารฟื้นฟูสุขภาพและพักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ

- ปี 2565 การออกแบบศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น :

- ปี 2566 การออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

7.5 งานวิจัยที่กำลังทำ : ชื่อข้อเสนอการวิจัย แหล่งทุน และสถานภาพในการทำวิจัยว่าได้ทำการวิจัยลุล่วงแล้วประมาณร้อยละเท่าใด

-

ประวัติคณะผู้วิจัย : ประจำปีงบประมาณ 2566

ผู้ร่วมโครงการวิจัยย่อยที่ 3

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นายศาสตรา ศรีหาภาค

   ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mr.Sastra Srihabhak

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 1 3107 XXXXX XX X

3. ตำแหน่งปัจจุบัน

   ตำแหน่งบริหาร หัวหน้าสาขาวิชาสถาปัตยกรรม

   ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ ดร. (พนักงานมหาวิทยาลัย)

4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

   สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

   มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

   168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

   โทรศัพท์ 0-2665-3832, 0-2665-3888 ต่อ 8123

   E-Mail : sastra.s@rmutp.ac.th

5. ประวัติการศึกษา

   Ph.D. Urban Science
   Meijo University, Japan

   คพ.ม. การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
   จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

   สถ.บ. สถาปัตยกรรม
   มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

   การพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์แบบมีส่วนร่วม

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

   7.1 หัวหน้าโครงการวิจัย

   - ปี 2565 การศึกษาศักยภาพและบทบาทของชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์บนพื้นที่นาเกลือ

   - ปี 2565 การศึกษาเพื่อออกแบบพื้นที่การเรียนรู้อาชีพและจัดแสดงสินค้าชุมชน สำหรับเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนนวัตกรรม ต.ในคลองปลากด อ.พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ

   - ปี 2566 การพัฒนาภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านเขายี่สาร อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

- ปี 2566 แนวทางการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

7.2 ผู้ร่วมวิจัย

- ปี 2558 โครงการศึกษาและวิจัยพัฒนาการในการดำเนินงานโครงการอสังหาริมทรัพย์ชุมชนและที่อยู่อาศัยของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

- ปี 2559 มาตรฐานความอยู่สบายของที่อยู่อาศัยและชุมชนเพื่อการวางแผนพัฒนาที่อยู่อาศัย โดยกระบวนการมีส่วนร่วม

- ปี 2564 ที่อยู่อาศัยว่างในญี่ปุ่น: สถานการณ์และแนวทางการแก้ไข การเผยแพร่/ตีพิมพ์วารสาร

- ปี 2560 The consideration of the way of living and evaluation of housing design by residents in the Bangkok Metropolitan Region, through a questionnaire survey, the Proceeding of the 13th Conference of International Development and Urban Planning (CIDUP)

- ปี 2560 Housing Chain and Factors Affecting Selection of Housing in the Bangkok Metropolitan Region, the Proceeding of the 5th International Urban Design Conference on Cities, People and Places (ICCPP-2017)

- ปี 2564 การบูรณาการถ่ายทอดความรู้ด้านการออกแบบผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม: กรณีศึกษา แนวทางการออกแบบอุทยานสวนป่าไผ่บ้านม้าร้อง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 ประจำปี 2564 นวัตกรรมการจัดการ: การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมวิถีปกติใหม่

- ปี 2564 การประยุกต์ใช้แนวทางการแก้ไขปัญหาบ้านว่างในญี่ปุ่นกับบริบทไทย, สาระศาสตร์ ฉบับที่ 3/2564 สถาปัตยกรรมและศาสตร์ที่เกี่ยวเนื่อง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

- ปี 2565 วิวัฒนาการนโยบายที่อยู่อาศัยของประเทศญี่ปุ่นจากนโยบายเร่งสร้างที่อยู่อาศัยสู่นโยบายมาตรการพิเศษบ้านว่าง, วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล. ปีที่ 24 ฉบับที่ 35 พ.ศ. 2565

เอกสารประกอบอื่น ๆ

การนำผลงานวิจัย ววน.66 นำไปใช้ประโยชน์

โครงการย่อยที่ 1 เรื่อง การพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีอย่างยั่งยืน

ณ กลุ่มจักสานบ้านหนองเพียรและกลุ่มเกษตรบ้านหนองเพียร ต.บางงาม อ.ศรีประจันต์ จ.สุพรรณบุรี







COPY

แบบ สป/สผ/อสป/001-ก
หน้า 1 ของจำนวน 2 หน้า



คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร

☐ การประดิษฐ์
☑ การออกแบบผลิตภัณฑ์
☐ อนุสิทธิบัตร

ข้าพเจ้าผู้ลงลายมือชื่อในคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้
ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522
แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535
และ พระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542

สำหรับเจ้าหน้าที่	
วันรับคำขอ 4 ต.ค. 2566	เลขที่คำขอ 2302004352
วันยื่นคำขอ 4 ต.ค. 2566	
สัญลักษณ์จำแนกการประดิษฐ์ระหว่างประเทศ	
ใช้กับแบบผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์	
วันประกาศโฆษณา	เลขที่ประกาศโฆษณา
วันออกสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร	เลขที่สิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร
ลายมือชื่อเจ้าหน้าที่	

1. ชื่อที่แสดงถึงการประดิษฐ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์ กระเป๋า

2. คำขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์นี้เป็นคำขอสำหรับแบบผลิตภัณฑ์อย่างเดียวกันและเป็นคำขอลำดับที่
ในจำนวน คำขอ ที่ยื่นในคราวเดียวกัน

3. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ☐ บุคคลธรรมดา ☐ นิติบุคคล ☑ หน่วยงานรัฐ ☐ มูลนิธิ ☐ อื่นๆ
ชื่อ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ที่อยู่ 399 ถนนสามเสน
ตำบล/แขวง วชิรพยาบาล อำเภอ/เขต ดุสิต จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10300 ประเทศ ไทย
อีเมล ip@rmutp.ac.th
☑ เลขประจำตัวประชาชน ☐ เลขทะเบียนนิติบุคคล ☐ เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 3 1 0 0 6 0 2 6 9 4 3 5 7 ☐ เพิ่มเติม (ดังแนบ)
ในกรณีที่กรมฯ สื่อสารกับท่าน ท่านสะดวกใช้ทาง ☐ อีเมลผู้ขอ ☑ อีเมลตัวแทน

3.1 สัญชาติ	
3.2 โทรศัพท์	
3.3 โทรสาร	

4. สิทธิในการขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร
☐ ผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบ ☑ ผู้รับโอน ☐ ผู้ขอรับสิทธิโดยเหตุอื่น

5. ตัวแทน (ถ้ามี)
ชื่อ นางสาววัชราภรณ์ ชัยวรรณ
ที่อยู่ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร 399 ถนนสามเสน
ตำบล/แขวง วชิรพยาบาล อำเภอ/เขต ดุสิต จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10300 ประเทศ ไทย
อีเมล watcharapom.c@rmutp.ac.th
เลขประจำตัวประชาชน 1 4 1 0 4 0 0 0 1 2 3 3 7 ☐ เพิ่มเติม (ดังแนบ)

5.1 ตัวแทนเลขที่ 2526	
5.2 โทรศัพท์ 0 2665 3777 ต่อ 6094	
5.3 โทรสาร -	

6. ผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ ☐ ชื่อและที่อยู่เดียวกันกับผู้ขอ
ชื่อ นางมัทธนี ปราโมทย์เมือง
ที่อยู่ 26 ถนนเทศบาล 5
ตำบล/แขวง ปากเพรียว อำเภอ/เขต เมืองสระบุรี จังหวัด สระบุรี รหัสไปรษณีย์ 18000 ประเทศ ไทย
อีเมล yuvadee.s@rmutp.ac.th
เลขประจำตัวประชาชน 3 1 9 9 9 0 0 3 8 0 1 5 4 ☐ เพิ่มเติม (ดังแนบ)

7. คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้แยกจากหรือเกี่ยวข้องกับคำขอเดิม
ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอให้ถือว่าได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ ในวันเดียวกับคำขอรับสิทธิบัตร
เลขที่ วันยื่น เพราะคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้แยกจากหรือเกี่ยวข้องกับคำขอเดิมเพราะ
☐ คำขอเดิมมีการประดิษฐ์หลายอย่าง ☐ ถูกคัดค้านเนื่องจากผู้ขอไม่มีสิทธิ ☐ ขอเปลี่ยนแปลงประเภทของสิทธิ

หมายเหตุ ในกรณีที่ไม่อาจระบุรายละเอียดได้ครบถ้วน ให้จัดทำเป็นเอกสารแบบท้ายแบบพิมพ์นี้โดยระบุหมายเลขกำกับข้อและหัวข้อที่แสดงรายละเอียดเพิ่มเติมดังกล่าวด้วย

สำหรับเจ้าหน้าที่

จำแนกประเภทสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร

☐ กลุ่มวิศวกรรม
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (วิศวกรรม)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ไฟฟ้า)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ฟิสิกส์)

☐ กลุ่มเคมี
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เคมีเทคนิค)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ปิโตรเคมี)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เทคโนโลยีชีวภาพ)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เภสัชภัณฑ์)

สิทธิบัตรการออกแบบ
☐ สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 1)
☐ สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 2)
☐ สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 3)

อนุสิทธิบัตร
☐ อนุสิทธิบัตร (วิศวกรรม)
☐ อนุสิทธิบัตร (เคมี)

ยกเว้นค่าธรรมเนียม
ว่าด้วยอัตราค่าธรรมเนียม และประกาศคณะกรรมการสิทธิบัตร

8. การยื่นคำขอนอกราชอาณาจักร ☐ PCT ☐ เพิ่มเติม (ดังแนบ)

วันยื่นคำขอ	เลขที่คำขอ	ประเทศ	สัญลักษณ์จำแนกการประดิษฐ์ระหว่างประเทศ	สถานะคำขอ
8.1				
8.2				
8.3				

8.4 ☐ ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรขอสิทธิให้ถือว่าได้ยื่นคำขอนี้ในวันที่ได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรในต่างประเทศเป็นครั้งแรกโดย
☐ ได้ยื่นเอกสารหลักฐานพร้อมคำขอนี้ ☐ ขอยื่นเอกสารหลักฐานหลังจากวันยื่นคำขอนี้

9. การแสดงการประดิษฐ์หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรได้แสดงการประดิษฐ์ที่หน่วยงานของรัฐเป็นผู้จัด
วันแสดง _____ วันเปิดงานแสดง _____ ผู้จัด _____

10. การประดิษฐ์เกี่ยวกับจุลชีพ

10.1 เลขทะเบียนฝากเก็บ	10.2 วันที่ฝากเก็บ	10.3 สถาบันฝากเก็บ/ประเทศ

11. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอยื่นเอกสารภาษาต่างประเทศก่อนในวันยื่นคำขอนี้ และจะจัดยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ที่จัดทำเป็นภาษาไทยภายใน 90 วัน นับจากวันยื่นคำขอนี้ โดยขอยื่นเป็นภาษา
☐ อังกฤษ ☐ ฝรั่งเศส ☐ เยอรมัน ☐ ญี่ปุ่น ☐ อื่นๆ _____

12. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอให้อธิบดีประกาศโฆษณาคำขอรับสิทธิบัตร หรือรับจดทะเบียน และประกาศโฆษณาอนุสิทธิบัตรนี้ หลังจากวันที่ _____
☐ ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรขอให้ใช้รูปเขียนหมายเลข _____ ในการประกาศโฆษณา

13. คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ประกอบด้วย
- ก. แบบพิมพ์คำขอ 2 หน้า
- ข. รายละเอียดการประดิษฐ์ หรือคำพรรณนาแบบผลิตภัณฑ์ _____ หน้า
- ค. ข้อถือสิทธิ 1 หน้า
- ง. รูปเขียน _____ รูป _____ หน้า
- จ. ภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์
  - ☐ รูปเขียน _____ รูป _____ หน้า
  - ☑ ภาพถ่าย 7 รูป 6 หน้า
- ฉ. บทสรุปการประดิษฐ์ _____ หน้า

14. เอกสารประกอบคำขอ
- ☑ เอกสารแสดงสิทธิในการขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร
- ☐ หนังสือรับรองการแสดงการประดิษฐ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์
- ☑ หนังสือมอบอำนาจ
- ☐ เอกสารรายละเอียดเกี่ยวกับจุลชีพ
- ☐ เอกสารการขอนับวันยื่นคำขอในต่างประเทศเป็นวันยื่นคำขอในประเทศไทย
- ☐ เอกสารขอเปลี่ยนแปลงประเภทของสิทธิ
- ☐ เอกสารอื่นๆ

15. ข้าพเจ้าขอรับรองว่า
- ☑ การประดิษฐ์นี้ไม่เคยยื่นขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรมาก่อน
- ☐ การประดิษฐ์นี้ได้พัฒนาปรับปรุงมาจาก _____

16. ลายมือชื่อ
☐ ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ☑ ตัวแทน
(นางสาววัชราภรณ์ ชัยวรรณ)

หมายเหตุ บุคคลใดยื่นขอรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรืออนุสิทธิบัตร โดยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ เพื่อให้ได้ไปซึ่งสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

COPY

แบบ สป/สผ/อสป/001-ก
หน้า 1 ของจำนวน 2 หน้า

คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร

☐ การประดิษฐ์
☑ การออกแบบผลิตภัณฑ์
☐ อนุสิทธิบัตร

ข้าพเจ้าผู้ลงลายมือชื่อในคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้
ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522
แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535
และ พระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542

สำหรับเจ้าหน้าที่	
วันรับคำขอ 4 ต.ค. 2566	เลขที่คำขอ 2302004353
วันยื่นคำขอ 4 ต.ค. 2566	
สัญลักษณ์จำแนกการประดิษฐ์ระหว่างประเทศ	
ใช้กับแบบผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์	
วันประกาศโฆษณา	เลขที่ประกาศโฆษณา
วันออกสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร	เลขที่สิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร
ลายมือชื่อเจ้าหน้าที่	

1. ชื่อที่แสดงถึงการประดิษฐ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์ กระเป๋า

2. คำขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์นี้เป็นคำขอสำหรับแบบผลิตภัณฑ์อย่างเดียวกันและเป็นคำขอลำดับที่
ในจำนวน คำขอ ที่ยื่นในคราวเดียวกัน

3. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ☐ บุคคลธรรมดา ☐ นิติบุคคล ☑ หน่วยงานรัฐ ☐ มูลนิธิ ☐ อื่นๆ
ชื่อ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ที่อยู่ 399 ถนนสามเสน
ตำบล/แขวง วชิรพยาบาล อำเภอ/เขต ดุสิต จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10300 ประเทศ ไทย
อีเมล ip@rmutp.ac.th
☑ เลขประจำตัวประชาชน ☐ เลขทะเบียนนิติบุคคล ☐ เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 3 1 0 0 6 0 2 6 9 4 3 5 7 ☐ เพิ่มเติม (ดังแนบ)
ในกรณีที่กรมฯ สื่อสารกับท่าน ท่านสะดวกใช้ทาง ☐ อีเมลผู้ขอ ☑ อีเมลตัวแทน

3.1 สัญชาติ
3.2 โทรศัพท์
3.3 โทรสาร

4. สิทธิในการขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร
☐ ผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบ ☑ ผู้รับโอน ☐ ผู้ขอรับสิทธิโดยเหตุอื่น

5. ตัวแทน (ถ้ามี)
ชื่อ นางสาววัชราภรณ์ ชัยวรรณ
ที่อยู่ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร 399 ถนนสามเสน
ตำบล/แขวง วชิรพยาบาล อำเภอ/เขต ดุสิต จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10300 ประเทศ ไทย
อีเมล watcharaporn.c@rmutp.ac.th
เลขประจำตัวประชาชน 1 4 1 0 4 0 0 0 1 2 3 3 7 ☐ เพิ่มเติม (ดังแนบ)

5.1 ตัวแทนเลขที่ 2526
5.2 โทรศัพท์ 0 2665 3777 ต่อ 6094
5.3 โทรสาร -

6. ผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ ☐ ชื่อและที่อยู่เดียวกันกับผู้ขอ
ชื่อ นางมัทธนี ปราโมทย์เมือง
ที่อยู่ 26 ถนนเทศบาล 5
ตำบล/แขวง ปากเพรียว อำเภอ/เขต เมืองสระบุรี จังหวัด สระบุรี รหัสไปรษณีย์ 18000 ประเทศ ไทย
อีเมล yuvadee.s@rmutp.ac.th
เลขประจำตัวประชาชน 3 1 9 9 9 0 0 3 8 0 1 5 4 ☐ เพิ่มเติม (ดังแนบ)

7. คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้แยกจากหรือเกี่ยวข้องกับคำขอเดิม
ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอให้ถือว่าได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ ในวันเดียวกับคำขอรับสิทธิบัตร
เลขที่ วันยื่น เพราะคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้แยกจากหรือเกี่ยวข้องกับคำขอเดิมเพราะ
☐ คำขอเดิมมีการประดิษฐ์หลายอย่าง ☐ ถูกคัดค้านเนื่องจากผู้ขอไม่มีสิทธิ ☐ ขอเปลี่ยนแปลงประเภทของสิทธิ

หมายเหตุ ในกรณีที่ไม่อาจระบุรายละเอียดได้ครบถ้วน ให้จัดทำเป็นเอกสารแนบท้ายแบบพิมพ์นี้โดยระบุหมายเลขกำกับข้อและหัวข้อที่แสดงรายละเอียดเพิ่มเติมดังกล่าวด้วย

สำหรับเจ้าหน้าที่

จำแนกประเภทสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร

☐ กลุ่มวิศวกรรม
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (วิศวกรรม)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ไฟฟ้า)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ฟิสิกส์)

☐ กลุ่มเคมี
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เคมีเทคนิค)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ปิโตรเคมี)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เทคโนโลยีชีวภาพ)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เภสัชภัณฑ์)

สิทธิบัตรการออกแบบ
☐ สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 1)
☐ สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 2)
☐ สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 3)

อนุสิทธิบัตร
☐ อนุสิทธิบัตร (วิศวกรรม)
☐ อนุสิทธิบัตร (เคมี)

8. การยื่นคำขอนอกราชอาณาจักร ☐ PCT ☐ เพิ่มเติม (ดังแนบ)

วันยื่นคำขอ	เลขที่คำขอ	ประเทศ	สัญลักษณ์จำแนกการประดิษฐ์ระหว่างประเทศ	สถานะคำขอ
8.1				
8.2				
8.3				

8.4 ☐ ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรขอสิทธิให้ถือว่าได้ยื่นคำขอนี้ในวันที่ได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรในต่างประเทศเป็นครั้งแรกโดย
☐ ได้ยื่นเอกสารหลักฐานพร้อมคำขอนี้ ☐ ขอยื่นเอกสารหลักฐานหลังจากวันยื่นคำขอนี้

9. การแสดงการประดิษฐ์หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรได้แสดงการประดิษฐ์ที่หน่วยงานของรัฐเป็นผู้จัด
วันแสดง ..... วันเปิดงานแสดง ..... ผู้จัด .....

10. การประดิษฐ์เกี่ยวกับจุลชีพ

10.1 เลขทะเบียนฝากเก็บ	10.2 วันที่ฝากเก็บ	10.3 สถาบันฝากเก็บ/ประเทศ

11. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอยื่นเอกสารภาษาต่างประเทศก่อนในวันยื่นคำขอนี้ และจะจัดยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ที่จัดทำเป็นภาษาไทยภายใน 90 วัน นับจากวันยื่นคำขอนี้
โดยขอยื่นเป็นภาษา
☐ อังกฤษ ☐ ฝรั่งเศส ☐ เยอรมัน ☐ ญี่ปุ่น ☐ อื่นๆ .....

12. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอให้อธิบดีประกาศโฆษณาคำขอรับสิทธิบัตร หรือรับจดทะเบียน และประกาศโฆษณาอนุสิทธิบัตรนี้ หลังจากวันที่ .....
☐ ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรขอให้ใช้รูปเขียนหมายเลข ..... ในการประกาศโฆษณา

13. คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ประกอบด้วย
ก. แบบพิมพ์คำขอ 2 หน้า
ข. รายละเอียดการประดิษฐ์ หรือคำพรรณนาแบบผลิตภัณฑ์ ..... หน้า
ค. ข้อถือสิทธิ 1 หน้า
ง. รูปเขียน ..... รูป ..... หน้า
จ. ภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์
☐ รูปเขียน ..... รูป ..... หน้า
☑ ภาพถ่าย 7 รูป 6 หน้า
ฉ. บทสรุปการประดิษฐ์ ..... หน้า

14. เอกสารประกอบคำขอ
☑ เอกสารแสดงสิทธิในการขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร
☐ หนังสือรับรองการแสดงการประดิษฐ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์
☑ หนังสือมอบอำนาจ
☐ เอกสารรายละเอียดเกี่ยวกับจุลชีพ
☐ เอกสารการขอนับวันยื่นคำขอในต่างประเทศเป็นวันยื่นคำขอในประเทศไทย
☐ เอกสารขอเปลี่ยนแปลงประเภทของสิทธิ
☐ เอกสารอื่นๆ

15. ข้าพเจ้าขอรับรองว่า
☑ การประดิษฐ์นี้ไม่เคยยื่นขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรมาก่อน
☐ การประดิษฐ์นี้ได้พัฒนาปรับปรุงมาจาก .....

16. ลายมือชื่อ
☐ ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ☑ ตัวแทน
(นางสาววัชราภรณ์ ชัยวรรณ)

สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

หมายเหตุ บุคคลใดยื่นขอรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรืออนุสิทธิบัตร โดยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ เพื่อให้ได้ไปซึ่งสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
รับที่ ๓๔๑
วันที่ ๒๖ ก.ย. ๒๕๖๖
เวลา ๑๑.๕๐ น.



ที่ สพ ๗๓๙๐๔/๙

ที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม
อำเภอศรีประจันต์ สพ ๗๒๑๔๐

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
ที่ ๒๕๖
วันที่ ๒๖ ก.ย. ๒๕๖๖
เวลา ๑๓.๐๐ น.

๒๕ กันยายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอรับรองการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีตามชุดโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

เรียน คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตามที่ คณาจารย์และทีมงานวิจัย โดยมีอาจารย์ ดร.มัทธนี ปราโมทย์เมือง หัวหน้าชุดโครงการวิจัยจากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นผู้รับผิดชอบงานตามชุดโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ลงพื้นที่ดำเนินงานวิจัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ และได้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีทางด้านสถาปัตยกรรม การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์โอท็อปชุมชนให้แก่พื้นที่จริง ในวันที่ ๒๓ กันยายน ๒๕๖๖ ณ องค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรีนั้น

โดยที่ข้าพเจ้า นางบุญเอื้อ สอดสี นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ร่วมกับผู้นำชุมชน ได้นำประชาชนภายในชุมชนและผู้สนใจ เข้าร่วมกิจกรรมฯดังกล่าว จำนวน ๓๐ คน อันประกอบด้วยการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีทางด้านสถาปัตยกรรมของการออกแบบและพัฒนาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน การออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและภูมิทัศน์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์โอท็อปชุมชน สำหรับการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่ ของตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้ให้สามารถนำผลผลิตที่ได้ ใช้เป็นแนวทางในการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ โดยสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมฯดังกล่าว เข้าใจถึงความสำคัญและความจำเป็นของการดำเนินงานวิจัย ที่จะช่วยให้เกิดประโยชน์ในการใช้งานและช่วยเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าในการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางบุญเอื้อ สอดสี)
นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบางงาม
อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

เรียน คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

เพื่อ ☑ ทราบ ☐ ลงนาม

☐ อนุญาต / อนุมัติ ☐ พิจารณาสั่งการ

☑ เห็นควรเสนอ รอง.ฝ่ายวิชาการและวิจัย ๒๖ ก.ย. ๒๕๖๖

ทราบและมอบดำเนินการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประชา พิจักขณา)
คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
๒๖ ก.ย. ๒๕๖๖

ทราบและมอบ ○ วิจัยและพัฒนา ○ บริการวิชาการแก่สังคม
○ หลักสูตร ○ ทะเบียน
○ วิเทศสัมพันธ์ ○ เทคโนโลยีทางการศึกษา
○ ประกันคุณภาพการศึกษา ○ สหกิจศึกษา
○ งานการจัดการความรู้.....

เพื่อทราบและ เสนอ ผ.ร.วิเทศ ทราบ

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต เหล่าวัฒนพงษ์)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย
๒๖ ก.ย. ๒๕๖๖

หนังสือรับรองการนำไปใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยหรือผลงานสร้างสรรค์

ชื่อหน่วยงาน กลุ่มจักสานบ้านหนองเพียรและกลุ่มเกษตรบ้านหนองเพียร จังหวัดสุพรรณบุรี
ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี
โทรศัพท์ 081-306-7454

ข้าพเจ้า นายฉันท์ การะเกตุ ตำแหน่ง ผู้ใหญ่บ้านหนองเพียร ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรีและประธานกลุ่มจักสานบ้านหนองเพียรและกลุ่มเกษตรบ้านหนองเพียร จังหวัดสุพรรณบุรี ขอรับรองการนำผลงานการออกแบบฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์จากสินค้า OTOP ชุมชนบ้านหนองเพียร ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี อาทิ ผลิตภัณฑ์จักสาน ข้าวไรซ์เบอร์รี่และข้าวแต๋นไรซ์เบอร์รี่ จังหวัดสุพรรณบุรี ว่านำมาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์จริง โดยคณะทำงานวิจัยฯ ได้นำผลงาน เรื่อง "โครงการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี" งบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental Fund) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2566 ของอาจารย์ ดร.มัทธนี ปราโมทย์เมือง หัวหน้าสาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และเทคโนโลยีการพิมพ์และหัวหน้าผู้รับผิดชอบชุดโครงการวิจัยฯ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครเป็นลักษณะการเผยแพร่งาน สร้างงานออกแบบและผลิตงานฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์และเกิดประโยชน์แก่ชุมชนในเชิงพาณิชย์ได้จริง ดังนี้

1. ช่วยพัฒนาเทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์และเกิดการต่อยอดการนำไปใช้งานในกลุ่มงานฯในพื้นที่ เพื่อใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ เป็นพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน
2. ได้ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ รูปแบบร่วมสมัย สวยงาม เหมาะต่อการใช้งาน
3. ช่วยยกระดับและช่วยส่งเสริมมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์จากสินค้า OTOP ชุมชน ได้มากขึ้นจากรูปแบบใหม่ของฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์

ซึ่งพร้อมกันนี้ ได้แนบหลักฐานฯประกอบการนำไปใช้ประโยชน์ ได้แก่ ภาพถ่ายผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ภาพรับมอบผลงานแก่ชุมชนและอื่น ๆ

• ขอรับรองว่าข้อความข้างต้นนี้เป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ.....

(นายฉันท์ การะเกตุ)
ตำแหน่ง ผู้ใหญ่บ้านหนองเพียรและประธานกลุ่มฯ
ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี
วันที่ ๖ เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2566