



รายงานการวิจัย

การศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ในประเพณีวันสารท
เดือนสิบ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

A study of the musical instruments used in RAK PRA activity
under the tradition of the tenth month (Sart Day), into
souvenirs product design.

พิชญ์ อนุชาญ Phitsanu anucharn
งามเพชร อัมพรวัฒนพงศ์ Ngampetch Ampornwattanapong

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
งบประมาณเงินกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
ประจำปี พ.ศ. 2563

การศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ในประเพณีวันสารท
เดือนสิบ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

A study of the musical instruments used in RAK PRA activity
under the tradition of the tenth month (Sart Day), into
souvenirs product design.

พิชญ์ อนุชาญ Phitsanu anucharn
งามเพชร อัมพรวัฒนพงศ์ Ngampetch Ampornwattanapong



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
งบประมาณเงินกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
ประจำปี พ.ศ. 2563

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย งบประมาณเงินกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมประจำปี พ.ศ. 2563 เป็นงานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม แผนงานการวิจัยและพัฒนานโยบายหรือนวัตกรรมด้านสังคมในประเด็นสำคัญตามยุทธศาสตร์ของประเทศ และการจัดการความรู้ เพื่อกระจายความเจริญและเมื่อนำอยู่ รวมทั้งเพื่อก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อยกระดับและส่งเสริมคุณภาพชีวิตสู่การพัฒนาสังคมต่อไป

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่ได้ให้การสนับสนุนในการทำวิจัยเรื่อง “การศึกษาเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ในประเพณีวันสารทเดือนสิบ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ขอขอบคุณผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่ได้ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ จนวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ประโยชน์อันใดที่เกิดจากงานวิจัยนี้ย่อมเป็นผลมาจากความกรุณาของท่านและหน่วยงาน ผู้วิจัยจึงใคร่ขอขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้

พิชญ์ อนุชาญ

งามเพชร อัมพรวัฒนพงศ์

กุมภาพันธ์ 2564

การศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ในประเพณีวันสารทเดือนสิบ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

พิชญ์ อนุชาญ¹ และงามเพชร อัมพรวัฒนพงศ์²

บทคัดย่อ

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาข้อมูลภูมิปัญญา เครื่องดนตรี รวมถึง รูปแบบ การสร้างและการตกแต่ง ที่ใช้ประกอบในประเพณีลากพระ บริเวณลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (2) เพื่อนำรูปแบบ เครื่องดนตรี มาออกแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ (3) เพื่อเสนอแนวทางในการประยุกต์นำเอาภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นมาออกแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ จากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มนักท่องเที่ยว ด้วยเครื่องมือแบบสอบถามและแบบประเมิน สถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีกระบวนการด้านการออกแบบ ได้แก่ ขั้นพัฒนาแบบร่าง 2 มิติ ขั้นพัฒนาแบบร่าง 3 มิติ ขั้นการพัฒนาต้นแบบ และต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง

ผลวิจัยพบว่า (1) ปัจจุบันมีเครื่องดนตรีอยู่ 3 ชิ้น ที่ใช้ในการคุมจังหวะการลากเรือพระ คือ โพน ฆ้อง และระฆัง โดยผู้ตีประโคมเรือพระ (2) เครื่องดนตรีที่นำมาออกแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก คือ โพน ฆ้อง และระฆัง โดยได้ใช้วัสดุของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปลายนา กลุ่มโกเมนทร์บาติก และกลุ่มโหนดทิ้ง ผลที่ได้จากการประเมินความพึงพอใจ พบว่าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชุดที่ 3 ของตกแต่งและสะสม เป็นตุ๊กตาไม้ตาลโตนด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.50 (S.D = 0.52) ชุดที่ 1 ของใช้ส่วนตัวจากผ้าบาติก ประกอบด้วย กล่องใส่ทิชชู หมอนรองคอ และหมอนซุกมือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (S.D = 0.58) และชุดที่ 2 ชุดสินค้าแฟชั่นจากเส้นใยตาลโตนด ประกอบด้วย หมวก 3 รูปแบบ ได้แก่ หมวกโพน หมวกฆ้อง และหมวกระฆัง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.37 (S.D = 0.58) ตามลำดับ (3) แนวทางในการประยุกต์นำเอาภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นมาออกแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่า ต้นแบบผลิตภัณฑ์สามารถนำไปสู่การผลิตชิ้นงานจริงเพื่อเผยแพร่ได้ และภาพรวมผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ; S.D = 0.56) และเสนอให้เป็นแนวทางในการต่อยอดวัสดุหลักและพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่ม ให้มีความแปลกใหม่ ใช้งานได้หลากหลาย เพื่อให้ตรงตามความต้องการทางการตลาดในปัจจุบันของกลุ่ม

^{1,2}อาจารย์ สาขาสถาปัตยกรรมและผังเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

นักท่องเที่ยวยที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น น่าสนใจ สามารถใช้ประโยชน์ได้จริง และวัสดุที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของงานหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มได้เป็นอย่างดี รวมทั้งผลิตภัณฑ์ยังสามารถแสดงออกถึงแนวความคิดในเรื่อง เครื่องดนตรีในประเพณีลากพระได้อย่างชัดเจน จนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีคุณค่าและความหมายได้ดี

คำสำคัญ: ลากพระ, เครื่องประโคมเรือพระ



A study of the musical instruments used in RAK PRA activity under the tradition of the tenth month (Sart Day), into souvenirs product design.

Phitsanu anucharn¹ and Ngampetch Ampornwattanapong²

Abstract

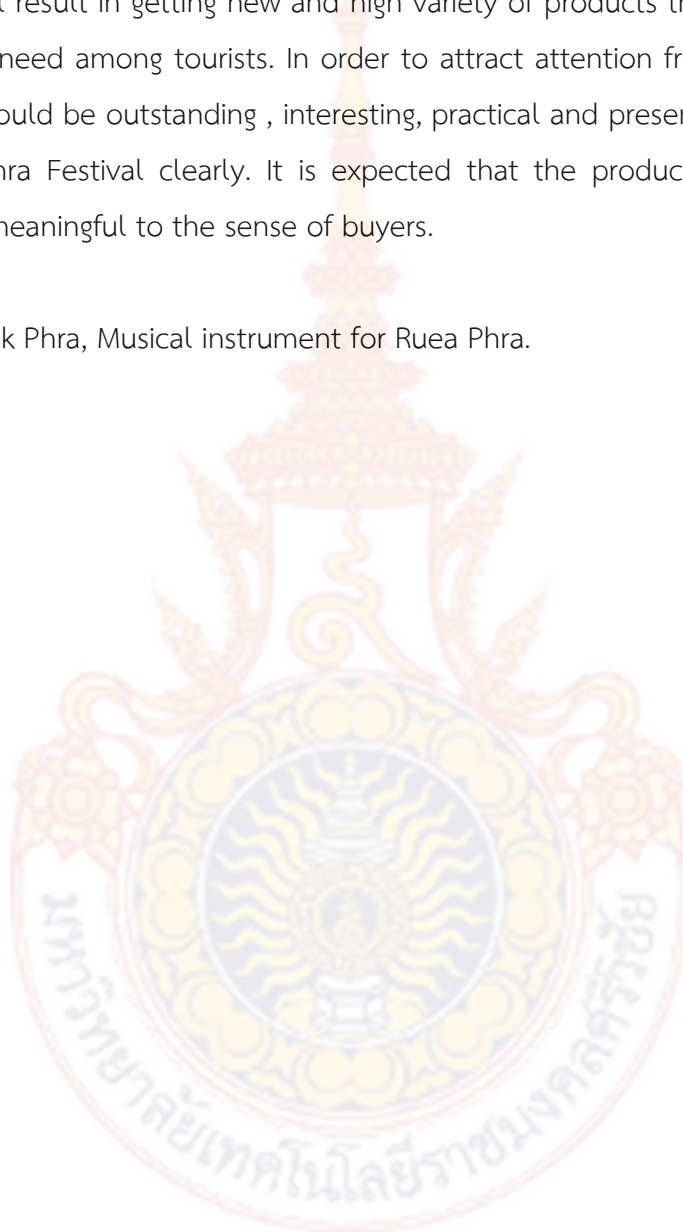
The research's objectives mainly focus on (1) Studying local wisdom about musical instruments including pattern, making process and decoration used in Chak Phra Festival along Songkhla Lake Basin area (2) Adopting pattern of musical instrument to the design process of product and souvenir in Creative tourism and Cultural tourism sites (3) Proposing suitable approaches in applying local wisdom and culture into product and souvenir in the creative and cultural tourism site. The process of gathering information was accomplished by utilizing questionnaires and assessment forms. Data was collected from various sources such as community enterprises and tourists. Statistic techniques applied in the research are percentage, average and standard deviation. Moreover, there are 4 main stages of designing process, which are by enhancing 2D and 3D draft, enhancing the prototype and producing the designed products.

According to the research, it was found that (1) There are 3 main musical instruments controlling rhythm during Chak Phra Festival, which are Phon, Gong and Bell. (2) 3 local enterprises - Baanhetsuanpetchplaina group, Batik gomen group and Noteting group have selected those musical instruments in order to design products and souvenirs. It was demonstrated from the satisfaction assessment that the 3rd group (decorations and collectibles i.e. palm tree doll) got the highest average at the number of 4.5 (S.D = 0.52) while the 1st group (personal effects from batik i.e. tissue case, travel pillow and hand warmer pillow) got 4.48 (S.D = 0.58) and the 2nd group (fashion Product made from palm tree fiber i.e. hats: Phon hat, Gong hat and Bell hat) got the least average at 4.37 (S.D = 0.58) respectively. (3) Approach in applying cultural wisdom and local tradition in designing souvenir and local goods has showed that the prototype

^{1,2} Department of architecture and Urban planning, Faculty of Architecture. Rajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla

of each product can be brought to the production process. Moreover, the overall satisfaction of the product was acceptable with the average at 4.45 (S.D = 0.56). According to the research, it is recommended that enhancing the original product and its material will result in getting new and high variety of products that work well with the marketing need among tourists. In order to attract attention from tourists, those local goods should be outstanding , interesting, practical and presenting local identity about Chak Phra Festival clearly. It is expected that the product should be both valuable and meaningful to the sense of buyers.

Keywords: Chak Phra, Musical instrument for Ruea Phra.



สารบัญ

เรื่อง	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ	3
1.4.1 ด้านวิชาการ	3
1.4.2 ด้านเศรษฐกิจ / ด้านสังคม	3
1.4.3 ด้านอุตสาหกรรม	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย	4
บทที่ 2 การทบทวนเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ข้อมูลทั่วไป	6
2.1.1 ประวัติและความเป็นมาของทะเลสาบสงขลา	6
2.1.2 อิทธิพลการตั้งถิ่นฐาน	8
2.1.3 ภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรม พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา	9
2.1.4 ประเภทช่างฝีมือภาคใต้	10
2.1.5 ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย	11
2.2 เครื่องดนตรีที่ใช้ในการตีระโคม	13
2.3 ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับโพน	18
2.4 การแข่งขันตีโพน	19
2.5 ทำนองการตีโพน	21
2.6 ความเชื่อเกี่ยวกับการสร้างโพน	22
2.7 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	23
2.7.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	23

เรื่อง	หน้า
2.7.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	25
2.8 ทฤษฎีเกี่ยวกับสินค้าที่ระลึก	28
2.8.1 ความหมายสินค้าที่ระลึก	28
2.8.2 ประเภทของสินค้าที่ระลึก	29
2.8.3 ลักษณะสินค้าที่ระลึก	29
2.8.4 แนวทางการออกแบบของที่ระลึก	30
2.8.5 ปัจจัยเกี่ยวกับสินค้าที่ระลึก	31
2.9 องค์ประกอบของการออกแบบด้านประโยชน์ใช้สอย	36
2.10 กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา	37
2.11 เทรนด์ปี 2020	38
2.12 เทรนด์ของที่ระลึกปี 2020	43
2.13 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	51
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	58
3.1 วิธีการวิจัย	58
3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และสถานที่ทำการวิจัย	58
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	59
3.3.1 การศึกษาเครื่องดนตรี ที่ใช้ในประเพณีลากพระ จากกลุ่ม ศิลปะการแสดง สถานศึกษา และกลุ่มชาวบ้านในพื้นที่อำเภอสังข พระ จังหวัดสงขลา	59
3.3.2 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน บนพื้นฐานด้านภูมิ ปัญญาและศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่น ในเรื่องของการนันทนาการ ของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน พื้นที่อำเภอสังขพระ จังหวัดสงขลา	60
3.3.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน และการสร้างต้นแบบ	60
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	60
3.4.1 แหล่งประกอบประเพณีลากพระ	61
3.4.2 แหล่งเครื่องดนตรีที่พบในการประกอบประเพณี	62
3.4.3 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในอำเภอสังขพระ	64
3.5 การวิเคราะห์และตรวจสอบข้อมูล	76

เรื่อง	หน้า
3.5.1 การวิเคราะห์เครื่องดนตรี ที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ประเพณีสารทเดือนสิบ พื้นที่อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา	77
3.5.2 การวิเคราะห์วัสดุพื้นถิ่น พื้นที่อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา	78
3.5.3 การวิเคราะห์กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ที่ใช้ในการผลิตสินค้าที่ ระลึก	79
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	79
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	82
4.1 ผลการวิเคราะห์ เครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบใน กิจกรรมลากพระ	82
4.2 ผลการวิเคราะห์ ภูมิปัญญาด้านการสร้างเครื่องดนตรี รวมถึงรูปแบบ และ การตกแต่ง	83
4.3 ผลการวิเคราะห์ การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก	84
4.3.1 ผลการวิเคราะห์ ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่ใช้ใน การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	84
4.3.2 ผลการวิเคราะห์ การประเมินศักยภาพด้านการตลาดและ ความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว	86
4.3.3 ผลการวิเคราะห์ การตรวจสอบความถูกต้องและทิศทางการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการ เพื่อการท่องเที่ยว	92
4.3.4 ผลการวิเคราะห์ แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ สินค้าที่ระลึก จากเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ	96
4.3.5 ผลการวิเคราะห์ ความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ สู่อุปกรณ์ ของที่ระลึกในการท่องเที่ยว จากเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบ กิจกรรมลากพระ	111
4.3.6 ผลการวิเคราะห์ การพัฒนาต้นแบบของที่ระลึกสู่การผลิต จริง	132
4.3.7 ผลการวิเคราะห์ ต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงเพื่อเผยแพร่	147
4.4 ผลการวิเคราะห์ การเสนอแนวทางในการประยุกต์นำเอาภูมิปัญญาด้าน วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นมาออกแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่แสดง ถึงอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของภาคใต้	149
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	158
5.1 สรุปผลการวิจัย	158

เรื่อง	หน้า
5.2 อภิปรายผล	170
5.3 ข้อเสนอแนะ	179
บรรณานุกรม	180
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถามโครงการ : การศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบ กิจกรรมลากพระ ประเพณีสารทเดือนสิบสู่การออกแบบผลิตของที่ระลึก	
ภาคผนวก ข โครงการ: ถ่ายทอดองค์ความรู้นวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่ชุมชน	
ประวัติผู้วิจัย	



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 3.1	66
แสดงเกณฑ์พิจารณาในกลุ่มผลิตภัณฑ์อันตราย อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา	
ตารางที่ 4.1	87
แสดงข้อมูลทั่วไป	
ตารางที่ 4.2	88
แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การประเมินศักยภาพด้าน การตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว	
ตารางที่ 4.3	92
แสดงข้อมูลทั่วไป	
ตารางที่ 4.4	94
แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การตรวจสอบความถูกต้อง และทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว	
ตารางที่ 4.5	105
แสดงข้อมูลทั่วไป	
ตารางที่ 4.6	107
แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ด้านแนวความคิด) ชุดของผู้ใช้ส่วนตัว	
ตารางที่ 4.7	108
แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ด้านแนวความคิด) ชุดสินค้าแฟชั่น	
ตารางที่ 4.8	109
แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ด้านแนวความคิด) ชุดของตกแต่งและ สะสม	
ตารางที่ 4.9	110
แสดงค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึก ครั้งที่ 1	
ตารางที่ 4.10	116
แสดงข้อมูลทั่วไป	
ตารางที่ 4.11	118
แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจความเป็นไป ได้ของผลิตภัณฑ์ สู่การเป็นของที่ระลึก ชุดของผู้ใช้ส่วนตัว	
ตารางที่ 4.12	123
แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจความเป็นไป ได้ของผลิตภัณฑ์ สู่การเป็นของที่ระลึก ชุดที่ 2 สินค้าแฟชั่น	
ตารางที่ 4.13	128
แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจความเป็นไป ได้ของผลิตภัณฑ์ สู่การเป็นของที่ระลึก ชุดของตกแต่งสะสม	
ตารางที่ 4.14	131
แสดงค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึก ครั้งที่ 2	
ตารางที่ 4.15	135
แสดงข้อมูลทั่วไป	

ตารางที่		หน้า
ตารางที่ 4.16	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจการพัฒนา ต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดของผู้ใช้ส่วนตัว	137
ตารางที่ 4.17	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจการพัฒนา ต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดสินค้าแฟชั่น	140
ตารางที่ 4.18	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจการพัฒนา ต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดของตกแต่งสะสม	143
ตารางที่ 4.19	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึก ครั้งที่ 3	146



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
ภาพที่ 1.1	แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย	4
ภาพที่ 2.1	แสดงสภาพภูมิประเทศและลำน้ำสาขาในกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา	8
ภาพที่ 2.2	แสดงประเพณีวัฒนธรรมภาคใต้ พื้นที่กลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา	9
ภาพที่ 2.3	แสดงภาพประเพณีชักพระของชาวใต้จากสมุดภาพเจมส์ โลว์	15
ภาพที่ 2.4	แสดงการเคลื่อนของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวจากแบบเดิมสู่แบบใหม่	24
ภาพที่ 2.5	แสดงเฉดสีน้ำเงิน	39
ภาพที่ 2.6	แสดงเฉดสีชมพู	40
ภาพที่ 2.7	แสดงเฉดสีน้ำตาลทอง	41
ภาพที่ 2.8	แสดงกลุ่มสี Terracotta	41
ภาพที่ 2.9	แสดงกลุ่มสี Neo Mint	42
ภาพที่ 2.10	แสดงกลุ่มสี OLIVE DRAB	43
ภาพที่ 2.11	แสดงหมวดของสะสม แก้วเซรามิก	44
ภาพที่ 2.12	แสดงหมวดของใช้สำนักงาน นาฬิกาแขวนและตั้งโต๊ะ	45
ภาพที่ 2.13	แสดงหมวดของใช้สำนักงาน ที่ใส่ของ	45
ภาพที่ 2.14	แสดงหมวดของใช้ทั่วไป แฟลชไดร์ฟ	46
ภาพที่ 2.15	แสดงหมวดของใช้ทั่วไป แก้วเก็บความเย็น	46
ภาพที่ 2.16	แสดงหมวดของใช้ทั่วไป สมุดโน้ต	47
ภาพที่ 2.17	แสดงหมวดของใช้ทั่วไป ร่ม	47
ภาพที่ 2.18	แสดงหมวดของใช้ทั่วไป กระเป๋าผ้า	48
ภาพที่ 2.19	แสดงหมวดของใช้ทั่วไป ปิ่นโต	48
ภาพที่ 2.20	แสดงหมวดของใช้ในชีวิตประจำวัน / หมวก	49
ภาพที่ 2.21	แสดงหมวดของใช้ในชีวิตประจำวัน / พวงกุญแจ	49
ภาพที่ 2.22	แสดงหมวดของใช้ในชีวิตประจำวัน / สร้อยข้อมือ	50
ภาพที่ 2.23	แสดงหมวดของใช้ในชีวิตประจำวัน / เสื้อผ้า	50
ภาพที่ 2.24	แสดงหมวดสินค้าเบ็ดเตล็ด โมบายแขวน	51
ภาพที่ 3.1	แสดงแหล่งวัฒนธรรมเรือพระ อำเภอสทิงพระ	62
ภาพที่ 3.2	แสดงแหล่งวัฒนธรรมเครื่องดนตรี อำเภอสทิงพระ	63
ภาพที่ 3.3	แสดงกิจกรรมลากพระ ในการประโคมเครื่องดนตรี	64
ภาพที่ 3.4	แสดงแหล่งวิสาหกิจชุมชนและงานหัตถกรรม อำเภอสทิงพระ	65

ภาพที่	หน้า	
ภาพที่ 3.5	แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกลุ่มโหนดทิ้ง	69
ภาพที่ 3.6	แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปลายนา	71
ภาพที่ 3.7	แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกลุ่มโกเมนทร์บาติก	73
ภาพที่ 3.8	แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกลุ่มไอนบีดส์ เครื่องหนังทำมือ	75
ภาพที่ 3.9	แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกลุ่มศิลปะปูนปั้นและหัตถกรรม	76
ภาพที่ 3.10	แสดงเครื่องดนตรีเรือพระที่ใช้ในอดีต	77
ภาพที่ 3.11	แสดงการวิเคราะห์วัสดุพื้นถิ่น พื้นที่อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา	78
ภาพที่ 3.12	แสดงวัสดุพื้นถิ่น พื้นที่อำเภอสทิงพระ	79
ภาพที่ 4.1	แสดงจิ้งหะการตีของเครื่องดนตรีที่ใช้ประโคมเรือพระ	83
ภาพที่ 4.2	แสดงเครื่องดนตรีที่ใช้ประโคมเรือพระ	83
ภาพที่ 4.3	แสดงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม	86
ภาพที่ 4.4	แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1) ชุดที่ 1 ชั้นที่ 1 ที่ใส่กระดาษทิชชู	97
ภาพที่ 4.5	แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1) ชุดที่ 1 ชั้นที่ 2 หมอนรองคอ (ระฆังคล้องคอ)	98
ภาพที่ 4.6	แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1) ชุดที่ 1 ชั้นที่ 3 หมอนชูกมือ (โพนชูกมือ)	99
ภาพที่ 4.7	แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1) ชุดที่ 2 ชั้นที่ 1 หมวกฮ้อง	100
ภาพที่ 4.8	แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1) ชุดที่ 2 ชั้นที่ 2 หมวกโพน	101
ภาพที่ 4.9	แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1) ชุดที่ 2 ชั้นที่ 3 หมวกระฆัง	102
ภาพที่ 4.10	แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1) ชุดที่ 3 ชั้นที่ 1 ตุ๊กตาไม้ (MR. โพน)	103
ภาพที่ 4.11	แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1) ชุดที่ 3 ชั้นที่ 2 ตุ๊กตาไม้ (MR. ฮ้อง)	104
ภาพที่ 4.12	แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1) ชุดที่ 3 ชั้นที่ 3 ตุ๊กตาไม้ (MISS. ระฆัง)	104
ภาพที่ 4.13	แสดงการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ด้านแนวความคิด)	105

ภาพที่	หน้า
	ชุดของใช้ส่วนตัว (ชุดที่ 1)
ภาพที่ 4.14	108
	ชุดสินค้าแฟชั่น (ชุดที่ 2)
ภาพที่ 4.15	109
	ชุดของตกแต่งและสะสม (ชุดที่ 3)
ภาพที่ 4.16	112
ภาพที่ 4.17	112
ภาพที่ 4.18	113
	ทิวชู
ภาพที่ 4.19	114
ภาพที่ 4.20	115
ภาพที่ 4.21	117
	ชุดของใช้ส่วนตัว
ภาพที่ 4.22	120
ภาพที่ 4.23	121
ภาพที่ 4.24	122
ภาพที่ 4.25	123
	ชุดสินค้าแฟชั่น
ภาพที่ 4.26	126
	โพน)
ภาพที่ 4.27	127
	ฮ่อง)
ภาพที่ 4.28	127
	(MISS. ระฆัง)
ภาพที่ 4.29	128
	ชุดของตกแต่งสะสม
ภาพที่ 4.30	132
	ส่วนตัว
ภาพที่ 4.31	133
	เส้นในतालโตนด

ภาพที่		หน้า
ภาพที่ 4.32	แสดงการพัฒนาต้นแบบของที่ระลึกสู่การผลิตจริง (ชุดที่ 3) ของตุ๊กตาไม้	134
ภาพที่ 4.33	แสดงการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดของใช้ส่วนตัว	136
ภาพที่ 4.34	แสดงการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดสินค้าแฟชั่น	140
ภาพที่ 4.35	แสดงการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดของตกแต่งสะสม	143
ภาพที่ 4.36	แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงเพื่อเผยแพร่ (ชุดที่ 1) ของใช้ส่วนตัว	148
ภาพที่ 4.37	แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงเพื่อเผยแพร่ (ชุดที่ 2) สินค้าแฟชั่น	148
ภาพที่ 4.38	แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงเพื่อเผยแพร่ (ชุดที่ 3) ของตกแต่งสะสม	149
ภาพที่ 4.39	แสดงการแนวทางผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ชุดที่ 1) ของใช้ส่วนตัว	150
ภาพที่ 4.40	แสดงการแนวทางผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ชุดที่ 2) สินค้าแฟชั่น หมวก	151
ภาพที่ 4.41	แสดงการแนวทางผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ชุดที่ 3) ของตกแต่งสะสม ตุ๊กตาไม้	152
ภาพที่ 4.42	แสดงแผนที่ท่องเที่ยวเส้นทางวัฒนธรรม	155



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ

ภูมิปัญญาท้องถิ่นภาคใต้ เป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันเกิดจากการพัฒนา การปรับตัว ปรับวิถีชีวิตของคนในภาคใต้ที่ประกอบด้วยคนไทยและอีกหลายชาติพันธุ์ที่อยู่ร่วมกันในคาบสมุทรมีคนมาเลย์ คนจีน และคนที่มาจากอินเดียฝ่ายใต้ แต่กลุ่มชนที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ไทยสยาม โดยสภาพภูมิศาสตร์ที่เป็นแหลมทอง มีทะเลกว้างใหญ่ขนาบอยู่ทั้งสองข้าง มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งในทะเล และบนแผ่นดิน อันล้วนเป็นเขตมรสุมใกล้เส้นศูนย์สูตร มีผู้คนหลายชาติ หลายภาษา หลายวัฒนธรรมเดินทางมาทั้งทางบกและทางทะเลเพื่อมาตั้งหลักแหล่ง แสวงหาโภคทรัพย์และทำมาค้าขายเป็นเวลาติดต่อกันยาวนานกว่าพันปี มีการตั้งถิ่นฐานทำมาหากินกันหลายลักษณะ ทั้งบริเวณชายทะเล ที่ราบระหว่างชายทะเลกับเทือกเขา หลังเขา และตามสายน้ำน้อยใหญ่จำนวนมากที่ไหลจากเทือกเขาสูงสู่ทะเลทั้งสองด้าน ภูมิปัญญาของภาคใต้จึงมีความหลากหลาย ทั้งที่ได้พัฒนาการจากการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ หรือคนต่างถิ่นที่พกพามาจากแหล่งอารยธรรมต่างๆ จนหลอมรวมกัน เกิดเป็นภูมิปัญญาประจำถิ่น ทั้งนี้ช่วงเวลาของการประกอบประเพณีดังกล่าว สอดคล้องกับสภาพของสังคมเกษตรกรรมอันเป็น (อินธอร์ นาคา, ภูมิปัญญาภาคใต้: ออนไลน์)

สารทเดือนสิบเป็นประเพณีในรอบปีที่สำคัญของชาวไทยพุทธภาคใต้ที่ปฏิบัติสืบต่อกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สันนิษฐานกันว่าได้รับมาจากอินเดียโดยผ่านการรับความเชื่อทางศาสนาพุทธและพราหมณ์ เป็นประเพณีการทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้แก่บรรพบุรุษและผู้ล่วงลับไปแล้ว การประกอบพิธีมีขึ้นในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 10 เรียกว่าวันห่มรับเล็ก หรือวันรับตายาย เป็นการนำอาหารไปทำบุญที่วัดเพื่อรับญาติที่ขึ้นมาจากนรก และในวันแรม 15 ค่ำ เดือน 10 เป็นวันห่มรับใหญ่ ซึ่งจัดในวันแรม 15 ค่ำ เดือน 10 ซึ่งจะมีการจัดห่มรับ โดยมีขนมที่ขาดไม่ได้ 5 อย่าง คือ ขนมพอง ขนมลา ขนมกง ขนมดีซำและขนมบ้า การยกห่มรับและถวายภัตตาหารแด่พระสงฆ์ การฉลองห่มรับและบังสุกุลให้แก่บรรพบุรุษผู้ล่วงลับ และการตั้งเปรต-ชิงเปรตเพื่อทำบุญอุทิศให้แก่ดวงวิญญาณทั่วไป ปัจจุบันประเพณีสารทเดือนสิบยังคงได้รับการปฏิบัติกันทั่วไปในสังคมชาวไทยพุทธภาคใต้ โดยชาวบ้านยังคงสืบทอดความมุ่งหมายและวิถีปฏิบัติหลักๆ ตามที่เคยปฏิบัติกันมา นับเป็นประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณธรรมด้าน“ความกตัญญูกตเวที” ของชาวไทยพุทธภาคใต้ได้เป็นอย่างดี (มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม, สารทเดือนสิบ: ออนไลน์)

สืบเนื่องจากประเพณีสารทเดือนสิบนั้นยังมีกิจกรรม ที่สะท้อนถึงภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ได้แก่ กิจกรรมลากพระ เป็นประเพณีพื้นเมืองของชาวภาคใต้ ได้มีการสืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยศรีวิชัย โดยสันนิษฐานว่าได้เกิดมีขึ้นครั้งแรกในประเทศอินเดีย ตามลัทธิของศาสนาพราหมณ์ ที่นิยมนำเทวรูปออกแห่ในโอกาสต่างๆ ต่อมาชาวพุทธศาสนิกชน ได้นำมาดัดแปลงให้ตรงกับศาสนาพุทธ ประเพณีชักพระหรือลากพระได้ถ่ายทอดมาถึงประเทศไทยในบริเวณภาคใต้ได้รับ และมีการนำไปปฏิบัติจนกลายเป็นประเพณีสืบมาจนถึงปัจจุบัน ชาวใต้มีความเชื่อว่าการลากพระ จะทำให้ฝนตกต้องตามฤดูกาลหรือเป็นการขอฝน เพราะผู้ประกอบพิธีส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม ประเพณีลากพระก่อให้เกิดวัฒนธรรมอื่นๆ สืบเนื่องหลายอย่าง เช่น ประเพณีการแข่งขันเรือพาย การประชันโพนหรือแข่งโพน กีฬาซัดตัม การทำต๋มย่าง การเล่นเพลงเรือ เป็นต้น นอกจากนั้นประเพณีชักพระยังก่อให้เกิดการรวมกลุ่มกันทำคุณงามความดี ก่อให้เกิดความสามัคคีธรรมของหมู่คณะ นำความสุขสงบมาให้สังคม (hatyaifocus, ประเพณีชักพระ: ออนไลน์)

เครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบในกิจกรรมลากพระ หรือชักพระ เป็นสิ่งหนึ่งที่น่าสนใจเนื่องจากเป็นกำหนดจังหวะ การลากพระใช้เชือกแบ่งผูกเป็น 2 สาย เป็นสายผู้หญิงและสายผู้ชาย โดยใช้โพน (ปิด) ฆ้อง ระฆัง เป็นเครื่องตีให้จังหวะเร้าใจในการลากพระ คนลากจะเบียดเสียดกันสนุกสนานและประสานเสียงร้องบทลากพระเพื่อผ่อนคลาย สิ่งที่เป็นตัวกำหนดในการลากพระ คือจังหวะของ โพน ฆ้อง ระฆัง ซึ่งมีท่วงทำนอง จังหวะที่ต่างกันออกไป คุมโพน คือ การประคองเรือพระเพื่อประกาศให้ชาวบ้านทราบทางวัดจะจัดให้มีการลากพระและใช้ประคองในวันลากพระเพื่อตีเป็นสัญญาณคุมการลากเรือพระให้ลากช้าหรือเร็ว การคุมโพน แต่ละวัดจะทำล่วงหน้าก่อนถึงวันชักพระหรือลากพระ เพื่อบอกให้ชาวบ้านรู้ว่าวัดนั้นจะมีกิจกรรมการชักพระตามประเพณี ในทางตรงกันข้ามถ้าวัดใดไม่มีการคุมโพนล่วงหน้าตามกำหนดย่อมแสดงว่าวัดนั้นงดการจัดกิจกรรมการชักพระหรือลากพระในปีนั้น การคุมโพน นิยมกระทำก่อนถึงวันชักพระ (เดือน 11 แรม 1 ค่ำ หรือ เดือน 5 แรม 1 ค่ำ) เป็นเวลา 3 วัน แต่บางวัดอาจจะเริ่มเร็วกว่านั้น และโดยมากจะคุมโพนในเวลากลางคืน โพนที่นำมาตีประคองนิยมใช้ 2 ใบ เป็นเสียงแหลม (เสียงตึง) 1 ใบ และเสียงทุ้ม (เสียงท้อม) 1 ใบ มีจังหวะและลีลาการตีโดยเฉพาะและตีสลับเสียงกันดังนี้ ตึง ตึง ท้อม, ตึง ตึง ตึง ตึง ตึง ท้อม, ตึง ตึง ท้อม, ตึง ตึง ท้อม, ตึง ท้อม ตึง ท้อม

ซึ่งจากประเด็นข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีแนวที่จะนำ เรื่องดนตรีที่เป็นส่วนประกอบหนึ่งในการทำกำหนดจังหวะซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญในการที่จะทำให้การลากพระ หรือชักพระนั้น เป็นไปอย่างพร้อมเพรียง จึงคิดว่าลักษณะกิจกรรมเหล่านี้มีนัยยะวิธีการเล่น มีรูปแบบ ที่น่าสนใจ ทั้งในเรื่อง จังหวะ ท่วงทำนอง ที่มีความต่างกัน ลักษณะของเครื่องดนตรี ที่มีการผสมผสานกัน ที่ไม่ใช่ประสมวงดนตรี นำมาผนวกกับแนวทางในการออกแบบซึ่งมีแนวความคิด มีกระบวนการคิด ซึ่งสามารถนำมาศึกษา

เครื่องใช้ดนตรี ที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ในประเพณีวันสารทเดือนสิบ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีความต่างไปจาก ผลิตภัณฑ์อื่นๆ

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาข้อมูล ภูมิปัญญา เครื่องดนตรี รวมถึง รูปแบบ การสร้างและการตกแต่ง ที่ใช้ ประกอบในประเพณีลากพระ บริเวณลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

1.2.2 เพื่อนำรูปแบบ เครื่องดนตรี มาออกแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในด้านการ ท่องเที่ยวสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.2.3 เพื่อเสนอแนวทางในการประยุกต์นำเอาภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นมา ออกแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม

1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

ศึกษาข้อมูลจากพื้นที่ที่มีความโดดเด่นด้านประเพณีบุญสารทเดือนสิบ บริเวณลุ่มน้ำทะเลสาบ สงขลา

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.4.1 ด้านวิชาการ

ข้อมูลในด้าน ภูมิปัญญา เครื่องดนตรี รวมถึงรูปแบบการสร้างและการตกแต่ง เครื่องใช้ ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ และรายละเอียดแนวคิดในการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ สอดคล้องกับการตลาดในปัจจุบัน

1.4.2 ด้านเศรษฐกิจ / ด้านสังคม

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจะเป็นต้นแบบให้กับชุมชนหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการต่อยอด ผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว ช่วยส่งเสริมรายได้และสร้างอาชีพให้กับชุมชน

1.4.3 ด้านอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถพัฒนาต่อยอดสู่ระบบอุตสาหกรรมได้ โดยจะได้ต้นแบบ ผลิตภัณฑ์อย่างน้อย 5 รูปแบบ

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

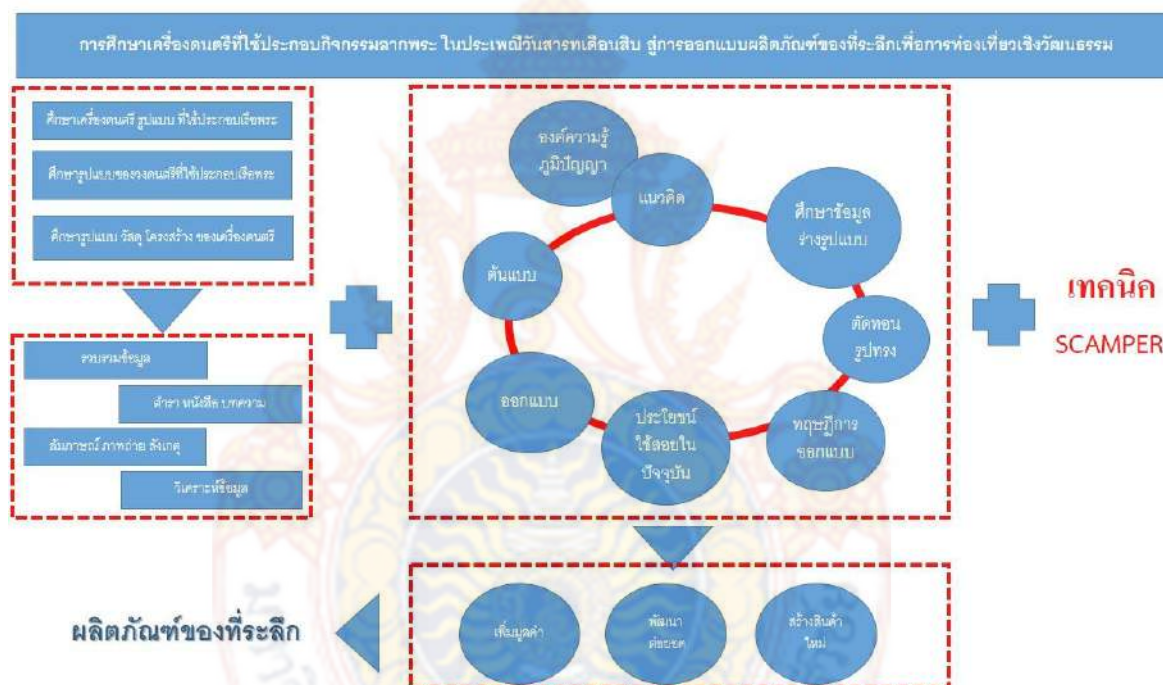
ลากพระ

ประเพณีสำคัญ นิยมมีในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 ซึ่งถือว่าเป็นวันที่พระพุทธเจ้าเสด็จลงจากสวรรค์ชั้นดาวดึงส์กลับจากโปรดพระพุทธมารดา การชักพระมี 2 อย่าง คือ ชักพระทางบกกับทางน้ำ

เครื่องประโคมเรือพระ

เครื่องดนตรีพื้นบ้าน เครื่องที่ใช้จังหวะเป็นหลัก ได้แก่ โพน ระฆัง และฆ้อง

1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

บทที่ 2

การทบทวนเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการวิจัยเรื่องการศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ประเพณีวันสารทเดือนสิบ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ดำเนินโครงการจากการทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์ชาวบ้านในพื้นที่ ด้านภูมิปัญญาและด้านวัฒนธรรมภาคใต้ ประเพณีลากพระและการประโคมเครื่องดนตรีในเรือพระ เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ความหมาย และอัตลักษณ์มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูล ภูมิปัญญาเครื่องดนตรี รวมถึงรูปแบบการสร้างและการตกแต่ง ที่ใช้ประกอบในประเพณีลากพระ บริเวณลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 2) เพื่อนำรูปแบบเครื่องดนตรีมาออกแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 3) เพื่อเสนอแนวทางในการประยุกต์นำเอาภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นมาออกแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำเสนอตามลำดับดังนี้

- 1) ข้อมูลทั่วไปลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
- 2) เครื่องดนตรีที่ใช้ในการประโคม
- 3) ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับโพน
- 4) การแข่งขันตีโพน
- 5) ทำนองการตีโพน
- 6) ความเชื่อเกี่ยวกับการสร้างโพน
- 7) การสร้างเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 8) ทฤษฎีเกี่ยวกับสินค้าที่ระลึก
- 9) เทรนด์สี ปี 2020
- 10) กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา
- 11) องค์ประกอบของการออกแบบด้านประโยชน์ใช้สอย
- 12) เทรนด์ของที่ระลึก ปี 2020
- 13) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลทั่วไป

พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นกลุ่มทางสังคมและนิเวศวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่มีเอกภาพและ พัฒนาการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีพื้นที่ครอบคลุมจังหวัดพัทลุงทั้งหมด พื้นที่ ส่วนใหญ่ของจังหวัดสงขลาและพื้นที่บางส่วนของจังหวัดนครศรีธรรมราช ทะเลสาบสงขลาจัดเป็น แหล่งน้ำธรรมชาติที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย มีเนื้อที่ประมาณ 1,040 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 616,750 ไร่ ส่วนกว้างจากทิศตะวันตกไปทิศตะวันออกประมาณ 20 กิโลเมตร และความยาวจากทิศ เหนือไปใต้ประมาณ 75 กิโลเมตร มีแม่น้ำหลายสายที่กำเนิดจากเทือกเขาบรรทัดไหลผ่านที่ราบลุ่มลง สู่ทะเลสาบ ทั้งยังได้รับอิทธิพลของน้ำทะเลอ่าวไทยไหลเข้าสู่ทะเลสาบตอนล่าง ยังผลให้ทะเลสาบ สงขลามีทั้งน้ำจืด น้ำกร่อยและน้ำเค็ม ก่อให้เกิดความหลากหลายทางชีวภาพและมีอิทธิพลต่อการ สร้างสรรค์วัฒนธรรมเพื่อการดำรงชีวิต

2.1.1 ประวัติและความเป็นมาของทะเลสาบสงขลา

ทะเลสาบสงขลาเป็นแหล่งน้ำที่มีความสำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย เป็นแหล่งน้ำ ขนาดใหญ่ ซึ่งมีทั้ง น้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม อยู่ใกล้เคียงกัน จึงทำให้มีความหลากหลายทางชีวภาพ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศน์อยู่ตลอดเวลา

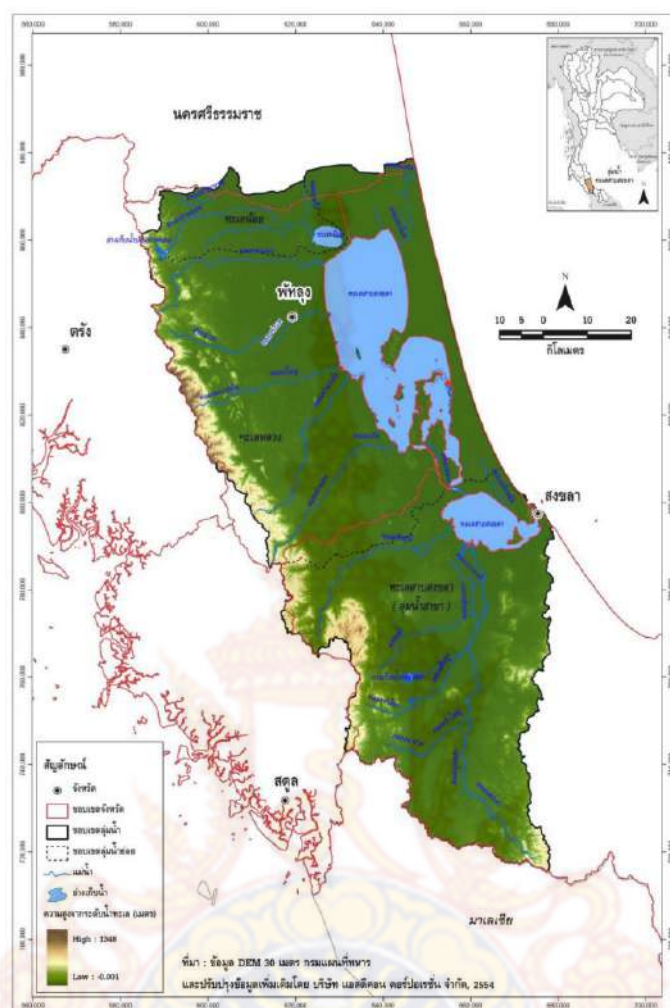
ดินแดนรอบๆ ทะเลสาบสงขลา ปัจจุบัน คือ พื้นที่ของจังหวัดพัทลุง อำเภอชะอวด อำเภอหัวไทร อำเภอรโนด อำเภอสทิงพระ อำเภอกระแสดินธุ์ อำเภอสิงหนคร อำเภอเมือง อำเภอ หาดใหญ่ และอำเภอรัตนภูมิ จากหลักฐานของแผนที่ของชาวต่างประเทศ พื้นที่บริเวณนี้ พ.ศ. 2000 มี ลักษณะแตกต่างจากปัจจุบันมากพอสมควร โดยเฉพาะบริเวณอำเภอหัวไทร อำเภอรโนด อำเภอกระ แสดินธุ์ อำเภอสทิงพระ และอำเภอสิงหนคร บริเวณนี้แต่เดิมเป็นเกาะสองเกาะ คือพื้นที่ในสวนอำเภอ หัวไทรไปจนถึงอำเภอสิงหนคร ซึ่งเป็นเกาะขนาดใหญ่ ส่วนเกาะขนาดเล็กก็คือ “เกาะใหญ่” ใน ปัจจุบันนั้น เกิดจากระดับน้ำที่ลดลงทำให้พื้นที่ดินเดิมใต้ผิวน้ำโผล่ขึ้นมาเป็นภูเขาเตี้ยๆ ประกอบกับ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดเอาทรายทะเลมาทับถมทางด้านซีกตะวันออกของภูเขา ทำให้เกิดสัน ททรายงอกออกไปเรื่อยๆ ในขณะที่ซีกตะวันตกของภูเขาเกิดดินตะกอนที่ลำน้ำสายสั้นๆ คือ คลองนาง เรียม คลองปากประ คลองลาปา คลองท่าเตื่อ คลองอยู่ตะเภา และแม่น้ำสายยาวที่พัดจากจังหวัดสตูล ไหลออกทะเลที่บริเวณทะเลสาบตอนในในปัจจุบัน ทำให้แผ่นดินทั้งสองด้านงอกออกไปเรื่อยๆ จน กลายเป็นเกาะขึ้น ซึ่งภายหลังเกาะนี้ได้กลายเป็นที่ตั้งถิ่นฐานทำมาหากิน เป็นชุมชนหนาแน่นเพราะ มีความเหมาะสมที่จะเป็นท่าเรือ และสามารถกำบังลมได้เป็นอย่างดี แม้แผ่นดินทางด้านทิศเหนือจะ งอกออกไปจนติดเป็นแผ่นดินเดียวกันแล้ว บริเวณเกาะซึ่งพัฒนาเป็นแหลมก็ยังคงเป็นชุมชนที่ หนาแน่นยิ่งขึ้น เมื่อน้ำในทะเลสาบตอนในเปลี่ยนเป็นน้ำจืด เพราะได้รับอิทธิพลจากน้ำในลำคลองที่ได้ กล่าวถึงข้างต้นมากกว่าน้ำทะเล พื้นที่โดยรอบของทะเลสาบจึงเริ่มกลายเป็นพื้นที่เพาะปลูก เนื่องจาก บริเวณนี้มีดินตะกอนทับถมกันมาก ซึ่งเหมาะแก่การเพาะปลูก จึงกลายเป็นแหล่งผลิตข้าวที่สำคัญของ

ภาคใต้ โดยเฉพาะบริเวณฝั่งตะวันตก หรือพื้นที่ของจังหวัดพัทลุง ในปัจจุบันขณะเดียวกันทะเลสาบที่เกิดขึ้นก็เป็นแหล่งของสัตว์น้ำนานาชนิดด้วย

ส่วนบริเวณตอนบนหรือแถบต้นน้ำเชิงเขาก็เป็นเขตป่าที่มีป่าดงดิบชื้นปกคลุมหนาแน่น จึงมีผลผลิตจากป่าจำนวนมาก เช่น หวาย ไม้ไผ่ สมุนไพร งามช้าง เครื่องหนัง เขาสัตว์ และของป่า อื่นๆ ซึ่งของพวกนี้พ่อค้าชาวจีนและอินเดียต้องการมาก พ่อค้าชาวจีนและอินเดียจึงเดินทางเข้ามาค้าขายและนำเอาอารยธรรมเข้ามาเผยแพร่ในบริเวณคาบสมุทรมาลายู และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

สรุป ทะเลสาบสามน้ำที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดสงขลา จังหวัดพัทลุง และจังหวัดนครศรีธรรมราช ทะเลสาบสงขลามีสภาพทางนิเวศที่หลากหลาย มีความอุดมสมบูรณ์ เนื่องจากเป็นที่ไหลรวมกันของต้นน้ำลำคลองเล็กๆ มากมาย และเป็นแหล่งการเกิดวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำทะเลสาบที่สำคัญอีกด้วย





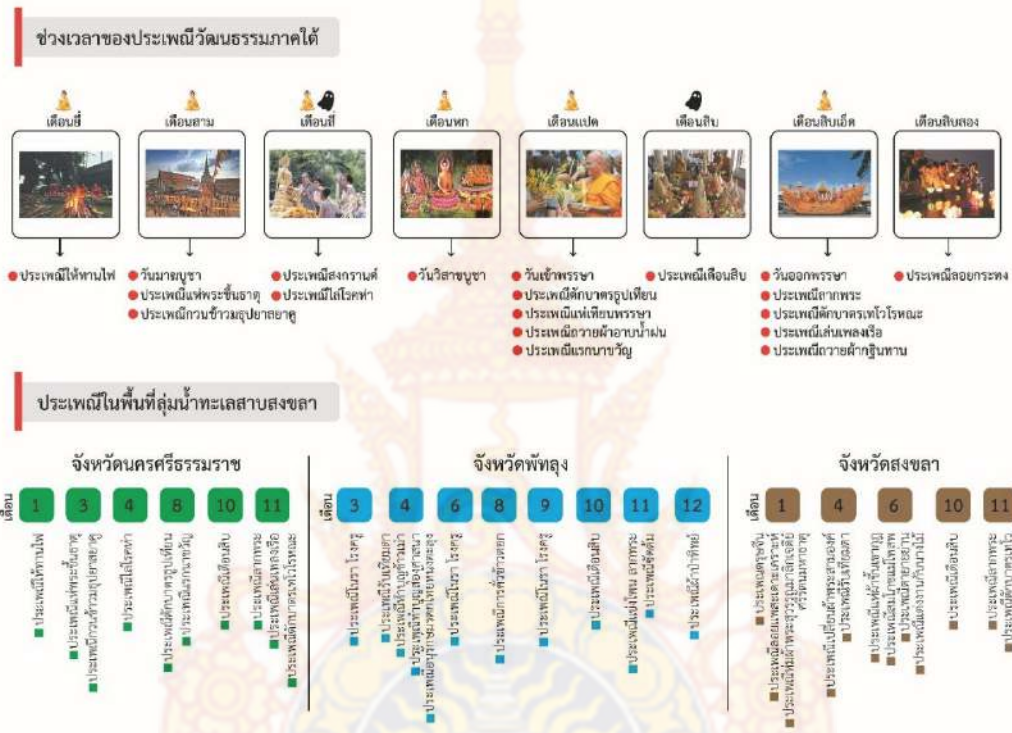
ภาพที่ 2.1 แสดงสภาพภูมิประเทศและลำน้ำสาขาในกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา แหล่งที่มา : ข้อมูล DEM 30 เมตร กรมแผนที่ทหาร, ปรับปรุงเพิ่มเติมโดย บริษัท แอสคิคอน คอร์ปอเรชั่น จำกัด, 2554

2.1.2 อิทธิพลการตั้งถิ่นฐาน

อาจารย์ชัยวุฒิ พิชยะกุล ได้บอกเล่าถึงภาพรวมประวัติศาสตร์ของพื้นที่นี้ว่า บริเวณลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาทั้งฝั่งตะวันตกและตะวันออก มีการใช้พื้นที่มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ มาถึงยุคที่ศาสนาพราหมณ์-ฮินดูแผ่ขยายอิทธิพลเข้ามาในพื้นที่ จึงเกิดเป็นแหล่งโบราณที่สำคัญหลายแห่ง เช่น ถ้ำคูหาที่อยู่ในพื้นที่ใกล้กับวัดพะโคะ ตระพังต่างๆ ที่มีอยู่มากมายในอำเภอสตงพระ บ้านเมืองในคาบสมุทรสตงพระและพัทลุงมีการพัฒนาเรื่อยมา เกิดเป็นเมืองโบราณที่สำคัญ ได้แก่ เมืองไชยบุรี พัทลุง เมืองสงขลาฝั่งหัวเขาแดง เป็นต้น

2.1.3 ภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรม พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ในภาคใต้งานช่างฝีมือนับได้ว่ามีความหลากหลายทั้งด้านรูปแบบคุณค่า ถือเป็นอาชีพที่มีการรักษา สืบทอดกันมาอย่างช้านาน ก่อให้เกิดการสั่งสมทางภูมิปัญญาชาวบ้าน งานฝีมือช่างชาวบ้านเหล่านั้น แฝงไว้ด้วยลักษณะทางสังคม ชุมชน และลักษณะทางเชื้อชาติ จนเกิดเป็นลักษณะที่มีเอกลักษณ์ทางสังคมอย่างหนึ่ง อันถึงพร้อมด้วยคุณค่าในเชิงศิลปะและวัฒนธรรม



ภาพที่ 2.2 แสดงประเพณีวัฒนธรรมภาคใต้ พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

2.1.4 ประเภทช่างฝีมือภาคใต้

ประเภทของงานช่างฝีมือในภาคใต้อาจจำแนกได้โดยอิงหลักการจำแนกประเภทของงานช่าง 10 หมู่ ซึ่งเป็นงานช่างหรืองานศิลปหัตถกรรมเช่นเดียวกัน และมีพื้นฐานการคลี่คลายพัฒนามาด้วยเหตุปัจจัยอันเป็นองค์ประกอบที่ใกล้เคียงกัน อาจมีลักษณะที่โดดเด่นเฉพาะอยู่บ้างในงานช่างฝีมือบางประเภทในสมัยหลังๆ ของการคลี่คลายพัฒนาไปสู่ความมีลักษณะเฉพาะถิ่นหรือเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น งานแกะฉลุหนัง งานเครื่องถม เครื่องเงิน งานเครื่องสานย่านลิเภา เป็นต้น งานช่างฝีมือในภาคใต้อาจจัดได้ว่าเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่มีการสืบทอดมาในลักษณะของการประกอบอาชีพและปรากฏมาจนถึงปัจจุบันมีเหลือให้เห็นน้อยมาก แต่ก็พอจะจัดประเภทได้ดังนี้ คือ งานแกะสลักไม้ งานแกะฉลุหนัง งานจักสาน งานช่างโลหะ เครื่องถม งานเครื่องเงิน งานประดับมุก

งานผ้าทอพื้นเมือง งานเครื่องปั้นดินเผา แต่ละประเภทยังจำแนกแยกย่อยออกไปตามชนิดของวัสดุที่ใช้ และลักษณะการใช้สอยเป็นสำคัญ (เรียบเรียงจากการสัมภาษณ์ พระครูจันทร บวรณคุณ, นายแห่ง ไส ภาพงค์, นายแดง ชาญแท้, นายอัปครอมัน เจ๊ะมาม, นายตุแวงสมา เอตุแวงกะจิ, นายเหนิน เพชร ประสงค์ ผู้สัมภาษณ์ นายมน พิสุทธิรัตนานนท์ เมษายน-มิถุนายน 2537)

1) ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า หมายถึง ผลผลิตที่เกิดจากการทอ ย้อม ถัก ปัก ตีเกลียว ยก จก มัดหมี่ พิมพ์ลาย ขิด เกาะ และล้วง เพื่อใช้เป็นเครื่องนุ่งห่มและแสดงสถานภาพทางสังคม

2) เครื่องจักสาน หมายถึง ภาชนะเครื่องใช้ประจำบ้าน ที่ทำจากวัสดุดิบในท้องถิ่น เช่น ไม้ หวาย กระจูด ลำเจียก โดยนำมาจักและสาน จึงเรียกว่า เครื่องจักสาน กลวิธีในการทำเครื่องจักสาน ได้แก่ การถัก ผูกมัด มัด ร้อย โดยใช้ดอก หวาย เพื่อให้เครื่องจักสานคงทนและคงรูปอยู่ได้ตามต้องการ

3) เครื่องรัก หมายถึง หัตถกรรมที่ใช้รักเป็นวัสดุสำคัญในการสร้างผลงาน เช่น ปิดทองรดน้ำ ภาพกำมะลอ ประดับมุก ประดับกระจกสี ปั้นกระแหนะ และเขิน รักหรือยางรัก มีคุณลักษณะเป็นยางเหนียว สามารถเกาะจับพื้นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ประสงค์จะทำ หรือถมทับหรือเคลือบผิวได้ดี ทำให้เป็นผิวมันภายหลังรักแห้งสนิท มีคุณภาพคงทนต่อความร้อน ความชื้น กรดหรือด่างอ่อนๆ และยังเป็นวัสดุที่ใช้เชื่อมสมุกหรือสีเข้าด้วยกัน

4) เครื่องปั้นดินเผา หมายถึง หัตถกรรมที่ใช้ดินเหนียวเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต มีทั้งชนิดเคลือบและไม่เคลือบ โดยที่เนื้อดินเหนียวต้องมีส่วนผสมของทรายแม่น้ำที่เป็นทรายเนื้อละเอียดและช่วยให้เนื้อดินแห้งสนิทไม่แตกร้าว ดินเหนียวที่ใช้ทำเครื่องปั้นดินเผาจากที่ต่างๆ ให้สีแตกต่างกัน

5) เครื่องโลหะ หมายถึง สิ่งที่มีวัสดุหลักเป็นเหล็ก ทองเหลืองหรือทองแดง เครื่องโลหะที่ทำจากเหล็ก นิยมทำโดยการเผาไฟให้อ่อนตัวและตีเหล็กเป็นรูปทรงต่างๆ เครื่องโลหะที่ทำจากทองเหลือง นิยมนำทองเหลืองมาเผาจนหลอมเหลวแล้วจึงนำไปเทลงในแบบตามลักษณะที่ต้องการเสร็จแล้วนำมาตกแต่ง ส่วนเครื่องโลหะที่ทำจากทองแดง มีการนำทองแดงมาใช้เป็นโลหะเจือหลักสำหรับผลิตตัวเรือนของเครื่องประดับโลหะเงินเจือ

6) เครื่องไม้ หมายถึง งานฝีมือช่างที่ทำจากไม้ซุงหรือไม้แปรรูปเป็นท่อนเป็นแผ่น เพื่อใช้ในงานช่างก่อสร้างประเภทเครื่องสับ เครื่องเรือน เครื่องบูชา เครื่องตั้ง เครื่องประดับ เครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องศาสตรา เครื่องดนตรี เครื่องเล่น และยานพาหนะ โดยอาศัยเทคนิควิธีการ แกะ สลัก สับ ขุด เจาะ กลึง ถาก ขุด และขัด

7) เครื่องหนัง หมายถึง งานหัตถกรรมพื้นบ้านที่ทำมาจากหนังสัตว์โดยผ่าน

กระบวนการหมักและฟอกหนังเพื่อไม่ให้เน่าเปื่อย และให้เกิดความนิ่มนวลสามารถบึงงอได้ตามที่ ต้องการ เครื่องหนังนิยมนำไปใช้ในงานด้านศิลปะการแสดง รวมถึงอุปกรณ์อื่นๆ ที่มีหนังเป็นส่วนประกอบ

8) เครื่องประดับ หมายถึง งานช่างฝีมือที่ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อการตกแต่งให้เกิด ความงดงาม เริ่มต้นจากการใช้วัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นนำมาผลิตและพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ โดยใช้อัญมณี และโลหะมีค่าต่างๆ

9) งานศิลปกรรมพื้นบ้าน หมายถึง งานที่มีการแสดงอารมณ์สะท้อนออก ทางฝีมือการช่างให้เห็นประจักษ์เป็นรูปธรรมเพื่อตอบสนองต่อการยังชีพและความต้องการด้านคุณค่า ความงาม เช่น งานเขียน งานปั้น งานแกะสลัก งานหล่อ เป็นต้น

10) ผลิตภัณฑ์อย่างอื่น หมายถึง งานช่างฝีมือดั้งเดิมที่ไม่สามารถจัดอยู่ใน 9 ประเภทแรกได้ ซึ่งอาจเป็นงานช่างฝีมือที่ประดิษฐ์หรือผลิตขึ้นจากวัสดุในท้องถิ่นหรือจากวัสดุเหลือ ใช้ เป็นต้น

2.1.5 ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

ประเพณีลากพระ

เป็นประเพณีที่เกิดขึ้นในเทศกาลออกพรรษา ภาคใต้นั้นมีแม่น้ำลำคลองมากและอยู่ ใกล้ทะเล วิถีชีวิตของชาวบ้านจึงเกี่ยวข้องกับการใช้เรือ เพื่อการคมนาคมและการค้าการขนส่งอยู่เป็น ปกติ เมื่อมีเทศกาลออกพรรษาเผอิญมีเรื่องราวในพุทธประวัติมาเกี่ยวข้อง จึงเป็นต้นเหตุให้เกิด ประเพณีลากพระขึ้นตามแม่น้ำลำคลอง และลากพระทางบกด้วย

ตามพุทธประวัติกล่าวว่า วันที่พระองค์เสด็จลงมาจากสวรรค์สู่มนุษย์โลก หลังเสด็จ ขึ้นไปเทศนาโปรดพระพุทธรามารดา ณ สวรรค์ชั้นดุสิตตลอดพรรษา คือ วันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 อันเป็น วันสุดท้ายของพรรษาทรงเสด็จลงมาตามบันไดแก้ว โดยมีบันไดทองอยู่ทางเบื้องขวาสำหรับเทพดา เสด็จลงมาส่ง บันไดเงินอยู่ทางเบื้องซ้ายสำหรับพระพรหมเสด็จลงมาส่ง บันไดทั้งสามทอดลงมายัง ประตูนครสังกัสสะ เมื่อเสด็จถึงประตูเมืองเป็นเวลาเช้าตรู่ของวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 อันเป็นวันออก พรรษาพอดี พุทธบริษัททั้งหลายทราบข่าวต่างมากอยต้อนรับเสด็จอย่างเนืองแน่น เพื่อจะคอยตัก บาตรถวายภัตตาหารบ้าง ดอกไม้ธูปเทียนบ้าง อันเป็นที่มาของประเพณี “ตักบาตรเทโว” ทางภาค กลาง สำหรับภาคใต้ไม่ค่อยเป็นที่นิยมมีเฉพาะบางแห่ง เช่น สงขลา เพราะมีเขาตั้งกวนอยู่กลางเมือง แต่ทว่าในพุทธประวัติมีนิทานเล่าประกอบเหตุการณ์ตอนนี้ว่า เนื่องจากมีคนมากมายโกลาหลไม่ สามารถเข้าถึงพระพุทธรองค์ได้ จึงเกิดประเพณีทำขนมชนิดหนึ่ง ห่อด้วยใบไม้ (ใบจาก ใบเตย) เรียก “ขนมต้ม” หรือห่อต้มหรือห่อปัดก็เรียก สำหรับโยนหรือปาจากระยะห่างเข้าไปถวายได้ ซึ่งความจริง อาจเป็นความสะดวกในการนำพาไปทำบุญ สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน และสะดวกต่อการนำพาไปกิน

เวลาหิวขณะลากพระ ตลอดจนการขว้างปาเล่นกัน (เรียกชัตตัม) ดังนั้น ขนมนมต้มจึงถือเป็นขนมหลัก เป็นเอกลักษณ์ประจำเทศกาล ดังมีคำกล่าวที่ว่า “เข้าชากินตอก ออกชากินตัม” คือ ขนมนมประเพณี ประจำเทศกาลเข้าพรรษา คือ ข้าวตอก ขนมนมออกพรรษา คือ ขนมนมต้มถือปฏิบัติมาแต่โบราณ

ความหมายของเรือพระ

เรือพระเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในประเพณีลากพระ เนื่องจากเรือพระจะเป็นรถ หรือล้อเลื่อนสำหรับวางบุษบก ใช้สำหรับประดิษฐานพระพุทธรูปเพื่อชักลากหรือแห่แหนไปในที่พื้นที่ต่างๆ ดังที่ (สุริวงค์ พงศ์ไพบุลย์) ได้กล่าวถึงความหมายของเรือพระไว้ว่า

เรือพระ คือ เรือหรือรถ หรือล้อเลื่อนที่ประดิษฐ์ตกแต่งให้เป็นรูปเรือ แล้ววางบุษบก ซึ่งเรียกว่า “นม” หรือ “ยอดนม” หรือ “นมพระ” สำหรับอาราธนาพระพุทธรูปประดิษฐาน ใช้สำหรับลากในวันออกพรรษา ถ้าใช้ลากทางน้ำเรียกว่าเรือพระน้ำซึ่งจะใช้เรือจริงๆ มาประดิษฐ์ตกแต่ง ถ้าใช้ลากทางบกเรียกว่า “เรือพระบก” จะใช้รถหรือล้อเลื่อนมาประดิษฐ์ตกแต่งให้เป็นรูปเรือ

องค์ประกอบของเรือพระ

ประเพณีตักบาตรหน้าล้อและลากพระ มีต่อเนื่องและถือปฏิบัติกันมาจนเป็น ประเพณีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและแพร่หลายไปทั่วภาคใต้ การลากบุษบกตั้งเรือยอดหรือศาลา จตุรมุขประดิษฐานพระพุทธรูป คือ พนมพระ ซึ่งคนถิ่นใต้กร่อนเสียงเรียกกันเพียง นมพระ และเรียก การลากแห่พระว่า ลากพระ หรือชักพระ มีลากกันทั้งทางบกแลทางน้ำสุดแต่ภูมิประเทศจะเอื้ออำนวย

1) ฐานเลื่อนด้านล่างของนมพระลากทางบก

บางแบบเป็นล้อเลื่อน บางแบบเป็นท่อนซุงสี่เหลี่ยมผดหัวปากท้ายสมมุติเป็น บันไดแก้ว ทางเสด็จจากดาวดึงส์ของพระพุทธรองค์ บางแบบเป็นท่อนซุงกลมแกะสลักเป็นพญานาค ราชมีหัวหางและเกล็ดบริบูรณ์ ลงรักปิดทองและประดับแก้วสีอย่างวิจิตร บางแบบก็ทำห้วงอนท้าย งอนเป็นรูปเรือ ที่บางท้องถิ่นเรียกบุษบกพนมพระลากทางบกแท้ๆ เป็นเรือพระ ให้ฟังแปลกหูไปก็ เพราะเหตุดังกล่าว

2) บนฐานเลื่อนเป็นตัวบุษบก

ส่วนมากจะทำเป็นรูปสี่เหลี่ยมสูงและกว้างใหญ่ ตอนบนบุษกระดานเรียบ รอบ นอกเป็นกำแพงแก้วปักอภิมุขสายบังสุรย์แทรกพัดโบกและจามรเครื่องสูงครบครันล้วนสลักลาย ลงรักปิดทองอย่างสวยงามเปิดเป็นช่องด้านหน้าหลังไว้เป็นทางขึ้นลง

3) บนบุษบก

นอกจากจะตั้งเรือยอดหรือศาลาจตุรมุขตรงกลางสำหรับประดิษฐาน พระพุทธรูปแล้ว จะต้องให้มีที่ว่างสำหรับวางภาชนะรับตัมขนาดใหญ่ ซึ่งมีผู้ศรัทธาใส่ถวายเป็น จำนวนมากตลอดทางที่จะลากพนมพระผ่านไป นอกจากนี้ยังจะต้องตั้งเครื่องประโคมและคนประโคม รวมทั้งสงฆ์ผู้ควบคุมนมพระนั่งด้วย

4) เรือนยอดหรือศาลาจตุรมุข

มีการตกแต่งด้วยผ้ามา่านและธงทิวสีต่าง ๆ รอบนอกทำรั้วไก่อติด ต้นกล้วย ต้นอ้อย ต้นไผ่ต้นเต่าร้าง ต้นหมาก และต้นมะพร้าวขนาดพอเหมาะพองามสุด แต่จะหาอย่างไรได้ง่าย และสะดวก นอกจากนี้จะต้องวิ่งหวายหรือลวดไว้โดยรอบสำหรับทายกทายิกาที่ทำดัมปัดมาได้แขวนถวายเป็นปัดไปปัดมาดูงามเหมือนพวงลูกปัดด้วย

5) บุชบก

บุชบกที่ใช้ลากทางน้ำนั้น มักจะทำเป็นถาวรวัตถุ ไว้เพียงเรือนยอดหรือศาลาจตุรมุขและเครื่องสูง เมื่อถึงเทศกาลก็จัดเรือเล็กขนานกันสองลำสามลำ หรือใช้เรือใหญ่ลำเดียวตกแต่งเป็นฐานบุชบกขึ้นตั้งเรือนยอดหรือศาลาจตุรมุข ต่อจากนั้นก็ประดับประดาแบบเดียวกับบุชบกพนมพระทางบก

มาถึงยุคปัจจุบัน บุชบกพนมพระที่ทำกันอย่างวิจิตรบรรจงและมีศิลปะสวยงามล้วนใช้สื่อกันมาเป็นเวลานาน ชำรุดทรุดโทรมจนต้องเก็บเป็นของเก่ากันไว้แทบทุกวัดแล้วในตัวเมือง นครศรีธรรมราชยังพอจะเห็นบุชบกพนมพระโบราณได้จากของวัดหน้าพระบรมธาตุ วัดท่าวัดโคตร และวัดสวนหลวงเท่านั้น นอกนั้นล้วนเป็นของประดิษฐ์ขึ้นใหม่ เช่น ใช้เกวียนตกแต่งพอเป็นรูปเป็นร่างเพื่อขอไปที่เฉพาะหน้าเทศกาลหนึ่งๆ ที่เป็นบุชบกพนมพระไม่ต้องใช้ประเพณีลากให้เหน็ดเหนื่อย โดยตกแต่งบนรถยนต์ หรือเรือยนต์ให้เคลื่อนที่ไปได้เองก็มี

2.2 เครื่องดนตรีที่ใช้ในการตีประโคม

ดนตรีพื้นเมืองภาคใต้มีเอกลักษณ์ที่เด่นชัด คือ ถึงจิ้งหะเป็นเอก ส่วนทำนองเพลงเป็นเพียงช่วยสอดเสริม เครื่องดนตรีที่เป็นของพื้นบ้าน จึงเป็นเครื่องตีที่ให้จิ้งหะแทบทั้งสิ้น เครื่องตีที่ใช้จิ้งหะเป็นหลักมี ทับ กลอง โพน ปัด โหม่ง ฆ้อง นิง กรับ และแตระ เครื่องตีที่รับมาจากมลายู คือ ทน (กลองแขก) รำมะนา ส่วนเครื่องตีที่นิยมกับเฉพาะกลุ่ม ไทยมุสลิมมีกลองบานอ หรือโต๊ะทั้ง 2 ชนิดนี้เป็นเครื่องตีแข่งขันกันเพื่อนันทนาการโดยตรง จึงจัดเป็นดนตรีอนุโลม

โพน เป็นเครื่องดนตรีที่อยู่ในวัดทั่วไปในภาคใต้ ปกติจะใช้ตีสัญญาณบอกเวลา เช่น ทำวัตรเช้า ทำวัตรเย็น ตีบอกสัญญาณในการแข่งขันหนังตะลุงและโนราในสมัยก่อน ใช้ตีประโคมในประเพณีชัก พระทอดกฐิน และใช้ในการแข่งขัน การแข่งขันโพน สันนิษฐานว่า เกิดจากแต่ละวัดเตรียมงานและคุมโพนกันอยู่ มีการโต้เถียงกันในงานว่าโพนของวัดนี้ดังกว่าของวัดโน้น ซึ่งต่างฝ่ายต่างก็ไม่ยอมกันจึงนำโพนคู่ที่สงสัยว่าไปไหนจะดังกว่ามาตีแข่งกันแรกๆ คงแข่งขันภายในวัด ต่อมาได้มีการแข่งขันภายนอกเขตของวัด และเพิ่มจำนวนวัดมากขึ้น จนได้จัดประเภทและมีกติกามากขึ้นในปัจจุบัน การแข่งโพนเป็นการละเล่นที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญอย่างหนึ่งของจังหวัดพัทลุง สืบจนปัจจุบัน

การแข่งขันโพน มี 3 แบบ คือ

1.1) แข่งมือ เป็นการแข่งที่ตัดสินให้ผู้ที่มีการ์กำมือดีกว่าเป็นผู้ชนะ โดยให้คู่แข่งชันติจนกระทั่งฝ่ายหนึ่งกำมืออ่อนล้า ก็ตัดสินให้แพ้ การแข่งขันแบบนี้ปัจจุบันไม่นิยม เพราะเสียเวลามาก

1.2) แข่งเสียง ตัดสินให้โพนที่มีเสียงดังกว่าเป็นผู้ชนะ การแข่งขันจัดแบบพบกันหมดหรือแพ้คัดออกก็ได้ โดยจับฉลากแข่งเป็นคู่ๆ ใช้ผู้ที่ฝ่ายละคน ใช้กรรมการ 3 คนตัดสินให้คะแนน โดยอยู่ห่างจากจุดที่ดี 300-800 เมตร ณ สถานที่ดี กรรมการควบคุมการตีและควบคุมเวลา เรียกโพนคู่แข่งชันเข้าประจำที่ ลองตีก่อนฝ่ายละราว 30 วินาที เพื่อดูว่าโพนฝ่ายใดมีเสียงทุ้ม และโพนใดมีเสียงแหลม จากนั้นจึงเริ่มให้ทั้งคู่ตีพร้อมกันภายในเวลาที่กำหนด ซึ่งโดยมากใช้เวลา 3-5 นาที ขณะที่โพนกำมือดีแข่งกันอยู่นั้นกรรมการฟังเสียงทั้ง 3 จุด แล้วตัดสินให้โพนที่มีเสียงดังกว่าชนะ

1.3) แข่งท่าทาง ตัดสินให้ผู้ที่มีการ์ท่าทางดีกว่าเป็นฝ่ายชนะ ผู้ตัดสินจะมีกรรมการอีกชุดหนึ่งประจำอยู่ที่เวลาแข่งโพน

ปิด เป็นเครื่องดนตรีที่ใช้ในการประโคม และใช้ประกอบพิธีกรรม ปิดหรือโพนปิดนับว่าเป็นเครื่องดนตรีโบราณชนิดหนึ่งของชาวปักษ์ใต้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวบ้านชาวเมือง นครศรีธรรมราช แถบอำเภอเมือง อำเภอปากพนัง อำเภอท่าศาลา อำเภอหัวไทร อำเภอเชียรใหญ่ รู้จักเครื่องประโคมชนิดนี้ดีกว่าที่อื่นๆ ทั้งนี้เพราะในท้องถิ่นดังกล่าวเป็นแหล่งที่ผลิตปิด หรือโพนปิดกันโดยทั่วไปมาแต่โบราณ (ชวน เพชรแก้ว 2524: 54)

สำหรับบทบาทหน้าที่ปิดที่ใช้บรรเลงเพื่อความบันเทิงนั้น มีอยู่ในรูปของการแข่งขันหรือที่เรียกว่า “การประชันปิด” ซึ่งเป็นกิจกรรมหนึ่งที่นอกเหนือจากพิธีกรรมทางศาสนา โดยที่ชาวบ้านอาจนัดมาประชันกันในระยะเวลาใดเวลาหนึ่งก็ได้

ในการประชันปิด เริ่มด้วยผู้ประโคมนำปิดของตนไปยังสถานที่ประชัน ซึ่งอาจเป็นที่วัดหรือกลางทุ่งนาก็ได้ การประชันปิดนอกจากประชันกันในงานแห่พระแล้ว บางที่อาจนัดประชันกันในระยะเวลาใดเวลาหนึ่งที่ว่างจากงาน แล้วเมื่อถึงที่ประชันก็นำปิดเข้าไปตั้งรวมกัน โดยแบ่งออกเป็น 3 ขนาด คือ ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ต่อจากนั้นเลือกกรรมการขึ้นมา 3-4 คน กรรมการอาจมาจากกลุ่มของผู้ประโคมปิดทุกกลุ่มก็ได้ ผู้เป็นกรรมการต้องมีความสุจริตและต้องมีความรู้เรื่องปิดเป็นอย่างดี กรรมการทั้งหมดจะเดินไปยังจุดกำหนดฟังเสียง ซึ่งได้กำหนดไว้และคอยฟังเสียงที่นั่นโดยมีกลองและฆ้องเป็นเครื่องตีบอกผลการตัดสิน ถ้าเป็นคนที่เสียงดังจุดฟังเสียงหรือจุดตัดสินอาจห่างจากที่ประชันปิดถึง 2 กิโลเมตร นอกจากกรรมการตัดสิน 3-4 คนแล้วยังมีกรรมการอีก 1-2 คน เรียกว่า กรรมการหน้าปิด คอยควบคุมปิดให้ขึ้นเวที หรือเข้าที่ประชัน

ระฆัง กลม วงเดือน สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม ทำด้วยแผ่นเหล็กหนา พอประมาณ ตัดเป็นรูปทรงกลม รูปวงเดือน รูปสามเหลี่ยม หรือสี่เหลี่ยม ขอให้ตีแล้วมีเสียงดังกังวาน เป็นใช้ได้ ภูธร ภูมะธน จักรนิทรรศการที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ นครศรีธรรมราช มีภาพประเพณีชักพระของชาวปักษ์ใต้จากสมุดภาพเจมส์ โลว์ พ.ศ. 2367 สมบัติของหอสมุดแห่งชาติอังกฤษกล่าวว่า ประเพณีชักพระปักษ์ใต้ เป็นประเพณีที่ชาวปักษ์ใต้ได้จัดขึ้นหลังวันออกพรรษา 1 วัน เพื่อรำลึกถึงพุทธประวัติเมื่อครั้งพระพุทธเจ้าเสด็จกลับสู่โลกมนุษย์หลังจากได้เสด็จไปโปรดพุทธมารดา ณ สวรรค์ชั้นดาวดึงส์ พุทธบริษัทต่างไปร่วมชุมนุมต้อนรับการกลับมาของพระพุทธองค์ด้วยความปรีดา และต่างได้เตรียมภัตตาหารถวายภาพวัดประเพณีชักพระของเจมส์ โลว์ สวยงามมีความหมายเป็นอย่างยิ่ง กล่าวคือ พระพุทธรูปปางอุ้มบาตรประดิษฐานในประสาทกลางรถลากบนรถมีนักดนตรีกำลังประโคมดนตรี และมีพระภิกษุ 2 รูปยืนขนานพระพุทธรูป หน้ารถมีรูปสิงห์เผ่น ซึ่งคงหมายถึงพระพุทธเจ้าในอนาคตก็คือพระศรีอาริย์ ผู้คนที่อยู่ในเหตุการณ์นี้ ประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์อันหลากหลาย นอกจากคนสยามแล้ว คือ สตรีมาเลย์ จีน และแขกอินเดีย ศิลปินผู้วาดคงได้สังเกตเห็นคุณสมบัติเฉพาะของสังคมปักษ์ใต้ คือ ความหลากหลายของเชื้อชาติที่อาศัยอยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์



ภาพที่ 2.3 แสดงภาพประเพณีชักพระของชาวใต้จากสมุดภาพเจมส์ โลว์

พ.ศ.2367 สมบัติของหอสมุดแห่งชาติอังกฤษ

แหล่งที่มา : ภูธร ภูมะธน, พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ นครศรีธรรมราช

สถาพร ดงขุนทด (2536) การคুমโพนหรือการคุมพระ หมายถึง การตีโพนหรือตีกลองทัด แบบประโคมพระนิยมนกระทำก่อนถึงวันชักพระ 7 หรือ 3 วัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความพร้อมเหมาะสมของวัดในแต่ละท้องถิ่น และแต่ละวัดก็มีการคุมโพนไม่เหมือนกัน กล่าวคือ บางวัดมี โทนทั้งกลางวันและกลางคืน บางวัดเริ่มคุมโพนตั้งแต่ย่ำค่ำจนถึงเที่ยงคืนบางวัดก็คุมโพนตลอด แต่โดยมากแล้วมักจะคุมภายในเวลากลางคืน คนที่นำมาตีประโคนิยมใช้ 2 ใบ เป็นเสียงแหลม และเสียงทุ้ม มีจังหวะและลีลาการตีโดยเฉพาะและมีสลับเสียงกันดังนี้

ตั้ง	ตั้ง	ตั้ง	ที่อม
ตั้ง	ที่อม	ตั้ง	ที่อม
ตั้ง	ตั้ง	ตั้ง	ที่อม
ตั้ง	ที่อม	ตั้ง	ที่อม

ผู้ที่ประโคนมักจะเป็นศิษย์วัดและอุบาสกที่อยู่ใกล้กับวัด โดยปกติจะผลัดเปลี่ยน ตี
 อัจตคนเดียวสองใบ หรือคนใบสลับเสียงกันตามจังหวะลีลาดังกล่าวก่อนแล้วก็ได้และเชื่อกันว่า โพนก็จะ
 ได้กุศลด้วย การคุมโพนแม้จะมีเสียงดังก็ก้องตลอดทั้งคืนก็ถือเป็นประเพณี ทั้งพระพุทธรูปศาสนิกชน
 ทั่วไป ไม่ได้มีความรังเกียจหรือรำคาญต่อเสียงโพนเหล่านั้น

สาเหตุที่มีการคุมโพน

- 1) ต้องการให้ชาวบ้านและพุทธศาสนิกชนทั่วไปได้ทราบว่ วันออกพรรษาได้
 เวียนมาบรรจบ ครบรอบปีอิฏฐวาระหนึ่ง
- 2) เพื่อให้พุทธศาสนิกชนในแต่ละแคว้นนั้นๆ ทราบว่าในปีนี้มีกิจกรรมการชัก
 พระตาม ประเพณีแน่นอน พร้อมกับเชิญชวนบริจาคเงินหรือสิ่งของอื่นๆ ตามกำลังศรัทธา เพื่อใช้ในการ
 การตกแต่งเรือพระ ตลอดจนให้พุทธศาสนิกชนทุกคนเข้าร่วมประเพณีชักพระด้วย
- 3) เพื่อเป็นการท้าทายและแข่งขันเสียงโพนกับวัดที่ใกล้เคียง เนื่องจากวัดส่วนมาก
 มักจะอยู่ ละแวกเดียวกัน เสียงโพนที่ตั้งออกไปไกล บางครั้งชาวบ้านไม่รู้เลยว่าเป็นเสียงโพนของ ไใด
 จึงทำให้วัดต่างๆ แข่งเสียงโพนกันว่า โพนของวัดใดเสียงดังกว่ากัน ในระยะแรกๆ ก็ตีกันภายในวัด
 นานๆ เข้าก็ค่อยขยับขยาย นำโพนออกมาประชันกันภายนอกวัด ตามกลางทุ่งนาหรือสถานที่เตรียมไว้
 จนเกิดเป็นประเพณีแข่งโพนขึ้นในเวลาต่อมา
- 4) เพื่อให้โพนที่หุ้มหนังใหม่ๆ ซึ่งเป็นหนังที่หยาบให้ขยายตัวเต็มที่และจะได้ชั้นสลัก
 ได้ โพนที่วานี้ไม่ค่อยจะมีเสียงดังมากนักนิยมให้เด็กๆ ตีกัน

คุณสมบัติของโพน

- 1) โพน เป็นกลองชนิดหนึ่งใช้ตีเพื่อสื่อสาร เป็นเครื่องดนตรีเพื่อแสดงออกถึงวิถีชีวิต
 ของคนภาคใต้ โดยเฉพาะในจังหวัดสงขลา ยังมีประเพณีการตีโพนที่ยังเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตอยู่
 โพนเป็นการบรรเลงเดี่ยวการใช้โพนมี ลักษณะดังนี้
 - โพนตีบอกเวลาโดยปกติจะมีการใช้โพนในวัดสำหรับตีบอกเวลา
 - คุมโพน คือการเล่นโพนประกอบในเรือชักพระ ช่วงเทศกาลออกพรรษามักจะตีล่วงหน้าก่อนถึงวันชักพระเพื่อเป็นสัญญาณบอกให้ชาวบ้าน ทราบว่าวัดกำลังจัดกิจกรรมงานชักพระตามประเพณีชาวบ้านจะช่วยกันทำเรือ และนำอาหารมาทำกินกัน
 - แข่งโพน คือ การแข่งขันกันตีโพนในวันชักพระหลังจากลากเรือพระ มาถึงจุดหมายในเวลากลางคืนจะมีการตีโพนว่าลูกไหนตีดัง
 - หลักโพน คือ การตีโพนโต้ตอบแข่งกันก่อนวันชักพระโดยแข่งขันกันในเวลากลางคืนระหว่างวัดต่างๆ เพื่อให้เกิดการสนุกสนาน ถ้าแพ้ต้องทำอาหารเลี้ยงฝ่ายชนะ

วิธีหุ้มโพน

วางโพนบนแป้น ยกหนังมาตัดให้ได้ผืนโตกว่าหน้าโพนโดยกะให้หนังเหลือ จากหน้าโพนไว้หลายๆ เอาหนังปิดลงบนหน้าโพนนั้น ดูให้หนังรอบๆ หน้าโพนห้อย ลงพอๆ กัน ใช้เหล็กหรือปลายมีดแหลมเจาะหนังให้ทะลุเป็นรูเป็นคู่ๆ ห่างกันราว 2-3 นิ้ว ใช้ไม้สั้นๆ ขนาดดินสอดำ สอดรูแต่ละคู่ไว้ เสร็จแล้วใช้เชือกร้อยรูแต่ละคู่ผูกเป็นบ่วงตามยาวเสมอขอบแป้น ใช้ไม้คั่นซึ่งสอดบ่วงขัดปลายไม้ด้านในไว้กับแป้นปลายไม้ด้านนอกดึงกดลงเอาเชือกผูกยึดไว้กับราวซึ่งมีสมอบกยึด การดึงไม้คั่นซึ่งพยายามให้แต่ละอันดึงหนังตึงพอๆ กัน ทิ้งไว้จากนั้นตากลม คอยชโลมน้ำและตีเป็นระยะๆ เพื่อให้หนังยึดตัว ทุกครั้งที่ชโลมน้ำและตีพยายามดึงไม้คั่นซึ่งดึงหนังให้ตึงที่สุดเท่าที่จะเป็นได้ ก็นำปลอกหวายสวมทับลงไป ตอกปลอกให้ลดต่ำอยู่ใต้ระดับรูลูกสัก ใช้เหล็กเจาะหนังตรงรูลูกสักให้ทะลุแล้วใส่ลูกสักให้ตะขอหงายขึ้นบน ตอกอัดลูกสักให้แน่นทุกรู ปลดไม้คั่นซึ่งออก ตัดหนังระหว่างปลอกกับลูกสักโดยรอบ เอาหนังส่วนที่ตัดออกเป็นอันเสร็จการหุ้มโพนไป 1 หน้า หน้าต่อไปก็หุ้มเช่นเดียวกัน เสร็จแล้วนำไปแขวนตามจุดที่ต้องการ ถ้าจะวางตีก็ใส่ขา 2 ขา

หน่วยโพน ทำด้วยไม้ที่มีเนื้อเหนียว แข็ง ไม่แตกง่าย เช่น ไม้ขนุน ไม้พะยอม ไม้ตาลโตนด ฯลฯ โดยเลือกต้นที่มีเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 1 ฟุตครึ่งเป็นอย่างน้อย ตัดไม้เป็นท่อนให้ความยาวพอๆ กับเส้นผ่าศูนย์กลางของท่อนไม้หรือยาวกว่าเล็กน้อย นำมาตากด้านนอกให้มีลักษณะสอแห้งสอท้าย แต่งผิวให้เรียบแล้วเจาะตามแนวยาวแนวตรงจุดศูนย์กลางให้ทะลุ ทะลวงรูให้รูกว้างขึ้นขนาดอย่างน้อย พอกำหมัดล้วงได้ จากนั้นใช้เครื่องมือชุดแต่งภายในให้รูผายกว้างออกตรงปากโพนทั้ง 2 หน้า เรียกว่า “แต่งอกโก” กะความหนาตรงปากโพนทั้ง 2 หน้าประมาณเท่านิ้วหัวแม่มือ ใช้เหล็กกลมเจาะรูรอบปากทั้งสองเพื่อใส่ลูกสัก รูนี้จะเจาะห่างจากขอบปากเข้ามาราว 2 นิ้ว และเจาะห่างกันราว 1.5 นิ้ว โดยเจาะให้ทะลุขนาดรูเล็กกว่าปลายนิ้วก้อยเล็กน้อย เจาะรูที่กึ่งกลางโพนเอาเหล็กทำบ่วงร้อยสำหรับแขวนต่อไปก็เตรียมอุปกรณ์และชิ้นส่วนต่างๆ ในการหุ้มโพนให้พร้อม ได้แก่

- ลูกสัก ทำด้วยไม้ไผ่ตงที่แก่จัด ตัดให้ด้านหนึ่งติดข้ออีกด้านหนึ่งวัดขนาดสั้นกว่ารัศมีปากโพนสัก 1.5 นิ้ว ผ่าเป็นซี่สี่เหลี่ยมจำนวนเท่ารูใส่ลูกสักไว้ เหลาให้กลมด้านที่ติดข้อแต่งให้หน้าตัดโค้งหัวทำมุมบวก 90 องศา ตัดจาก จุดบากราว 1 นิ้ว ค่อยแต่งให้เรียบ แล้วตากแดดไว้ให้แห้ง
- ปลอกหวาย ใช้สำหรับรัดหนังให้ตึงก่อนตอกลูกสัก ทำด้วยหวายเป็น ขดกลมขนาดโตเท่าเส้นรอบวงของโพนบริเวณตัดเข้าไปจากรูใส่ลูกสัก
- หนังหุ้ม ใช้หนังวัวหรือหนังควายแล้วแต่ความเหม็น คือถ้าเป็นโพนะสม

ขนาดใหญ่จะใช้หนังควาย เพราะผืนใหญ่และหนากว่าหนังวัว หนังต้องฟอกเสียก่อน การฟอกมีวิธีต่างๆ กัน เช่น นำหนังแช่น้ำในภาชนะ ทูบฆ่า รากต้นชะพลู แล้วหมักไว้ 2 วัน หนังที่นำมาหมักนี้ต้องชุบน้ำออกเสียก่อนและต้องใช้หนัง 2 ผืน

- สถานที่วางโพนสำหรับหุ้ม ปีกหลักไม้ขนาดสูง 1.5 เมตร 4 อัน เป็นรูปสี่เหลี่ยมขนาดกว้างกว่าขนาดโพนเล็กน้อย บากหัวไม้ด้านในเป็นมุม 90 องศาให้ เสมอกัน (ถ้าบากไว้ก่อนก็ตอกให้เสมอกัน) เลื่อยหรือตัดไม้กระดานเป็นแผ่นกลม ขนาดพอดีกับพื้นที่ระหว่างไม้หลักทั้ง 4 วางปูลงบนรอยบากว่าเรียกกระดานนี้ “แป้น” หรือ “พื้น” สำหรับเป็นที่วางโพน ห่างจากหลักไม้ทั้ง 4 ออกไปราว 2 เมตร ปีกหลักวางราวโดยรอบ ราวจะสูงจากพื้นไม่เกินแนวแป้น และราวแต่ละอันจะตอก สกัดด้วยไม้ง่ามเรียกว่า “สมอบก” อย่างแข็งแรง หาไม้ค้ำซึ่งขนาดเท่าข้อมียาว ราว 2.5 เมตร ไม้ 7-8 อัน และเชือกหวายสำหรับผูก และดึงหน้าสักจำนวนหนึ่ง แต่ละเส้นยาวราว 2 เมตร (มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย 2542: 5574)

2.3 ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับโพน

โพน มีความสำคัญกับวิถีชีวิตผู้คนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และพื้นที่จังหวัดอื่นๆ อย่างยาวนาน ไม่ว่าจะเป็นการใช้โพนเป็นการบ่งบอกสัญญาณ หรือใช้โพนในประเพณีต่างๆ ของแต่ละจังหวัด เช่น ประเพณีชักพระ ซึ่งในอดีตชาวบ้านจะอาศัยเสียงโพนจากวัดหรือจากหมู่บ้าน เพื่อรับรู้เวลาโมงยาม เพื่อการนัดหมายเรียกประชุม เป็นเครื่องกำกับจังหวะในการร่วมแรงร่วมใจกันทำงาน และเพื่อต้องการความพร้อมเพรียง หากเกิดอันตรายในหมู่บ้าน เสียงโพนจะดังรัวขึ้น ทุกคนจะกระโจนออกนอกบ้านไปพร้อมกันในที่เกิดเหตุ หรือในยามที่ชาวบ้านต้องการความสนุกสนาน ก็จะมีเสียงโพนเข้าร่วมผสมโรงอยู่เสมอ

ในช่วงปลายเดือน 10 ก่อนจะมีการชดพระในแรม 1 ค่ำ เดือน 11 อันเป็นออกพรรษา เสียงโพนตามวัดต่างๆ จะดังกระหึ่มก้องไปทั่วแทบทุกหมู่บ้าน เป็นการประกาศให้ชาวบ้านรู้ว่าทางวัดได้จัดให้มีการชักลากพระ แต่เนื่องจากวัดส่วนมากจะอยู่ละแวกเดียวกัน เสียงโพนที่ดังออกไปไกล บางครั้งชาวบ้านก็ไม่รู้ว่าเป็นเสียงของวัดใด จึงทำให้วัดต่างๆ แข่งขันเสียงโพนกันว่า วัดใดเสียงดังกว่ากัน ในระยะแรกจะตีแข่งกันภายในวัด ตามท้องทุ่งหรือสถานที่ที่เตรียมไว้

ในวันชักพระจะมีโพนประจำเรือพระ ไม้ค้อยเดือนสัญญาณการคุมลากเรือพระ ว่าต้องลากช้าหรือลากเร็ว เพราะเรือพระใช้เชือกเส้นใหญ่ มีขนาดยาวไม่น้อยกว่า 30 เมตร การสั่งงานด้วยปากเปล่าไม่สามารถทำได้ทั่วถึงกัน หากต้องการให้ลากเร็วๆ จะมีการตีโพนรัวถี่ๆ ถ้าจะให้ลากช้าจะตีจังหวะช้า

ฉะนั้นความสนุกสนานของชาวบ้านในวันลากพระ จะระทึกในเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับจังหวะของเสียงโพนนั้นเอง

เมื่อชาวบ้านจากหลากหลายวัดลากพระมารวมกัน ก็มักจะมีการแข่งโพน โดยจะแข่งขันกันสถานที่ใดแล้วแต่ตกลง แต่นิยมแข่งกันในเวลากลางคืน ถ้าหากมีโพนหลายคู่ การแข่งขันจะจัดเป็นคู่ๆ โดยแต่ละฝ่ายให้ผู้ตีเพียงคนเดียว โดยเริ่มจากการตีกลองเสียงว่าโพนไบไหนเสียงใหญ่ และไบไหนเสียงเล็ก มีการจัดการไว้เป็น 2 ชุด สำหรับควบคุมและให้ความสะดวกแก่ผู้แข่งขันชุดหนึ่ง ส่วนอีกชุดหนึ่งจะอยู่ห่างจากที่ตีไปประมาณ 1 กิโลเมตร เพื่อฟังเสียงและตัดสินใจว่าโพนลูกใดดังกว่ากัน

การตีโพน จัดเป็นศิลปะที่แปลกตา เพราะลีลาท่าทางการตีนั้นมีลูกเล่นแพรวพราว และก็เชื่อว่าโพนไบใหญ่จะมีเสียงดังกว่าโพนไบเล็กเสมอไป แต่ขึ้นอยู่กับคุณภาพของหนังหุ้มโพน รูปร่างของโพน และที่สำคัญ คือผู้ตีที่มีศิลปะและพลังกำลัง (ชาติชาย มุกสง 2543: 124-128)

2.4 การแข่งขันตีโพน

การแข่งขันตีโพนนั้นจัดในช่วงเดียวกับประเพณีลากพระ ซึ่งจะพบการแข่งขันตีโพนได้ในพื้นที่จังหวัดพัทลุง อยู่ในช่วงวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 เป็นช่วงเทศกาลออกพรรษา การแข่งขันตีโพนนี้มีมาอย่างยาวนานในจังหวัดพัทลุง เป็นการแข่งขัน เพื่อหาว่าโพนบ้านไหนที่มีเสียงดังกว่ากัน

การแข่งขันโพนภาคใต้พบว่า การแข่งขันโพน เป็นประเพณีอย่างหนึ่งของชาวใต้ที่เชื่อกันว่าเกิดกันมาพร้อมๆ กับประเพณีชักพระเพราะเป็นการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องกันก่อนที่จะมีการชักพระ ในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 ในช่วงปลายเดือนสิบ วัดต่างๆ จะเตรียมการชักพระ ตั้งแต่การตั้งบุษบกหรือทำนมพระหุ้มโพน แล้วเริ่มคุมโพนก่อน เพื่อเป็นการประกาศให้ชาวบ้านรู้ว่าทางวัดจะมีการจัดให้มี การชักพระตามประเพณีที่มีการปฏิบัติกันมาทุกๆ ปี (ภัทรวดี ภูชฎาภิรมย์ 2554: 94)

การประชันเครื่องดนตรีพื้นบ้าน นิยมกันทั้งในกลุ่มชาวไทยพุทธและกลุ่มชาวไทยมุสลิม สำหรับการประชันเครื่องดนตรีพื้นบ้านของภาคใต้ของชาวพุทธที่นิยมกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีด้วยกัน 2 ชนิด คือ การประชันปี่ และการประชันโพน การประชันปี่เป็นที่นิยมกันมากในจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนการประชันโพนนิยมการแพร่หลายในเขตจังหวัดพัทลุง

การแข่งขันโพนแบ่งได้เป็น 2 อย่าง คือ 1. แข่งมือ ตัดสินให้ผู้ตีที่มีกำลังมือดีกว่าเป็นฝ่ายชนะ โดยให้ตีจนผู้ใดอ่อนล้าก่อนเป็นฝ่ายแพ้ ปัจจุบันไม่นิยมเพราะทำให้เสียงเวลามาก 2. แข่งเสียง ตัดสินให้โพนที่มีเสียงดังกว่าเป็นฝ่ายชนะ การแข่งขันจะเป็นแบบพบกันหมดหรือแพ้คัดออกก็ได้ จับสลากแข่งขันเป็นคู่ๆ ใช้ผู้ตีฝ่ายละ 1 คน กรรมการ 3-5 คน ตันสินให้คะแนน โดยอยู่ห่างจากสถานที่ไม้น้อยกว่า 150 เมตร ณ สถานที่ตี กรรมการควบคุมการตีและควบคุมเวลา เรียกคู่โพนเข้าประจำที่ ลองตีก่อนฝ่ายละประมาณ 30 วินาที เพื่อดูว่าโพนฝ่ายใดมีเสียงทุ้ม และโพนฝ่ายใดมีเสียงแหลม จากนั้นให้

ทั้งคู่ตีพร้อมกันภายในเวลาที่กำหนด ซึ่งโดยมากจะใช้เวลา 10-15 นาที ขณะที่โพนกำลังตีแข่งขันอยู่นั้น กรรมการฟังเสียงทั้งหมดจะตั้งใจฟังเสียงโพน และตัดสินใจให้โพนที่มีเสียงดังกว่าเป็นฝ่ายชนะ โดยถือเอาเสียงข้างมากของกรรมการเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ

การแข่งขันตีโพนมี 2 ประเภท คือ

- 1) การแข่งขันมือ หรือตีทวน การแข่งขันแบบนี้ไม่ค่อยนิยม เพราะใช้เวลานาน แข่งขันจนผู้ตีมืออ่อนหรือหมดแรงจึงจะตัดสินได้
- 2) การแข่งขันเสียง การแข่งขันแบบนี้เป็นที่นิยมมาก เพราะใช้เวลาสั้นๆ ก็สามารถเลือกผู้ชนะได้

การแข่งขันโพน ส่วนมากจะเริ่มในปลายเดือนสิบ และสิ้นสุดในวันรวม 1 ค่ำ เดือน 11 ซึ่งเป็นวันชักพระ จะแข่งขันกันวันไหนสถานที่ใดแล้วแต่ผู้แข่งขันและคณะกรรมการผู้จัดจะตกลงกันและนิยมแข่งขันกันในเวลากลางคืน ถ้าหากมีโพนหลายคู่การแข่งขัน จะจัดเป็นคู่ๆ โดยแต่ละฝ่ายจะใช้ผู้ตีคนเดียวตลอดการแข่งขัน หากมีโพนเข้าแข่งขันมากอาจแบ่งเป็นรุ่นหรือขนาด โดยวัดเส้นผ่านศูนย์กลางของโพน เช่น ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ คณะกรรมการแบ่งเป็นสองชุด ชุดหนึ่งเป็นผู้ดำเนินการแข่งขัน และคอยควบคุมผู้ตีไม่ให้เปลี่ยนคน หรือชุดหนึ่งเป็นกรรมการฟังเสียง และตัดสินจำนวน 3-5 คน เพื่อชี้ขาดว่าโพนไหนเสียงดีกว่ากัน โยใช้วิธีการเขียนใส่กระดาษ รวบรวมคะแนนเสียงใหญ่ (หุ้ม) หรือเสียงเล็ก (แหลม) ดังว่ากัน แล้วนำมารวบรวมคะแนนตามเสียงข้างมากของกรรมการ

กติกาในการแข่งตีโพน

- 1) ใช้เวลาแข่งขันประมาณ 10 -15 นาที
- 2) ใช้ผู้ตีคนเดียวผลัดเปลี่ยนไม่ได้ โดยแบ่งครั้งละ 1 คู่ ในรอบการคัดเลือกก็จะเอาผู้ชนะไว้ แล้วนำผู้ชนะมาแข่งขันใหม่ โดยแพ้คัดออกจนเหลือคู่สุดท้าย จึงถือว่าเป็นคู่ชิงชนะเลิศ
- 3) ใช้ช่วงเวลา 2 นาทีแรกเป็นการตีประลองเสียงตามหมายเลข เพื่อกำหนดว่าโพนไปไหนมีเสียงใหญ่ ไปไหนมีเสียงเล็ก เมื่อกรรมการให้สัญญาณผู้ตีก็จะเริ่มตีไปเรื่อยๆ ช่วงนี้จะมี ความสำคัญมาก ผู้ตีแต่ละคนจะต้องใช้เทคนิค และศิลปะหลอกล่อคู่ต่อสู้ เช่น มีวิธีการหลักเสียงฝ่ายตรงข้าม หรือตีให้เสียงโพนของตนเองลดเสียงโพนของอีกฝ่ายหนึ่ง ผู้ชนก็จะได้ตื่นตื่นสนุกสนานกับลีลาของแต่ละคน
- 4) กรรมการในการตัดสิน 3 – 5 คน ถือเอาเสียงข้างมากเป็นเกณฑ์
- 5) กรรมการชุดหนึ่ง จะต้องออกไปฟังเสียงจากเวทีแข่งขัน ระยะไม่ต่ำกว่า 150 เมตร และรายงานเข้ามายังกรรมการกลางว่าเสียงไหนหุ้มหรือแหลมกว่ากัน วิธีการฟังเสียงของกรรมการมีหลายวิธี เพื่อให้ได้เสียงชัดเจน เช่น เอานิ้วอุดหูทั้งสองข้าง ดูว่าเสียงหุ้มหรือเสียงแหลมเข้า

หู หรือเอานิ้วชี้ขู่มือข้างหนึ่ง ส่วนอีกข้างหนึ่งทาบติดกับดิน ก็จะได้ยินเสียงโพนที่ดังกว่าของผู้เข้าแข่งขันฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งอย่างชัดเจน

2.5 ทำนองการตีโพน

ทำนองการตีโพนในจังหวัดพัทลุงมีจังหวะที่เป็นเอกลักษณ์ ทั้งนี้เพื่อเอาไว้ใช้เป็นสัญญาณในการลากพระ ใช้ในการส่งสัญญาณ การตีโพน เรียกว่าการคุมโพน ซึ่งคำว่าคุม ก็มาจากคำว่าประโคนนั่นเองแต่ ในอีกกรณีหนึ่งคือใช้ในการแข่งขันการตีโพน การคุมโพนหรือการคุมพระ หมายถึง การตีโพนหรือตีกลองตัดแบบ ประโคนพระนิยมกระทำก่อนถึงวันชักพระ 7 หรือ 3 วัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความพร้อมและความเหมาะสมของวัดในแต่ละท้องถิ่น และแต่ละวัดก็มีการคุมโพนไม่ เหมือนกัน กล่าวคือ บางวัดมีการคุมโพนทั้งกลางวันและกลางคืน บางวัดเริ่มคุม โพนตั้งแต่ยาค่าจนถึงเที่ยงคืนบางวัดก็คุมโพนตลอดทั้งคืน แต่โดยมากแล้วมักจะ คุมภายในเวลากลางคืน คนที่นำมาตีประโคนนิยมใช้ 2 ใบ เป็นเสียงแหลม (ตั้ง) 1 ใบ เสียงทุ้ม (ท้อม) 1 ใบ มีจังหวะและลีลาการตีโดยละเอียดและมีสลับเสียงกันดังนี้ ส่วนบนของพอร์ม

ตั้ง	ตั้ง	ตั้ง	ท้อม
ตั้ง	ท้อม	ตั้ง	ท้อม
ตั้ง	ตั้ง	ตั้ง	ท้อม
ตั้ง	ท้อม	ตั้ง	ท้อม

ผู้ที่ประโคนมักจะเป็นศิษย์วัดและอุบาสกที่อยู่ใกล้กับวัด โดยปกติจะผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันตี อาจตีคนเดียวสองใบ หรือคนละใบสลับเสียงกับตาม จังหวะลีลาดังกล่าวก่อนแล้วก็ได้และเชื่อกันว่าผู้ร่วมคุมโพนก็จะได้กุด้วย การคุม โพน แม้จะมีเสียงดังก้องตลอดทั้งคืนก็ถือเป็นประเพณี ทั้งพระสงฆ์ และ พุทธศาสนิกชนทั่วไป ไม่ได้มีความรังเกียจหรือรำคาญต่อเสียงโพนเหล่านั้น

ทำนองในการตีโพน โพนตัวใหญ่ก็จะตีเสียงตุ้ม จะตียืนอย่างเดียว ส่วนเสียงแหลมจะมีไว้ตีขัดวิธีชักพระในขณะที่ลากพระอยู่ก็จะตีจังหวะที่ยืนไว้ คือ

ตั้ง	ตั้ง	ท้อม	ท้อม
ตั้ง	ท้อม	ตั้ง	ท้อม
ตั้ง	ตั้ง	ท้อม	ท้อม
ตั้ง	ท้อม	ตั้ง	ท้อม

สลับกัน แต่เมื่อลากเร็วขึ้นก็จะตีสลับเร็วขึ้น เพื่อที่จะปลุกใจคนที่ลากให้มีกำลังใจ มากขึ้น หรือจะตีเป็น ชะชะช่าก็ได้ หรือเป็นจังหวะอื่นๆ ก็ได้แล้วแต่ผู้ตี

ทำนองที่กล่าวมานี้ จะมีความแตกต่างกับทำนองอื่นๆ ดังที่หนังสือ สารานุกรมวัฒนธรรมไทย ภาคใต้ ได้กล่าวถึงการคุมโทนไว้ว่า การคุมโทน นิยมกระทำก่อนถึงวันชักพระ (เดือน 11 แรม 1 ค่ำ หรือ เดือน 5 แรม 1 ค่ำ) เป็นเวลา 3 วัน แต่บางวัดอาจจะเริ่มเร็วกว่านั้น และโดยมากจะคุมโทนใน เวลาากลางคืน โทนที่นำมาตีประโคนิยมใช้ 2 ใบ เป็นเสียงแหลม (เสียงตั้ง) 1 ใบ และเป็นเสียงทุ้ม (เสียงท้อม) 1 ใบ มีจังหวะและลีลาการตี โดยเฉพาะและตีสลับเสียงกันดังนี้ (มูลนิธิสารานุกรม วัฒนธรรมไทย 2542: 5573)

ตั้ง	ตั้ง	ท้อม		
ตั้ง	ตั้ง	ตั้ง	ตั้ง	ท้อม
ตั้ง	ตั้ง	ท้อม	ท้อม	
ตั้ง	ท้อม	ตั้ง	ท้อม	

2.6 ความเชื่อเกี่ยวกับการสร้างโพน

บุษกร บิณฑสันต์ ทำการศึกษาพิธีกรรมความเชื่อของศิลปินภาคใต้ ได้ทำการวิเคราะห์และ เสนอแนวคิดว่า ในเชิงลึกลงไปเป็นอุบายของคนโบราณในการช่วยอนุรักษ์ไม้ในป่าไม่ให้ถูกตัด โดย ง่ายตายเกินไป ส่วนการให้ตัดไม้ก่อนเข้าพรรษา 45 วัน ป่าจะเป็นสัญลักษณ์ตัวเลขจำนวนพรรษาที่ พระพุทธเจ้าทรงผนวช อันศิลปินยึดถือเป็น เลขมงคลก่อนตัดไม้ก็เป็นได้ (บุษกร บิณฑสันต์ 2554: 236)

วลัยศิริ ทรงลักษณ์ ได้ศึกษาข้อห้ามเกี่ยวกับการทำกลอง มีความเชื่อดังนี้

ห้ามข้ามกลองและเครื่องมือทำกลอง เพราะจะถือว่าเป็นการลบหลู่ หมิ่นอุปการณ์ที่ใช้ทำมาหา กิน จะทำให้ไม่เป็นสิริมงคลกับตัวเอง ห้ามนำไม้จากศาลเจ้าพ่อในหมู่บ้านมาทำกลอง ห้ามนำไม้ตก น้ำมัน เช่น ไม้ตะเคียนมาทำกลอง เพราะเชื่อว่ามีวิญญาณสิงอยู่ในไม้เหล่านี้ และห้ามไม่ให้ไม้ที่มี ลักษณะต้องห้ามที่เรียกว่า “ไม้โพรงบาตรหลวง” คือไม้ที่มีโพรงด้านใบบาตรพระ สามารถใส่ไปได้ ห้ามนำมาใช้ทำกลองโดยเด็ดขาด เพราะจะทำให้กลองนั้นเป็นสิ่งอัปมงคล (วลัยศิริ ทรงลักษณ์ 2536: 66)

นอกจากนี้ บุษกร บิณฑสันต์ ยังได้กล่าวถึงการเลือกไม้มาทำโพนอีกด้วยว่า

“ไม่มีพิธีกรรมซับซ้อนใดๆ คงมีแต่การบอกกล่าวเจ้าที่เจ้าทางและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ก่อนการตีโพน แต่การนำไม้มาทำโพนจะมีพิธีตฤกษ์ยามสำหรับการตัดไม้มาทำโพน ต้องทำการขอขมาและตัดไม้ก่อนออกพรรษา 45 วัน พร้อมกับมีเครื่องบูชา ได้แก่ ธูปเทียน หมากพูน และดอกไม้ การตฤกษ์ยามและทำการขอขมาก่อนการตัดไม้มาทำโพนเป็นความเชื่อว่าต้นไม้รุกขเทวดาหรือนางไม้สถิตอยู่จึงต้องทำพิธีขอ การเลือกไม้มาทำโพน ก็ไม่มีข้อห้ามไม้ใดๆ ทั้งนี้ ถ้าเป็นไม้เนื้อแข็ง คือนำมาทำโพนได้หมด แต่ในการประกวดแต่ละครั้ง จะประกาศชื่อไม้ที่เอามาทำโพนเหมือนเป็นการขออนุญาตวิญญูณที่สิงอยู่ในไม้ (บุษกร บิณฑสันต์ 2554: 236)

จากการค้นคว้าเรื่องความเชื่อการสร้างโพนนั้นสรุปได้ว่า การเลือกไม้มาทำโพน จะเป็นไม้ชนิดใดก็ได้ แต่ขอให้เป็นไม้เนื้อแข็ง ก่อนที่ช่างทำโพนจะตัดไม้มาทำโพน ก็จะมีการขอขมาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เชื่อว่าสิงสถิตอยู่ในต้นไม้ และเมื่อทำโพนเสร็จ ก่อนการตีประกวดก็จะประกาศชื่อไม้นั้นๆ เพื่อเป็นการขออีกครึ่งหนึ่ง ส่วนข้อห้ามในการทำโพนนั้นก็เหมือนข้อห้ามในการทำกลองทุกๆ ประเภท

2.7 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.7.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าบนพื้นฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ที่ไม่เหมือนเดิมจากการลงมือทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เอกลักษณ์ท้องถิ่นและเข้าถึงความรู้สึกที่มีต่อชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะช่วยสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและทำให้คนในชุมชนเชื่อมั่นในตนเองมากยิ่งขึ้น ถือเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่แท้จริง

หัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประเทศไทย ประกอบด้วยเนื้อหาสำคัญสี่ประการคือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม, การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว, มีความชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (Spirit of place) และพร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างไม่สิ้นสุด การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการท่องเที่ยวที่นำพานักท่องเที่ยวไปสัมผัสความแท้จริง (Real) เป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์ผ่านการลงมือปฏิบัติที่จะได้เรียนรู้และพัฒนาศักยภาพของตนเองในท้ายที่สุด

หนังสือ “องค์ความรู้ว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : คู่มือและแนวทางการปฏิบัติ”

Creative Tourism Thailand : REAL

Reciprocating : แลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม

Experiencing : มีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว

Appreciating : ชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่

Lifelong Learning : เรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างไม่สิ้นสุด



ภาพที่ 2.4 แสดงการเคลื่อนไหวของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวจากแบบเดิมสู่แบบใหม่
แหล่งที่มา : Richards, 2010

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย (Creative Tourism Thailand) เป็นผลมาจากความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และเป็นพัฒนาการมาจากความคาดหวังที่มองเห็นว่า “การท่องเที่ยว” (Tourism) คือ เครื่องมือที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ รัฐบาลไทยมีความมุ่งมั่นที่จะปรับโครงสร้างการผลิตและบริการของประเทศให้เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเน้นการผลักดันเรื่องการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรมมาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ ๘ (๒๕๔๐-๒๕๔๔) จนถึงแผนพัฒนาฉบับที่ ๑๐ (๒๕๕๐-๒๕๕๔) (ไกรฤกษ์ : ๒๕๕๔) โดยที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้จัดแบ่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยออกเป็น 4 สาขาหลัก 15 กลุ่มอุตสาหกรรมย่อยโดยยึดตามกรอบขององค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) และ “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ถือว่ามีศักยภาพของประเทศ (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ : มปป.) ดังนี้

- 1) มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage)
 - 1.1) งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts)
 - 1.2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural & Heritage Tourism)
 - 1.3) การแพทย์แผนไทย (Thai Traditional Medicine)
 - 1.4) อาหารไทย (Thai Food)
- 2) ศิลปะ (Arts)
 - 2.1) ศิลปะการแสดง (Performing Arts)
 - 2.2) ทัศนศิลป์ (Visual Arts)
- 3) สื่อ (Media)
 - 3.1) การพิมพ์และสื่อการพิมพ์ (Publishing)
 - 3.2) การกระจายเสียง (Broadcasting)
 - 3.3) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film & Video)
 - 3.4) ดนตรี (Music)
- 4) งานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation)
 - 4.1) งานออกแบบ (Design)
 - 4.2) แฟชั่น (Fashion)
 - 4.3) งานโฆษณา (Advertising)
 - 4.4) สถาปัตยกรรม (Architecture)
 - 4.5) ซอฟต์แวร์ (Software)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่อันเป็นผลมาจากเงื่อนไขทางเศรษฐกิจและสังคมของโลกซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ หลังจากได้ริเริ่มพัฒนาขึ้นที่ประเทศนิวซีแลนด์ ก่อนที่จะขยายรูปแบบที่แตกต่างกันไปอย่างกว้างขวางในเมืองและประเทศต่างๆ เช่น Creative Paris , Barcelona Creative Tourism, Creative Life Industries : Taiwan, ๑๒ UNESCO Creative Tourism Destinations. และ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ประเทศไทย (Creative Tourism Thailand : New Destinations)

2.7.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการให้ความรู้ความภาคภูมิใจที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม

ชญ วังวิภาค (วัลลภ ทองอ่อน. 2550: 18 อ้างถึงใน ชญ วังวิภาค, 2542: 28) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใช้ภาษาอังกฤษว่า “Cultural Tourism” หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวชื่นชม และศึกษาวัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ขึ้นบนพื้นฐานของการมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของท้องถิ่น

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2548: 22) สรุปรว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งๆ ที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียมประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคแต่ละสมัยนักท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมามุมมองความคิดความศรัทธาความนิยมของบุคคลในอดีตที่สืบทอดมาจนถึงคนรุ่นปัจจุบัน นอกจากนี้ได้ สรุปรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

1) รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบด้วย

- การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินได้รับความรู้ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีท้องถิ่นมีความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าสภาพแวดล้อม

- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นจัดขึ้นได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุริยศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อการยอมรับนับถือการเคารพพิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้ความเข้าใจค่าสภาพสังคมและวัฒนธรรม

- การท่องเที่ยวเชิงวิถีชนบท (Rural Tourism Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษเพื่อความเพลิดเพลินและได้รับความรู้บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2545) ได้แบ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็น 3 ประเภทคือ

- 1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ โดยมีความรู้ ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่น มีพื้นฐานของความ

รับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2) การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) หมายถึงการเกิดทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลิน ตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับ นับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

3) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism/Village tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้ (วัลลภ ทองอ่อน. 2550: 24-25)

1) องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ 10 ประการ ดังนี้

- ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น
- โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่างๆ
- งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้างผังเมือง รวมทั้ง

ซากปรักหักพัง

- ศิลปะหัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก
- ศาสนา รวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา
- ดนตรีและการแสดงละคร ภาพยนตร์ และมหรสพต่างๆ
- ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา
- วิถีชีวิต เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทานอาหาร

อาหาร

- ประเพณีวัฒนธรรมพื้นบ้านขนบธรรมเนียมและเทศกาลต่างๆ
- ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะถิ่น

2) องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษา สิ่งแวดล้อมโดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องที่สุดในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3) องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการบริการทางการท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและได้ผลตอบแทนในกำไร ผู้ธุรกิจท่องเที่ยวซึ่งผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศึกษา อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4) องค์ประกอบด้านการตลาดการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ โดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น มีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบและได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

6) องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

2.8 ทฤษฎีเกี่ยวกับสินค้าที่ระลึก

2.8.1 ความหมายสินค้าที่ระลึก

ราชบัณฑิตยสถาน (2530) คำว่า ที่ระลึก หมายถึงสิ่งที่ทำให้นึกถึงหรือคิดถึง เป็นคำที่ใช้ในความหมายเดียวกันเมื่อกล่าวถึงสินค้าประเภทหนึ่ง

ประเสริฐ ศีลรัตน์ (2531) ได้ให้ความหมายของที่ระลึกว่า สิ่งต่างๆ ที่นำมาใช้เป็นตัวจูงใจให้เกิดความคิดหรือนึกถึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้องหรือหมายถึงสิ่งที่ใช้เป็นสื่อ เพื่อหวังผลทางด้านความทรงจำให้สิ่งที่ผ่านมาในอดีตได้กลับมากระจ่างชัดเจนขึ้นในปัจจุบัน หรือหมายถึงสัญลักษณ์แทนบุคคล เหตุการณ์ เรื่องราว ที่ได้รับการออกแบบสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อกระตุ้นเตือน ย้ำความทรงจำให้คิดถึงหรือนึกถึง

ในสังคมที่อยู่ร่วมกันมีการมอบสิ่งของให้กันมาตั้งแต่ครั้งอดีต สิ่งที่ย่อมก่อให้เกิดความสุขและความพอใจร่วมกัน สิ่งของในระยะแรกน่าจะเป็นอาหาร เครื่องมือเครื่องใช้ใน

ชีวิตประจำวันและเครื่องประดับต่างๆ ในระยะต่อมา เมื่อสิ่งเหล่านั้นมีผู้ต้องการขึ้นและสังคมได้เปลี่ยนไป สิ่งของที่ทำขึ้นเพื่อให้หรือแจกจ่ายเป็นของที่ระลึก ได้กลายมาเป็นการผลิตสินค้าที่ระลึกเพื่อการจำหน่าย มีการพัฒนารูปแบบและคุณภาพของสินค้าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

2.8.2 ประเภทของสินค้าที่ระลึก

สินค้าที่ระลึกมีหลากหลายรูปแบบตามวัสดุในการผลิต แต่ถ้าจำแนกตามจุดประสงค์ของการนำสินค้าไปใช้สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท (ประเสริฐ ศีลรัตน์, 2531: 16) ดังนี้

1) ประเภทของกิน สิ่งของประเภทนี้มีการให้แบ่งปันแก่กันมาตั้งแต่แต่อดีต เนื่องจากไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน เมื่อได้มาแล้วก็บริโภคในช่วงเวลาสั้นๆ จึงไม่ค่อยได้รับการยอมรับว่าเป็นของที่ระลึก ต่อมาในภายหลังสินค้าประเภทของกิน ได้พัฒนารูปแบบ คุณภาพ วิธีการเก็บรักษาและบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมสวยงามน่าสนใจขึ้น จนสินค้าที่ระลึกประเภทนี้ได้รับความสนใจจากผู้ซื้อเป็นอย่างมาก

2) ประเภทของใช้ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน มีการให้แก่กัน หรือซื้อขายแลกเปลี่ยนกันมาเป็นเวลายาวนาน ปัจจุบันกลายเป็นสินค้าที่ระลึกที่ได้รับความสนใจมากขึ้น เครื่องใช้บางชนิดที่มีการประดิษฐ์ตกแต่งให้งดงามเป็นพิเศษ หรือมีการย่อส่วนให้เล็กลง มักถูกนำไปใช้เป็นของที่ระลึกและประดับมากกว่าการนำไปใช้ประโยชน์

3) ประเภทของตกแต่ง สินค้าประเภทนี้สร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อจิตใจเป็นสำคัญ มีทั้งใช้ในการตกแต่งร่างกาย ซึ่งได้แก่เครื่องประดับต่างๆ ใช้ในการตกแต่งอาคารสถานที่ หรือใช้ในพิธีการต่างๆ ดังนั้น สินค้าที่ระลึกประเภทนี้ต้องมีการออกแบบที่ดี มีสี รูปทรง วัสดุที่เหมาะสม และมีส่วนประกอบต่างๆ ที่ประณีตสวยงามดึงดูดล่อใจผู้ซื้อ

2.8.3 ลักษณะสินค้าที่ระลึก

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์ (2537) ในการเลือกซื้อสินค้าใดๆ สิ่งนั้นจะต้องเป็นที่ถูกใจและมีความน่าสนใจ ชวนให้อยากซื้อ สินค้าที่ระลึกที่น่าสนใจควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1) เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ เมื่อกล่าวถึงสินค้านี้แล้วทุกคนรู้จักหรือคาดเดาถึงที่มาของสินค้านั้นได้ เมื่อเห็นคร่าวๆ ก็ทำให้นึกถึงสถานที่ซึ่งได้ซื้อสินค้านั้น ความเป็นเอกลักษณ์อาจเกิดจากประวัติความเป็นมาของครั้งอดีตสินค้า

2) เป็นสินค้าหายากราคาแพง แหล่งท่องเที่ยวเป็นต้นกำเนิด หรือมีชื่อเสียงในการแปรรูป สินค้าที่ระลึกประเภทนี้ ได้แก่สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อเพราะเห็นว่าเป็นแหล่งผลิต มีความแน่ใจได้ว่าจะได้สินค้าที่เป็นของแท้หรือมีราคาถูกกว่าที่อื่น

3) เป็นสินค้าราคาถูก เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกัน ซึ่งวางขายที่แหล่งเดิมของนักท่องเที่ยวหรือแหล่งอื่นๆ สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อประเภทนี้ บางครั้งอาจเป็นสิ่งของเครื่องใช้ทั่วไป เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องหนัง เป็นต้น

4) มีความดึงดูดใจจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบลวดลาย ความประณีตในการประดิษฐ์ สี สัน ความแปลกตาน่าสนใจของสินค้า หรือความมีประโยชน์ใช้สอย เช่น ตุ๊กตาสมุนไพรมะพร้าวซึ่งใส่ภาชนะหีบห่อที่สวยงาม เป็นต้น

5) เป็นสินค้าที่หาซื้อง่าย สะดวก มีวางขายตามจุดต่างๆ อย่างเหมาะสม เช่น ตามสถานที่ซึ่งมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวกันมาก แต่ทั้งนี้ไม่ควรให้เกิดความรำคาญใจแก่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น และไม่กีดขวางต่อการจราจร

6) มีรูปร่าง ขนาดและน้ำหนักที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการขนส่ง โดยเฉพาะความเปราะบาง ขำรุงง่าย ขนาดไม่เหมาะสม เช่น มีขนาดใหญ่ ยาวเกะกะ หรือมีน้ำหนักมากเกินไป สินค้าที่ระลึกที่มีจุดอ่อนดังกล่าวต้องหาทางแก้ไขโดยวิธีต่างๆ เช่น มีบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ การออกแบบให้สามารถแยกชิ้นส่วนเพื่อนำไปประกอบใหม่ เป็นต้น

7) เป็นสินค้าที่ใช้วัสดุและแรงงานในท้องถิ่นนั้นๆ โดยเฉพาะการนำวัสดุเหลือใช้มาแปรรูปเป็นสินค้าที่ระลึก ซึ่งก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น โดยการใช้แรงงานนอกเวลาประจำ ประดิษฐ์สินค้าที่ระลึก ซึ่งช่วยให้มีการใช้แรงงานให้เกิดประโยชน์เต็มที่

8) มีการแสดงขั้นตอนการผลิต หรือให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทดลองทำ วิธีการดังกล่าวจะสร้างความประทับใจและเห็นคุณค่าของสินค้านั้น เช่น ผ้าทอ การวาดลายร่ม เป็นต้น การให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทดลองทำและเห็นขั้นตอนการผลิตจะให้นักท่องเที่ยวเกิดความสุข สนุกสนาน ประทับใจ และทำให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ว่าเพราะเหตุใดสินค้านั้นๆ จึงมีราคาแพง

9) มีฉลากบอกส่วนประกอบหรือส่วนผสม บอกถึงที่มาของสินค้าว่าประดิษฐ์มาจากอะไร วิธีการใช้และการดูแลรักษา มีข้อความระวังอย่างไร เช่น เอกสารแนะนำการใช้ การดูแลผ้าไหม ผ้าฝ้าย เป็นต้น

2.8.4 แนวทางการออกแบบของที่ระลึก

SCAMPER- Osborn's Idea Stimulation checklists เป็นเทคนิคที่พัฒนาขึ้นมาโดย อเล็กซ์ ออสบอร์น (Alex Osborn) เป็นเครื่องมือง่าย ๆ ในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยวิธีการนี้ จะสร้างแนวคิด ใช้เป็นคำถาม เพื่อค้นหาแนวทางที่เป็นทางเลือกที่ละแนวทางใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหา

แนวทางการออกแบบของที่ระลึก ออกแบบโดยใช้เทคนิค SCAMPER มีรายละเอียดดังนี้

S = Substitute	คือ การหาสิ่งใหม่ทดแทน หรือวัสดุทดแทน
C = Combine	คือ การผสมผสานวัสดุต่างชนิดอยู่ในผลิตภัณฑ์
A = Adapt	คือ การปรับเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอยเป็นลักษณะ อื่นๆ
M = Modify	คือ การเปลี่ยน ดัดแปลง รูปลักษณะ หรือหัด ขยาย
P = Put to Another Use	คือ สามารถใช้ประโยชน์ผลิตภัณฑ์ต่างออกไป จากของเดิม
E = Eliminate	คือ การลด ตัด ส่วนประกอบ ให้สอดคล้องกับ การใช้งานในยุคปัจจุบัน
R = Reverse	คือ ทำให้เกิดประโยชน์ใช้สอยใหม่

2.8.5 ปัจจัยเกี่ยวกับสินค้าที่ระลึก

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งทำให้สินค้าที่ระลึกมีความน่าสนใจ ขวนให้ผู้ซื้อตัดสินใจอยากซื้อ มีหลายอย่าง ในที่นี้ขอกล่าวถึงเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบทางกายภาพ ได้แก่ รูปทรง สี วัสดุ และบรรจุภัณฑ์ มีรายละเอียดดังนี้

1) รูปทรง

รูปทรง (Form) เป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการออกแบบ กล่าวได้ว่าส่วนใหญ่แล้วการออกแบบจะถูกเริ่มต้นด้วยปัญหารูปทรง แล้วจึงตามมาด้วยส่วนประกอบอื่นๆ

ชะลูด นิมเสมอ (2531) รูปทรง คือส่วนที่เป็นรูปธรรมของศิลปะ รูปทรงเป็นตัวการสำคัญที่สื่อความหมายจากผู้สร้างงานไปสู่ผู้ดู และรูปทรงเพียงส่วนเดียวก็สามารถสื่อความหมายได้อย่างสมบูรณ์ โดยไม่ต้องอาศัยเรื่องหรือเนื้อเรื่องใดๆ รูปทรงจึงมีความสำคัญที่สุดจนกล่าวได้ว่า รูปทรง คือ งานศิลปะ

แหล่งสำคัญของการออกแบบรูปทรงคือธรรมชาติ มนุษย์ได้ธรรมชาติเป็นแรงบันดาลใจและเป็นต้นแบบในการทำงาน บางครั้งรูปทรงที่นักออกแบบคิดอาจถูกจำกัดหรือถูกกำหนดจากรูปทรงของวัสดุที่เลือกนำมาใช้งาน อันมีผลต่อการเกิดรูปทรงที่สร้างขึ้น แต่อย่างไรก็ดีแหล่งที่มาและเงื่อนไขต่างๆ นี้ เป็นเพียงจุดเริ่มต้นของความคิดในการออกแบบรูปทรงนั้นๆ การแปรเปลี่ยนหรือพัฒนาขึ้นไป เป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องคิดค้นไปในแนวทางเฉพาะที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในการพบเห็น และสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การออกแบบรูปทรง จะนำองค์ประกอบของการออกแบบ (Elements of design) ได้แก่ เส้น สี พื้นผิว เป็นต้น มาจัดรวมกันเพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดรูปทรง โดยใช้หลักการออกแบบ (Principles of design) นักออกแบบจะเลือกใช้ระดับความสัมพันธ์การสร้างสรรค์องค์ประกอบซึ่งจำแนกได้ 3 ระดับ ตั้งแต่ระดับที่สร้างให้มีความเหมือน (identical) โดยใช้หลักการออกแบบชนิดการทำซ้ำ (repetition) หรือความสมดุล (balance) จนถึงระดับสุดท้าย คือการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบให้เกิดความคิดแตกต่างอย่างสิ้นเชิง (totally different) โดยใช้หลักการสร้างความขัดแย้ง (contrast-discord) นักออกแบบจะเป็นผู้พิจารณาเลือกใช้ความสัมพันธ์แต่ละระดับให้เหมาะสมกับลักษณะงาน โดยรูปทรงสามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

- รูปทรงเรขาคณิต (geometric form) เป็นรูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้นตามกฎเกณฑ์ทางคณิตศาสตร์ มีลักษณะตายตัว ได้แก่ รูปทรงกลม รูปสี่เหลี่ยม เป็นต้น มักปรากฏให้เห็นตามสิ่งต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น อาคาร เครื่องเรือน เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ในงานออกแบบอุตสาหกรรมมักใช้รูปทรงเรขาคณิต เนื่องจากเป็นรูปทรงที่มีลักษณะสมดุล ช่วยให้สะดวกต่อการทำงาน และเป็นลักษณะรูปทรงที่มีประโยชน์ใช้สอยได้ดี

- รูปทรงธรรมชาติ (natural form) เป็นรูปทรงที่เลียนแบบสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ อันได้แก่สิ่งที่มีชีวิตและสิ่งที่ไม่มีชีวิต รูปทรงของสิ่งเหล่านี้จะให้ความรู้สึกทางความเป็นจริง เช่น การนำเอาเส้นโค้งอ่อนช้อยเกี่ยวพันกันของเถาไม้ แมงกลอง นก สตรี มาใช้ในงานออกแบบลวดลายประดับตกแต่งภายใน เป็นต้น จะพบงานออกแบบที่ใช้รูปทรงธรรมชาติได้น้อยกว่ารูปทรงอื่นๆ เนื่องจากมีความยุ่งยากต่อการผลิตด้วยเครื่องมือเครื่องจักรในระบบอุตสาหกรรม

- รูปทรงอิสระ (free form) เป็นรูปทรงที่ไม่มีโครงสร้างแน่นอนตายตัว เกิดขึ้นอย่างอิสระ อาจเกิดจากการนำเอารูปทรงธรรมชาติมากระทำบิดเบือนหรือเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะเลือนไหลให้ความเคลื่อนไหว รูปทรงอิสระนี้มีลักษณะกลมกลืนกับรูปทรงธรรมชาติ แต่มีลักษณะขัดแย้งกับรูปทรงเรขาคณิต

2) สี

สี (color) เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของงานออกแบบ เพราะสีช่วยให้สิ่งต่างๆ มีความสวยงามมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยเร้าความรู้สึกของผู้พบเห็นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี ความพึงพอใจในสีของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกันออกไป ดังนั้นในการสร้างสรรค์ออกแบบสิ่งต่างๆ จะต้องนำเอาหลักการของสีไปตัดแปลงให้เหมาะสมสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของผลงาน โดยสามารถสรุปสีที่มีผลต่อมนุษย์ ดังนี้

2.1) สร้างความรู้สึก สีให้ความรู้สึกต่อผู้พบเห็นที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และภูมิหลังของแต่ละคน นอกจากนี้การสร้างสีสันทับกับสิ่งแวดล้อม สิ่งก่อสร้าง ยังเป็นการสร้างความรู้สึกต่อการสัมผัสและการสร้างบรรยากาศที่ดีอีกด้วย

2.2) สร้างความสนใจ สีมี่อิทธิพลต่องานศิลปะทุกแขนง โดยเฉพาะงาน ออกแบบซึ่งสีจะช่วยสร้างความสนใจและทำให้เกิดความประทับใจเป็นอันดับแรกที่เรามองเห็น

2.3) สีบอกสัญลักษณ์ของวัตถุ ทั้งนี้ย่อมเกิดมาจากประสบการณ์และภูมิหลัง ของแต่ละคน เช่น สีแดง แทนไฟหรืออันตราย สีเขียว แทนธรรมชาติหรือความปลอดภัย

2.4) สีช่วยในการรับรู้และจดจำ งานออกแบบประเภทต่างๆ ที่ต้องการให้ผู้ พบเห็นเกิดความจดจำในรูปแบบ หรือเกิดความประทับใจ จะต้องเลือกสีให้สอดคล้องและมีเอกภาพ

อิทธิพลของสีกับการรับรู้ สีมี่มีความสำคัญอย่างมากในการรับรู้ของมนุษย์ สี ไม่เพียงแต่ทำให้สามารถมองเห็นความแตกต่างของวัตถุได้เท่านั้น สียังก่อให้เกิดผลทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ความชอบและความสวยงามอีกด้วย เราสามารถอธิบายถึงสิ่งใดได้อย่างรวดเร็ว เมื่ออ้างอิงสี ของสิ่งนั้น เพลมมิง และ ลีวาย (Fleming & levie,1979) ได้กล่าวถึงสีกับความรูสึกในการรับรู้ สรุปได้ ว่า คนส่วนมากชอบสีแดงและสีเขียว เป็นอันดับแรก ส่วนสีม่วง และสีเหลือง เป็นสีที่คนชอบน้อย สี แดงเป็นสีที่มองเห็นได้ดีในระยะไกล สีน้ำเงินสามารถมองเห็นได้ดีในระยะไกล และสีที่เห็นได้ชัดเจนคือ สีขาว สีเหลือง และสีเขียว ส่วนสีที่มีคุณสมบัติดึงดูดความสนใจได้ดีที่สุดเมื่ออยู่ใกล้สีขาว คือ สีแดง สีส้ม สีเขียว และสีดำ

3) วัสดุ

วัสดุ (material) มีความสำคัญในการทำงานออกแบบเป็นอย่างมาก การที่ จะทำให้ผลงานออกมาดูดีและมีคุณภาพผู้ ทำจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีใน การผลิต เพื่อให้การสร้างสรรคงานออกแบบมีความเป็นไปได้ในการผลิต โดยเฉพาะถ้าเป็นงาน ออกแบบที่มุ่งหวังในเชิงธุรกิจ ทั้งนี้เพราะวัสดุจะเป็นต้นทุนการผลิตที่สำคัญ นอกจากนี้หากนัก ออกแบบขาดความรอบคอบในการเลือกใช้วัสดุและใช้กรรมวิธีที่ไม่เหมาะสม ก็อาจทำให้เกิดความ เสียหายขึ้นได้จำเป็นจะต้องศึกษา ทำความรู้จักและทำความเข้าใจทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต ดังนี้

3.1) วัสดุแบ่งได้ 2 ประเภท (นวลน้อย บุญวงษ์, 2542)

(1) โลหะ (metal) เป็นวัสดุที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัว ผิวเรียบเป็นมัน มีความเหนียวและยืดหยุ่นตัวดี เช่น เหล็ก อลูมิเนียม ทองแดง ทองเหลือง ตะกั่ว ดีบุก ทอง เงิน และ อื่น ๆ

(2) อโลหะ (non-metal) มีคุณสมบัติเฉพาะตัว เมื่อเทียบกับโลหะ มักจะอ่อนกว่า หนาแน่นน้อยกว่า มีความยืดหยุ่นตัวดี เช่น กระดาษ หนัง ยาง ไม้ วัสดุสังเคราะห์ จำพวกพลาสติก ดิน หิน ปูน และแก้ว เป็นต้น

3.2) กรรมวิธีการผลิตนักออกแบบมีวิธีการเปลี่ยนแปลงรูปทรงวัสดุด้วยการ ใช้อุปกรณ์ เครื่องมือ ทักษะฝีมือและความเชี่ยวชาญได้ 4 วิธี ได้แก่

(1) การแกะหรือการสลัก (wasting) เป็นวิธีการที่แยกเนื้อวัสดุส่วนน้อยออกจากก้อนวัสดุที่เป็นรูปทรงเดิม ด้วยการใช้เครื่องมือจำพวก เลื่อย มีด สิว เป็นต้น วัสดุที่เหมาะสมกับการใช้กรรมวิธีนี้ควรเป็นของแข็งคงรูป เช่น ไม้ หิน และปูน

(2) การก่อ (forming) คือวิธีการใช้แรงกระทำต่อวัสดุ เช่น แรงกดดัน แรงดึง แรงบิด และเป่า เพื่อเปลี่ยนแปลงรูปทรงโดยไม่ได้เคลื่อนย้ายมวลสาร วัสดุจึงความอ่อนตัวและยืดหยุ่น เช่น ดิน ชี้ผึ้ง โลหะ และแก้ว

(3) การหล่อ (molding) คือวิธีการที่เทในแม่พิมพ์ที่จัดทำขึ้นล่วงหน้าจากต้นแบบ ให้มีรูปทรงตามต้องการ ทำให้วัสดุที่เทไปมีรูปทรงและขนาดตามต้นแบบนั้นๆ วัสดุที่เหมาะสมแก่การหล่อจึงควรเป็นของเหลวที่มีความอ่อนตัว มีการยืดหยุ่นและไหลตัวได้ดี เช่น น้ำดิน น้ำปูน โลหะ แก้ว และพลาสติก

(4) การสร้าง (Constructing) คือวิธีการนำวัสดุชนิดต่างๆ ซึ่งจัดทำให้อยู่ในรูปทรงและขนาดที่ต้องการแล้วนำมาประกอบเชื่อมติดกันให้เกิดรูปทรงใหม่ วิธีนี้จึงสามารถใช้วัสดุได้หลายอย่าง แต่วัสดุต้องมีความแข็งแรงคงรูป เช่น ไม้ โลหะ ปูน ดิน พลาสติกที่ขึ้นรูปเป็นชิ้นแล้ว

4) บรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ (packaging) เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าในการจัดจำหน่ายเพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อและผู้บริโภคด้วยต้นทุนที่เหมาะสม (ปูน คงเจริญเกียรติ และ สมพร คงเจริญเกียรติ, 2541) บรรจุภัณฑ์มีบทบาทเป็นอย่างมากในสภาพสังคมปัจจุบัน นอกจากนี้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ยังมีความสัมพันธ์กับศิลปวัฒนธรรมของชาติอีกด้วย

บรรจุภัณฑ์ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้และเกิดพึงพอใจในสินค้า ซึ่ง เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้จำแนกองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ ไว้ว่า ภาชนะบรรจุ (pack) อาจเป็นวัสดุชนิดต่างๆ เช่น หลอดแก้ว กล่อง ถุง ขวด แก้ว กระจบอง กระจดาช เหล็ก ไม้ หรืออาจทำด้วยพลาสติก เป็นต้น ฉลาก (label) คือสิ่งที่แปะติดอยู่ที่ขวด กล่อง หรือพิมพ์ลงบนภาชนะบรรจุอื่นๆ ชื่อยี่ห้อ (brand name) คือ ชื่อที่เรียกสินค้ากันทั่วไป เครื่องหมายการค้าที่ใช้โฆษณา (logo) มักจะออกแบบให้มีลักษณะโดดเด่นเพื่อให้เกิดการจดจำ ใบบอกวิธีใช้สินค้า (literature) ได้แก่ ส่วนที่ให้รายละเอียด แจ้งสรรพคุณ วิธีใช้สินค้า บางครั้งใบบอกวิธีใช้สินค้าอาจจะเป็นคู่มือสินค้า

4.1) ประเภทของบรรจุภัณฑ์

ตามหลักการในการออกแบบ จำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์ได้เป็น 3 จำพวก (ปูน คงเจริญเกียรติ และ สมพร คงเจริญเกียรติ, 2541) ได้แก่

(1) บรรจุภัณฑ์ชั้นใน หรือปฐมภูมิ (primary packaging) เป็นส่วนที่ผู้ซื้อ จะได้สัมผัสเวลาที่บริโภค และเป็นส่วนที่ถูกหึ่งเมื่อมีการเปิดและบริโภคสินค้าภายในหมดแล้ว เช่น ซองบรรจุน้ำตาล เป็นต้น บรรจุภัณฑ์นี้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ชั้นในสุดติดกับตัวสินค้า

(2) บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง หรือทุติยภูมิ (secondary packaging) ส่วนนี้จะทำหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าด้วยกัน เพื่อป้องกันสินค้า หรือมีส่วนช่วยในการจัดจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น หรือเหตุผลในการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองที่พบเห็นโดยทั่วไป เช่น กล่องกระดาษแข็งของหลอดยาสีฟัน ถุงพลาสติกใส่ของน้ำตาล 50 ซอง เป็นต้น

(3) บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สาม หรือตติยภูมิ (tertiary packaging) หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ชั้นนี้คือช่วยป้องกันสินค้าระหว่างการขนส่ง ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งผลิตถึงแหล่งขายปลีก เมื่อสินค้าได้รับการจัดเรียงวางบนทังแล้วบรรจุภัณฑ์ส่วนนี้ก็หมดหน้าที่ใช้งาน หรือบรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งขายปลีกไปยังผู้บริโภคบริโภค เช่น ถุงที่ร้านค้าใส่สินค้าให้ผู้ซื้อบรรจุภัณฑ์ชั้นนี้จึงต้องคำนึงถึงความสามารถในการป้องกันสินค้าระหว่างการขนส่ง

4.2) หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญสำหรับสินค้าและการตลาดอย่างมาก จะขาดซึ่งสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ได้ ทั้งนี้เพราะบรรจุภัณฑ์ได้แสดงบทบาทและหน้าที่ในการตลาด ดังต่อไปนี้ (ประชิด ทิณบุตร, 2531)

(1) การบรรจุและการคุ้มครองป้องกันสินค้า (containment) ซึ่งจะต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถคุ้มครองสินค้ามิให้ได้รับความเสียหายเนื่องจากการขนส่ง ป้องกันสินค้าไม่ให้เน่าเสีย ไม่ทำให้เสื่อมสลายไว และสามารถเก็บรักษาได้ง่าย

(2) การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ (identification) บรรจุภัณฑ์ที่ดีจะต้องแสดงให้เห็นตัวสินค้าต่อผู้บริโภคได้ทันที โดยการใช้ชื่อการค้า (trade name) เครื่องหมายการค้า (trademark) ชื่อผู้ผลิตลักษณะและประเภทของสินค้า เข้ามาเป็นเครื่องบ่งชี้เพื่อให้เกิดความสนใจต่อผู้บริโภค

(3) การอำนวยความสะดวก (convenience) ในกระบวนการผลิตและการตลาดบรรจุภัณฑ์ต้องอำนวยความสะดวกต่อการขนส่ง การเก็บรักษาในคลังสินค้าบรรจุภัณฑ์ต้องมีความแข็งแรง สามารถวางซ้อนทับได้หลายชั้นเพื่อประหยัดเนื้อที่ นอกจากนั้นบรรจุภัณฑ์ต้องมีขนาดรูปทรงที่ลงตัว (fitness size) เพื่อให้ง่ายและสะดวกต่อการเรียงซ้อนในชั้นวาง

(4) การดึงดูดความสนใจผู้บริโภค (Consumer appeal) สิ่งที่เป็นบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด ได้แก่ ขนาด รูปทรง สี วัสดุ ภาพ ตัวอักษร จะเป็นสิ่งนำมาซึ่งความสนใจของผู้บริโภค ซึ่งผู้ออกแบบจะต้องสร้างสิ่งเหล่านี้ขึ้นมาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสาร และเกิดผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น การออกแบบให้มีบรรจุภัณฑ์หลายขนาด การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์ให้สัมพันธ์กับสินค้าที่อยู่ภายในเพื่อช่วยเสริมสร้างความรู้สึกให้น่ากินน่าใช้ การออกแบบรูปทรงของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับเทศกาล โอกาส เทศและวัย เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

(5) การเศรษฐกิจ (economy) บรรจุภัณฑ์ยังมีบทบาทสำคัญในการกำหนดราคาขายของสินค้า เพราะถือว่าบรรจุภัณฑ์เป็นต้นทุนของการผลิตด้วยเช่นกัน

2.9 องค์ประกอบของการออกแบบด้านประโยชน์ใช้สอย

การออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาส่วนใหญ่จะออกแบบจากรูปลักษณะรูปร่างมาก่อนให้เกิดอันตรายแก่ผลิตภัณฑ์ที่องค์การคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยอย่างเป็นทางการเป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นเพื่อตรวจสอบงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่องค์การอยู่เสมอ (อรุณ วานิชกร, 2559) ได้แก่

- 1) หน้าที่ใช้สอยประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ อรรถประโยชน์ สร้างความคุ้มค่าให้แก่ผู้บริโภค
- 2) ความปลอดภัย ไม่มีส่วนแหลมคมอันจะก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้ และเป็นมิตรต่อผู้ใช้ทุกเพศทุกวัยคำนึงถึงเป้าหมายเฉพาะ
- 3) ความแข็งแรง มีโครงสร้างที่แข็งแรงเพียงพอต่อการใช้งาน ความทนทานต่อระยะเวลาที่คาดหวังในการใช้สอยของผู้บริโภค ทนทานต่อการใช้งานที่ผิดพลาด
- 4) ความสะดวกสบายในการใช้ มีขนาดและสัดส่วนที่เหมาะสมต่อสรีระของผู้ใช้งาน ผลิตภัณฑ์ ใช้แล้วไม่ก่อให้เกิดความเมื่อยหรือส่งผลต่อสุขภาพของผู้ใช้
- 5) ราคาที่เหมาะสม ราคาที่สมเหตุสมผล สามารถชี้แจงที่มาของการตั้งราคาได้
- 6) การซ่อมแซม สามารถซ่อมแซมได้ง่ายๆด้วยตนเอง
- 7) วัสดุและการผลิต ใช้วัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น เพื่อลดต้นทุนการผลิตและแรงงานฝีมือในท้องถิ่น เพื่อต่อยอดภูมิปัญญาให้กับท้องถิ่น
- 8) การขนส่งออกแบบรองรับการขนส่ง ปริมาณในการขนส่งความคุ้มค่าต่อการขนส่งในแต่ละเที่ยว มีบรรจุภัณฑ์สำหรับการขนส่งโดยเฉพาะ เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์

เพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ในการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา การตรวจสอบและวิเคราะห์ด้วยแนวคิด Osborn's checklist ที่กล่าวถึง 8 วิธี ในการคิดสร้างสรรค์หรือสร้างนวัตกรรมให้กับผลิตภัณฑ์ยังเป็นสิ่งสำคัญที่นักออกแบบควรคำนึงถึง ดังนี้

- 1) เปลี่ยนวิธีใช้ คือให้นักออกแบบลองคิดว่าผลิตภัณฑ์เดียวกัน จะมีวิธีการใช้งานแบบใหม่ๆได้อย่างไรบ้าง

- 2) พลิกมุมมอง ให้ลองคิดถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างออกไป เช่น รูปร่าง รูปทรง รส กลิ่น สี
- 3) เพิ่มคุณสมบัติ เราจะสามารถเพิ่มคุณสมบัติใดลงไปในปัจจุบันได้บ้าง เช่น เวลา ความคงทน ความถี่ ความแข็งแรง ขนาด ความยาว ความหนา คุณค่า ส่วนผสม
- 4) ลดคุณสมบัติ เราจะตัดหรือลดคุณสมบัติใดออกได้บ้าง เช่น ขนาด ความสั้น ความเตี้ย ความแคบ ความผอม ความเบา ความบสง การแบ่งออก
- 5) แทนด้วยสิ่งใหม่ เราสามารถแทนที่องค์ประกอบหรือรูปแบบเดิมได้อย่างไรบ้าง เช่น ทดแทนด้วยวัสดุ ขึ้นตอน แหล่งพลังงาน สถานที่ วิธีการ เวลา อารมณ์ ความรู้สึก เสียง
- 6) ลำดับรูปแบบใหม่ เราจะเปลี่ยนรูปแบบการจัดลำดับได้อย่างไรบ้าง อาทิ การสลับ สับเปลี่ยนองค์ประกอบ การจัดวางองค์ประกอบ ลำดับตำแหน่ง กำหนดการก่อนหลัง
- 7) พลิกกลับ เป็นการเปลี่ยนสิ่งที่เป็นอยู่ให้กลายเป็นตรงกันข้าม อย่างเช่น กระจกที่ และรูปทรง กลับหัวกลับหาง ช้างนอกข้างใน พลิกบทบาทหน้าที่
- 8) ผสมผสาน อาจเป็นการผสมผสานระหว่างวัสดุ สี ลักษณะพื้นผิว รูปทรง ทิศทาง การจัดวางหรือสิ่งของ

นักออกแบบควรหมั่นสำรวจ ตรวจสอบรูปแบบผลิตภัณฑ์และภูมิปัญญาต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ก่อนและระหว่างการออกแบบ เพื่อให้รูปแบบที่ได้มีความแตกต่างและมีเอกลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์เอง

2.10 กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา

การสร้างองค์ความรู้ทางภูมิปัญญาเพื่อการออกแบบ เนื่องจากความรู้ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นมีลักษณะเป็นความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลหรือความรู้แบบฝังลึก ดังนั้นในการศึกษาข้อมูลทางปัญญานักออกแบบควรมีการลงพื้นที่และมีส่วนร่วมกับชุมชน และคลุกคลีหรือฝังตัวในระดับที่สามารถทำได้ เช่น สังเกตการวัสดุท้องถิ่น การปฏิบัติการของช่าง การศึกษาความเป็นมาวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้อง ว่าเพราะอะไร ช่างถึงทำได้รูปแบบชิ้นงานแบบนี้ เพื่อความเข้าใจเกิดความซาบซึ้งในคุณค่าของภูมิปัญญาที่ศึกษา (อรัญ วานิชกร, 2559)

กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน

- 1) สร้างแรงบันดาลใจจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงคุณธรรม เช่น เส้นสาย ลวดลาย รูปลักษณ์รูปทรง สี สัน ตลอดจนพื้นผิวและวัสดุ และคุณค่านามธรรมของผลิตภัณฑ์ เช่น

ความซาบซึ้งในเรื่องราวคุณค่าและความหมาย จิตวิญญาณที่แฝงอยู่ในภูมิปัญญา ปรัชญาแนวความคิด การแก้ปัญหาเชิงความคิดและเชิงช่าง อาจจรรวบรวมอยู่ในลักษณะของผังภาพแสดงอารมณ์

2) การร่างภาพเพื่อศึกษาสัญญาณรูปทรงจากมุมมองต่างๆ ขั้นตอนนี้ถือเป็นการมุ่งเน้น การศึกษารูปร่างของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา

3) การตัดต่อรายละเอียด พื้นผิวลวดลายของรูปทรง ให้เข้าสู่โครงสร้างรูปทรงที่มีความ เรียบง่าย โดยพิจารณาใช้โครงสร้างเรขาคณิตเป็นพื้นฐานเบื้องต้นก่อนจะใช้รูปทรงอิสระในรูปแบบอื่น เพื่อสร้างทางเลือก ให้รูปทรงในขั้นตอนนี้ยังลดบทบาทสัญญาณของรูปทรงให้มีความเรียบง่ายมากขึ้น เท่าไร จะเป็นการเพิ่มบทบาทและความหมายแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความสุขเด่นมาก ขึ้นเท่านั้น และยังช่วยเพิ่มทางเลือกในการออกแบบสร้างสรรค์ รูปลักษณ์รูปทรง ในกระบวนการถัดไป ให้มีความหลากหลายและมีความเป็นสากลขึ้นอีกด้วย ความเรียบง่ายของรูปทรงนี้เองจะช่วยให้ผลงาน ออกแบบผลิตภัณฑ์อยู่ได้นาน หลุดพ้นไปจากช่วงเวลาในอดีตสู่ปัจจุบันและจะสามารถคงอยู่ได้ใน อนาคต

4) การถ่ายทอดสัญญาณรูปทรงสู่การจัดการเพื่อคลี่คลายรูปทรงองค์ประกอบต่างๆ โดยการถอดประกอบต่างๆ จากรูปทรง เป็นจุดเส้นระนาบ รูปทรงใหม่และเป็นลวดลายหรือพื้นผิว เปรียบเสมือนการเรียงเรียงองค์ประกอบใหม่ ปรับสัดส่วนใหม่ ประกอบสร้างรูปลักษณ์รูปทรงขึ้นใหม่ ให้ความรู้สึกใหม่ บรรยากาศใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างความเป็นปัจเจกหรือความมีอัตลักษณ์

5) การออกแบบเพื่อประสานพฤติกรรมและประโยชน์ใช้สอยรูปแบบใหม่ จะเป็น ขั้นตอนที่เน้นการวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้ จำเป็นต้องพิจารณาความสอดคล้องของรูปทรงกับการใช้สอย ด้วย อาจใช้การพิจารณาในประเด็น Osborn's checklist เพื่อกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมในการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การเปลี่ยนวิธีใช้ การพลิกมุมมอง การเพิ่มคุณสมบัติ การลดคุณสมบัติ การแทนที่ด้วยสิ่งใหม่ การลำดับใหม่ การพลิกแพลง การผสมผสาน

6) การประดิษฐ์ต้นแบบ เพื่อตรวจประเมินและดูผลพิจารณาของการออกแบบในด้าน ต่างๆ ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ ความสวยงาม ความสอดคล้องกับพฤติกรรม ความเหมาะสมของวัสดุ การ ลดต้นทุนการผลิต

2.11 เทรนด์ปี 2020

Thailand Creative & Design Center (TCDC) ได้สรุปเทรนด์ในปี 2020 ในประเด็นที่สำคัญ คือ การสร้างความสมดุลของวิถีชีวิตร่วมสมัย โดยจะเป็นปีแห่งการเปลี่ยนแปลงที่มุ่งเน้นไปที่การ เตรียมพร้อมสำหรับศตวรรษใหม่ โดยมีสี่ ดังนี้

1) SURF THE WEB



ภาพที่ 2.5 แสดงเฉดสีน้ำเงิน

แหล่งที่มา : <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/6-shades-of-color-trend-2020-tcdc/> , 2563

Surf the Web เป็นเฉดสีน้ำเงิน ที่เป็นสีน้ำเงินเฉดใหม่ในรอบ 200 ปี ที่พบในขณะที่ทำให้ความร้อนกับสารเคมีระหว่างการทดลองวัสดุสำหรับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เมื่อผสมธาตุอิตเทรียม อินเนียม และแมงกานีส เข้าด้วยกันแล้วพบว่าสารนั้นเปลี่ยนเป็นสีน้ำเงินสดใส ที่เราเรียกสีนี้ว่า YinMn Blue ตามองค์ประกอบด้านเคมี

สีน้ำเงินเฉดนี้จึงมักเป็นตัวแทนของพื้นที่เปิด อิสรภาพ ความลุ่มลึก จินตนาการ และการแสดงออก เป็นสีที่เต็มไปด้วยพลังงาน บอกถึงสิทธิและโอกาสแห่งเสรีภาพในการใช้ชีวิต ที่สำคัญยังร่วมสมัยในด้านพลังของกระแสความเท่าเทียมทางเพศที่กระหึ่มไปทั่วโลกในหลายปีที่ผ่านมา

2) BEERROOT PURPLE



ภาพที่ 2.6 แสดงเฉดสีชมพู

แหล่งที่มา : <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/6-shades-of-color-trend-2020-tcdc/>, 2563

Beetroot Purple กลุ่มสีชมพูอมม่วงที่สะท้อนคุณค่าของความอุดมด้วยธรรมชาติ ประกอบด้วย 3 เฉดสี ได้แก่ สีแดงที่ได้จากบีทรูท สีแดงจากหัวไชเท้า และสีม่วงแดงจากมันม่วง

สำนักเทรนด์สีชื่อดังของโลกบอกว่า ความงามในธรรมชาติกำลังทวีความรุนแรงมากขึ้น เพราะมนุษย์เราเริ่มถูกตั้งคำถามว่าเราไม่ใช่ศูนย์กลางของโลกอีกต่อไป ทำให้เราเริ่มเห็นถึงส่วนประกอบจากธรรมชาติ หรือผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติมากขึ้น ภายใต้การคาดการณ์นี้แสดงให้เห็นถึงความตระหนักในความเชื่อมโยงระหว่างกันของระบบธรรมชาติ การเอื้ออาทร และการอยู่ร่วมกัน ดังนั้น การเน้นถึงส่วนประกอบจากธรรมชาติ หรือผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติจึงเป็นเรื่องสำคัญ ไปจนถึงความสดใหม่ของสูตรลับที่ได้ออกมาเป็นสีสันท่างๆ จึงเปรียบเสมือนคุณค่าแห่งการค้นพบสิ่งใหม่

3) GOLDEN BROWN



ภาพที่ 2.7 แสดงเฉดสีน้ำตาลทอง

แหล่งที่มา : <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/6-shades-of-color-trend-2020-tcdc/>, 2563

Golden Brown สีน้ำตาลทอง สะท้อนถึงการเชื่อมโยงกับอดีตและมรดกของพื้นที่อย่างนักร้องแบบชื่อดังระดับโลก Karl Lagerfeld มักใช้สีนี้ในการนำเสนอผลงานอยู่เป็นประจำ และในคอลเล็กชั่น Pre-fall 2019 ที่นำเสนอความยิ่งใหญ่ของอียิปต์ผ่านการตีความใหม่อีกครั้ง รวมทั้งการสื่อสารเชิงพื้นที่ที่แตกต่างกันผ่านวัสดุที่หาได้ในท้องถิ่นที่มีทั้งเอกลักษณ์และความหลากหลายของพื้นที่

4) BAKED CLAY



ภาพที่ 2.8 แสดงกลุ่มสี Terracotta

แหล่งที่มา : <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/6-shades-of-color-trend-2020-tcdc/> , 2563

Baked Clay หรือกลุ่มสี Terracotta เทรนด์สีที่สืบเนื่องมาจากปี 2019 มาจนถึงปี 2020 เป็นสีแบบดินเผาตั้งรูป โดยเป็นสีที่อยู่ในช่วงสีระหว่างสีส้มและสีน้ำตาล ให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นอมตะ และแฝงไว้ด้วยวัฒนธรรมดั้งเดิม เป็นสีของโลกและของธรรมชาติ ให้ความรู้สึกสงบ และเสถียร เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงมนุษย์และธรรมชาติ เข้าคู่กับวัสดุอื่นได้ดี ไม่ว่าจะเป็นไม้หรือคอนกรีตก็ตาม

กลุ่มสี Terracotta มักจะถูกใช้ในกลุ่มเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน โดยจะเริ่มเข้ามาแทนที่กลุ่มสีเทาซึ่งเป็นสีค่ากลางเดิมที่เริ่มอิมตัวในตลาด เพราะกลุ่มสีดินเผาจะช่วยเพิ่มความอบอุ่นให้บ้าน จะกลายเป็นตัวเลือกใหม่ที่จะได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างแน่นอน

5) NEO MINT



ภาพที่ 2.9 แสดงกลุ่มสี Neo Mint

แหล่งที่มา : <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/6-shades-of-color-trend-2020-tcdc/> , 2563

Neo Mint การผสมผสานกันของเทคโนโลยีและธรรมชาติ WGSN คาดการณ์ว่าสีนี้จะยึดครองพื้นที่ในโลกแฟชั่นและการตกแต่งภายในในปี 2020 เป็นสีที่เป็นกลางในเรื่องเพศ แฝงยังสดชื่นแบบออกซิเจน ให้ความรู้สึกลงตัวระหว่างเทคโนโลยี วิทยาศาสตร์ และธรรมชาติเข้าไว้ด้วยกัน

เป็นเฉดสีที่สามารถใช้งานข้ามอุตสาหกรรมได้อย่างลงตัว ปรับใช้งานได้หลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะกับอุตสาหกรรมการตกแต่งภายใน หรือจะใส่เข้ากับกับเทคโนโลยีล้ำสมัยอย่าง AI ก็ทำให้คนเห็นรู้สึกผ่อนคลายมากขึ้น

6) OLIVE DRAB



ภาพที่ 2.10 แสดงกลุ่มสี OLIVE DRAB

แหล่งที่มา : <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/6-shades-of-color-trend-2020-tcdc/> , 2563

Olive Drab เป็นสีเขียวออกตื้นๆ เขียวมะกอก เหมือนชุดทหาร ให้อารมณ์แบบลึๆ บ่งบอกได้ถึงความเป็นธรรมชาติอย่างเห็นได้ชัด เป็นสีเขียวตื้น แสดงให้เห็นถึงความล้ำหน้า ทรงพลัง เจดสีนี้จะเป็นที่นิยมแน่นอน ซึ่งสามารถเข้ากันได้ดีกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า เพราะสีเขียวตื้นเป็นสีที่มีเสน่ห์ ด้วยตัวเอง

แต่ในปี 2020 นี้ อาจจะกำลังเป็นตัวแทนใหม่ของความแตกต่างและผิดธรรมชาติ เชื่อมโยงไปถึงยุคกลางที่ใช้สีเขียวเป็นสัญลักษณ์ของยาพิษ อสูรกาย หรือปีศาจ รวมไปถึงเหล่าพอมด แสดงให้เห็นว่าเป็นสิ่งที่ซับซ้อน แปลกแยก ต่างต่าง ล้ำหน้า และทรงพลัง

2.12 เทรนด์ของทีระลีกปี 2020

ในปี 2020 กลยุทธ์ทางการตลาดจะมีบทบาทมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นที่การสร้างแบรนด์ และการเล่าเรื่องแบรนด์ให้มีความสร้างสรรค์มากขึ้น

แนวโน้มปี 2020 เทรนด์แฟชั่นและเทคโนโลยี ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยการมุ่งพัฒนาสินค้าแฟชั่นให้มีการผสมผสานกับเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย Gen Z เนื่องจากอนาคตอันใกล้จะเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ ที่จะมีกำลังซื้อและเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ธุรกิจต่างๆ จะต้องทำความเข้าใจในวิถีชีวิต ความต้องการของคนกลุ่มนี้ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางรากฐานทางการพัฒนาธุรกิจอันใกล้

1) สินค้าทีระลีกและของฝาก ประเภทของใช้

1.1) หมวดของสะสม

Collectible หรือ ของสะสม ตามความหมายโดยทั่วไปแล้ว หมายถึง สิ่งของที่ถูกออกแบบและผลิตขึ้นมาในขบวนการการผลิตรูปแบบอุตสาหกรรมเพื่อการสะสม เช่น เหรียญทีระลีก, ธนบัตรทีระลีก, ตุ๊กตาเซรามิค, ตัวเหล็กติดตู้เย็น เป็นต้นแต่ในบางครั้งก็เรียกสิ่งของ

อย่างอื่นที่นอกเหนือจากของที่กล่าวมาแล้ว ว่าเป็นของสะสมได้เช่นกัน เช่น สิ่งของที่เป็นของตาม ธรรมชาติ แต่มีความหมายสวยงามเหมาะสมต่างๆ เป็นต้น

แก้วเซรามิก ในปัจจุบัน มีกลุ่มคนที่ชอบสะสมงานเซรามิกไม่ว่าจะเป็น จาน ถ้วย แก้ว เนื่องจากเป็นของที่ดูสวยงาม มีหลากหลายเกรดและสามารถออกแบบได้หลากหลาย อีกทั้ง แก้วเซรามิกใช้ต้นทุนต่ำ สามารถที่จะนำมาประยุกต์และปรับปรุงเพิ่มเติมอีกเล็กน้อยก็สามารถเพิ่ม มูลค่าให้กับของที่ระลึกและของขวัญจนสามารถวางขายได้



ภาพที่ 2.11 แสดงหมวดของสะสม แก้วเซรามิก

แหล่งที่มา : ดัดแปลงจาก <http://www.thaiproducthub.com/store/>

1.2) หมวดผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

ผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีการนำภูมิปัญญา ท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต อีกทั้งเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่ใช้วัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาพัฒนา โดยส่วนมากเป็นงานที่ทำด้วยมือ (Hand Made)

ในที่นี่ ผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็น กระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการ การดูแล การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การ แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จัดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่ว ประเทศและทั่วโลก

2) สินค้าที่ระลึกและของฝาก ประเภทตกแต่ง

2.1) หมวดเครื่องใช้สำนักงาน

นาฬิกาแขวน / ตั้งโต๊ะ เป็นของประดับตกแต่งยอดนิยมประจำ บ้านหรือสถานที่ทำงาน เพราะสามารถติดตั้งได้ทุกพื้นที่ นิยมให้เป็นของที่ระลึก หาซื้อได้ง่าย มีความหมายและใช้ประโยชน์ได้จริง



ภาพที่ 2.12 แสดงหมวดของใช้สำนักงาน นาฬิกาแขวนและตั้งโต๊ะ
แหล่งที่มา : ดัดแปลงจาก <http://www.thaiproducthub.com/store/>

ที่ใส่ของ เป็นสินค้าที่มีการซื้อใช้บ่อย และเป็นสินค้าที่ขายได้ง่าย เนื่องจากมีกลุ่มผู้ซื้อที่หลากหลาย ตั้งแต่กลุ่มนักเรียน นักศึกษา คนวัยทำงาน เป็นต้น จึงนิยมใช้ตกแต่งสถานที่ทำงานให้มีระเบียบมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีราคาไม่สูงมาก



ภาพที่ 2.13 แสดงหมวดของใช้สำนักงาน ที่ใส่ของ
แหล่งที่มา : ดัดแปลงจาก <http://www.thaiproducthub.com/store/>

2.2) หมวดของใช้ทั่วไป

แฟลชไดรฟ์ เรียกได้ว่าเป็นสินค้าที่ตอบโจทย์คนส่วนใหญ่ มั่นใจได้เลยว่า การเลือกของพรีเมียมเป็นแฟลชไดรฟ์จะทำให้ของพรีเมียมไม่ถูกลืมอย่างแน่นอน เพราะแฟลชไดรฟ์ เป็นอีกหนึ่งไอเท็มที่ใช้ประโยชน์ได้จริง ไม่ว่าจะผู้รับของคุณจะเป็นกลุ่มไหน แฟลชไดรฟ์ก็ยังคงเป็น

ประโยชน์กับพวกเขาเสมอ ไม่ว่าจะเป็นวัยเรียน หรือ วัยทำงาน และถ้าแฟลชไดร์ฟมีดีไซน์สวยงามเป็นเอกลักษณ์ ก็จะทำให้แฟลชไดร์ฟเป็นที่ต้องการมากขึ้น



ภาพที่ 2.14 แสดงหมวดของใช้ทั่วไป แฟลชไดร์ฟ

แหล่งที่มา : ดัดแปลงจาก <http://www.thaiproducthub.com/store/>

แก้วเก็บความเย็น ยังคงเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมตลอดกาล เพราะหลายปีมานี้คนไทยบริโภคน้ำหวานสูงมาก การเลือกใช้แก้วเก็บความเย็นใส่น้ำหวานที่กินทุกๆ วันเป็นการช่วยให้น้ำแข็งละลายช้าลง ทำให้ยังสามารถรักษารสชาติของน้ำหวานเอาไว้ได้นานกว่าการใช้แก้วแบบปกติ แก้วเก็บความเย็นจึงกลายเป็นสินค้าที่หลายๆ คนใช้กันอย่างมาก



ภาพที่ 2.15 แสดงหมวดของใช้ทั่วไป แก้วเก็บความเย็น

แหล่งที่มา : ดัดแปลงจาก <http://www.thaiproducthub.com/store/>

สมุดโน้ต มีความสนใจสูงในวันทำงาน มักจะต้องมีการจดบันทึกต่างๆ ในการประชุม จดรายละเอียดงาน เรียกได้ว่า ติดตัวกับผู้รับไปตลอดวันเลยทีเดียว รวมทั้งกลุ่มวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา ก็ใช้ในชีวิตประจำวัน อีกทั้งการเลือกซื้อสินค้าสมุดโน้ต ถือเป็นของที่สามารถใช้ประโยชน์ได้คุ้มค่า



ภาพที่ 2.16 แสดงหมวดของใช้ทั่วไป สมุดโน้ต

แหล่งที่มา : ดัดแปลงจาก <http://www.thaiproducthub.com/store/>

ร่ม ไม่ว่าจะแดดออกหรือฝนตก ร่มก็ช่วยได้ โดยเฉพาะถ้าฝนตั้งเค้ามาแบบไม่ได้ตั้งตัว ร่มที่ติดโต๊ะไว้ดูจะเป็นเหมือนรางวัลชีวิตเลยทีเดียว หรือถ้าวันไหนต้องออกไปกินข้าวนอกออฟฟิศท่ามกลางแดดร้อนจัด ร่มก็เป็นหนึ่งสิ่งที่จะช่วยปกป้องผิวจากรังสี UV ได้ เพราะฉะนั้นจึงไม่แปลกเลยที่หลายๆ องค์กรจะเลือกร่มเป็นของที่ระลึก หรือมอบให้กับลูกค้าคนพิเศษ



ภาพที่ 2.17 แสดงหมวดของใช้ทั่วไป ร่ม

แหล่งที่มา : ดัดแปลงจาก <http://www.thaiproducthub.com/store/>

กระเป๋าผ้า กระเป๋าผ้าสกปรกกลายเป็นหนึ่งในของปริศนาที่ใช้อย่างง่ายดาย แถมยังสามารถดีไซน์ให้สวยงามและทนทานได้ ปัจจุบันผู้คนหันมาใช้ถุงผ้า หรือกระเป๋าที่มีความสะดวกและพร้อมในการบรรจุสิ่งต่างๆ ลงไปเป็นอย่างมาก



ภาพที่ 2.18 แสดงหมวดของใช้ทั่วไป กระเป๋าผ้า

แหล่งที่มา : ดัดแปลงจาก <http://www.thaiproducthub.com/store/>

ปิ่นโต ในปัจจุบันผู้คนหันมาให้ความสนใจในการประกอบอาหารมากยิ่งขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่าอาหารมีความสะอาด ซึ่งจะเกิดความสบายใจแก่ผู้ทาน อีกทั้งเป็นการช่วยกันรักษาโลก ลดการใช้ถุงต่างๆ แล้วหันมาใช้ในหีบห่อ หรือภาชนะที่สามารถใช้ได้หลายครั้ง หรือล้างทำความสะอาดได้ เช่น การมีส่วนร่วมในการนำภาชนะมาเอง ทำให้ผู้คนยิ่งให้ความสนใจมากยิ่งขึ้นไปอีก จนเกิดเป็นกิจจะลักษณะในทางที่ดีของสังคม ทำให้ปิ่นโตกลายเป็นสินค้าของฝากที่ผู้คนส่วนใหญ่จะนิยมซื้อให้แก่กัน เพราะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ หากปิ่นโตนั้นมีการออกแบบให้ดูทันสมัย สวยงาม หรือมีความเป็นเอกลักษณ์ด้วยการทำวัสดุที่ใกล้เคียงวัสดุธรรมชาติ ผู้คนก็จะยิ่งเห็นคุณค่า และนึกถึงวิถีชีวิตในอดีตมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2.19 แสดงหมวดของใช้ทั่วไป ปิ่นโต

แหล่งที่มา : ดัดแปลงจาก <http://www.thaiproducthub.com/store/>

2.3) หมวดผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน / เครื่องแต่งกาย

หมวก เป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นสำหรับป้องกันสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง เช่น แสงแดด ฝน และเพื่อประดับเป็นแฟชั่น อีกทั้งมีการออกแบบไว้ใช้สำหรับการออกงานสังคม หรือแม้แต่การใช้

สำหรับเล่นกีฬา ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับการสวมใส่หมวกเป็นอย่างมาก เพราะจะช่วยเพิ่มให้อองค์ประกอบหลายๆ อย่างดูดีขึ้นได้



ภาพที่ 2.20 แสดงหมวดของใช้ในชีวิตประจำวัน / หมวก
แหล่งที่มา : ดัดแปลงจาก <http://www.thaiproducthub.com/store/>

พวงกุญแจ คือ อุปกรณ์ที่ถูกรออกแบบมาเพื่อช่วยเก็บรวบรวมกุญแจดอกเล็กๆ ให้อยู่รวมกันในช่องเดียวเพื่อป้องกันการสูญหายจากการหลงลืมหรือหาไม่เจอ ที่มาของการทำพวงกุญแจ นั้นเกิดจากนิสัยของมนุษย์ที่มักจะขี้หลงขี้ลืม ยิ่งกุญแจดอกเล็กๆ ยิ่งหายาก ถ้าทำหายแล้ว ก็มักจะสร้างปัญหาตามมาให้วุ่นวาย บางที่ต้องเสียเวลาตามหากันให้ทั่วบ้าน อีกทั้งพวงกุญแจ มีประโยชน์มากกว่าแค่การแขวนกุญแจ เช่น เป็นของสะสมได้, เป็นของสมนาคุณที่ใช้ประโยชน์ได้จริง, และเป็นสัญลักษณ์บ่งบอกอัตลักษณ์ส่วนบุคคล เป็นต้น



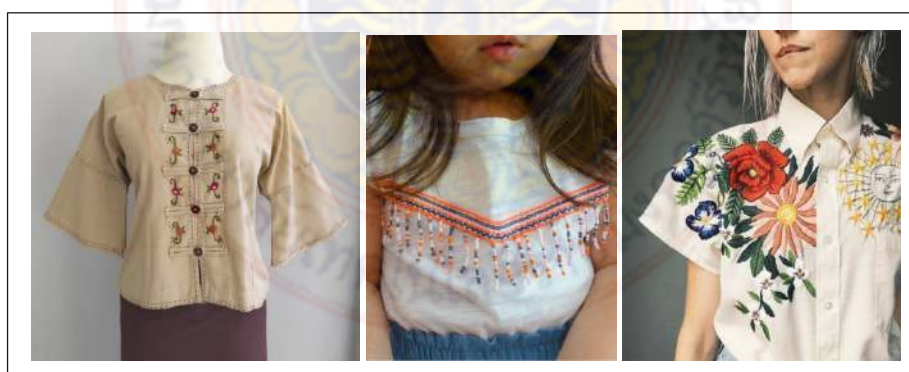
ภาพที่ 2.21 แสดงหมวดของใช้ในชีวิตประจำวัน / พวงกุญแจ
แหล่งที่มา : ดัดแปลงจาก <http://www.thaiproducthub.com/store/>

สร้อยข้อมือ ปัจจุบันมีการออกแบบให้สามารถใช้ได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย หรือมีรูปแบบที่สวยงาม นิยมใช้ประดับตกแต่งให้เกิดความสวยงาม อีกทั้งยังมีความหมาย คือ การให้กำลังใจชีวิต และยังมีค่านิยมสื่อถึงการมอบไว้ซึ่งพลังใจ และการมอบกำลังใจให้กันและกัน เหมาะสำหรับมอบเป็นของขวัญแก่เพื่อนสนิท หรือพี่สาวและพี่ชาย หรือบุคคลที่เคารพนับถือ



ภาพที่ 2.22 แสดงหมวดของใช้ในชีวิตประจำวัน / สร้อยข้อมือ
แหล่งที่มา : ดัดแปลงจาก <http://www.thaiproduchub.com/store/>

เสื้อผ้า นิยมเป็นของฝากที่สะดวกต่อการเดินทาง และประหยัดพื้นที่จัดเก็บ โดยส่วนใหญ่จะเป็นเสื้อผ้าที่มีลักษณะการปกปลายอย่างปราณีต หรือมีลูกเล่นที่น่าสนใจ ทำให้กลายเป็นของที่ระลึกที่มีราคาและค่านิยมเหมาะสมต่อการมอบให้ผู้อื่น อาจจะมีเอกลักษณ์เฉพาะตามแต่ละพื้นที่ แต่ในปัจจุบันจะพบเป็นเสื้อยืดพิมพ์ลาย เนื่องจากต้นทุนต่ำ ขายได้ง่าย ใช้ขายประจำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในการสื่อความหมายถึงการเป็นของฝาก



ภาพที่ 2.23 แสดงหมวดของใช้ในชีวิตประจำวัน / เสื้อผ้า
แหล่งที่มา : ดัดแปลงจาก <http://www.thaiproduchub.com/store/>

2.4) หมวดสินค้าเบ็ดเตล็ด

โมบายแขวน เป็นสินค้าที่นิยมทำมาจากวัสดุประเภทต่างๆ เช่น ไม้ กระดาษ เซรามิก โลหะ พลาสติก โดยนำมาออกแบบให้มีรูปร่างและขนาดที่เหมาะสม มีการเขียน ลวดลาย แต่งสี หรือเคลือบเงา เพื่อทำให้เกิดความสวยงาม จึงทำให้เป็นสินค้าที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี บางอันมีการเพิ่มเสียงโดยการใช้กระดิ่งเข้าไป ทำให้สินค้าชนิดนี้มีกลุ่มคนเลือกซื้อเป็นอย่างมาก



ภาพที่ 2.24 แสดงหมวดสินค้าเบ็ดเตล็ด โมบายแขวน

แหล่งที่มา : ดัดแปลงจาก <http://www.thaiproducthub.com/store/>

2.13 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธานินทร์ เชียงไผ่ และเกษมรัสมิ์ วิวิตรกุลเกษม (บทคัดย่อ) หัวข้อวิจัย การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบ้านเชียงเพื่อเพิ่มมูลค่าและแสดงเอกลักษณ์ จังหวัดอุดรธานีงานวิจัยนี้เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบ้านเชียงเพื่อเพิ่มมูลค่าและแสดงเอกลักษณ์จังหวัดอุดรธานี วัตถุประสงค์ 1) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบ้านเชียงเพื่อเพิ่มมูลค่าและแสดงเอกลักษณ์จังหวัดอุดรธานี 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคจากต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบ้านเชียงเพื่อเพิ่มมูลค่าและแสดงเอกลักษณ์จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงประยุกต์ (Applied Research) แก้ไขปัญหารูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบ้านเชียงเพื่อเพิ่มมูลค่าและแสดงเอกลักษณ์จังหวัดอุดรธานีด้วยวิธีการวิจัย คือ การสอบถามและการประเมิน ภายใต้เทคนิคการวิจัยของการบันทึกข้อมูล การสอบถามความต้องการ การใช้คำถามปลายปิดและปลายเปิดในรูปแบบการตรวจสอบรายการ มาตรฐานวัดค่า 5 ระดับ ของ likert วิเคราะห์แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคจากต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบ้านเชียงเพื่อเพิ่มมูลค่าและแสดงเอกลักษณ์จังหวัด

อุดรธานี และการจัดนิทรรศการเพื่อเผยแพร่ข้อมูล สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย ผลผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบ้านเชียงมีส่วนทำให้จังหวัดอุดรธานีมีชื่อเสียงและเป็นที่ยกย่องของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งงานวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาจังหวัดอุดรธานีให้มีความสมบูรณ์ตามแผนพัฒนาจังหวัด รวมทั้งตอบสนองความต้องการและแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง

ปนัดดา มนุรัชฎา, รัฐไท พรเจริญ และภาคภูมิ บุญธรรมช่วย (บทคัดย่อ) หัวข้อวิจัย การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ และสำรวจความต้องการผู้บริโภค 2) เพื่อ ออกแบบสินค้าของที่ระลึกจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์ ที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและ3) เพื่อ ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบโดยมีลำดับขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามปลายเปิดสอบถาม เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ และเก็บข้อมูลความต้องการผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย สมาชิกมิวเซียมสยามเฟสบุ๊ค แฟนเพจใช้เวลา 2 สัปดาห์ มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน ตอบครบ 88 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) เครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 2) สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 คน และผู้เชี่ยวชาญประจำ พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ จำนวน 2 คน ใช้วิธีเลือกโดยจงใจ (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม มาตราส่วนประเมินค่า 3) สอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยออกแบบ ได้แก่ สมาชิกมิวเซียมสยามเฟสบุ๊คแฟนเพจ ใช้เวลา 2 สัปดาห์ มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติความถี่ และร้อยละเพื่อ วัดผลความพึงพอใจของผู้บริโภค แล้วจึงนำมาแปรผลโดยการบรรยายผลการวิจัยพบว่า ผลผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจมากที่สุด มี 2 แบบ คิดเป็นร้อยละ 64.7 เท่ากัน คือ 1) ชิ้นงาน “เกาะรัตนโกสินทร์” นาฬิกาแขวนผนังรูปจำลองสถานที่สำคัญในเกาะรัตนโกสินทร์เช่น พระบรมมหาราชวัง เสาชิงช้า อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย เป็นต้น วัสดุที่ใช้ทำจากพลาสติกอะคริลิก ผลิตโดยการตัดเลเซอร์ติดเครื่อง นาฬิกา และตัวแขวนด้านหลัง 2) ชิ้นงาน “สยามไอคอน” ชุดแม่เหล็กสำหรับตั้งรูปหรือติดตู้เย็น วัสดุที่ใช้ทำจากพลาสติกอะคริลิก ผลิตโดยการตัดเลเซอร์ ติดแม่เหล็กด้านหลัง สัญลักษณ์ตัวแทนกรุงเทพฯ เช่น เสาชิงช้าเรือสุพรรณหงส์ ยักษ์ และรถตุ๊กตุ๊ก

เปมิกา เกษตรสมบูรณ์ (บพค้อย) หัวข้อวิจัย กรรมวิธีการสร้างโพนของครูฉลอง นุ่มเรื่อง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากรรมวิธีการสร้างโพนของครูฉลอง นุ่มเรื่อง และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพเสียงโพนของครูฉลอง นุ่มเรื่อง โดยใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการเก็บข้อมูลภาคสนามที่ค่ายโพนป่ายางหูเย็น ตำบลปรางหมู่ อำเภอเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง ผลการศึกษาพบว่า ด้วยใจรักงานช่างครูฉลอง นุ่มเรื่อง ได้เริ่มศึกษางานช่างจากบิดา ซึ่งประกอบอาชีพเป็นช่างไม้ เริ่มต้นการเรียนทำโพนตั้งแต่อายุ 15 ปี สืบทอดภูมิปัญญาการสร้างโพนมาจากบรรพบุรุษทั้งหมด 4 ชั่วอายุคน คุณภาพเสียงโพนของครูฉลอง นุ่มเรื่อง ได้รับการยกย่องว่าดังก้อง ดังไกล เสียงพุ่งลอยขึ้นฟ้า คงทน สดส่วนสวยงาม เมื่อส่งโพนเข้าประกวดในการจัดแข่งขันตีโพนประจำปีที่พัทลุง มักจะได้รับรางวัลชนะเลิศ 7 ปี ซ้อน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 จนถึงปี 2557 ภูมิปัญญาในการสร้างโพน ใช้อุปกรณ์ 69 ชนิด มีขั้นตอนการสร้างทั้งหมด 12 ขั้นตอน ได้แก่ การเตรียมหนัง การตากหนัง การฆ่าหนัง การทำหุ่นโพน การชิงหนัง การทำลูกสัก การทำหวาย การใส่หวายและการใส่ลูกสัก การตักแต่งหนังโพน การทำเหล็กเส้นและการใส่เหล็กเส้น การทำขาโพนและการประกอบขาโพน การทำไม้โพน สามารถสะท้อนวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นของชาวพัทลุง 6 ประการ ได้แก่ 1.การใช้ผ้าพันเขาหัวชนพื้นนี้ไว้ป้องกันมีดบาด ขณะเลาหวายชิงกลอง 2.การคัดเลือกพันธุ์ไม้ 5 ชนิด คือ ไม้ตาลโดนด ไม้ขนุน ไม้ตะเคียน ไม้โท ไม้เทียนและไม้เนาบุตร 3.การเลือกใช้สมุนไพรตำเพื่อฟอกหนัง 4.การใช้น้ำมันมะพร้าวดูแลรักษาหนัง 5. การใช้เตา คนเบ็ดและราวไทยในการชิงหนัง 6.การประยุกต์เครื่องไถนาเป็นเครื่องฟอกหนัง ครูฉลอง นุ่มเรื่อง รักษาภูมิปัญญาโบราณของการเลาอกไก่และขอบชั้นที่ได้รับมอบจากบรรพบุรุษ และพัฒนาวิธีใหม่จนส่งผลให้โพนมีคุณภาพเสียงดังเป็นลักษณะเฉพาะ

บงกช สุทัศน์ ณ อยุธยา, พิธากรณ์ ธนิตเบญจสิทธิ์, สุชาดา เมฆพัฒน์, มณีวรรณ ชลัย (2561 : บพค้อย) เรื่องการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวายเป็นชุมชน การพัฒนาสินค้าโดยใช้วิธีศึกษาเชิงพัฒนาและปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการ หรือผู้ผลิตสินค้า (กลุ่มไม้แกะสลัก/กลุ่มของที่ระลึก/กลุ่มจักสาน) เพื่อจำหน่ายในหมู่บ้านถวาย ใช้เทคนิคการประชุมแบบ AIC ได้แก่ การสร้างความรู้ การสร้างแนวทางการพัฒนาและการสร้างแนวทางการปฏิบัติ ใช้เทคนิคการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อพัฒนาสินค้าหัตถกรรมสร้างสรรค์ต้นแบบ พบว่า สินค้าหัตถกรรมใหม่ที่ผลิตขึ้นจากการศึกษานี้ทั้ง 10 ชิ้น เป็นการสร้างสรรค์ของชาวบ้านซึ่งเป็นผู้ผลิตแท้จริงจึงเป็นการต่อยอดจากสินค้าหัตถกรรมเดิม ซึ่งเกิดจากการได้รับความรู้เชิงวิชาการ การถอดองค์ความรู้เพื่อค้นหาสินค้าหัตถกรรมที่เป็นอัตลักษณ์ เพื่อสร้างเรื่องเล่านับเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม เสริมคุณค่าทางการตลาด เสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าหัตถกรรม จัดว่ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวาย หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุน ส่งเสริมและหาตลาด

รองรับสินค้าหัตถกรรมของชุมชน ให้ความช่วยเหลือในด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์

ปัทมา กระแสเสวตร, จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง, และอุดมศักดิ์ สาริบุตร (2558 : บทคัดย่อ) เรื่องการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบ และบรรจุภัณฑ์สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสถาปัตยกรรม พระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลสถาปัตยกรรมพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม 2) ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสถาปัตยกรรมพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม โดยผลจากการทำแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์ เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานภายในพระราชวังสนามจันทร์ พบว่า ประเภทกล่องดนตรีมีความเหมาะสมมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย ($X = 4.21$) ประเภทกล่องใส่ของมีค่าเฉลี่ย ($X = 3.70$) ประเภทนาฬิกา มีค่าเฉลี่ย ($X = 3.58$) ประเภทโมเดลจำลองมีค่าเฉลี่ย ($X = 3.48$) ประเภทจานโซว์มีค่าเฉลี่ย ($X = 2.89$) ประเภทกล่องดนตรีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้วิจัยจึงนำมาผลิตเป็นต้นแบบจำลอง เพื่อประเมินความพึงพอใจกลุ่มเป้าหมาย ผลที่ได้คือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสถาปัตยกรรมพระราชวังสนามจันทร์จังหวัดนครปฐม ประเภทกล่องดนตรีและบรรจุภัณฑ์ ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย ($X = 4.11$)

พิสิฐ คลังกุล, กฤษณ์ วิไลโอฬาร และกัลยกร จันทรสาขา (2556 : บทคัดย่อ) การศึกษาวิจัยหัตถกรรมพื้นถิ่น : เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1.เพื่อศึกษาผลงานหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านปราสาทใต้ ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 2.เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน แบบมีส่วนร่วมโดยคณะผู้วิจัย นักศึกษา สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านปราสาทใต้เป้าหมายคือ ได้ตัว ต้นแบบผลิตภัณฑ์และแก้วอย่างละ 1 รูปแบบ ให้กับกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านฯ ประชากรและกลุ่ม ตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มนักศึกษา จำนวน 28 คน กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านฯ จำนวน 12 คน และกลุ่ม นักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบประเมินความพึงพอใจใน ผลิตภัณฑ์กับกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านฯ และกลุ่มนักท่องเที่ยว แบบติดตามผลโครงการกับกลุ่มนักศึกษา และกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านฯ นำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อหาค่าความถี่และค่าร้อยละ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านฯ และกลุ่มนักท่องเที่ยว เลือกผลิตภัณฑ์และแก้วที่ตรงกัน โดยมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 2 คือ ที่ใส่กระดาษชำระ เป็นอันดับสูงสุดร้อยละ 94.5 และแก้วรูปแบบที่ 1 คือ แก้วแบบพับเก็บมีที่วางแก้ว และสามารถเคลื่อนย้ายเดินทางได้ง่ายร้อยละ 95 เป็นอันดับสูงสุด

การติดตามผลโครงการกับกลุ่มนักศึกษา พบว่า อันดับสูงสุดของแต่ละด้าน คือ มีความรู้ก่อน ลงพื้นที่ชุมชนอยู่ในระดับน้อยมากร้อยละ 75 ในด้านการเก็บข้อมูลกับกลุ่มชุมชนมีประโยชน์ต่อนักศึกษา อยู่ในระดับดีมากร้อยละ 61 มีความพึงพอใจกับผลงานการออกแบบให้กับชุมชนอยู่ในระดับดีมากร้อยละ 50 นักศึกษาสามารถนำความรู้จากชุมชนไปประยุกต์ใช้กับการเรียนได้อยู่ในระดับดีร้อยละ 39 ในด้าน ความพึงพอใจกับการเข้าร่วมโครงการของนักศึกษาอยู่ในระดับดีร้อยละ 54 และการติดตามผลโครงการ กับกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน พบว่า อันดับสูงสุดของแต่ละด้าน คือ ในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และเก้าอี้มี ประโยชน์กับกลุ่มอยู่ในระดับดีร้อยละ 75 ด้านการทำตัวผลิตภัณฑ์และเก้าอี้ตามรูปแบบมีความยากง่าย อยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 92 ในส่วนที่คาดว่าผลิตภัณฑ์และเก้าอี้จะจำหน่ายได้มากน้อยเพียงใดอยู่ใน ระดับปานกลางร้อยละ 75 และกลุ่มสามารถนำไปถ่ายทอดต่อกับชุมชนได้อยู่ในระดับดีร้อยละ 58

ศิวรี อรัญนารถ และ พัทธา อุทิสวรรณกุล (2560 : บทคัดย่อ) หัวข้อวิจัยเมื่อแพชั่นคือชีวิตในยุคสมัยแห่งสังคมออนไลน์ ส่งผลต่อการเกิดขึ้นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่ต้องการแสวงหา และแสดงออกซึ่งความเป็นตัวตนมากยิ่งขึ้น การสร้างแบรนด์ และการออกแบบสร้างสรรค์สินค้าที่นั่นจึงไม่อาจหยุดแค่ความสวยงาม ความแปลกใหม่ หรือประโยชน์ใช้สอยเท่านั้น หากแต่ต้องมีความเป็นแพชั่นที่สามารถชี้นำ สร้างการเรียนรู้และสะท้อนถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ทักษะคิด ความต้องการและเชื่อมโยงแบรนด์สินค้านั้นเข้ากับอารมณ์ของผู้บริโภค แพชั่นแบรนด์ มากมายจึงขยับเข้าสู่ตลาดสินค้าอื่น ๆ และนำไปสู่รูปแบบของการเป็นแบรนด์แพชั่น โลฟสไตล์

ชมจันทร์ ดาวเดือน (2561:บทคัดย่อ) หัวข้อวิจัย ผลของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากหัตถกรรมไม้แกะสลัก ตามคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อ ศึกษาข้อมูลคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของ คนไทย ที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน 2) เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน ให้เชื่อมโยงในด้านคติความเชื่อที่เป็น สิริมงคลของคนไทย 3) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่ง บ้านพักอาศัยและสำนักงาน จากหัตถกรรมไม้แกะสลัก ตามคติความเชื่อที่เป็น สิริมงคลของคนไทย ที่ตอบสนอง ความพึงพอใจของกลุ่มผู้ที่สนใจสินค้า 4) เพื่อประเมิน ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและ สำนักงานจากหัตถกรรมไม้แกะสลัก โดยกลุ่มผู้ที่สนใจ สินค้า ที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้นใหม่ ประชากรของการวิจัย ครั้งนี้ คือ นักปราชญ์ นักออกแบบผู้ประกอบการ และ ผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ รวมจำนวน 409 คน เครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม สถิติ ที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (X) ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน

(S.D.) ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่ง บ้านสำหรับครัวเรือนและสำหรับ สำนักงาน จากคติความ เชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย ทั้ง 5 ประเภท ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ผลจากการสำรวจและ สัมภาษณ์จากนักปราชญ์ผู้ประกอบการและผู้จัดจำหน่าย พบว่า สัญลักษณ์ของคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย สามารถแบ่งออกเป็น 7 ลักษณะ คือ เครื่องประดับอัญมณีที่เป็นมงคล สัตว์มงคล สีมงคล ไม้ มงคล ตัวเลขมงคล ผักและผลไม้ มงคล และสิ่งของมงคล ส่วนที่ 2 ผลการประเมินความคิดเห็นด้านการออกแบบ ผลิตภัณฑ์จากกลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ ทั้ง 5 ประเภท จำนวน 9 ท่าน พบว่า ผลิตภัณฑ์ของ ตกแต่งบ้าน สำหรับครัวเรือน ได้แก่ นาฬิกาตั้งโต๊ะ (แบบ ที่ 2) โคมไฟติดผนัง (แบบที่ 1) แจกันตั้งโต๊ะ (แบบที่ 2) กรอบรูปภาพติดผนัง (แบบที่ 2) และกระถางปลูก ต้นไม้ภายในบ้านแบบตั้งพื้น (แบบที่ 3) และ ผลิตภัณฑ์ ของตกแต่งสำหรับสำนักงาน ได้แก่ นาฬิกาตั้งโต๊ะ (แบบ ที่ 2) โคมไฟตั้งพื้น (แบบที่ 3) แจกันตั้งโต๊ะ (แบบที่ 1) กรอบรูปภาพแบบตั้งโต๊ะ (แบบที่ 1) และกระถางปลูก ต้นไม้ภายในสำนักงาน แบบตั้งพื้น (แบบที่ 3) ส่วนที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์ ทั้ง 5 ประเภท จำนวน 400 คน พบว่า ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านสำหรับครัวเรือน ได้แก่ “โคม ไฟแบบติดผนัง” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด ($X = 4.56$) ผลิตภัณฑ์ของตกแต่ง สำหรับสำนักงาน ได้แก่ “โคมไฟแบบตั้งพื้น” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม สูงสุด ($X = 4.55$)

สุภาพร วิชัยดิษฐ์ (2559 : บทคัดย่อ) หัวข้อวิจัยพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของ นักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบ ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ยังเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง มาท่องเที่ยวยังเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีและเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยัง เกาะเกร็ด จังหวัด นนทบุรี ในด้าน 1. ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านราคา 3. ด้านการจัดจำหน่าย 4. ด้านส่งเสริม การตลาด ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัด นนทบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน ในการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ใช้ แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 400 คน จำแนกตามเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 จำแนก ตามอายุส่วนใหญ่ อายุ 20 – 29 ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ต่อ

เดือน 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($X = 3.94$, $SD = .64$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ($X = 4.01$, $SD = .63$) รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($X = 4.00$, $SD = .60$) ด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ($X = 3.95$, $SD = .66$) และน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ($X = 3.90$, $SD = .70$) ตามลำดับ



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 วิธีการวิจัย

การทำวิจัยเรื่อง การศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ประเพณีวันสารทเดือนสิบ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เป็นการมุ่งเน้นในงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยสอดแทรกแนวความคิดที่มีการถอดความหมายจากประเพณีลากพระ ในส่วนของเครื่องดนตรี นำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชน ซึ่งทางผู้วิจัยมีกระบวนการดำเนินงานวิจัยจากการศึกษาแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งด้านวรรณกรรม บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถาม และการลงพื้นที่เก็บข้อมูล รวมทั้งผลการวิเคราะห์ ตรวจสอบข้อมูลจากโครงการแผนงานที่สรุปผลไว้แล้วนั้น

3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และสถานที่ทำการวิจัย

3.2.1 ประชากร

การวิจัยเรื่อง การศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ประเพณีวันสารทเดือนสิบ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้กำหนดการศึกษากลุ่มประชากรไว้ 3 กลุ่ม ได้แก่

- 1) ประชากรกลุ่มที่ 1 คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวหรือมีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารที่พบในวันสารทเดือนสิบ ในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พื้นที่จังหวัดสงขลา จำนวน 10 คน
- 2) ประชากรกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา จำนวน 18 กลุ่ม
- 3) ประชากรกลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมงานประเพณีลากพระที่จัดขึ้นในพื้นที่จังหวัดสงขลา จำนวน 100 คน

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

- 1) ประชากรกลุ่มที่ 1 หมายถึง กลุ่มผู้มีความรู้ ได้แก่ ผู้คนที่มีส่วนร่วมในการเล่นเครื่องดนตรี ประกอบกิจกรรมลากพระ ทั้งตามเทศกาลประเพณี หรือการแสดงทั่วไป
- 2) ประชากรกลุ่มที่ 2 หมายถึง กลุ่มผู้ปฏิบัติ ได้แก่ กลุ่มผู้ทำงาน ผู้ให้บริการและผู้ค้าขายสินค้าที่ระลึก กลุ่มผลิตงานหัตถกรรม กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มผู้ประกอบการทั้งที่มาจากภาครัฐและเอกชน

3) ประชากรกลุ่มที่ 3 หมายถึง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเข้าร่วมกิจกรรมในงานประเพณีลากพระ และกลุ่มนักท่องเที่ยวตามพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ

3.2.3 สถานที่เก็บข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลวิจัยตามการวิเคราะห์และตรวจสอบข้อมูลจากโครงการแผนงาน ซึ่งได้กำหนดพื้นที่ในการทำวิจัย คือ พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ทำการทบทวน แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และลงพื้นที่สำรวจพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ได้แก่ จังหวัดสงขลา จังหวัดพัทลุง และจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาออกแบบและจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการศึกษานี้มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย ดังนี้

1) แบบสำรวจสำหรับนักวิจัย ใช้เก็บข้อมูลทางด้านวัฒนธรรมเกี่ยวกับเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบในกิจกรรมลากพระ โดยสำรวจกับเจ้าของภูมิปัญญาในการประกอบเครื่องดนตรี รวมถึงกรรมวิธีต่างๆ เพื่อให้ทราบถึงความโดดเด่นและอัตลักษณ์ของเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ เป็นต้น

2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับนักวิจัย ใช้เก็บข้อมูลจากหัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้มีความรู้ ความเกี่ยวข้องกับประเพณีลากพระ ในส่วนของกรประกอบเครื่องดนตรี เพื่อทราบถึงความหมายของจังหวะที่ใช้ประกอบเครื่องดนตรี ในกิจกรรมลากพระ เพื่อนำไปสู่การศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และเป็นแนวทางการสู่ออกแบบที่มีความเหมาะสมตามกลุ่มเป้าหมายต่อไป

3) แบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้มีความรู้ในเรื่องงานประเพณี กลุ่มคนที่มีการใช้เครื่องดนตรีที่ประกอบในกิจกรรมลากพระ และทั้งผู้ที่อยู่ในกระบวนการผลิตเครื่องดนตรีสุดท้ายกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงความต้องการและความชอบที่สามารถสื่อสารได้จากเครื่องดนตรีที่อยู่ในเรือพระได้ รวมทั้งแง่มุมความคิดเห็นในเรื่องการตลาดและการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อสู่กระบวนการ การประเมินความพึงพอใจในรูปแบบของผลิตภัณฑ์

3.3.1 การศึกษาเครื่องดนตรี ที่ใช้ในประเพณีลากพระ จากกลุ่มศิลปะการแสดงสถานศึกษา และกลุ่มชาวบ้านในพื้นที่อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา

1) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ในประเด็นการให้จังหวะของเครื่องดนตรีแต่ละชิ้น ที่ใช้ในประเพณีลากพระ และความแตกต่างของรูปแบบกับพื้นที่อื่นๆ

2) แบบสอบถามความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของชุมชน

3.3.2 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน บนพื้นฐานด้านภูมิปัญญาและ ศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่น ในเรื่องของงานหัตถกรรม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พื้นที่อำเภอสังขละ จังหวัดสงขลา

1) การสำรวจและค้นหาศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

2) การตรวจสอบและประเมินความถูกต้องของทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

3) การประเมินผลความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

3.3.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการสร้าง ต้นแบบ

1) การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานการออกแบบ
2) การเขียนชิ้นงานต้นแบบ 2 มิติ (Sketch) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในประเภทต่างๆ
3) การเขียนชิ้นงานต้นแบบ 3 มิติ (3D Sketch) เพื่อทำการประเมินความเป็นไปได้ ในการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

4) การสร้างต้นแบบจำลอง (Mock Up) ที่มีความใกล้เคียงของจริงมากที่สุด เพื่อ ศึกษาวิเคราะห์ข้อบกพร่องต่างๆ และทำการแก้ไขก่อนการพัฒนาต้นแบบต่อไป

5) การจัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ สำหรับการสร้างแบบจำลองและการพัฒนาต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

6) การพัฒนาต้นแบบ (Prototype) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกร่วมกับชุมชน

7) ผู้วิจัยทำการสร้างต้นแบบเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินต้นแบบ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

โครงการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ประเพณีวัน สารทเดือนสิบ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้รวบรวมสรุปข้อมูลจากการโครงการแผน งานวิจัย พบว่า พื้นที่ที่ทางแผนงานได้วิเคราะห์เพื่อให้ผู้วิจัยดำเนินโครงการต่อไป คือ พื้นที่อำเภอสังขละ พระ จังหวัดสงขลา จากการวิเคราะห์โครงการแผนงานวิจัย พบว่า พื้นที่อำเภอสังขละ เป็นเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยความพร้อมของทรัพยากรที่มีค่าในชุมชน ทั้งผู้คน ธรรมชาติ วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และความเชื่อ ล้วนเป็นสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งสอดคล้อง กับประวัติศาสตร์ที่กล่าวว่า เมืองสังขละ เป็นชุมชนสมัยแรกเริ่มประวัติศาสตร์ในภาคใต้ เป็นที่อยู่

อาศัยของมนุษย์มาตั้งแต่สมัยชุมชนเกษตรกรรม ทำการค้า ทั้งทางเรือและทางบก ทำให้มีผู้คนเข้ามาในพื้นที่หลากหลายเชื้อชาติ เกิดเป็นวัฒนธรรมที่แตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ ออกไป โดยส่วนใหญ่จะมีความเชื่อที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมทางน้ำ สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบ ที่หล่อเลี้ยงชีวิตผู้คนในพื้นที่ ให้สามารถดำรงชีพได้ จึงมีความเหมาะสมในกาสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของพื้นที่ร่วมกัน เพื่อรองผู้มาเยือน ทำให้เกิดกิจกรรมต่างๆ ในชุมชนที่มีความหลากหลายของกิจกรรม แต่ยังคงสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีสารทเดือนสิบและประเพณีลากพระ ของคนในพื้นที่ ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าทรัพย์สินให้แกชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนต่อไป

3.4.1 แหล่งประกอบประเพณีลากพระ

เนื่องจากพื้นที่อำเภอสทิงพระ เป็นแหล่งเป็นชุมชนสมัยแรกเริ่มประวัติศาสตร์ในภาคใต้ โดยมีศาสนสถานทั้งพราหมณ์และพุทธอยู่มากมาย ตั้งแต่รัชสมัยพระเจ้าปราสาททอง ทำให้ปรากฏแหล่งศาสนสถานในพื้นที่ค่อนข้างมากกว่าพื้นที่อื่นๆ เมื่อก้าวถึงประเพณีลากพระจะพบว่า มีการประโคมเครื่องดนตรีอยู่ในประเพณีนี้ด้วย ซึ่งการจะเจอกิจกรรมการประโคมเครื่องดนตรีได้นั้น จะเจอในช่วงเทศกาลประเพณีลากพระของแต่ละปี เนื่องจากจะมีกลุ่มผู้มีความรู้ หรือผู้สืบทอดกิจกรรมทางประเพณีนี้นำเครื่องดนตรีออกมาประโคมเสียง และฝึกซ้อมจังหวะการประโคมต่างๆ รวมทั้งเป็นสัญญาณบอกให้คนในพื้นที่รู้ว่า ใกล้จะถึงประเพณีลากพระแล้ว ต้องการให้ชาวบ้านออกมาช่วยกัน ประกอบเรือพระ และช่วยเหลือในเรื่องๆ อื่น ตลอดการประกอบเรือพระจนกระทั่งถึงวันลากพระ



ภาพที่ 3.1 แสดงแหล่งวัฒนธรรมเรือพระ อำเภอสติงพระ
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการแผน ภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรมภาคใต้
พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (2563)

3.4.2 แหล่งเครื่องดนตรีที่พบในการประกอบประเพณี

จากการตรวจสอบในพื้นที่อำเภอสติงพระ พบว่า ในพื้นที่ที่มีกลุ่มภูมิปัญญาชาวบ้าน ทั้งแบบคณะศิลปินเดี่ยวและคณะศิลปินกลุ่ม เป็นศิลปินพื้นบ้านภาคใต้ - มโนราห์ หนังตะลุง ซึ่งในวง จะมีเครื่องดนตรีประกอบจังหวะ ได้แก่ โหม่ง ฉิ่ง ทับ กลับ กลอง ปี่ และโพนในบ้างกลุ่ม

ในงานประเพณีลากพระจังหวัดสงขลา ปี 2563 พบว่า ปัจจุบันมีเครื่องดนตรีอยู่ 3 ชั้น คือ โพน ฆ้อง และระฆัง วัดในพื้นที่อำเภอสิงหนคร ส่วนใหญ่ในกิจกรรมลากพระจะใช้เครื่องดนตรี 3 ชั้น ในการขับเคลื่อน พบว่า ผู้ตีโคมเรือพระ จะเป็นคนเฒ่าคนแก่ที่มาช่วยประดับตกแต่งเรือพระ และมีกลุ่มนักเรียนตามโรงเรียนวัดใกล้เคียงมาช่วยตีสลักกันไป สะท้อนได้ว่าในพื้นที่โรงเรียนมีการเรียนการสอน วิชาดนตรีไทย ให้แก่เยาวชนในโรงเรียน ส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์ต่อไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงขออ้างอิงข้อมูลนี้ร่วมกับประเพณีลากพระในพื้นที่อำเภอสิงหนคร



ภาพที่ 3.2 แสดงแหล่งวัฒนธรรมเครื่องดนตรี อำเภอสิงหนคร
 แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการแผน ภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรมภาคใต้
 พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (2563)



ภาพที่ 3.3 แสดงกิจกรรมลากพระ ในการประโคมเครื่องดนตรี

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

3.4.3 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในอำเภอสทิงพระ

พื้นที่อำเภอสทิงพระ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจในพื้นที่ มีการนำวัสดุท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบชิ้นงานต่างๆ มากมาย โดยใช้พื้นที่ท้องถิ่นได้แก่ ดันตาลโตนด มาใช้ประโยชน์ในด้านอุตสาหกรรมและงานหัตถกรรม เช่น เส้นในตาลโตนด ใยตาลโตนด ไม้ตาลโตนด เป็นต้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ยังคงดำเนินกิจการในพื้นที่ โดยพิจารณาเลือกกลุ่มทำงานในการสร้างมูลค่าทรัพย์สินให้แก่พื้นที่ และก่อให้เกิดรายได้






ภาพที่ 3.4 แสดงแหล่งวิสาหกิจชุมชนและงานหัตถกรรม อำเภอสตงิ่งพระ
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการแผน ภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรมภาคใต้
พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (2563)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่สามารถติดต่อได้ มีการดำเนินกิจการของกลุ่มอยู่ และสามารถ
ต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผู้วิจัยได้ มีเพียง 5 กลุ่ม โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากโครงการ
แผนงานมาพิจารณาพร้อมด้วย เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับการเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจะนำไปสู่
การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกต่อไป

ตารางที่ 3.1 แสดงเกณฑ์พิจารณากลุ่มผลิตงานหัตถกรรม อำเภอสังขะ จังหวัดสงขลา

พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา	ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ (5)	ความพร้อมของกลุ่ม (5)		ความเป็นไปได้ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ (5)		อัตลักษณ์ของพื้นที่ (5)		รวม
		ข้อมูล	คะแนน	ข้อมูล	คะแนน	ข้อมูล	คะแนน	
จังหวัดสงขลา (พื้นที่อำเภอสังขะ)								
1. กลุ่มโหนดทิ้ง 	3	- มีสมาชิก 22 คน - กระจายทำตามครัวเรือน - มีการรวมกลุ่ม - มีพื้นที่เรียนรู้	4	- ขายในพื้นที่ - ออกบูธงานต่างๆ - ส่งออกหลายจังหวัด - กระจายรายได้ให้คนในชุมชน - กระเป๋า หมวก ของใช้	4	- วัสดุเส้นใยตาล ในพื้นที่ - มีกรรมวิธีไม่ให้เกิดมลพิษ ชี้นสินค้า และใช้ได้นาน - มีอัตลักษณ์ของการสานลายเฉพาะพื้นที่	5	16
2. กลุ่มบ้านเห็ด (สวนเพชรปลายนา) 	3	- มีสมาชิก 30 คน - มีพื้นที่เรียนรู้ - กระจายทำตามครัวเรือน - ส่งกลุ่ม ในการขึ้นรูป - มีการรวมกลุ่มทำกิจกรรม	4	- ขายในพื้นที่ - ออกบูธงานต่างๆ - ส่งออกบางจังหวัด - ผลิตภัณฑ์จากใบตาล หมวก โคมไฟ กระเป๋า ดอกไม้	3	- วัสดุเส้นใยตาล ในพื้นที่ - มีกรรมวิธีไม่ให้เกิดมลพิษ ชี้นสินค้า และใช้ได้นาน - มีลวดลายเฉพาะ	5	15
3. กลุ่มผ้าบาติก คูซุดโกเมนทร์ 	3	- มีสมาชิก 10 คน - มีพื้นที่เรียนรู้ - มีการรวมกลุ่มทำกิจกรรม	4	- ผลิตในพื้นที่ - ออกบูธงานต่างๆ - ส่งออกบางจังหวัด - เครื่องแต่งกาย - ผ้าพันคอ กระเป๋า - ของฝาก พวงกุญแจ	4	- มีการเขียนลายที่มีเอกลักษณ์และความหมายสอดแทรก - มีการขึ้นรูปตัวพิมพ์เอง คิดและถอยลายเองทั้งหมด	5	16

พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา	ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ (5)	ความพร้อมของกลุ่ม (5)		ความเป็นไปได้ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ (5)		อัตลักษณ์ของพื้นที่ (5)		รวม
		ข้อมูล	คะแนน	ข้อมูล	คะแนน	ข้อมูล	คะแนน	
4. กลุ่มโอนบีตส์ 	-	- ผู้ประกอบการรายเดียว	1	- ขายในพื้นที่ - ออกบูทงานต่างๆ - ส่งออกบางจังหวัด - งานของใช้ส่วนตัว	3	- แผ่นหนังสือมาจากกรุงเทพฯ - คิดค้นลวดลาย และผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่สม่ำเสมอ	3	7
5. กลุ่มศิลปปูนปั้นและหัตถกรรม 	3	- ผู้ประกอบการรายเดียว - มีพื้นที่เรียนรู้	2	- ขายในพื้นที่ - ทำตามออเดอร์ส่งต่างจังหวัด - เน้นออกแบบตกแต่งงานประติมากรรม งานจิตรกรรม และงานเททองหล่อรูปเหมือน (ชิ้นงานสเกลใหญ่)	2	- คิดค้นลวดลาย และเทคนิคการปั้นใหม่ๆ อยู่สม่ำเสมอ - มีการเขียนลายที่มีเอกลักษณ์และความหมายสอดแทรก	4	11

1) กลุ่มโหนดทิ้ง

คุณบัณฑิต หนูเพชร

ข้อมูลการติดต่อ

ที่ตั้งกลุ่ม : 15 จะทิ้งพระ หมู่ 4 ตำบลจะทิ้งพระ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

เบอร์ติดต่อ : 08-1609-2863

ช่องทางการขายสินค้า

- ขายหน้าร้าน
- ขายผ่าน Application Line
- OTOP บนเครื่องบิน
- King Power
- CentralWorld / Central Chidlom
- ICONSIAM

อาชีพหลัก : งานหัตถกรรมผ้าทอ ตั้งแต่ปี 2534

รายได้ต่อเดือน : 30,000 – 200,000 บาท / เดือน

สินค้าที่จำหน่าย

- งานกระเป๋าทั่วไป
- งานเฟอร์นิเจอร์ตกแต่ง
- หมวก
- งานกระเป๋าใบใหญ่ (เดินทาง)
- อื่นๆ (แล้วแต่ความต้องการของลูกค้า)

แหล่งวัสดุ

วัสดุในท้องถิ่น ที่สามารถนำมาแปรรูปใช้งานให้เกิดมูลค่าได้อย่างครบถ้วนในทุกกระบวนการผลิต โดยในกลุ่มมีทีมผลิตแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มงานถัก/ทอ กลุ่มงานไม้ และกลุ่มเส้นใย กล่าวได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถจบงานได้ในทีเดียว โดยมีสมาชิกรวมทั้ง 3 กลุ่ม ประมาณ 40 คน

เกี่ยวกับสินค้า

สำหรับผลิตภัณฑ์ใยตาลแปรรูป เป็นส่วนหนึ่งของการนำส่วนของตาลมาแปรรูปในรูปแบบของงานหัตถกรรม ซึ่งสามารถนำมาทำเป็นของใช้ เช่น หมวก กระเป๋า และเฟอร์นิเจอร์ จุดเด่นของเส้นใยตาล ต่างจากเส้นใยอื่นๆ เพราะมีความเหนียว ไม่ฉีกขาดได้ง่าย เมื่อนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ มีความแข็งแรงทนทาน ซึ่งเส้นใยมีหน้ากว้างถึง 45 เซนติเมตร

การผลิตสินค้า

ในการผลิตสินค้าจะเป็นการกระจายหน้าที่กันของสมาชิกในกลุ่ม ตั้งแต่กลุ่มหาวัตถุดิบ (เส้นใย) กลุ่มงานทอ และจบด้วยกลุ่มงานไม้ที่ใช้ในการประกอบ เป็นต้น งานถักจะใช้ระยะเวลา 5 วันส่วน

งานทอจะใช้เวลา 3 วัน ก็สามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่นได้ทันที ในส่วนของงานถักจะมีลาย ก้นหอยและลายเวียนรัศมี เพียงใช้ในการกำหนดขนาดในการขยายให้มีขนาดเล็กหรือใหญ่ ส่วนราคา ของงานหัตถกรรมเส้นใยตาล เริ่มต้นที่ 60 บาท ไปจนถึง 1,500 บาท ส่วนเฟอร์นิเจอร์ ราคา ก็จะสูง เป็นหลักพันบาท ถึงหลายพันบาท ราคาจะสูงกว่าหัตถกรรมจากเส้นใยอื่นๆ

กลุ่มลูกค้า

ส่วนของการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือลวดลายต่างๆ 70% มาจากคนในกลุ่มออกแบบกันเอง 20% มาจากหน่วยงานต่างๆ ที่สนับสนุน และอีก 10% มาจากลูกค้า ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน สิงคโปร์ ไต้หวัน อินโดเนเซีย ออสเตรเลีย และกลุ่มยุโรป เป็นต้น

แผนพัฒนาและแผนการต่อยอดผลิตภัณฑ์

- ปัจจุบันมีการออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการขึ้นรูป และการออกแบบเพื่อการยืดหยุ่นของเส้นใย
- มีแนวคิดในการต่อยอดการผลิตสินค้ากลุ่มงานเฟอร์นิเจอร์ ปัจจุบันอยู่ในขั้นการทดลองผลิต และยังไม่มีการหากลุ่มตลาด
- พัฒนาลวดลายในทิศทางของกลุ่มตะวันออกกลาง
- ปัจจุบันทางกลุ่มมีการออกแบบสินค้าใหม่ทุกๆ 3 เดือน เพื่อให้เป็นที่ต้องการมากยิ่งขึ้น
- กลุ่มมีแผนการสร้าง Branding เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่ง ภาพลักษณ์ของกลุ่ม ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 3.5 แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกลุ่มโหนดที่
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ, มิถุนายน 2563

2) กลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปลายนา

คุณชฎานิศ คงสุวรรณ

ข้อมูลการติดต่อ

ที่ตั้งกลุ่ม : 3 หมู่3 บ้านทองลิ่ง ต.ท่าหิน อ.สทิงพระ จ.สงขลา

เบอร์ติดต่อ : 098-287-5018

ช่องทางการขายสินค้า

- ขายผ่าน Application Line / Facebook
- OTOP ต่างๆ

อาชีพหลัก : งานหัตถกรรม

รายได้ต่อเดือน : 20,000 – 40,000 บาท / เดือน

สินค้าที่จำหน่าย

- งานกระเป๋าทั่วไป
- งานเฟอร์นิเจอร์ตกแต่ง
- หมวก
- งานตะกร้า / กระเช้า
- โคมไฟ
- ไม้ตาลโดนดยัดเส้น
- ดอกไม้จากใบตาล (ตกแต่ง)
- อื่นๆ (แล้วแต่ความต้องการของลูกค้า)

แหล่งวัสดุ

วัสดุในท้องถิ่น ได้แก่ ใบตาลแห้ง ไม้ตาลโดนด ที่สามารถนำมาแปรรูปใช้งานให้เกิดมูลค่าได้อย่างครบถ้วนในทุกกระบวนการผลิต โดยมีกระบวนการผลิตที่สามารถจบงานได้ในทีเดียว โดยมีสมาชิก 13 คน

เกี่ยวกับสินค้า

สำหรับผลิตภัณฑ์ใบตาลโดนด เป็นส่วนหนึ่งของการนำส่วนของใบตาลมาแปรรูปในรูปแบบของงานหัตถกรรม ซึ่งสามารถนำมาทำเป็นของใช้ เช่น หมวก กระเป๋า และเฟอร์นิเจอร์ จุดเด่นของของสินค้า คือ การจบงานโดยไม่มีส่วนวัสดุอื่นๆ มาเกี่ยวข้อง ทำให้สินค้าดูมีมูลค่าในเรื่องของการยกวัสดุดิบในท้องถิ่นมาใช้อย่างคุ้มค่าทุกส่วน เมื่อนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยวิธีการสานจะมีความแข็งแรงทนทาน

การผลิตสินค้า

ในการผลิตสินค้าจะเป็นการกระจายหน้าที่กันของสมาชิกในกลุ่ม ตั้งแต่กลุ่มหาวัตถุดิบ (ใบตาล) และส่วนของการขึ้นรูปประกอบต่างๆ งานขนาดเล็กสุดจะใช้เวลา 1 วัน ส่วนงานขนาดอื่นๆ จะใช้เวลา 3 วัน ตามลำดับขนาดของสินค้า โดยราคาสินค้าเริ่มต้นตั้งแต่ ราคา 10 บาท ไปจนถึงหลัก

1,000 บาท อีกทั้งส่วนของการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือลวดลายต่างๆ 70% มาจากคนในกลุ่ม ออกแบบกันเอง

กลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้าจะเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน คนชอบการตกแต่งบ้าน เป็นต้น

แผนพัฒนาและแผนการต่อยอดผลิตภัณฑ์

- ปัจจุบันมีคิดค้นการต่อยอดรูปแบบผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อให้ทันยุคทันสมัย
- มีแนวคิดในการต่อยอดการผลิตสินค้ากลุ่มงานตกแต่งชิ้นเล็ก
- ปัจจุบันทางกลุ่มมีการออกแบบสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น
- กลุ่มมีแผนการสร้าง Branding เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่ง ภาพลักษณ์ของกลุ่ม ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 3.6 แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปลายนา

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ, มิถุนายน 2563

3) กลุ่มโกเมนทร์บาติก

คุณโกเมนทร์ พรหมทอง

ข้อมูลการติดต่อ

ที่ตั้งกลุ่ม : 106 ต.คุชุต อ.สทิงพระ จ.สงขลา

เบอร์ติดต่อ : 084-312-5353

ช่องทางการขายสินค้า

- ขายผ่าน Application Line / Facebook

- OTOP ต่างๆ

อาชีพหลัก : ผลิตผ้าและลวดลายบาติก

รายได้ต่อเดือน : 10,000 – 25,000 บาท / เดือน

สินค้าที่จำหน่าย

- ผ้าเช็ดหน้า

- ผ้าพันคอ

- เสื้อแบบต่างๆ

- หน้ากากอนามัย

- ของตกแต่งสำหรับผู้หญิง

แหล่งวัสดุ

ในส่วนของอุปกรณ์เป็นการสั่งซื้อตามร้านขายผ้าและร้านอุปกรณ์บาติกทั่วไป ส่วนของลวดลายจะออกแบบเอง โดยแตกต่างจากลายที่ไปที่พบเจอตามท้องตลาด

เกี่ยวกับสินค้า

การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต โดยวิธีการเล่าเรื่องของชาวถิ่นตาล เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของการจัดวางใบตาล นำมาตัดเป็นรูปทรง แล้วนำมาทำเป็นแบบหล่อทำลวดลายบนผ้าบาติก “คนหาบตาล” อีกทั้งทางกลุ่มยังมีการสร้างลวดลายแบบ Free Hand ประยุกต์กับศิลปะแบบ Abstract จนเกิดเป็นลวดลายที่เป็นนามธรรม โดยจุดเด่นของทางกลุ่มคือ ลวดลายที่ปรากฏขึ้นจะไม่ซ้ำกันในแต่ละชิ้นงาน แต่ยังคงบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของกลุ่ม

การผลิตสินค้า

เนื่องจากกลุ่มเป็นผู้ประกอบการรายเดียว ทำกันในครอบครัว ช่วยกันผลิตเอง โดยใช้ระยะเวลาทำขึ้นให้แล้วเสร็จประมาณ 1 วัน ยกตัวอย่าง เช่น การผลิตผ้าเช็ดหน้า ใน 1 วัน สามารถผลิตแล้วเสร็จ ในส่วนของขั้นตอนการทำลวดลายได้ถึง 100-150 ผืน / วัน โดยสินค้าของทางกลุ่มราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 35 บาท จนถึง 2,000 บาท

กลุ่มลูกค้า

มีทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย เนื่องจากเป็นสินค้าที่เข้าถึงได้ง่าย ใช้งานได้ตลอดเวลา สามารถปรับเปลี่ยน ดัดแปลงสินค้าให้ตามทันโลกสมัยปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา

แผนพัฒนาและแผนการต่อยอดผลิตภัณฑ์

- ปัจจุบันมีคิดค้นการต่อยอดรูปแบบผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อให้ทันยุคทันสมัย
- มีแนวคิดในการต่อยอดการผลิตสินค้ากลุ่มงานตกแต่งชิ้นเล็กและของฝากต่างๆ
- กลุ่มมีแผนการสร้าง Branding เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่ง ภาพลักษณ์ของกลุ่ม ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 3.7 แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกลุ่มโกเมนทร์บาติก

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ, มิถุนายน 2563

4) กลุ่มโอบีตีส เครื่องหนังทำมือ

คุณสมพงษ์ ผู้วิเศษ

ข้อมูลการติดต่อ

ที่ตั้งกลุ่ม : 25/5 หมู่ 6 ถนนฉลุงมรรคา ตำบลจะทิ้งพระ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

เบอร์ติดต่อ : 081-767-3508

Facebook : Supachibeads & leather

ID Line : 651aood

ช่องทางการขายสินค้า

- ขายหน้าร้าน
- ขายผ่าน Application Line / Facebook
- งานโอท็อปต่างๆ

อาชีพหลัก : ทำงานหัตถกรรมเครื่องหนัง

รายได้ต่อเดือน : 20,000 - 30,000 บาท / เดือน

สินค้าที่จำหน่าย

- เครื่องหนังงานกระเป๋าแบบต่างๆ
- เครื่องหนังพวงกุญแจ
- เครื่องหนังงานเข็มขัด

แหล่งวัสดุ

วัสดุสั่งหนังแท้ มาจากกรุงเทพฯ โดยสั่งแบบหนังนิ่ม หนังหนา เพื่อให้ตอบโจทย์กับงานออกแบบ ตัววัสดุมีความเหนียว ทนทาน รวมทั้งการสั่งทำหัวตอกรูปแบบต่างๆ ทันสมัย และตามประโยชน์การใช้งาน

โดยเป็นผู้ประกอบการรายเดียว

เกี่ยวกับสินค้า

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ทำจากหนังแท้ เป็นการแสดงถึงไลฟ์สไตล์ โชว์ความเป็นเอกลักษณ์ ด้วยการรังสรรค์งานจากแรงบันดาลใจ ความคิดสร้างสรรค์ งานช่างฝีมือที่มีความประณีต โดยเป็นการแสดงถึงความภาคภูมิใจในการนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชน ผ่านเทคนิคฝีมือการช่าง วัสดุ สี สัน ลวดลาย ถ่ายทอดผ่านความงามที่มีคุณภาพ

การผลิตสินค้า

เป็นผู้ผลิตคนเดียว ตั้งแต่ขั้นการออกแบบ การเลือกใช้วัสดุ และการหากลุ่มตลาด

กลุ่มลูกค้า

กลุ่มคนวัยทำงานจะมีการซื้อสินค้าประเภทเข็มขัดและกระเป๋าค่อยข้างมาก

แผนพัฒนาและแผนการต่อยอดผลิตภัณฑ์

- ปัจจุบันมีคิดค้นการต่อยอดรูปแบบผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อให้ทันยุคทันสมัย
- กลุ่มมีแผนการสร้าง Branding เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่ง ภาพลักษณ์ของกลุ่ม ให้เป็นที่

รู้จักมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 3.8 แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกลุ่มโอเนบิตส์ เครื่องหนังทำมือ
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ, ตุลาคม 2563

5) กลุ่มศิลปะปูนปั้นและหัตถกรรม

คุณอนิรุตดี แสงอรุณ

ข้อมูลการติดต่อ

ที่ตั้งกลุ่ม : 6/1 ม.1 ตำบลดีหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

เบอร์ติดต่อ : 081 - 368-4912

ช่องทางการขายสินค้า

- ขายหน้าร้าน
- ขายผ่าน Application Line

อาชีพหลัก : ทำงานหัตถกรรมปูนปั้น

รายได้ต่อเดือน : 10,000 - 20,000 บาท / เดือน

สินค้าที่จำหน่าย

- พระพุทธรูป
- รูปปั้นบุคคล
- สัตว์รูปเหมือน
- งานประติมากรรมตกแต่ง
- งานปั้นทั่วไป

แหล่งวัสดุ

วัสดุสั่งปูนปั้นจากร้านขายวัสดุทั่วไป มีการทำงานแบบกลุ่ม มีพื้นที่เรียนรู้ ปัจจุบันมีสมาชิกที่สามารถทำงานได้ เพียง 4-5 คน เนื่องจากเป็นงานที่มีความประณีต ละเอียดและใช้เวลานาน

เกี่ยวกับสินค้า

จะผลิตตามออเดอร์ที่ติดต่อเข้ามา หรือช่วยเทศกาลงานบูชต่างๆ จะมีคนเข้ามาติดต่อ แต่จะรับงานได้ไม่เยอะมาก เนื่องจากเป็นงานที่มีความประณีต ละเอียดและใช้เวลานาน

การผลิตสินค้า

เป็นผู้ผลิตคนเดียว ตั้งแต่ขั้นการออกแบบ การเลือกใช้วัสดุ และการหากลุ่มตลาด

กลุ่มลูกค้า

กลุ่มวันกลางคน และกลุ่มคนที่มีความสนใจกลางเก็บสะสมงานศิลปะ

แผนพัฒนาและแผนการต่อยอดผลิตภัณฑ์

- ปัจจุบันยังไม่มี เนื่องจากกลุ่มคนที่ทำงานค่อนข้างมีอายุและไม่มีคนสืบทอดศิลปะแขนงนี้



ภาพที่ 3.9 แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกลุ่มศิลปะปูนปั้นและหัตถกรรม

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ, ตุลาคม 2563

3.5 การวิเคราะห์และตรวจสอบข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและการลงพื้นที่สำรวจในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จากการสรุปพื้นที่ของแผนงานวิจัย อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา ทั้งนี้ทางผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติม เกี่ยวกับกลุ่มผู้ประกอบการผลิตงานหัตถกรรมและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำมาต่อยอดในการวิเคราะห์การเลือกกลุ่มในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับงานวัฒนธรรมอาหาร โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่และตรวจสอบความถูกต้อง และนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) สามารถแยกออกเป็นประเด็นดังต่อไปนี้

3.5.1 การวิเคราะห์เครื่องดนตรี ที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ประเพณีสารทเดือนสิบ พื้นที่อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

ดนตรีเรือพระ เป็นกิจกรรมขั้นตอนหนึ่งในงานประเพณีลากพระ ซึ่งจะจัดในช่วงวันออกพรรษา คือ แรม 1 ค่ำ เดือน 11 ประเพณีนี้มีการสืบทอดมาแต่โบราณ โดยมีหลักฐานปรากฏว่ามีคนแห่แห่นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์องค์หนึ่งออกจากวัด โดยประดิษฐานบนรถ แวดล้อมด้วยพระสงฆ์และฆราวาสหมู่ใหญ่ มีการตีกลองและบรรเลงดนตรีต่างๆ

ในอดีตพบเครื่องดนตรีที่ใช้ในประเพณีลากพระจำนวน 3 ชิ้น คือ โพน ปิด และระฆัง

1.) โพน เป็นกลองคลึงด้วยหนัง 2 หน้า มีลักษณะคล้ายกลองทัด หรือกลองเพลของภาคกลาง กลองมีขนาดใหญ่ ตัวกลองทำด้วยไม้ ซึ่งด้วยหนัง ย៉ำมุดด้วยหมุดเพื่อให้หนังมีความตึง 2.) ปิด มีลักษณะคล้ายตะโพนของภาคกลาง ตัวกลองทำด้วยไม้ซึ่งด้วยหนัง มีขาตั้งรองเป็นฐาน ตีด้วยมือทั้งสองข้าง 3.) ระฆัง เป็นแผ่นเหล็กหนา แขนงด้วยเหล็ก ตีด้วยเหล็กเส้นยาว



ภาพที่ 3.10 แสดงเครื่องดนตรีเรือพระที่ใช้ในอดีต

แหล่งที่มา : ดัดแปลงจาก ผศ.วิรัตน์ เลียงสมบุญ

ปัจจุบัน พบว่า มีเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระแบบดั้งเดิมเพียง 2 ชิ้น คือ โพน และระฆัง

จากการวิเคราะห์เลือกพื้นที่จากแผนงานวิจัย พบว่า พื้นที่ที่สามารถสร้างมูลค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด ได้แก่ พื้นที่อำเภอสิงหนคร เนื่องจากมีการรวมกลุ่มคนคอยช่างหนาแน่น และในพื้นที่มีหลายวัดติดๆ กัน ทำให้เกิดเป็นสังคมวัฒนธรรมตลอดทั้งเส้นทาง เมื่อมีประเพณีลากพระทำให้สามารถพบเจอการประโคมเครื่องดนตรีได้เป็นอย่างดี เป็นสัญญาณแสดงถึงการเข้าสู่ช่วงประเพณี โดยมีจังหวะคุมโพนในเวลากลางคืน โพนที่นำมาตีประโคมนิยมใช้ 2 ใบ เป็นเสียงแหลม (เสียงตั้ง) 1 ใบ และเสียงทุ้ม (เสียงท้อม) 1 ใบ มีจังหวะและลีลาการตีโดยเฉพาะและตีสลับเสียงกันดังนี้ ตั้ง ตั้ง ท้อม, ตั้ง ตั้ง ตั้ง ตั้ง ตั้ง ตั้ง ตั้ง ตั้ง ท้อม, ตั้ง ตั้ง ท้อม ท้อม, ตั้ง ท้อม ตั้ง ท้อม

ซึ่งจากประเด็นข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีแนวที่จะนำ เรื่องดนตรีที่เป็นส่วนประกอบหนึ่ง ในการทำกำหนดจังหวะซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะทำการลากพระ หรือชักพระนั้น เป็นไปอย่างไร พร้อมเพรียง จึงคิดว่าลักษณะกิจกรรมเหล่านี้มีนัยยะวิธีการเล่น มีรูปแบบ ที่น่าสนใจ ทั้งในเรื่องจังหวะ ท่วงทำนอง ที่มีความต่างกัน ลักษณะของเครื่องดนตรี ที่มีการผสมผสานกัน ที่ไม่ใช่ประสมวง

ดนตรี นำมาผนวกกับแนวทางในการออกแบบซึ่งมีแนวความคิด มีกระบวนการคิด ซึ่งสามารถนำมาศึกษาเครื่องใช้ดนตรี ที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ในประเพณีวันสารทเดือนสิบ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีความต่างไปจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ

3.5.2 การวิเคราะห์วัสดุพื้นถิ่น พื้นที่อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

จากการวิเคราะห์ พบว่า พืชพื้นถิ่นที่สำคัญ ได้แก่ ต้นตาลโตนด ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม และขึ้นตาลโตนดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพราะในพื้นที่อำเภอสังขละบุรี มีต้นตาลโตนดมากกว่าสามล้านต้น ซึ่งถือว่ามากที่สุดในประเทศไทย ได้มีการเอาส่วนต่างๆ ของต้นตาลโตนด มาทำให้เกิดประโยชน์อย่างหลากหลายและคุ้มค่า จากการศึกษาพบส่วนต่างๆ ของต้นตาลโตนด สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วน ตั้งแต่ราก ลำต้น จนกระทั่งลูกตาล ผลตาลโตนด นำมาทำผลิตภัณฑ์และเป็นส่วนประกอบของอาหาร เช่น การทำน้ำตาลสด การทำน้ำตาลแว่น น้ำตาลผง น้ำตาลโตนดเชื่อม การทำกาแพ ขนมลูกตาลเชื่อม สบู่ตาลโตนด มาร์คสำหรับย และเซรั่มผิวหน้าตาลโตนด เป็นต้น โดยสร้างรายได้ และอาชีพให้กับคนในชุมชน ในพื้นที่อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา ซึ่งจะเห็นได้ว่า ตาลโตนดไม่ใช่ว่าจะมีประโยชน์แค่ น้ำตาลอย่างเดียวแต่ตาลโตนดมีประโยชน์ยิ่งกว่า เพราะทุกส่วนของต้นตาลสามารถนำมาทำประโยชน์ได้หมดไม่ว่าจะเป็นลูกตาลที่นำมาทำขนมขายสร้างรายได้ กาบหรือกิ่งก็สามารถนำมาทำส่วนประกอบของกระเป๋า การทำพิน ก่อไฟ สร้างเป็นรั้วบ้าน หรือประตูบ้านได้ (สุดา, สัมภาษณ์วันที่ 2 ธันวาคม 2561) ลำต้นก็ยังมีความสามารถนำมาสร้างบ้านหรือทำสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ได้เช่น ทัพพีไม้เท้า เก้าอี้โต๊ะ รากของต้นตาลยังใช้เป็นยารักษาโรคบางชนิดได้อีก รวมทั้งเส้นใยและใบตาลโตนด ก็สามารถนำมาทำเป็นงานหัตถกรรมสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนได้ จึงทำให้เกิดกลุ่มผลิตภัณฑ์จากต้นตาลโตนดขึ้นมามากมาย



ภาพที่ 3.11 แสดงการวิเคราะห์วัสดุพื้นถิ่น พื้นที่อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

3.5.3 การวิเคราะห์กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ที่ใช้ในการผลิตสินค้าที่ระลึก

จากการวิเคราะห์กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากโครงการแผน พบว่า ในพื้นที่อำเภอ สทิงพระ มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่สามารถต่อยอดในงานหัตถกรรมได้มีทั้งหมด 18 กลุ่ม และการรวบรวมข้อมูลความเป็นไปได้ของกลุ่มตามตารางที่ 3.1 มีเพียง 5 กลุ่ม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มงานวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกไว้ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มหัตถกรรมเส้นใยตาลโดนด (กลุ่มโหนดทัง) กลุ่มบ้านเห็ด สวนเพชรปลายนา และกลุ่มโกเมนทร์บาติก เพื่อใช้ในการพิจารณานำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกต่อไป



ภาพที่ 3.12 แสดงวัสดุพื้นถิ่น พื้นที่อำเภอ สทิงพระ
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สูตร t - test ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่มีการรวบรวมเปลี่ยนเป็นรหัสตัวแรก (Code) โดยแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปเป็นค่าร้อยละ (Percentage) และในแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) นั้นใช้วิธีหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.6.1 ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ได้มาจากการสัมภาษณ์ การจัดเรียงชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยผู้วิจัยนำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่ และตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลที่ได้นับที่กไว้ ทำการวิเคราะห์ตามประเด็นที่ตั้งไว้ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3.6.2 ข้อมูลเชิงปริมาณ

1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป โดยใช้ค่าสถิติต่อไปนี้ ค่าความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) การประเมินศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว โดยใช้เกณฑ์การประเมินมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยใช้ค่าสถิติ ค่าร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูล หาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งวิเคราะห์เป็นรายข้อเฉพาะด้าน แล้วรวบรวมทุกข้อโดยนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมคำบรรยายประกอบ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาแบบประเมินใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ความหมายค่าเฉลี่ย (Mean) ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2543 : 100)

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง พอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง พอใจมาก

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง พอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง พอใจน้อย

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง พอใจน้อยที่สุด

3) การประเมินความต้องการและทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว โดยใช้เกณฑ์การประเมินมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยใช้ค่าสถิติ ค่าร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูล หาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งวิเคราะห์เป็นรายข้อเฉพาะด้าน แล้วรวบรวมทุกข้อโดยนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมคำบรรยายประกอบ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาแบบประเมินใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ความหมายค่าเฉลี่ย (Mean) ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2543 : 100)

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง พอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง พอใจมาก

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง พอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง พอใจน้อย

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง พอใจน้อยที่สุด

4) การประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ครั้งที่ 1 – 3 โดยใช้เกณฑ์การประเมินมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยใช้ค่าสถิติ ค่าร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูล หาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งวิเคราะห์เป็นรายข้อเฉพาะด้าน แล้วรวบรวมทุกข้อโดยนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมคำบรรยายประกอบ ใช้เกณฑ์ในการพิจารณาประเมินจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง ผลการประเมินในระดับ

ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง ผลการประเมินในระดับ

น้อยมาก



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเรื่อง การศึกษาเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ประเพณีวันสารทเดือนสิบ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นรายงานผลของการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล โดยจำแนกผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลออกตามวัตถุประสงค์โครงการวิจัย 1) เพื่อศึกษาข้อมูลเรื่องเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบใน กิจกรรมลากพระ 2) เพื่อศึกษาภูมิปัญญาด้านการสร้างเครื่องดนตรี รวมถึง รูปแบบ และการตกแต่ง 3) เพื่อศึกษาการนำรูปแบบ เครื่องดนตรี มาออกแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในด้านการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรมิ ให้เกิดการสร้างรายได้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน และ 4) เพื่อเสนอแนวทางในการประยุกต์นำเอาภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นมากออกแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของภาคใต้

4.1 ผลการวิเคราะห์ เครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบใน กิจกรรมลากพระ

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลและวิเคราะห์ พบว่า ในพื้นที่อำเภอสทิงพระ มีกลุ่มศิลปะการแสดง ทั้งแบบคณะศิลปินเดี่ยวและคณะศิลปินกลุ่ม เป็นศิลปินพื้นบ้านภาคใต้ - มโนราห์ หนังตะลุง ซึ่งในวง จะมีเครื่องดนตรีประกอบจังหวะ ได้แก่ โหม่ง ฉิ่ง ทับ กลับ กลอง ปี่ ฆ้อง และโพนในบ้างกลุ่ม

ในงานประเพณีลากพระจังหวัดสงขลา ปี 2563 พบว่า ปัจจุบันมีเครื่องดนตรีอยู่ 3 ชิ้น ที่ใช้ในการคุมจังหวะการลากเรือพระ คือ โพน ฆ้อง และระฆัง โดยผู้ตีระฆังเรือพระ จะเป็นคนเฒ่าคนแก่ ที่มาช่วยประดับตกแต่งเรือพระ และมีกลุ่มนักเรียนตามโรงเรียนวัดใกล้เคียงมาช่วยตีสลับกันไป สะท้อนได้ว่าในพื้นที่โรงเรียนมีการเรียนการสอน วิชาดนตรีไทย ให้แก่เยาวชนในโรงเรียน ส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์ต่อไป สามารถจำแนกการเก็บข้อมูลเครื่องดนตรี ได้ดังนี้

1) โพน

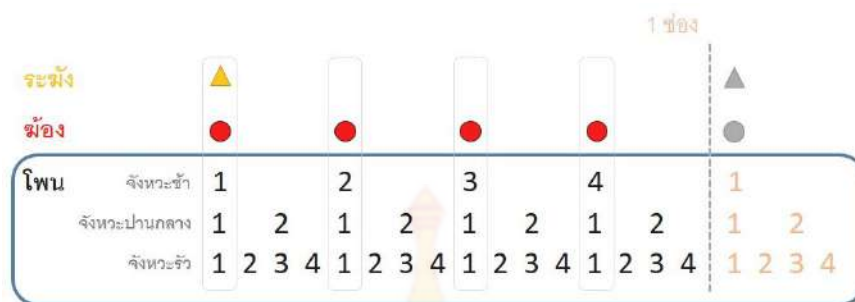
จังหวะการตีโพนในยุคสมัยปัจจุบัน จากการสอบถามพบว่า จังหวะ การ ตี นั้น ไม่ เหมือนกับสมัยก่อน โดยแต่ละวัดจะมีการตีที่แตกต่างกันเล็กน้อย จากการลงพื้นที่ในวันลากเรือพระ นั้นพบว่า การตีนั้นมีด้วยกัน 3 จังหวะ คือจังหวะช้า จังหวะปานกลาง และจังหวะเร็ว

2) ฆ้อง

เป็นเครื่องมือที่ทำหน้าที่ควบคุมจังหวะการตี

3) ระฆัง

เป็นเครื่องมือที่ทำหน้าที่ควบคุมจังหวะการตี มีจังหวะการตีช้าที่สุด



ภาพที่ 4.1 แสดงจังหวะการตีของเครื่องดนตรีที่ใช้ประโคมเรือพระ
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)



ภาพที่ 4.2 แสดงเครื่องดนตรีที่ใช้ประโคมเรือพระ
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

4.2 ผลการวิเคราะห์ ภูมิปัญญาด้านการสร้างเครื่องดนตรี รวมถึงรูปแบบ และการตกแต่ง

ขั้นตอนในการทำคือ นำไม้ทั้งต้นมาตัดให้มีความสมส่วนกับเส้นผ่าศูนย์กลางของไม้ที่นำมาทำ โดยมีสัดส่วนความกว้างของหน้าโพนยาวเท่ากับความยาวของหน่วยโพน ตั้งแต่ช่วงระหว่างลูกสักของหน้าโพนทั้งสองหน้านำมาเจาะให้ทะลุถึงกันทั้ง 2 ด้าน มีลักษณะกลมกลวง (รูปอกไก่) แล้วหุ้มด้วยหนังวัวหรือหนังควาย

รูปลักษณ์และองค์ประกอบอื่นๆของโพน พบว่าโดยทั่วไปจะมีขนาดใหญ่ มีเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 35 เซนติเมตรขึ้นไป

ไม้ที่นำมาตีโพนต้องเป็นไม้เนื้อแข็ง และไม้โพนต้องทำให้มีขนาดเล็กพอดีกับโพน เสียงโพนถึงจะมีคุณภาพ

การตกแต่ง การตกแต่งหนัง ส่วนใหญ่จะตกแต่งบริเวณส่วนปลายของหนัง ใช้ส่วปากเสมอ ตอกตัดหนังเป็นลวดลายโค้งบนหนังโพน ทำให้มีความสวยงามและทำให้มีลวดลายที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

การประกอบขาโพน ขาโพนมีความยาวโดยประมาณ 65 เซนติเมตร เมื่อประกอบกับโพนแล้ว ต้องให้ขาโพนยาวลงมาประมาณ 15 -20 เซนติเมตร ความยาวของโพนอาจลดหรือเพิ่มได้ตามความถนัดหรือความสูงของผู้ตี โพนที่นำมาใช้ในการลากพระ นิยมนำขามาใส่ที่ตัวโพน 3 ขา เพื่อให้มีความสะดวกในการตี

ขั้นตอนการทำโพน

- 1) การเตรียมหนัง การเลือกหนังควายควรเป็นหนังควายแก่ การทำหนังโพนต้องเป็นควายตัวเดียวกันเท่านั้น
- 2) การตากหนัง ล้างทำความสะอาดตากในที่แดดจ้าเมื่อตากเสร็จในไปเก็บในที่มิดชิดขึ้นประมาณ 2-3 เดือนก่อนใช้งาน
- 3) การฆ่าหนัง นำหนังควายไปแช่น้ำเพื่อเป็นการฆ่าหนัง ขั้นตอนต่อมานำไปแช่สมุนไพรที่เป็นกรดเพื่อเป็นการฟอกหนัง ซึ่งเป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน จากนั้นทุบหนังให้นิ่มเป็นจุกๆ เมื่อนิ่มทั้งผืนใช้ตุ้ตู่เจาะรูเพื่อร้อยเชียวหมา
- 4) การทำหุ่นโพน ต้องเป็นไม้ที่มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางอย่างน้อย 1.5 ฟุต เอาเปลือกชั้นนอกออก แล้วนำไปแช่น้ำ จากนั้นเอาเนื้อไม้ตรงกลางออกเจาะรูเพื่อใส่ลูกสัก ขัดหุ่นโพนด้วยกระดาษทรายให้เรียบร้อย
- 5) การทำลูกสัก ใช้ไม้ต่ง ไม้สีสุก ทำการบั้งให้ลึก
- 6) การทำหวาย ใช้หวายที่เหนียวไม่หักง่ายแช่น้ำให้อ่อนตัว ถักเป็นเปีย
- 7) การตกแต่งหนัง ตัดตกแต่งลวดลายให้สวยงาม จากนั้นนำเหล็กเส้นเชื่อมเป็นวงกลม ใช้สิ่วปากแบนตอกเหล็กเส้นไปให้ติดกับลูกสัก และใช้ตะปูตอกยึด

4.3 ผลการวิเคราะห์ การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก

จากการทบทวนวรรณกรรม การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ เครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สามารถแบ่งผลข้อมูลการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่ใช้ในการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

1) ด้านการผลิต พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ผู้วิจัยเลือกทำงานร่วมด้วยนั้น ส่วนใหญ่ทางกลุ่มผู้ประกอบการจะใช้วัตถุดิบในชุมชน ร้อยละ 90 ขึ้นไป และมีการขึ้นรูปสินค้าจบที่กลุ่มได้โดยไม่ส่งผ่านไปยังกระบวนการผลิตอื่นๆ

1.1) กลุ่มบ้านหนองทั้ง ใช้เส้นใยตาลโตนดและไม้ตาลโตนด

1.2) กลุ่มบ้านเห็ด สวนเพชรปลายนา ใช้ไม้ตาลโตนดและใบตาลจักสาน

1.3) กลุ่มโกเมนทร์บาติก ใช้ผ้าบาติกพันธ์หลายเฉพะของทางกลุ่มที่มีความโดดเด่น

2) ด้านการตลาด พบว่า ทางกลุ่มที่เลือกนั้น เน้นที่ตลาดภายในจังหวัดเป็นหลัก ผ่านตลาดชุมชน แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น และตลาดระหว่างจังหวัด จะเป็นการที่หน่วยงานพัฒนาชุมชนในระดับอำเภอ จะเป็นหน่วยงานของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ที่มีการชักชวนหรือคัดเลือกให้ไปออกร้านจำหน่ายสินค้าตามสถานที่ต่างๆ จึงทำให้มีฐานลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ แต่พบว่าไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ สินค้าส่วนใหญ่ไม่จำเป็นต้องมีบรรจุภัณฑ์ ปัจจุบันมีทางกลุ่มขาดบุคลากรทางการตลาด รวมทั้งขาดงบประมาณในการนำสินค้าออกจำหน่าย และขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี

3) ด้านเรื่องราว ความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ พบว่า ยังขาดการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ต่างๆ แต่มีการเล่าถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นและเอกลักษณ์ท้องถิ่นอยู่ แต่เพื่อความน่าสนใจ ทางกลุ่มผู้ประกอบการจะต้องเพิ่มเรื่องราวของการเกิดเป็นผลิตภัณฑ์นั้นๆ

4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์ปัจจุบันของทางกลุ่มผู้ประกอบการเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบดั้งเดิมที่ใช้ในชีวิตประจำวันทั่วไป และต่อมามีการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ ตามลำดับ โดยมีการพัฒนาต่อเนื่องด้วยตัวเอง โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีรูปแบบการพัฒนาโดยใช้แนวคิดของทางกลุ่มเอง มีการออกแบบและลงมือพัฒนาเอง รวมทั้งมาจากข้อเสนอแนะจากกลุ่มลูกค้าจากการเก็บข้อมูลเห็นได้ว่าทางกลุ่มมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันตามยุคตามสมัยและความต้องการของกลุ่มลูกค้า



ภาพที่ 4.3 แสดงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

4.3.2 ผลการวิเคราะห์ การประเมินศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ในส่วนที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 100 จำแนกเป็นเพศหญิง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48 และเพศชายจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52 จัดอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-25 ปี มากที่สุด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34 อยู่ในช่วงการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52 มีกลุ่มอาชีพนักเรียน / นักศึกษามากที่สุด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มากที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไป

ผู้ประเมิน		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	52	52.00
	หญิง	48	48.00
	Total	100	100.00
อายุ	15-20 ปี	8	8.00
	21-25 ปี	34	34.00
	26-30 ปี	25	25.00
	31-35 ปี	17	17.00
	36-40 ปี	14	14.00
	41 ปีขึ้นไป	2	2.00
	Total	100	100.00
การศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	9	9.00
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	5	5.00
	อนุปริญญา / ปวส.	11	11.00
	ปริญญาตรี	52	52.00
	ปริญญาโท	18	18.00
	ปริญญาเอก	5	5.00
	Total	100	100.00
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	33	33.00
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	20	20.00
	พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท	17	17.00
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	25	25.00
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	5	5.00
	Total	100	100.00
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	8	8.0
	5,001 – 10,000 บาท	26	26.0
	10,001 – 15,000 บาท	35	35.0
	15,001 – 20,000 บาท	20	20.0
	20,001 – 25,000 บาท	9	9.0
	25,000 บาท ขึ้นไป	2	2.0
	Total	100	100.0

การวิเคราะห์ข้อมูล ความหมายค่าเฉลี่ย (Mean) ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด.2543 : 100)

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง พอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง พอใจมาก

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง พอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง พอใจน้อย

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง พอใจน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ร้อยละ (Percentage)
2. ค่าเฉลี่ย (Mean)
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

S.D แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การประเมินศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ระดับผล การประเมิน
ศักยภาพด้านตลาด			
1.ด้านผลิตภัณฑ์			
1.1 ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภค เป้าหมาย	4.32	0.55	พอใจมาก
1.2 ผลิตภัณฑ์ที่นำมาขายมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ	4.21	0.52	พอใจมาก
1.3 ผลิตภัณฑ์ออกแบบสวยงาม	4.46	0.52	พอใจมาก
1.4 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน	4.48	0.50	พอใจมาก
1.5 ผลิตภัณฑ์มีความทันสมัย มีเอกลักษณ์ไม่ ซ้ำแบบใคร	4.55	0.54	พอใจมากที่สุด
1.6 ผลิตภัณฑ์มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย	4.14	0.65	พอใจมาก
1.7 ผลิตภัณฑ์มีแข็งแรง ทนทาน	4.44	0.54	พอใจมาก
1.8 มีความสะดวก / ง่ายต่อการใช้งาน	4.19	0.56	พอใจมาก
2.ด้านราคา			
2.1 การกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสม	3.97	0.54	พอใจมาก

ศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ระดับผล การประเมิน
2.2 มีป้ายบอกราคาชัดเจน	4.26	0.50	พอใจมาก
2.3 มีระดับราคา คุณภาพที่มีความเหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์	4.16	0.56	พอใจมาก
2.4 ราคาเหมาะสมกับการใช้งาน	4.07	0.52	พอใจมาก
3.สถานที่และการจัดจำหน่าย			
3.1 สถานที่และการจัดจำหน่ายที่สนองความ ต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมาย	4.25	0.44	พอใจมาก
3.2 ท่าเลที่ตั้งติดถนนมองเห็นได้ง่าย	4.44	0.52	พอใจมาก
3.3 สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกในการเดินทาง	4.50	0.52	พอใจมากที่สุด
3.4 สถานที่จัดจำหน่ายสวยงาม สะอาดตา	4.34	0.54	พอใจมาก
3.5 มีการแบ่งพื้นที่เป็นหมวดหมู่ เป็นสัดส่วน	4.31	0.51	พอใจมาก
3.6 มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	4.20	0.51	พอใจมาก
3.7 แหล่งจำหน่ายมีความน่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียง	4.53	0.52	พอใจมากที่สุด
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด			
4.1 การส่งเสริมการตลาดที่สามารถชักจูง กลุ่มเป้าหมายซื้อผลิตภัณฑ์	4.31	0.58	พอใจมาก
4.2 การสื่อสาร แนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์	4.40	0.62	พอใจมาก
4.3 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หลากหลาย ช่องทาง	3.99	0.67	พอใจมาก
4.4 เส้นทางทางท่องเที่ยว	4.22	0.48	พอใจมาก
4.5 การให้ส่วนลดพิเศษ	4.01	0.50	พอใจมาก
ความต้องการผลิตภัณฑ์			
1.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
1.1 สินค้าตกแต่งบ้าน สินค้าเก็บสะสม,ตั้งโชว์ (เช่น ชุดถ้วยชาม,เซตตุ๊กตา)	4.58	0.52	พอใจมากที่สุด
1.2 สินค้าประเภท เครื่องใช้สำนักงาน (เช่น นาฬิกา,สมุดโน้ต,ที่ใส่ซอง)	4.03	0.63	พอใจมาก
1.3 สินค้า ประเภทของใช้ทั่วไป (เช่น ชุดกาแฟ ,ร่ม,แก้ว)	3.91	0.73	พอใจมาก
1.4 ผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงความเอกลักษณ์และ ความเป็นท้องถิ่น (หนัง,กระเป๋ากระจูด ,กลามะพร้าว)	4.53	0.54	พอใจมากที่สุด

ศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ระดับผล การประเมิน
1.5 สินค้าแฟชั่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน/ เครื่องแต่งกาย (เช่น เสื้อผ้า, กระเป๋า, หมวก, เครื่องประดับต่างๆ)	4.42	0.59	พอใจมาก
1.6 สินค้า ของฝากเบ็ดเตล็ด (เช่น พวงกุญแจ, โม บายแขวน, เทียนหอม)	4.13	0.77	พอใจมาก
2.ปัจจัยด้านจิตวิทยา			
2.1 รูปทรงของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามความ นิยมในช่วงนั้นๆ	4.38	0.58	พอใจมาก
2.2 ผลิตภัณฑ์จะต้องผลิตมาจากวัสดุธรรมชาติ	4.79	0.41	พอใจมากที่สุด
2.3 ผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถใช้ประโยชน์ได้ มากกว่า 1 รูปแบบ	4.04	0.65	พอใจมาก
3.ปัจจัยด้านวัฒนธรรม			
3.1 ผลิตภัณฑ์มีเรื่องราว หรือเรื่องเล่าความ เป็นมาที่น่าสนใจ	4.50	0.52	พอใจมากที่สุด
3.2 สีสีนและลวดลายของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึง แหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน	4.38	0.49	พอใจมาก
3.3 ผลิตภัณฑ์จะต้องแสดงออกถึงวัฒนธรรมที่ เลือก	4.50	0.50	พอใจมากที่สุด
3.4 ผลิตภัณฑ์จะต้องมีรูปแบบ ที่มีความหรูหรา	4.05	0.50	พอใจมาก
4.ปัจจัยด้านสังคม			
4.1 ผลิตภัณฑ์จะต้องทำให้ผู้บริโภคมีความโด เด่น น่าสนใจ	4.24	0.47	พอใจมาก
4.2 ผลิตภัณฑ์สะท้อนถึงความเป็นไทย	4.74	0.44	พอใจมากที่สุด
4.3 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้ได้หลายๆโอกาส และสถานที่	3.94	0.66	พอใจมาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า การศึกษาศักยภาพด้านการตลาด ในหัวข้อด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 1.5 ผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย มีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำแบบใคร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.55 ข้อ 1.4 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.48 และข้อ 1.3 ผลิตภัณฑ์ออกแบบสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.46 ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในหัวข้อดังต่อไปนี้

1) ศักยภาพด้านตลาด

1. ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ 1.5 ผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย มีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำแบบใคร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.55 ข้อ 1.3 ผลิตภัณฑ์ออกแบบสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.46 และข้อ 1.7 ผลิตภัณฑ์มีแข็งแรง ทนทานมีค่าเฉลี่ย 4.44 ตามลำดับ

2. ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ 2.2 มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.26 ข้อ 2.3 มีระดับราคา คุณภาพที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.16 และข้อ 2.4 ราคาเหมาะสมกับการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.07 ตามลำดับ

3. สถานที่และการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ 3.7 แหล่งจำหน่าย มีความน่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.53 ข้อ 3.3 สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.50 และข้อ 3.4 สถานที่จัดจำหน่ายสวยงาม สะดุดตามีค่าเฉลี่ย 4.34ตามลำดับ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ 4.2 การสื่อสาร แนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.40 ข้อ 4.1 การส่งเสริมการตลาดที่สามารถชักจูงกลุ่มเป้าหมายซื้อผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.31 และข้อ 4.4 เส้นทางทางท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.22 ตามลำดับ

2) ด้านความต้องการผลิตภัณฑ์

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 1.1 สินค้าตกแต่ง บ้าน สินค้าเก็บสะสม,ตั้งโชว์ (เช่น ชุดถ้วยชาม,เซตตุ๊กตา) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.58 ข้อ 1.4 ผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงความเอกลักษณ์และความเป็นท้องถิ่น (หนัง,กระเป๋ากระจุด,กะลามะพร้าว) มีค่าเฉลี่ย 4.53 และข้อ 1.5 สินค้าแฟชั่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน/เครื่องแต่งกาย (เช่น เสื้อผ้า,กระเป๋า,หมวก, เครื่องประดับต่างๆ) มีค่าเฉลี่ย 4.42ตามลำดับ

2. ปัจจัยด้านจิตวิทยา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2.2 ผลิตภัณฑ์จะต้องผลิตมาจากวัสดุธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.79 ข้อ 2.1 รูปทรงของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามความนิยมในช่วงนั้นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.38 และข้อ 2.3 ผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถใช้ประโยชน์ได้มากกว่า 1 รูปแบบ มีค่าเฉลี่ย 4.04 ตามลำดับ

3. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 3.3 ผลิตภัณฑ์จะต้องแสดงออกถึงวัฒนธรรมที่เลือก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.50 ข้อ 3.1 ผลิตภัณฑ์มีเรื่องราว หรือเรื่องเล่าความเป็นมาที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.50 และข้อ 3.2 สีสนและลวดลายของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.38 ตามลำดับ

4. ปัจจัยด้านสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 4.2 ผลกระทบสะท้อนถึงความเป็นไทย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.74 ข้อ 4.1 ผลกระทบจะต้องทำให้ผู้บริโภคมีความโดดเด่น น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.24 และข้อ 4.3 ผลกระทบสามารถใช้ได้หลายวาระโอกาสและสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.94 ตามลำดับ

4.2.3 ผลการวิเคราะห์ การตรวจสอบความถูกต้องและทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการ เพื่อการท่องเที่ยว

จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ในส่วนที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 100 จำแนกเป็นเพศหญิง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53 และเพศชายจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 47 จัดอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-25 ปี มากที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 อยู่ในช่วงการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52 มีกลุ่มอาชีพนักเรียน / นักศึกษามากที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มากที่สุด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลทั่วไป

ผู้ประเมิน		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	47	47.00
	หญิง	53	53.00
	Total	100	100.00
อายุ	15-20 ปี	3	3.00
	21-25 ปี	35	35.00
	26-30 ปี	27	27.00
	31-35 ปี	24	24.00
	36-40 ปี	11	11.00
	Total	100	100.00
การศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	2	2.0
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	2	2.0
	อนุปริญญา / ปวส.	13	13.0
	ปริญญาตรี	52	52.0
	ปริญญาโท	27	27.0
	ปริญญาเอก	2	2.0
	อื่นๆ	2	2.0
Total	100	100.0	

ผู้ประเมิน		จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	39	39.00
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	18	18.00
	พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท	20	20.00
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	19	19.00
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	4	4.00
	Total	100	100.00
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	16	16.00
	5,001 – 10,000 บาท	26	26.00
	10,001 – 15,000 บาท	32	32.00
	15,001 – 20,000 บาท	24	24.00
	20,001 – 25,000 บาท	2	2.00
	Total	100	100.00

การวิเคราะห์ข้อมูล ความหมายค่าเฉลี่ย (Mean) ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด.2543 : 100)

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง พอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง พอใจมาก

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง พอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง พอใจน้อย

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง พอใจน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ร้อยละ (Percentage)
2. ค่าเฉลี่ย (Mean)
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

S.D แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การตรวจสอบความถูกต้องและทิศทางทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
การศึกษาความถูกต้องของกลุ่มผลิตภัณฑ์				
1.ด้านผลิตภัณฑ์				
1.1	เซตอุปกรณ์สำนักงาน	3.49	0.60	พอใจปานกลาง
1.2	เซตของใช้ส่วนตัว	4.70	0.53	พอใจมากที่สุด
1.3	เซตเบ็ดเตล็ด	3.77	0.68	พอใจมาก
1.4	เซตของประดับตกแต่ง	4.14	0.56	พอใจมาก
1.5	เซตเครื่องประดับ	3.86	0.70	พอใจมาก
1.6	เซตสินค้าเก็บสะสม, ตั้งโชว์	4.34	0.50	พอใจมาก
1.7	เซตของใช้ทั่วไป	4.20	0.66	พอใจมาก
2.ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก				
2.1	ด้านความสะดวกในการเคลื่อนย้าย (ขนาดและน้ำหนัก)	4.01	0.66	พอใจมาก
2.2	ด้านความงาม	4.54	0.54	พอใจมากที่สุด
2.3	ด้านความแข็งแรง	4.12	0.62	พอใจมาก
2.4	ด้านประโยชน์ใช้สอย	4.52	0.50	พอใจมากที่สุด
2.5	ด้านราคา	4.13	0.37	พอใจมาก
3. วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อของที่ระลึก				
3.1	นำไปเป็นของฝาก	4.63	0.51	พอใจมากที่สุด
3.2	นำไปใช้เอง	4.34	0.50	พอใจมาก
3.3	นำไปเป็นตัวอย่างในการผลิต/แปรรูปสินค้า	3.63	0.58	พอใจมาก
ทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก				
1.รูปแบบของการออกแบบผลิตภัณฑ์				
1.1	ออกแบบโดยเน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นปัจจัยแรก	4.54	0.52	พอใจมากที่สุด
1.2	ออกแบบโดยเน้นรูปแบบการสื่อความหมายก่อนประโยชน์ใช้สอย	4.20	0.44	พอใจมาก
1.3	ออกแบบโดยใช้ข้อมูลความต้องการของตลาดเป็นสำคัญ	4.20	0.48	พอใจมาก
2.คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์				
2.1	มีความแปลกใหม่	4.01	0.54	พอใจมาก

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
2.2	มีที่มา (Story) และเรื่องราวในการสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์	4.57	0.50	พอใจมากที่สุด
2.3	มีราคาขายเหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาด	4.42	0.51	พอใจมาก
2.4	มีข้อมูลหลากหลายของผลิตภัณฑ์ครบถ้วน	4.45	0.53	พอใจมาก
2.5	มีความแข็งแรง คงทนต่อสภาพการใช้งาน	4.22	0.46	พอใจมาก
3.ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์				
3.1	มีรูปแบบและลวดลายที่สวยงาม สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค	4.22	0.48	พอใจมาก
3.2	มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย	4.38	0.49	พอใจมาก
3.3	มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและมีความแตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด	4.33	0.60	พอใจมาก
3.4	มีการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมต่อการใช้งาน	4.33	0.53	พอใจมาก
3.5	ผลิตภัณฑ์ยังคงแสดงถึงอัตลักษณ์ของงานหัตถกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.43	0.50	พอใจมาก
3.6	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้	4.53	0.50	พอใจมากที่สุด
3.7	ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุท้องถิ่น	4.57	0.50	พอใจมากที่สุด
3.8	ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย	4.46	0.52	พอใจมาก
3.9	ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการพกพาและซื้อฝาก	4.28	0.60	พอใจมาก
3.10	ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีรูปทรง ขนาด สี สีสันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย	4.36	0.56	พอใจมาก
3.11	ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่	4.36	0.57	พอใจมาก
3.12	ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ	4.38	0.49	พอใจมาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า การตรวจสอบความถูกต้องและทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในหัวข้อดังต่อไปนี้

2) การศึกษาความถูกต้องของกลุ่มผลิตภัณฑ์

5. ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 1.2 เซตของใช้ส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.70 ข้อ 1.6 เซตสินค้าเก็บสะสม, ตั้งโชว์ มีค่าเฉลี่ย 4.34 และข้อ 1.7 เซตของใช้ทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 4.46 ตามลำดับ

6. ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2.2 ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.54 ข้อ 2.4 ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย 4.52 และข้อ 2.5 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.13 ตามลำดับ

7. วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 3.1 นำไปเป็นของฝาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.63 ข้อ 3.2 นำไปใช้เอง มีค่าเฉลี่ย 4.34 และข้อ 3.3 นำไปเป็นตัวอย่างในการผลิต/แปรรูปสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.63 ตามลำดับ

3) การศึกษาทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

5. รูปแบบของการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 1.1 ออกแบบโดยเน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นปัจจัยแรก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.54 ข้อ 1.3 ออกแบบโดยใช้ข้อมูลความต้องการของตลาดเป็นสำคัญ มีค่าเฉลี่ย 4.20 และข้อ 1.2 ออกแบบโดยเน้นรูปแบบการสื่อความหมายก่อนประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย 4.20 ตามลำดับ

6. คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2.2 มีที่มา (Story) และเรื่องราวในการสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.54 ข้อ 2.4 มีข้อมูลหลากหลายของผลิตภัณฑ์ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 4.45 และข้อ 2.3 มีราคาขายเหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.42 ตามลำดับ

7. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 3.7 ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.57 ข้อ 3.6 ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้มีค่าเฉลี่ย 4.53 และข้อ 3.8 ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอยมีค่าเฉลี่ย 4.46 ตามลำดับ

4.3.4 ผลการวิเคราะห์ แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก จากเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ

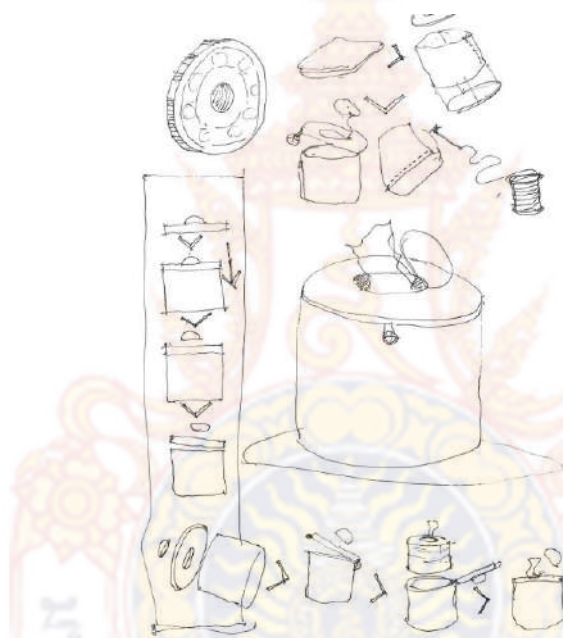
1) ชั้นพัฒนาแบบร่าง 2 มิติ

1.1) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชุดที่ 1 ของใช้ส่วนตัว

ทางผู้วิจัยทำงานร่วมกับกลุ่มโกเมนทร์บาติก เนื่องจากเป็นงานลักษณะที่มีความหลากหลายของสีและลวดลาย ซึ่งผู้วิจัยต้องการที่จะสื่อสารจังหวะของเครื่องดนตรี และการแทนค่าด้วยโทนสีบ่งบอกถึงอารมณ์ความรู้สึกตามจังหวะของเครื่องดนตรี ดังนั้นกลุ่มโกเมนทร์บาติกจึง

ตอบโจทย์ความต้องการในลักษณะการทำงานของผู้วิจัย และความต้องการทางตลาดที่ต้องการของที่ระลึกประเภทของใช้ส่วนตัว โดยผู้วิจัยเลือกออกแบบเป็นของใช้ ได้แก่ ที่ใส่กระดาษทิชชู หมอนรองคอ และหมอนชูกมือ

- ชั้นที่ 1 ที่ใส่กระดาษทิชชู ลักษณะเป็นทรงกระบอก ได้แนวคิดรูปทรงของช่องที่มีลักษณะเป็นทรงกลม มีความหนาเล็กน้อย และมีส่วนที่นูนออกมา ซึ่งจากรูปทรงของช่องนั้น ทำให้เกิดแนวคิดในการทำที่ใส่กระดาษทิชชู โดยทำการยึดความหนาของช่องให้มีความสูงพอที่จะใส่กระดาษทิชชู และในส่วนของบริเวณที่ตื้นนั้น ได้นำมาใช้เป็นใน ส่วนเปิด-ปิด สำหรับดึงกระดาษทิชชูมาใช้



ภาพที่ 4.4 แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1)

ชุดที่ 1 ชั้นที่ 1 ที่ใส่กระดาษทิชชู

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

- ชั้นที่ 2 หมอนรองคอ แนวความคิดมาจากระฆังที่มีลักษณะเป็นทรงกรวย ส่วนฐานกว้างแล้วค่อยๆ แคบจนแหลม มีความรู้สึกอบอุ่น ปลอดภัย เหมือนมีเกราะมาหุ้มป้องกัน ทำให้เกิดเป็นแนวคิดเป็นหมอนรองคอเพื่อป้องกันคอ กระชับคอเมื่อเวลาหลับ และมีชุดสำหรับคลุมศีรษะไม่ให้แสงแยงตาสามารถถอดเก็บได้ ซึ่งลักษณะของคาแรคเตอร์ของระฆังคล้องคอ ดูน่ารักและดูอบอุ่น

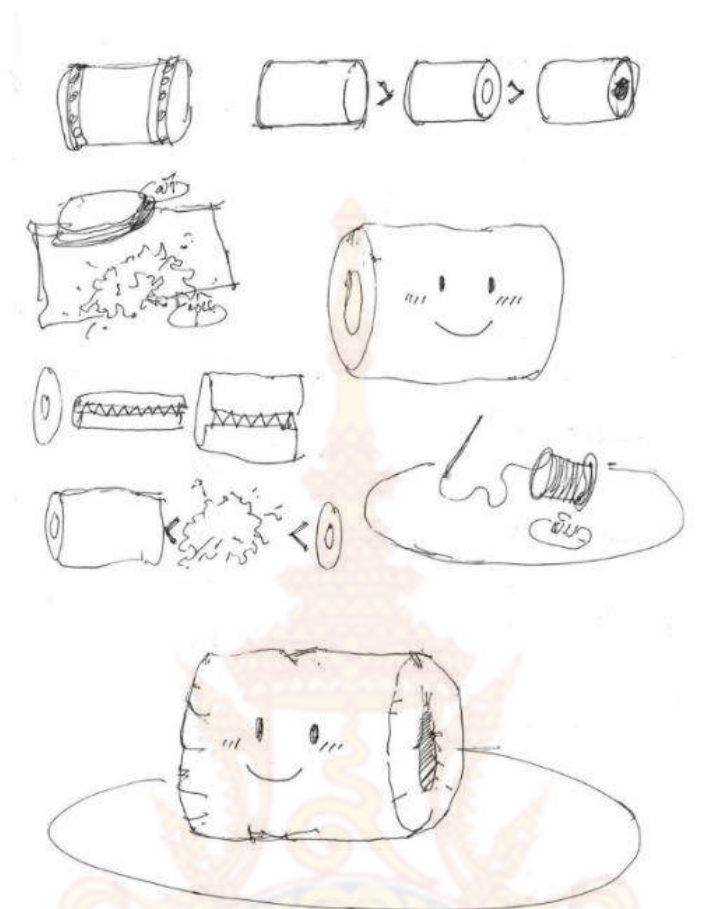


ภาพที่ 4.5 แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1)

ชุดที่ 1 ชั้นที่ 2 หมอนรองคอ (ระฆังคล้องคอ)

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

- ชั้นที่ 3 หมอนชูกมือ ได้แนวคิดมาจากโพน ซึ่งมีรูปทรงเป็นทรงกระบอก ในส่วนด้านบนและด้านล่างของโพนซึ่งด้วยหนังควายเพื่อให้เกิดเสียงเวลาตี จึงนำมาดัดแปลงเป็นหมอนชูกมือ โดยให้บริเวณหนังทั้ง 2 ด้านนั้น สามารถให้มือสอดเข้าไปได้ ซึ่งลักษณะของคาแรคเตอร์โพนชูกมือ จะดูน่ารัก ตัวนุ่มนิ่ม ดูแล้วน่ากอด น่าชูกมือ



ภาพที่ 4.6 แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของทีระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1)

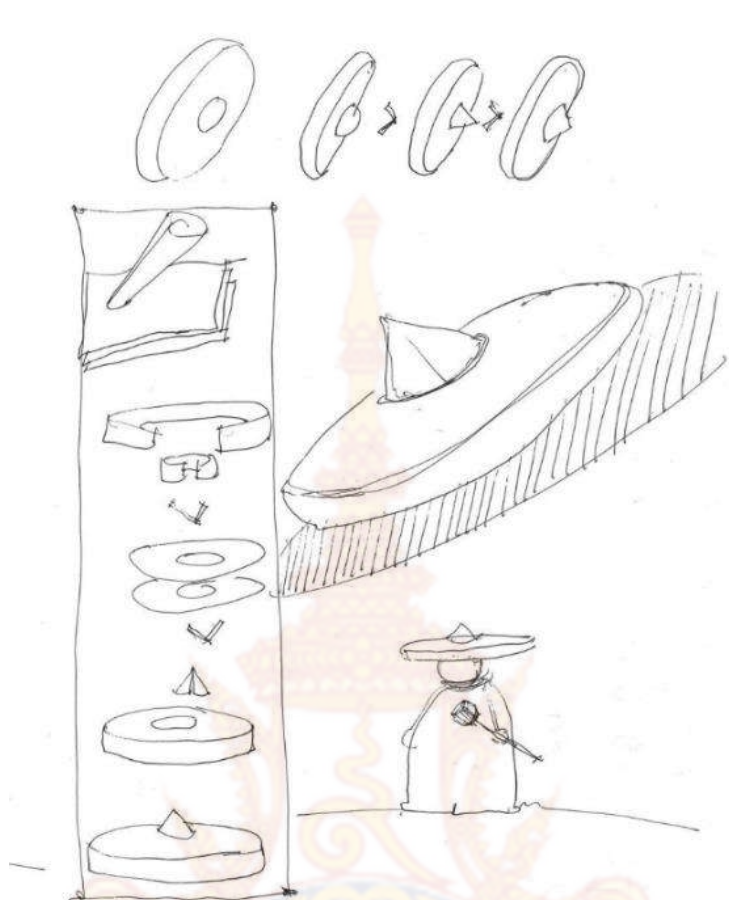
ชุดที่ 1 ชั้นที่ 3 หมอนซุกมือ (โพนซุกมือ)

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

1.2) ผลิตภัณฑ์ของทีระลึก ชุดที่ 2 สีน้าแฟชั่น

ทางผู้วิจัยทำงานร่วมกับกลุ่มไหนดทั้ง เนื่องจากต้องการงานลักษณะที่ใช้วัสดุพื้นถิ่น คือ เส้นใยตาลโตนด เพื่อยกระดับและพัฒนาสินค้าของกลุ่มให้มีความโดดเด่นมากที่สุด

- ชั้นที่ 1 หมวกช้อง ได้แนวคิดมาจากช้องซึ่งมีลักษณะรูปทรงแบนมีส่วนนูนบริเวณกึ่งกลาง จึงได้นำรูปทรงที่น่าสนใจดังกล่าวมาดัดแปลงเนื่องจากช้องเมื่อเวลามองเหมือนกับหมวกที่มีปีกบานๆ โดยการออกแบบจะเน้นปีกของหมวกกว้างมากกว่าหมวกทั่วไป ซึ่งจะเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้หญิงที่ชอบการถ่ายภาพ หรือแฟชั่นเพื่อความสวยงาม แปลกตา มากกว่าที่จะใส่กันแดด

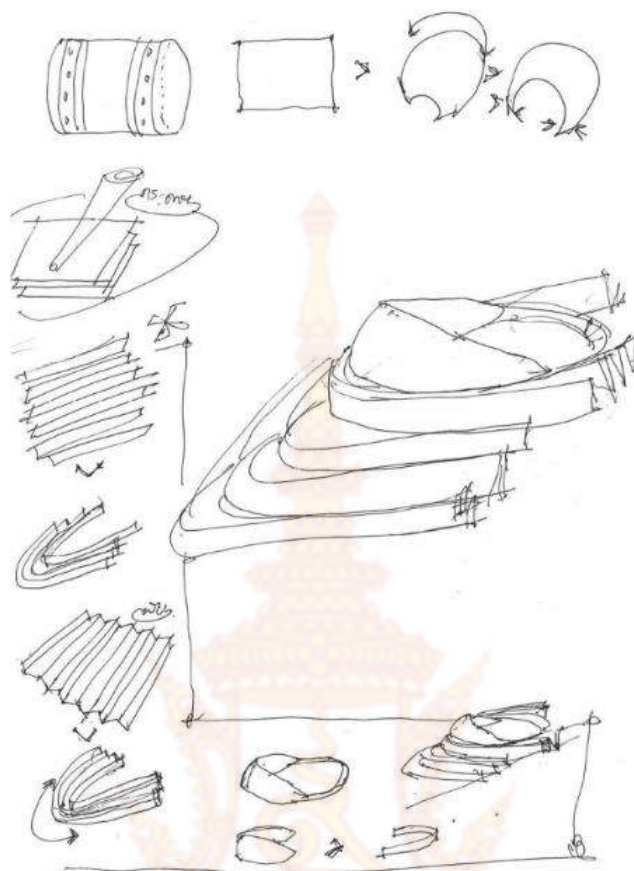


ภาพที่ 4.7 แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของทีระลิก (แบบร่างครั้งที่ 1)

ชุดที่ 2 ชั้นที่ 1 หมวกชื่อง

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

- ชั้นที่ 2 หมวกโพน ได้แรงบันดาลใจจากการซิงหนิงของโพน ที่มีการพับหนังให้เข้ากับรูปทรงของโพนที่ใช้แค่หนังควายเท่านั้น หารูป ซึ่งลักษณะขั้นตอนการทำดังกล่าว จึงได้สนใจนำมาออกแบบโดยการนำมาดัดแปลงทดลองทำหมวกแก๊ปที่ใช้วัสดุแผ่นเดียวมาทำการดัด และตัดให้หารูป สามารถปรับขนาดขยายได้ตามศีรษะสวมใส่

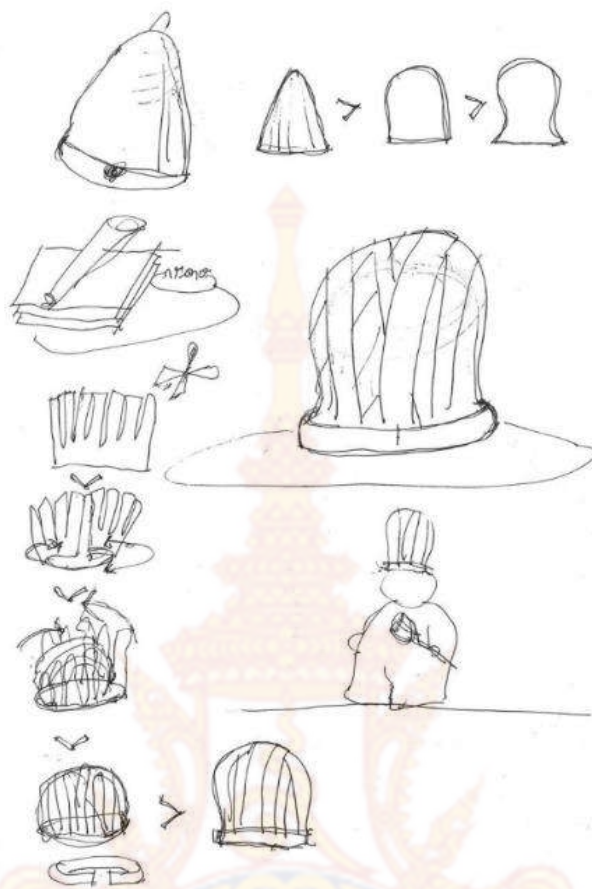


ภาพที่ 4.8 แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1)

ชุดที่ 2 ชั้นที่ 2 หมวกโพน

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

- ชั้นที่ 3 หมวกกระซัง เป็นการออกแบบที่นำลักษณะของรูปทรง
ระฆังที่ลักษณะคล้ายกรวย ส่วนฐานกว้าง มีความรู้สึกท้อหุ้ม กระชับ ทำให้เกิดเป็นแนวคิดเป็นหมวกที่
สวมแล้วให้ความรู้สึกปลอดภัย



ภาพที่ 4.9 แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1)

ชุดที่ 2 ชั้นที่ 3 หมวกระฆัง

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

1.3) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชุดที่ 3 ของตกแต่งและสะสม

ทางผู้วิจัยทำงานร่วมกับกลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปายนา เนื่องจากต้องการงานลักษณะที่สามารถเก็บสะสม ตั้งโชว์ได้ จึงเลือกใช้วัสดุจากไม้ตาลโตนดมาใช้ในการออกแบบ ดังนั้นกลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปายนา จึงตอบโจทย์ความต้องการในลักษณะการทำงานของผู้วิจัย และความต้องการทางตลาดที่ต้องการของที่ระลึกประเภทของตกแต่งและสะสม โดยผู้วิจัยเลือกออกแบบเป็น เซตตุ๊กตาไม้

แนวความคิดในการออกแบบ คือต้องการตุ๊กตาที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ที่แสดงออกถึงเครื่องดนตรีในงานประเพณีลากพระ ที่สามารถซื้อเป็นของขวัญ ของสะสม ขายเป็นเซต มีคุณค่า สามารถนึกถึงบรรยากาศ หรือสถานที่ที่เคยไป

- ชั้นที่ 1 ตึกตาไม้ (MR. โพน) ได้แนวความคิดจากการโพน ที่มีคาแรคเตอร์เป็นพี่ชายคนโต ลักษณะอ้วน จ้ำมำ โดยรูปลักษณะภายนอกบนหัวจะมีโพน ซึ่งเป็นจุดเด่นของตัวตึกตา และไม้ตีเป็นอุปกรณ์เครื่องแต่งกายสามารถถอดสวมใส่ได้

- ชั้นที่ 2 ตึกตาไม้ (MR. ช้อง) ได้แนวความคิดจากการช้อง ที่มีคาแรคเตอร์เป็นน้องผู้ชาย คนกลาง ลักษณะอ้วน จ้ำมำ จุดเด่นคือหมวกช้องใบใหญ่ที่สามารถใส่บนศีรษะและปลดไว้ด้านหลัง ซึ่งหมวกช้องถือว่าเป็นจุดเด่นของตัวตึกตา และไม้ตีเป็นอุปกรณ์เครื่องแต่งกายสามารถถอดสวมใส่ได้

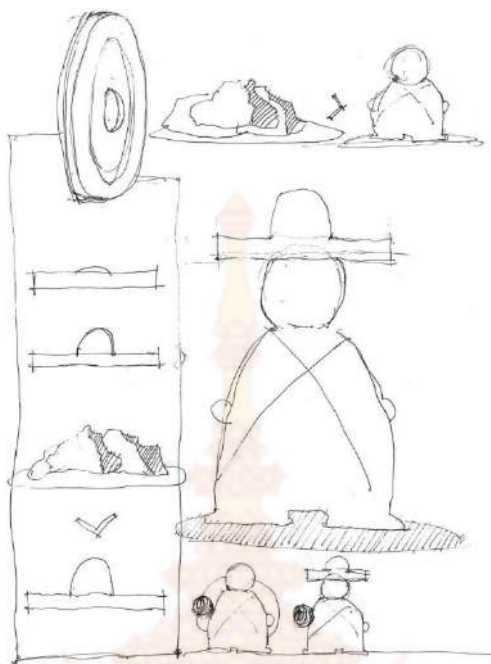
- ชั้นที่ 3 ตึกตาไม้ (MISS. ระฆัง) ได้แนวความคิดจากการระฆัง ที่มีคาแรคเตอร์เป็นน้องผู้หญิง คนเล็กสุด ลักษณะอ้วน จ้ำมำ จุดเด่นคือหมวกระฆังใบใหญ่ ที่เป็นจุดเด่นของตัวตึกตา



ภาพที่ 4.10 แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1)

ชุดที่ 3 ชั้นที่ 1 ตึกตาไม้ (MR. โพน)

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)



ภาพที่ 4.11 แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1)
ชุดที่ 3 ชั้นที่ 2 ตุ๊กตาไม้ (MR. ช้อง)
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)



ภาพที่ 4.12 แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (แบบร่างครั้งที่ 1)
ชุดที่ 3 ชั้นที่ 3 ตุ๊กตาไม้ (MISS. ระฆัง)
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ชุดการแบบประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว (ครั้งที่ 1) แบบร่าง 2 มิติ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ในส่วนที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 100 จำแนกเป็นเพศหญิง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53 และเพศชายจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 47 จัดอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31-35 ปี มากที่สุด จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 อยู่ในช่วงการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 61 มีกลุ่มอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทมากที่สุด จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 โดยใช้เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของได้ดังนี้

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลทั่วไป

ผู้ประเมิน		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	47	47.00
	หญิง	53	53.00
	Total	100	100.00
อายุ	15-20 ปี	9	9.00
	21-25 ปี	23	23.00
	26-30 ปี	23	23.00
	31-35 ปี	29	29.00
	36-40 ปี	16	16.00
	Total	100	100.00
การศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	2	2.00
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	15	15.00
	อนุปริญญา / ปวส.	13	13.00
	ปริญญาตรี	61	61.00
	ปริญญาโท	8	8.00
	ปริญญาเอก	1	1.00
	Total	100	100.00
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	26	26.0
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	13	13.0
	พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท	29	29.0
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	22	22.0
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	8	8.0
	อื่นๆ	2	2.0
	Total	100	100.0

การวิเคราะห์ข้อมูล ความหมายค่าเฉลี่ย (Mean) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง ผลการประเมินในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อยมาก

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ร้อยละ (Percentage)
2. ค่าเฉลี่ย (Mean)
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

S.D แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1. ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ด้านแนวความคิด) ชุดของใช้ส่วนตัว ภาพรวมจัดอยู่ในระดับ ดี ($\bar{X} = 4.30$; S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านแนวความคิดมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.24$; S.D. = 0.71) และ ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.36$; S.D. = 0.66)



ภาพที่ 4.13 แสดงการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ด้านแนวความคิด)

ชุดของใช้ส่วนตัว (ชุดที่ 1)

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลีก (ด้านแนวความคิด) ชุดของใช้ส่วนตัว

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
ด้านแนวความคิด				
1.	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้	4.54	0.64	ระดับดีมาก
2.	การถอดแบบตรงไปตรงมาของเครื่องดนตรี	4.21	0.82	ระดับดี
3.	การตัดทอนรูปทรงของเครื่องดนตรี	4.58	0.64	ระดับดีมาก
4.	การสื่อถึงเสียงของเครื่องดนตรี	4.00	0.72	ระดับดี
5.	การนำลวดลายของเครื่องดนตรีมาใช้ออกแบบ	3.89	0.72	ระดับดี
ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของทีระลีก				
1.	ด้านความสะดวกในการพกพา (ขนาดและน้ำหนัก)	4.05	0.74	ระดับดี
2.	ด้านความงาม	4.30	0.59	ระดับดี
3.	ด้านความคงทนแข็งแรง	4.42	0.70	ระดับดี
4.	ด้านประโยชน์ใช้สอย	4.45	0.66	ระดับดี
5.	ด้านราคา	4.58	0.59	ระดับดีมาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลีก (ด้านแนวความคิด) ชุดของใช้ส่วนตัว ในหัวข้อดังต่อไปนี้

1) ด้านแนวความคิด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 3 การตัดทอนรูปทรงของเครื่องดนตรี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.58 ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้ มีค่าเฉลี่ย 4.54 และข้อ 2 การถอดแบบตรงไปตรงมาของเครื่องดนตรี มีค่าเฉลี่ย 4.21 ตามลำดับ

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของทีระลีก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 5 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.45 ข้อ 4 ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย 4.45 มีค่าเฉลี่ย 4.52 และข้อ 3 ด้านความคงทนแข็งแรง มีค่าเฉลี่ย 4.42 ตามลำดับ

2. ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลีก (ด้านแนวความคิด) ชุดสินค้าแฟชั่น ภาพรวมจัดอยู่ในระดับ ดี ($\bar{X} = 3.83$; S.D. = 0.83) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านแนวความคิดมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.80$; S.D. = 0.92) และ ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของทีระลีก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.86$; S.D. = 0.75)



ภาพที่ 4.14 แสดงการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ด้านแนวความคิด)

ชุดสินค้าแฟชั่น (ชุดที่ 2)

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ด้านแนวความคิด) ชุดสินค้าแฟชั่น

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
ด้านแนวความคิด				
1.	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้	3.85	0.77	ระดับดี
2.	การถอดแบบตรงไปตรงมาของเครื่องดนตรี	4.35	0.78	ระดับดี
3.	การตัดทอนรูปทรงของเครื่องดนตรี	4.29	0.74	ระดับดี
4.	การสื่อถึงเสียงของเครื่องดนตรี	3.38	1.13	ระดับปานกลาง
5.	การนำลวดลายของเครื่องดนตรีมาใช้ออกแบบ	3.13	1.16	ระดับปานกลาง
ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก				
1.	ด้านความสะดวกในการพกพา (ขนาดและน้ำหนัก)	3.61	0.83	ระดับดี
2.	ด้านความงาม	4.11	0.65	ระดับดี
3.	ด้านความคงทนแข็งแรง	3.91	0.67	ระดับดี
4.	ด้านประโยชน์ใช้สอย	3.78	0.87	ระดับดี
5.	ด้านราคา	3.91	0.74	ระดับดี

จากตารางที่ 4.7 พบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ด้านแนวความคิด) ชุดของใช้ส่วนตัว ในหัวข้อดังต่อไปนี้

1) ด้านแนวความคิด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2 การถอดแบบตรงไปตรงมาของเครื่องดนตรี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.35 ข้อ 3 การตัดทอนรูปทรงของเครื่องดนตรี มีค่าเฉลี่ย 4.29 และข้อ 1 ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้ มีค่าเฉลี่ย 3.85 ตามลำดับ

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2 ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.11 ข้อ 3 ด้านความคงทนแข็งแรง มีค่าเฉลี่ย 3.91 มีค่าเฉลี่ย 4.52 และข้อ 5 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.91 ตามลำดับ

3. ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ด้านแนวความคิด) ชุดของตกแต่งและสะสม ภาพรวมจัดอยู่ในระดับ ดี ($\bar{X} = 4.08$; S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านแนวความคิดมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.30$; S.D. = 0.50) และ ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.47$; S.D. = 0.37)



ภาพที่ 4.15 แสดงการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ด้านแนวความคิด) ชุดของตกแต่งและสะสม (ชุดที่ 3)
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ด้านแนวความคิด) ชุดของตกแต่งและสะสม

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
ด้านแนวความคิด				
1.	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้	4.53	0.52	ระดับดีมาก
2.	การถอดแบบตรงไปตรงมาของเครื่องดนตรี	4.24	0.51	ระดับดี
3.	การตัดทอนรูปทรงของเครื่องดนตรี	4.31	0.51	ระดับดี

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
4.	การสื่อถึงเสียงของเครื่องดนตรี	4.23	0.42	ระดับดี
5.	การนำลวดลายของเครื่องดนตรีมาใช้ออกแบบ	4.19	0.54	ระดับดี
ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก				
1.	ด้านความสะดวกในการพกพา (ขนาดและน้ำหนัก)	3.94	0.42	ระดับดี
2.	ด้านความงาม	4.89	0.31	ระดับดีมาก
3.	ด้านความคงทนแข็งแรง	4.87	0.34	ระดับดีมาก
4.	ด้านประโยชน์ใช้สอย	4.59	0.49	ระดับดีมาก
5.	ด้านราคา	4.08	0.27	ระดับดี

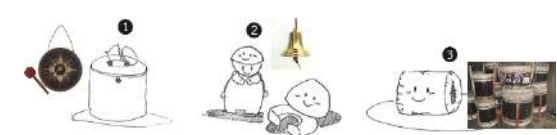
จากตารางที่ 4.8 พบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ด้านแนวความคิด) ชุดของ ตกแต่งและสะสม ในหัวข้อดังต่อไปนี้

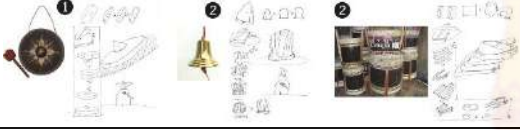
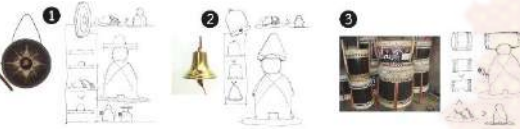
1) ด้านแนวความคิด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึง ประเพณีวัฒนธรรมได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.53 ข้อ 3 การตัดทอนรูปทรงของเครื่องดนตรี มีค่าเฉลี่ย 4.31 และข้อ 2 การถอดแบบตรงไปตรงมาของเครื่องดนตรี มีค่าเฉลี่ย 4.24 ตามลำดับ

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2 ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.89 ข้อ 3 ด้านความคงทนแข็งแรง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.87 มีค่าเฉลี่ย 4.52 และข้อ 4 ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย 4.59 ตามลำดับ

ผลการประเมินขั้นพัฒนาแบบร่าง 2 มิติ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชุดที่ 1 ชุด ตุ๊กตา, ชุดที่ 2 กระเป๋า, ชุดที่ 3 ของประดับตกแต่ง, และชุดที่ 4 ของใช้สำนักงาน

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ครั้งที่ 1

ชุดผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ผลความพึงพอใจ
ชุดที่ 1 ชุดของใช้ส่วนตัว 	4.30	0.68	ระดับดี

ชุดผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ผลความพึงพอใจ
ชุดที่ 2 ชุดสินค้าแฟชั่น 	3.83	0.83	ระดับดี
ชุดที่ 3 ชุดของตกแต่งและสะสม 	4.08	0.63	ระดับดี

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ประเภทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชุด 1 , ชุด 2 และ ชุด 3 (ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ครั้งที่ 1) ชุดที่ 1 ชุดของใช้ส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.30 (S.D = 0.68) รองลงมา คือ ชุดที่ 3 ชุดของตกแต่งและสะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (S.D = 0.63) และชุดที่ 2 ชุดสินค้าแฟชั่น มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.83 (S.D = 0.83) ตามลำดับ

4.3.5 ผลการวิเคราะห์ ความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ คู่การเป็นของที่ระลึกในการท่องเที่ยว จากเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ

จากการสำรวจแบบสอบถามเรื่อง แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก จากเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ข้างต้นพบว่า มีข้อเสนอแนะที่ต้องนำมาปรับปรุงและพัฒนาต่อผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก คือ

- การเพิ่มสีสันทัน ที่สามารถแสดงออกถึงอารมณ์ของจังหวะของเครื่องดนตรีได้ เพราะยังขาดเรื่องของการนำจังหวะมาใช้ในงานออกแบบ ดังนั้นการแทนค่าของสีอาจช่วยให้งานมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

1) ชั้นพัฒนาแบบร่าง 3 มิติ

1.1) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชุดที่ 1 ชุดของใช้ส่วนตัว

จากข้อเสนอแนะในชั้นพัฒนาแบบร่าง 2 มิติ ผู้วิจัยได้นำมาต่อยอดในการออกแบบให้ตัวชิ้นงานมีการแทนค่าอารมณ์ด้วยสี โดยแต่ละสีแทนค่าจังหวะ ความรู้สึกได้ดังนี้

- สีฟ้า แสดงถึง จังหวะ ช้า แสดงถึงอารมณ์ร่าเริง สีฟ้าให้ความรู้สึกสงบ สุขุม สุภาพ หนักแน่น เครื่องขั้วม เอาการเอางาน ละเอียต รอบคอบ สง่างาม มีศักดิ์ศรี สูงศักดิ์ เป็นระเบียบถ่อมตน สามารถลดความตื้นตัน และช่วยทำให้มีสมาธิ

- สีเหลือง แสดงถึง จังหวะปานกลาง อารมณ์สนุกสนาน สีเหลืองเป็นสีแห่งความเบิกบาน ร่าเริง และเรียกร้องความสนใจ ให้ความรู้สึกแจ่มใส ความสดใส ความร่าเริง ความเบิกบานสดชื่น ชีวิตใหม่ ความสด ใหม่ ความสุขสว่าง การแผ่กระจาย อำนาจบารมี

- สีส้มหรือสีแดง แสดงถึง จังหวะเร็ว อารมณ์ ฮึกเหิม ไม่เกรงกลัว สีแดง เป็นสีที่สร้างความตื้นตัน และกระตุ้นสมอง นอกจากนี้ยังสร้างความรู้สึกรุนแรง ทำท่าย ตื่นเต้น ร่าเริง มีพลัง สีส้มให้ความรู้สึก ร้อน ความอบอุ่น ความสดใส มีชีวิตชีวา ความคึกคะนอง การปลดปล่อย



ภาพที่ 4.16 แสดงหน้าที่แทนค่าอารมณ์ด้วยสี
ที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

ระฆัง	▲																			
ฆ้อง	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
โพน	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
จิ้งหะช้า	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
จิ้งหะปานกลาง	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
จิ้งหะเร็ว	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4

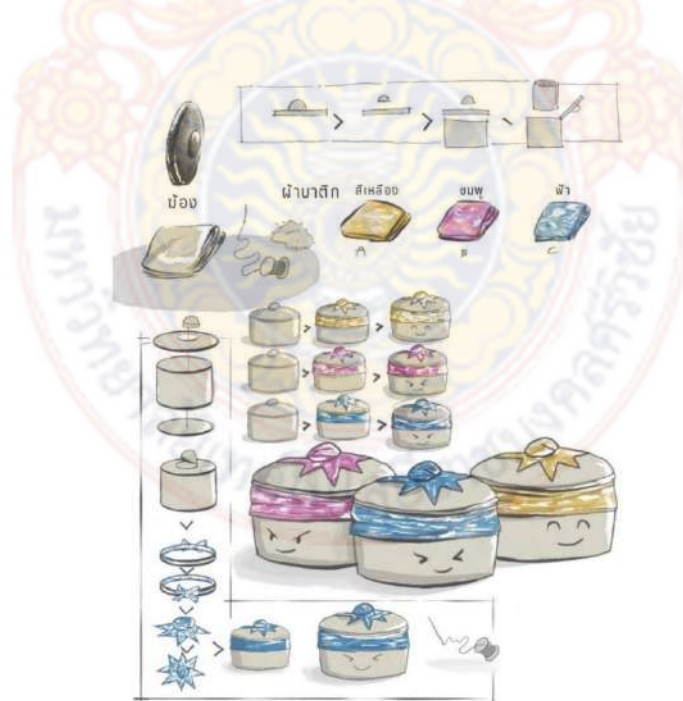
ภาพที่ 4.17 แสดงจังหวะการตีของเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบเรือพระ
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

จากนั้นทำแบบ 3 มิติ ให้เห็นถึงลักษณะของการตัดเย็บชุดของใช้ส่วนตัว รวมทั้งการแกะแบบลวดลายที่จะแสดงออกถึงการสื่ออารมณ์ ความรู้สึก การระบุใช้โทนสี ให้มีความใกล้เคียงกับด้านแนวคิดมากที่สุด เพื่อนำไปสู่การทดลองขึ้นรูปต้นแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป

- ชั้นที่ 1 ที่ใส่กระดาษทิชชู ในการพัฒนาแบบร่างในครั้งที่ 2 ผู้วิจัยได้เริ่มทำการออกแบบลงลึกเรื่องรายละเอียดของพื้นผิวโทนสี และการตัดเย็บ โดยในการขึ้นรูปชิ้นงานจะแยกชิ้นงานออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ 1) ส่วนของที่ใส่กระดาษทิชชู ซึ่งประกอบด้วย ตัวกล่อง มีลักษณะเป็นทรงกระบอก ส่วนฝาเปิด ปิด กระดาษทิชชู มีลักษณะเป็นวงกลม แล้วนำไปประกอบกับตัวกล่อง 2) ส่วนของเครื่องประดับ โดยทำผ้าคาดหัว ลายละเอียดลวดลายที่นำมาตกแต่งส่วนบนกล่องกระดาษทิชชู

สำหรับการตัดเย็บ ในส่วนของตัวกล่องนั้น จะตัดผ้าเป็นวงกลมจำนวน 1 ชิ้น และตัดผ้าเป็นทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า จำนวน 1 ชิ้น ตัดเย็บรวมกันให้เรียบร้อย ในส่วนของฝาเปิดปิดนั้น ตัดผ้าเป็นวงกลม พร้อมทั้งเจาะรูตรงกลาง 1 ชิ้น ตัดผ้าเป็นวงกลมให้มีขนาดเล็กลง ใส่ใยสังเคราะห์เย็บให้เป็นวงกลม นำไปเย็บติดกับฝาเปิดปิด แล้วนำไปติดกับตัวกล่อง

ขั้นตอนการตกแต่งนำผ้าที่เลือกโทนสีไว้แล้วนำมาพันรอบกล่องกระดาษทิชชู ผูกโบว์ให้เรียบร้อย ในส่วนรายละเอียดตกแต่งรูปดาวเย็บติดส่วนฝาให้เรียบร้อย ตกแต่งหน้าตาให้สวยงามตามแบบที่กำหนด



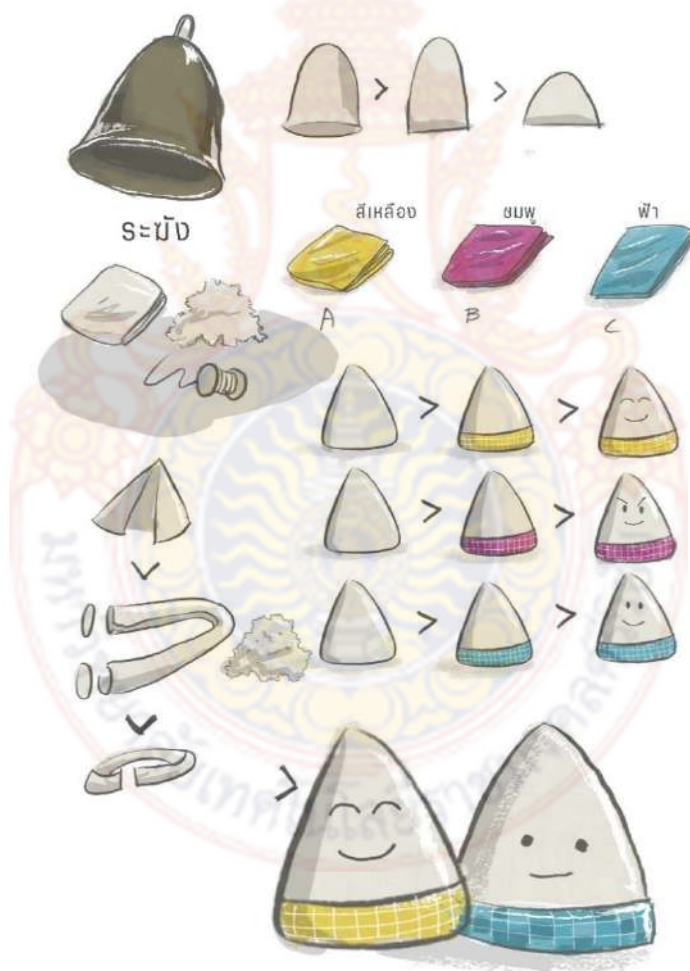
ภาพที่ 4.18 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ชั้นพัฒนาแบบร่าง 3 มิติ (ชุดที่ 1) ที่ใส่กระดาษทิชชู

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

- ขั้นที่ 2 หมอนรองคอ ในการพัฒนาแบบร่างในครั้งที่ 2 ผู้วิจัยได้เริ่มทำการออกแบบลงลึกเรื่องรายละเอียดของพื้นผิวโทนสี และการตัดเย็บ โดยในการขึ้นรูปชิ้นงานจะแยกชิ้นงานออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ 1) ส่วนของที่เป็นหมอนรองคอ มีลักษณะเป็นวงโค้ง 2) ส่วนที่คลุมศีรษะ มีลักษณะเป็นรูปทรงสามเหลี่ยม

สำหรับการตัดเย็บ ในส่วนของการตัดเย็บนั้น ให้ตัดตามแบบที่กำหนด จำนวน 2 ชิ้น เย็บประกบติดกัน ใส่เส้นใยสังเคราะห์ให้เต็มตามรูปทรงของหมอนรองคอ สำหรับส่วนคลุมศีรษะ ตัดผ้าตามเป็นรูปสามเหลี่ยมตามแบบ จำนวน 2 ชิ้น เย็บติดเข้าด้วยกัน

ขั้นตอนการตกแต่งนำผ้าที่เลือกโทนสีไว้แล้วนำมาเย็บพันรอบที่คลุมศีรษะให้เรียบร้อย ตกแต่งหน้าตาตามรูปแบบที่กำหนด

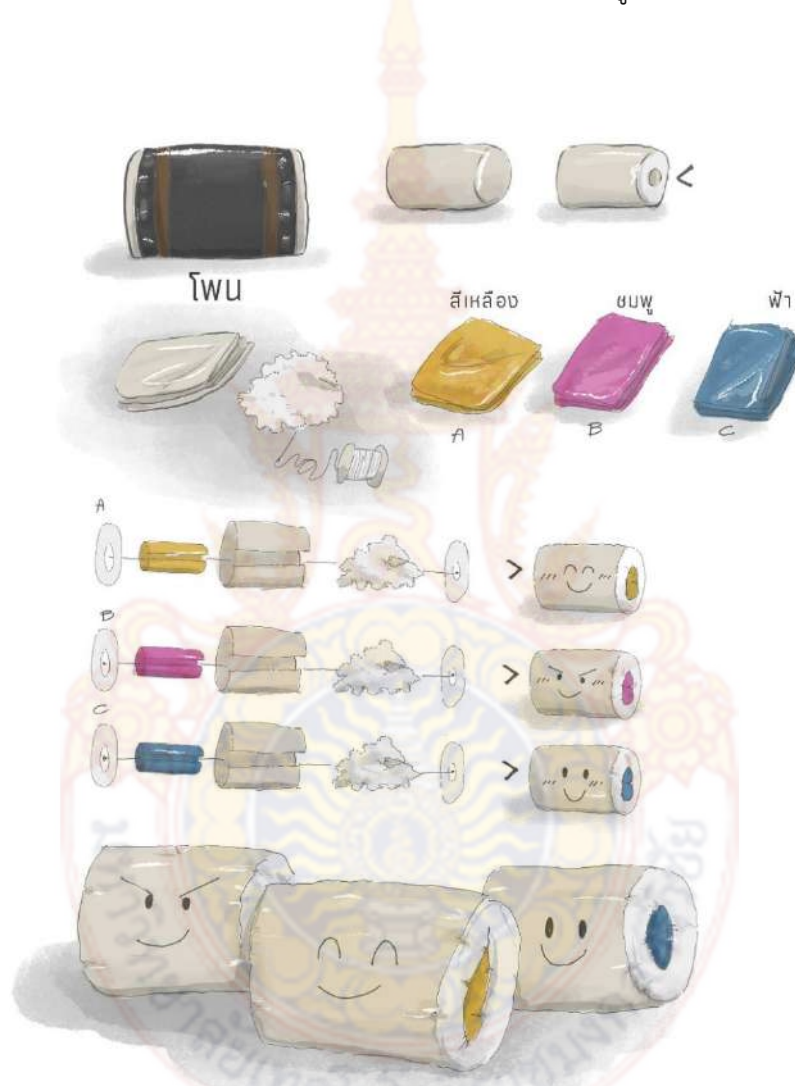


ภาพที่ 4.19 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ขั้นพัฒนาแบบร่าง 3 มิติ (ชุดที่ 1) หมอนรองคอ

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

- ชั้นที่ 3 หมอนซุกมือ ในการพัฒนาแบบร่างในครั้งที่ 2 ผู้วิจัยได้เริ่มทำการออกแบบลงลึกเรื่องรายละเอียดของพื้นผิวโทนสี และการตัดเย็บ

สำหรับการตัดเย็บ ให้ตัดเป็นวงกลมพร้อมทั้งเจาะช่องตรงกลางตามแบบที่กำหนด จำนวน 2 ชั้น สำหรับทำด้านข้างของหมอน ตัดผ้าเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดตามแบบ จำนวน 2 ชั้น เย็บประกบติดกัน ใส่เส้นใยสังเคราะห์ให้เต็ม ตามรูปทรงของหมอนซุกมือ



ภาพที่ 4.20 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ขั้นพัฒนาแบบร่าง 3 มิติ (ชุดที่ 1) หมอนซุกมือ
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ชุดการแบบประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว (ครั้งที่ 2) แบบ 3 มิติ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ในส่วนที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 100 จำแนกเป็นเพศหญิง จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41 และเพศชายจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59 จัดอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-25 ปี มากที่สุด จำนวน 31

คน คิดเป็นร้อยละ 31 อยู่ในช่วงการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 55 มีกลุ่มอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา มากที่สุด จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 36 โดยใช้เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของได้ดังนี้

ตารางที่ 4.10 ข้อมูลทั่วไป

ผู้ประเมิน		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	59	59.00
	หญิง	41	41.00
	Total	100	100.00
อายุ	15-20 ปี	11	11.00
	21-25 ปี	31	31.00
	26-30 ปี	29	29.00
	31-35 ปี	21	21.00
	36-40 ปี	7	7.00
	41 ปีขึ้นไป	1	1.00
	Total	100	100.00
การศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	1	1.00
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	4	4.00
	อนุปริญญา / ปวส.	26	26.00
	ปริญญาตรี	55	55.00
	ปริญญาโท	11	11.00
	ปริญญาเอก	3	3.00
	Total	100	100.00
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	36	36.00
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	20	20.00
	พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท	12	12.00
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	27	27.00
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	5	5.00
	Total	100	100.00

การวิเคราะห์ข้อมูล ความหมายค่าเฉลี่ย (Mean) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึงผลการประเมินในระดับดีมาก

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึงผลการประเมินในระดับดี

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึงผลการประเมินในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึงผลการประเมินในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึงประเมินในระดับน้อยมาก

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ร้อยละ (Percentage)
2. ค่าเฉลี่ย (Mean)
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

S.D แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1. ผลการประเมินความพึงพอใจความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ ผู้การเป็นของที่ระลึก ชุดของตกแต่งสะสม ภาพรวมจัดอยู่ในระดับ ดี ($\bar{X} = 4.10$; S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.03$; S.D. = 0.81) ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.14$; S.D. = 0.73) ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.16$; S.D. = 0.72) และด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.10$; S.D. = 0.72)



ภาพที่ 4.21 แสดงการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

(ความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์) ชุดของใช้ส่วนตัว

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ สู่การเป็นของที่ระลึก ชุดของใช้ส่วนตัว

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
ด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์				
1.	ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการใช้งาน	4.06	0.68	ระดับดี
2.	การออกแบบมีความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์	4.18	0.85	ระดับดี
3.	ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง คงทน	4.11	0.85	ระดับดี
4.	ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บรักษาและจัดเก็บได้ง่าย	4.03	0.80	ระดับดี
5.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่บ่งบอกถึงการใช้งานได้จริง	3.90	0.83	ระดับดี
6.	ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ผู้บริโภค	3.97	0.76	ระดับดี
7.	ผลิตภัณฑ์ตอบสนองเรื่องราคา และต้นทุนการผลิต	3.96	0.88	ระดับดี
ด้านความงาม				
1.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ รูปร่าง รูปทรง สวดลาย และสี	3.87	0.73	ระดับดี
2.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการใช้งานเฉพาะ แปลกใหม่ หรือไม่ซ้ำใคร	4.23	0.76	ระดับดี
3.	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ มีความเข้ากันดีขององค์ประกอบโดยรวม	4.19	0.65	ระดับดี
4.	ผลิตภัณฑ์มีการตกแต่งที่น่าสนใจ	4.14	0.73	ระดับดี
5.	ผลิตภัณฑ์มีรูปทรงที่สม่าเสมอ ไม่บิดเบี้ยว ดูมั่นคง แข็งแรง	4.19	0.77	ระดับดี
6.	ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่สมมาตร สมสัดส่วน เหมาะสำหรับการใช้งานจริง	4.19	0.71	ระดับดี
ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน				
1.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการผลิตแบบผสมผสานทั้งวัสดุหลัก วัสดุประกอบ รวมถึงการประกอบ มีความเหมาะสมเข้ากับชิ้นงานอย่างกลมกลืน	4.01	0.69	ระดับดี
2.	ความทนทานต่อการใช้งานในสภาพแวดล้อมปกติ	4.22	0.69	ระดับดี
3.	การบำรุงรักษาสะดวก และไม่ยุ่งยาก	4.26	0.79	ระดับดี
ด้านวัสดุ				

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
1.	วัสดุในการผลิตมีคุณภาพ แข็งแรงคงทน	3.96	0.67	ระดับดี
2.	มีการใช้วัสดุหลักของกลุ่มงานหัตถกรรม ได้อย่างสูงสุด	4.27	0.80	ระดับดี
3.	มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต	4.10	0.76	ระดับดี
4.	วัสดุที่ใช้ มีความปลอดภัยต่อร่างกาย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	4.12	0.69	ระดับดี
5.	ขั้นตอนการบวนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุ	4.07	0.66	ระดับดี
6.	วัสดุหลักสามารถตอบโจทย์การพัฒนาสู่รูปแบบอื่นๆ ได้ดี	4.09	0.73	ระดับดี

จากตารางที่ 4.11 พบว่าความพึงพอใจความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ ผู้การเป็นของที่ระลึก ชุดของใช้ส่วนตัว หัวข้อดังต่อไปนี้

1) ด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2 การออกแบบมีความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.18$; S.D. = 0.85) ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง คงทน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.11$; S.D. = 0.85) และข้อ 4 ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บรักษาและจัดเก็บได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.03$; S.D. = 0.80) ตามลำดับ

2) ด้านความงาม ระลึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการใช้งานเฉพาะ แปลกใหม่ หรือไม่ซ้ำใคร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.23$; S.D. = 0.76) ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ มีความเข้ากันดีขององค์ประกอบโดยรวม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.19$; S.D. = 0.65) และข้อ 6 ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่สมมาตร สมสัดส่วน เหมาะสำหรับการใช้งานจริง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.19$; S.D. = 0.71) ตามลำดับ

3) ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 3 การบำรุงรักษาสะดวก และไม่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.26$; S.D. = 0.79) ข้อ 2 ความทนทานต่อการใช้งานในสภาพแวดล้อมปกติมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.22$; S.D. = 0.69) และข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการผลิตแบบผสมผสานทั้งวัสดุหลัก วัสดุประกอบ รวมถึงการประกอบ มีความเหมาะสมเข้ากับชิ้นงานอย่างกลมกลืน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.01$; S.D. = 0.69) ตามลำดับ

4) ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2 มีการใช้วัสดุหลักของกลุ่มงานหัตถกรรม ได้อย่างสูงสุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.27$; S.D. = 0.80) ข้อ 4 วัสดุที่ใช้ มีความปลอดภัย

ต่อร่างกาย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.12; S.D. = 0.69) และข้อ 3 มีขนาด โครงสร้างที่เหมาะสมกับการผลิต มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.10; S.D. = 0.76) ตามลำดับ

1.2) ผลผลิตของที่ระลึก ชุดที่ 2 สินค้าแฟชั่น

- ชั้นที่ 1 หมวกโพน ในการพัฒนาแบบร่างในครั้งที่ 2 ผู้วิจัยได้เริ่มทำการออกแบบลงลึกเรื่องรายละเอียดของวิธีการตัดเย็บ การเลือกใช้วัสดุ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดในแบบร่างครั้งที่ 1 โดยในส่วนของหมวกโพน เลือกใช้วัสดุที่เป็นเส้นใยตาลโตนดแบบทอ ขึ้นรูปเป็นผืน ซึ่งมีคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับการตัดเย็บ ในการพัฒนาแบบร่างในครั้งนี้ได้นำวัสดุผ้าเข้ามาใช้ร่วมกับวัสดุเส้นใยตาลโตนด ซึ่งเป็นวัสดุที่มีโทนสีในโทนเดียวกัน

วิธีการตัดเย็บจะขึ้นรูปด้วยแผ่นเส้นใยตาลโตนดที่มีรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า จำนวน 3 ชิ้น ตามแบบที่กำหนด และใช้วัสดุผ้าสีน้ำตาลกั้นขอบโดยรอบ เพื่อเก็บรอยและไม่ให้เส้นใยหลุดลุ่ยออก จากนั้นทำการจับจีบรวบแล้วดึงปลายเข้าหากัน นำแผ่นใยตาลโตนดที่ได้ทำการติดตีนตุ๊กแกเย็บประกบติดเข้าด้วยกัน ตามแนวความคิดในการออกแบบ



ภาพที่ 4.22 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ชั้นพัฒนาแบบร่าง 3 มิติ (ชุดที่ 2) หมวกโพน

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

- ชั้นที่ 2 หมวกซ็อง ในการพัฒนาแบบร่างในครั้งที่ 2 ผู้วิจัยได้เริ่มทำการออกแบบลงลึกเรื่องรายละเอียดของวิธีการตัดเย็บ การเลือกใช้วัสดุ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดในแบบร่างครั้งที่ 1 โดยในส่วนของหมวกซ็อง เลือกใช้วัสดุที่เป็นเส้นใยตาลโตนดแบบทอขึ้นรูปเป็นผืน ซึ่งมีคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับการตัดเย็บ ในการพัฒนาแบบร่างในครั้งนี้ได้นำวัสดุผ้าเข้ามาใช้ร่วมกับวัสดุเส้นใยตาลโตนด ซึ่งเป็นวัสดุที่มีโทนสีในโทนเดียวกัน เพื่อให้ชิ้นงานเป็นเซตเดียวกัน

วิธีการตัดเย็บจะขึ้นรูปด้วยแผ่นเส้นใยตาลโตนดที่ตัดเป็นรูปวงกลมจำนวน 2 ชั้น รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า จำนวน 1 ชั้น และทรงกรวยจำนวน 1 ชั้น ตามแบบที่กำหนด และใช้วัสดุผ้าสีน้ำตาลกึ่งนอกรอบเพื่อเก็บรอยและไม่ให้เส้นใยหลุดลุ่ยออก จากนั้นทำการเย็บติดเข้าด้วยกัน ตกแต่งขอบของกระเป่าทั้งใบด้วยการปักด้วยเส้นใหญ่ ตามแนวความคิดในการออกแบบ



ภาพที่ 4.23 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ชั้นพัฒนาแบบร่าง 3 มิติ (ชุดที่ 2) หมวกซ็อง
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

- ชั้นที่ 3 หมวกระฆัง ในการพัฒนาแบบร่างในครั้งที่ 2 ผู้วิจัยได้เริ่มทำการออกแบบลงลึกเรื่องรายละเอียดของวิธีการตัดเย็บ การเลือกใช้วัสดุ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดในแบบร่างครั้งที่ 1 โดยในส่วนของหมวกระฆัง เลือกใช้วัสดุที่เป็นเส้นใยตาลโตนดผสมเส้นใยขัดแบบทอขึ้นรูปเป็นผืน ซึ่งมีคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับการตัดเย็บ และยึดหดได้ ในการพัฒนาแบบร่างในครั้งนี้ได้นำวัสดุผ้าเข้ามาใช้ร่วมกับวัสดุเส้นใยตาลโตนด ซึ่งเป็นวัสดุที่มีโทนสีในโทนเดียวกัน เพื่อให้ชิ้นงานเป็นเซตเดียวกัน

วิธีการตัดเย็บจะขึ้นรูปด้วยแผ่นเส้นใยตาลโตนดผสมเส้นใยขัดแบบ รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า จำนวน 1 ชิ้นตามแบบที่กำหนด และใช้วัสดุผ้าสีน้ำตาลกึ่งนอกรอบเพื่อเก็บรอยและไม่ให้เส้นใยหลุดลุ่ยออก ทำการเย็บติดเข้าด้วยกันจากนั้นรบบส่วนปลายเข้าหากันเย็บติดให้เรียบร้อย จัดตกแต่งส่วนปลายให้สวยงาม ตามแนวความคิดในการออกแบบ



ภาพที่ 4.24 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ชั้นพัฒนาแบบร่าง 3 มิติ (ชุดที่ 3) หมวกระฆัง
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

2. ผลการประเมินความพึงพอใจความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ สู่การเป็นของที่ระลึก ชุดสินค้าแฟชั่น ภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.32$; S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.30$; S.D. = 0.64) ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.34$; S.D. = 0.62) ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.37$; S.D. = 0.55) และด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.31$; S.D. = 0.64)



ภาพที่ 4.25 แสดงการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์)
ชุดสินค้าแฟชั่น

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ สู่การเป็นของที่ระลึก ชุดที่ 2 สินค้าแฟชั่น

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
ด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์				
1.	ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการใช้งาน	4.81	0.58	ระดับดีมาก
2.	การออกแบบมีความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์	3.80	0.57	ระดับดี
3.	ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง คงทน	4.41	0.62	ระดับดี
4.	ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บรักษาและจัดเก็บได้ง่าย	4.37	0.76	ระดับดี
5.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่บ่งบอกถึงการใช้งานได้จริง	4.05	0.70	ระดับดี
6.	ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ผู้บริโภค	4.24	0.65	ระดับดี

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
7.	ผลิตภัณฑ์ตอบสนองเรื่องราคา และต้นทุนการผลิต	4.43	0.57	ระดับดี
ด้านความงาม				
1.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ รูปร่าง รูปทรง ลวดลาย และสี	4.83	0.47	ระดับดีมาก
2.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการใช้งานเฉพาะ แปลกใหม่ หรือไม่ซ้ำใคร	3.85	0.63	ระดับดี
3.	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ มีความเข้ากันดีขององค์ประกอบโดยรวม	4.46	0.69	ระดับดี
4.	ผลิตภัณฑ์มีการตกแต่งที่น่าสนใจ	4.32	0.69	ระดับดี
5.	ผลิตภัณฑ์มีรูปทรงที่สม่ำเสมอ ไม่บิดเบี้ยว ดูมั่นคง แข็งแรง	4.22	0.61	ระดับดี
6.	ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่สมมาตร สมสัดส่วน เหมาะสำหรับการใช้งานจริง	4.34	0.62	ระดับดี
ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน				
1.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการผลิตแบบผสมผสานทั้งวัสดุหลัก วัสดุประกอบ รวมถึงการประกอบ มีความเหมาะสมเข้ากับชิ้นงานอย่างกลมกลืน	4.75	0.61	ระดับดีมาก
2.	ความทนทานต่อการใช้งานในสภาพแวดล้อมปกติ	3.97	0.50	ระดับดี
3.	การบำรุงรักษาสะดวก และไม่ยุ่งยาก	4.40	0.55	ระดับดี
ด้านวัสดุ				
1.	วัสดุในการผลิตมีคุณภาพ แข็งแรงคงทน	4.72	0.60	ระดับดีมาก
2.	มีการใช้วัสดุหลักของกลุ่มงานหัตถกรรม ได้อย่างสูงสุด	3.82	0.69	ระดับดี
3.	มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต	4.36	0.64	ระดับดี
4.	วัสดุที่ใช้ มีความปลอดภัยต่อร่างกาย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	4.37	0.72	ระดับดี
5.	ขั้นตอนการบวนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุ	4.16	0.65	ระดับดี
6.	วัสดุหลักสามารถตอบโจทย์การพัฒนาสู่รูปแบบอื่นๆ ได้ดี	4.44	0.54	ระดับดี

จากตารางที่ 4.12 พบว่าความพึงพอใจความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ ผู้การเป็นของที่ระลึก ชุดที่ 2 สินค้าแฟชั่น หัวข้อดังต่อไปนี้

1) ด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ1 ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.81$; S.D. = 0.58) ข้อ7 ผลิตภัณฑ์ตอบสนองเรื่องราคา และต้นทุนการผลิต มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.43$; S.D. = 0.57) และข้อ 4 ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บรักษาและจัดเก็บได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.37$; S.D. = 0.76) ตามลำดับ

2) ด้านความงาม ระลึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ รูปร่าง รูปทรง ลวดลาย และสี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.83$; S.D. = 0.47) ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ มีความเข้ากันดีขององค์ประกอบโดยรวม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.46$; S.D. = 0.69) และข้อ 6 ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่สมมาตร สมสัดส่วน เหมาะสำหรับการใช้งานจริง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.34$; S.D. = 0.62) ตามลำดับ

3) ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ 1ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการผลิตแบบผสมผสานทั้งวัสดุหลัก วัสดุประกอบ รวมถึงการประกอบ มีความเหมาะสมเข้ากับชิ้นงานอย่างกลมกลืน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.75$; S.D. = 0.61) ข้อ 3 การบำรุงรักษาสะดวก และไม่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.40$; S.D. = 0.55) และข้อ 2 ความทนทานต่อการใช้งานในสภาพแวดล้อมปกติ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.97$; S.D. = 0.50) ตามลำดับ

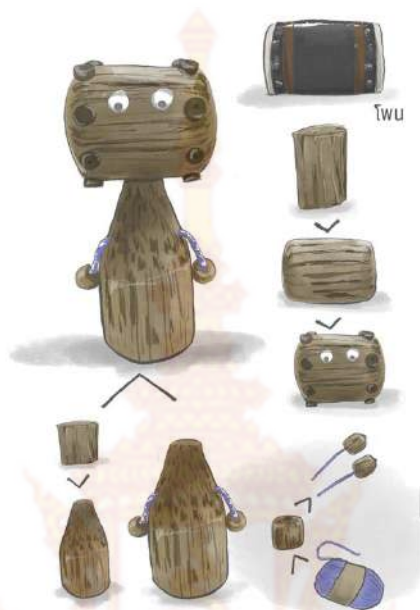
4) ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 1 วัสดุในการผลิตมีคุณภาพ แข็งแรง คงทน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.72$; S.D. = 0.60) ข้อ 6 วัสดุหลักสามารถตอบโจทย์การพัฒนาสู่รูปแบบอื่นๆ ได้ดี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.44$; S.D. = 0.54) และข้อ 4 วัสดุที่ใช้ มีความปลอดภัยต่อร่างกาย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.37$; S.D. = 0.72) ตามลำดับ

1.3) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชุดที่ 3 ของตกแต่งสะสม

- ตุ๊กตาไม้ ในการพัฒนาแบบร่างในครั้งที่ 2 ผู้วิจัยได้เริ่มทำการออกแบบลงลึกเรื่องรายละเอียดของพื้นผิวโทนสี โดยในการขึ้นรูปชิ้นงานจะแยกชิ้นงานออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ 1) ส่วนของตัวตุ๊กตา ซึ่งประกอบด้วย ส่วนหัว ลำตัว และส่วนแขน 2) ส่วนของเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบในการตกแต่ง โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้วัสดุและภูมิปัญญาด้านงานไม้ของกลุ่มบ้านหัดสวนเพชรปายนา

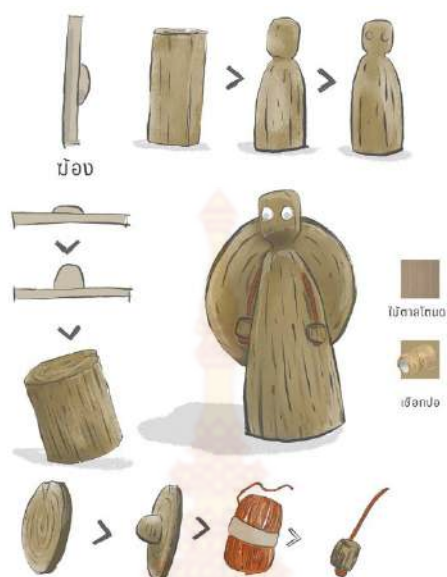
การขึ้นรูปในส่วนหัวและลำตัวใช้วิธีการกลึงไม้ตาลโตนดเป็นชิ้นกลมๆ กลึงตามแบบจนได้เป็นลักษณะหัวและลำตัว ตามแบบจนได้ตัวตุ๊กตา จากนั้นเจาะรูทากาวนำเชือกที่ติดลูกปัดไม้ไปติดเข้ากับลำตัวตุ๊กตา จนกลายเป็นตุ๊กตาตามแบบ

ขั้นตอนต่อมาเป็นการขึ้นรูปแบบเครื่องดนตรี (MR. โพน) นำไม้มา กลึงเป็นรูปทรงโพน ประดับตกแต่งด้วย กระจุดมกละมะพร้าว บริเวณปลายโพนทั้งสองด้านเพื่อสื่อถึง หมุดที่ตอกหนัง จากนั้นติดดวงตา เก็บรายละเอียดให้สวยงาม ตามแนวความคิดในการออกแบบ



ภาพที่ 4.26 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ขั้นพัฒนาแบบร่าง 3 มิติ (ชุดที่ 3) ตึกตาไม้ (MR. โพน)
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

- ขั้นที่ 2 ตึกตาไม้ (MR. ฮ่อง) นำไม้มากลึงเป็นรูปทรงฮ่องตามแบบที่กำหนด นำไปติดบริเวณด้านหลังของตึกตา ติดดวงตา เก็บรายละเอียดให้สวยงาม ตามแนวความคิดในการออกแบบ



ภาพที่ 4.27 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ขั้นพัฒนาแบบร่าง 3 มิติ (ชุดที่ 3) ตุ๊กตาไม้ (MR. ฮ่อง)
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

- ชั้นที่ 3 ตุ๊กตาไม้ (MISS. ระฆัง) นำกะลามะพร้าวขัดและตกแต่งให้ได้รูปทรงตามแบบ จากนั้นนำไปติดบริเวณส่วนหัวของตุ๊กตา ติดดวงตา เก็บรายละเอียดให้สวยงามตามแนวความคิดในการออกแบบ



ภาพที่ 4.28 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ขั้นพัฒนาแบบร่าง 3 มิติ (ชุดที่ 3) ตุ๊กตาไม้ (MISS. ระฆัง)
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

3. ผลการประเมินความพึงพอใจความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ สู่การเป็นของที่ระลึก ชุดของตกแต่งสะสม ภาพรวมจัดอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.50$; S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.47$; S.D. = 0.56) ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.48$; S.D. = 0.60) ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.50$; S.D. = 0.52) และด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.55$; S.D. = 0.51)



ภาพที่ 4.29 แสดงการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์) ชุดของตกแต่งสะสม
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ สู่การเป็นของที่ระลึก ชุดของตกแต่งสะสม

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
ด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์				
1.	ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการใช้งาน	4.50	0.59	ระดับดีมาก
2.	การออกแบบมีความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์	4.40	0.51	ระดับดี
3.	ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง คงทน	4.43	0.56	ระดับดี
4.	ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บรักษาและจัดเก็บได้ง่าย	4.47	0.50	ระดับดี
5.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่บ่งบอกถึงการใช้งานได้จริง	4.52	0.58	ระดับดีมาก
6.	ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ผู้บริโภค	4.52	0.59	ระดับดีมาก

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
7.	ผลิตภัณฑ์ตอบสนองเรื่องราคา และต้นทุนการผลิต	4.43	0.59	ระดับดี
ด้านความงาม				
1.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ รูปร่าง รูปทรง ลวดลาย และสี	4.20	0.71	ระดับดี
2.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการใช้งานเฉพาะ แปลกใหม่ หรือไม่ซ้ำใคร	4.60	0.68	ระดับดีมาก
3.	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ มีความเข้ากันดีขององค์ประกอบโดยรวม	4.61	0.49	ระดับดีมาก
4.	ผลิตภัณฑ์มีการตกแต่งที่น่าสนใจ	4.48	0.54	ระดับดี
5.	ผลิตภัณฑ์มีรูปทรงที่สม่ำเสมอ ไม่บิดเบี้ยว ดูมั่นคง แข็งแรง	4.36	0.66	ระดับดี
6.	ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่สมมาตร สมสัดส่วน เหมาะสำหรับการใช้งานจริง	4.60	0.49	ระดับดีมาก
ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน				
1.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการผลิตแบบผสมผสานทั้งวัสดุหลัก วัสดุประกอบ รวมถึงการประกอบ มีความเหมาะสมเข้ากับชิ้นงานอย่างกลมกลืน	4.43	0.57	ระดับดี
2.	ความทนทานต่อการใช้งานในสภาพแวดล้อมปกติ	4.59	0.49	ระดับดีมาก
3.	การบำรุงรักษาสะดวก และไม่ยุ่งยาก	4.48	0.50	ระดับดี
ด้านวัสดุ				
1.	วัสดุในการผลิตมีคุณภาพ แข็งแรงคงทน	4.38	0.58	ระดับดี
2.	มีการใช้วัสดุหลักของกลุ่มงานหัตถกรรม ได้อย่างสูงสุด	4.61	0.49	ระดับดีมาก
3.	มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต	4.63	0.49	ระดับดีมาก
4.	วัสดุที่ใช้ มีความปลอดภัยต่อร่างกาย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	4.58	0.50	ระดับดีมาก
5.	ขั้นตอนการบวนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุ	4.54	0.50	ระดับดีมาก
6.	วัสดุหลักสามารถตอบโจทย์การพัฒนาสู่รูปแบบอื่นๆ ได้ดี	4.56	0.50	ระดับดีมาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่าความพึงพอใจความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ ผู้การเป็นของที่ระลึก ชุดที่ 3 ชุดของตกแต่งสะสม หัวข้อดังต่อไปนี้

1) ด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 5 ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่บ่งบอกถึงการใช้งานได้จริง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.52$; S.D. = 0.58) ข้อ 6 ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.52$; S.D. = 0.59) และข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.50$; S.D. = 0.59) ตามลำดับ




2) ด้านความงาม ระลึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ มีความเข้ากันดีขององค์ประกอบโดยรวม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.61$; S.D. = 0.49) ข้อ 6 ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่สมมาตร สมสัดส่วน เหมาะสำหรับการใช้งานจริง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.60$; S.D. = 0.49) และข้อ 2 ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการใช้งานเฉพาะ แปลกใหม่ หรือไม่ซ้ำใคร มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.60$; S.D. = 0.68) ตามลำดับ

3) ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ 2 ความทนทานต่อการใช้งานในสภาพแวดล้อมปกติ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.59$; S.D. = 0.49) ข้อ 3 การบำรุงรักษาสะดวก และไม่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.48$; S.D. = 0.50) และข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการผลิตแบบผสมผสานทั้งวัสดุหลัก วัสดุประกอบ รวมถึงการประกอบ มีความเหมาะสมเข้ากับชิ้นงานอย่างกลมกลืน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.43$; S.D. = 0.57) ตามลำดับ

4) ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 3 มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.63$; S.D. = 0.49) ข้อ 2 มีการใช้วัสดุหลักของกลุ่มงานหัตถกรรม ได้อย่างสูงสุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.61$; S.D. = 0.49) และข้อ 4 วัสดุที่ใช้ มีความปลอดภัยต่อร่างกาย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.58$; S.D. = 0.50) ตามลำดับ

ผลการประเมินขั้นพัฒนาแบบร่าง 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชุดที่ 1 ของใช้ส่วนตัว, ชุดที่ 2 ชุดสินค้าแฟชั่น และชุดที่ 3 ชุดตกแต่งสะสม

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ครั้งที่ 2

ชุดผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ผลความพึงพอใจ
ชุดที่ 1 ของใช้ส่วนตัว 	4.10	0.75	ระดับดี
ชุดที่ 2 ชุดสินค้าแฟชั่น 	4.32	0.62	ระดับดี
ชุดที่ 3 ชุดตกแต่งสะสม 	4.50	0.55	ระดับดีมาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ประเภทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชุด 1 , ชุด 2 และ ชุด 3 (ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ครั้งที่ 2) ชุดที่ 3 ชุดตกแต่งสะสม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.50 (S.D = 0.55) รองลงมา คือ ชุดที่ 2 ชุดสินค้าแฟชั่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 (S.D = 0.62) และชุดที่ 1 ของใช้ส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.10 (S.D = 0.75) ตามลำดับ

4.3.6 ผลการวิเคราะห์ การพัฒนาต้นแบบของที่ระลึกสู่การผลิตจริง

ผลจากการสำรวจแบบสอบถามเรื่อง ความเป็นไปได้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก จากเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ชำตันพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับดีมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงเริ่มกระบวนการ การทำต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก เพื่อตรวจสอบว่าสามารถพัฒนาหรือผลิตต้นแบบได้หรือไม่ หรือมีปัญหาและอุปสรรคใดในกระบวนการผลิต ก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตต้นแบบจริงเพื่อเผยแพร่

1) การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (ชุดที่ 1) ของใช้ส่วนตัว จากผ้าบาติก



ภาพที่ 4.30 แสดงการพัฒนาต้นแบบของที่ระลึกสู่การผลิตจริง (ชุดที่ 1) ของใช้ส่วนตัว
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

จากการการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ชุดของใช้ส่วนตัวจากผ้าบาติก เป็นการพัฒนาต้นแบบจากแบบร่าง 3 มิติ และต้นแบบการตัดเย็บเบื้องต้น พบว่าในการขึ้นต้นแบบจริงในส่วนของกล่องทิชชู หมอนรองคอ และหมอนซุกมือ ไม่มีปัญหาในการเย็บ เนื่องจากเป็นการเย็บด้วยจักร และขึ้นงานไม่ได้มีความซับซ้อน จึงทำให้การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ต้นแบบนั้นไม่มีปัญหา เพียงแต่มีการปรับปรุงรูปแบบหน้าตาของผลิตภัณฑ์ต้นแบบให้ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

2) การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (ชุดที่ 2) สีน้าแพชั่น จากเส้นใยตาลโตนด

ต้นแบบพัฒนาครั้งที่ 1



หมวกโพน



หมวกกระสวย



หมวกช้อน

ต้นแบบพัฒนาครั้งที่ 2



หมวกโพน



หมวกกระสวย



หมวกช้อน

ภาพที่ 4.31 แสดงการพัฒนาต้นแบบของที่ระลึกสู่การผลิตจริง (ชุดที่ 2)

หมวกจากเส้นใยตาลโตนด

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

จากการการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ต้นแบบ หมวกจากเส้นใยตาลโตนด พบว่าการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ต้นแบบหมวกจากเส้นใยตาลโตนด รูปแบบหมวกโพน และรูปแบบหมวกกระสวย พบว่าในการขึ้นต้นแบบจริงนั้นไม่มีปัญหา แต่รูปแบบช้อนต้องมีการศึกษาเรื่องเทคนิคการการตัดเย็บเพิ่มเติม ซึ่งในส่วนของการเย็บตัวหมวกกระสวยจะใช้จักรในการเย็บเพื่อให้เกิดความคงทนแข็งแรง ส่วนของการตกแต่งภายนอกขอบกระเป่าเพื่อให้กระเป่ามีลักษณะเป็นงานทำมือ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการเย็บด้วยมือในส่วนของการเก็บขอบความเรียบร้อยและการตกแต่งภายนอก

3) การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (ชุดที่ 3) ของตักแต่งสะสม จากไม้ตาลโตนด

ต้นแบบพัฒนาครั้งที่ 1



ตักตาลี MR.โฟน



ตักตาลี MR.ซ้อบ



ตักตาลี MISS.ระซ้อบ

ต้นแบบพัฒนาครั้งที่ 2



ตักตาลี MR.โฟน



ตักตาลี MR.ซ้อบ



ตักตาลี MISS.ระซ้อบ

ภาพที่ 4.32 แสดงการพัฒนาต้นแบบของที่ระลึกสู่การผลิตจริง (ชุดที่ 3) ของตักตาลี
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

จากการการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ของประดับตกแต่ง จากไม้ตาลโตนด นั้นไม่มีปัญหาเนื่องจากกระบวนการกลึงนั้นไม่ได้มีความยากหรือซับซ้อน ทำให้การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ทั้ง 3 แบบนั้นสามารถผลิตได้ตามรูปแบบที่กำหนด

จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ชุดการแบบประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว (ครั้งที่ 3) การพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ในส่วนที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 100 จำแนกเป็นเพศหญิง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53 และเพศชายจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 47 จัดอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-25 ปี

มากที่สุด จำนวน 24คน คิดเป็นร้อยละ 24 อยู่ในช่วงการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 มีกลุ่มอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา มากที่สุด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40 โดยใช้เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของได้ดังนี้

ตารางที่ 4.15 ข้อมูลทั่วไป

ผู้ประเมิน		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	53	53.00
	หญิง	47	47.00
	Total	100	100.00
อายุ	15-20 ปี	14	14.00
	21-25 ปี	24	24.00
	26-30 ปี	22	22.00
	31-35 ปี	21	21.00
	36-40 ปี	17	17.00
	41 ปีขึ้นไป	2	2.00
	Total	100	100.00
การศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	8	8.00
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	11	11.00
	อนุปริญญา / ปวส.	10	10.00
	ปริญญาตรี	35	35.00
	ปริญญาโท	29	29.00
	ปริญญาเอก	7	7.00
	Total	100	100.00
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	40	40.00
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	14	14.00
	พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท	17	17.00
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	24	24.00
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	5	5.00
	Total	100	100.00

การวิเคราะห์ข้อมูล ความหมายค่าเฉลี่ย (Mean) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง ผลการประเมินในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อยมาก

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ร้อยละ (Percentage)
2. ค่าเฉลี่ย (Mean)
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

S.D แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1. ผลการประเมินความพึงพอใจการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดของใช้ส่วนตัว ภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี..... (\bar{X} =4.48.....; S.D. =0.58.....) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} =4.35.....; S.D. =0.63.....) ด้านคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} =4.47.....; S.D. =0.55.....) ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} =4.48.....; S.D. =0.57.....) ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} =4.50.....; S.D. =0.60.....) ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.51 S.D. =0.63.....) และด้านราคาและการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} =4.64.....; S.D. =48.....)



ภาพที่ 4.33 แสดงการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดของใช้ส่วนตัว

ที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดของใช้ส่วนตัว

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์				
1.	ผลิตภัณฑ์แสดงออกถึงประเพณี	4.61	0.60	ระดับดีมาก
2.	ผลิตภัณฑ์สามารถใช้ได้หลายวาระโอกาสและสถานที่	4.01	0.72	ระดับดี
3.	ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และมีความแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด	4.48	0.67	ระดับดี
4.	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน	4.37	0.53	ระดับดี
5.	ผลิตภัณฑ์ออกแบบโดยเน้นประโยชน์ใช้สอยได้คุ้มค่า	4.28	.64	ระดับดี
ด้านคุณสมบัติ				
1.	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย	4.40	0.51	ระดับดี
2.	ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่	4.55	0.54	ระดับดีมาก
3.	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดได้ง่าย	4.61	0.49	ระดับดีมาก
4.	ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการพกพาและซื้อฝาก	4.30	0.64	ระดับดี
ด้านวัสดุ				
1.	ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุท้องถิ่น	4.54	0.54	ระดับดีมาก
2.	วัสดุแสดงถึงอัตลักษณ์ของงานหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.48	0.61	ระดับดี
3.	มีการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมต่อการใช้งาน	4.62	0.49	ระดับดีมาก
4.	ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ	4.56	0.50	ระดับดีมาก
5.	ขั้นตอนการบวนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุ	4.49	0.54	ระดับดี
6.	มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต	4.18	0.74	ระดับดี
ด้านความงาม				
1.	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่มีความหรูหรา / สวยงาม	4.55	0.54	ระดับดีมาก
2.	รูปร่างของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามสมัยนิยม	4.56	0.50	ระดับดีมาก

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
3.	ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบ รูปทรง สี สีสันสวยงาม น่าซื้อ น่าสนใจ	4.49	0.67	ระดับดี
4.	ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และความแปลกใหม่	4.43	0.70	ระดับดี
5.	สี สัน และลวดลายของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน	4.47	0.59	ระดับดี
ด้านประโยชน์ใช้สอย				
1.	มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย	4.52	0.67	ระดับดีมาก
2.	ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย	4.66	0.48	ระดับดีมาก
3.	รูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย	4.35	0.74	ระดับดี
ด้านราคาและการจัดจำหน่าย				
1.	ราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.58	0.50	ระดับดีมาก
2.	มีป้ายบอกราคาชัดเจน	4.54	0.50	ระดับดีมาก
3.	ผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มให้กับวัสดุที่มีในท้องถิ่น	4.68	0.47	ระดับดีมาก
4.	ผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	4.76	0.43	ระดับดีมาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ความพึงพอใจการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดของใช้ส่วนตัว หัวข้อดังต่อไปนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์แสดงออกถึงประเพณี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.61$; S.D = 0.60) ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และมีความแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.48$; S.D = 0.67) และข้อ 4 ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.28$; S.D = 0.64) ตามลำดับ

2) ด้านคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.61$; S.D = 0.49) ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความแข็งแรง ทนทานต่อการ

ใช้งานตามหน้าที่ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.55$; S.D = 0.54) และข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลายมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.40$; S.D = 0.51) ตามลำดับ

3) ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 3 มีการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.62$; S.D = 0.49) ข้อ 4 ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.56$; S.D = 0.50) และข้อ 1 ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.54$; S.D = 0.54) ตามลำดับ

4) ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2 รูปทรงของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามสมันิยม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.56$; S.D = 0.50) ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่มีความหรูหรา / สวยงาม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.55$; S.D = 0.54) และข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบ รูปทรง สี สันสวยงาม น่าซื้อน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.49$; S.D = 0.67) ตามลำดับ

5) ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.66$; S.D = 0.48) ข้อ 1 มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.52$; S.D = 0.67) และข้อ 3 รูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.35$; S.D = 0.74) ตามลำดับ

6) ด้านราคาและการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 4 ผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.76$; S.D = 0.43) ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มให้กับวัสดุที่มีในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.68$; S.D = 0.47) และข้อ 1 ราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.58$; S.D = 0.50) ตามลำดับ

2. ผลการประเมินความพึงพอใจการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดสินค้าแฟชั่น ภาพรวมจัดอยู่ในระดับ ดี ($\bar{X} = 4.37$; S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.41$; S.D. = 0.54) ด้านคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.29$; S.D. = 0.63) ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.29$; S.D. = 0.63) ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.33$; S.D. = 0.64) ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.38$; S.D. = 0.60) และด้านราคาและการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.44$; S.D. = 0.57)



ภาพที่ 4.34 แสดงการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดสินค้าแฟชั่น

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดสินค้าแฟชั่น

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์				
1.	ผลิตภัณฑ์แสดงออกถึงประเพณี	4.87	0.49	ระดับดีมาก
2.	ผลิตภัณฑ์สามารถใช้ได้หลายวาระโอกาสและสถานที่	3.83	0.43	ระดับดี
3.	ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และมีความแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด	4.36	0.63	ระดับดี
4.	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน	4.52	0.63	ระดับดีมาก
5.	ผลิตภัณฑ์ออกแบบโดยเน้นประโยชน์ใช้สอยได้คุ้มค่า	4.47	0.50	ระดับดี
ด้านคุณสมบัติ				
1.	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย	3.92	0.44	ระดับดี
2.	ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่	4.70	0.69	ระดับดีมาก
3.	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดได้ง่าย	4.16	0.68	ระดับดี
4.	ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการพกพาและซื้อฝาก	4.38	0.69	ระดับดี
ด้านวัสดุ				

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
1.	ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุท้องถิ่น	4.72	0.64	ระดับดีมาก
2.	วัสดุแสดงถึงอัตลักษณ์ของงานหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.88	0.57	ระดับดี
3.	มีการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมต่อการใช้งาน	4.22	0.69	ระดับดี
4.	ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ	4.41	0.73	ระดับดี
5.	ขั้นตอนการบวนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุ	4.45	0.58	ระดับดี
6.	มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต	4.32	0.62	ระดับดี
ด้านความงาม				
1.	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่มีความหรูหรา / สวยงาม	4.73	0.66	ระดับดีมาก
2.	รูปร่างของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามสมัยนิยม	3.96	0.49	ระดับดี
3.	ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบ รูปร่าง สี สันสวยงาม น่าซื้อ น่าสนใจ	4.16	0.69	ระดับดี
4.	ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และความแปลกใหม่	4.60	0.62	ระดับดีมาก
5.	สี สัน และลวดลายของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน	4.44	0.52	ระดับดี
ด้านประโยชน์ใช้สอย				
1.	มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย	4.08	0.31	ระดับดี
2.	ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย	4.74	0.66	ระดับดีมาก
3.	รูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย	4.25	0.52	ระดับดี
ด้านราคาและการจัดจำหน่าย				
1.	ราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.77	0.58	ระดับดีมาก
2.	มีป้ายบอกราคาชัดเจน	4.09	0.43	ระดับดี
3.	ผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มให้กับวัสดุที่มีในท้องถิ่น	4.30	0.61	ระดับดี
4.	ผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	4.59	0.64	ระดับดีมาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ความพึงพอใจการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดที่ 2 สินค้าแฟชั่น หัวข้อดังต่อไปนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์แสดงออกถึงประเพณี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.87$; S.D = 0.49) ข้อ 4 ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.52$; S.D = 0.63) และข้อ 5 ผลิตภัณฑ์ออกแบบโดยเน้นประโยชน์ใช้สอยได้คุ้มค่า มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.47$; S.D = 0.50) ตามลำดับ

2) ด้านคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.70$; S.D = 0.69) ข้อ 4 ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการพกพาและซื้อฝาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.38$; S.D = 0.69) และข้อ 3 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.16$; S.D = 0.68) ตามลำดับ

3) ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.72$; S.D = 0.64) ข้อ 5 ขั้นตอนการบวนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.45$; S.D = 0.58) และข้อ 4 ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.41$; S.D = 0.73) ตามลำดับ

4) ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่มีความหรูหรา / สวยงาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.73$; S.D = 0.66) ข้อ 4 ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และความแปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.60$; S.D = 0.62) และข้อ 5 สีสันทันและลวดลายของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.44$; S.D = 0.52) ตามลำดับ

5) ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.74$; S.D = 0.66) ข้อ 3 รูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.25$; S.D = 0.52) และข้อ 1 มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.08$; S.D = 0.31) ตามลำดับ

6) ด้านราคาและการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 1 ราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.77$; S.D = 0.58) ข้อ 4 ผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.59$; S.D = 0.64) และข้อ 3 ผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มให้กับวัสดุที่มีในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.30$; S.D = 0.64) ตามลำดับ

3. ผลการประเมินความพึงพอใจการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดของตกแต่งสะสม ภาพรวมจัดอยู่ในระดับ ดีมาก ($\bar{X} = 4.50$; S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.48$; S.D. = 0.54) ด้านคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.47$; S.D. = 0.56) ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.53$; S.D. = 0.51) ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.50$; S.D. = 0.55) ด้านประโยชน์

ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.54$; S.D. = 0.50) ด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.44$; S.D. = 0.51) และด้านราคาและการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.51$; S.D. = 0.48)



ภาพที่ 4.35 แสดงการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดของตกแต่งสะสม
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดของตกแต่งสะสม

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์				
1.	ผลิตภัณฑ์แสดงออกถึงประเพณี	4.54	0.59	ระดับดีมาก
2.	ผลิตภัณฑ์สามารถใช้ได้หลายวาระโอกาสและสถานที่	4.33	0.47	ระดับดี
3.	ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และมีความแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด	4.54	0.58	ระดับดีมาก
4.	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน	4.55	0.50	ระดับดีมาก
5.	ผลิตภัณฑ์ออกแบบโดยเน้นประโยชน์ใช้สอยได้คุ้มค่า	4.44	0.54	ระดับดี
ด้านคุณสมบัติ				
1.	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย	4.26	0.66	ระดับดี

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
2.	ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่	4.62	0.51	ระดับดีมาก
3.	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดได้ง่าย	4.52	0.54	ระดับดีมาก
4.	ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการพกพาและซื้อฝาก	4.48	0.54	ระดับดี
ด้านวัสดุ				
1.	ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุท้องถิ่น	4.32	0.47	ระดับดี
2.	วัสดุแสดงถึงอัตลักษณ์ของงานหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.63	0.49	ระดับดีมาก
3.	มีการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมต่อการใช้งาน	4.53	0.52	ระดับดีมาก
4.	ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ	4.33	0.47	ระดับดี
5.	ขั้นตอนการบวนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุ	4.26	0.66	ระดับดี
6.	มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต	4.63	0.51	ระดับดีมาก
ด้านความงาม				
1.	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่มีความหรูหรา / สวยงาม	4.33	0.47	ระดับดี
2.	รูปร่างของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามสมัยนิยม	4.66	0.48	ระดับดีมาก
3.	ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบ รูปร่าง สี สันสวยงาม น่าชื่อน่าสนใจ	4.50	0.58	ระดับดีมาก
4.	ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และความแปลกใหม่	4.54	0.50	ระดับดีมาก
5.	สี สัน และลวดลายของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน	4.49	0.73	ระดับดี
ด้านประโยชน์ใช้สอย				
1.	มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย	4.41	0.49	ระดับดี
2.	ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย	4.70	0.46	ระดับดีมาก
3.	รูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย	4.50	0.54	ระดับดีมาก
ด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ				
1.	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.30	0.50	ระดับดี
2.	บรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์	4.57	0.52	ระดับดีมาก
ด้านราคาและการจัดจำหน่าย				
1.	ราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.18	0.41	ระดับดี

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
2.	มีป้ายบอกราคาชัดเจน	4.69	0.46	ระดับดีมาก
3.	ผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มให้กับวัสดุที่มีในท้องถิ่น	4.57	0.52	ระดับดีมาก
4.	ผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	4.60	0.51	ระดับดีมาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ความพึงพอใจการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดของตกแต่งสะสมหัวข้อดังต่อไปนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 4 ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.55$; S.D = 0.50) ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และมีความแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.54$; S.D = 0.58) และข้อ 1 ผลิตภัณฑ์แสดงออกถึงประเพณี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.54$; S.D = 0.59)ตามลำดับ

2) ด้านคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.62$; S.D = 0.51) ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.52$; S.D = 0.54) และข้อ 4 ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการพกพาและซื้อฝาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.48$; S.D = 0.54) ตามลำดับ

3) ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2 วัสดุแสดงถึงอัตลักษณ์ของงานหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.63$; S.D = 0.49) ข้อ 6 มีขนาด โครงสร้างที่เหมาะสมกับการผลิต มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.63$; S.D = 0.51) และข้อ 3 มีการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.53$; S.D = 0.52) ตามลำดับ

4) ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2 รูปทรงของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามสมัยนิยม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.66$; S.D = 0.48) ข้อ 4 ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และความแปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.54$; S.D = 0.50) และข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบ รูปทรง สีสันสวยงาม น่าซื้อน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.50$; S.D = 0.58) ตามลำดับ

5) ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.70$; S.D = 0.46) ข้อ 3 รูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.50$; S.D = 0.54) และข้อ 1 มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.41$; S.D = 0.49) ตามลำดับ


6) ด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับ คือ ข้อ 2 บรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.57$; S.D = 0.52) และข้อ 1 บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.30$; S.D = 0.50) ตามลำดับ

7) ด้านราคาและการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ข้อ 2 มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.69$; S.D = 0.46) ข้อ 4 ผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.60$; S.D = 0.51) และข้อ 3 ผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มให้กับวัสดุที่มีในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.57$; S.D = 0.52) ตามลำดับ

ผลการประเมินความพึงพอใจการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ชุดที่ 1 ชุดของใช้ส่วนตัว, ชุดที่ 2 ชุดสินค้าแฟชั่น และ ชุดที่ 3 ชุดของตกแต่งสะสม

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ครั้งที่ 3

ชุดผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ผลความพึงพอใจ
ชุดที่ 1 ชุดของใช้ส่วนตัว 	4.48	0.58	ระดับดี
ชุดที่ 2 ชุดสินค้าแฟชั่น 	4.37	0.58	ระดับดี

ชุดผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ผลความพึงพอใจ
ชุดที่ 3 ชุดของตกแต่งสะสม  ตุ๊กตาไม้ MR. โผน ตุ๊กตาไม้ MR. ม้วน ตุ๊กตาไม้ MISS. ระชนิ	4.50	0.52	ระดับดีมาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ประเภทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชุด 1 , ชุด 2 และชุด 3 (ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ครั้งที่ 3) ชุดที่ 3 มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.50 (S.D = 0.52) รองลงมา คือ ชุดที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (S.D = 0.58) และชุดที่ 2 มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.37 (S.D = 0.58) ตามลำดับ

4.3.7 ผลการวิเคราะห์ ต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงเพื่อเผยแพร่

จากกระบวนการออกแบบที่กล่าวมาในข้างต้น พบว่า ต้นแบบผลิตภัณฑ์มีการพัฒนาอยู่ในระดับดี ผลจากการวิเคราะห์ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก สามารถนำไปสู่การผลิตต้นแบบจริงเพื่อเผยแพร่

1) ต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงเพื่อเผยแพร่ ชุดที่ 1 คือ ชุดของใช้ส่วนตัว ประกอบด้วย ก่องใส่ที่ซุช หมอนรองคอ และหมอนซุกมือ ต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงมีความแข็งแรง ใช้งานได้จริง มีสีสันสดใส สามารถใช้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้อย่างคุ้มค่า



ภาพที่ 4.36 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงเพื่อเผยแพร่ (ชุดที่ 1) ของใช้ส่วนตัว
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

2) ต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงเพื่อเผยแพร่ ชุดที่ 2 คือ ชุดสินค้าแฟชั่น ประกอบด้วย หมวก 3 รูปแบบ ได้แก่ หมวกโพน หมวกข้อง และหมวกกระดังงา ซึ่งต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงมีความแข็งแรง ยืดหยุ่น ใช้งานได้จริง มีการใช้วัสดุของกลุ่มร้อยละ 90 และมีวัสดุอื่นในการประกอบให้สมบูรณ์เพียง 10%



ภาพที่ 4.37 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงเพื่อเผยแพร่ (ชุดที่ 2) สินค้าแฟชั่น
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

3) ต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงเพื่อเผยแพร่ ชุดที่ 3 คือ ชุดของตกแต่งสะสม เป็นตุ๊กตาไม้จากไม้ตาลโตนด ผ่านวิธีการกลึง ซึ่งต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงมีความแข็งแรง คงทน ขนาดพอดีเหมาะสำหรับเป็นของที่ระลึก และสามารถเพิ่มมูลค่าด้วยการทำบรรจุภัณฑ์ได้ ที่สำคัญ คือ วัสดุของกลุ่มร้อยละ 90% และมีวัสดุอื่นในการประกอบให้สมบูรณ์เพียง 10%



ภาพที่ 4.38 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงเพื่อเผยแพร่ (ชุดที่ 3) ของตกแต่งสะสม
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

4.4 การเสนอแนวทางในการประยุกต์นำเอาภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นมา ออกแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของภาคใต้

จากกระบวนการ การออกแบบที่ผ่านมา พบว่า ต้นแบบผลิตภัณฑ์สามารถนำไปสู่การผลิตขึ้นงานจริงเพื่อเผยแพร่ได้ และผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับดีมาก ซึ่งผู้วิจัยต้องการเสนอให้เป็นแนวทางการเลือกของกลุ่ม ในการต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ให้มีความแปลกใหม่ การใช้งานที่หลากหลายขึ้น สะท้อนให้เห็นว่า วัสดุหลักของกลุ่ม สามารถเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ ซึ่งตรงตามความต้องการทางการตลาดในปัจจุบันของกลุ่มนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น น่าสนใจ สามารถใช้ประโยชน์ได้จริง และในผลิตภัณฑ์มีการใช้วัสดุ ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของงานหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มได้เป็นอย่างดี รวมทั้งผลิตภัณฑ์ยังสามารถแสดงออกถึงแนวความคิดในเรื่อง เครื่องดนตรีในประเพณีลากพระได้อย่างชัดเจน จนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีคุณค่าและความหมายได้ดี

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้มองเห็นถึงการต่อยอดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ในส่วนโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ที่มีรายละเอียดสื่อถึงแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ และเพิ่มความน่าสนใจ ด้วยการใส่เรื่องราวที่มา

ของการเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชิ้นนั้นๆ ด้วยการพิมพ์ป้าย TAG ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีคุณค่าและมูลค่าที่เพิ่มขึ้น นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้เกิดความน่าสนใจและคุณค่าของตัววัสดุพื้นถิ่นได้เป็นอย่างดี

4.4.1 แนวทางการต่อยอดผลิตภัณฑ์

1) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ชุดที่ 1) ของใช้ส่วนตัว

บรรจุภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์เซตนี้สามารถใช้งานได้ทันที ไม่จำเป็นต้องมีบรรจุภัณฑ์ห่อบรรจุ แต่เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่ามากขึ้น ทางผู้วิจัยได้ทำ TAG ใส่ Story ให้กับผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจและเข้าใจถึงการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ผ่านผลิตภัณฑ์ได้

ต้นทุน หมอนรองคอ ใช้ผ้าบาติกพื้นท์ลาย จำนวน 1 หลา / ชุด ผ้า نیمขาว ½ หลา กล่องทิชชู ใช้ผ้าบาติกพื้นท์ลาย จำนวน 1 สกรู / ชุด ผ้า نیمขาว 1 หลา และหมอนซุกมือ ใช้ผ้าบาติกพื้นท์ลาย จำนวน ½ หลา / ชุด ผ้า نیمขาว ½ หลา รวมราคาต้นทุนของประกอบต่างๆ และค่าแรงในการผลิตเซตของใช้ส่วนตัว หมอนรองคอ ประมาณ 280 บาท กล่องทิชชู ประมาณ 300 บาท หมอนซุกมือ ประมาณ 250 บาท

ราคาจำหน่าย หมอนรองคอ ราคา 400 บาท กล่องใส่ทิชชู ราคา 450 บาท หมอนซุกมือ ราคา 380 บาท กรณีซื้อมากเซต ราคา 1,150 บาท

ความพร้อมในการผลิต ทางกลุ่มโคมเมทร์บาติก สามารถผลิตชิ้นงานเฉลี่ยประมาณ 5 เซต ต่อสัปดาห์



ภาพที่ 4.39 แสดงการแนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ชุดที่ 1) ของใช้ส่วนตัว

แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

2) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ชุดที่ 2) สินค้าแฟชั่น หมวก

บรรจุภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์เซตนี้สามารถใช้งานได้ทันที ไม่จำเป็นต้องมีบรรจุภัณฑ์ห่อบรรจุ แต่เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่ามากขึ้น ทางผู้วิจัยได้ทำ TAG ใส่ Story และแนวคิดให้กับผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจและเข้าใจถึงการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ผ่านผลิตภัณฑ์ได้

ต้นทุน หมวกโพน ใช้เส้นใยตาลโตนด หน้ากว้าง 50 x 90 เซนติเมตร หมวกซื้อง ใช้เส้นใยตาลโตนด จำนวน 50 x 150 เซนติเมตร, และหมวกระฆัง ใช้เส้นใยตาลโตนด จำนวน 50 x 60 เซนติเมตร รวมราคาต้นทุนและของประกอบต่างๆ และค่าแรงในการผลิตเซตของใช้แฟชั่น หมวกโพน ประมาณ 600 บาท หมวกซื้อง ประมาณ 1,200 บาท และหมวกระฆัง ประมาณ 700 บาท

ราคาจำหน่าย หมวกโพน ราคา 1,000 บาท, หมวกซื้อง ราคา 2,500 บาท และหมวกระฆัง ราคา 1,200 บาท

ความพร้อมในการผลิต เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีความละเอียดในขั้นตอนการทำและตัดเย็บ ทำให้แต่ละชิ้นงานมีระยะเวลาผลิตที่ค่อนข้างนาน หมวกโพน สามารถผลิตได้เฉลี่ย 5 ชิ้น / สัปดาห์ หมวกซื้องมีขนาดใหญ่ สามารถผลิตได้ 2-3 ชิ้น / สัปดาห์ และหมวกระฆังสามารถผลิตได้ประมาณ 6-7 ชิ้น / สัปดาห์ รวมระยะเวลาในตัดรูปทรงของหมวก



ภาพที่ 4.40 แสดงการแนวทางการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ชุดที่ 2) สินค้าแฟชั่น หมวก แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

3) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ชุดที่ 3) ของตกแต่งสะสม ตุ๊กตาไม้

บรรจุภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์เซตนี้เป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นเล็ก เหมาะแก่การประดับตกแต่ง ผู้วิจัยจึงทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขึ้น เพื่อให้สินค้าสามารถใช้เป็นของฝาก ของที่ระลึกได้ สะดวกในการเก็บ รวมทั้งการทำ TAG และใส่ Story แนวคิดให้กับผลิตภัณฑ์ เกิดความ

น่าสนใจและเข้าใจถึงการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ผ่านผลิตภัณฑ์ได้ บรรจุภัณฑ์สามารถประกอบได้ง่าย และรวดเร็ว พร้อมทั้งมีตัวอักษรแสดงชื่อผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน

ต้นทุน ค่าวัสดุไม้ อุปกรณ์ตกแต่งประกอบ และค่าแรง ประมาณ 50 บาท / ชิ้น แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์เซตนี้มีขนาดเล็ก กระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน สามารถผลิตได้ครั้งละหลาย ชิ้น ทำให้ราคาต่างๆ อาจลดลงได้

ราคาจำหน่าย กรณีขายแยกรายชิ้น พร้อมบรรจุภัณฑ์ ราคาอยู่ที่ประมาณ 120 บาท / ชิ้น และขายยกเซตเป็นบรรจุภัณฑ์ชุด ราคาประมาณ 300 บาท / เซต

ความพร้อมในการผลิต ทางกลุ่มสามารถผลิตชิ้นงานได้หลายชิ้น เนื่องจากมีเครื่องมือ เครื่องจักรในการผลิต (เครื่องกลึง) และวัสดุไม้ตาลที่พร้อมต่อการใช้งาน ซึ่งสามารถผลิตได้ประมาณ 15-20 ตัว / สัปดาห์



ภาพที่ 4.41 แสดงการแนวทางการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ชุดที่ 3) ของตกแต่งสะสม ตุ๊กตาไม้ แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการ (2563)

4.4.2 แนวทางการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ในการเสนอแนวทางการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวนั้น ทางผู้วิจัยมองเห็นถึงความสำคัญของตัวพื้นที่เป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นทั้งแหล่งวัฒนธรรมที่ชัดเจนและเป็นแหล่งวัสดุพื้นถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ ดังนั้นการต่อยอดแนวทางการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคตต้องคำนึงถึงความพร้อมของชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่างๆ ที่จะต้องรองรับการมาเยือนถิ่นของนักท่องเที่ยวที่จะก่อให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีรายได้ของชุมชน และยกระดับการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมให้มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยมีแนวทางการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมสร้างสรรค์พื้นที่ ดังนี้

- 1) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้อง
- 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 3) วิธีการจำหน่าย และแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

1) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้อง (ตามแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เครื่องดนตรี ประโคมเรือพระ)

เมื่อกล่าวถึงอำเภอสทิงพระ ทุกคนล้วนนึกถึงเมืองแห่งความเก่าแก่ที่มีเรื่องราวในประวัติศาสตร์มากมาย ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิตของคน ประเพณี ประวัติศาสตร์ของไทย โดยเฉพาะวัด ซึ่งอำเภอสทิงพระ นั้นมีวัดวาอารามมากมาย เรียกได้ว่ามีอยู่ทุกพื้นที่ โดยเฉพาะวัดพะโคะ หรือวัดราชประดิษฐาน ที่ต้องแวะเข้าไปสักการะ “หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด”

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากการศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ตามรอยหลวงปู่ทวดที่อำเภอสทิงพระ จัดการโดยชาวชุมชนชุมพลและชุมชนดีหลวง ซึ่งเป็นชุมชนที่ตั้งรายล้อมวัดพะโคะ โดยพื้นที่ดังกล่าวมีโบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญ เช่น สระพังพระ ถ้ำคูหา วัดต้นเลียบ วัดดีหลวง ศาลาอธิการแก้ว พุทธมณี วัดชะลอน สำนักสงฆ์นาเปล และวัดพะโคะ รวมถึงวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ มีถนนสายโหนดที่มีต้นตาลโตนตลอดสองฝั่งถนน ที่มีทัศนียภาพที่สวยงามควบคู่ไปกับการทำนา นอกจากนี้ยังมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโหนด “ดาวราย” กลุ่มโหนดทั้ง กลุ่มผ้าบาติกโกเมนทร์ และกลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชร ปลายนา

จากเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ลุ่มน้ำสทิงพระ ผู้วิจัยจึงได้คิดเส้นทางกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้อง กิจกรรมที่เกิดจากประเพณีลากพระ ในช่วงก่อนการลากพระ ชาวบ้านจะทำการตกแต่งเรือพระตามวัดต่างๆ ซึ่งปัจจุบันนั้นยังคงมีการทำเรือพระ เช่น วัดดีหลวง วัดศรีไชย ในขณะที่เดียวกันมีการซ่อมดนตรีที่ใช้ในการประโคมดนตรีเรือพระ หรือเรียกว่า การตีโพน นักท่องเที่ยวที่สนใจสามารถเข้ามาศึกษาการตีโพน ดูจังหวะการตี ทำความรู้จักเพลงที่ใช้ในการประกอบการลาก ที่มีความไพเราะ สนุกสนาน หรือดูเครื่องดนตรีประโคมเรือพระได้ นอกจากนี้อาจได้รับฟังการเล่าเรื่องราวในการลากพระในอดีต ที่เกิดขึ้นจากผู้เฒ่า ผู้แก่ ทำให้ย้อนระลึกถึง

ประวัติศาสตร์ของประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามของภาคใต้ อาจะเดินทางไปยังแหล่งการเรียนรู้ เช่น กลุ่มรำโพน ศูนย์การเรียนรู้ศิลปะพื้นบ้านโนรา และโนราโกลนท่าหิน

เมื่อนักท่องเที่ยวทราบถึงประวัติ ประเพณีการลากพระและแหล่งการเรียนรู้บางครั้ง นักท่องเที่ยวอาจเกิดความรู้สึกอยากมีของที่ระลึกจากพื้นที่ โดยเชื่อมโยงกิจกรรมที่เกิดจากประเพณีให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ นำไปสู่แหล่งผลิตสินค้าที่ระลึก โดยมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าที่ระลึก ดังนี้

กลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปลายนา เป็นจุดเรียนรู้และผลิตสินค้าที่ระลึกจากเครื่องดนตรีที่ใช้ในการประโคมดนตรีเรือพระ โดยทางกลุ่มมีตุ๊กตาเครื่องดนตรี ที่เป็นเซตของที่ระลึกและเป็นของสะสม มีให้เลือก 3 แบบ คือ Mr.โพน Mr.ฆ้อง และ Miss ระฆัง ซึ่งมี Story ที่น่าสนใจ สอดคล้องกับเรื่องราว ประเพณี ให้เหล่านักสะสมได้ซื้อกัน ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้จากธรรมชาติ ในพื้นที่ เช่น ไม้ตาลโตนด กะลามะพร้าว เชือก ซึ่งผลงานดังกล่าวเป็นงานที่ทำมือทั้งหมด และถ้าเกิดนักท่องเที่ยวที่สนใจสามารถลงมือปฏิบัติเองได้ โดยทางกลุ่มจะเตรียมอุปกรณ์ไว้ให้ นักท่องเที่ยวมีหน้าที่ประกอบตกแต่ง ซึ่งเป็นการสนับสนุนการซื้อขายสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวได้ทำเอง และได้รับความรู้ทั้งทางด้านประเพณี วัฒนธรรม รวมถึงการมีส่วนร่วมในการผลิตของที่ระลึก สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวและผู้รับ

นอกเหนือจากกลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปลายนา ยังมีกลุ่มบาติกโกเมนทร์ ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากกลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปลายนา นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ในเซตของใช้ส่วนตัว ซึ่ง มีหมอนชูมือโพน หมอนรองคอระฆัง และกล่องทิชชูฆ้อง ทั้ง 3 รูปแบบได้แนวคิดจากเครื่องดนตรีที่ใช้ในการประโคมดนตรีเรือพระ โดยได้แนวความคิดมาจากจังหวัดการตี โดยแสดงออกโดยการเลือกใช้สีของผ้าบาติก และหน้าตาที่สื่อถึงอารมณ์ จุดเด่นที่นักท่องเที่ยวไม่พลาดก็คือ ความนุ่มของผ้าบาติก ที่มีความนุ่มมากเป็นพิเศษ รวมถึงสีของผ้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ไม่ซ้ำแบบใคร รวมทั้งแนวความคิดที่มี Story ที่น่าสนใจ สอดคล้องกับเรื่องราว ประเพณี ที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสะสมกัน

และสุดท้ายสำหรับนักท่องเที่ยวสายแฟชั่น ชอบพรีอเพกๆ ไม่ซ้ำใคร เพื่อเช็คอินตามวิถีผู้หญิงหรือผู้ชายสมัยใหม่ต้องไม่พลาด ต้องมาที่กลุ่มโหนดทิ้ง ซึ่งอยู่ไม่ไกลจาก 2 กลุ่มที่ผ่านมา กลุ่มโหนดทิ้งนั้น มีเซตของแฟชั่นที่น่าสนใจ 3 รูปแบบคือ หมวกโพน หมวกฆ้อง และหมวกระฆัง ซึ่งทั้ง 3 แบบนี้ ได้แนวความคิดมาจากเครื่องดนตรีประโคมเรือพระ ที่ประสานกับภูมิปัญญาของทางกลุ่มที่ได้นำใยตาลโตนดมาทอขึ้นรูปเป็นผืน สร้างสรรค์ลวดลายที่น่าสนใจ โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเยี่ยมชมการทอใยตาลโตนด รวมถึงขั้นตอนในการผลิตหมวกที่มี Story ที่น่าสนใจ สอดคล้องกับเรื่องราว ประเพณี และสามารถซื้อกลับไปใช้ อีกทั้งได้รับความรู้ ขั้นตอนการผลิต รวมถึงเรื่องราวต่างๆที่ได้สอดใส่ลงไปผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปเล่าเรื่องราวให้ผู้ฟังได้ ผ่านผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ทำ

ให้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม รวมถึงจิตวิญญาณของกลุ่มที่ได้
สร้างสรรค์ผลงานนี้ออกมา



ภาพที่ 4.42 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวเส้นทางวัฒนธรรม
แหล่งที่มา : นักวิจัยโครงการแผน ภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรมภาคใต้
พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (2563)

2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.1) หน่วยงานที่เกิดจากชาวบ้านชุมชนสทิงพระ

ชาวบ้านในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยตรง และมีการ
จัดตั้งหน่วยงานอาสาสมัครต่างๆ ขึ้นมาเพื่อดำเนินงานอนุรักษ์และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยมี
หน่วยงานหลักดังต่อไปนี้

- ชาวบ้านในชุมชน เนื่องด้วยชุมชนสทิงพระ เป็นพื้นที่หลักในการอนุรักษ์ของมรดกโลกทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ตามรอยหลวงปู่ทวด ทำให้ชาวบ้านซึ่งเป็นผู้อาศัยอยู่ในบริเวณนี้มีหน้าที่ในการปฏิบัติดูแลพื้นที่ ซึ่งชาวบ้านในชุมชนทุกคนเป็นผู้ได้รับส่วนได้ส่วนเสียจากการจัดการการท่องเที่ยว ทุกคนจึงมีสิทธิในการแสดงความคิดเห็น เป็นผู้ผลักดันหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานต่างๆ และมีสิทธิในการร่วมประชุมและเสนอความคิดเห็นในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน โดยมีหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา และองค์การบริหารส่วนตำบล ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ ในชุมชนยังมีกลุ่มนักวิชาการต่างๆ ที่เข้ามาให้ความช่วยเหลือในการทำสำรวจและวิจัยให้กับชุมชน นักวิชาการมีส่วนสำคัญในการให้คำแนะนำและตรวจสอบการดำเนินงานของชาวบ้านและสภาพของมรดกวัฒนธรรมในชุมชน

2.2) หน่วยงานภาครัฐ

หน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงานมีส่วนสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมเชิงนโยบาย การกำหนดกฎหมายและการให้การสนับสนุนในการพัฒนา โดยหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องหลักในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนตำบล และสำนักวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา โดยมีส่วนสำคัญในการอนุมัติงบประมาณและส่งเสริมให้มีการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว ทางเข้าออกชุมชนให้มีความสะดวกมากขึ้นและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น เป็นต้น

2.3) หน่วยงานภาคธุรกิจ

หน่วยงานภาคธุรกิจมีส่วนในการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งในทางตรงและทางอ้อม ในทางตรงนั้น หน่วยงานภาคธุรกิจเหล่านี้มีส่วนในการสร้างอุปสงค์ คือ การกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น การขายโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน การให้บริการรถโดยสารเข้าสู่ชุมชน เป็นต้น และการดำเนินงานโดยอ้อม เช่น ส่งออเดอร์ต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการให้แก่ชุมชน เพื่อที่ชุมชนจะนำมาประกอบ ผลิตเป็นสินค้าและบริการการท่องเที่ยว เป็นต้น

3) วิธีการจำหน่าย และแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ผู้วิจัยได้มองขำทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกออกเป็น 2 แหล่ง ได้แก่ การขายในแหล่งพื้นที่ชุมชนการท่องเที่ยว หน้าร้านของกลุ่มหัตถกรรม จุดขายสินค้าของชุมชน และการนำสินค้ามาขายยังแหล่งท่องเที่ยวในเมืองเก่าสงขลา เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวมาเยือนอย่างคับคั่ง มีความพร้อมและสะดวกในการเดินทาง มีรูปแบบการทำกิจกรรมที่ชัดเจน สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

3.1) แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชน

ในขอบเขตพื้นที่อำเภอสีทิงพระ ที่ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการท่องเที่ยวขึ้น มีจุดที่สามารถขายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้ในหลายๆ จุด เช่น บริเวณด้านล่างทางขึ้นวัดพะโคะ ร้านกาแฟบนวัดพะโคะ และตามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าที่ระลึก หรือในอนาคตอาจมีการก่อตั้งศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่สีทิงพระ เป็นต้น

3.2) แหล่งจำหน่ายย่านเมืองเก่า ในการนำผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกจากชุมชนมาขายยังพื้นที่ท่องเที่ยวย่านเมืองเก่านั้น ทางผู้วิจัยมองเห็นว่า อยากให้นักท่องเที่ยวได้รู้ถึงแหล่งผลิต และแหล่งกำเนิดวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการประโคนเครื่องดนตรีในกิจกรรมลากพระ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้ซื้อเกิดความรู้ ความเข้าใจ ในกระบวนการออกแบบจนกระทั่งการผลิตชิ้นงานจริงได้เป็นอย่างดี โดยการทำคิวอาร์ (QR code) บน TAG ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกนั้นๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยยังมองการต่อยอดไปยังการหาแหล่งจำหน่ายให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ การจำหน่ายในร้านกาแฟ ร้านอาหาร เพราะในปัจจุบันร้านอาหารและเครื่องดื่มในย่านเมืองเก่ามีการนำวัตถุดิบท้องถิ่นของพื้นที่อำเภอสีทิงพระมาใช้เป็นส่วนประกอบในการปรุงรส เช่น ขนมลากรอบ น้ำตาลโตนด น้ำตาลแว่นตาลโตนด ลูกตาลโตนด เป็นต้น ทำให้เกิดความแปลกใหม่ การมิกแอนด์แมทปรุงแต่งทั้งอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งเป็นการช่วยเหลือชุมชนในพื้นที่ แบ่งบอกถึงวัตถุดิบที่สำคัญของชาวสงขลาได้เป็นอย่างดี เช่น ร้าน Songkhla Station, ร้าน Lyn's The Shanghai Cafe', ร้าน ONG ART CAFÉ และร้าน Heart Made Coffee And Eatery Songkhla เป็นต้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1) เพื่อศึกษาข้อมูล ภูมิปัญญา เครื่องดนตรี รวมถึง รูปแบบ การสร้างและการตกแต่งที่ใช้ประกอบในประเพณีลากพระ บริเวณลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
- 2) เพื่อนำรูปแบบ เครื่องดนตรี มาออกแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 3) เพื่อเสนอแนวทางในการประยุกต์นำเอาภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น มาออกแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5.1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย ได้แก่ กลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา จำนวน 100 คน ลงพื้นที่ จำนวน 5 ครั้ง รวมทั้งสิ้น 500 คน โดยมีกลุ่มตัวอย่างต่อไปนี้

- 1) นักเรียน / นักศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
- 2) ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ
- 3) พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท
- 4) ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
- 5) แม่บ้าน / พ่อบ้าน

5.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย แบ่งออกเป็น 5 แบบสอบถามดังต่อไปนี้

- 1) แบบสอบถาม การประเมินศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว โดยผู้วิจัย ลงพื้นที่เพื่อทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป มีเกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่วนที่ 2 ด้านการประเมินศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว มีรายละเอียด เกี่ยวกับ (1) ศักยภาพด้านตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด (2) ความต้องการผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม

2) แบบสอบถาม การตรวจสอบความถูกต้องและทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป มีเกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่วนที่ 2 ด้านการตรวจสอบความถูกต้องและทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวมีรายละเอียดเกี่ยวกับ (1) การศึกษาความถูกต้องของกลุ่มผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก ด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อของที่ระลึก (2) ทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก รูปแบบของการออกแบบผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์

3) แบบประเมินความพึงพอใจ แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก จากเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป มีเกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (1) ด้านแนวความคิด (2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก

4) แบบประเมินความพึงพอใจ ความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ สู่การเป็นของที่ระลึกในการท่องเที่ยว จากเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป มีเกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ สู่การเป็นของที่ระลึก ด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์ ด้านความงาม ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน และด้านวัสดุ

5) แบบประเมินความพึงพอใจ การพัฒนาต้นแบบของที่ระลึกสู่การผลิตจริง โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป มีเกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณสมบัติ ด้านวัสดุ ด้านความงาม ด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านราคาและการจัดจำหน่าย

แบบประเมินใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ความหมายค่าเฉลี่ย (Mean) ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2543 : 100)

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง พอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง พอใจมาก

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง พอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง พอใจน้อย

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง พอใจน้อยที่สุด

5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล โดยการเก็บข้อมูลภาคเอกสารและเว็บไซต์ ลงพื้นที่ชุมชน วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ ใช้แบบประเมินความพึงพอใจของประชาชน และกลุ่มนักท่องเที่ยว

5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล ภูมิปัญญา เครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบในประเพณีลากพระ

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลและวิเคราะห์ พบว่า ในพื้นที่อำเภอสังขละบุรี มีกลุ่มศิลปะการแสดง ทั้งแบบคณะศิลปินเดี่ยวและคณะศิลปินกลุ่ม เป็นศิลปินพื้นบ้านภาคใต้ – มโนราห์ หนึ่งตระกูล ซึ่งในวงจะมีเครื่องดนตรีประกอบจังหวะ ได้แก่ โหม่ง ฉิ่ง ทับ กลับ กลอง ปี่ ซ้อง และโพนในบ้างกลุ่ม

ในงานประเพณีลากพระจังหวัดสงขลา ปี 2563 พบว่า ปัจจุบันมีเครื่องดนตรีอยู่ 3 ชิ้น ที่ใช้ในการคุมจังหวะการลากเรือพระ คือ โพน ซ้อง และระฆัง โดยผู้ตีระฆังเรือพระ จะเป็นคนเฒ่าคนแก่ที่มาช่วยประดับตกแต่งเรือพระ และมีกลุ่มนักเรียนตามโรงเรียนวัดใกล้เคียงมาช่วยตีสลับกันไป สะท้อนได้ว่าในพื้นที่โรงเรียนมีการเรียนการสอน วิชาดนตรีไทย ให้แก่เยาวชนในโรงเรียน ส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์ต่อไป ในส่วนการผลิตเครื่องดนตรีจะพบการทำโพน โดยใช้ไม้ตาลโตนด หรือไม้เนื้อแข็ง โดยมีสัดส่วนความกว้างของหน้าโพนยาวเท่ากับความยาวของหน่วยโพน หน้าโพนทั้งสองหน้านำมาเจาะให้ทะลุถึงกันทั้ง 2 ด้าน แล้วหุ้มด้วยหนังวัวหรือหนังควาย ไม้ที่นำมาตีโพนต้องเป็นไม้เนื้อแข็ง และไม้โพนต้องทำให้มีขนาดเล็กพอดีกับโพน เสียงโพนถึงจะมีคุณภาพ การตกแต่ง การตกแต่งหนัง ส่วนใหญ่จะตกแต่งบริเวณส่วนปลายของหนัง ใช้ส่วปากเสมอดอกตัดหนังเป็นลวดลายโค้งบนหนังโพน ทำให้มีความสวยงามและทำให้มีลวดลายที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น การประกอบขาโพน ขาโพนมีความยาวโดยประมาณ 65 เซนติเมตร เมื่อประกอบกับโพนแล้วต้องให้ขาโพนยาวลงมาประมาณ 15 -20 เซนติเมตร ความยาวของโพนอาจลดหรือเพิ่มได้ตามความถนัดหรือความสูงของผู้ตี โพนที่นำมาใช้ในการลากพระ นิยมนำขามาใส่ที่ตัวโพน 3 ขา เพื่อให้มีความสะดวกในการตี

5.1.6 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินเพื่อนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มประชาชนและกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เลือกตอบแบบสอบถามความหวัหวัช้อรายละเอียดต่างๆ ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบประเมินความพึงพอใจ โดยใช้ค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าและเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าร้อยละ โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- 1) การวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว
- 2) การวิเคราะห์ข้อมูลการตรวจสอบความถูกต้องและทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว
- 3) การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก จากเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ
- 4) การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ ความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ สู่การเป็นของที่ระลึกในการท่องเที่ยว จากเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ
- 5) การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ การพัฒนาต้นแบบของที่ระลึกสู่การผลิตจริง

5.1.7 ผลการวิจัย

- 1) ข้อมูลศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า

ส่วนที่ 1 มีผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100 จำแนกเป็นเพศหญิง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48 และเพศชายจำนวน 52คน คิดเป็นร้อยละ 52 จัดอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-35 ปี มากที่สุด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34 อยู่ในช่วงการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52 มีกลุ่มอาชีพนักเรียน / นักศึกษามากที่สุด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทมากที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35

ส่วนที่ 2 ผลการประเมินศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ดังต่อไปนี้

ศักยภาพด้านตลาด พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีความทันสมัย มีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำแบบใคร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.55 ด้านราคา มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.26 ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย แหล่งจำหน่ายมีความน่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.53 และด้านการส่งเสริมการตลาด การสื่อสาร แนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.40

ด้านความต้องการผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ สินค้าตกแต่งบ้าน สินค้าเก็บสะสม,ตั้งโชว์ (เช่น ชุดถ้วยชาม,เซตตุ๊กตา) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.58 ผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงความเอกลักษณ์และความเป็นท้องถิ่น (หนัง,กระเป๋ากระจูด,กะลามะพร้าว) มีค่าเฉลี่ย 4.53 และ สินค้าแฟชั่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน/เครื่องแต่งกาย (เช่น เสื้อผ้า,กระเป๋า,หมวก,เครื่องประดับต่างๆ) มีค่าเฉลี่ย 4.42

ปัจจัยด้านจิตวิทยา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตรภัณฑ์จะต้องผลิตมาจากวัสดุธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.79 รูปทรงของผลิตรภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามความนิยมในช่วงนั้นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.38 และผลิตรภัณฑ์จะต้องสามารถใช้ประโยชน์ได้มากกว่า 1 รูปแบบ มีค่าเฉลี่ย 4.04

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตรภัณฑ์จะต้องแสดงออกถึงวัฒนธรรมที่เลือก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.50 ผลิตรภัณฑ์มีเรื่องราว หรือเรื่องเล่าความเป็นมาที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.50 และ สีสันทและลวดลายของผลิตรภัณฑ์สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.38

ปัจจัยด้านสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตรภัณฑ์สะท้อนถึงความเป็นไทย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.74 ผลิตรภัณฑ์จะต้องทำให้ผู้บริโภคมีความโดดเด่น น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.24 และผลิตรภัณฑ์สามารถใช้ได้หลายวาระโอกาสและสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.94

2) ข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลการตรวจสอบความถูกต้องและทิศทางการออกแบบผลิตรภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า

ส่วนที่ 1 มีผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100 จำแนกเป็นเพศหญิง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53 และเพศชายจำนวน 47คน คิดเป็นร้อยละ 47 จัดอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-35 ปี มากที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 อยู่ในวงการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52 มีกลุ่มอาชีพนักเรียน / นักศึกษามากที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทมากที่สุด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32

ส่วนที่ 2 ผลการประเมินข้อมูลการตรวจสอบความถูกต้องและทิศทางการออกแบบผลิตรภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

ด้านการศึกษาความถูกต้องของกลุ่มผลิตรภัณฑ์ พบว่า ด้านผลิตรภัณฑ์เซตของใช้ส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.70 เซตสินค้าเก็บสะสม, ตั้งโชว์ มีค่าเฉลี่ย 4.34 และเซตของใช้ทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 4.46

ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.54 ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย 4.52 และ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.13

ด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ นำไปเป็นของฝาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.63 นำไปใช้เอง มีค่าเฉลี่ย 4.34 และ นำไปเป็นตัวอย่างในการผลิต/แปรรูปสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.63

ด้านการศึกษาทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่า รูปแบบของการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ออกแบบโดยเน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นปัจจัยแรก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.54 ออกแบบโดยใช้ข้อมูลความต้องการของตลาดเป็นสำคัญ มีค่าเฉลี่ย 4.20 และออกแบบโดยเน้นรูปแบบการสื่อความหมายก่อนประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย 4.20

ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ มีที่มา(Story) และเรื่องราวในการสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.54 มีข้อมูลหลากหลายของผลิตภัณฑ์ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 4.45 และมีราคาขายเหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.42

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.57 ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้มีค่าเฉลี่ย 4.53 และ ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอยมีค่าเฉลี่ย 4.46

การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก จากเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมหลากหลาย

ผลการวิจัยพบว่า

ส่วนที่ 1 มีผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100 จำแนกเป็นเพศหญิง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53 และเพศชายจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 47 จัดอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31-35 ปี มากที่สุด จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 อยู่ในช่วงการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 61 มีกลุ่มอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทมากที่สุด จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29

ส่วนที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ด้านแนวความคิด) ดังต่อไปนี้

ชุดของใช้ส่วนตัว

พบว่าด้านแนวความคิด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ การตัดทอนรูปทรงของเครื่องดนตรี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.58 ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้ มีค่าเฉลี่ย 4.54 และ การถอดแบบตรงไปตรงมาของเครื่องดนตรี มีค่าเฉลี่ย 4.21

ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.45 ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.45 มีค่าเฉลี่ย 4.52 และด้านความคงทนแข็งแรง มีค่าเฉลี่ย 4.42

ชุดสินค้าแฟชั่น

พบว่า ด้านแนวความคิด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ การถอดแบบตรงไปตรงมาของเครื่องดนตรี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.35 การตัดทอนรูปทรงของเครื่องดนตรี มีค่าเฉลี่ย 4.29 และ ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้ มีค่าเฉลี่ย 3.85

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.11 ด้านความคงทนแข็งแรง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.91 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.91

ชุดของตกแต่งและสะสม

พบว่าด้านแนวความคิด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.53 การตัดทอนรูปทรงของเครื่องดนตรี มีค่าเฉลี่ย 4.31 และ การถอดแบบตรงไปตรงมาของเครื่องดนตรี มีค่าเฉลี่ย 4.24

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.89 ด้านความคงทนแข็งแรง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.87 และด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย 4.59

3) การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ ความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ สู่การเป็นของที่ระลึกในการท่องเที่ยว จากเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ

ผลการวิจัยพบว่า

ส่วนที่ 1 มีผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน จำแนกเป็นเพศหญิง จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41 และเพศชายจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59 จัดอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-25 ปี มากที่สุด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31 อยู่ในช่วงการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 55 มีกลุ่มอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา มากที่สุด จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 36

ส่วนที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ สู่การเป็นของที่ระลึก ดังต่อไปนี้

ชุดของใช้ส่วนตัว

พบว่าด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ การออกแบบมีความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.18$; S.D. = 0.85) ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง คงทน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.11$; S.D. = 0.85) และ ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บรักษาและจัดเก็บได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.03$; S.D. = 0.80)

ด้านความงาม ระลึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการใช้งานเฉพาะ แปกใหม่ หรือไม่ซ้ำใคร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.23$; S.D. = 0.76) ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ มีความเข้ากันดีขององค์ประกอบโดยรวม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.19$; S.D. = 0.65) ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่สมมาตร สมสัดส่วน เหมาะสำหรับการใช้งานจริง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.19$; S.D. = 0.71)

ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ การบำรุงรักษาสะดวก และไม่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.26$; S.D. = 0.79) ความทนทานต่อการใช้งานในสภาพแวดล้อมปกติมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.22$; S.D. = 0.69) และ ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการผลิตแบบผสมผสานทั้งวัสดุหลัก วัสดุประกอบ รวมถึงการประกอบ มีความเหมาะสมเข้ากับชิ้นงานอย่างกลมกลืน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.01$; S.D. = 0.69)

ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ มีการใช้วัสดุหลักของกลุ่มงานหัตถกรรม ได้อย่างสูงสุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.27$; S.D. = 0.80) วัสดุที่ใช้ มีความปลอดภัยต่อร่างกาย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.12$; S.D. = 0.69) และ มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.10$; S.D. = 0.76)

สินค้าแฟชั่น

พบว่าด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.81$; S.D. = 0.58) ผลิตภัณฑ์ตอบสนองเรื่องราคา และต้นทุนการผลิต มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.43$; S.D. = 0.57) และผลิตภัณฑ์สามารถเก็บรักษาและจัดเก็บได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.37$; S.D. = 0.76)

ด้านความงาม ระลึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ รูปร่าง รูปทรง ลวดลาย และสี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.83$; S.D. = 0.47) ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ มีความเข้ากันดีขององค์ประกอบโดยรวม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.46$; S.D. = 0.69) และ ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่สมมาตร สมสัดส่วน เหมาะสำหรับการใช้งานจริง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.34$; S.D. = 0.62)

ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการผลิตแบบผสมผสานทั้งวัสดุหลัก วัสดุประกอบ รวมถึงการประกอบ มีความเหมาะสมเข้ากับชิ้นงานอย่างกลมกลืน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.75$; S.D. = 0.61) การบำรุงรักษาสะดวก และไม่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.40$; S.D. = 0.55) และ ความทนทานต่อการใช้งานในสภาพแวดล้อมปกติ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.97$; S.D. = 0.50)

ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ วัสดุในการผลิตมีคุณภาพ แข็งแรง คงทน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.72$; S.D. = 0.60) วัสดุหลักสามารถตอบโจทย์การพัฒนาสู่รูปแบบอื่นๆ

ได้ดี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.44$; S.D. = 0.54) และวัสดุที่ใช้ มีความปลอดภัยต่อร่างกาย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.37$; S.D. = 0.72)

ชุดของตกแต่งสะสม

พบว่าด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่บ่งบอกถึงการใช้งานได้จริง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.52$; S.D. = 0.58) ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.52$; S.D. = 0.59) และผลิตภัณฑ์ที่มีความสะดวกในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.50$; S.D. = 0.59)

ด้านความงาม ราคามีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ มีความเข้ากันดีขององค์ประกอบโดยรวม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.61$; S.D. = 0.49) ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่สมมาตร สมสัดส่วน เหมาะสำหรับการใช้งานจริง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.60$; S.D. = 0.49) และผลิตภัณฑ์มีลักษณะการใช้งานเฉพาะ แปลกใหม่ หรือไม่ซ้ำใคร มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.60$; S.D. = 0.68)

ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ความทนทานต่อการใช้งานในสภาพแวดล้อมปกติ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.59$; S.D. = 0.49) การบำรุงรักษาสะดวก และไม่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.48$; S.D. = 0.50) และผลิตภัณฑ์มีลักษณะการผลิตแบบผสมผสานทั้งวัสดุหลัก วัสดุประกอบ รวมถึงการประกอบ มีความเหมาะสมเข้ากับชิ้นงานอย่างกลมกลืน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.43$; S.D. = 0.57)

ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.63$; S.D. = 0.49) มีการใช้วัสดุหลักของกลุ่มงานหัตถกรรม ได้อย่างสูงสุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.61$; S.D. = 0.49) และวัสดุที่ใช้ มีความปลอดภัยต่อร่างกาย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.58$; S.D. = 0.50)

4) การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ การพัฒนาต้นแบบของที่ระลึกสู่การผลิตจริง ผลการวิจัยพบว่า

ส่วนที่ 1 มีผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน จำแนกเป็นเพศหญิง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53 และเพศชายจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 47 จัดอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-25 ปี มากที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24 อยู่ในช่วงการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 มีกลุ่มอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา มากที่สุด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ส่วนที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจการพัฒนาต้นแบบสู่การผลิตจริง ดังต่อไปนี้
ชุดของใช้ส่วนตัว

ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์แสดงออกถึงประเพณี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.61$; S.D = 0.60) ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และมีความแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.48$; S.D = 0.67) และผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.28$; S.D = 0.64)

ด้านคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.61$; S.D = 0.49) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.55$; S.D = 0.54) และ ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.40$; S.D = 0.51)

ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ มีการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.62$; S.D = 0.49) ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.56$; S.D = 0.50) และผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.54$; S.D = 0.54)

ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ รูปทรงของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามสมัยนิยม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.56$; S.D = 0.50) ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่มีความหรูหรา / สวยงาม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.55$; S.D = 0.54) และผลิตภัณฑ์มีการออกแบบ รูปทรง สี สันสวยงาม น่าซื้อ น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.49$; S.D = 0.67)

ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.66$; S.D = 0.48) มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.52$; S.D = 0.67) และรูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.35$; S.D = 0.74)

ด้านราคาและการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.76$; S.D = 0.43) ผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มให้กับวัสดุที่มีในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.68$; S.D = 0.47) และราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.58$; S.D = 0.50)

ชุดสินค้าแฟชั่น

พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์แสดงออกถึงประเพณี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.87$; S.D = 0.49) ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแนวความคิดตาม

วัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.52$; S.D = 0.63) และผลิตภัณฑ์ออกแบบโดยเน้นประโยชน์ใช้สอยได้คุ้มค่า มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.47$; S.D = 0.50)

ด้านคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.70$; S.D = 0.69) ผลิตภัณฑ์ที่มีความสะดวกในการพกพาและซื้อฝาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.38$; S.D = 0.69) และ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.16$; S.D = 0.68)

ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.72$; S.D = 0.64) ขั้นตอนการบวนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.45$; S.D = 0.58) และผลิตภัณฑ์สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.41$; S.D = 0.73)

ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่มีความหรูหรา / สวยงาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.73$; S.D = 0.66) ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และความแปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.60$; S.D = 0.62) และสีสันและลวดลายของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.44$; S.D = 0.52)

ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.74$; S.D = 0.66) รูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.25$; S.D = 0.52) และมีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.08$; S.D = 0.31)

ด้านราคาและการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.77$; S.D = 0.58) ผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.59$; S.D = 0.64) และผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มให้กับวัสดุที่มีในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.30$; S.D = 0.64)

ชุดของตกแต่งสะสม

พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.55$; S.D = 0.50) ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และมีความแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด มีค่าเฉลี่ย

สูงสุด ($\bar{X} = 4.54$; S.D = 0.58) และผลิตภัณฑ์แสดงออกถึงประเพณี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.54$; S.D = 0.59)

ด้านคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.62$; S.D = 0.51) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.52$; S.D = 0.54) และผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการพกพาและซื้อฝาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.48$; S.D = 0.54)

ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ วัสดุแสดงถึงอัตลักษณ์ของงานหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.63$; S.D = 0.49) มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.63$; S.D = 0.51) และมีการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.53$; S.D = 0.52)

ด้านความงาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ รูปทรงของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามสมัยนิยม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.66$; S.D = 0.48) ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจและความแปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.54$; S.D = 0.50) และผลิตภัณฑ์มีการออกแบบ รูปทรง สี สันสวยงาม น่าซื้อน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.50$; S.D = 0.58)

ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.70$; S.D = 0.46) รูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.50$; S.D = 0.54) และมีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.41$; S.D = 0.49)

ด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับ คือ บรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.57$; S.D = 0.52) และบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.30$; S.D = 0.50)

ด้านราคาและการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.69$; S.D = 0.46) ผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.60$; S.D = 0.51) และผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มให้กับวัสดุที่มีในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.57$; S.D = 0.52)

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 การอภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัย เรื่องการศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ประเพณีสารทเดือนสิบ ผู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งผู้วิจัย อภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1) ด้านศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านศักยภาพด้านการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ต้องมีความทันสมัย มีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำแบบใคร ด้านราคามีป้ายบอกชัดเจน ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ต้องเป็นแหล่งจำหน่ายที่มีความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียง ด้านส่งเสริมการตลาดต้องมีการสื่อสาร แนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์

ซึ่งจากผลสรุปที่ได้นั้นทำให้ทราบถึงความต้องการของศักยภาพด้านการตลาด ที่ต้องการรูปแบบที่ทันสมัย มีเอกลักษณ์ และรูปแบบไม่ซ้ำแบบใคร ซึ่งสอดคล้องกับ นิรัช สุดสังข์ 2443: 77 (อ๋างโน พิสิฐ, กฤษณ์, และกัลป์กร: 2556) กล่าวว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ต้อง โดยให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นหลัก และผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะใหม่ไม่เหมือนผลิตภัณฑ์ที่มีนท้องตลาด มีความแปลก ความแตกต่างและดีกว่า ด้านราคานั้นควรมีการกำหนดราคาป้ายที่ชัดเจน การแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์ต่างๆ การโปรโมทสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจในการเลือกซื้อจากรายละเอียดและคำแนะนำต่างๆ ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ควรเป็นแหล่งที่ผู้ซื้อสามารถเดินทางได้สะดวกเป็นจุดจำหน่ายที่มีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือในด้านต่างๆ

ด้านความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านสินค้า ตกแต่งบ้าน สินค้าเก็บสะสม,ตั้งโชว์ (เช่น ชุดถ้วยชาม,เซตตุ๊กตา) ผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงความเอกลักษณ์ และความเป็นท้องถิ่น (หนัง,กระเป๋ากระจุด,กะลามะพร้าว) และสินค้าแฟชั่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน/เครื่องแต่งกาย (เช่น เสื้อผ้า,กระเป๋า,หมวก,เครื่องประดับต่างๆ) นั้นเป็นที่ต้องการของตลาด เนื่องจากผลิตภัณฑ์เหล่านี้สามารถเลือกซื้อได้ทั่วไปและผู้ซื้อส่วนใหญ่นิยมซื้อฝากกัน เพราะสินค้าเหล่านี้มีขนาดไม่ใหญ่ พกพาสะดวก ใช้งานได้ เช่น เซตตุ๊กตา เป็นที่นิยมซื้อฝาก โดยเฉพาะนักสะสมที่นิยมซื้อแบบครบเซต หรือสินค้าที่มีความเฉพาะมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น รวมถึงปัจจัยด้านจิตวิทยาที่วัสดุต้องผลิตจากจากธรรมชาติ รูปร่างรูปทรงเป็นไปตามเทรนนั้นๆ และสามารถใช้งานได้หลากหลายหลายรูปแบบ อีกทั้งปัจจัยด้านวัฒนธรรม ที่ส่งผลต่อความต้องการคือ สินค้าที่สื่อถึงวัฒนธรรม มีเรื่องราว หรือเรื่องเล่าความเป็นมาที่น่าสนใจ รวมถึงสีสันและลวดลายของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน และปัจจัยด้านสังคม คือ ผลิตภัณฑ์สะท้อนถึงความเป็นไทย มี

ความโดดเด่น น่าสนใจและผลิตภัณฑ์สามารถใช้ได้หลายวาระโอกาสและสถานที่นั้นก็เป็นที่ต้องการของกลุ่มตลาด

2) ด้านการตรวจสอบความถูกต้องและทิศทางทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ความถูกต้องของกลุ่มผลิตภัณฑ์ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์เซตของใช้ส่วนตัว เซตสินค้าเก็บสะสม, ตั้งโชว์ และเซตของใช้ทั่วไปจากกลุ่มตัวอย่างนั้น มีผลที่สอดคล้องกับข้อมูลศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก ผลที่ได้จากการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคเน้นด้านความงามด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านราคา ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่ามีความสอดคล้องกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อของที่ระลึก ส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคนิยมซื้อไปเป็นของฝากหรือนำไปใช้เอง และอาจซื้อนำไปเป็นตัวอย่างในการผลิต/แปรรูปสินค้า ด้านการศึกษาทิศทางทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่า รูปแบบของการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นออกแบบที่เน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นปัจจัยแรก ซึ่งสอดคล้องกับ อรรถ วานิชกร (2559:52) อธิบายว่า แม้การออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา ส่วนใหญ่จะออกแบบจากรูปลักษณ์ รูปทรงมาก่อนให้เกิดอัตลักษณ์แก่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นแล้ว การคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยยังเป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นเพื่อตรวจสอบงานออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอยู่เสมอ ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เราควรต้องทราบถึงแหล่งที่ (Story) และเรื่องราวในการสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ว่ามาจากอะไร ผลิตจากอะไร มีคุณสมบัติอย่างไรบ้างและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นตัวตนของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่แสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุท้องถิ่นสามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้และสร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย ซึ่งสอดคล้องกับ อรรถ วานิชกร (2559:52) อธิบายว่า วัสดุและการผลิต ใช้วัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น เพื่อลดต้นทุนการผลิตและแรงงานฝีมือในท้องถิ่น เพื่อต่อยอดภูมิปัญญาให้กับท้องถิ่น

3) การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกจากเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ

ชุดของใช้ส่วนตัว

ชั้นที่ 1 ที่ใส่กระดาษทิชชู ได้แนวคิดรูปทรงของซองที่มีลักษณะเป็นทรงกลม นำมาตัดทอนรูปทรงและทำการยึดความหนาของซองให้มีความสูงพอที่จะใส่กระดาษทิชชู และในส่วนของบริเวณที่ตีนั้น ได้นำมาใช้เป็นในส่วเปิด-ปิด สำหรับดึงกระดาษทิชชูมาใช้

ขั้นที่ 2 หมอนรองคอ แนวความคิดมาจากระฆังที่มีลักษณะเป็นทรงกรวย ส่วนฐานกว้างแล้วค่อยๆ แคบจนแหลม มีความรู้สึกอบอุ่น ปลอดภัย เหมือนมีเกราะมาหุ้มป้องกัน ทำให้เกิดเป็นแนวคิดเป็นหมอนรองคอเพื่อป้องกันคอ กระชับคอเมื่อเวลาหลับ และมีฮูดสำหรับคลุมศีรษะไม่ให้แสงแยงตาสามารถถอดเก็บได้ ซึ่งลักษณะของคาแรคเตอร์ของระฆังคล้องคอ ดูน่ารักและดูอบอุ่น

ขั้นที่ 3 หมอนชูกมือ ได้แนวคิดมาจากโพน ซึ่งมีรูปทรงเป็นทรงกระบอก ในส่วนด้านบนและด้านล่างของโพนซึ่งด้วยหนังควายเพื่อให้เกิดเสียงเวลาตี จึงนำมาดัดแปลงเป็นหมอนชูกมือ โดยให้บริเวณหนังทั้ง 2 ด้านนั้น สามารถให้มือสอดเข้าไปได้ ซึ่งลักษณะของคาแรคเตอร์โพนชูกมือ จะดูน่ารัก ตัวนุ่มนิ่ม ดูแล้วน่ากอด น่าชูกมือ

เมื่อพิจารณาผลสรุปพบว่าด้านแนวความคิดนั้นกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในการตัดทอนรูปทรงของเครื่องดนตรีที่มีการถอดแบบตรงไปตรงมา แต่ยังคงสามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับ อริญ วานิชกร (2559:59) อธิบายว่า การตัดทอนรายละเอียดพื้นผิว ลวดลายของรูปทรงให้เข้าสู่โครงสร้างรูปทรงที่มีความเรียบง่ายโดยพิจารณาใช้โครงสร้างเรขาคณิตเป็นพื้นฐานเบื้องต้นก่อนที่จะใช้รูปทรงอิสระในรูปแบบอื่นเพื่อสร้างทางเลือก การลดให้รูปทรงมีความเรียบง่ายมากยิ่งขึ้นจะเป็นการเพิ่มบทบาทของแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น สร้างความเป็นสากลและช่วยให้ผลิตภัณฑ์นั้นหลุดพ้นจากช่วงเวลาในอดีตสู่ปัจจุบันและอนาคตได้ ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก ราคา ประโยชน์ใช้สอย และความคงทนแข็งแรงนั้นเป็นปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณาในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ข้อกำหนดเหล่านี้เป็นปัจจัยหลักในการออกแบบและเป็นกรอบแนวความคิดสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของใช้ส่วนตัว ที่จะต้องคำนึงถึงการเลือกใช้วัสดุขั้นตอนในการผลิต หน้าที่ใช้สอย และมีความแข็งแรงทนทานตามลักษณะของการใช้งานและต้องสอดคล้องกับราคา

ชุดสินค้าแฟชั่น

ขั้นที่ 1 หมวกช่อ ได้แนวคิดมาจากช่อซึ่งมีลักษณะรูปทรงแบน มีส่วนนูนบริเวณกึ่งกลาง จึงได้นำรูปทรงที่น่าสนใจดังกล่าวมาดัดแปลงเนื่องจากช่อเมื่อเวลามองเหมือนกับหมวกที่มีปีกบานๆ โดยการออกแบบจะเน้นปีกของหมวกกว้างมากกว่าหมวกทั่วไป ซึ่งจะเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้หญิงที่ชอบการถ่ายภาพ หรือแฟชั่นเพื่อความสวยงาม แปลกตา มากกว่าที่จะใส่กันแดด

ขั้นที่ 2 หมวกโพน ได้แรงบันดาลใจจากการซิงหนิงของโพน ที่มีการพับหนังให้เข้ากับรูปทรงของโพนที่ใช้แค่หนังควายเท่านั้น เข้ารูป ซึ่งลักษณะขั้นตอนการทำดังกล่าว จึงได้สนใจนำมาออกแบบโดยการนำมาดัดแปลงทดลองทำหมวกเก็บที่ใส่วัสดุแผ่นเดียวมาทำการดัดและตัดให้เข้ารูป สามารถปรับขนาดขยายได้ตามศีรษะสวมใส่

ขั้นที่ 3 หมวกระฆัง เป็นการออกแบบที่นำลักษณะของรูปทรงระฆังที่ลักษณะคล้ายกรวย ส่วนฐานกว้าง มีความรู้สึกทอหุ้ม กระชับ ทำให้เกิดเป็นแนวคิดเป็นหมวกที่สวมแล้วให้ความรู้สึกปลอดภัย

เมื่อพิจารณาผลสรุปพบว่าด้านแนวความคิดการถอดแบบตรงไปตรงมาของเครื่องดนตรี การตัดทอนรูปทรงของเครื่องดนตรี และผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึกประเภทสินค้าแฟชั่นนั้น โดยส่วนใหญ่จะเน้นด้านความงาม ด้านความคงทนแข็งแรง และด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวรี อริญารณ และพัชชา อุทิศวรรณกุล (2560:230) จากแนวโน้มการพัฒนาของ แบรินด์แฟชั่นไลฟ์ สไตล์ ที่เพิ่มขึ้นสิ่งที่สำคัญนั้นไม่ได้จำกัดอยู่แค่ประเภทของสินค้า ความสวยงาม ความแปลกใหม่ ประโยชน์ใช้สอยหรือราคา แต่ต้องมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและการสร้างอารมณ์ ความรู้สึกร่วม การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ลงสู่สินค้าที่สร้างความแตกต่างให้เกิดความเฉพาะมีเอกลักษณ์ เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

ชุดของตกแต่งและสะสม

ขั้นที่ 1 ตุ๊กตาไม้ (MR. โพน) ได้แนวความคิดจากการโพน ที่มีคาแรคเตอร์เป็นพี่ชายคนโต ลักษณะอ้วน จ้ำมำ โดยรูปลักษณะภายนอกบนหัวจะมีโพน ซึ่งเป็นจุดเด่นของตัวตุ๊กตา และไม้ตีเป็นอุปกรณ์เครื่องแต่งกายสามารถถอดสวมใส่ได้

ขั้นที่ 2 ตุ๊กตาไม้ (MR. ช้อง) ได้แนวความคิดจากการช้อง ที่มีคาแรคเตอร์เป็นน้องผู้ชาย คนกลาง ลักษณะอ้วน จ้ำมำ จุดเด่นคือหมวกช้องใบใหญ่ที่สามารถใส่บนศีรษะและปลดไว้ด้านหลัง ซึ่งหมวกช้องถือว่าเป็นจุดเด่นของตัวตุ๊กตา และไม้ตีเป็นอุปกรณ์เครื่องแต่งกายสามารถถอดสวมใส่ได้

ขั้นที่ 3 ตุ๊กตาไม้ (MISS. ระฆัง) ได้แนวความคิดจากการระฆัง ที่มีคาแรคเตอร์เป็นน้องผู้หญิง คนเล็กสุด ลักษณะอ้วน จ้ำมำ จุดเด่นคือหมวกระฆังใบใหญ่ ที่เป็นจุดเด่นของตัวตุ๊กตา

เมื่อพิจารณาผลสรุปพบว่า แนวความคิดผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้ มีการตัดทอนรูปทรงและการถอดแบบตรงไปตรงมาของเครื่องดนตรี เป็นผลที่มีความน่าสนใจในยุคปัจจุบันที่กลุ่มผู้บริโภคบางกลุ่มเน้นงานที่รายละเอียดน้อยแต่ยังคงกลิ่นอายความเป็นตัวตนของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ โกเมศ กางนพายัพ (2561:7) (อ้างอิงใน เอกภพ คณะฤทธิ์, 2556) การตัดทอนหมายถึงการสร้างสรรค์งานศิลปะในลักษณะการบิดเบือนจากของจริง โดยจะให้ความสำคัญกับรูปแบบที่เหมือนจริงน้อยลงแต่เห็นความสำคัญกับรูปแบบความคิดของศิลปินมากขึ้น เพื่อสื่อความงามในการรับรู้และเข้าใจง่ายและรวดเร็ว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก จากผลการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ด้านความงามเป็นปัจจัยแรกที่ถูกผู้บริโภคให้ความสำคัญ ตามมาด้วยด้านความคงทนแข็งแรง และด้านประโยชน์ใช้สอย ซึ่งการส่วนใหญ่การเลือกซื้อของตกแต่งและสะสมนั้น โดยพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า ผู้บริโภคจะเน้นความสวยงามเป็นปัจจัยแรกในการซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์นิภา รัตนจันทร์ และคณะ (2557:15) (อ้างอิงในศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541) โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจ ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากสิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค

4) ด้านความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ ผู้การเป็นของที่ระลึกในการท่องเที่ยว จากเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ

หลังจากที่ได้แนวทางจากแบบสอบถามและข้อเสนอแนะจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้น ได้มีการพัฒนาต่อผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก โดยการเพิ่มสีสันทันที่สามารถแสดงออกถึงอารมณ์ของจังหวะของเครื่องดนตรีได้ เพราะยังขาดเรื่องของการนำจังหวะมาใช้ในงานออกแบบ จึงได้นำจังหวะการตีเครื่องควบคุมจังหวะต่างๆ จึงได้เพิ่มการแทนค่าด้วยสี และการแสดงออกจากใบหน้าของผลิตภัณฑ์ คือ สีฟ้า แทนจังหวะช้า สื่อถึงอารมณ์ร่าเริง สีเหลือง แทนจังหวะปานกลาง สื่อถึงอารมณ์ สนุกสนาน และสีส้ม แทนจังหวะเร็ว สื่อถึงอารมณ์ฮึกเหิม มีการเพิ่มเติมรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น ดังนี้

ชุดของใช้ส่วนตัว

กล่องใส่ทิชชู มีการเพิ่มผ้าบาติกคาดหน้าผาก ลวดลายบนฝาและฝาเปิดปิด หมอนรองคอ ในส่วนหมอนรองคอใช้ผ้าบาติก ฮูดมีการใช้วัสดุผ้าบาติกบริเวณปลายขอบ และหมอนซุกมือเพิ่มผ้าบาติกในบริเวณซุกมือ เมื่อพิจารณาผลสรุปความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์พบว่า ชุดของใช้ส่วนตัว ด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์ การออกแบบมีความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์ มีความแข็งแรง คงทน และจัดเก็บได้ง่าย ด้านความงาม มีลักษณะการใช้งานเฉพาะ แปลกใหม่ หรือไม่ซ้ำ องค์ประกอบโดยรวมมีขนาดที่สมมาตร สมสัดส่วน เหมาะสำหรับการใช้งานจริง ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน การบำรุงรักษาสะดวก มีลักษณะการผลิตแบบผสมผสานทั้งวัสดุหลักของกลุ่มงานหัตถกรรม วัสดุประกอบ มีความเหมาะสมเข้ากับชิ้นงานอย่างกลมกลืน วัสดุที่ใช้ มีความปลอดภัยต่อร่างกาย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

สินค้าแฟชั่น

เมื่อพิจารณาผลสรุปความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์พบว่า สินค้าแฟชั่น ด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์ มีความสะดวกในการใช้งาน สามารถเก็บรักษาและจัดเก็บได้ง่าย ด้าน

ความงาม มีความสร้างสรรค์ในการออกแบบ รูปร่าง รูปทรง ลวดลาย และสี มีความเข้ากันดีขององค์ประกอบโดยรวม สมสัดส่วน เหมาะสำหรับการใช้งานจริง ด้านความแข็งแรง มีความคงทนในการใช้งาน การประกอบมีความเหมาะสมเข้ากับชิ้นงานอย่างกลมกลืน ดูแลรักษาสะดวก และความทนทานต่อการใช้งานในสภาพแวดล้อมปกติ ด้านวัสดุ ในการผลิตมีคุณภาพ แข็งแรงทนทาน มีความปลอดภัยต่อร่างกาย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

ชุดของตกแต่งสะสม

เมื่อพิจารณาผลสรุปความเป็นไปของผลิตภัณฑ์พบว่า ชุดของตกแต่งสะสม ด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์ มีลักษณะที่บ่งบอกถึงการใช้งานได้จริง ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ด้านความงามมีความเข้ากันดีขององค์ประกอบโดยรวมขนาดที่สมมาตร สมสัดส่วน เหมาะสำหรับการใช้งานจริง ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน การบำรุงรักษา ด้านวัสดุ มีการใช้วัสดุหลักของกลุ่มงานหัตถกรรมได้เป็นอย่างดีเยี่ยม

5) ด้านการพัฒนาต้นแบบของที่ระลึกสู่การผลิตจริง

ชุดของใช้ส่วนตัว

เมื่อพิจารณาผลสรุปความเป็นไปของผลิตภัณฑ์พบว่า ผลิตภัณฑ์แสดงออกถึงประเพณี มีความโดดเด่น น่าสนใจ มีความแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด และผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน

ด้านคุณสมบัติ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดได้ง่าย มีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่ และมีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย

ด้านวัสดุ มีการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมต่อการใช้ ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ และแสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุท้องถิ่น

ด้านความงาม รูปทรงของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามสมัยมีความหรูหรา / สวยงาม สี สันสวยงาม น่าชื่อน่าสนใจ

ด้านประโยชน์ใช้สอย ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย และรูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย

ด้านราคาและการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถเพิ่มให้กับวัสดุที่มีในท้องถิ่น และราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

ชุดสินค้าแฟชั่น

เมื่อพิจารณาผลสรุปความเป็นไปของผลิตภัณฑ์พบว่า ผลิตภัณฑ์แสดงออกถึงประเพณี สามารถสื่อถึงแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน และออกแบบโดยเน้นประโยชน์ใช้สอยได้คุ้มค่า

ด้านคุณสมบัติ ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่ มีความสะดวกในการพกพาและซื้อฝาก และทำความสะอาดได้ง่าย

ด้านวัสดุ ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุ มีกระบวนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุ สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ

ด้านความงาม ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่มีความหรูหรา / สวยงาม โดดเด่น น่าสนใจ มีความแปลกใหม่ และ สีสนัและลวดลายของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน

ด้านประโยชน์ใช้สอย ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย

ด้านราคาและการจัดจำหน่าย ราคามีความเหมาะสมกับ สามารถส่งเสริมรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุ

ชุดของตกแต่งสะสม

เมื่อพิจารณาผลสรุปความเป็นไปของผลิตภัณฑ์พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน มีความโดดเด่น น่าสนใจ มีความแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด และแสดงออกถึงประเพณีได้อย่างน่าสนใจ

ด้านคุณสมบัติ ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่ มีความสะดวกในการพกพาและซื้อฝาก และทำความสะอาดได้ง่าย

ด้านวัสดุ แสดงถึงอัตลักษณ์ของงานหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต และการใช้วัสดุที่เหมาะสมต่อการใช้งาน

ด้านความ รูปร่างของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามสมัยมีความโดดเด่น น่าสนใจ และความแปลกใหม่ สีสนัสวยงาม น่าซื้อน่าสนใจ

ด้านประโยชน์ใช้สอย ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย รูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย และมีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย

ด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และยังสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้

ด้านราคาและการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีค่าเฉลี่ยและช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุที่มีในท้องถิ่น

จากผลการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่าผลิตภัณฑ์ ชุดของตกแต่งสะสม ตุ๊กตาไม้ตาลโตนด ซึ่งประกอบด้วย ตุ๊กตา Mr. โพน Mr. ฮ่อง และ Miss ระวัง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.50 (S.D = 0.52) รองลงมา คือ ชุดของใช้ส่วนตัว ประกอบด้วย หมอนรองคอ กล่องทิชชู และหมอนซุกมือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (S.D = 0.58) และชุดสินค้าแฟชั่น ประกอบด้วย หมวกโพน หมวกฮ่อง และหมวกระวัง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.37 (S.D = 0.58) ตามลำดับ

5.2.2 ผลการอภิปรายต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงเพื่อเผยแพร่

ต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงเพื่อเผยแพร่ ชุดที่ 1 คือ ชุดของใช้ส่วนตัว ประกอบด้วย กล่องใส่ทิชชู หมอนรองคอ และหมอนซุกมือ ต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงมีความแข็งแรง ใช้งานได้จริง มีสีสันสดใส สามารถใช้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้อย่างคุ้มค่า

ต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงเพื่อเผยแพร่ ชุดที่ 2 คือ ชุดสินค้าแฟชั่น ประกอบด้วย หมวก 3 รูปแบบ ได้แก่ หมวกโพน หมวกฮ่อง และหมวกระวัง ซึ่งต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงมีความแข็งแรง ยืดหยุ่น ใช้งานได้จริง มีการใช้วัสดุของกลุ่มร้อยละ 90% และมีวัสดุอื่นในการประกอบให้สมบูรณ์เพียง 10%

ต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงเพื่อเผยแพร่ ชุดที่ 3 คือ ชุดของตกแต่งสะสม เป็นตุ๊กตาไม้จากไม้ตาลโตนด ผ่านวิธีการกลึง ซึ่งต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงมีความแข็งแรง คงทน ขนาดพอดีเหมาะสำหรับเป็นของที่ระลึก และสามารถเพิ่มมูลค่าด้วยการทำบรรจุภัณฑ์ได้ ที่สำคัญ คือ ใช้วัสดุของกลุ่มร้อยละ 90% และมีวัสดุอื่นในการประกอบให้สมบูรณ์เพียง 10%

ซึ่งทั้ง 3 ต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงเพื่อเผยแพร่สามารถสรุปเป็นประเด็นด้านต่างๆ ได้ดังนี้

จุดเด่น

- ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทั้ง 3 รูปแบบนั้น มีรูปทรงของผลิตภัณฑ์ตามสมัย มีความโดดเด่น น่าสนใจ และความแปลกใหม่ สีสันสวยงาม น่าซื้อน่าสนใจ สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน รวมทั้งผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 รูปแบบนั้นมี Story ความเป็นมา สอดคล้องกับเรื่องราว ประเพณี รวมถึงเครื่องดนตรีที่ใช้ในการประโคมดนตรีเรือพระ มีการใช้วัตถุดิบจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ อำเภอสีทิงพระ รวมถึงภูมิปัญญา เทคนิคของทางกลุ่ม

จุดด้อย

- อาจมีข้อจำกัดในด้านองค์ความรู้ รวมถึงเทคนิคใหม่ๆ ในการพัฒนา วัตถุประสงค์ในการผลิต รวมถึงเครื่องมือในการผลิตผลิตภัณฑ์ อีกทั้งอาจต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ซึ่งอาจจะยังไม่คุ้นชินในการผลิต

โอกาส

- ผลงานวิจัยต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทั้ง 3 รูปแบบนี้ เป็นที่ยอมรับของ กลุ่มตัวอย่างและผู้คนที่เข้ามาเยี่ยมในช่วงจัดแสดงผลงาน รวมทั้งยังมีหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคธุรกิจ เข้าร่วมในการเสวนา จึงอาจทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทั้ง 3 กลุ่ม สามารถนำข้อคิดเห็น ของหน่วยงานเหล่านี้ ได้นำผลงานวิจัยนี้เป็นแนวทางในการนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ออกมา รวมถึงอาจมีช่องทางการตลาดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการได้

อุปสรรค

- จากปัญหาสถานการณ์โควิด 19 ที่ผ่านมาทำให้การทำช่องทางในการตลาด นั้น อาจมีอุปสรรคเนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาลดน้อยลง แหล่งจำหน่าย ร้านค้าต่างๆอาจต้อง ปรับเปลี่ยนช่องทางในการทำการตลาด

5.2.3 การเสนอแนวทางในการประยุกต์นำเอาภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น มาออกแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของภาคใต้

พบว่า ต้นแบบผลิตภัณฑ์สามารถนำไปสู่การผลิตชิ้นงานจริงเพื่อเผยแพร่ได้ และภาพรวม ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ; S.D = 0.56 และเสนอให้เป็นแนวทางในการต่อยอด วัสดุหลักและพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่ม ให้มีความแปลกใหม่ ใช้งานได้หลากหลาย เพื่อให้ตรงตาม ความต้องการทางการตลาดในปัจจุบันของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น น่าสนใจ สามารถใช้ประโยชน์ได้จริง และวัสดุที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของงานหัตถกรรมและภูมิปัญญา ท้องถิ่นของกลุ่มได้เป็นอย่างดี รวมทั้งผลิตภัณฑ์ยังสามารถแสดงออกถึงแนวความคิดในเรื่อง เครื่องดนตรีในประเพณีลากพระได้อย่างชัดเจน จนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีคุณค่าและความหมาย ได้ดี

5.2.4 แนวทางการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ตามรอยหลวงปู่ ทวดที่อำเภอสังขละบุรี ซึ่งจัดโดยชาวมุสลิมชุมชนมุสลิมและชุมชนดีหลวง ให้มีการเพิ่มเส้นทางกิจกรรมการ ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านเครื่องดนตรีประกอบเรือพระ และผลิตภัณฑ์ที่ได้ แนวความคิดมาจากเครื่องดนตรีประโคมเรือพระ ที่ประสานกับภูมิปัญญาของทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปลายนา กลุ่มโกเมนทร์บาติก และกลุ่มโหนดทิ้ง ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ของ

ที่ระลึกที่มี Story ที่น่าสนใจ สอดคล้องกับเรื่องราว ประเพณี และสามารถซื้อกลับไปใช้ อีกทั้งได้รับความรู้ ขั้นตอนการผลิต รวมถึงเรื่องราวต่างๆที่ได้สอดใส่ลงไป ในผลิตภัณฑ์ ที่สามารถนำไปเล่าเรื่องราวให้ผู้อื่นฟังได้ ผ่านผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ทำให้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม รวมถึงจิตวิญญาณของกลุ่มที่ได้สร้างสรรค์ผลงานนี้ออกมา โดยมีหน่วยงานที่เกิดจากชาวบ้านชุมชนสทิงพระ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคธุรกิจ และแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สามารถเป็นแหล่งจำหน่ายให้กับผลิตภัณฑ์ได้ เช่น แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชน บริเวณด้านล่างทางขึ้นวัดพะโคะ ร้านกาแฟบนวัดพะโคะ และตามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าที่ระลึก แหล่งจำหน่ายย่านเมืองเก่า ดี เช่น ร้าน Songkhla Station, ร้าน Lyn's The Shanghai Cafe', ร้าน ONG ART CAFÉ และร้าน Heart Made Coffee And Eatery Songkhla เป็นต้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากการจัดโครงการถ่ายทอดองค์ความรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่ชุมชน ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ประเพณีวันสารทเดือนสิบ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ซึ่งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมเสวนาและให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่การเป็นของที่ระลึกของจังหวัดสงขลา โดยมีทั้งหน่วยภาครัฐ หน่วยงานภาคธุรกิจ และผู้ประกอบการ (กลุ่มวิสาหกิจชุมชน) ร่วมกันให้ข้อคิดเห็นและเสนอแนะแนวทางดังนี้

1) หน่วยภาครัฐ

1.1) มีข้อเสนอแนะแนวทางในการเข้าถึงแหล่งทุนของหน่วยงานภาครัฐ ให้กับทางกลุ่มผู้ประกอบการ รวมถึงกระบวนการและวิธีการต่างๆ เพื่อให้กลุ่มสามารถต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวได้

1.2) ทางหน่วยงานภาครัฐมีแนวคิดในการสนับสนุนและยกระดับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวที่นักวิจัยทำงานร่วมกับกลุ่มเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของท้องถิ่นและจังหวัดสงขลา เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีการสื่อสารถึงประเพณีท้องถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน ซึ่งสามารถสร้างจุดเด่นให้กับการท่องเที่ยวได้

1.3) เสนอให้ทางกลุ่มผู้ประกอบการวางแผนการบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีระบบขั้นตอน เพื่อสามารถรองรับกำลังการผลิตในอนาคตได้

1.4) เสนอแนะให้ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้น มีการสร้างแบรนด์เพื่อสื่อสารถึงจังหวัดสงขลาอย่างชัดเจน เช่น Made in Songkhla

1.5) เสนอแนะให้ผลงานดังกล่าวได้มีการถ่ายทอดให้กับนักเรียน ชาวบ้าน และบุคคลที่สนใจในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนเห็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุ ภูมิปัญญา และ ประเพณีของชุมชน

1.6) เสนอแนะให้มีการจัดสิทธิหรือสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ ดังกล่าว เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการต่อยอดและการทำงานร่วมกับกลุ่มในอนาคต

1.7) เสนอแนะให้นำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไปจัดแสดงสินค้าในจุดศูนย์กลางของ หน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น รวมทั้งนำรูปและรายละเอียดสินค้าลงประชาสัมพันธ์หน้าเว็บไซต์ของ หน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นนั้นๆ

2) หน่วยงานภาครัฐกิจ

2.1) เสนอแนะให้วิเคราะห์เรื่องกำลังการผลิตของกลุ่ม ราคาและต้นทุนที่ ใช้ เพื่อให้เกิดความเป็นไปได้ในการต่อยอดสู่การขายจริง

2.2) ทางหน่วยงานภาครัฐกิจมีความยินดีที่จะเป็นจุดศูนย์กลางในการ กระจายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้กับทางกลุ่ม เนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์ค่อนข้างมีลักษณะเด่น และมี เอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่มีข้อเสนอนำให้ทางกลุ่มรักษามาตรฐานของผลงานให้อยู่ในระดับเดิม

2.3) เสนอแนะให้นักวิจัยนำผลงานการออกแบบไปจัดแสดงในแหล่งธุรกิจ เช่นร้านกาแฟ เพื่อเช็คความสนใจของตลาดและกลุ่มลูกค้า เพื่อสร้างความมั่นใจในการผลิตสินค้าออก เพื่อจัดจำหน่ายในอนาคต

2.4) เสนอแนะให้มีการจัดจำหน่ายในย่านเมืองเก่าสงขลา ก่อน เนื่องจาก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย และค่อยๆเชื่อมโยงไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว ชุมชน

2.5) เสนอแนะให้ผู้วิจัยจัดทำ QR code, Story ของผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นลง ใน Tag หรือ บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงเนื้อหาและแนวความคิดในการ ออกแบบ

3) ผู้ประกอบการ (กลุ่มวิสาหกิจชุมชน)

3.1) ผู้ประกอบการมีความชื่นชอบและพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่นักวิจัย ออกแบบ เนื่องจากทางเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่มีความแตกต่างจากท้องตลาด สามารถสร้าง จุดเด่นให้กับทางกลุ่มได้ รวมทั้งมีเนื้อหาและ Story ที่สื่อสารได้อย่างชัดเจน สามารถเจาะกลุ่มผู้ซื้อได้ หลากหลายช่วงวัย จากข้อเสนอนำของหน่วยงานภาครัฐและภาครัฐกิจที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทางกลุ่ม ผู้ประกอบการมีความมั่นใจที่จะต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสู่การขายจริง

3.2) ผู้ประกอบการสะท้อนให้เห็นการทำงานร่วมกับทีมนักวิจัย ซึ่งเป็นนักวิชาการที่เข้ามาเติมเต็มองค์ความรู้ด้านการออกแบบให้กับทางกลุ่ม รวมทั้งได้แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ร่วมกัน ซึ่งทำให้กลุ่มเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ และเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาและประเพณีท้องถิ่น

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่องานวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ภัณฑ์ของที่ระลึก นอกเหนือจากหลักการออกแบบที่ดีแล้ว ควรมีการคำนึงถึงด้านการตลาด ซึ่งอาจจะขอคำปรึกษาจากนักการตลาดหรือผู้มีความรู้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถที่จะพัฒนาได้ครบทุกมิติ

1.1) ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ของการนำแนวคิดดังกล่าวสู่การทำงานร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจอื่นๆ เพื่อช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในวงกว้างต่อไป

1.2) ควรศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดจําหน่ายสินค้าในหลากหลายแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดให้มากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

- ชมจันทร์ ดาวเดือน. 2561. ผลของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากหัตถกรรมไม้แกะสลักตามคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย. **วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม (6)(2): 177-188.**
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. 2537. **การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว.** มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ชลุด นิมเสมอ. 2531. **องค์ประกอบของศิลปะ.** ไทยวัฒนาพานิช, กรุงเทพฯ.
- ชวน เพชรแก้ว. 2524. **กายนคร.** ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ วิทยาลัยครูนครศรีธรรมราช, นครศรีธรรมราช.
- ณัฐพล เมืองต่ำ. 2562. **สรุป 6 เทรนด์โลก จากรายงานเจาะเทรนด์โลกประจำปี 2020.** การตลาดวัน ละตอน. แหล่งที่มา: <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/6-shades-of-color-trend-2020-tcdc/>, มิถุนายน 2563.
- ธานินทร์ เชียงไผ่. 2559. การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบ้านเชียงเพื่อเพิ่มมูลค่าและแสดงเอกลักษณ์ จังหวัดอุดรธานี. สถาบันศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต(การออกแบบอุตสาหกรรม), สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- นวนน้อย บุญวงษ์. 2542. **หลักการออกแบบ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- นิสากร บุญเลิศ. 2556. นิสากร บุญเลิศ. 2556. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรปราการ. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทางวัฒนธรรม (สหสาขาวิชา), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชุม ศรีสะอาด. 2543. **การวิจัยเบื้องต้น.** สุวีริยาสาส์น, กรุงเทพฯ.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. **การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.** เพรส แอนด์ดีไซน์, กรุงเทพฯ.
- บุษกร บิณฑสันต์. 2554. **ดนตรีภาคใต้ : ศิลปิน การถ่ายทอดความรู้ พิธีกรรมและความเชื่อ.** สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. **บรรจุภัณฑ์อาหาร.** ซีเอ็ดดูเคชั่น, กรุงเทพฯ.
- ปนัดดา มนุรัชฎา, รัฐไท พรเจริญ และภาคภูมิ บุญธรรมช่วย. 2556. การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม). **วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร (3)(2): 55-168.**

- ประชิด ทิณบุตร. 2531. **การออกแบบบรรจุภัณฑ์**. โอเดียนสโตร์, กรุงเทพฯ.
- ประเสริฐ ศัลรัตน์. 2531. **ของที่ระลึก**. โอเดียนสโตร์, กรุงเทพฯ.
- พรพิมล ศักดา และบวร เครือรัตน์. 2561. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของใช้จากวัสดุธรรมชาติของอาชีพบ้านสุขเกษม ตำบลบางเลน อำเภอบางเลน. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- พิสิฐ คลังกุล, กฤษณ์ วิไลโอฬาร, และกัลย์กร จันทสาขา. 2556. ศึกษาวิจัยหัตถกรรมพื้นถิ่น : เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน. คณะศิลปกรรมและการออกแบบอุตสาหกรรม (ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา.
- ภัทรวดี ภูษาภิรมย์. 2554. **วัฒนธรรมบันเทิงภาคใต้**. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ภูธร ภูมะธน. 2548. **นิทรรศการพิเศษเรื่อง ศักดิ์ศรีนครศรี**. (แผ่นพับ). พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ นครศรีธรรมราช, นครศรีธรรมราช.
- เมธินีย์ ช่อมผล. 2562. **วิถีคนเลสาบ : มรดกเมือง ความทรงจำ และการท่องเที่ยว**. แหล่งที่มา: http://www.muangboranjournal.com/post/talk_44-4_Phaththalong, ธันวาคม 2561
- วิรัตน์ เลี้ยงสมบูรณ์. 2550. ดนตรีประกอบเรือพระ จังหวัดนครศรีธรรมราช. รายงานวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
- วิเชียร ณ นคร และคณะ. 2528. **ประเพณีสำคัญของชาวนครศรีธรรมราช**. กรุงเทพมหานครพิมพ์, กรุงเทพฯ.
- วัลลภ ทองอ่อน. 2550. **การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**. โรงพิมพ์ สำนักส่งเสริมและฝึกอบรมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สถาพร ดงขุนทด. 2536. **ประเพณีชักพระ**. กองวรรณคดีและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- สุภาพร วิชัยดิษฐ. 2559. พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี** (10)(1): 166-179.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. ซีระฟิล์มและเซเท็กซ์, กรุงเทพฯ.
- สุวิทย์ วงศ์จิรวาณิชย์. 2557. **Sustainable Design**. สำนักพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ, กรุงเทพฯ.
- สุฉิวรงค์ พงศ์ไพบูลย์. 2542. **ลากพระ ใน สารานุกรมวัฒนธรรมภาคใต้ พ.ศ. 2542. เล่มที่ 14**.

สำนักพิมพ์สยามเพรส แมเนจเม้นท์, กรุงเทพฯ.

ศิริ อริญารณ และพัชชา อุทิศวรรณกุล. 2560. เมื่อแฟชั่นคือชีวิต. **มหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย** (37)(2): 217-232.

ศศิมา สุขสว่าง. SCAMPER เทคนิคความคิดสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรม. บทความด้าน Innovation. แหล่งที่มา: <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/6-shades-of-color-trend-2020-tcdc/>, 17 มิถุนายน 2563.

อรัญ วาณิชกร. 2559. การออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

HatyaiFocus.com. 2561. ประเพณีแดนใต้ ชักพระ. แหล่งที่มา: <https://www.hatyaifocus.com>, เมษายน 2563



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม โครงการ : การศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ
ประเพณีสารทเดือนสิบสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ระลึก



แบบสอบถาม เรื่องศักยภาพด้านตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์
โครงการ : การศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ประเพณีสารทเดือนสิบ
สู่การออกแบบผลิตของที่ระลึก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปี
 31-35 ปี 36-40 ปี 41 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

- มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
 อนุปริญญา / ปวส. ปริญญาตรี
 ปริญญาโท ปริญญาเอก อื่นๆ.....

4. อาชีพ

- นักเรียน / นักศึกษา ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท
 ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน / พ่อบ้าน อื่นๆ

5. รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท
 15,001 – 20,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท 25,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ศักยภาพด้านตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องความคิดเห็นที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน โดยใช้เกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง พอใจมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง พอใจมาก
- 3 คะแนน หมายถึง พอใจปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง พอใจน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง พอใจน้อยที่สุด

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ศักยภาพด้านตลาด						
1.	ด้านผลิตภัณฑ์					
	ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภคเป้าหมาย					
	ผลิตภัณฑ์ที่นำมาขายมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ					
	ผลิตภัณฑ์ออกแบบสวยงาม					
	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน					
	ผลิตภัณฑ์มีความทันสมัย มีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำแบบใคร					
	ผลิตภัณฑ์มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย					
	ผลิตภัณฑ์มีแข็งแรง ทนทาน					
	มีความสะดวก / ง่ายต่อการใช้งาน					
2.	ด้านราคา					
	การกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสม					
	มีป้ายบอกราคาชัดเจน					
	มีระดับราคา คุณภาพที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
	ราคาเหมาะสมกับการใช้งาน					
3.	สถานที่และการจัดจำหน่าย					
	สถานที่และการจัดจำหน่ายที่สนองความต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมาย					
	ทำเลที่ตั้งติดถนนมองเห็นได้ง่าย					

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกในการเดินทาง					
	สถานที่จัดจำหน่ายสวยงาม สะดุดตา					
	มีการแบ่งพื้นที่เป็นหมวดหมู่ เป็นสัดส่วน					
	มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ					
	แหล่งจำหน่ายมีความน่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียง					
4.	ด้านการส่งเสริมการตลาด					
	การส่งเสริมการตลาดที่สามารถชักจูงกลุ่มเป้าหมายซื้อผลิตภัณฑ์					
	การสื่อสาร แนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์					
	การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หลากหลายช่องทาง					
	เส้นทางการท่องเที่ยว					
	การให้ส่วนลดพิเศษ					

ส่วนที่ 3 ความต้องการผลิตภัณฑ์

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ความต้องการผลิตภัณฑ์						
1.	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
	สินค้าตกแต่งบ้าน สินค้าเก็บสะสม,ตั้งโชว์ (เช่น ชุดถ้วยชาม,เซตตุ๊กตา)					
	สินค้าประเภท เครื่องใช้สำนักงาน (เช่น นาฬิกา,สมุดโน้ต,ที่ใส่ซอง)					
	สินค้า ประเภทของใช้ทั่วไป (เช่น ชุดกาแฟ,ร่ม,แก้ว)					
	ผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงความเอกลักษณ์และความเป็นท้องถิ่น (หนัง,กระเป๋ากระจูด,กะลามะพร้าว)					
	สินค้าแฟชั่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน/เครื่องแต่งกาย (เช่น เสื้อผ้า,กระเป๋า,หมวก,เครื่องประดับต่างๆ)					
	สินค้า ของฝากเบ็ดเตล็ด (เช่น พวงกุญแจ,โมบายแขวน,เทียนหอม)					

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
2.	ปัจจัยด้านจิตวิทยา					
	รูปทรงของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามความนิยมในช่วงนั้นๆ					
	ผลิตภัณฑ์จะต้องผลิตมาจากวัสดุธรรมชาติ					
	ผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถใช้ประโยชน์ได้มากกว่า 1 รูปแบบ					
3.	ปัจจัยด้านวัฒนธรรม					
	ผลิตภัณฑ์มีเรื่องราว หรือเรื่องเล่าความเป็นมาที่น่าสนใจ					
	สีสันทและลวดลายของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน					
	ผลิตภัณฑ์จะต้องแสดงออกถึงวัฒนธรรมที่เลือก					
	ผลิตภัณฑ์จะต้องมีรูปแบบ ที่มีความหรูหรา					
4.	ปัจจัยด้านสังคม					
	ผลิตภัณฑ์จะต้องทำให้ผู้บริโภคมีความโดดเด่น น่าสนใจ					
	ผลิตภัณฑ์สะท้อนถึงความเป็นไทย					
	ผลิตภัณฑ์สามารถใช้ได้หลายๆวาระโอกาสและสถานที่					

แบบสอบถาม เรื่องการตรวจสอบความถูกต้องและทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์
ของที่ระลึก

โครงการ : การศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ประเพณีสารทเดือนสิบ
สู่การออกแบบผลิตของที่ระลึก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปี
 31-35 ปี 36-40 ปี 41 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. อนุปริญญา / ปวส.
 ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
 อื่นๆ.....

4. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท
 ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน / พ่อบ้าน อื่นๆ

5. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท
 15,001 – 20,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท 25,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 การศึกษาความถูกต้องและทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของกลุ่มผลิตภัณฑ์
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องความคิดเห็นที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน โดยใช้
 เกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง พอใจมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง พอใจมาก
- 3 คะแนน หมายถึง พอใจปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง พอใจน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง พอใจน้อยที่สุด

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
การศึกษาความถูกต้องของกลุ่มผลิตภัณฑ์						
1.	ด้านผลิตภัณฑ์					
	เซตอุปกรณ์สำนักงาน					
	เซตของใช้ส่วนตัว					
	เซตเบ็ดเตล็ด					
	เซตของประดับตกแต่ง					
	เซตเครื่องประดับ					
	เซตสินค้าเก็บสะสม, ตั้งโชว์					
	เซตของใช้ทั่วไป					
2.	ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก					
	ด้านความสะดวกในการเคลื่อนย้าย (ขนาดและน้ำหนัก)					
	ด้านความงาม					
	ด้านความแข็งแรง					
	ด้านประโยชน์ใช้สอย					
	ด้านราคา					
3.	วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อของที่ระลึก					
	นำไปเป็นของฝาก					
	นำไปใช้เอง					
	นำไปเป็นตัวอย่างในการผลิต/แปรรูปสินค้า					

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก						
1.	รูปแบบของการออกแบบผลิตภัณฑ์					
	ออกแบบโดยเน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นปัจจัยแรก					
	ออกแบบโดยเน้นรูปแบบการสื่อความหมายก่อนประโยชน์ใช้สอย					
	ออกแบบโดยใช้ข้อมูลความต้องการของตลาดเป็นสำคัญ					
2.	คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์					
	มีความแปลกใหม่					
	มีที่มา(Story) และเรื่องราวในการสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์					
	มีราคาขายเหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาด					
	มีข้อมูลฉลากของผลิตภัณฑ์ครบถ้วน					
	มีความแข็งแรง คงทนต่อสภาพการใช้งาน					
3.	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์					
	มีรูปแบบและลวดลายที่สวยงาม สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค					
	มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย					
	มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์มีคุณค่าและมีความแตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด					
	มีการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมต่อการใช้งาน					
	ผลิตภัณฑ์ยังคงแสดงถึงอัตลักษณ์ของงานหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น					
	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้					
	ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุท้องถิ่น					
	ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย					
	ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการพกพาและซ่อผาก					
	ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีรูปทรง ขนาด สี สันสวยงาม นำใช้ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย					

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่					
	ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ					



แบบสอบถาม เรื่องแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
โครงการ : การศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ประเพณีสารทเดือนสิบ
สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปี
 31-35 ปี 36-40 ปี 41 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. อนุปริญญา / ปวส.
 ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
 อื่นๆ.....

4. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท
 ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน / พ่อบ้าน อื่นๆ

ส่วนที่ 2 แนวความคิดในการใช้เครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องความคิดเห็นที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน โดยใช้
เกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก
- 4 คะแนน หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี
- 3 คะแนน หมายถึง ผลการประเมินในระดับปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อยมาก

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เขตของใช้ส่วนตัว

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	ด้านแนวความคิด					
	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้					
	การถอดแบบตรงไปตรงมาของเครื่องดนตรี					
	การตัดทอนรูปทรงของเครื่องดนตรี					
	การสื่อถึงเสียงของเครื่องดนตรี					
	การนำลวดลายของเครื่องดนตรีมาใช้ออกแบบ					
2.	รูปแบบของการออกแบบผลิตภัณฑ์					
	เขตเครื่องประดับ					
	เขตอุปกรณ์สำนักงาน					
	เขตของใช้ส่วนตัว					
	เขตเบ็ดเตล็ด					
	เขตของประดับตกแต่ง					
	เขตสินค้าเก็บสะสม, ตั้งโชว์					
	เขตสินค้าแฟชั่น					
3.	ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก					
	ด้านความสะดวกในการพกพา (ขนาดและน้ำหนัก)					
	ด้านความงาม					
	ด้านความคงทนแข็งแรง					
	ด้านประโยชน์ใช้สอย					
	ด้านราคา					

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เขตสินค้าแฟชั่น

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	ด้านแนวความคิด					
	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้					
	การถอดแบบตรงไปตรงมาของเครื่องดนตรี					
	การตัดทอนรูปทรงของเครื่องดนตรี					
	การสื่อถึงเสียงของเครื่องดนตรี					
	การนำลวดลายของเครื่องดนตรีมาใช้ออกแบบ					
2.	รูปแบบของการออกแบบผลิตภัณฑ์					
	เซตเครื่องประดับ					
	เซตอุปกรณ์สำนักงาน					
	เซตของใช้ส่วนตัว					
	เซตเบ็ดเตล็ด					
	เซตของประดับตกแต่ง					
	เขตสินค้าเก็บสะสม, ตั้งโชว์					
	เขตสินค้าแฟชั่น					
3.	ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก					
	ด้านความสะดวกในการพกพา (ขนาดและน้ำหนัก)					
	ด้านความงาม					
	ด้านความคงทนแข็งแรง					
	ด้านประโยชน์ใช้สอย					
	ด้านราคา					

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เขตของตกแต่งและสะสม

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	ด้านแนวความคิด					
	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงประเพณีวัฒนธรรมได้					
	การถอดแบบตรงไปตรงมาของเครื่องดนตรี					
	การตัดทอนรูปทรงของเครื่องดนตรี					
	การสื่อถึงเสียงของเครื่องดนตรี					
	การนำลวดลายของเครื่องดนตรีมาใช้ออกแบบ					
2.	รูปแบบของการออกแบบผลิตภัณฑ์					
	เขตเครื่องประดับ					
	เขตอุปกรณ์สำนักงาน					
	เขตของใช้ส่วนตัว					
	เขตเบ็ดเตล็ด					
	เขตของประดับตกแต่ง					
	เขตสินค้าเก็บสะสม, ตั้งโชว์					
	เขตสินค้าแฟชั่น					
3.	ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึก					
	ด้านความสะดวกในการพกพา (ขนาดและน้ำหนัก)					
	ด้านความงาม					
	ด้านความคงทนแข็งแรง					
	ด้านประโยชน์ใช้สอย					
	ด้านราคา					

แบบสอบถาม เรื่องศึกษาความเป็นไปได้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

โครงการ : การศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ประเพณีสารทเดือนสิบ

สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปี
 31-35 ปี 36-40 ปี 41 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. อนุปริญญา / ปวส.
 ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
 อื่นๆ.....

4. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท
 ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน / พ่อบ้าน อื่นๆ

ส่วนที่ 2 ศึกษาความเป็นไปได้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องความคิดเห็นที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน โดยใช้เกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก

4 คะแนน หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี

3 คะแนน หมายถึง ผลการประเมินในระดับปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อย

1 คะแนน หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อยมาก

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เขตของใช้ส่วนตัว

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์						
1.	ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการใช้งาน					
2.	การออกแบบมีความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์					
3.	ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง คงทน					
4.	ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บรักษาและจัดเก็บได้ง่าย					
5.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่บ่งบอกถึงการใช้งานได้จริง					
6.	ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ผู้บริโภค					
7.	ผลิตภัณฑ์ตอบสนองเรื่องราคา และต้นทุนการผลิต					
ด้านความงาม						
1.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ รูปร่าง รูปทรง ลวดลาย และสี					
2.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการใช้งานเฉพาะ แปลกใหม่หรือไม่ซ้ำใคร					
3.	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ มีความเข้ากันดีขององค์ประกอบโดยรวม					
4.	ผลิตภัณฑ์มีการตกแต่งที่น่าสนใจ					
5.	ผลิตภัณฑ์มีรูปทรงที่สม่ำเสมอ ไม่บิดเบี้ยว ดูมั่นคงแข็งแรง					
6.	ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่สมมาตร สมสัดส่วน เหมาะสำหรับการใช้งานจริง					
ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน						
1.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการผลิตแบบผสมผสานทั้งวัสดุหลัก วัสดุประกอบ รวมถึงการประกอบ มีความเหมาะสมเข้ากับชิ้นงานอย่างกลมกลืน					
2.	ความทนทานต่อการใช้งานในสภาพแวดล้อมปกติ					
3.	การบำรุงรักษาสะดวก และไม่ยุ่งยาก					

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านวัสดุ						
1.	วัสดุในการผลิตมีคุณภาพ แข็งแรงคงทน					
2.	มีการใช้วัสดุหลักของกลุ่มงานหัตถกรรม ได้อย่าง สูงสุด					
3.	มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต					
4.	วัสดุที่ใช้ มีความปลอดภัยต่อร่างกาย ไม่ทำลาย สิ่งแวดล้อม					
5.	ขั้นตอนการบวนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุ					
6.	วัสดุหลักสามารถตอบโจทย์การพัฒนาสู่รูปแบบอื่นๆ ได้ดี					



ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เขตสินค้าแฟชั่น

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์						
1.	ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการใช้งาน					
2.	การออกแบบมีความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์					
3.	ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง คงทน					
4.	ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บรักษาและจัดเก็บได้ง่าย					
5.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่บ่งบอกถึงการใช้งานได้จริง					
6.	ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ผู้บริโภค					
7.	ผลิตภัณฑ์ตอบสนองเรื่องราคา และต้นทุนการผลิต					
ด้านความงาม						
1.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ รูปร่าง รูปทรง ลวดลาย และสี					
2.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการใช้งานเฉพาะ แปลกใหม่หรือไม่ซ้ำใคร					
3.	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ มีความเข้ากันดีขององค์ประกอบโดยรวม					
4.	ผลิตภัณฑ์มีการตกแต่งที่น่าสนใจ					
5.	ผลิตภัณฑ์มีรูปทรงที่สม่ำเสมอ ไม่บิดเบี้ยว คมมันคงแข็งแรง					
6.	ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่สมมาตร สมสัดส่วน เหมาะสำหรับการใช้งานจริง					
ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน						
1.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการผลิตแบบผสมผสานทั้งวัสดุหลัก วัสดุประกอบ รวมถึงการประกอบ มีความเหมาะสมเข้ากับชิ้นงานอย่างกลมกลืน					
2.	ความทนทานต่อการใช้งานในสภาพแวดล้อมปกติ					
3.	การบำรุงรักษาสะดวก และไม่ยุ่งยาก					
ด้านวัสดุ						

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	วัสดุในการผลิตมีคุณภาพ แข็งแรงคงทน					
2.	มีการใช้วัสดุหลักของกลุ่มงานหัตถกรรม ได้อย่างสูงสุด					
3.	มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต					
4.	วัสดุที่ใช้ มีความปลอดภัยต่อร่างกาย ไม่ทำลาย สิ่งแวดล้อม					
5.	ขั้นตอนการบวนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุ					
6.	วัสดุหลักสามารถตอบโจทย์การพัฒนาสู่รูปแบบอื่นๆ ได้ ดี					



ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เขตของตกแต่งและสะสม

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านประโยชน์สอยของผลิตภัณฑ์						
1.	ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการใช้งาน					
2.	การออกแบบมีความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์					
3.	ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง คงทน					
4.	ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บรักษาและจัดเก็บได้ง่าย					
5.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่บ่งบอกถึงการใช้งานได้จริง					
6.	ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ผู้บริโภค					
7.	ผลิตภัณฑ์ตอบสนองเรื่องราคา และต้นทุนการผลิต					
ด้านความงาม						
1.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ รูปร่าง รูปทรง ลวดลาย และสี					
2.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการใช้งานเฉพาะ แปลกใหม่หรือไม่ซ้ำใคร					
3.	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ มีความเข้ากันดีขององค์ประกอบโดยรวม					
4.	ผลิตภัณฑ์มีการตกแต่งที่น่าสนใจ					
5.	ผลิตภัณฑ์มีรูปทรงที่สม่ำเสมอ ไม่บิดเบี้ยว ดูมั่นคงแข็งแรง					
6.	ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่สมมาตร สมสัดส่วน เหมาะสำหรับการใช้งานจริง					
ด้านความแข็งแรง คงทนในการใช้งาน						
1.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะการผลิตแบบผสมผสานทั้งวัสดุหลัก วัสดุประกอบ รวมถึงการประกอบ มีความเหมาะสมเข้ากับชิ้นงานอย่างกลมกลืน					
2.	ความทนทานต่อการใช้งานในสภาพแวดล้อมปกติ					
3.	การบำรุงรักษาสะดวก และไม่ยุ่งยาก					
ด้านวัสดุ						
1.	วัสดุในการผลิตมีคุณภาพ แข็งแรงคงทน					

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
2.	มีการใช้วัสดุหลักของกลุ่มงานหัตถกรรม ได้อย่างสูงสุด					
3.	มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต					
4.	วัสดุที่ใช้ มีความปลอดภัยต่อร่างกาย ไม่ทำลาย สิ่งแวดล้อม					
5.	ขั้นตอนการบวนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุ					
6.	วัสดุหลักสามารถตอบโจทย์การพัฒนาสู่รูปแบบอื่นๆ ได้ ดี					

แบบสอบถาม เรื่องการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

โครงการ : การศึกษาเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ประเพณีสารทเดือนสิบ

สู่การออกแบบผลิตของที่ระลึก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปี
 31-35 ปี 36-40 ปี 41 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

- มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. อนุปริญญา / ปวส.
 ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
 อื่นๆ.....

4. อาชีพ

- นักเรียน / นักศึกษา ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท
 ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน / พ่อบ้าน อื่นๆ

ส่วนที่ 2 การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องความคิดเห็นที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน โดยใช้เกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก
4 คะแนน หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี
3 คะแนน หมายถึง ผลการประเมินในระดับปานกลาง
2 คะแนน หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อย
1 คะแนน หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อยมาก

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เขตของใช้ส่วนตัว

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	ด้านผลิตภัณฑ์					

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	ผลิตภัณฑ์แสดงออกถึงประเพณี					
	ผลิตภัณฑ์สามารถใช้ได้หลายวาระโอกาสและสถานที่					
	ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และมีความแปลกใหม่ที่แตกต่างกันจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด					
	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน					
	ผลิตภัณฑ์ออกแบบโดยเน้นประโยชน์ใช้สอยได้คุ้มค่า					
2.	ด้านคุณสมบัติ					
	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย					
	ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่					
	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดได้ง่าย					
	ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการพกพาและซื้อฝาก					
3.	ด้านวัสดุ					
	ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุท้องถิ่น					
	วัสดุแสดงถึงอัตลักษณ์ของงานหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น					
	มีการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมต่อการใช้งาน					
	ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ					
	ขั้นตอนการบวนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุ					
	มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต					
4.	ด้านความงาม					
	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่มีความหรูหรา / สวยงาม					
	รูปทรงของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามสมัยนิยม					
	ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบ รูปทรง สี สันสวยงาม น่าซื้อ น่าสนใจ					
	ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และความแปลกใหม่					
	สี สัน และลวดลายของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน					

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
5.	ด้านประโยชน์ใช้สอย					
	มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย					
	ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย					
	รูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย					
6.	ด้านราคาและการจัดจำหน่าย					
	ราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
	มีป้ายบอกราคาชัดเจน					
	ผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มให้กับวัสดุที่มีในท้องถิ่น					
	ผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน					



ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เซตสินค้าแฟชั่น

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น
-------	----------------------	------------------

		5	4	3	2	1
1.	ด้านผลิตภัณฑ์					
	ผลิตภัณฑ์แสดงออกถึงประเพณี					
	ผลิตภัณฑ์สามารถใช้ได้หลายวาระโอกาสและสถานที่					
	ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และมีความแปลกใหม่ที่แตกต่างกันจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด					
	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน					
	ผลิตภัณฑ์ออกแบบโดยเน้นประโยชน์ใช้สอยได้คุ้มค่า					
2.	ด้านคุณสมบัติ					
	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย					
	ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่					
	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดได้ง่าย					
	ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการพกพาและซื้อฝาก					
3.	ด้านวัสดุ					
	ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุท้องถิ่น					
	วัสดุแสดงถึงอัตลักษณ์ของงานหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น					
	มีการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมต่อการใช้งาน					
	ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ					
	ขั้นตอนการบวนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุ					
	มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต					
4.	ด้านความงาม					
	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่มีความหรูหรา / สวยงาม					
	รูปทรงของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามสมัยนิยม					
	ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบ รูปทรง สี สันสวยงาม น่าซื้อ น่าสนใจ					
	ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และความแปลกใหม่					
	สี สัน และลวดลายของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน					

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
5.	ด้านประโยชน์ใช้สอย					
	มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย					
	ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย					
	รูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย					
6.	ด้านราคาและการจัดจำหน่าย					
	ราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
	มีป้ายบอกราคาชัดเจน					
	ผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มให้กับวัสดุที่มีในท้องถิ่น					
	ผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน					




ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เขตของตกแต่งและสะสม

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น
-------	----------------------	------------------

		5	4	3	2	1
1.	ด้านผลิตภัณฑ์					
	ผลิตภัณฑ์แสดงออกถึงประเพณี					
	ผลิตภัณฑ์สามารถใช้ได้หลายวาระโอกาสและสถานที่					
	ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และมีความแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด					
	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน					
	ผลิตภัณฑ์ออกแบบโดยเน้นประโยชน์ใช้สอยได้คุ้มค่า					
2.	ด้านคุณสมบัติ					
	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย					
	ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่					
	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดได้ง่าย					
	ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการพกพาและซื้อฝาก					
3.	ด้านวัสดุ					
	ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นคุณค่าของวัสดุท้องถิ่น					
	วัสดุแสดงถึงอัตลักษณ์ของงานหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น					
	มีการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมต่อการใช้งาน					
	ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ					
	ขั้นตอนการบวนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุ					
	มีขนาด โครงสร้าง ที่เหมาะสมกับการผลิต					
4.	ด้านความงาม					
	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่มีความหรูหรา / สวยงาม					
	รูปทรงของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามสมัยนิยม					
	ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบ รูปทรง สี สันสวยงาม น่าซื้อ น่าสนใจ					
	ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ และความแปลกใหม่					
	สีสันและลวดลายของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน					

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
5.	ด้านประโยชน์ใช้สอย					
	มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย					
	ผลิตภัณฑ์สร้างความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย					
	รูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย					
6.	ด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ					
	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
	บรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์					
7.	ด้านราคาและการจัดจำหน่าย					
	ราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
	มีป้ายบอกราคาชัดเจน					
	ผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มให้กับวัสดุที่มีในท้องถิ่น					
	ผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน					





ภาคผนวก ข

โครงการ: ถ่ายทอดองค์ความรู้นวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมสู่ชุมชน







ประวัติผู้วิจัย

ประวัติหัวหน้าโครงการวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) : นายพิชญ์ อนุชาญ
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) : Mr.Phitsanu anucharn
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน : 3901101262008
3. ตำแหน่งปัจจุบัน : อาจารย์
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) : หลักสูตรวิชาสถาปัตยกรรม สาขาสถาปัตยกรรมและผังเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา หมายเลขโทรศัพท์ 080-9738686 อีเมล pitsanuanucharn@gmail.com
5. ประวัติการศึกษา
 - พ.ศ. 2546 ปวส. (แผนกช่างเทคนิคสถาปัตยกรรม)
จาก สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคใต้
อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา
 - พ.ศ. 2549 สด.บ. (สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต)
จาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
วิทยาเขตสงขลา อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา
 - พ.ศ. 2551 ป.บัณฑิต (วิชาชีพครู)
จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาอำเภอเมืองสงขลา
จังหวัดสงขลา
 - พ.ศ. 2553 สด.ม. (สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต)
จาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร
6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย
 - 6.1 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว
 - 6.1.1 โครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ด้วยใบยางพารา สำหรับตกแต่งภายในอาคาร The development of rubber leaves products for Decoration interior design.
 - 6.1.2 โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาออกแบบวัสดุตกแต่งภายในอาคารด้วย ใบยางพารา (The study materials designed interior with rubber leaves.)
 - 6.1.3 การศึกษาองค์ประกอบทางด้านกายภาพของอาคารชุดพักอาศัย

กรณีศึกษา อพาร์ทเมนต์ ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
THE STUDY PHYSICAL ELEMENT FOR RESIDENTIAL (APARTMENT)
TAMBON KAORUBCHANG AUMPHUR MUANG SONGKHLA

6.1.4 โครงการวิจัยเรื่อง ศึกษามรดกทางวัฒนธรรมเมืองเก่าหัวเขาแดง
อ.สิงหนคร จ.สงขลา Study the cultural heritage of Huo Khao
Dang old town , Songkhla Province, Thailand.

6.2 งานวิจัยที่อยู่ระหว่างการดำเนินงาน

6.2.1 การพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง เพื่อส่งเสริมการ
เรียนรู้สถานที่ประวัติศาสตร์ตามรอยพระพุทธเจ้าหลวง ในจังหวัด
สงขลา The Development of the Augmented Reality
Technology Application to Promote Learning the History
Places Retracing King Rama V in Songkhla Province.

6.2.2 โครงการวิจัยเรื่อง การกำหนดกรอบวิจัยในการพัฒนาศักยภาพของมรดก
ทางวัฒนธรรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์
Determinintion of Research Agenda for Cultureal Heritage
Potential Developtent for Tourism and Creative Economy.

ประวัติผู้ร่วมวิจัย

- ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) : นางสาวงามเพชร อัมพรวัฒนพงศ์
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) : Miss Ngampetch Ampornwattanapong
- เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน : 1909700033732
- ตำแหน่งปัจจุบัน : ผู้ช่วยศาสตราจารย์
- หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก
ที่อยู่ : 21 ซอย 3 ถนนสามัคคี ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
หมายเลขโทรศัพท์ : 089-4634204
อีเมลล์ : Ngampetch.a@rmutsv.ac.th
ที่ทำงานปัจจุบัน : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย 1 ถนนราชดำเนินนอก
ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

5. ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2553 สด.บ. (สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต)
จาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

วิทยาเขตสงขลา อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา
พ.ศ. 2556 สด.ม. (สถาปัตยกรรม)
มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพมหานคร

6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย

6.1 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว

6.1.1 โครงการวิจัยเรื่อง พัฒนาสถาปัตยกรรมเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ด้าน
ภูมิปัญญา และ วัฒนธรรมท้องถิ่น : ตำบลชะแล้ อำเภอสิงหนคร
จังหวัดสงขลา 2559

6.1.2 โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาออกแบบวัสดุตกแต่งภายในอาคารด้วย
ใบยางพารา (The study materials designed interior with
rubber leaves.) 2560

6.1.3 โครงการวิจัยเรื่อง พัฒนาสถาปัตยกรรมเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ ด้านภูมิ
ปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่น : ตำบลชะแล้ อำเภอสิงหนคร จังหวัด
สงขลา 2559

6.1.4 วัสดุตกแต่งภายในอาคารจากใบและลูกสนทะเล
(Interior Decoration Materials form Pine Leaves and Seeds)
2560

6.1.5 โครงการวิจัยเรื่อง ศักยภาพทรัพยากรในเขตมรดกทางวัฒนธรรม
พื้นที่เมืองเก่าสงขลา (The Resource Potential of Preserved
Area of Cultural Heritages in Songkhla Old Town.) 2561

6.2 งานวิจัยที่อยู่ระหว่างการดำเนินงาน

6.2.1 การศึกษาเครื่องใช้ดนตรีที่ใช้ประกอบกิจกรรมลากพระ ในประเพณี
วันสารทเดือนสิบ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2563

6.2.2 วัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ สู่การออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มน้ำ
ทะเลสาบสงขลา 2563

6.2.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานสานเชือกกล้วยเพื่อเพิ่มขีด
ความสามารถในการแข่งขัน และสร้างเศรษฐกิจฐานรากของ
ชุมชนในจังหวัดสงขลา 2563