

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

อภิเชษฐ์ ติคลี¹ อาคม เสี่ยมวิบูล² และปัทมาวดี ชาญสุวรรณ³
Apiched Teekalee¹, Arkom sangiamvibool² and Pattamawadee Chansuwan³

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบและการประกอบสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการศึกษาผลิตภัณฑ์เดิมในพื้นที่ ศิลปวัฒนธรรม และความต้องการของผู้บริโภคนำมาสู่แนวทางการสร้างสรรค์ผลงานด้านการออกแบบของที่ระลึกที่มีลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์ วิธีการศึกษา 1) เก็บข้อมูลภาคเอกสารและภาคสนามโดยใช้แบบสอบถาม แบบบันทึกการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง แบบบันทึกการสังเกตผลิตภัณฑ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวและผู้จำหน่ายของที่ระลึก 2) นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์กำหนดกรอบแนวทางการออกแบบ ออกแบบทำแบบร่าง และประเมินแบบร่าง มีแบบประเมินแบบร่างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดบุรีรัมย์เป็นผู้ประเมิน 3) นำผลประเมินที่ได้มากำหนดกรอบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เขียนแบบเพื่อการผลิตต้นแบบ ประเมินคุณภาพต้นแบบและความเป็นไปได้ด้านการตลาด โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยวเป็นผู้ประเมิน

แนวทางการออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบไปด้วยศิลปวัฒนธรรมที่สื่อถึงลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์คือ ศิลปวัฒนธรรมเขมรคือ ปราสาทหิน ทับหลังนารายณ์บรรทมสินธุ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ในพื้นที่มานานและยังเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวรับรู้ว่าเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ ความต้องการด้านกลุ่มผู้บริโภคสามารถจัดกลุ่มได้ 3 กลุ่ม โดยทุกกลุ่มมีความต้องการที่จะนำของที่ระลึกไปฝากผู้อื่น วัสดุที่ใช้ผลิตเป็นการผสมผสานวัสดุ กลุ่มผู้มีรายได้มากต้องการของที่ระลึกที่มีรูปแบบ ลวดลาย รูปาร่างรูปทรง ที่เป็นงานหัตถกรรม กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางต้องการของที่ระลึกที่มี รูปแบบ ลวดลาย รูปาร่างรูปทรง ที่เป็นงานหัตถอุตสาหกรรม และกลุ่มผู้มีรายได้น้อยต้องการของที่ระลึกที่มีรูปแบบ ลวดลาย รูปาร่างรูปทรงที่เป็นงานอุตสาหกรรม โดยทั้ง 3 รูปแบบนั้นมีวิธีการผลิตที่เหมาะสมคือ หัตถอุตสาหกรรม ที่สามารถตอบสนองทั้งความต้องการด้านปริมาณและความเป็นลักษณะเฉพาะที่ปรากฏบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้ ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยว และผู้จำหน่ายของที่ระลึกในพื้นที่ ต้นแบบที่ 1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อสูง เรื่องราวจากทับหลังนารายณ์บรรทมสินธุ์ เป็นผลิตภัณฑ์ตั้งโชว์ขนาด 9

¹ นิสิตหลักสูตร ศศ.ม. สาขาการวิจัยทางศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² อาจารย์ ดร. สาขาวิชาภาพพิมพ์ ภาควิชาทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาควิชาศิลปะการแสดง คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

X 32 X 16 ซม. มีความพึงพอใจ 3.91/5 ต้นแบบที่ 2 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อปานกลาง เรื่องราวเกี่ยวกับปราสาทโบราณปราสาทพนมรุ้งเป็นนาฬิกาตั้งโต๊ะและแขวนผนังขนาด 5 X 25 X 20 ซม. และ 3.5 X 26 X 26 ซม. มีความพึงพอใจ 4.06/5 และต้นแบบที่ 3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อน้อย มีเรื่องราวเกี่ยวกับทวารบาลรวมกับท่าทางการละเล่นแบบเด็กเป็นผลิตภัณฑ์ตั้งโชว์ขนาด 6X 6 X 10 ซม. มีความพึงพอใจ 4.15/5

ในการออกแบบของระลิกนั้นมีปัจจัยที่เป็นแนวทางการออกแบบและประกอบสร้างของที่ระลึก 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 Burirum 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 Burirum 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 Burirum 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 Burirum province, study of the traditional products, tourists' needs, and theories in designing products. The factors could used to consider in developing commercial product design in SME business.

Keywords : Souvenirs., Designs., Buriram Province.

บทนำ

บุรีรัมย์เคยอยู่ในพื้นที่การปกครองของอาณาจักรเขมรโบราณมาก่อน จึงปรากฏศิลปวัฒนธรรมเขมรอยู่ในพื้นที่ เช่น ภาษา เครื่องแต่งกาย เครื่องมือเครื่องใช้ การละเล่น โบราณสถาน-โบราณวัตถุ ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ สิ่งเหล่านี้เองที่กลายเป็นทุนทางวัฒนธรรม 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 โดยทั้งหมดให้ความเห็นว่า จะเดินทางกลับมาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์อีกแบ่งเป็น ชาวไทย 93.80 %

และชาวต่างชาติ 93.94 % จากข้อมูลข้างต้นจะพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ในการซื้อของที่ระลึกประมาณ 1 ใน 4 ของรายจ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง จากสถานการณ์การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในจังหวัดบุรีรัมย์ ส่งผลให้เกิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่มีการผลิตทั้งในและนอกตัวจังหวัด เช่น ของที่ระลึกลักษณะรูปแบบของปราสาทหินพนมรุ้ง และรูปแบบของทับหลังนารายณ์บรรทมสินธุ์จำลอง

ที่ผลิตขึ้นมาจากการสร้างแม่พิมพ์ยางพาราหล่อด้วยปูนปลาสเตอร์ ลงสีปิดทอง พวงกุญแจเงินเขานำเข้ามาจากจังหวัดนครราชสีมา กระปุกออมสินเซรามิคเคลือบสีเขานำเข้าจากจังหวัดลำปาง และผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่นที่นำเข้ามาจากแหล่งต่างๆ เช่น ตลาดโรงเกลือจังหวัดสระแก้ว ตลาดอินโดจีนจังหวัดมุกดาหาร สิ่งที่พบคือ ของที่ระลึกในพื้นที่ ยังไม่ได้รับการพัฒนาด้านการออกแบบเพื่อตอบสนองตัวกลุ่มผู้ซื้อ รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความซ้ำ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกยังไม่สามารถสะท้อนถึงลักษณะเฉพาะที่หลากหลายของจังหวัดบุรีรัมย์

ด้วยเหตุนี้จึงนำมาสู่การวิจัยเพื่อพัฒนาออกแบบและประกอบสร้างของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ที่สามารถแสดงถึงลักษณะเฉพาะของจังหวัดโดยสื่อสารผ่านศิลปวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบและการประกอบสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตพื้นที่ อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง อุทยานประวัติศาสตร์เมืองต่ำ และวนอุทยานเขากระโดง

2. ขอบเขตกลุ่มเป้าหมาย

2.1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

2.2 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดบุรีรัมย์ และนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด

2.3 ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์

3. ขอบเขตในการออกแบบและการประกอบสร้างของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์จำนวน 3 กลุ่ม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ และผู้จำหน่ายของที่ระลึกในพื้นที่มากกว่า 10 ปีขึ้นไป

2. กลุ่มตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกใน 3 พื้นที่ประกอบไปด้วย อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง อุทยานประวัติศาสตร์เมืองต่ำ และวนอุทยานเขากระโดง

วิธีดำเนินงานวิจัย

การออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ มีวิธีการดำเนินการวิจัยเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลภาคสนามที่เกี่ยวข้องกับของที่ระลึกเพื่อเป็นการระบุปัญหาในการทำวิจัย ด้วยการใช้แบบบันทึกการสังเกตผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล

2. ศึกษาข้อมูลภาคเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบของที่ระลึก ศิลปวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ หลักการและทฤษฎีต่างๆ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สอดคล้องและใกล้เคียง

3. ทำการประมวลภาคเอกสารด้านศิลปวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ แล้วนำมาสู่การสร้างแบบสอบถามด้านศิลปวัฒนธรรมและความต้องการด้านการตลาด โดยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเป็นกลุ่มเป้าหมายใช้วิธีการสุ่มมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล

4. ประมวลผลการศึกษาจากภาคสนาม เอกสารที่เกี่ยวข้อง สรุปเป็นกรอบแนวทางการออกแบบที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

5. ออกแบบและร่างแบบ ประเมินแบบร่างโดยผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ และกลุ่มผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่ โดยการประเมินมุ่งหวังที่จะคัดกรองแบบร่างที่แสดงลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์ที่ชัดเจนและมีโอกาสในการขาย ด้วยการใช้แบบประเมินแบบร่างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลการประเมิน

6. ประมวลข้อมูลจากการประเมินแบบร่างและทำการพัฒนาแบบร่าง เขียนแบบเพื่อการผลิตและผลิตต้นแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์

7. ประเมินต้นแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบใช้แบบประเมินคุณภาพต้นแบบเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวและผู้จำหน่ายของที่ระลึกในพื้นที่ โดยเจาะจงผู้ค้าที่จำหน่ายมาไม่น้อยกว่า 10 ปี ใช้ประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดในการจัดจำหน่ายเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

8. สรุปผลการการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย

แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ ราคา ขนาด วัสดุ ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ การเลือก

ข้อผิดพลาด ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมใดของจังหวัดบุรีรัมย์ที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว เป็นต้น โดยให้ผู้ตอบเขียนคำตอบโดยคำตอบไม่มีถูกผิด และผู้วิจัยอ่านแล้วให้ผู้ตอบเลือกคำตอบโดยผู้วิจัยทำการกรอกข้อมูลนั้นๆ

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง มีการกำหนดประเด็นคำถามให้ผู้สัมภาษณ์อธิบาย ใช้ในการรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนา หรือสอบถามแบบปากเปล่า โดยมีการบันทึกข้อมูลในแบบบันทึกการสัมภาษณ์

แบบสังเกตใช้ในการรวบรวมข้อมูลโดยการเข้าไปสังเกตรูปแบบของที่ระลึก การจัดวางผลิตภัณฑ์ หน้าร้านจำหน่ายของที่ระลึก และพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยว

แบบประเมินแบบร่าง ใช้สำหรับประเมินแบบร่างโดยผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อประเมินแบบร่างที่เหมาะสมที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์ ที่เกิดจากการนำเอาศิลปวัฒนธรรมมาเป็นแนวทางการออกแบบและเพื่อทราบถึงความเป็นไปได้ที่แบบร่างจะได้รับการยอมรับจากตลาด

แบบประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลจากการประเมินคุณภาพ ด้านการใช้งาน ความปลอดภัย การสื่อลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์และด้านราคาที่เหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญ

แบบประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดใช้สำหรับประเมินโอกาสในการจัดจำหน่าย และราคาของผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกโดยผู้จำหน่าย

การเก็บข้อมูล

วิจัยฉบับนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเพื่อการออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ประกอบไปด้วย

1. ข้อมูลด้านความต้องการของผู้บริโภคด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล
2. ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของ

ที่ระลึก ใช้แบบบันทึกการสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และยังใช้แบบบันทึกการสังเกตผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการช่วยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พบ

3. ข้อมูลด้านการออกแบบเป็นการประเมินแบบร่างโดยใช้แบบประเมินแบบร่างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

4. ข้อมูลด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบด้วยการใช้แบบประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้านคุณภาพการใช้งาน ความปลอดภัย ความแข็งแรง และการสื่อสารผ่านผลิตภัณฑ์ต้นแบบถึงลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์แบบพรรณนาเพื่อแยกส่วนประกอบต่างๆที่เกี่ยวข้อง และใช้หลักทางสถิติวิเคราะห์ความถี่ที่เกิดขึ้นซึ่งเป็นผลการการศึกษาและร้อยละในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเพื่อได้มาซึ่งแนวทางการออกแบบและประกอบสร้างของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ มีผลการวิจัยดังนี้

1. แนวทางการออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบไปด้วย

1.1 การศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเดิมในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ พบได้ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ประกอบด้วยอุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง อุทยานประวัติศาสตร์เมืองต่ำ และวนอุทยานเขากระโดง พบว่า

เนื้อหาเรื่องราวที่ปรากฏบนของที่ระลึกเดิมในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นเนื้อหาที่พบในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆของจังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ ปราสาทประธานปราสาทหินพนมรุ้ง ทับหลัง

นาราย นางอัสรา ซึ่งเป็นเนื้อหาเรื่องราวที่เกี่ยวกับ ศิลปวัฒนธรรมเขมรโบราณที่มีอยู่ในพื้นที่จังหวัด บุรีรัมย์มาเป็นเวลายาวนาน

ลักษณะรูปแบบผลิตภัณฑ์ สามารถจัดกลุ่มตามการผลิตและราคาผลิตภัณฑ์ที่พบ ได้ 3 กลุ่มดังนี้ 1) รูปแบบของที่ระลึกที่มีลักษณะเป็น งานหัตถกรรม เป็นชิ้นงานรูปเคารพ ขันทองเหลือง แกะ ลาย ชิ้นเงินคุณลาย มีราคา 1,000 ถึง 3,500 บาทต่อ ชิ้น ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นงานฝีมือผลิตจากวัสดุ ทอง เหลือง เงิน สำริด 2) รูปแบบของที่ระลึกที่มีลักษณะ เป็นงานหัตถอุตสาหกรรม มีราคา 100 ถึง 900 บาท ต่อชิ้น ผลิตได้เป็นจำนวนมากเพื่อตอบสนองความต้องการของ ตลาด และยังพบลักษณะเฉพาะที่ปรากฏบนตัว ผลิตภัณฑ์ซึ่งเกิดจากการผลิตด้วยวัสดุสังเคราะห์และ การผสมวัสดุ 2 ชนิด 3) รูปแบบของที่ระลึกที่มีลักษณะ เป็นงานอุตสาหกรรม มีราคา 10 ถึง 100 บาทต่อชิ้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตแบบอุตสาหกรรม ใช้วัสดุ สังเคราะห์ในการผลิต ชิ้นงานที่ผลิตออกมาจะมี ลักษณะรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ซ้ำเดิม เน้นจำนวนในการ ผลิตที่มาก มีต้นทุนในการผลิตต่ำ

วัสดุที่ใช้ผลิตของที่ระลึกที่ พบในท้องตลาดจังหวัดบุรีรัมย์ จะมีความสัมพันธ์กับ รูปแบบและการผลิต สามารถจัดกลุ่มวัสดุได้ 2 กลุ่ม ประกอบไปด้วย วัสดุธรรมชาติ ได้แก่ ไม้ ไม้ไผ่ หวาย กะลามะพร้าว และวัสดุสังเคราะห์ ได้แก่ พลาสติก เรซิน เส้นใยสังเคราะห์ โดยพบวัสดุอาทิ ทองเหลือง สำริด และเงิน จะถูกนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ งานหัตถกรรม และวัสดุสังเคราะห์จะถูกนำมา ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบเป็นงานอุตสาหกรรม อาทิ พวงกุญแจเรซิน ตุ๊กตาพลาสติก และผลิตภัณฑ์ ที่มีประโยชน์การใช้งานมากกว่าการตั้งโชว์ เช่น กระเป๋าสตางค์ เสื้อกรีน นาฬิกา เป็นต้น

ขนาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่พบในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์มีอยู่หลายขนาดสามารถจัด กลุ่มได้ 3 กลุ่มประกอบไปด้วย 1) กลุ่มของที่ระลึกขนาด

ใหญ่ ประมาณ 70 ซม. ประเภทพระพุทธรูปสำริด 2) กลุ่มของที่ระลึกขนาดกลาง ประมาณ 25 ซม. ประเภท แจกัน กรอบรูปตั้งโชว์ กระเป๋า 3) กลุ่มของที่ระลึกขนาด เล็กประมาณ 10 ซม. ประเภท พวงกุญแจ ตุ๊กตาตั้งโชว์ ราคาของที่ระลึกในพื้นที่ ตลาดบุรีรัมย์ขึ้นอยู่กับขนาดผลิตภัณฑ์ วัสดุที่ใช้ผลิต รูปแบบผลิตภัณฑ์ และวิธีการผลิต พบว่า ขันทอง เหลืองพร้อมพานรองมีฝาปิดแกะลายผลิตในรูปแบบ หัตถกรรมราคา 2,500 บาทต่อชุด พวงกุญแจ พลาสติกผลิตในรูปแบบอุตสาหกรรมราคา 25 บาท ต่อชิ้น และราคาจำหน่ายหน้าร้านจะเพิ่มขึ้นจากราคา รับเป็นสองเท่าตัว และยังพบว่าราคาของผลิตภัณฑ์ จะมีความสัมพันธ์กับวัสดุที่ใช้ในการผลิต เช่น การ ผลิตแบบอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กับราคา ผลิตภัณฑ์ไม่เกิน 100 บาท เนื่องจากกระบวนการ ผลิตที่ง่าย เร็ว สามารถผลิตได้ในจำนวนมากๆ และ การผลิตแบบหัตถกรรมมีความสัมพันธ์กับราคา ผลิตภัณฑ์ที่สูงเนื่องจาก ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ หัตถกรรมนั้นใช้ทักษะฝีมือและใช้เวลานานในการ ผลิต จึงทำให้มีราคาสูง

1.2 ตลาดผู้บริโภคของที่ระลึกใน พื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ พบผู้บริโภคเป็นนักท่องเที่ยวที่ อาศัยอยู่ในจังหวัดบุรีรัมย์ และนักท่องเที่ยวที่เป็นคน ต่างจังหวัดสามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามกำลังซื้อ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกออกเป็น 3 กลุ่มประกอบไปด้วย 1) กลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ซึ่งมีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานของรัฐและเอกชน เจ้าของธุรกิจ มีรายได้ มากกว่า 20,000 ต่อเดือน เลือกซื้อของที่ระลึกไปเพื่อ เป็นของขวัญประดับตกแต่งบ้าน เป็นของใช้ เช่น พานทอง เหลือง รูปเคารพ 2) กลุ่มที่มีกำลังซื้อระดับปานกลาง มีอาชีพรับราชการ พนักงานทั้งภาครัฐและเอกชน แม่ บ้าน มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทต่อเดือนแต่ไม่เกิน 15,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีรายได้เป็นของตัวเองที่ แน่นนอน เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้มากกว่า ตั้งโชว์ เช่น เสื้อยืด กระเป๋าผ้าแบบต่างๆ หมวก และ

ซื้อไปเพื่อเป็นของฝาก โดยเป็นของฝากผู้ใหญ่ ouse และฝากญาติ 3) กลุ่มที่มีกำลังซื้อน้อย มีอาชีพเป็นแม่บ้าน นักเรียน นิสิต-นักศึกษา กลุ่มแม่บ้านมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 ต่อเดือน และนิสิต-นักศึกษายังไม่มีรายได้เป็นของตัวเอง เลือกซื้อของที่ระลึกไปเพื่อเป็นของฝาก โดยเป็นของฝากผู้ใหญ่ และฝากญาติ

การเลือกซื้อของที่ระลึกของผู้บริโภคทั้ง 3 กลุ่มมีเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อประกอบไปด้วย ความเป็นลักษณะเฉพาะของสถานที่นั้นร้อยละ 48 รูปแบบและความสวยงามร้อยละ 48 ราคาร้อยละ 22 ความคงทนร้อยละ 19 ความแปลกใหม่อ้อยละ 13 ประโยชน์ใช้สอยร้อยละ 10

1.3 ศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัด

บุรีรัมย์ มีความหลากหลายและเป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภคจากการศึกษาสามารถจัดกลุ่มศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ได้ 7 กลุ่มที่สามารถแสดงถึงลักษณะเฉพาะของพื้นที่ ประกอบไปด้วย 1) กลุ่มโบราณสถาน 2) กลุ่มโบราณวัตถุ 3) กลุ่มการเล่น 4) การแสดงพื้นบ้าน 5) นาฏศิลป์ 6) พิธีกรรม และ 7) ประเพณีจากผลการวิจัยพบว่าความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อศิลปวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ประกอบไปด้วย 1) ปราสาทหินพนมรุ้งและส่วนประกอบของปราสาทหินร้อยละ 94.65 2) ทับหลังนารายณ์บรรทมสินธุ์ร้อยละ 77.7 3) ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้งร้อยละ 75.05 4) กันตรึมร้อยละ 63.5 5) การละเล่นเด็กร้อยละ 46.35 6) ลิเกเขมรร้อยละ 43.6 7) มโนราห์ร้อยละ 37.55

2.แนวทางการประกอบสร้างของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบไปด้วย

2.1 แนวทางการออกแบบ

ตารางที่ 1 กรอบแนวทางการออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์

ระดับตลาด	อายุ	ราคา	รูปแบบ	ขนาด (ประมาณ)	วัสดุ	เรื่องราว	การตัดสินใจซื้อ
กำลังซื้อ มาก	ผู้ใหญ่	สูง (ไม่เกิน5,000)	หัตถกรรม ความงาม เรียบร้อย	< 25 cm.	ดินเผา ไม้ โลหะ วัสดุผสม	ปราสาทพนมรุ้ง,ทับหลังนารายณ์บรรทมสินธุ์,งานแกะสลักหินทราย,เครื่องเคลือบเขมรโบราณ,เครื่องไม้และเครื่องจักสาน,ภูมิปัญญาด้านเครื่องมือเครื่องใช้,การละเล่นของเด็ก,ลิเกเขมร,กันตรึม	ลำดับที่ 1 รูปแบบและความสวยงามและ ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ ลำดับที่ 2 ราคาและความคงทน ลำดับที่ 3 ความแปลกใหม่ ลำดับที่ 4 ประโยชน์ใช้สอย
กำลังซื้อ ปานกลาง		กลาง (ไม่เกิน1,000)	อุตสาหกรรม ประโยชน์ การใช้ งาน	20 – 26 cm.			
กำลังซื้อ น้อย	เด็ก	ต่ำ (ไม่เกิน100)	มีขนาดเล็ก พบมากในพื้นที่	> 20 cm.	ไม้ พลาสติก ดินเผา วัสดุผสม	ปราสาทพนมรุ้ง,ทับหลังนารายณ์บรรทมสินธุ์,งานหัตถกรรมผ้าทอ, การละเล่นของเด็ก	

แนวทางการออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถกำหนดกรอบแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ จากกลุ่มผู้บริโภคทั้ง 3 กลุ่มได้ 3 แนวทาง ดังตารางประกอบ 1 มีรายละเอียดดังนี้

แนวทางที่ 1 ออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ใหญ่ วัยทำงาน รูปแบบเป็นงานหัตถกรรมมีความสวยงาม เรียบร้อย มีลักษณะเป็นของประดับตกแต่งและ

ของใช้ ขนาดประมาณ 25 ซม. ขึ้นไป ใช้วัสดุคือ ดินเผา ไม้ โลหะ และวัสดุผสม โดยมีเรื่องราว ปราสาทพนมรุ้ง,ทับหลังนารายณ์บรรทมสินธุ์,งานแกะสลักหินทราย,เครื่องเคลือบเขมรโบราณ และเครื่องไม้

แนวทางที่ 2 ออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มเป้าหมายเป็นวัยทำงาน รูปแบบเป็นผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม มีลักษณะเป็นของใช้มีประโยชน์การใช้งานขนาดประมาณไม่เกิน 25 ซม.แต่ไม่เล็กกว่า 20 ซม. ใช้วัสดุคือ ดินเผา

ไม้ โลหะ และวัสดุผสม โดยมีเรื่องราว ปราสาทพนมรุ้ง ทับหลังนารายณ์บรรณมสินธุ์ งานแกะสลักหินทราย

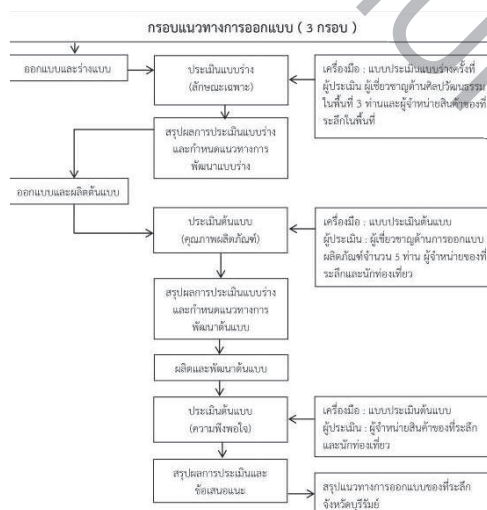
แนวทางที่ 3 ออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก นักเรียน-นักศึกษา รูปแบบเป็นชิ้นงานขนาดเล็ก ไม่เกิน 20 ซม. มีลักษณะเป็นของประดับตกแต่ง รูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นงานอุตสาหกรรมสามารถผลิตซ้ำได้คราวละมากๆ ใช้วัสดุเป็น ไม้ พลาสติก ดินเผา วัสดุผสม ใช้เรื่องราวของปราสาทพนมรุ้ง,ทับหลังนารายณ์บรรณมสินธุ์,การละเล่นของเด็ก

ทั้ง 3 แนวทางคำนึงถึงรูปแบบและความสวยงาม และความเป็นเอกลักษณ์ของ

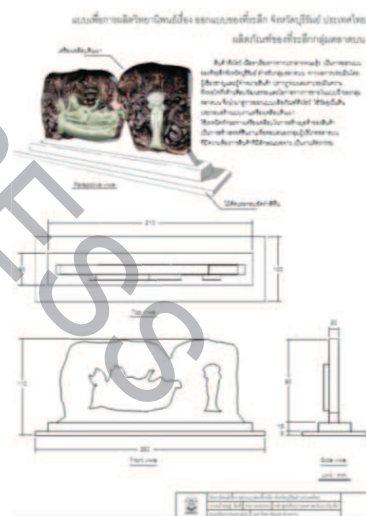
สถานที่ ราคา ความคงทน ความแปลกใหม่ และประโยชน์ใช้สอย ซึ่งใช้เกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

2.2 การออกแบบและพัฒนาต้นแบบ

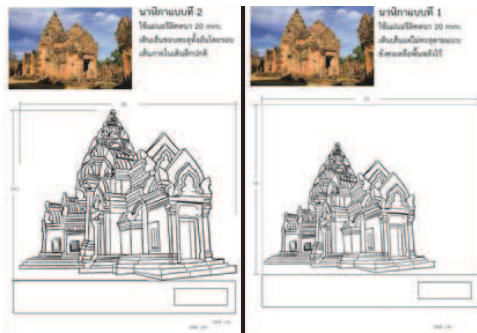
จากแนวทางการออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ทั้ง 3 แนวทาง นำมาสู่การออกแบบ พัฒนา และผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ดังโครงสร้างการออกแบบและพัฒนาดังภาพประกอบที่ 1 ซึ่งมีขั้นตอนทำแบบร่าง ประเมินแบบร่างและสรุปผลการประเมินแบบร่าง นำผลมาพัฒนาแบบร่าง เขียนแบบเพื่อการผลิต ผลิตต้นแบบของที่ระลึก ประเมินต้นแบบทั้งด้านคุณภาพและด้านการตลาด ประมวลข้อมูลสรุปผลการวิจัย



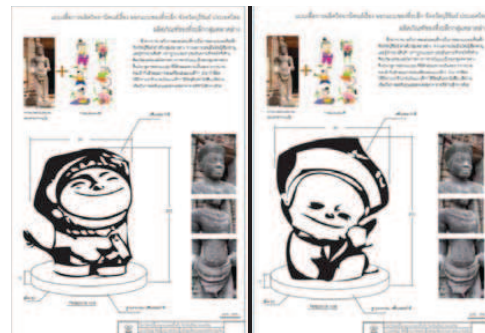
ภาพที่ 1 โครงสร้างการออกแบบและพัฒนา



ภาพที่ 2 แบบเพื่อการผลิตต้นแบบกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อ



ภาพที่ 3 แบบเพื่อการผลิตต้นแบบกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อปานกลาง



ภาพที่ 4 แบบเพื่อการผลิตต้นแบบกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อน้อย



ภาพที่ 5 ต้นแบบกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อมาก



ภาพที่ 6 ต้นแบบกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อปานกลาง



ภาพที่ 7 ต้นแบบกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อน้อย

2.3 การประกอบสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากกรอบแนวทางการออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ และได้พัฒนาตามโครงสร้างการออกแบบและพัฒนาแบบ มีรายละเอียดการประกอบสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกทั้ง 3 ต้นแบบ ดังนี้

ต้นแบบที่ 1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อมาก สำหรับผู้บริโภควัย 41 ปีขึ้นไป มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ ต้นแบบมีเรื่องราวจากท้าวหลังนารายณ์บรมมหาราชซึ่งเป็นส่วนประกอบของสถาปัตยกรรมเขมรโบราณ มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตั้งโชว์ เป็นงานฝีมือเน้นการใช้ทักษะด้านงานเครื่องเคลือบดินเผาในการผลิต เพื่อสร้างลักษณะเฉพาะให้กับผลิตภัณฑ์ ราคา 1,000 บาท มีวิธีการผลิตแบบหัตถอุตสาหกรรม ผลิตด้วยการกดเนื้อดินในพิมพ์ทั้ง 2 ด้าน แกะลาย เคลือบสีสียเขียวเขียนลายน้ำทองประกอบฐานไม้และเดินเส้นทองเหลือง มีขนาดรวม 9 X 32 X 16 ซม. (ดูในภาพประกอบ5)

ต้นแบบที่ 2 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อปานกลาง สำหรับผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน อายุ 25 – 40 ปี ต้นแบบมีเรื่องราวเกี่ยวกับปราสาท

ประธานปราสาทพนมรุ้ง มีลักษณะเป็นนาฬิกาทั้งตั้งโต๊ะและแขวนผนัง เป็นงานหัตถอุตสาหกรรม ใช้ทักษะงานฝีมือสร้างความต่างเพื่อสร้างลักษณะเฉพาะให้กับผลิตภัณฑ์ด้วยการตัดประกอบแผ่นทองเหลือง รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความร่วมสมัย ราคา 500 บาท วัสดุแผ่นอะคริลิก ไม้อัดประเภท MDF (Medium Density Fiber Board) และแผ่นทองเหลือง วิธีการผลิตแบบหัตถอุตสาหกรรม ผลิตแบบอุตสาหกรรมด้วยการแกะแผ่นอะคริลิกด้วยเครื่องเลเซอร์คอมพิวเตอร์ตัดแผ่นไม้ (MDF) กรูด้วยแผ่นทองเหลืองเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและประกอบด้วยตะปูลม ทำสีขาวเงา ประกอบนาฬิกาโดยทั้งหมดใช้กาว Epoxy เป็นตัวประสาน ขนาดแบบที่ 1 5 X 25 X 20 ซม. แบบที่ 2 3.5 X 26 X 26 ซม. การใช้งานเป็นนาฬิกาตั้งโชว์บนโต๊ะหรือติดผนัง (ดูในภาพประกอบ 6)

ต้นแบบที่ 3 ผลิตภัณฑ์ของ ที่ระลึกกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อน้อย สำหรับกลุ่มเป้าหมายอายุ 15 – 21 ปี อยู่ในช่วงวัยนักเรียนนักศึกษาซื้อสินค้าราคาถูก ผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็ก ต้นแบบมีเนื้อหาเกี่ยวกับทวารบาลรวมเข้ากับท่าทางการละเล่นแบบเด็ก มีลักษณะเป็นอุตสาหกรรม ราคา 30 บาท วัสดุเป็น เรซิน ไม้อัดประเภท MDF (Medium Density Fiber Board) ผลิตด้วยวิธีการแบบหัตถอุตสาหกรรม โดยการปั้นต้นแบบจากดินน้ำมัน ทำพิมพ์ทุบ หล่อด้วยปูนพลาสเตอร์ ขัดแต่งต้นแบบปูนพลาสเตอร์ให้เรียบร้อย จากนั้นนำต้นแบบมาหล่ออย่างซิลิโคนและทำพิมพ์ เมื่อได้พิมพ์ยางซิลิโคนแล้วนำมาหล่อเรซินแบบกลวงภายใน รอแห้งแล้วแกะออกขัดแต่งทำสีรองพื้นและสีจริง ขั้นตอนสุดท้ายเก็บรายละเอียดเขียนลาย ติดฐานด้วยกาว Epoxy ขนาด 6 X 6 X 10 ซม. เป็นผลิตภัณฑ์ตั้งโชว์ขนาดเล็ก (ดูในภาพประกอบ 7)

2.4 ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบมี 2 ส่วนประกอบไปด้วย 1) ผลการประเมินคุณภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการ

ออกแบบผลิตภัณฑ์ 2) ผลการประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดโดยนักท่องเที่ยวและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

ต้นแบบที่ 1 เซรามิกทับหลังนารายณ์บรรทมสินธุ์จำลอง (กลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อมาก) ผลการประเมินคุณภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์จากคะแนนเต็ม 5 โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยที่ 4.15 อยู่ในระดับมาก ผลการประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดโดยนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยที่ 3.39 อยู่ในระดับปานกลาง และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.18 อยู่ในระดับมาก ความเหมาะสมด้านราคาผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์มีความเห็นว่าควรมีราคาจำหน่ายอยู่ที่ 1,000 – 1,500 บาทต่อชิ้น ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ มีความเห็นว่าควรมีราคาจำหน่ายที่ 1,000-1,500 บาทต่อชิ้น และนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าควรมีราคาจำหน่ายที่ 1,000-1,500 บาทต่อชิ้น

ต้นแบบที่ 2 นาฬิกาตั้งโต๊ะและติดผนัง (กลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อปานกลาง) ผลการประเมินคุณภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์จากคะแนนเต็ม 5 โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยที่ 4.34 อยู่ในระดับมาก ผลการประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดโดยนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยที่ 3.53 อยู่ในระดับปานกลาง และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.32 อยู่ในระดับมาก ความเหมาะสมด้านราคาผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์มีความเห็นว่าควรมีราคาจำหน่ายอยู่ที่ 601-700 บาทต่อชิ้น ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์มีความเห็นว่าควรมีราคาจำหน่ายที่ 500-600 บาทต่อชิ้น และนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าควรมีราคาจำหน่ายที่ 500-600 บาทต่อชิ้น

ต้นแบบที่ 3 ตุ๊กตาทวารบาลตั้งโชว์ (กลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อน้อย) ผลการประเมินคุณภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์จากคะแนนเต็ม 5 โดยผู้

เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยที่มีค่าเฉลี่ยที่ 4.22 อยู่ในระดับมาก ผลการประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดโดยนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยที่ 4.02 อยู่ในระดับมาก และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.21 อยู่ในระดับมาก ความเหมาะสมด้านราคาผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์มีความเห็นว่าควรมีราคาจำหน่ายอยู่ที่ 41-50 บาทต่อชิ้น ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์มีความเห็นว่าควรมีราคาจำหน่ายที่ 30-40 บาท ต่อชิ้น และนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าควรมีราคาจำหน่ายที่ 30-40 บาทต่อชิ้น

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

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องออกแบบของที่ระลึกบุรีรัมย์มีประเด็นในการอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

ด้านศิลปวัฒนธรรมซึ่งเป็นทุนวัฒนธรรมในท้องถิ่น ช่วยสร้างลักษณะเฉพาะพบว่า ลักษณะเฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์ประกอบด้วย ปราสาทหินพนมรุ้งและส่วนประกอบของปราสาทหิน ทับหลังนารายณ์บรรทมสินธุ์ ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง กันตริมการละเล่นเด็กลิเกเขมร มฆีวด นำทั้งหมดมาเป็นทุนทางวัฒนธรรมออกแบบสร้างสรรค์ของที่ระลึกเพื่อเพิ่มมูลค่า กระตุ้นเตือน เน้นย้ำความทรงจำให้คิดถึงจังหวัด

บุรีรัมย์ สอดคล้องกับ พิรพัฒน์ มั่นพรม และนิรัช สุดสังข์ (2554 : 85) ที่ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ กล่าวว่า บุคคล เหตุการณ์ เรื่องราว เป็นสิ่งกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำความทรงจำให้คิดถึงหรือนึกถึงอยู่เสมอ การได้มาซึ่งสิ่งที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมมีวิธีการศึกษาทั้งด้านเอกสารและการลงพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องตุ๊กตาดินเผาทวารวดีผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากอดีตของ อรัญญา สีนบัวทอง (2547 : 63) ที่กล่าวว่า การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากอดีต จำเป็นต้องศึกษาค้นคว้าข้อมูลตามแหล่งโบราณสถานต่างๆ ทั้งเอกสารและผลงานต่างๆที่มีผู้ค้นคว้า บันทึกไว้เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบ

ด้านความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลที่สำคัญต่อการกำหนดการออกแบบและการผลิต งานวิจัยฉบับนี้เข้าไปศึกษาความต้องการของที่ระลึกจากนักท่องเที่ยวทั้งด้าน ขนาด ราคา วัสดุ รูปแบบ ประโยชน์การใช้งาน ศิลปวัฒนธรรม ซึ่งนับเป็นส่วนสำคัญต่อการกำหนดกรอบแนวทางการออกแบบ และรูปแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิดา แก้วเนตร(2545 : 55) เรื่องปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวไทย กรณีศึกษา บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ที่กล่าวว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นเมืองมากที่สุดคือตนเอง

การบูรณาการการออกแบบและการใช้หลักการออกแบบไปพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มคุณค่าและมูลค่าการออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ใช้หลักการออกแบบ เป็นหลักการแปรค่าจากแนวทางการออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และการออกแบบการเพิ่มมูลค่านั้นตั้งอยู่บนหลักการที่สอดคล้องกับหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ ของ ชีระชัย สุขสด. (2554 : 88) กล่าวว่า หลักการ 9 ข้อในการออกแบบ

ที่ดีประกอบด้วย หน้าที่ใช้สอย ความปลอดภัย ความแข็งแรง ความสะดวกสบายในการใช้ความสวยงาม ราคาพอสมควร การซ่อมแซมง่าย วัสดุและการผลิต การขนส่ง หลักการออกแบบนี้ถูกนำมาเป็นเกณฑ์ในการออกแบบร่าง พัฒนาแบบร่าง ของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์สิ่งที่เป็นหลักการอีกประการหนึ่งคือ ความเป็นของที่ระลึก ที่เมื่อออกแบบมาแล้วต้องสะท้อนและทำให้ผู้รับระลึกนึกถึงจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (2551 : ไม่มีเลขหน้า), ประเสริฐ ศิลวัฒนา (2531 : 4), ไสยเพชร ศรีสุวรรณ. (ม.ป.ป : 4) ที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องเป็นสิ่งเตือนความทรงจำให้ระลึกถึงบุคคล เหตุการณ์ หรือสถานที่ หรือในงานเทศกาลต่างที่มีการจัดขึ้น สามารถจะสะท้อน กระตุ้นเตือนให้ผู้ครอบครองและผู้พบเห็น ระลึกนึกถึงบุคคล เหตุการณ์ หรือสถานที่ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์นั้น สามารถสะท้อน กระตุ้นเตือนให้ผู้รับระลึกถึงจังหวัดบุรีรัมย์ได้ โดยผลจากการประเมินที่ผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้รับผลการประเมินรวมที่ระดับมาก ทั้งสามกลุ่ม

ต้นแบบทั้ง 3 กลุ่มมีการสร้างสรรค์ให้มีคุณค่าด้วยการปรับเปลี่ยนวัสดุ เลือกใช้วัสดุที่มีมูลค่า เช่น ทองเหลือง และยังใช้ทักษะฝีมือมาช่วยในการผลิตเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่า เช่น การแกะสลักดินสำหรับต้นแบบกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิดา แก้วเนตร. (2545 : 55) เรื่อง ปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ที่กล่าวว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เป็นงานหัตถกรรม วัสดุธรรมชาติ มีความเป็นพื้นเมืองโดยเนื้อหาเรื่องราวที่ปรากฏบนผลิตภัณฑ์

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาแนวทางการออกแบบและประกอบสร้างของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1.แนวทางการออกแบบของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์

ศิลปวัฒนธรรมที่สามารถสะท้อนถึงลักษณะเฉพาะของจังหวัดจังหวัดบุรีรัมย์โดยศึกษาผ่านกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งคนภายในและภายนอกจังหวัด ศึกษาด้านความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทั้งนักท่องเที่ยวและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ นำเอาข้อมูลทั้งหมดมาประมวล และกำหนดกรอบแนวทางการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและผู้จำหน่ายของที่ระลึก จากนั้นนำมาสู่การออกแบบและประเมินแบบร่างเพื่อกลั่นกรองแบบร่างที่ยังคงลักษณะเฉพาะของพื้นที่บุรีรัมย์ที่เกิดจากศิลปวัฒนธรรมผ่านผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัด และประเมินแบบร่างด้านโอกาสความเป็นไปได้ในการจำหน่ายผ่านผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากการประเมินแบบร่างแล้วสรุปผลรวมทั้งข้อเสนอแนะนำมาสู่การพัฒนาแบบร่าง และเขียนแบบกำหนดขนาดสัดส่วนรายละเอียดเพื่อการผลิต หลังจากได้ต้นแบบมาแล้วทำการและเมินคุณภาพต้นแบบผ่านผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและประเมินความเป็นไปได้ทางการจำหน่ายโดยผู้จำหน่ายของที่ระลึก การประเมินในขั้นตอนสุดท้ายเป็นการประเมินกรอบแนวทางการออกแบบแนวทางการสร้างสรรค์ของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีลักษณะเฉพาะได้ชัดเจนหรือไม่และยังมีโอกาสในการจำหน่ายมากน้อยเพียงใด กรอบแนวทางการออกแบบของที่ระลึกนั้นต้องตอบสนองทั้งความต้องการของผู้บริโภคและต้องรักษาหรือคงไว้ซึ่งลักษณะเฉพาะของพื้นที่นั้นๆ

2.แนวทางการประกอบสร้างของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์

จากการศึกษาสรุปได้ว่า การผลิตของที่ระลึกที่เหมาะสมเป็นการผลิตในกระบวนการหัตถอุตสาหกรรมเนื่องจากกระบวนการผลิตแบบหัตถอุตสาหกรรมนั้นเป็นการตอบสนองทั้งการผลิตที่ได้จำนวนปริมาณการผลิตที่มากพอควรสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างเหมาะสม และการผลิตแบบหัตถอุตสาหกรรมยังสามารถสร้างสรรค์ผลงานที่มีลักษณะเฉพาะด้วยการบวนการนี้เป็นการสร้างสรรค์งานด้วยงานฝีมือประกอบด้วยอุตสาหกรรมการผลิตด้วยมือจะได้งานที่ไม่มีความซ้ำในแต่และชิ้นจะมีความเฉพาะที่เกิดจากงานทักษะฝีมือ ฉะนั้นการประกอบสร้างของที่ระลึกจังหวัดบุรีรัมย์เป็นการประกอบสร้างในกระบวนการหัตถอุตสาหกรรม การผลิตของที่ระลึกต้องคำนึงถึงวิธีการผลิตที่สามารถตอบสนองทั้งตลาดและคงไว้ซึ่งลักษณะเฉพาะของพื้นที่

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. การศึกษาพบว่าศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์มีอยู่หลายเรื่องราวที่ยังไม่ได้รับการนำออกมาใช้เป็นแนวทางแรงบันดาลใจทางด้านรูปทรงและเรื่องราวเพื่อการออกแบบของที่ระลึกที่สร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปสู่การส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เช่น พัฒนาขั้นตอนการผลิตให้ง่ายไม่ซับซ้อน ชุมชนสามารถนำไปผลิตได้ด้วยตนเอง และส่งเสริมการเรียนรู้แก่ชุมชนที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์
3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขายและการออกแบบของที่ระลึกนั้นสามารถนำมาพัฒนาทั้งรูปแบบ ขนาด สีสน เพื่อประโยชน์การใช้งาน เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดและเป็นการเพิ่มโอกาสทางการขาย
4. จากรูปแบบของที่ระลึกในวิจัยฉบับนี้สามารถนำไปพัฒนาต่อเพื่อเพิ่มความหลากหลายได้

เช่น รูปแบบทวารบาลน้อยในกลุ่มผลิตภัณฑ์ตลาดล่างสามารถนำไปพัฒนาคุณลักษณะด้านท่าทางการแสดงออก (Character) เช่น ยืน เดิน นั่ง นอน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาค้นคว้าต่อไปในการศึกษาเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบนั้นแสดงถึงลักษณะของพื้นที่ออกมาได้อย่างชัดเจนนั้น ต้องศึกษาส่วนประกอบดังนี้

1. ศึกษาผลิตภัณฑ์เดิมในพื้นที่ เป็นการศึกษาศึกษาเพื่อทำความเข้าใจกับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมในพื้นที่ทั้งด้านแหล่งที่มา รูปแบบผลิตภัณฑ์ วัสดุ ขนาด ราคา รูปแบบการผลิต ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐาน
2. ศึกษาศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่ เป็นการศึกษาศึกษาเพื่อรวบรวมจัดกลุ่มศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่ ก่อนนำข้อมูลเหล่านั้นมาสร้างเป็นแบบสอบถาม เพื่อประเมินหาศิลปวัฒนธรรมที่เป็นสิ่งที่รับรู้ในความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งคนในพื้นที่และนอกพื้นที่ เพราะศิลปวัฒนธรรมนั้นเป็นสิ่งที่อยู่เฉพาะพื้นที่ เป็นสิ่งที่สามารถสะท้อนถึงรูปแบบลักษณะเฉพาะของพื้นที่ได้
3. ศึกษาตลาดในพื้นที่ เป็นการศึกษาศึกษาเพื่อทำความเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่เป็นการศึกษาเพื่อประมวลด้านความต้องการที่ประกอบไปด้วยรูปแบบ ขนาด ราคา วัสดุ ศิลปวัฒนธรรม
4. ออกแบบและการผลิต เป็นการออกแบบที่ต้องตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคซึ่งกรอบแนวทางการออกแบบนั้นต้องเป็นการประมวลสรุปข้อมูลจากความต้องการและความสนใจของกลุ่มผู้บริโภค โดยการออกแบบนั้นต้องครอบคลุมหลักการและทฤษฎีด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการผลิตผลิตภัณฑ์นั้นต้องมีความสอดคล้องรูปแบบที่ออกแบบและเหมาะสมกับวัสดุที่เลือกใช้ เนื่องจากเป็นการผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่ต้องการทั้งปริมาณและควมมีลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์

5. ประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ผลิตเป็นการประเมินเพื่อเป็นการตรวจสอบทั้งความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ คุณภาพผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และสิ่งสำคัญสำหรับการออกแบบของที่ระลึกคือ การประเมินถึงลักษณะเฉพาะที่ปรากฏบนผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

กิตติกรรมประกาศ

วิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่งจาก ศาสตราจารย์. กิตติคุณ ดร.สุพล วิรุฬห์รักษ์ ราชบัณฑิต ประธานหลักสูตร อาจารย์.ดร.อาคม เสี่ยมวิบูล ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์. ดร.ปัทมาวดี ขาญสุวรรณ กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ อาจารย์.ดร. วุฒิพงษ์ โจน์เชชมศรี ประธานกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.อุรารมย์ จันทมาลา อาจารย์. ดร.พีระ พันลูกเท่า และอาจารย์.ดร.พงษ์พิพัฒน์ สายทอง กรรมการสอบ และขอขอบคุณ อ.วิกรม วงษ์สุวรรณ อ.อิสสระ ดวงเกตุ อ.ดร.ถวัลย์ นิยมพานิชพัฒนา คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ธนสิทธิ์ จันทะรี อ.ชลวุฒิ พรหมสาขา ณ.สกลนคร คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ขอนแก่น ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ช่วยตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย ท่านวัชรนนท์ มั่นใจ วัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ อ.นฤมล จิตต์หาญ หัวหน้างานส่งเสริมศิลปะวัฒนธรรม ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ คุณภคินท์ ไททองกลาง เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมที่ช่วยตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในพื้นที่ปราสาทพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ และวนอุทยานเขากระโดง ที่กรุณาช่วยตรวจสอบเครื่องมือให้ข้อมูล และประเมินแบบร่างประเมินต้นแบบขอขอบพระคุณมารดาข้าพเจ้าที่กรุณามอบทั้งทุนเพื่อ

การศึกษา มอบทั้งกำลังใจ ลมหายใจและชีวิตซึ่งเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- พิรพัฒน์ มั่นพรม และนิรัช สุดสังข์. (2554). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์. วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 1(2), 85.
- ประเสริฐ ศิลวัฒนา. (2531). ของที่ระลึก. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ไศลเพชร ศรีสุวรรณ. (ม.ป.ป.). ของขวัญของที่ระลึก. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.
- วนิดา แก้วเนตร. (2545). ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวไทย กรณีศึกษา บ้านถวายน อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. (การศึกษาค้นคว้าอิสระศิลปกรรมศาสตร์ มหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- อรัญญา สีนบัวทอง. (2547). ตุ๊กตาดินเผาทวารวดี ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากอดีต. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปกรรมศาสตร์ มหาบัณฑิต:มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อรุวรรณ ตั้งจันทร์ และนิรัช สุดสังข์. (2554). ออกแบบผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกจากผ้าปักชาวเขาเผ่าม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์, วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.