

ออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ ประเทศไทย
Souvenirs Design for Buriram Province, Thailand.
(วิทยานิพนนี้ได้รับการสนับสนุนจากเงินทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณเงินรายได้
ประจำปีงบประมาณ 2557 มหาวิทยาลัยมหาสารคาม)

อภิเชษฐ์ ตีคลี¹ อาคม เสจิมวิบูล² และปัทมาวดี ชาญสุวรรณ³
Apiched Teekalee¹, Arkom sangiamvibool² and Pattamawadee Chansuwan³

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบและการประกอบสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการศึกษาผลิตภัณฑ์เดิมในพื้นที่ ศิลปวัฒนธรรม และความต้องการของผู้บริโภคnamas แนวทางการสร้างสรรค์ผลงานด้านการออกแบบของที่ระลึกที่มีลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์ วิธีการศึกษา 1) เก็บข้อมูลภาคเอกสารและภาคสนามโดยใช้แบบสอบถาม แบบบันทึกการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง แบบบันทึกการสังเกตผลิตภัณฑ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวและผู้จำหน่ายของที่ระลึก 2) นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์กำหนดกรอบแนวทางการออกแบบ ออกแบบทำแบบร่าง และประเมินแบบร่าง มีแบบประเมินแบบร่างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดบุรีรัมย์เป็นผู้ประเมิน 3) นำผลประเมินที่ได้มากำหนดกรอบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เขียนแบบเพื่อการผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ประเมินคุณภาพต้นแบบและความเป็นไปได้ด้านการตลาด โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยวเป็นผู้ประเมิน

แนวทางการออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบไปด้วยศิลปวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา ลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์คือ ศิลปวัฒนธรรมเขมรคือ ปราสาทหิน ทับหลังนารายณ์บรรทมสินธุ ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ในพื้นที่มานานและยังเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวรับรู้ว่าเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ ความต้องการด้านกลุ่มผู้บริโภคสามารถจัดกลุ่มได้ 3 กลุ่ม โดยทุกกลุ่มมีความต้องการที่จะนำของที่ระลึกไปฝากผู้อื่น วัสดุที่ใช้ผลิตเป็นการผสมผสานวัสดุ กลุ่มผู้มีรายได้มากต้องการของที่ระลึกที่มีรูปแบบ ลวดลาย รูปร่างรูปทรง ที่เป็นงานหัตถกรรม กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางต้องการของที่ระลึกที่มีรูปแบบ ลวดลาย รูปร่างรูปทรง ที่เป็นงานหัตถกรรมและกลุ่มผู้มีรายได้น้อยต้องการของที่ระลึกที่มีรูปแบบ ลวดลาย รูปร่างรูปทรงที่เป็นงานอุตสาหกรรม โดยทั้ง 3 รูปแบบนี้มีวิธีการผลิตที่เหมาะสมสมคือ หัตถกรรมที่สามารถตอบสนองทั้งความต้องการด้านปริมาณและความเป็นลักษณะเฉพาะที่ปรากฏบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้ ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยว และผู้จำหน่ายของที่ระลึกในพื้นที่ ต้นแบบที่ 1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อมาก เรื่องราวจากทับหลังนารายณ์บรรทมสินธุ เป็นผลิตภัณฑ์ตั้งโชว์ขนาด 9

¹ นิสิตหลักสูตร ศศ.ม. สาขาวิชางานศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² อาจารย์ ดร. สาขาวิชาภาพพิมพ์ ภาควิชาทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาควิชาศิลปะการแสดง คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

X 32 X 16 ซ.ม. มีความพึงพอใจ 3.91/5 ต้นแบบที่ 2 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อปานกลาง เรื่องราวเกี่ยวกับปราสาทประราษฎร์ในพื้นที่ตั้งโดยใช้และแขวนผนังขนาด 5 X 25 X 20 ซ.ม. และ 3.5 X 26 X 26 ซ.ม. มีความพึงพอใจ 4.06/5 และต้นแบบที่ 3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อน้อย มีเรื่องราวเกี่ยวกับทวารบาลรวมกันท่าทางการละเล่นแบบเด็กเป็นผลิตภัณฑ์ตั้งโชว์ขนาด 6X 6 X 10 ซ.ม. มีความพึงพอใจ 4.15/5

ในการออกแบบของระลึknั้นมีปัจจัยที่เป็นแนวทางการออกแบบและประกอบสร้างของที่ระลึก ประกอบด้วย ศิลปวัฒนธรรมที่เป็นสิ่งที่สามารถแสดงถึงลักษณะเฉพาะของพื้นที่ที่ชัดเจน การศึกษาผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ในพื้นที่ ความต้องการของนักท่องเที่ยว หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบของที่ระลึก จากปัจจัยต่างๆ ข้างต้นสามารถนำไปสู่การพัฒนาของที่ระลึกเชิงพาณิชย์ได้ต่อไปด้วยการส่งเสริมธุรกิจภาคครัวเรือนขนาดเล็กและขนาดกลาง และนำไปสู่การประยุกต์วิธีการเพื่อการออกแบบของที่ระลึกได้ต่อไป

คำสำคัญ : ออกแบบ, ของที่ระลึก, จังหวัดบุรีรัมย์, แนวทางการออกแบบ

ABSTRACT

The current study aimed to study guidelines for designing and producing souvenir products in Buriram Province, Thailand. The study focused on investigating original products, art and culture, and consumers needs for designing a guideline for designing the souvenir product characteristics of Buriram province. The data were collected by a questionnaire designed to use in gathering field data, a semi-structure interview form, and observation form for collecting characteristics of products. Products data were collected by a random sampling of tourists and souvenir shops. The collected data were used to design a model of producing souvenirs of the province which was evaluated by experts in the area. In the final stage of the study, the evaluated design would be used to specify model for designing the products which was evaluated the marketing possibility by experts, merchants, and consumers.

The model for designing souvenir products of Buriram province includes culture and art representing cultural characteristics of the city which is related to Khmer culture including stone castles and Vishnu stone sculpture which have been identity of Buriram province. Customer needs could be divided into 1) the need of patterned and shaped product for high income customers, and 2) the need of patterned, shaped, sketched, and handcrafted products for the average income customers, and 3) the need of the shaped, patterned, and handcrafted products for low income products. Handcraft is the appropriate method for all the needed products. Vishnu stone sculpture was designed a product with size of 9 X 32 X 16 cm and was rated at the satisfaction level at (3.91 /5). The second prototypes was Prasat

Phanom Rung stone castle designed as a desk clock and wall clock size 5 X 25 X 20 cm and 3.5 X 26 X 26 cm, and were rated satisfaction level at (4.06/ 5). The third prototype emphasized for low income customers which was designed to have gate guardians with the gestures of traditional children's in the size 6X 6 X 10 cm, and were rated at satisfaction level at (4.15/5).

The important factors affecting the design of the product were cultural characteristics of Buriram province, study of the traditional products, tourists' needs, and theories in designing products. The factors could be used to consider in developing commercial product design in SME business.

Keywords : Souvenirs., Designs., Buriram Province.

บทนำ

บุรีรัมย์เคยอยู่ในพื้นที่การปกครองของอาณาจักรเขมรโบราณมาก่อน จังหวัดบุรีรัมย์ในพื้นที่ เช่น ภาษา เครื่องแต่งกาย เครื่องมือเครื่องใช้ การละเล่น โบราณสถาน-โบราณวัตถุ ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ สิ่งเหล่านี้เองที่กล่าวเป็นทุนทางวัฒนธรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จากรายงานข้อมูลภูมิสารสนเทศเพื่อการลงทุนด้านการท่องเที่ยวของททท. ระบุว่าจังหวัดบุรีรัมย์มีนักท่องเที่ยวในปี 2551 ประมาณ 792,050 คน จังหวัดมีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 1,036 ล้านบาทและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี จากรายงานทางสถิติการท่องเที่ยวภาคอีสานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ใช้เงินเฉลี่ยคนละประมาณ 1,947 บาท และใช้เงินในการซื้อของฝากของที่ระลึก 23% คิดเป็นเงิน 447 บาท และชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ใช้เงินโดยเฉลี่ยประมาณคนละ 2,364 บาท และใช้เงินในการซื้อของที่ระลึกประมาณ 13% คิดเป็นเงิน 307 บาท โดยทั้งหมดให้ความเห็นว่าจะเดินทางกลับมาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์อีกเป็น ชาวไทย 93.80 %

และชาวต่างชาติ 93.94 % จากข้อมูลข้างต้นจะพบว่าสักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ในการซื้อของที่ระลึกประมาณ 1 ใน 4 ของรายจ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง จากสถานการณ์การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในจังหวัดบุรีรัมย์ ส่งผลให้เกิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่มีการผลิตทั้งในและนอกตัวจังหวัด เช่น ของที่ระลึกลักษณะรูปแบบของปราสาทพนมรุ้ง และรูปแบบของทับหลัง นารายณ์บรรทมสินธุ์ จำลอง

ที่ผลิตขึ้นจากการสร้างแม่พิมพ์ยางพาราหล่อตัวยูบูนพลาสเตอร์ ลงสีปั๊บทอง พวงกุญแจติดแผน้ำเข้ามายังหัวดันครรชสีมา กระปุกออมสินเซรามิกเคลือบสีขาวนำเข้าจากจังหวัดลำปาง และผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่นที่นำเข้ามาจากแหล่งต่างๆ เช่น ตลาดโรงเกลือจังหวัดสระบุรี ตลาดอินโดจีนจังหวัดมุกดาหาร สิ่งที่พับคือ ของที่ระลึกในพื้นที่ ยังไม่ได้รับการพัฒนาด้านการออกแบบเพื่อตอบสนองตัวกลุ่มผู้ซื้อ รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความซ้ำ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกยังไม่สามารถสะท้อนถึงลักษณะเฉพาะที่หลักหลายของจังหวัดบุรีรัมย์

ด้วยเหตุนี้จึงนำมาสู่การวิจัยเพื่อพัฒนาออกแบบและประกอบสร้างของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ ที่สามารถแสดงถึงลักษณะเฉพาะของจังหวัดโดยสื่อสารผ่านศิลปวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบและการประกอบสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตพื้นที่ อุทยานประวัติศาสตร์ เขานพนมรุ้ง อุทยานประวัติศาสตร์เมืองต่ำ และวนอุทยานเขากะรโต

2. ขอบเขตกลุ่มเป้าหมาย

2.1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ในพื้นที่ จังหวัดบุรีรัมย์

2.2 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาใน จังหวัดบุรีรัมย์ และนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่าง จังหวัด

2.3 ผู้ประกอบการร้านจำหน่าย ผลิตภัณฑ์

3. ขอบเขตในการออกแบบและการ ประกอบสร้างของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์จำนวน 3 กลุ่ม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร นักท่องเที่ยวที่เดินทางมา ท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ และผู้จำหน่ายของที่ระลึก ในพื้นที่มากกว่า 10 ปีขึ้นไป

2. กลุ่มตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ใน 3 พื้นที่ประกอบไปด้วย อุทยานประวัติศาสตร์ เขานพนมรุ้ง อุทยานประวัติศาสตร์เมืองต่ำ และ วนอุทยานเขากะรโต

วิธีดำเนินงานวิจัย

การออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ มีวิธีการดำเนินการวิจัยเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลภาคสนามที่เกี่ยวข้องกับ ของที่ระลึกเพื่อเป็นการระบุปัญหาในการทำวิจัย ด้วยการใช้ แบบบันทึกการสังเกตผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล

2. ศึกษาข้อมูลภาคเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ การออกแบบของที่ระลึก ศิลปวัฒนธรรมจังหวัด บุรีรัมย์ หลักการและทฤษฎีต่างๆ เอกสารงานวิจัยที่ เกี่ยวข้องที่สอดคล้องและใกล้เคียง

3. ทำการประมวลภาคเอกสารด้านศิลป วัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ แล้วนำมาสู่การสร้าง แบบสอบถามด้านศิลปวัฒนธรรมและความต้องการด้าน การตลาด โดยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเป็นกลุ่มเป้าหมายใช้วิธีการสุ่มมี แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล

4. ประมวลผลการศึกษาจากภาคสนาม เอกสารที่เกี่ยวข้อง สรุปเป็นกรอบแนวทางการ ออกแบบที่ตอบ สนองความต้องการของผู้บริโภค

5. ออกแบบและร่างแบบ ประเมินแบบ ร่างโดยผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ และกลุ่มผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่ โดย การประเมินมุ่งหวังที่จะคัดกรองแบบร่างที่แสดง ลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์ที่ชัดเจนและมี โอกาสในการขาย ด้วยการใช้แบบประเมินแบบร่าง เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลการประเมิน

6. ประมวลข้อมูลจากการประเมินแบบ ร่างและทำการพัฒนาแบบร่าง เขียนแบบเพื่อการผลิต และผลิตต้นแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์

7. ประเมินต้นแบบของที่ระลึกจังหวัด บุรีรัมย์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบใช้แบบ ประเมินคุณภาพต้นแบบเป็นเครื่องมือในการเก็บ ข้อมูลนักท่องเที่ยวและผู้จำหน่ายของที่ระลึกในพื้นที่ โดยเจาะจงผู้ค้าที่จำหน่ายมาไม่น้อยกว่า 10 ปี ใช้ ประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดในการจัด จำหน่ายเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

8. สรุปผลการการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย

แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ ราคา ขนาด วัสดุ ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ การเลือก

ชื่อผลิตภัณฑ์ ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวฯ เป็นต้น โดยให้ผู้ตอบเชียนคำตอบโดยคำตอบไม่มีถูกผิด และผู้วิจัยอ่านแล้วให้ผู้ตอบเลือกคำตอบโดยผู้วิจัยทำการกรอกข้อมูลนั้นๆ

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง มีการกำหนดประเด็นคำถามให้ผู้สัมภาษณ์อธิบาย ใช้ในการรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากล่าวอธิบาย หรือสอบถามแบบปากเปล่า โดยมีการบันทึกข้อมูลในแบบบันทึกการสัมภาษณ์

แบบสังเกต ใช้ในการรวบรวมข้อมูลโดยการเข้าไปสังเกตรูปแบบของที่ระลึก การจัดวางผลิตภัณฑ์หน้าร้านจำหน่ายของที่ระลึก และพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยว

แบบประเมินแบบร่าง ใช้สำหรับประเมินแบบร่างโดยผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดบุรีรัมย์ และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อประเมินแบบร่างที่เหมาะสมที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์ ที่เกิดจากการนำอาชีวศิลปวัฒนธรรมมาเป็นแนวทางการออกแบบและเพื่อทราบถึงความเป็นไปได้ที่แบบร่างจะได้รับการยอมรับจากตลาด

แบบประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลจากการประเมินคุณภาพ ด้านการใช้งาน ความปลอดภัย การสื่อถึงลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์และด้านราคาน้ำหนักที่เหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญ

แบบประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาด ใช้สำหรับประเมินโอกาสในการจัดจำหน่าย และราคากลางของผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกโดยผู้จำหน่าย

การเก็บข้อมูล

วิจัยฉบับนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเพื่อการออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ประกอบไปด้วย

1. ข้อมูลด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องในการเก็บข้อมูล

2. ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของ

ที่ระลึก ใช้แบบบันทึกการสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และยังใช้แบบบันทึกการสังเกตผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการช่วยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พน

3. ข้อมูลด้านการออกแบบ เป็นการประเมินแบบร่างโดยใช้แบบประเมินแบบร่างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

4. ข้อมูลด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ด้วยการใช้แบบประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้านคุณภาพการใช้งาน ความปลอดภัย ความแข็งแรง และการสื่อสารผ่านผลิตภัณฑ์ต้นแบบถึงลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์แบบพรรณนาเพื่อแยกส่วนประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และใช้หลักทางสถิติวิเคราะห์ความถี่ที่เกิดขึ้นซึ่งเป็นผลการการศึกษาและร้อยละในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเพื่อได้มาซึ่งแนวทางการออกแบบและประกอบสร้างของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ มีผลการวิจัยดังนี้

1. แนวทางการออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบไปด้วย

1.1 การศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเดิมในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ พบได้ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ประกอบด้วยอุทยานประวัติศาสตร์เขานมรุ้ง อุทยานประวัติศาสตร์เมืองต่า และวนอุทยานเขากะรัง พบว่า

เนื้อหาเรื่องราวที่ปรากฏบนของที่ระลึกเดิมในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นเนื้อหาที่พบในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ ปราสาททิพย์ พนมรุ้ง ทับหลัง

นาราย นางอปสรา ซึ่งเป็นเนื้อหาเรื่องราวดีเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมเชมรโบราณที่มีอยู่ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์มาเป็นเวลาหลายนาน

ลักษณะรูปแบบผลิตภัณฑ์สามารถจัดกลุ่มตามการผลิตและราคาผลิตภัณฑ์ที่พบได้ 3 กลุ่มดังนี้ 1) รูปแบบของที่ระลึกที่มีลักษณะเป็นงานหัตถกรรม เป็นชิ้นงานรูปเครื่องขันทองเหลืองแกะลาย ขันเงินดุนลาย มีราคา 1,000 ถึง 3,500 บาทต่อชิ้น ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นงานมีมือ ผลิตจากวัสดุ ทองเหลือง เงิน สำริด 2) รูปแบบของที่ระลึกที่มีลักษณะเป็นงานหัตถกรรมอุตสาหกรรม มีราคา 100 ถึง 900 บาทต่อชิ้น ผลิตได้เป็นจำนวนมากพอต่อความต้องการของตลาด และยังพบลักษณะเฉพาะที่ปรากฏบนตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งเกิดจากการผลิตด้วยวัสดุสังเคราะห์และการผสมวัสดุ 2 ชนิด 3) รูปแบบของที่ระลึกที่มีลักษณะเป็นงานอุตสาหกรรม มีราคา 10 ถึง 100 บาทต่อชิ้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตแบบอุตสาหกรรม ใช้วัสดุสังเคราะห์ในการผลิต ชิ้นงานที่ผลิตออกมายังมีลักษณะรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ซ้ำเดิม เน้นจำนวนในการผลิตที่มาก มีต้นทุนในการผลิตต่ำ

วัสดุที่ใช้ผลิตของที่ระลึกที่พบในห้องตลาดจังหวัดบุรีรัมย์ จะมีความสัมพันธ์กับรูปแบบและการผลิต สามารถจัดกลุ่มวัสดุได้ 2 กลุ่ม ประกอบไปด้วย วัสดุธรรมชาติ ได้แก่ ไม้ ไม้ไผ่ หarray กระถางพลาสติก และวัสดุสังเคราะห์ ได้แก่ พลาสติกเรซิ่น เส้นใยสังเคราะห์ โดยพบวัสดุอาทิ ทองเหลือง สำริด และเงิน จะถูกนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบงานหัตถกรรม และวัสดุสังเคราะห์จะถูกนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบเป็นงานอุตสาหกรรมอาทิ พวงกุญแจเรซิ่น ตุ๊กตาพลาสติก และผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์การใช้งานมากกว่าการตั้งโชว์ เช่น กระเบ้าแบบต่างๆ เสื่อสกรีน นาฬิกา เป็นต้น

ขนาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่พบในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์มีอยู่หลายขนาดสามารถจัดกลุ่มได้ 3 กลุ่มประกอบไปด้วย 1) กลุ่มของที่ระลึกขนาด

ใหญ่ ประมาณ 70 ซ.ม. ประเกทพะพุธรูปสำริด 2) กลุ่มของที่ระลึกขนาดกลาง ประมาณ 25 ซ.ม. ประเกทเจกัน กรอบรูปตั้งโชว์ กระเปา 3) กลุ่มของที่ระลึกขนาดเล็กประมาณ 10 ซ.ม. ประเกท พวงกุญแจ ตุ๊กตาตั้งโชว์ ราคาของที่ระลึกในพื้นที่ตลาดบุรีรัมย์ขึ้นอยู่กับขนาดผลิตภัณฑ์ วัสดุที่ใช้ผลิต รูปแบบผลิตภัณฑ์ และวิธีการผลิต พบว่า ขันทองเหลืองพื้นที่มีราคากันรองมีฝาปิดแกะลายผลิตในรูปแบบหัตถกรรมราคา 2,500 บาทต่อชุด พวงกุญแจพลาสติกผลิตในรูปแบบอุตสาหกรรมราคา 25 บาทต่อชิ้น และราคาจำหน่ายหน้าร้านจะเพิ่มขึ้นจากราคารับเป็นสองเท่าตัว และยังพบว่าราคาของผลิตภัณฑ์จะมีความสัมพันธ์กับวัสดุที่ใช้ในการผลิต เช่น การผลิตแบบอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กับราคาผลิตภัณฑ์ไม่เกิน 100 บาท เนื่องจากกระบวนการผลิตที่ง่าย เร็ว สามารถผลิตได้ในจำนวนมาก และการผลิตแบบหัตถกรรมมีความสัมพันธ์กับราคาผลิตภัณฑ์ที่สูงเนื่องจาก ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบหัตถกรรมนั้นใช้หักหั่นฝีมือและใช้เวลานานในการผลิต จึงทำให้มีราคาสูง

1.2 ตลาดผู้บริโภคของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ พับผู้บริโภคเป็นนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในจังหวัดบุรีรัมย์ และนักท่องเที่ยวที่เป็นคนต่างจังหวัดสามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามกำลังซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกออกเป็น 3 กลุ่มประกอบไปด้วย 1) กลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ซึ่งมีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานของรัฐและเอกชน เจ้าของธุรกิจ มีรายได้มากกว่า 20,000 ต่อเดือน เลือกซื้อของที่ระลึกไปเพื่อเป็นของประดับตกแต่งบ้าน เป็นของใช้ เช่น พานทองเหลือง รูปเครื่อง 2) กลุ่มที่มีกำลังซื้อระดับปานกลาง มีอาชีพรับราชการ พนักงานทั้งภาครัฐและเอกชน แม่บ้าน มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทต่อเดือนแต่ไม่เกิน 15,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีรายได้เป็นของตัวเองที่แน่นอน เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้มากกว่าตั้งโชว์ เช่น เสื้อยืด กระเบ้าแบบต่างๆ หมวก และ

ช้อไปเพื่อเป็นของฝาก โดยเป็นของฝากผู้ใหญ่ ใช้เอง และฝากญาติ 3) กลุ่มที่มีกำลังซื้อน้อย มีอาชีพเป็นแม่บ้าน นักเรียน นิสิต-นักศึกษา กลุ่มแม่บ้านมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 ต่อเดือน และนิสิต-นักศึกษาซึ่งไม่มีรายได้เป็นของตัวเอง เลือกซื้อของที่ระลึกไปเพื่อเป็นของฝาก โดยเป็นของฝากผู้ใหญ่ และฝากญาติ

การเลือกซื้อของที่ระลึกของผู้บุรีโภคทั้ง 3 กลุ่มมีเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อประกอบไปด้วย ความเป็นลักษณะเฉพาะของสถานที่นั้นๆ ร้อยละ 48 รูปแบบและความสวยงามร้อยละ 48 ราคาร้อยละ 22 ความคงทนร้อยละ 19 ความแปลกใหม่ร้อยละ 13 ประโยชน์ใช้สอยร้อยละ 10

1.3 ศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัด

บุรีรัมย์ มีความหลากหลายและเป็นที่สนใจของผู้บุรีโภคจากการศึกษาสามารถจัดกลุ่มศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ได้ 7 กลุ่มที่สามารถแสดงถึงลักษณะเฉพาะของพื้นที่ ประกอบไปด้วย 1) กลุ่มโบราณสถาน 2) กลุ่มโบราณวัตถุ 3) กลุ่มการละเล่น 4) การแสดงพื้นบ้าน 5) นาฏศิลป์ 6) พิธีกรรม และ 7) ประเพณีจากผลการวิจัยพบว่าความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อศิลปวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ประกอบไปด้วย 1) ปราสาททินพนรมรุ้งและส่วนประกอบของปราสาททินร้อยละ 94.65 2) ทับหลังนราภรณ์บรรทมสินธุร้อยละ 77.7 3) ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้งร้อยละ 75.05 4) กันตระมิรร้อยละ 63.5 5) การละเล่นเด็กร้อยละ 46.35 6) ลิเกเขมรร้อยละ 43.6 7) มื้วดร้อยละ 37.55

2. แนวทางการประกอบสร้างของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบไปด้วย

2.1 แนวทางการออกแบบ

ตารางที่ 1 กรอบแนวทางการออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์

ระดับตลาด	อายุ	ราคา	รูปแบบ	ขนาด (ประมาณ)	วัสดุ	เรื่องราว	การตัดสินใจซื้อ
กำลังซื้อมาก	ผู้ใหญ่	สูง (ไม่เกิน5,000)	หัตถกรรม ความงาม เรียบง่าย	< 25 cm.	ดินเผา ไม้โลหะ วัสดุผสม	ปราสาทพนมรุ้ง, ทับหลังนราภรณ์ บรรทมสินธุฯ แกะสลักหินทราย, เครื่องเคลือบเงินโบราณ, เครื่องไม้และเครื่องจักสาน, ไม้ป่าบุญจากสวน, เครื่องมือครัวโบราณ, กระถางต้นไม้, เด็ก, ลิเกเขมร, กันตระมิร	ลำดับที่ 1 รูปแบบและความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่
กำลังซื้อปานกลาง	เด็ก	กลาง (ไม่เกิน1,000)	อุตสาหกรรม ประযุชน์ การใช้งาน	20 – 26 cm.	ไม้พลาสติก	ปราสาทพนมรุ้ง, ทับหลังนราภรณ์ บรรทมสินธุฯ งานหัตถกรรมหินทราย, การละเล่นของเด็ก	ลำดับที่ 2 ราคาและความคงทน
กำลังซื้อน้อย	เด็ก	ต่ำ (ไม่เกิน100)	มีงานเด็ก พบมากในพื้นที่	> 20 cm.	ไม้พลาสติก ดินเผา วัสดุผสม	ปราสาทพนมรุ้ง, ทับหลังนราภรณ์ บรรทมสินธุฯ งานหัตถกรรมหินทราย, การละเล่นของเด็ก	ลำดับที่ 3 ความแปลกใหม่ ลำดับที่ 4 ประโยชน์ใช้สอย

แนวทางการออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถกำหนดกรอบแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ จากกลุ่มผู้บุรีโภคทั้ง 3 กลุ่มได้ 3 แนวทาง ดังตารางประกอบ 1 มีรายละเอียดดังนี้

แนวทางที่ 1 ออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ใหญ่ วัยทำงาน รูปแบบเป็นงานหัตถกรรมมีความสวยงาม เรียบง่าย มีลักษณะเป็นของใช้ มีประโยชน์การใช้งานขนาดประมาณไม่เกิน 25 ซ.ม. แต่ไม่เล็กกว่า 20 ซ.ม. ใช้วัสดุคือ ดินเผา

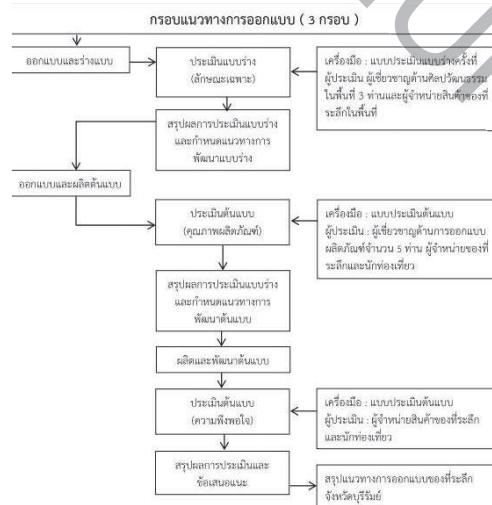
ของใช้ ขนาดประมาณ 25 ซ.ม. ขึ้นไป ใช้วัสดุคือ ดินเผา ไม้ โลหะ และวัสดุผสม โดยมีเรื่องราว ปราสาทพนมรุ้ง, ทับหลังนราภรณ์บรรทมสินธุฯ, งานแกะสลักหินทราย, เครื่องเคลือบเงินโบราณ และเครื่องไม้

แนวทางที่ 2 ออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มเป้าหมายเป็นวัยทำงาน รูปแบบเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรม มีลักษณะเป็นของใช้ มีประโยชน์การใช้งานขนาดประมาณไม่เกิน 25 ซ.ม. แต่ไม่เล็กกว่า 20 ซ.ม. ใช้วัสดุคือ ดินเผา

ไม้ โลหะ และวัสดุผสม โดยมีเรื่องราว ปราสาทพนมรุ้ง ทับหลังนารายณ์บรรณอมสินธุ์ งานแกะสลักหินทราย

แนวทางที่ 3 ออกแบบแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก นักเรียน-นักศึกษา รูปแบบเป็นขั้นงานขนาดเล็ก ไม่เกิน 20 ซ.ม. มีลักษณะเป็นของประดับตกแต่ง รูปแบบผลิตภัณฑ์ เป็นงานอุตสาหกรรมสามารถผลิตช้าได้คราวละมากๆ ใช้วัสดุเป็น ไม้ พลาสติก ดินเผา วัสดุผสม ให้เรื่องราวของปราสาทพนมรุ้ง, ทับหลังนารายณ์บรรณอมสินธุ์, การละเล่นของเด็ก

ทั้ง 3 แนวทางดำเนินถึงรูปแบบและความสวยงาม และความเป็นเอกลักษณ์ของ

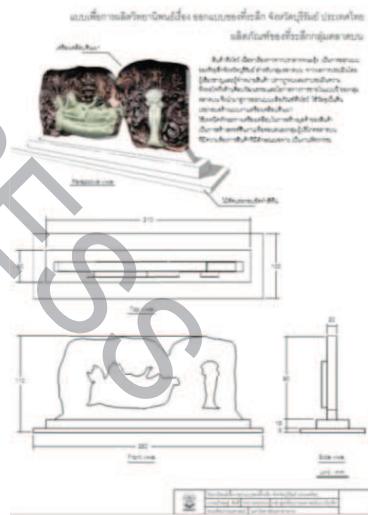


ภาพที่ 1 โครงสร้างการออกแบบและพัฒนา

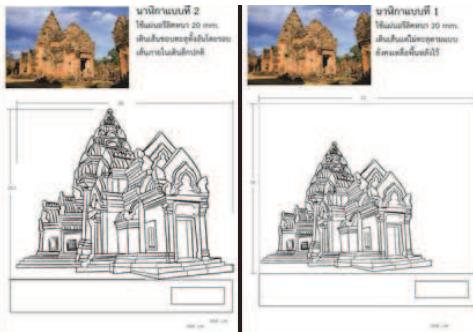
สถานที่ รากา ความคงทน ความแปลกลใหม่ และประโยชน์ใช้สอย ซึ่งใช้เกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

2.2 การออกแบบและพัฒนาต้นแบบ

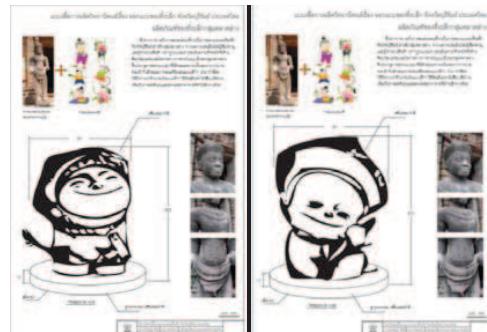
จากแนวทางการออกแบบแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ทั้ง 3 แนวทาง นำมาสู่การออกแบบ พัฒนา และผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ดังโครงสร้างการออกแบบและพัฒนาดังภาพประกอบที่ 1 ซึ่งมีขั้นตอนทำแบบร่าง ประเมินแบบร่าง นำผลมาพัฒนาแบบร่าง และสรุปผลการประเมินแบบร่าง นำผลมาพัฒนาแบบร่าง เที่ยบแบบเพื่อการผลิต ผลิตต้นแบบของที่ระลึก ประเมินต้นแบบทั้งด้านคุณภาพและด้านการตลาด ประมวลข้อมูลสรุปผลการวิจัย



ภาพที่ 2 แบบเพื่อการผลิตต้นแบบกลุ่มตลาดที่ไม่กำลังซื้อมาก



ภาพที่ 3 แบบเพื่อการผลิตต้นแบบกลุ่มตลดาดที่มีกำลังซื้อปานกลาง



ภาพที่ 4 แบบเพื่อการผลิตต้นแบบกลุ่มตลดาดที่มีกำลังซื้อน้อย



ภาพที่ 5 ต้นแบบกลุ่มตลดาดที่มีกำลังซื้อมาก



ภาพที่ 6 ต้นแบบกลุ่มตลดาดที่มีกำลังซื้อปานกลาง



ภาพที่ 7 ต้นแบบกลุ่มตลดาดที่มีกำลังซื้อน้อย

2.3 การประกอบสร้างผลิตภัณฑ์
ต้นแบบจากกรอบแนวทางการกรอกแบบของที่ระลึก
จังหวัดบุรีรัมย์ และได้พัฒนาตามโครงสร้างการ
ออกแบบและพัฒนาแบบ มีรายละเอียดการประกอบ
สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกทั้ง 3 ต้นแบบ ดังนี้

ต้นแบบที่ 1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตลดาดที่มีกำลังซื้อมาก สำหรับผู้บริโภควัย 41 ปีขึ้นไป มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ ต้นแบบมีเรื่องราวจากทับหลังนารายณ์บรรทมสินธุ์ซึ่งเป็นส่วนประกอบของสถาปัตยกรรมเมริโบรณ มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตั้งใจชร์ เป็นงานฝีมือเน้นการใช้หักฆะ ด้านงานเครื่องเคลือบดินเผาในการผลิต เพื่อสร้างลักษณะเฉพาะให้กับผลิตภัณฑ์ ราคา 1,000 บาท มีวิธีการผลิตแบบหัตถอาชีวกรรม ผลิตด้วยการกดเนื้อดินในพิมพ์ทั้ง 2 ด้าน แกะลาย เคลือบใส่สีเขียวเขี้ยวน้ำหหงษ์ประกอบฐานไม้เม้มและเดินเส้นทางเหลือง มีขนาดรวม $9 \times 32 \times 16$ ซ.ม. (ดูในภาพประกอบ5)

ต้นแบบที่ 2 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตลดาดที่มีกำลังซื้อปานกลาง สำหรับผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน อายุ 25 – 40 ปี ต้นแบบมีเรื่องราวเกี่ยวกับปรางค์

ประธานปราสาทพนมรุ้ง มีลักษณะเป็นนาฬิกาหั้งตั้ง โต๊ะและแขวนผนัง เป็นงานหัตถศิลปกรรม ใช้หักหงษ์ งานฝีมือสร้างความต่างเพื่อสร้างลักษณะเฉพาะให้กับ ผลิตภัณฑ์ด้วยการตัดประกอบแผ่นทองเหลือง รูปแบบ ของผลิตภัณฑ์มีความร่วมสมัย ราคา 500 บาท วัสดุ แผ่นอะคริลิค ไม้อัดประเภท MDF (Medium Density Fiber Board) และแผ่นทองเหลือง วิธีการผลิตแบบ หัตถศิลปกรรม ผลิตแบบหัตถศิลปกรรมด้วยการแกะ แผ่นอะคริลิคด้วยเครื่องเลเซอร์คอมพิวเตอร์ตัดแผ่นไม้ (MDF) กรุด้วยแผ่นทองเหลืองเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และประกอบด้วยตะปูลม ทำสีขาวเงา ประกอบนาฬิกา โดยหั้งหมุดใช้กาว Epoxy เป็นตัวประสาน ขนาดแบบ ที่ 1 5 X 25 X 20 ซ.ม. แบบที่ 2 3.5 X 26 X 26 ซ.ม. การใช้งานเป็นนาฬิกาตั้งโชว์บนโต๊ะหรือติดผนัง (ดูในภาพประกอบ 6)

ต้นแบบที่ 3 ผลิตภัณฑ์ของ ที่ระลึกกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อน้อย สำหรับกลุ่มเป้า หมายอายุ 15 – 21 ปี อยู่ในช่วงวัยนักเรียนนักศึกษา ซึ่งสืบสานค่าราคากู๊ก ผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็ก ต้นแบบมี เนื้อหาเกี่ยวกับหารบาราธรรมเข้ากับท่าทางการละเล่น แบบเด็ก มีลักษณะเป็นอุตสาหกรรม ราคา 30 บาท วัสดุเป็น เเรชั่น ไม้อัดประเภท MDF (Medium Density Fiber Board) ผลิตด้วยวิธีการแบบหัตถศิลปกรรม โดยการปั้นต้นแบบจากดินน้ำมัน ทำพิมพ์ทุบ หล่อด้วย ปุนพลาสเตอร์ ขัดแต่งต้นแบบปุนพลาสเตอร์ให้ เรียบร้อย จากนั้นนำต้นแบบมาหล่ออย่างซิลิโคนและทำ พิมพ์ เมื่อได้พิมพ์ยางซิลิโคนแล้วนำมาหล่อเรซิ่นแบบ กลวงภายใน รอแห้งแล้วแกะออกขัดแต่งทำสีรองพื้น และสีจริง ขั้นตอนสุดท้ายเก็บรายละเอียดเขียนลาย ติดฐานด้วยกาว Epoxy ขนาด 6 X 6 X 10 ซ.ม. เป็น ผลิตภัณฑ์ตั้งโชว์ขนาดเล็ก (ดูในภาพประกอบ 7)

2.4 ผลการประเมินคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ ต้นแบบมี 2 ส่วนประกอบไปด้วย 1) ผลการประเมิน คุณภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการ

ออกแบบผลิตภัณฑ์ 2)ผลการประเมินความเป็นไปได้ ทางการตลาดโดยนักท่องเที่ยวและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

ต้นแบบที่ 1 เศรษฐมิคทับหลัง
นารายณ์บรรทมสินธุ์จำลอง (กลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อ มาก) ผลการประเมินคุณภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์จาก คุณแนนเต็ม 5 โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยที่ 4.15 อยู่ในระดับมาก ผลการ ประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดโดยนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยที่ 3.39 อยู่ในระดับปานกลาง และผู้จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ มีค่าเฉลี่ย ที่ 4.18 อยู่ในระดับมาก ความเหมาะสมสมด้านราคากู้ เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์มีความเห็นว่า ความมีราคาจำหน่ายอยู่ที่ 1,000 – 1,500 บาทต่อชิ้น ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ มีความเห็นว่าความมีราคาจำหน่ายที่ 1,000-1,500 บาท ต่อชิ้น และนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าความมีราคา จำหน่ายที่ 1,000-1,500 บาทต่อชิ้น

ต้นแบบที่ 2 นาฬิกาตั้ง โต๊ะ และติดผนัง (กลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อปานกลาง) ผลการ ประเมินคุณภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์จากคุณแนนเต็ม 5 โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย ที่ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.34 อยู่ในระดับมาก ผลการประเมิน ความเป็นไปได้ทางการตลาดโดยนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย ที่ 3.53 อยู่ในระดับปานกลาง และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.32 อยู่ ในระดับมาก ความเหมาะสมสมด้านราคากู้เชี่ยวชาญด้าน การออกแบบผลิตภัณฑ์มีความเห็นว่าความมีราคา จำหน่ายอยู่ที่ 601-700 บาทต่อชิ้น ผู้จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์มีความเห็น ว่าความมีราคาจำหน่ายที่ 500-600 บาท ต่อชิ้น และ นักท่องเที่ยว มีความเห็นว่าความมีราคาจำหน่ายที่ 500- 600 บาทต่อชิ้น

ต้นแบบที่ 3 ตุ๊กตาหารบาล ตั้งโชว์ (กลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อน้อย) ผลการประเมิน คุณภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์จากคุณแนนเต็ม 5 โดยผู้

เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยที่ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.22 อยู่ในระดับมาก ผลการประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดโดยนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยที่ 4.02 อยู่ในระดับมาก และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.21 อยู่ในระดับมาก ความเหมาะสมด้านราคามีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบแบบผลิตภัณฑ์มีความเห็นว่าควรมีราคาจำหน่ายอยู่ที่ 41-50 บาทต่อชิ้น ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์มีความเห็นว่าควรมีราคางานน้ำย่อยที่ 30-40 บาท ต่อชิ้น และนักท่องเที่ยว มีความเห็นว่าควรมีราคางานน้ำย่อยที่ 30-40 บาทต่อชิ้น

ทั้ง 3 ต้นแบบมีผลการประเมินด้านลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์ ที่ปรากฏนั้นตัวผลิตภัณฑ์ต้นแบบพบว่า ระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อมาก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยที่ 4.27 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อปานกลาง มีลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยที่ 4.30 และผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อน้อย มีลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยที่ 4.14 ทั้ง 3 ต้นแบบมีที่มาของเรื่องราวที่ได้จากศิลปวัฒนธรรมที่เป็นสิ่งที่รับรู้ได้ชัดเจนของกลุ่มผู้บริโภค

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องออกแบบของที่ระลึกบุรีรัมย์มีประเด็นในการอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

ด้านศิลปวัฒนธรรมซึ่งเป็นทุนวัฒนธรรมในท้องถิ่น ช่วยสร้างลักษณะเฉพาะพบร่วม ลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์ประกอบด้วย ปราสาททิพย์ พนมรุ้งและส่วนประกอบของปราสาททิพย์ ทับหลัง นารายน์บรรทมสินธุ์ ประเพณีขึ้นเขานมรุ้ง กันตระมิ Gamelan เด็กเล็กเช่น มนต์ น้ำทั้งหมดมาเป็นทุนทางวัฒนธรรมออกแบบสร้างสรรค์ของที่ระลึกเพื่อเพิ่มมูลค่า กระตุ้นเตือน เน้นย้ำความทรงจำให้คิดถึงจังหวัด

บุรีรัมย์ สอดคล้องกับ ฟิรพัฒน์ มั่นพรอม และนิรัช สุดสังข์ (2554 : 85) ที่ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ กล่าวว่า บุคคล เหตุการณ์ เรื่องราว เป็นสิ่งกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำความทรงจำให้คิดถึงหรือนึกถึงอยู่เสมอ การได้มาซึ่งสิ่งที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมมีวิธีการศึกษาทั้งด้านเอกสารและการลงพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องตุ๊กตาดินเผาทวารวดีผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากอดีตของ อรัญญา ศินบัวทอง (2547 : 63) ที่กล่าวว่า การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากอดีต จำเป็นต้องศึกษาค้นคว้าข้อมูลตามแหล่งโบราณสถานต่างๆ ทั้งเอกสารและผลงานต่างๆ ที่มีผู้ค้นคว้า บันทึกไว้เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบ

ด้านความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลที่สำคัญต่อการกำหนดการออกแบบ และการผลิต งานวิจัยบันทึกเข้าไปศึกษาความต้องการของที่ระลึกจากนักท่องเที่ยวทั้งด้าน ขนาด ราคา วัสดุ รูปแบบ ประโยชน์การใช้งาน ศิลปวัฒนธรรม ซึ่งนับเป็นส่วนสำคัญต่อการกำหนดกรอบแนวทางการออกแบบ และรูปแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิดา แก้วเนตร (2545 : 55) เรื่องปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวไทย กรณีศึกษา บ้านถวาย อำเภอหงาว จังหวัดเชียงใหม่ ที่กล่าวว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นเมืองมากที่สุดคือตนเอง

การบูรณาการการออกแบบและการใช้หลักการออกแบบไปพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มคุณค่าและมูลค่าการออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ ใช้หลักการออกแบบ เป็นหลักการแบร์ค่าจากแนวทางการออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และการออกแบบการเพิ่มมูลค่านั้นต้องยุบรวมหลักการที่สอดคล้องกับหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ ของ อธิราชัย สุขสด. (2554 : 88) กล่าวว่า หลักการ 9 ข้อในการออกแบบ

ที่ดีประกอบด้วย หน้าที่ใช้สอย ความปลอดภัย ความแข็งแรง ความสะดวกสบายในการใช้ความสวยงาม ราคากลาง ความสมควร การซ่อมแซมง่าย วัสดุและการผลิต การขนส่ง หลักการออกแบบนี้ถูกนำมาเป็นเกณฑ์ในการออกแบบร่าง พัฒนาแบบร่าง ของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์สิ่งที่เป็นหลักการอีกประการหนึ่งคือ ความเป็นของที่ระลึก ที่เมื่อออแบบมาแล้วต้องสะท้อนและทำผู้รับระลึกนึกถึงจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (2551 : ไม่มีเลขหน้า), ประเสริฐ ศิลวัฒนา (2531 : 4), ไศลเพชรศรีสุวรรณ. (ม.ป.ป : 4) ที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ที่ต้องเป็นสิ่งเตือนความทรงจำให้ระลึกถึงบุคคล เหตุการณ์ หรือสถานที่ หรือในงานเทศกาลต่างที่ มีการจัดขึ้น สามารถจะสะท้อน กระตุ้นเตือนให้ผู้ครอบครองและผู้พบเห็น ระลึกนึกถึงบุคคลเหตุการณ์ หรือสถานที่ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์นั้น สามารถสะท้อน กระตุ้นเตือนให้ผู้รับระลึกถึงจังหวัดบุรีรัมย์ได้ โดยผลจากการประเมินที่ผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้รับผลการประเมินรวมที่ระดับมาก ทั้งสามกลุ่ม

ต้นแบบทั้ง 3 กลุ่มมีการสร้างสรรค์ให้มีคุณค่าด้วยการปรับเปลี่ยนวัสดุ เลือกใช้วัสดุที่มีมูลค่า เช่น ทองเหลือง และยังใช้ทักษะฝีมือมาช่วยในการผลิตเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่า เช่น การแกะสลักดินสำหรับต้นแบบกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิดา แก้วเนตร. (2545 : 55) เรื่องปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวไทย กรณีศึกษาบ้านถวาย อำเภอทางดง จังหวัดเชียงใหม่ ที่กล่าวว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เป็นงานหัตถกรรมวัสดุธรรมชาติ มีความเป็นพื้นเมืองโดยเนื้อหาเรื่องราวดีประภูบันผลิตภัณฑ์

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาแนวทางการออกแบบและประกอบสร้างของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. แนวทางการออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์

ศิลปวัฒนธรรมที่สามารถสะท้อนถึงลักษณะเฉพาะของจังหวัดจังหวัดบุรีรัมย์โดยศึกษาผ่านกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและภายนอกจังหวัดศึกษาด้านความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทั้งนักท่องเที่ยวและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ นำเสนอข้อมูลทั้งหมดมาประมวล และกำหนดกรอบแนวทางการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและผู้จำหน่ายของที่ระลึก จากนั้นนำมาสู่การออกแบบและประเมินแบบร่างเพื่อกลั่นกรองแบบร่างที่ยังคงลักษณะเฉพาะของพื้นที่บุรีรัมย์ที่เกิดจากศิลปวัฒนธรรมผ่านผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัด และประเมินแบบร่างด้านโอกาสความเป็นไปได้ในการจำหน่ายผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากการประเมินแบบร่างแล้วสรุปผลรวมทั้งข้อเสนอแนะ นำมาสู่การพัฒนาแบบร่าง และเขียนแบบกำหนดขนาดสัดส่วนรายละเอียดเพื่อการผลิต หลังจากได้ต้นแบบมาแล้วทำการและเมินคุณภาพต้นแบบผ่านผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและประเมินความเป็นไปได้ทางการจำหน่ายโดยผู้จำหน่ายของที่ระลึก การประเมินในขั้นตอนสุดท้ายเป็นการประเมินกรอบแนวทางการออกแบบแนวทางการสร้างสรรค์ของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีลักษณะเฉพาะได้ชัดเจนหรือไม่ และยังมีโอกาสในการจำหน่ายมากน้อยเพียงใด กรอบแนวทางการออกแบบของที่ระลึกนั้นต้องตอบสนองทั้งความต้องการของผู้บริโภคและต้องรักษาหรือคงไว้ซึ่งลักษณะเฉพาะของพื้นที่นั้นๆ

2. แนวทางการประกอบสร้างของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์

จากการศึกษาสรุปได้ว่า การผลิตของที่ระลึกที่เหมาะสมเป็นการผลิตในกระบวนการหัดต่ออุตสาหกรรมเนื่องจากกระบวนการผลิตแบบหัดต่ออุตสาหกรรมนั้นเป็นการตอบสนองทั้งการผลิตที่ได้จำนวนบริมาณการผลิตที่มากพอควรสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างเหมาะสม และการผลิตแบบหัดต่ออุตสาหกรรมยังสามารถสร้างสรรค์ผลงานที่มีลักษณะเฉพาะด้วยการบวนการนี้เป็นการสร้างสรรค์งานด้วยงานฝีมือประกอบด้วยอุตสาหกรรม การผลิตด้วยมือจะได้งานที่ไม่มีความซ้ำในแต่ละชิ้น จะมีความเฉพาะที่เกิดจากการหักขยะฝีมือ ฉะนั้นการประกอบสร้างของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์เป็นการประกอบสร้างในกระบวนการหัดต่ออุตสาหกรรม การผลิตของที่ระลึกต้องคำนึงถึงวิธีการผลิตที่สามารถตอบสนองทั้งตลาดและคงไว้ซึ่งลักษณะเฉพาะของพื้นที่

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. การศึกษาพบว่าศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์มีอยู่หลายเรื่องราวที่ยังไม่ได้รับการนำเสนอมาใช้เป็นแนวทางแรงบันดาลใจทางด้านรูปทรง และเรื่องราวเพื่อการออกแบบของที่ระลึกที่สร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปสู่การส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เช่น พัฒนาขั้นตอนการผลิตให้ง่ายไม่ซับซ้อน ชุมชนสามารถนำไปผลิตได้ด้วยตนเอง และส่งเสริมการเรียนรู้แก่ชุมชนที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขาย และการออกแบบของที่ระลึกนั้นสามารถนำมาพัฒนาทั้งรูปแบบ ขนาด สีสัน เพื่อประโยชน์การใช้งาน เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในห้องตลาดและเป็นการเพิ่มโอกาสทางการขาย

4. จากรูปแบบของที่ระลึกในวิจัยฉบับนี้สามารถนำไปพัฒนาต่อเพื่อเพิ่มความหลากหลายได้

เช่น รูปแบบทวารบาลน้อยในกลุ่มผลิตภัณฑ์ตลาดล่างสามารถนำไปพัฒนาคุณลักษณะด้านท่าทางการแสดงออก (Character) เช่น ยืน เดิน นั่ง นอน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาค้นคว้าต่อไปใน การศึกษาเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและผลิตภัณฑ์ที่ ออกแบบนั้นแสดงถึงลักษณะของพื้นที่อุตสาหกรรมได้อย่างชัดเจนนั้น ต้องศึกษาส่วนประกอบดังนี้

1. ศึกษาผลิตภัณฑ์เดิมในพื้นที่ เป็นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจกับผลิตภัณฑ์มืออยู่เดิมในพื้นที่ ทั้งด้านแหล่งที่มา รูปแบบผลิตภัณฑ์ วัสดุ ขนาด ราคา รูปแบบการผลิต ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐาน

2. ศึกษาศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่ เป็นการศึกษาเพื่อรับรู้รวมจัดกลุ่มศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่ ก่อน นำข้อมูลเหล่านี้มาสร้างเป็นแบบสอบถาม เพื่อประเมิน หาศิลปวัฒนธรรมที่เป็นสิ่งที่รับรู้อยู่ในความสนใจของ นักท่องเที่ยวทั้งคนในพื้นที่และนอกพื้นที่ เพราะศิลปวัฒนธรรมนั้นเป็นสิ่งที่มีอยู่เฉพาะพื้นที่ เป็นสิ่งที่สามารถ สะท้อนถึงรูปแบบลักษณะเฉพาะของพื้นที่ได้

3. ศึกษาตลาดในพื้นที่ เป็นการศึกษาเพื่อ ทำความเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่ เป็นการศึกษา เพื่อประเมินด้านความต้องการที่ประกอบไปด้วย รูปแบบ ขนาด ราคา วัสดุ ศิลปวัฒนธรรม

4. ออกแบบและการผลิต เป็นการออกแบบ ที่ต้องตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคซึ่งกรอบ แนวทางการออกแบบนั้นต้องเป็นการประเมินสรุป ข้อมูลจากความต้องการและความสนใจของกลุ่มผู้ บริโภค โดยการออกแบบนั้นต้องครอบคลุมหลักการและ ทฤษฎีด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการผลิต ผลิตภัณฑ์นั้นต้องมีความสอดคล้องรูปแบบที่ออกแบบ และเหมาะสมกับวัสดุที่เลือกใช้ เนื่องจากเป็นการผลิต ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่ ต้องการทั้งปริมาณและความมีลักษณะเฉพาะของ ผลิตภัณฑ์

5. ประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ผลิต เป็นการประเมินเพื่อเป็นการตรวจสอบทั้งความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ คุณภาพผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และสิ่งสำคัญสำหรับการออกแบบของที่ระลึกคือ การประเมินถึงลักษณะเฉพาะที่ปรากฏบนผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

กิตติกรรมประกาศ

วิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่งจาก ศาสตราจารย์ กิตติคุณ ดร.สุรพล วิรุฬห์รักษ์ ราชบัณฑิต ประธานหลักสูตร อาจารย์.ดร.อาคม เสี่ยมวิบูล ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์. ดร.ปัทมาวดี ชาญสุวรรณ กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ อาจารย์.ดร. วุฒิพงษ์ ใจเงินเขมศรี ประธานกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.อุรารามย์ จันทมาลา อาจารย์. ดร.พีระ พันลูกเท้า และอาจารย์.ดร.พงษ์พิพัฒน์ สายทอง กรรมการสอบ และขอบพระคุณ อ.วิกรม วงศ์สุวรรณ อ.อิสสระ ดวงเกตุ อ.ดร.ภัลย์ นิยมพานิชพัฒนา คณบดีสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนิยมศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รนสิทธิ์ จันทะรี อ.ชลธร พรหมสาขา ณ.สกลนคร คณบดีสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ขอนแก่น ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ช่วยตรวจเครื่องมือการวิจัย ท่านวชรนนท์ มั่นใจ วัฒนธรรม จังหวัดบุรีรัมย์ อ.นฤมล จิตต์ห้วย หัวหน้างานส่งเสริมศิลปะวันธรรม ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ คุณภคินท์ ไหทองหลาง เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมที่ช่วยตรวจเครื่องมือการวิจัย และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่ปราสาทพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ และวนอุทยานเขากะรัง ที่กรุณาช่วยตรวจสอบเครื่องมือให้ข้อมูล และประเมินแบบร่างประเมินต้นแบบ ขอขอบพระคุณมารดาข้าพเจ้าที่กรุณาอุปถัททุนเพื่อ

การศึกษา มอบทั้งกำลังใจ ลมหายใจและชีวิตซึ่งเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการศึกษา

เอกสารอ้างอิง

พิรพัฒน์ มั่นพรอม และนิรัช สุดสังข์. (2554). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์. วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 1(2), 85.

ประเสริฐ ศิลวัฒนา. (2531). ของที่ระลึก. กรุงเทพฯ : โอดียันสโตร์.

ໄສລເພເຊ ສອງສູງວຽກ. (ມ.ປ.ປ.). ຂອງຂວັງຂອງທີ່ຮະລິກ.
ກຣູງເທິພາ : ມ.ປ.ພ.

วนิดา แก้วเนตร. (2545). ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวไทย กรณีศึกษา บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. (การศึกษาค้นคว้าอิสสระศิลปกรรมศาสตร์ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

อรัญญา สินบัวทอง. (2547). ตุ๊กตาดินเผาหาราเวดี ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากอดีต. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปกรรมศาสตร์ มหาบัณฑิต:มหาวิทยาลัยศิลปากร. อรุวรรณ ตั้งจันทร์ และนิรัช สุดสังข์. (2554). ออกแบบผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก จากผ้าปักชาวเขาผ้ามัง ตำบลเขื่อนน้อน อำเภอเข้าค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์, วารสาร วิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเรศวร.