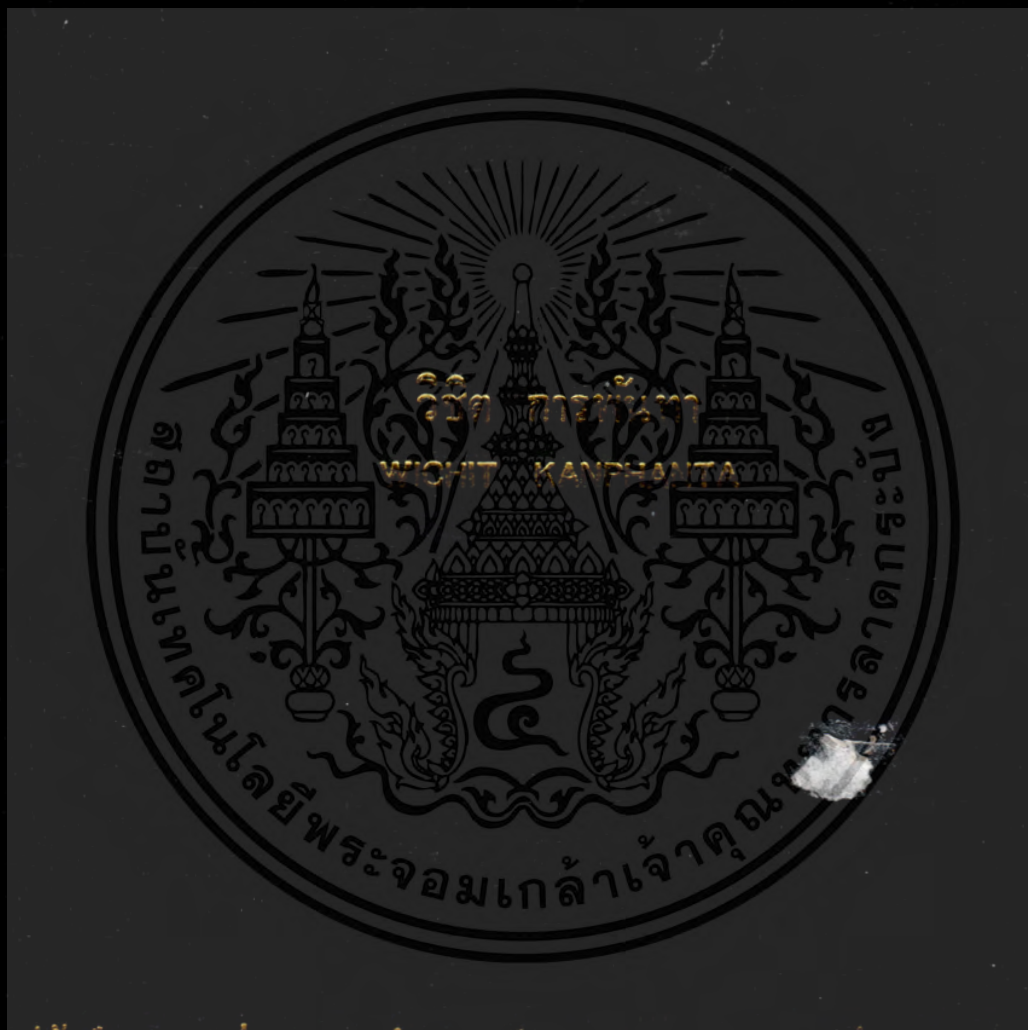


การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พิพิธภัณฑ์มิวเซียมสยาม

STUDY AND DESIGN THE SOUVENIRS FOR MUSEUM SIAM



สารบัญเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานการศึกษาหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สาขาวิชาศิลปศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คณะศิลปศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2557

การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม

STUDY AND DESIGN THE SOUVENIRS FOR MUSEUM SIAM



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตรอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

STUDY AND DESIGN THE SOUVENIRS FOR MUSEUM SIAM



A THEMATIC PAPER SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL EDUCATION
IN TECHNOLOGY OF INDUSTRIAL PRODUCT DESIGN
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2014

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองสารนิพนธ์

หัวข้อสารนิพนธ์

การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม
Study and Design the Souvenirs for Museum Siam

นักศึกษา

วิจิต การพันทา

รหัสประจำตัว

52630807

ปริญญา

ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์	ลายมือชื่อ
ผศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง	
รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร	
ผศ.ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิวังศา	

ค่าระดับคะแนนรวมที่เป็นเอกฉันท์จากคณะกรรมการ OUTSTANDING

วัน / เดือน / ปี ที่สอบ 21 ธันวาคม 2556 เวลา 08.00 – 09.00 น.

สถานที่สอบ ณ ห้อง ค 416 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมรับรองแล้ว



(รองศาสตราจารย์ พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

วันที่ 24 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อสารนิพนธ์

การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

มิวเซียมสยาม

ชื่อนักศึกษา

วิจิต การพันทา

รหัสนักศึกษา

52630807

ปริญญา

ครุศาสตรบัณฑิต สาขาการศึกษา

สาขาวิชา

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

พ.ศ.

2557

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร

บทคัดย่อ

การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษา และค้นคว้าข้อมูลทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนประวัติศาสตร์ของประเทศไทย รวมถึงข้อมูลของมิวเซียมสยามจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมสอบถามความคิดเห็นจากเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ให้กับมิวเซียมสยาม และ 2) ประเมินความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย สำหรับขั้นตอนการศึกษาและค้นคว้าข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม และขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม จำนวน 5 ท่าน กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน และกลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม มิวเซียมสยาม จำนวน 42 ท่าน ขณะที่ในขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม จำนวน 20 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 80 ท่าน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean : \bar{x}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า แฟลชไดร์ (Flash Drive) เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีความแตกต่างจากของที่ระลึกที่มีอยู่เดิมในมิวเซียมสยามมากที่สุด โดยมีค่าร้อยละ 8.9 ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาและออกแบบแฟลชไดร์เป็น 3 รูปแบบ คือ สร้อยคอ สร้อยข้อมือ/กำไล และแหวน ซึ่งแต่ละรูปแบบยังแบ่งออกเป็น 3 ยุค ได้แก่ ยุคสุวรรณภูมิ ยุคสยามประเทศ และยุคประเทศไทย โดยผลการศึกษาความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก ปรากฏว่าแฟลชไดร์ทั้งรูปแบบสร้อยคอ สร้อยข้อมือ/กำไล และแหวน ในยุคสุวรรณภูมิ มีความเหมาะสมในการออกแบบมากที่สุด ผู้วิจัยจึงนำมาผลิตเป็นแบบจำลอง เพื่อประกอบการประเมินความพึงพอใจ ผลที่ได้คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ประเภทแฟลชไดร์ ในรูปแบบสร้อยคอได้รับความพึงพอใจสูงสุด ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.87$) รองลงมาได้แก่รูปแบบสร้อยข้อมือ และแหวน โดยได้รับความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ ($\bar{x} = 3.81$) และ ($\bar{x} = 3.80$) ตามลำดับ

ทั้งนี้ จากผลการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม และผลการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาใหม่ ผู้วิจัยพบว่า ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก ทั้ง 3 ท่าน และกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม ล้วนมีความเห็นในภาพรวมว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาใหม่ โดยเป็นแฟลชไดร์ (Flash Drive) ที่อยู่ในรูปแบบของสร้อยคอ แหวน และสร้อยข้อมือนั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบเฉพาะ มีความโดดเด่นจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ และเมื่อพบเห็นแล้วทำให้ระลึกถึงมิวเซียมสยาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thematic Paper Title	Study and Design the Souvenirs for Museum Siam
Student	Mr. Wichit Kanphanta
Student ID.	52630807
Degree	Master of Science in Industrial Education
Program	Industrial Design Technology
Year	2014
Thematic Paper Advisor	Associate Professor Udomsak Saributr

ABSTRACT

The research on studies and designing souvenir products of Museum Siam has been intended to define the objective as following: 1. Beginning to study and research the data of art, culture, civilization, tradition from history period of Thailand. Moreover, to survey the opinion of operation staff at Museum Siam, product and graphic designers and tourists who visited Museum Siam in order to design the Souvenirs for Museum Siam. 2. Evaluating operation staffs' and tourists' satisfaction rate on souvenirs for Museum Siam.

To research samples on study and research process and the design process had been categorized in 3 groups. The first group was 5 members of operation staff at Museum Siam. The second group was 3 persons of product and graphic designers and the third group was comprised with 42 persons of tourists who visited Museum Siam. And the last process to evaluate satisfying rate from 2 sampling groups; group no.1 is 20 persons of operation staff at Museum Siam and group no.2 is 80 persons of tourists who visited Museum Siam. The statistical analyzing indicators were frequency value, percentage, Arithmetic Mean value and Standard Deviation.

The research results could be concluded that souvenir product, Flash Drive design is the most different souvenir products from another ones in Museum Siam at the scores of percentage 8.9. This score is meant that the researcher has evolved and designed Flash Drive in 3 styles, the first one is necklace, the second one is bracelet and the third one is ring. The each product design is divided to history period in to Suvarnabhumi Legend, Siamese Legend and Thailand Legend. The product and graphic designers had determined that Flash Drive of Suvarnabhumi Legend style is suitable to produce as 3 prototypes of necklace, bracelet and ring as souvenir products. After that the researcher evaluated the satisfying rate from statistic, questionnaires and the result average score was percentage ($\bar{X} = 3.87, 3.81$ and 3.80) from 100 persons of target groups.

However, the souvenir products, Flash Drive in 3 styles, necklace, bracelet and ring are emphasized, extremely beautiful and delicately made for visitors who will keep them as a reminder that they had visited Museum Siam in Thailand.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จากรองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือ และตรวจสอบข้อบกพร่อง จนสารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณผู้บริหารสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (National Discovery Museum Institute : NDMI) และเจ้าหน้าที่ทุกๆ ท่านในมิวเซียมสยาม ที่ให้การสนับสนุนทั้งในด้านข้อมูล และสถานที่เพื่อการทำแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐไท พรเจริญ อาจารย์พฐ คุศรีพิทักษ์ และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ให้ข้อเสนอแนะต่างๆ ในการออกแบบ

ท้ายสุดขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้แต่ผู้วิจัย ตลอดจนข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่างๆ จนสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการวิจัยครั้งนี้จะมีประโยชน์ต่อท่านผู้สนใจเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกในสถานที่อื่นๆ ต่อไป

วิจิต การพันทา

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญภาพ.....	XI
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 สมมุติฐานการวิจัย.....	2
1.4 กรอบแนวความคิดในการศึกษาวิจัย.....	2
1.5 ขอบเขตการศึกษาวิจัย.....	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 การศึกษาทางด้านประวัติศาสตร์ และความเป็นมา.....	9
2.1.1 ศึกษาประวัติ วิถีชีวิต การเมือง วัฒนธรรมของแต่ละช่วงเวลา จากสุวรรณภูมิ สู่สยามประเทศ ถึงประเทศไทย.....	9
2.1.2 ศึกษาเกี่ยวกับมิวเซียมสยาม.....	31
2.1.3 ศึกษาข้อมูลสถิติการเข้าชมมิวเซียมสยามของนักท่องเที่ยว.....	63
2.2 การศึกษาทางการออกแบบกราฟฟิก.....	68
2.2.1 จิตวิทยากับการออกแบบกราฟฟิก.....	68
2.2.2 ความสำคัญของการออกแบบกราฟฟิก.....	71
2.2.3 หลักการออกแบบกราฟฟิก.....	72
2.2.4 องค์ประกอบในงานออกแบบกราฟฟิก.....	76
2.3 การศึกษาทางการออกแบบผลิตภัณฑ์.....	78
2.3.1 ความหมายของที่ระลึก.....	78
2.3.2 ประเภทของสินค้าที่ระลึก.....	79
2.3.3 แนวทางการออกแบบของที่ระลึก.....	80
2.3.4 ลักษณะสำคัญสินค้าของที่ระลึก.....	80
2.3.5 ปัจจัยสำคัญเกี่ยวกับการออกแบบของที่ระลึก.....	81
2.3.6 ศึกษาด้านความเป็นไทยของผลิตภัณฑ์.....	83

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
2.4 กระบวนการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	85
2.5 การบรรจุภัณฑ์.....	87
2.6 การศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีอยู่ในท้องตลาด.....	97
2.7 การศึกษาเกี่ยวกับของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์.....	99
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	108
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	109
3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	110
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	111
3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย.....	112
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	114
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	115
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	116
3.7 สรุปขั้นตอน และวิธีการดำเนินการวิจัย.....	117
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	118
4.1 ผลการวิเคราะห์การศึกษาแนวทางการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม.....	119
4.2 ผลการวิเคราะห์การพัฒนา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม.....	127
4.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	133
4.4 ผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม.....	134
4.5 ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม.....	140
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	144
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	144
5.1.1 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	144
5.1.2 แหล่งที่มาของข้อมูล.....	144
5.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	145
5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	146
5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	147
5.1.6 ผลการวิจัย.....	148
5.2 อภิปรายผล.....	150

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	150
5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้.....	150
5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป.....	151
บรรณานุกรม.....	152
ภาคผนวก.....	154
ภาคผนวก ก. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม.....	155
ภาคผนวก ข. เอกสารหนังสือทางราชการ.....	175
ภาคผนวก ค. ภาพผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และบรรจุภัณฑ์.....	189
ภาคผนวก ง. การเขียนแบบเพื่อการผลิต.....	205



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตารางแสดงสถิติผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยามตั้งแต่เดือนเมษายน 2552 - ธันวาคม 2552	63
2.2 ตารางแสดงสถิติผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยามตั้งแต่เดือนเมษายน 2553 - ธันวาคม 2553	64
2.3 ตารางแสดงสถิติผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยามตั้งแต่เดือนเมษายน 2554 - ธันวาคม 2554	64
2.4 ตารางแสดงสถิติผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยามตั้งแต่เดือนเมษายน 2555 - ธันวาคม 2555	65
2.5 ตารางแสดงสถิติผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยามรายปี ตั้งแต่ปี 2552 - 2555	65
2.6 ตารางแสดงสถิติผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยามรายปี ตั้งแต่ปี 2552 - 2555 แยกตามเพศ	66
2.7 ตารางแสดงสถิติผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยามรายปี ตั้งแต่ปี 2552 - 2555 แยกตามประเภท	67
2.8 ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จัดจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์อื่นๆ และในท้องตลาด	97
3.1 ตารางแสดงผลการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม	113
4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 50 ท่าน	121
4.2 ประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีความแตกต่างจากของที่ระลึกที่มีอยู่ในมิวเซียมสยาม	122
4.3 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนา	123
4.4 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามเพศ	123
4.5 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามช่วงอายุ	124
4.6 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามระดับการศึกษา	124
4.7 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามสถานภาพ	125
4.8 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามกลุ่มอาชีพ	126
4.9 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามระดับรายได้	126
4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ ประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยคอ	129
4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ ประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยข้อมือ/กำไล	130
4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ ประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบแหวน	131
4.13 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ท่าน	135

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบขึ้นใหม่ ประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยคอ.....	136
4.15 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบขึ้นใหม่ ประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบแหวน.....	138
4.16 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบขึ้นใหม่ ประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยข้อมือ.....	139
4.17 ตารางแสดงความต้องการนำไปใช้ของกลุ่มตัวอย่าง.....	140



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ภาพห้องเบิกโรง (ที่ตั้ง : ชั้น 1).....	34
2.2 ภาพห้องไทยแท้ (ที่ตั้ง : ชั้น 1).....	34
2.3 ภาพห้องเปิดตำนานสุวรรณภูมิ (ที่ตั้ง : ชั้น 3).....	35
2.4 ภาพห้องสุวรรณภูมิ (ที่ตั้ง : ชั้น 3).....	35
2.5 ภาพห้องพุทธิปัญญา (ที่ตั้ง : ชั้น 3).....	36
2.6 ภาพห้องกำเนิดสยามประเทศ (ที่ตั้ง : ชั้น 3).....	36
2.7 ภาพห้องสยามประเทศ (ที่ตั้ง : ชั้น 3).....	37
2.8 ภาพห้องสยามยุทธ์ (ที่ตั้ง : ชั้น 3).....	37
2.9 ภาพห้องแผนที่ความยกย่อนบนแผ่นกระดาษ (ที่ตั้ง : ชั้น 2).....	38
2.10 ภาพห้องกรุงเทพฯ ภายใต้ฉากอยุธยา (ที่ตั้ง : ชั้น 2).....	38
2.11 ภาพห้องชีวิตนอกกรุงเทพฯ (ที่ตั้ง : ชั้น 2).....	39
2.12 ภาพห้องแปลงโฉมสยามประเทศ (ที่ตั้ง : ชั้น 2).....	39
2.13 ภาพห้องกำเนิดประเทศไทย (ที่ตั้ง : ชั้น 2).....	40
2.14 ภาพห้องสี่สัปดาห์ตะวันตก (ที่ตั้ง : ชั้น 2).....	40
2.15 ภาพห้องเมืองไทยวันนี้ (ที่ตั้ง : ชั้น 2).....	41
2.16 ภาพห้องมองไปข้างหน้า (ที่ตั้ง : ชั้น 2).....	41
2.17 ภาพห้องตึกเก่าเล่าเรื่อง (ที่ตั้ง : ชั้น 2).....	42
2.18 ภาพนิทรรศการเรื่อง “กินของเนา”.....	43
2.19 ภาพนิทรรศการเรื่อง “เรื่องหนักหัว”.....	44
2.20 ภาพนิทรรศการเรื่อง “Please Mind the Gap (โปรดระวังห้องว่างระหว่างเรา)”.....	44
2.21 ภาพนิทรรศการเรื่อง “๙ สถาปัตยกรรมศิลป์ พระภูมินทร์อัครศิลปินสยาม”.....	45
2.22 ภาพนิทรรศการเรื่อง “ปรากฏการณ์อินทรีนคี่ไม่เว้นวรรค”.....	46
2.23 ภาพนิทรรศการเรื่อง “Know-How ชาวนา นักค้นคว้าแห่งท้องทุ่ง”.....	46
2.24 ภาพนิทรรศการเรื่อง “เลขไทย อยากรู้เป็นเพื่อนกับคุณ”.....	47
2.25 ภาพนิทรรศการเรื่อง “สืบจากส้วม”.....	48
2.26 ภาพนิทรรศการเรื่อง “เครื่องรางของขลัง”.....	48
2.27 ภาพนิทรรศการเรื่อง “จับไม้ไผ่แสนนง”.....	49
2.28 ภาพนิทรรศการเรื่อง “ก๊วก ด้าย ก็ เรื่องราวในผืนผ้า”.....	50
2.29 ภาพนิทรรศการเรื่อง “ปริศนาแห่งลูกปัด”.....	50
2.30 ภาพนิทรรศการเคลื่อนที่.....	51
2.31 ภาพนิทรรศการภาพถ่าย “The Fluorescent People” โดย Marc Lathuilliere.....	52
2.32 ภาพนิทรรศการ เรื่อง จากสยามสู่ยุโรป บนเส้นทางขอนแก่น.....	53
2.33 คนกบแดง สัญลักษณ์ของ “มิวเซียมสยาม”.....	53

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.34 แผนที่กรุงเทพฯ ประมาณพุทธศักราช 2475 แสดงให้เห็นพื้นที่วังท้ายวัดพระเชตุพนฯ ที่ถูกปรับเปลี่ยนเป็นกระทรวงพาณิชย์ (ปัจจุบันคือมิวเซียมสยาม).....	55
2.35 ภาพลายเส้นอาคารกระทรวงพาณิชย์ (เดิม) ทางด้านหน้า.....	55
2.36 อาคารกระทรวงพาณิชย์ (เดิม) ประมาณพุทธศักราช 2464.....	57
2.37 ภาพอาคารมิวเซียมสยาม ในปัจจุบัน.....	57
2.38 แผนที่มิวเซียมสยาม.....	58
2.39 ภาพร้าน Muse Shop.....	59
2.40 ภาพบรรยากาศภายในร้าน Muse Shop.....	59
2.41 ภาพของที่ระลึกประเภทหนังสือ.....	60
2.42 ภาพของที่ระลึกประเภทเครื่องเขียน.....	61
2.43 ภาพของที่ระลึกประเภทเครื่องประดับ.....	61
2.44 ภาพของที่ระลึกประเภทของเล่น และของเล่นโบราณ.....	62
2.45 ภาพของที่ระลึกประเภทของตกแต่งบ้าน.....	62
2.46 ภาพของที่ระลึกประเภทเสื้อ และถุงผ้า.....	63
2.47 รูปภาพแสดงกราฟจำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม ตั้งแต่ปี 2552-2555.....	65
2.48 รูปภาพแสดงกราฟจำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม เปรียบเทียบเป็นรายเดือน ตั้งแต่เดือนเมษายน 2552-ธันวาคม 2555.....	66
2.49 รูปภาพแสดงกราฟจำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยามรายปี ตั้งแต่ปี 2552-2555 แยกตามเพศ.....	67
2.50 รูปภาพแสดงกราฟผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม แยกตามประเภท ตั้งแต่ปี 2552-2555.....	68
2.51 การกราดสายตาบนบรรจุภัณฑ์.....	92
2.52 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์อื่นๆ.....	98
2.53 รูปภาพแสดงส่วนประกอบพื้นฐานของแฟลชไดร์.....	100
2.54 รูปภาพแสดงแฟลชไดร์ในรูปแบบต่างๆ.....	101
2.55 ภาพตัวอย่างแฟลชไดร์ที่ผลิตขึ้นจากยาง.....	103
2.56 ภาพตัวอย่างแฟลชไดร์ที่ผลิตขึ้นจากพลาสติก.....	104
2.57 ภาพตัวอย่างแฟลชไดร์ที่ผลิตขึ้นจากไม้ชนิดต่างๆ.....	106
2.58 ภาพตัวอย่างแฟลชไดร์ที่ผลิตขึ้นจากโลหะ.....	107
2.59 ภาพตัวอย่างแฟลชไดร์ที่ผลิตขึ้นจากหนัง.....	107
3.1 แสดงขั้นตอนการศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม.....	117
4.1 บรรยากาศร้าน Muse Shop และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่วางขายภายในร้าน.....	119
4.2 การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น และสัมภาษณ์จากกลุ่มเป้าหมาย.....	120
4.3 ภาพแบบร่างแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยคอ.....	129

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.4 ภาพแบบร่างแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยข้อมือ/กำไล.....	130
4.5 ภาพแบบร่างแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบแหวน.....	131
4.6 แฟลชไดร์ (Flash Drive) รูปแบบสร้อยคอ สร้อยข้อมือ/กำไล และ แหวน ในยุคสุวรรณภูมิ ที่ได้รับการปรับปรุง และพัฒนาตามข้อเสนอแนะ ของผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟฟิก.....	133
4.7 บรรจุภัณฑ์สำหรับแฟลชไดร์ (Flash Drive) รูปแบบสร้อยคอ สร้อยข้อมือ/กำไล และแหวน.....	134
4.8 การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น และสัมภาษณ์จากกลุ่มเป้าหมาย.....	135
4.9 แฟลชไดร์ (Flash Drive) รูปแบบสร้อยคอ.....	136
4.10 แฟลชไดร์ (Flash Drive) รูปแบบแหวน.....	137
4.11 แฟลชไดร์ (Flash Drive) รูปแบบสร้อยข้อมือ.....	138
4.12 ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ในรูปแบบสร้อยคอ.....	141
4.13 ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ในรูปแบบแหวน.....	142
4.14 ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ในรูปแบบสร้อยข้อมือ.....	143

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

มิวเซียมสยาม ถือเป็นพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งแรกที่เน้นการสร้างประสบการณ์ใหม่ในการชมพิพิธภัณฑ์ ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นต้นแบบของแหล่งเรียนรู้ที่น่ารื่นรมย์ และช่วยยกระดับมาตรฐานการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบใหม่ให้กับประชาชน โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนไทย เกี่ยวกับการสร้างสำนึกในการรู้จักตนเอง รู้จักเพื่อนบ้าน และรู้จักโลก รวมถึงการสร้างแนวคิดและภาพลักษณ์ใหม่ของ “พิพิธภัณฑ์” ในสังคมแห่งการเรียนรู้ ผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อให้การเรียนรู้ประวัติศาสตร์เป็นไปอย่างสนุกสนานยิ่งขึ้น

นิทรรศการถาวรที่จัดแสดงในมิวเซียมสยาม เป็นนิทรรศการสไตล์ “เพลิน” (Play + Learn) จัดแสดงชุด “เรียงความประเทศไทย” หรือ “The Account of Thailand” เน้นวิธีการเล่าเรื่องด้วยเวลา โดยพาผู้ชมไปค้นหาความหมายของความเป็นไทยอย่างถึงแก่น ตั้งแต่ลักษณะเด่นของประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต การเมือง วัฒนธรรมของแต่ละช่วงเวลา จากยุคสุวรรณภูมิ สู่มลายูประเทศไทย และประเทศไทยในปัจจุบัน ซึ่งล้วนแสดงให้เห็นถึงอัจฉริยภาพของคนรุ่นก่อนที่สามารถจัดการกับทุกความหลากหลายได้อย่างลงตัว ภายในนิทรรศการ ผู้ชมจะสนุกสนานไปกับสื่อการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบที่จะกระตุ้นให้คิดและตั้งคำถาม พร้อมท้าทายให้หาคำตอบด้วยตนเอง

มิวเซียมสยาม เป็นส่วนงานหนึ่งของสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (National Discovery Museum Institute : NDMI) เปิดบริการครั้งแรกเมื่อ 2 เมษายน 2551 ในนาม “พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้” โดยตั้งอยู่ในพื้นที่กระทรวงพาณิชย์ (เดิม) บริเวณท่าเตียน ซ่างวัดโพธิ์ ถนนสนามไชย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่บนเกาะรัตนโกสินทร์ชั้นใน อันเป็นเมืองมรดกที่มีชีวิตของไทย (The City of Living Heritage) และเป็นศูนย์กลางของจิตวิญญาณคนไทย เพื่อสื่อถึงการนำภาพลักษณ์แห่งอดีตมาใช้สื่อถึงอนาคต แต่ในปัจจุบัน มิวเซียมสยามได้ดำเนินการเปลี่ยนภาพลักษณ์จากพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ ซึ่งทำให้เข้าใจผิดว่าเป็นสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ มาเป็นมิวเซียมสยาม โดยได้เริ่มดำเนินการในหลาย ๆ ด้าน อาทิ การสร้างเว็บไซต์ของมิวเซียมสยามแยกออกมาจากสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ และการสร้างตราสัญลักษณ์ของมิวเซียมสยาม เป็นต้น (รู้จักมิวเซียมสยาม. 2554. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com>)

ภายในมิวเซียมสยาม มีร้านขายของที่ระลึกชื่อ Muse Shop โดยของที่ระลึกที่นำมาจำหน่ายในร้านนั้นมีเพียง 6 ประเภท ได้แก่ หนังสือ เครื่องเขียน เครื่องประดับ ของเล่น ของตกแต่งบ้าน เสื้อ และถุงผ้า ซึ่งของที่ระลึกในแต่ละประเภทยังมีรูปแบบที่ไม่มากนัก จึงไม่เพียงพอที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้าชมทุกกลุ่ม อีกทั้งยังบ่งบอกความเป็นมิวเซียมสยามได้ไม่เต็มที่เท่าที่ควร

ดังนั้น ในปี 2553 และ 2554 มิวเซียมสยามจึงได้จัดตั้งโครงการพิพิธภัณฑ์ใส่กล่อง (Museum Take Away Project) ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ นักเรียนนักศึกษาได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการตีความในเรื่องของ “ความเป็นไทย” สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกร่วมสมัย ไม่เหมือนใคร และมีเอกลักษณ์ไทย โดยผลงานที่ได้รับรางวัลจะถูกนำไปพัฒนาผลิตเป็นสินค้าที่ระลึกเพื่อจำหน่ายใน Muse Shop ซึ่งเป็นร้านขายของที่ระลึกที่ตั้งอยู่ในมิวเซียมสยาม พร้อมใช้เป็นต้นแบบเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนเวลาสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่นานนัก ผู้ใช้จะเห็นประโยชน์ของการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์เครือข่ายและผู้สนใจทั่วไป ซึ่งจะเป็นการช่วยขยายและนำความเป็นไทยออกไปสู่สากลมากขึ้น โดยผ่านของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ร่วมสมัย และสื่อให้เห็นถึงความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน (โครงการพิพิธภัณฑ์ใส่กล่อง. 2554. [Online]. Available : <http://www.facebook.com/museumsiamfan>)

แม้ผลการประกวดในโครงการดังกล่าวได้เสร็จสิ้นลงไปแล้ว แต่ปริมาณผลงานกลับยังไม่สามารถตอบโจทย์ของทางมิวเซียมสยามได้ทั้งหมด โดยเฉพาะในเรื่องของความหลากหลายผสมผสานเทคโนโลยี และการนำไปใช้

จากความเป็นมาและประเด็นปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้มีแนวคิดจัดทำของที่ระลึกที่มีรูปแบบเฉพาะที่แสดง “ความเป็นไทย” มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมกับยุคสมัย อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนในอีกทางหนึ่งด้วย ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะจัดจำหน่ายเฉพาะใน Muse Shop เท่านั้น เพื่อให้พนักงานที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยามเกิดความประทับใจและระลึกถึง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 ศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้กับมิวเซียมสยาม

1.2.2 เพื่อประเมินความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยามและนักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

1.3 สมมติฐานการวิจัย

รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับมิวเซียมสยามตรงตามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายทั้งในด้านประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมกับยุคสมัย และมีรูปลักษณะที่แสดงถึงความเป็นไทย มีความสอดคล้องกับแนวคิดของมิวเซียมสยาม พร้อมทั้งช่วยส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม”

1.4 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

หลักการที่นำมาใช้ในการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดทางด้านพิพิธภัณฑ์ การออกแบบกราฟิก การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการออกแบบเลขศิลป์ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ มาประยุกต์ใช้ร่วมกันเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1.4.1 กรอบแนวคิดด้านพิพิธภัณฑ์

1.4.1.1 ความหมาย : สภาการพิพิธภัณฑ์ระหว่างชาติ หรือ ICOM (International Council of Museums) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า “พิพิธภัณฑ์” คือ หน่วยงานที่ไม่หวังผลกำไร เป็นสถาบันที่ถาวรในการรวบรวม สงวนรักษา ศึกษาวิจัย สื่อสาร และจัดแสดงนิทรรศการ ให้บริการแก่สังคมเพื่อการพัฒนา โดยมีความมุ่งหมายเพื่อการค้นคว้าการศึกษา และความเพลิดเพลิน โดยแสดงหลักฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับมนุษย์และสภาพแวดล้อม สิ่งซึ่งสงวนรักษาและจัดแสดงนั้นไม่ใช่เป็นเพียงวัตถุ แต่ได้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รวมถึงสิ่งที่มีชีวิตด้วย โดยรวมไปถึงสวนสัตว์ สวนพฤกษชาติ วนอุทยาน สถานที่สงวนสัตว์น้ำ และสถานที่อันจัดเป็นเขตสงวนอื่น ๆ รวมทั้งโบราณสถานและแหล่งอนุสรณ์สถาน ศูนย์วิทยาศาสตร์ และห้องฟ้าจำลอง

1.4.1.2 ประเภท : แบ่งตามการจัดแสดง และวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการจัดแสดง ซึ่งเป็นที่นิยมกันทั่วไปในปัจจุบัน คือ

1. พิพิธภัณฑ์สถานประเภททั่วไป จะรวบรวมวัตถุทุกประเภทและทุกเรื่องเอาไว้ ถือเป็นพิพิธภัณฑ์แบบแรกก่อนที่จะมีการพัฒนาเป็นพิพิธภัณฑ์เฉพาะเรื่องในสมัยต่อมา

2. พิพิธภัณฑ์สถานศิลปะ จัดแสดงเกี่ยวกับศิลปวัตถุทุกประเภท โดยจะแยกย่อยออกเป็นพิพิธภัณฑ์สถานศิลปะประยุกต์ แสดงวัตถุที่เป็นงานฝีมือ เครื่องใช้ไม้สอยต่าง ๆ หอศิลป์ แสดงงานศิลปะประเภทจิตรกรรม ประติมากรรม, พิพิธภัณฑ์สถานศิลปะสมัยใหม่ จะคล้ายกับหอศิลป์ แต่จะเป็นศิลปะสมัยใหม่ของศิลปินร่วมสมัยในยุคหลัง, พิพิธภัณฑ์สถานศิลปะประเภทการแสดง และพิพิธภัณฑ์สถานศิลปะแรกเริ่ม แสดงงานศิลปะดั้งเดิมของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์

3. พิพิธภัณฑ์สถานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เนื้อหาหลักคือแสดงวิวัฒนาการความก้าวหน้าของวัตถุที่มนุษย์คิดค้นประดิษฐ์ขึ้น

4. พิพิธภัณฑ์สถานธรรมชาติวิทยา จัดแสดงเรื่องราวของธรรมชาติเกี่ยวกับเรื่องของโลกทรัพยากรทางธรรมชาติต่าง ๆ และยังรวมถึง สวนสัตว์ สวนพฤกษชาติ วนอุทยาน พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ-สัตว์บกด้วย

5. พิพิธภัณฑ์สถานประวัติศาสตร์ แสดงหลักฐานทางประวัติศาสตร์ แยกย่อยได้เป็นพิพิธภัณฑ์สถานประวัติศาสตร์ แสดงหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวกับการเมือง ทหาร สังคม และเศรษฐกิจ บ้านประวัติศาสตร์ คือการนำเสนอสถานที่ซึ่งเคยเป็นที่อยู่อาศัยของผู้ที่มีชื่อเสียงในอดีต โบราณสถาน อนุสาวรีย์ และสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรมต่าง ๆ รวมถึง เมืองประวัติศาสตร์ และพิพิธภัณฑ์สถานประวัติศาสตร์โบราณคดี

6. พิพิธภัณฑ์สถานชาติพันธุ์วิทยา และประเพณีพื้นเมือง แสดงชีวิตความเป็นอยู่ในทางวัฒนธรรมและสังคมของมนุษย์และชาติพันธุ์ต่าง ๆ แบ่งออกเป็น พิพิธภัณฑ์สถานพื้นบ้าน (พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น) โดยจัดแสดงข้าวของเครื่องใช้พื้นบ้าน และพิพิธภัณฑ์สถานกลางแจ้ง เป็นการจำลองภาพในอดีตด้วยการนำอาคารเก่า หรือจำลองสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ มาไว้ในบริเวณเดียวกัน โดยพยายามสร้างสภาพแวดล้อมรวมถึงบรรยากาศให้เหมือนเช่นในอดีต (คุณรู้จักพิพิธภัณฑ์ดีแคไหน?. 2553. [Online]. Available : <http://www.thaimuseums.com/index.php?lay=show&ac=article&Ntype=9>)

1.4.1.3 ปัญหา : ประกอบด้วย 2 ประเด็น คือ

1. ประชาชนต้องการ การบริการของพิพิธภัณฑ์มากขึ้น ซึ่งต่างคนก็ต่างที่มา มีความต้องการต่าง ๆ กัน ไม่มีการจัดแบ่งด้านการศึกษาทางพิพิธภัณฑ์อย่างเคร่งครัดตายตัวตามแบบแผนในอดีตอีกต่อไป ไม่เกิดการแบ่งแยกระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวธรรมดา กับผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการ ในปัจจุบัน ผู้คนจึงเข้าชมพิพิธภัณฑ์ด้วยความเพลิดเพลิน เพื่อค้นหา ความรู้ ข้อมูล และเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ พิพิธภัณฑ์จึงต้องพยายามปรับเปลี่ยนบทบาทของตนในหลักการนิยามใหม่ ส่วนข้อเสีย นั่นคือ การเปลี่ยนแปลงตัวเองของพิพิธภัณฑ์เพื่อรองรับความต้องการของคนในปัจจุบัน กลายเป็นเรื่องที่ต้องแข่งขันกันเหมือนอยู่ในสมรภูมิรบ พร้อมกับความพยายามที่จะดำรงไว้ซึ่งการ

รักษาประวัติศาสตร์ และการตัดสินใจปัญหาของวัฒนธรรมประชาธิปไตยอันเป็นหน้าที่สำคัญของ พิพิธภัณฑน์ โดยแทบไม่ทันสังเกต (Kramer, อ้างถึงใน Newsom, 1975 : 47)

2. ปัญหาด้านการสนับสนุนจากสังคม สำหรับพิพิธภัณฑน์ในประเทศไทย สุจิตต์ วงษ์เทศ (2547 : 52-61) กล่าวว่า พิพิธภัณฑน์ที่กรมศิลปากรจัดทำอยู่ในประเทศไทยทุกวันนี้เป็นเพียงรูปแบบหนึ่ง ในจำนวนมากมายหลายรูปแบบ จุดด้อยมีเพียงกรมศิลปากรจัดพิพิธภัณฑน์ได้เพียงรูปแบบเดียว ทำให้คนส่วนใหญ่เบื่อพิพิธภัณฑน์ ทำให้คำว่า “พิพิธภัณฑน์” กลายเป็นเรื่องล้าสมัย ประชาชนและรัฐบาลจึงไม่ได้ให้ความสำคัญต่อพิพิธภัณฑน์เท่าที่ควร

1.4.2 กรอบแนวคิดด้านการออกแบบกราฟิก

1.4.2.1 ความสำคัญของสีกับการออกแบบ ตามกรอบแนวคิดของ ผกามาศ ผจญแก้ว (2543 : 123)

1.4.2.2 ขนาดตัวอักษรกับการออกแบบ ตามกรอบแนวคิดของ วิรุณ ตั้งเจริญ (2545 : 127)

1.4.2.3 กรอบแนวคิดด้านภาพประกอบ ตามกรอบแนวคิดของ วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2540 : 140-148)

1.4.3 กรอบแนวคิดด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

1.4.3.1 แนวทางการออกแบบของที่ระลึก ตามกรอบแนวคิดของ ประชิต ทิณบุตร (2531) ว่า ด้วยเรื่องแนวทางการคิดที่จะออกแบบของที่ระลึก

1.4.3.2 กรอบแนวคิดด้านวัสดุ และเทคนิควิธีสร้าง ตามกรอบแนวคิดของ ประเสริฐ ศีลรัตน (2531 : 37-47)

1.4.3.3 กรอบแนวคิดเรื่องการออกแบบเลขศิลป์ที่แสดงเอกลักษณ์ไทย ตามกรอบแนวคิดของ ไพโรจน์ พิทยเมธี (2551 : 325-327)

1.4.4 กรอบแนวคิดด้านกระบวนการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.4.4.1 กรอบแนวคิดเรื่องกระบวนการวิจัย และพัฒนาของ รุจโรจน์ แก้วอุไร (2553 : 1-6)

1.4.4.2 แนวคิดเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ มณฑล สุกใส (2553 : 5)

1.4.4.3 กรอบแนวคิดด้านการพัฒนาการออกแบบสร้างผลิตภัณฑ์ของ มন্ত্রী ยอดบางเตย (2538 : 72-73)

1.4.5 กรอบแนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.4.5.1 แนวความคิดด้านบรรจุภัณฑ์ของดำรงศักดิ์ ชัยสินิท (2537 : 3)

1.4.5.2 กรอบแนวคิดเรื่องกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของปุ่นและสมพร คงเจริญเกียรติ (2541 : 71)

1.4.6 กรอบแนวคิดด้านการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีและแนวความคิดของรองศาสตราจารย์ ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์-ทอง ประธานหลักสูตรปริญญาโท สาขานฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พร้อมทั้งได้นำแนวทางการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ทางด้านความเป็นไทย ความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย และสร้างความจดจำต่อมิวเซียมสยาม ตามการวิจัยเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย (2552 : 53) ของสุรชัย คำด้อย ซึ่งดำเนินการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายและผู้จัดจำหน่าย ด้วยแบบสอบถามประกอบหุ่นจำลองเอกสารเป็นเอกสารที่ส่งมอบให้ทุกสิ่งทุกอย่างในเพื่อใช้ประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 ขอบเขตการศึกษาวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านการออกแบบของที่ระลึก

1.5.1.1 ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต การเมือง วัฒนธรรมของแต่ละช่วงเวลา จากสุวรรณภูมิ สู่มลายูประเทศไทย ถึงประเทศไทย

1.5.1.2 ศึกษาความต้องการและทัศนคติที่มีต่อมิวเซียมสยาม จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับ มิวเซียมสยาม จำนวน 5 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 42 ท่าน รวมทั้งสิ้น 50 ท่าน เพื่อคัดเลือกประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จะนำมาออกแบบและพัฒนา

1.5.1.3 ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม โดยนำผลการศึกษาทางด้านศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และประวัติศาสตร์ รวมถึงความต้องการ และทัศนคติที่มีต่อมิวเซียมสยาม จากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม จำนวน 50 ท่าน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม จำนวน 5 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 42 ท่าน มาใช้ประกอบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม 1 ประเภท 3 รูปแบบ และรูปแบบละ 3 ดีไซน์ แล้วจึงทำการคัดเลือกให้เหลือเพียงรูปแบบละ 1 ดีไซน์ โดยขอคำปรึกษาและคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการออกแบบกราฟิก จำนวน 3 ท่าน

1.5.1.4 ประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ที่ได้รับการออกแบบทั้ง 3 รูปแบบ รูปแบบละ 1 ดีไซน์ จากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 ท่าน ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม จำนวน 20 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 80 ท่าน

1.5.2 ขอบเขตทางด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.5.2.1 ประชากร ได้แก่

1. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับมิวเซียมสยาม
2. ผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบผลิตภัณฑ์และการออกแบบกราฟิก
3. นักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งประกอบด้วย นักเรียน นักศึกษา นักวิจัย และประชาชนทั่วไป

1.5.2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1. เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม จำนวน 20 ท่าน
2. ผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบผลิตภัณฑ์และการออกแบบกราฟิก จำนวน 3 ท่าน
3. นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 80 ท่าน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

1.5.3 ขอบเขตในการกำหนดตัวแปร

1.5.3.1 ตัวแปรต้น คือ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาใหม่ หากมีการเปลี่ยนแปลงในของที่ระลึกดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อตัวแปรตาม ซึ่งในงานวิจัยนี้ คือ ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

1.5.3.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในที่นี้คือ เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยามและนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านความเป็นไทย
2. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม”
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย
4. ด้านความสวยงาม ซึ่งประกอบด้วยการออกแบบและวัสดุ

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

1.6.1 มิวเซียมสยาม หมายถึง แหล่งเรียนรู้แนวใหม่ที่เน้นการพัฒนาความคิด เพิ่มความรู้ และสร้างสรรค์ภูมิปัญญา โดยให้ความรู้เรื่องความเป็นมาของบ้านเมือง จนมาเป็นประเทศไทยในปัจจุบัน เพื่อก่อเกิดการเรียนรู้ สร้างสำนึกรักบ้านเมืองและท้องถิ่นของตน รวมทั้งเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในลักษณะ “เครือญาติ” กับประเทศเพื่อนบ้าน อันเป็นองค์ความรู้ที่นำไปสู่ความมั่นคง และสันติภาพในภูมิภาค

1.6.2 ของที่ระลึก หมายถึง สิ่งของที่ผลิตขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนให้นักท่องเที่ยวได้จดจำ มิวเซียมสยาม โดยจัดจำหน่ายเพื่อเป็นที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยวเฉพาะภายใน Muse Shop ซึ่งเป็นร้านขายของที่ระลึกที่ตั้งอยู่ในมิวเซียมสยาม

1.6.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก หมายถึง การออกแบบของที่ระลึกที่แสดงความเป็นไทย และทำให้ระลึกถึงมิวเซียมสยาม

1.6.4 จิตวิทยาในการออกแบบ หมายถึง หลักการพิจารณาในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้แก่ ภาพ สี รูปทรง และวัสดุ

1.6.5 ภาพประกอบและสีบนผลิตภัณฑ์ หมายถึง สีที่ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่เหมาะสมกับของที่ระลึก ภาพประกอบต่างๆ และกระตุ้นให้เกิดความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่เข้าชม

1.6.6 วัสดุ หมายถึง สิ่งนำมาใช้ผลิตเป็นของที่ระลึก และบรรจุภัณฑ์

1.6.7 เทคนิคการผลิต หมายถึง วิธีการผลิตของที่ระลึก และบรรจุภัณฑ์

1.6.8 นักท่องเที่ยว คือ กลุ่มคนซึ่งประกอบด้วย นักเรียน นักศึกษา นักวิจัย และประชาชนทั่วไปที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม

1.6.9 ความพึงพอใจ หมายถึง ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มีต่อของที่ระลึก ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านความเป็นไทย
2. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม”
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย
4. ด้านความสวยงาม ซึ่งประกอบด้วยการออกแบบ และวัสดุ

1.6.10 แนวคิดของมิวเซียมสยาม หมายถึง ร่วมสมัย และสื่อให้เห็นถึงความเป็นไทย

1.6.11 **ความเป็นไทย** หมายถึง ผลิตรมณ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นมาโดยมีรูปแบบ หรือลวดลาย ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย กล่าวคือ มีลักษณะเฉพาะตัวที่บ่งบอกถึงความเป็นชาติไทยซึ่งแตกต่างจากชนชาติอื่น ๆ

1.6.12 **ส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม”** หมายถึง ผลิตรมณ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้น ช่วยให้ ผู้พบเห็นเกิดความระลึกถึงมิวเซียมสยาม เนื่องจากในปัจจุบันมิวเซียมสยามกำลังดำเนินการเปลี่ยน ภาพลักษณ์จากชื่อเดิมคือ พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ มาเป็นมิวเซียมสยาม หลังจากชื่อเดิมก่อให้เกิดความ เข้าใจผิดว่ามิวเซียมสยามคือสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ

1.6.13 **ประโยชน์ใช้สอย** หมายถึง ผลิตรมณ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความ ต้องการทางด้านร่างกาย และจิตใจ อันประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการใช้งาน หมายถึง ผลิตรมณ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นนำมาใช้ในกิจกรรมที่ เกี่ยวข้องกับหน้าที่ของผลิตรมณ์ได้อย่างเหมาะสม และก่อให้เกิดประโยชน์
2. ด้านการใช้งานในชีวิตประจำวัน หมายถึง ผลิตรมณ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นสามารถ นำมาใช้ในกิจกรรมที่ทำในแต่ละวันได้อย่างสม่ำเสมอ
3. ด้านการพกพา หมายถึง ผลิตรมณ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นสามารถนำติดตัวไปยัง สถานที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก
4. ด้านความปลอดภัย หมายถึง ผลิตรมณ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นสามารถนำไปใช้งาน ได้โดยไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้งาน

1.6.14 **บรรจุภัณฑ์** หมายถึง สิ่งห่อหุ้ม หรือภาชนะที่ใช้ในการช่วยบรรจุผลิตรมณ์ไม่ให้เกิด ความเสียหายแก่ผลิตรมณ์ พร้อมส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม”

1.6.15 **ความสวยงาม** หมายถึง ผลิตรมณ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นมีคุณค่าทางสุนทรียะ มี ลักษณะที่เห็นแล้วชวนชื่นชมยินดี และก่อให้เกิดความพึงพอใจ

1.6.16 **วัสดุและเทคนิคการผลิต** หมายถึง สิ่งที่นำมาใช้เพื่อผลิตเป็นผลิตรมณ์ของที่ระลึก ตลอดจนวิธีการผลิต ซึ่งแบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. วัสดุ หมายถึง สิ่งที่นำมาใช้ผลิตเป็นผลิตรมณ์ของที่ระลึก มีความสอดคล้องกับ หน้าที่ และชนิดของผลิตรมณ์ อีกทั้งมีขนาดและน้ำหนักที่พอดี ถนัดมือ และดูแลรักษาง่าย จึงทำให้ ผลิตรมณ์ไม่เสียหายได้ง่าย ๆ

2. เทคนิคการผลิต หมายถึง วิธีการผลิตผลิตรมณ์ของที่ระลึก ที่มีการเลือกใช้วัตถุดิบ ได้อย่างสอดคล้องกับวิธีการผลิต โดยมีขั้นตอนในการผลิตที่ชัดเจน เป็นขั้นเป็นตอน ทำให้ใช้เวลาใน การผลิตน้อย

1.6.17 **สุวรรณภูมิ** หมายถึง ช่วงเวลาที่เริ่มตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์จนถึงสมัยสุโขทัย

1.6.18 **สยามประเทศ** หมายถึง สมัยอยุธยา

1.6.19 **ประเทศไทย** หมายถึง ช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนสยามเป็นประเทศที่มีความสมัยใหม่ มากขึ้น หรือเริ่มตั้งแต่สมัยกรุงรัตนโกสินทร์

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม” นั้น ผู้วิจัยได้ ทำการศึกษา ค้นคว้า เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา และออกแบบครั้งนี้ เพื่อเป็น แนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้มีความเป็นไทย สวยงาม มีประโยชน์ใช้สอย และ สร้างความจดจำต่อมิวเซียมสยามได้ โดยมีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ดังนี้

2.1 การศึกษาทางด้านประวัติศาสตร์และความเป็นมา

2.1.1 ศึกษาประวัติ วิถีชีวิต การเมือง วัฒนธรรมของแต่ละช่วงเวลา จากสุวรรณภูมิ สู่อีสยามประเทศ ถึงประเทศไทย

2.1.2 ศึกษาเกี่ยวกับมิวเซียมสยาม

2.1.3 ศึกษาข้อมูลสถิติการเข้าชมมิวเซียมสยามของนักท่องเที่ยว

2.2 การศึกษาทางด้านกรออกแบบกราฟิก

2.2.1 จิตวิทยากับการออกแบบกราฟิก

2.2.2 ความสำคัญของการออกแบบกราฟิก

2.2.3 หลักการออกแบบกราฟิก

2.2.4 องค์ประกอบในงานออกแบบกราฟิก

2.3 การศึกษาทางด้านกรออกแบบผลิตภัณฑ์

2.3.1 ความหมายของที่ระลึก

2.3.2 ประเภทของสินค้าที่ระลึก

2.3.3 แนวทางการออกแบบของที่ระลึก

2.3.4 ลักษณะสำคัญสินค้าของที่ระลึก

2.3.5 ปัจจัยสำคัญเกี่ยวกับการออกแบบของที่ระลึก

2.3.6 ศึกษาด้านความเป็นไทยของผลิตภัณฑ์

2.4 กระบวนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.5 การบรรจุภัณฑ์

2.5.1 นิยาม บทบาทหน้าที่ และประเภทของบรรจุภัณฑ์

2.5.2 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

2.5.3 การออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์

2.5.4 การมองกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2.5.5 เทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.5.6 ระบบการพิมพ์

2.6 การศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีอยู่ในท้องตลาด

2.7 การศึกษาเกี่ยวกับของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์

2.7.1 ความรู้เกี่ยวกับแฟลชไดร์

2.7.2 วัสดุที่ใช้ในการผลิตของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 การศึกษาทางด้านประวัติศาสตร์ และความเป็นมา

2.1.1 ศึกษาประวัติ วิถีชีวิต การเมือง วัฒนธรรมของแต่ละช่วงเวลา จากสุวรรณภูมิ สู่สยามประเทศ ถึงประเทศไทย

2.1.1.1 ถิ่นกำเนิดชนชาติไทย

ถิ่นกำเนิดของชนชาติไทย ยังเป็นที่ถกเถียงกันอยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากยังหาหลักฐานมายืนยันอย่างชัดเจนไม่ได้ว่าชนชาติไทยมีถิ่นกำเนิดที่แท้จริงอยู่ที่บริเวณใด คงมีเพียงข้ออ้างอิง ทฤษฎี และข้อสันนิษฐานว่ามีถิ่นกำเนิดในที่ต่าง ๆ กันไปตามแต่ใครจะหาหลักฐานอ้างอิง หรือมีเหตุผลประกอบการนำเสนอพร้อมหลักฐานอ้างอิงได้ ซึ่งมีนักประวัติศาสตร์หลายท่านได้ศึกษาค้นคว้าหาหลักฐานทางประวัติศาสตร์มายืนยัน ซึ่งแต่ละท่านก็ได้แสดงความคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอพยานหลักฐานยืนยันแนวความคิดของตนเอง โดยได้เสนอไว้เป็นแนวทางในการศึกษาถึงถิ่นกำเนิดของชนชาติไทยไว้ดังนี้

1. บริเวณตอนเหนือของประเทศจีน

วิลเลียม กลิปตัน ดอตต์ มิชชันนารีชาวอเมริกัน เคยเดินทางไปมณฑลยูนนานในประเทศจีน ระหว่าง พ.ศ. 2450 – 2461 และได้เขียนหนังสือเกี่ยวกับชนชาติไทยชื่อ ชาติไทย : พี่อ้ายของคนจีน ซึ่งหลวงแพทยนิติสุวรรณค์ (ฮวดหลี หุตะโกวิท) ได้แปลเป็นภาษาไทยว่า “ชนชาติไทย” ดอตต์อธิบายว่า กลุ่มคนไทยมีเชื้อชาติสายมองโกล พูดภาษาไทย อาศัยอยู่ทางตอนเหนือของจีน เรียกตนเองว่า “อ้ายลาว” (จีนเรียก ต้ามุง) ชนชาตินี้เคยครอบครองดินแดนประเทศจีนปัจจุบัน แต่ถูกจีนรุกรานจึงถอยร่นมาตั้งถิ่นฐานในมณฑลยูนนาน ไกวเจา กวางตุ้ง และกวางสี โดยอยู่ภายใต้การปกครองของจีน แต่มีคนไทยบางส่วนได้อพยพลงมาทางใต้ เข้าสู่คาบสมุทรอินโดจีน และได้ร่วมกันก่อตั้งอาณาจักรน่านเจ้าในเวลาต่อมา

ขุนวิจิตรมาตรา (รองอำมาตย์โทสง่า กาญจนาคพันธ์) ได้แสดงความคิดเห็นไว้ในหนังสือ “หลักไทย” ว่าถิ่นเดิมของชนชาติไทยอยู่ที่บริเวณเทือกเขาอัลไต ทางตอนเหนือของจีน (ติดกับมองโกเลีย) ต่อมาจึงได้อพยพลงไปทางใต้เพื่อหาที่อยู่ใหม่ที่อุดมสมบูรณ์กว่า และได้ก่อตั้ง “นครลุง” ขึ้น หลังจากนั้นอพยพมาทางบริเวณตะวันตกเฉียงใต้ของมณฑลเสฉวน แล้วสร้างเมืองใหม่ คือ “นครปา” หรือ “อ้ายลาว” ซึ่งต่อมาถูกจีนครอบครอง จึงอพยพลงมาทางใต้เข้าสู่คาบสมุทรอินโดจีน และดินแดนประเทศไทยปัจจุบันตามลำดับ

2. บริเวณตอนกลางของประเทศจีน

เทเรียน เดอ ลา คูเปอรี เป็นชาวอังกฤษและเป็นผู้เชี่ยวชาญทางภาษาศาสตร์ของอินโดจีน ได้ศึกษาจากเอกสารจีน กล่าวว่า อาณาจักรต้ามุง ซึ่งเป็นกลุ่มชนชาติไทยในมณฑลเสฉวนของจีน ระยะเวลาแรกชนชาติจีนได้ยกย่องชนชาติไทยว่าเป็นชนชาติที่น่ายกย่อง เพราะต้ามุง หมายถึงเมืองใหญ่ และมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน แต่ต่อมาจีนเริ่มรุกรานเข้ามาในอาณาจักรต้ามุง คนไทยจึงได้อพยพลงมาทางใต้บริเวณมณฑลเสฉวน และเข้าสู่ตอนเหนือของคาบสมุทรอินโดจีนในระยะต่อมา

หลวงวิจิตรวาทการ และ พระยาอนุমানราชธน ได้วิเคราะห์เรื่องถิ่นกำเนิดของไทยไว้ในหนังสือเรื่อง “งานค้นคว้าเรื่องเชื้อชาติไทย” ว่า ถิ่นกำเนิดของชนชาติไทยอยู่ในดินแดนที่เป็นมณฑลเสฉวน ฮูเป่ อันฮุย และเกียงสี บริเวณตอนกลางของจีน ต่อจากนั้นจึงอพยพลงมาทางตอนใต้ที่เป็นมณฑลยูนนาน และแหลมอินโดจีน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. บริเวณตอนใต้ของจีน

สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาดำรงราชานุภาพ (บิดาแห่งวิชาประวัติศาสตร์ไทย) ได้แสดงพระราชดำริไว้ในนิพนธ์เรื่อง “แสดงบรรยายพงศาวดารสยาม และลักษณะการปกครองประเทศสยามแต่โบราณ” ว่า แต่เดิมชนชาติไทยมีภูมิลำเนาอยู่ทางตอนใต้ของจีน แถบมณฑลกวางตุ้ง และยูนนาน ต่อมาถูกจีนรุกรานจึงอพยพเพื่อแสวงหาดินแดนใหม่ โดยแยกออกเป็น 2 สาย ดังนี้

- สายที่ 1 อพยพไปทางทิศตะวันตกแถบลุ่มน้ำสาละวินในพม่า และบริเวณรัฐอัสสัมของอินเดียปัจจุบัน เรียกว่า “ไทยใหญ่”
- สายที่ 2 อพยพลงมาทางใต้แถบบริเวณแคว้นตัวเกี้ยว สิบสองจุไท สิบสองปันนา ลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน เรียกว่า “ไทยน้อย” ซึ่งถือเป็นบรรพบุรุษของคนไทยปัจจุบัน

4. บริเวณดินแดนประเทศไทยปัจจุบัน

อารยธรรมก่อนประวัติศาสตร์ในบริเวณที่เป็นประเทศไทยในปัจจุบันนี้ ได้มีนักโบราณคดี นักมนุษยวิทยา และนักชาติพันธุ์วิทยา ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องราวของมนุษย์ในยุคที่ยังไม่มีตัวอักษรสำหรับใช้บันทึกเรื่องราวของตนเป็นหลักฐาน และความรู้ทางเทคโนโลยีก็อยู่ในระดับต่ำซึ่งเรียกว่า “ยุคหิน” และ “ยุคโลหะ” อันเป็นสมัยก่อนประวัติศาสตร์ ปรากฏว่าได้ค้นพบโครงกระดูกเครื่องมือเครื่องใช้ของมนุษย์ในสมัยดังกล่าวเป็นจำนวนมาก สันนิษฐานว่า ในดินแดนอันเป็นที่ตั้งของประเทศไทยปัจจุบันนี้เคยเป็นแหล่งอารยธรรมเก่าแก่ของโลกแห่งหนึ่ง ก่อนจะถึงยุคที่มีตัวอักษรบันทึกเรื่องราว แหล่งที่ค้นพบอารยธรรมก่อนประวัติศาสตร์ในประเทศไทยที่สำคัญ คือ

- ถ้าฝึ อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีการขุดพบโครงกระดูกมนุษย์ เครื่องมือที่ทำด้วยหิน มีอายุรุ่นเดียวกับโครงกระดูกมนุษย์ที่ค้นพบที่กรุงปักกิ่งของจีน
- ถ้าพระ อยู่ในเขตอำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี ได้ขุดพบโครงกระดูกมนุษย์ เครื่องมือที่ทำด้วยหิน แสดงถึงพิธีกรรมในการฝังศพ และมีความเชื่อถือในเรื่องที่จะกลับมาฟื้นคืนชีพได้อีก
- บ้านเชียง เป็นตำบลหนึ่งในเขตอำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี มีการขุดพบโครงกระดูกมนุษย์ เครื่องปั้นดินเผาที่มีการเขียนลวดลายด้วยสีสันทาสวยงาม นอกจากนี้ยังพบปลายหอกทำด้วยสำริด กำไลแขนสำริด ลูกปัดแก้ว ซึ่งมีอายุมากกว่า 5,000-7,000 ปีมาแล้ว หรือราว 1,800 ปีก่อนพุทธกาล ถือเป็นแหล่งกำเนิดอารยธรรมอันเก่าแก่ที่สุดของโลกแห่งหนึ่ง

เชสเตอร์ กอร์แมน และอาจารย์พิสิฐ เจริญวงศ์ นักโบราณคดีได้ตั้งทฤษฎีเกี่ยวกับสำริดที่บ้านเชียงว่า การขุดพบสำริดในดินแดนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเอเชียไมเนอร์ ทะเลเมดิเตอร์เรเนียน ลุ่มแม่น้ำสินธุ ซึ่งดินแดนเหล่านี้มีแร่ทองแดงเป็นจำนวนมากแต่ไม่พบดีบุกเลย จึงเป็นไปได้ว่าดินแดนเหล่านั้นนำเอาดีบุกจากแหล่งอื่นมาใช้ ซึ่งพวกเหล่านั้นล้วนรู้วิธีการหล่อสำริดมาก่อน ซึ่งบริเวณบ้านเชียงเองก็อยู่ในลักษณะดังกล่าวด้วย พอสันนิษฐานได้ว่าสำริดที่บ้านเชียงน่าจะมีอายุเก่ากว่าสำริดที่พบในดินแดนอื่นๆ ของโลกทั้งหมด

ศาสตราจารย์ นายแพทย์สุด แสงวิเชียร ได้ศึกษาโครงกระดูกมนุษย์ยุคหินที่ค้นพบบริเวณบ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี เปรียบเทียบกับโครงกระดูกของประเทศไทยในปัจจุบันพบว่ามีความคล้ายคลึงกันเกือบทุกประการ มีเครื่องปั้นดินเผาคล้ายกัน จึงมีความเห็นว่าดินแดนภาคกลางของประเทศไทยปัจจุบันนี้ น่าจะเป็นที่อยู่อาศัยของกลุ่มชนที่เป็นบรรพบุรุษของชนชาติไทยปัจจุบัน (ถิ่นกำเนิดชาติไทย. 2552. [Online]. Available : http://www.royjaitai.com/thai_history.php)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1.2 อาณาจักรโยนกเชียงแสน

อาณาจักรโยนกเชียงแสน (พุทธศตวรรษที่ 12 – 16) เป็นอาณาจักรเก่าแก่ของชนชาติไทย มาตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 13 ตั้งอยู่บริเวณภาคเหนือของประเทศไทยปัจจุบันคือ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เป็นสถานที่ตั้งถิ่นฐานครั้งแรกหลังจากที่ชนชาติไทยได้อพยพหนีการรุกรานของจีนลงมา โดยพระเจ้าสิงหนวัติ โอรสของพระเจ้าฟ้างุ้ม ได้เป็นผู้ก่อตั้งอาณาจักรโยนกเชียงแสน หรือโยนกนาคนครขึ้น นับเป็นอาณาจักรที่มีความยิ่งใหญ่ และสง่างาม จนถึงสมัยของพระเจ้าฟ้างุ้ม จึงตกอยู่ภายใต้อารยธรรม และการปกครองของพวกเขา “ลอม” หรือ “ขอมดำ” ซึ่งเป็นชนชาติที่อาศัยอยู่ในบริเวณนี้ก่อนที่จะมีการก่อตั้งอาณาจักรโยนกเชียงแสน (อาณาจักรโยนกเชียงแสน. 2553. [Online]. Available : <http://www.wattano.ac.th/TCH/suriyan/Part%20YO.htm>)

2.1.1.3 อาณาจักรทวารวดี

อาณาจักรทวารวดี (พุทธศตวรรษที่ 11 – 16) เป็นชื่อที่ใช้เรียกอาณาจักรทางแถบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่าง เป็นอาณาจักรที่ได้รับอิทธิพลวัฒนธรรมจากศาสนาพราหมณ์จากอินเดีย เป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่มีเมืองนครปฐมเป็นศูนย์กลาง หลวงจันฉิมหรือพระภิกษุฉิม และหลวงจันเฮียนจัน (ยวนฉ่าง) พ.ศ. 1150 ได้กล่าวไว้ในจดหมายเหตุของท่านว่า มีอาณาจักรอันใหญ่โตอาณาจักรหนึ่ง อยู่ในระหว่างเมืองศรีเกษตร (พม่า) และอีสานปุระ (เขมร) ชื่อโคโลปอดดี (ทวารวดี) และอาณาจักรนี้เป็นอาณาจักรที่นักโบราณคดีได้สำรวจพบโบราณสถาน และพระพุทธรูปที่สร้างตามแบบฝีมือช่างในสมัยราชวงศ์คุปตะของอินเดีย (พ.ศ. 860 – 1150) เป็นจำนวนมากที่นครปฐม และแถบเมืองที่ตั้งอยู่ในลุ่มน้ำเจ้าพระยาเรื่อยไปทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จนถึงเมืองนครราชสีมา และเมืองบุรีรัมย์

ทวารวดีได้รับอิทธิพลจากอินเดียหลายอย่าง เช่น ด้านการปกครอง ได้รับความเชื่อเรื่องการปกครองโดยกษัตริย์ สันนิษฐานว่าการปกครองสมัยทวารวดีแบ่งออกเป็นแคว้น มีเจ้านายปกครองตนเอง แต่มีความสัมพันธ์ในลักษณะเครือญาติ แบ่งชนชั้นในสังคมออกเป็นชนชั้นปกครองกับชนชั้นที่ถูกปกครอง หลักฐานทางโบราณคดีที่พบในสมัยพุทธศตวรรษที่ 11 – 13 คือเหรียญเงินเส้นผ่าศูนย์กลาง 19 มม. พบที่นครปฐม และอุททอง โดยมีอักษรจารึกไว้ว่า “ศรีทวารวดีศวร” และมีรูปหม้อน้ำกลศอยู่อีกด้านหนึ่ง ทำให้เชื่อได้ว่าชนชาติมอญโบราณได้ตั้งอาณาจักรทวารวดี (บางแห่งเรียกทวารวดี) ขึ้นในภาคกลางของดินแดนสุวรรณภูมิ และมีชุมชนเมืองสมัยทวารวดีสำคัญหลายแห่ง ได้แก่ เมืองนครชัยศรี (นครปฐมโบราณ น่าจะเป็นศูนย์กลางของอาณาจักรในลุ่มแม่น้ำท่าจีน) เมืองอุททอง (จังหวัดสุพรรณบุรีในลุ่มแม่น้ำท่าจีน) เมืองพงตึก (จังหวัดกาญจนบุรี ในลุ่มแม่น้ำแม่กลอง) เมืองละโว้ (จังหวัดลพบุรี ในลุ่มแม่น้ำลพบุรี) เมืองคูบัว (จังหวัดราชบุรี) ในลุ่มแม่น้ำเมืองอุตะเกา (บ้านอุตะเกา อ.มโนรมย์ จังหวัดชัยนาท ในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา) เมืองบ้านด้าย (ต.หนองเต่า อ.เมือง จ.อุทัยธานี) เมืองชัยจำปา (บ้านชัยจำปา จังหวัดชัยนาทในลุ่มแม่น้ำป่าสัก) เมืองขีดขิน (อยู่ในจังหวัดสระบุรี) และบ้านคูเมือง (ที่อำเภออินทร์บุรี) นอกจากนี้ยังพบเมืองโบราณสมัยทวารวดีอีกหลายแห่ง เช่น ที่บ้านหนองปรัง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี รวมทั้งหมู่บ้านในเขตอำเภอบ้านหมี่ และโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี เป็นต้น

อาณาจักรทวารวดีมีความเจริญรุ่งเรืองอยู่ประมาณ 200 ปี จึงค่อยๆ เสื่อมลง พวกขอมขณะนั้นกำลังรุ่งเรืองก็ถือโอกาสตีเมืองทวารวดีที่ละเมือง สองเมือง จนถึง พ.ศ.1500 อาณาจักรทวารวดีก็เสื่อมลงและตกอยู่ในอำนาจของพวกขอม พวกขอมได้กวาดต้อนผู้คนไปเป็นเชลย นำไปใช้เป็นทาสทำงานต่างๆ จนถึง พ.ศ. 1800 คนไทยในหัวเมืองต่างๆ ในแคว้นสุวรรณภูมิ เช่น ลพบุรี อยู่นอกสารนี้ เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้หาไปใช้ประโยชน์ การค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทอง กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี ได้ร่วมกันยึดอำนาจการปกครองจากขอมได้สำเร็จ แต่เมืองนครปฐมได้กลายเป็นเมืองร้างไปเสียแล้ว เนื่องจากแม่น้ำท่าจีน และแม่น้ำแม่กลองที่ไหลผ่านเมืองทวารวดีได้เปลี่ยนทิศทางใหม่ ไหลผ่านจากตัวเมืองไปมาก จนทำให้นครปฐม (ทวารวดี) เป็นที่ดอนขึ้น ไม่เหมาะที่จะทำอะไรทำนา ผู้คนจึงอพยพย้ายถิ่นไปอยู่ในเมืองอื่น (อาณาจักรทวารวดี. 2553. [Online]. Available : <http://www.wattano.ac.th/TCH/suriyan/Part%20TA.htm>)

2.1.1.4 อาณาจักรศรีวิชัย

อาณาจักรศรีวิชัย ก่อตั้งขึ้นเมื่อพุทธศตวรรษที่ 11 หรือ 12 สิ้นสุดลงประมาณพุทธศตวรรษที่ 18 - 19 เป็นรัฐชายฝั่งทะเลที่มีอิทธิพลการค้าทางทะเลระหว่างอินเดียกับเมืองจีน รวมทั้งการค้าระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะในหมู่เกาะอินโดนีเซีย จุดเริ่มต้นของอาณาจักรศรีวิชัยมาจากการอ่านศิลาจารึกหลักที่ 23 ซึ่งมีศักราชกำกับว่าเป็นพุทธศักราช 1318 ที่พบทางภาคใต้ของประเทศไทยในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช หรือสุราษฎร์ธานี จารึกมีข้อความที่กล่าวถึง “พระเจ้ากรุงศรีวิชัย” และเมื่อนำไปประกอบกับบันทึกของภิกษุอี้จิง (I-Ching) ซึ่งได้เดินทางโดยทางเรือจากเมืองกวางตุ้งมาศึกษาพระธรรมวินัยในปี พ.ศ. 1214 ได้กล่าวว่า เมื่อเดินทางเรือมาได้ 20 วัน ได้แวะอาณาจักรโพชิ (Fo-Shih) ท่านได้แวะศึกษาไวยากรณ์ภาษาสันสกฤตอยู่ 6 เดือนก่อนที่จะเดินทางไปอินเดีย หลังจากศึกษาที่อินเดียอยู่ 10 ปี ได้กลับมาที่โพชิอีกครั้ง ซึ่งขณะนั้นได้กลายเป็นอาณาจักรชิลิโพชิ (Shih-li-Fo-Shih) ไปแล้ว ศาสตราจารย์ยอร์จ เซเดย์ สรุปว่าอาณาจักรชิลิโพชิ ก็คือ อาณาจักรศรีวิชัย อันเป็นอาณาจักรหนึ่งที่มีอำนาจทางการเมืองมั่นคง มีอาณาเขตกว้างขวางครอบคลุมหมู่เกาะต่างๆ บริเวณตอนใต้ของคาบสมุทรมลายู ตลอดขึ้นมาถึงดินแดนบางส่วนของคาบสมุทรมลายู โดยมีศูนย์กลางการปกครองอยู่ที่เมืองปาเล็มบัง เกาะสุมาตรา ในประเทศอินโดนีเซีย

ลักษณะศิลปะแบบศรีวิชัยส่วนมากเป็นศิลปะที่เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา ลัทธิมหายาน จึงมักพบรูปพระโพธิสัตว์ เช่น พระโพธิสัตว์อวโลกิเตศวร พระศรีอาริยมตไตรยโพธิสัตว์ พระโพธิสัตว์ไวโรจนะ และศิลปวัตถุที่เกี่ยวข้องกับศาสนาพราหมณ์ในลัทธิไวษณพนิกาย นอกจากนั้นยังพบร่องรอยของสถาปัตยกรรมตลอดจนโบราณสถานทั้งในปาเล็มบัง เกาะสุมาตรา และคาบสมุทรมลายูทางภาคใต้ของประเทศไทย

ความสำคัญของศรีวิชัยที่ปรากฏจากจดหมายเหตุของจีนสมัยราชวงศ์ถังคือ เป็นศูนย์กลางการค้าขายสินค้าข้ามสมุทรทางฝั่งทะเลตะวันตก และตะวันออก ผ่านช่องแคบมะละกา ดังนั้นจึงได้พบลูกปัดจากดินแดนทางตะวันตก และเครื่องถ้วยจีนสมัยราชวงศ์ถัง ซึ่งพบเรื่อยลงมาทั้งที่เกาะสุมาตรา และทางภาคใต้ของประเทศไทย แต่ในที่สุดความรุ่งเรืองทางการค้าของศรีวิชัยก็ลดลง เมื่อจีนได้พัฒนาเรือที่ค้าขาย และทำการค้าขายโดยตรงกับบ้านเมืองที่อยู่ชายฝั่งทะเล ตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 16 และการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ได้ทำให้เมืองทางแถบคาบสมุทรมลายูทางภาคใต้ของประเทศไทยรุ่งเรืองขึ้นอีกครั้งหนึ่ง

ทางด้านประติมากรรมมีพระพุทธรูปที่มีชื่อเสียงคือ พระโพธิสัตว์อวโลกิเตศวร พบที่วัดมหาธาตุ อำเภอลำปาง มีพระพิมพ์ดินดิบปางต่างๆ พระพิมพ์ติดแผ่นเงินแผ่นทอง ทางด้านศาสนาพราหมณ์ได้แก่ เทวรูปพระมาลาแขก เทวรูปพระนารายณ์ทรงครุฑ เป็นต้น

เครื่องมือเครื่องใช้มีเครื่องปั้นดินเผาทำเป็นภาชนะหม้อ ไห ใช้สีเขียวลวดลาย และทำเป็นแบบลูกจันทน์รูขึ้นมาประดับลวดลายอื่นๆ มีลูกปัดทำเป็นเครื่องประดับ มีเงินกลมใช้เรียกว่า นะโม และเงินเหรียญชนิดหนาใช้แลกเปลี่ยนด้วย มีตราดอกจันทน์อยู่ด้านหนึ่งอีกด้านหนึ่งมีตัวอักษรสันสกฤตเขียนไว้ว่า “วร” ประดับอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประมาณพุทธศตวรรษที่ 18 - 19 ศรีวิชัยเสื่อมอำนาจลงมาก-เพราะเกิดจลาจลในคาบสมุทรมลายู และมีแคว้นคู่แข่งเกิดขึ้นอีกหลายแห่ง คือ ในชวาตะวันออกมีแคว้น เคตตีรี ส่วนทางเหนือมีอาณาจักรสุโขทัย ซึ่งราชวงศ์มองโกล (พ.ศ. 1803 - 1911) ของจีนให้การสนับสนุนเคตตีรีเข้ายึดครอง บางส่วนของศรีวิชัย ซึ่งคือดินแดนบางส่วนของอินโดนีเซียปัจจุบันไว้ ต่อมาได้สูญเสียคาบสมุทรมลายู ให้กับอาณาจักรสุโขทัยที่ยึดนครศรีธรรมราชได้ แล้วสุโขทัยได้แผ่ขยายอำนาจลงมาเรื่อยๆ ศรีวิชัยจึงสลายลง โดยปรากฏจากหลักฐานของมาร์โคโปลโล นักสำรวจชาวเวนิส ใน พ.ศ. 1835 ที่แวะเยือนสุมาตราระหว่างเดินทางกลับจากจีน หลังจากที่อยู่ที่จีนได้ 17 ปี มาร์โคโปลโลไม่ได้บันทึกเรื่องราวของศรีวิชัยเลย กล่าวแต่ว่ามีแคว้นเล็ก 8 แห่ง จึงตีความได้ว่าศรีวิชัยอาจแตกเป็นแคว้นต่างๆ หรือเมืองต่างๆ 8 แห่ง โดยแต่ละเมืองมีกษัตริย์ปกครอง

พบหลักฐานทางโบราณคดีที่เป็นบ้านเมือง และแคว้นหรือรัฐร่วมสมัยอาณาจักรศรีวิชัย (สุจิตต์ วงษ์เทศ และคณะ, 2531 : 58-70) คือ แคว้นไชยา มีขอบเขตตั้งแต่อำเภอท่าชนะ อำเภอไชยา อำเภอเมือง และอำเภออื่นๆ ในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีไชยาเป็นศูนย์กลาง พบศาสนสถาน และศิลปกรรมหลายแห่ง เช่น ที่วัดแก้วไชยา พระพุทธรูปและพระพิมพ์ต่างๆ แคว้นนครศรีธรรมราช มีขอบเขตในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ชื่อที่ปรากฏตามหลักฐาน และเอกสารต่างๆ คือ “ตามพริลิ่งค์” แคว้นสทิงพระ มีขอบเขตจากบริเวณรอบทะเลสาบสงขลาถึงจังหวัดพัทลุง พบร่องรอยโบราณศิลปวัตถุที่นับถือศาสนาพราหมณ์ และพุทธศาสนา แคว้นปัตตานีมีขอบเขตครอบคลุมพื้นที่จังหวัดปัตตานี และจังหวัดยะลา พบร่องรอยเมืองท่าที่สำคัญ คือ ตรัง และเมืองตะกั่วป่า (อาณาจักรศรีวิชัย. 2553. [Online]. Available : <http://www.wattano.ac.th/TCH/suriyan/Part%20SI.htm>)

2.1.1.5 อาณาจักรล้านนา

อาณาจักรล้านนา เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อพญามังรายทรงสร้างเมืองเชียงใหม่ใน พ.ศ. 1839 เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการปกครองของเมืองที่อยู่ภายใต้พระราชอำนาจของพระองค์ และได้ดำรงอยู่ต่อมา 600 ปีเศษ จนถึง พ.ศ. 2442 เมื่อพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงประกาศยกเลิกหัวเมืองประเทศราชให้อาณาจักรล้านนาซึ่งอยู่ในฐานะเมืองประเทศราชเปลี่ยนฐานะเป็นมณฑลพายัพ

ผู้ก่อตั้งอาณาจักรล้านนาได้แก่ พญามังราย (พ.ศ. 1782 - 1854) ซึ่งตามตำนานพื้นเมืองเชียงใหม่กล่าวว่า เป็นโอรสของลาวเมง กษัตริย์องค์ที่ 24 แห่งแคว้นหริภุญคร หรือเงินยางเชียงแสน พระมารดาคือนางอวมิ่งจามเมือง หรือนางเทพคำชาย ซึ่งเป็นธิดาของท้าวรุ่งแก่นชาย กษัตริย์ไทลื้อแห่งเมืองเชียงรุ่งเขตสิบสองปันนา พญามังรายประสูติเมื่อ พ.ศ. 1782 ต่อมาเมื่อพระบิดาสวรรคตก็ได้เสวยราชย์แทนใน พ.ศ. 1804 เป็นกษัตริย์ราชวงศ์ลาวจิงกราชองค์ที่ 25 ซึ่งเป็นองค์สุดท้าย

หลังจากขึ้นครองราชย์แล้ว พญามังรายมีประสงค์จะสร้างอาณาจักรให้ยิ่งใหญ่จึงทรงรวบรวมเมืองต่างๆ เข้าไว้ในอำนาจ และทรงสร้างเมืองใหม่ และย้ายราชธานีมายังเมืองที่สร้างใหม่ตามลำดับ ดังนี้ พ.ศ. 1805 สร้างเมืองเชียงราย พ.ศ. 1816 สร้างเมืองฝาง (อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจุบัน) พ.ศ. 1829 สร้างเวียงกุมกาม (อยู่ในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่)

เมื่อรวบรวมเมืองทางตอนบนในลุ่มแม่น้ำกกได้เรียบร้อยแล้ว พญามังรายก็ขยายอำนาจลงมาทางใต้ลงสู่ลุ่มแม่น้ำปิงตอนบน ทรงใช้อุบายส่งคนไปเป็นไส้ศึกในแคว้นหริภุญชัยนานถึง 7 ปี คนของพระยามังรายยุยงชาวหริภุญชัยให้กระด้างกระเดื่องต่อพญาญีบา กษัตริย์แห่งหริภุญชัยได้สำเร็จ พญามังรายจึงยึดเมืองหริภุญชัยได้โดยง่ายเมื่อ พ.ศ. 1835

ต่อมาพญามังรายทรงเห็นว่า พื้นที่ระหว่างที่ราบลุ่มแม่น้ำปิง และดอยสุเทพมีชัยภูมิเหมาะสม จึงสร้างราชธานีใหม่ขึ้น ขนานนามว่า “นพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่” ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างอาณาจักรล้านนา และพญามังรายทรงเป็นกษัตริย์ของราชวงศ์มังรายแห่งล้านนา

พญามังรายแห่งล้านนา พญาเจ้าเมืองแห่งพะเยา และพ่อขุนรามคำแหงแห่งสุโขทัย เป็นศิษย์ร่วมสำนักนักเรียนเดียวกันที่เมืองละโว้ และเป็นสหายร่วมสาบานกัน เมื่อจะสร้างเมืองเชียงใหม่ พญามังรายได้เชิญสหายทั้งสองพระองค์มาปรึกษาหารือด้วย การที่กษัตริย์ชาวไทย 3 พระองค์มีความสัมพันธ์อันดีต่อกันเช่นนี้ ทำให้รัฐของคนไทยมีความมั่นคง และสามารถขยายอาณาเขตออกไปได้ เพราะไม่ต้องห่วงหน้าพะวงหลัง และเพื่อป้องกันการรุกรานของชาวจีนสมัยราชวงศ์มองโกล (เจ็งกิสข่าน) ที่ขยายอำนาจลงมาในภูมิภาคนี้

พญามังรายทรงควบคุมเมืองต่างๆ ให้อยู่ในอำนาจได้อย่างสมบูรณ์ อาณาเขตล้านนาในสมัยพญามังราย ทิศเหนือคือเชียงรุ่ง เชียงตุง ทิศตะวันออกจรดแม่น้ำโขง ทิศใต้ถึงลำปาง ทิศตะวันตกถึงแม่น้ำสาละวิน

ทางด้านการก่อสร้างเพื่อสาธารณประโยชน์ พญามังรายทรงสร้างตลาด และสะพานข้ามแม่น้ำปิงที่เวียงกุมกาม สร้างเหมืองฝายหลายแห่งเพื่อทดน้ำไปใช้ในการเกษตร สร้างทำนบกั้นน้ำขนาดใหญ่ยาวถึง 30 กิโลเมตร เพื่อป้องกันน้ำท่วมเวียงกุมกาม ซึ่งถือเป็นการทำ “ชลประทาน” ครั้งแรกของชนชาติไทย

ทางด้านการปกครอง เชียงใหม่มีฐานเป็นศูนย์กลางของอาณาจักร พญามังรายทรงบริหารราชการบ้านเมืองที่เชียงใหม่ตลอดพระชนม์ชีพ ส่วนเมืองลำพูนทรงแต่งตั้งอำมาตย์ปกครอง โดยอยู่ในฐานะเป็นเมืองบริวารของเชียงใหม่ ซึ่งเชียงใหม่ปกครองอย่างใกล้ชิดเสมือนเมืองแฝด รัชนีลำพูนเป็นศูนย์กลางทางศาสนา ขณะที่เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการเมืองการปกครอง ส่วนเมืองเชียงรายมีความสำคัญอันดับรองจากเชียงใหม่ พญามังรายจึงส่งขุนคราม โอรสไปปกครอง สมัยพญามังรายพบว่าดินแดนล้านนา แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ล้านนาตอนบน (แคว้นโยนก) มีเชียงรายเป็นศูนย์กลาง ส่วนล้านนาตอนล่าง มีเชียงใหม่เป็นศูนย์กลาง ลักษณะเช่นนี้สืบมาอีกหลายสมัย นอกจากนั้นเมืองอื่นๆ จะส่งโอรสหรือญาติตลอดจนขุนนางที่ไว้วางใจไปปกครองตามลำดับความสำคัญของเมือง

พญามังรายได้ตรากฎหมายขึ้นเพื่อใช้เป็นหลักในการปกครองครองเรียกว่า “กฎหมายมังรายศาสตร์” นับเป็นกฎหมายที่เป็นลายลักษณ์อักษรฉบับแรกของไทย และยังได้ประดิษฐ์ตัวอักษรขึ้นใช้เองคือ “อักษรไทยยวน” หรือ “ไทยโยนก” นับว่าการเริ่มต้นของตัวอักษรของชนชาติไทยเป็น ครั้งแรก ปัจจุบันตัวอักษรไทยยวนได้กลายสภาพเป็น “อักษรคำเมือง” ของชาวพื้นบ้านในภาคเหนือของประเทศไทย และยังได้มีการนำเอาพุทธศาสนาเข้ามาเผยแพร่อย่างกว้างขวางในอาณาจักรล้านนา นับเป็นการเริ่มต้นของพุทธศาสนาของชนชาติไทย

พญามังรายได้รับอิทธิพลพระพุทธศาสนาจากทริภุญไชย พระองค์ได้โปรดให้สร้างเจดีย์กู่คำเลียนแบบเจดีย์กู่กุด (อยู่ที่ลำพูน) สร้างวัดกานโถม (วัดช้างค้ำ) พร้อมกับสร้างเจดีย์ และสร้างพระพุทธรูป

พญามังรายมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อพ่อขุนรามคำแหง และพญาเจ้าเมือง (เจ้าเมืองพะเยา) กษัตริย์ทั้งสามพระองค์อยู่ในฐานะพระสหายร่วมน้ำสาบาน การเป็นไมตรีที่ดีต่อกันนั้น ก็เพื่อร่วมมือกันต่อต้านภัยจากมองโกล ซึ่งกำลังขยายอำนาจในเวลานั้น กล่าวคือ กองทัพมองโกลตีได้นานเจ้า พ.ศ. 1796 ได้ฮานอย(เวียดนาม) พ.ศ. 1800 และได้พุกาม (พม่า) พ.ศ. 1830 ซึ่งในปีที่พุกามแตก กษัตริย์ทั้งสามพระองค์ได้ทำสัญญาเป็นไมตรีกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการป้องกันภัยจากมองโกล นอกจากพญามังรายจะใช้นโยบายเป็นไมตรีกับสุโขทัยและพะเยาแล้ว ยังใช้การทำสงครามอีกด้วย การทำสงครามกับมองโกลมีข้อสังเกตว่าจะเกิดขึ้นหลังก่อตั้งอาณาจักรล้านนา เข้าใจว่าเป็นช่วงอิทธิพลของมองโกลลดลงอย่างมาก หลังจากสิ้นพระชนม์ของกุบไลخان ในปี พ.ศ. 1837

ภายหลังสิ้นสมัยของพญาแก้ว (พ.ศ. 2038 – 2068) อาณาจักรล้านนาเริ่มแตกแยก เกิดการแย่งชิงสมบัติกันบ่อยครั้ง อำนาจการปกครองได้ตกไปอยู่กับบรรดาขุนนาง เสนา อำมาตย์ ซึ่งสามารถที่จะแต่งตั้งหรือถอดถอนกษัตริย์ได้ ความขัดแย้งแตกแยกนี้ทำให้พม่าโดยพระเจ้าบุเรงนองได้ยกทัพมาล้อมเมืองเชียงใหม่ ใช้เวลาเพียง 3 วันก็สามารถยึดเมืองเชียงใหม่ได้อย่างง่ายดาย และได้ใช้เชียงใหม่เป็นฐานทัพในการเข้าโจมตีกรุงศรีอยุธยาต่อไป จนสามารถยึดกรุงศรีอยุธยาได้ในสมัยของสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ เมื่อปี พ.ศ. 2112

เมื่อถึงสมัยธนบุรี ผู้นำล้านนา ได้แก่พระเจ้ากาวิละ และพญาจ่าบ้าน (บุญมา) ต้องการเป็นอิสระจากการยึดครองพม่า ซึ่งได้ยึดครองสมัยพม่ายกทัพเข้าตีกรุงศรีอยุธยา จึงได้สวามิภักดิ์ต่อสมเด็จพระเจ้าตากสินฯ โดยขอกำลังสนับสนุนไปตีเชียงใหม่ และสามารถยึดเมืองเชียงใหม่กลับคืนมาได้ เมื่อพ.ศ. 2317 สมเด็จพระเจ้าตากสินฯ จึงโปรดเกล้าให้เจ้ากาวิละเป็นเจ้าเมืองลำปาง พญาจ่าบ้าน เป็นเจ้าเมืองเชียงใหม่

ตอนปลายสมัยธนบุรี เมืองเชียงใหม่ถูกทิ้งร้างจนถึงสมัยรัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ได้โปรดเกล้าฯ ให้พระเจ้ากาวิละไปเป็นเจ้าเมืองเชียงใหม่แทนพญาจ่าบ้านที่เสียชีวิตลง จนถึง พ.ศ. 2347 กองทัพล้านนาได้ร่วมกับกองทัพจากกรุงเทพฯ (รัตนโกสินทร์) ช่วยกันขับไล่พม่าออกจากเมืองเชียงแสนได้สำเร็จ ทำให้ล้านนาหลุดพ้นจากการยึดครองของพม่าได้สำเร็จ

ล้านนาเป็นประเทศราชของไทย (กรุงรัตนโกสินทร์ฯ) เรื่อยมา จนกระทั่งถึงสมัยรัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ได้ประกาศรวมอาณาจักรล้านนาเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกรุงรัตนโกสินทร์ โดยสถาปนาเป็น “มณฑลพายัพ” ของกรุงรัตนโกสินทร์ เมื่อ พ.ศ. 2442 (อาณาจักรล้านนา. 2553. [Online]. Available : <http://www.wattano.ac.th/TCH/suriyan/Part%20LA.htm>)

2.1.1.6 อาณาจักรสุโขทัย

อาณาจักรสุโขทัย กลางพุทธศตวรรษที่ 16 ถึงกลางพุทธศตวรรษที่ 18 อาณาจักรเขมรเป็นศูนย์กลางอำนาจของภูมิภาคที่เป็นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในปัจจุบัน อาณาจักรเขมรตั้งอยู่ในบริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำโขงตอนล่างมีเมืองพระนคร (ปัจจุบันเรียกว่าเสียมราฐ) เป็นเมืองหลวง ได้ขยายอำนาจเข้ามาทั้งทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออก และที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาในภาคกลางของดินแดนที่เป็นประเทศไทยในปัจจุบัน เขมรได้เมืองละโว้ (ลพบุรี) ไว้เป็นเมืองหน้าด่านด้านตะวันตกของเขมร แต่เมื่อสิ้นรัชสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 (ครองราชย์ พ.ศ. 1725 – 1761) อาณาจักรเขมรก็เสื่อมอำนาจลง คนไทยกลุ่มต่างๆ รวมทั้งคนไทยที่สุโขทัยจึงพากันตั้งตนเป็นอิสระ

อาณาจักรสุโขทัยเป็นราชธานีอิสระ ได้มีการชิงเอาอำนาจจากผู้ครองเดิมคือ ขอม เมื่อปี พ.ศ. 1781 โดยพ่อขุนบางกลางหาว (เดิมคือ ขุนบางกลางท่าว นัยว่ามีชื่อว่า “ร่วง”) กับขุนผาเมือง เจ้าเมืองตราด เชื้อสายคนไทยที่แต่งงานกับพระนางสีหรมหาเทวี พระธิดาของกษัตริย์ขอม ครั้นนั้นพระยาขอมได้พระราชทานพระขรรค์ชัยศรี และพระราชทานนาม “ศรีอินทราทิตย์” ให้ขุนผาเมือง ราชบุตรเขยเพื่อที่จะแต่งตั้งให้อำนาจในอาณาจักรขอมของชาวสยาม แต่พ่อขุนบางกลางหาว กับพ่อขุนผาเมืองได้ร่วมกันชิงอำนาจจากขอม ซึ่งขณะนั้นมีโกลนอุปราชปกครองเมืองสุโขทัยอยู่ เมื่อทำการยึดอำนาจขอมได้สำเร็จขุนผาเมืองหรือหมรแดงอัญญาเมืองจึงตั้งพ่อขุนบางกลางหาวขึ้นเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับญาติหากไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กษัตริย์ โดยให้ใช้นาม “ศรีอินทราทิตย์” (ศรีอินทราทิตย์) แทนเพื่อรักษาไมตรีและทำให้พระยาขอมเข้าใจว่าราชบุตรเขยได้ครองเมืองของชาวสยามแล้ว

อาณาจักรสุโขทัยมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจอยู่ที่การเกษตรเป็นหลัก โดยมีการค้าและการทำเครื่องสังคโลกเป็นส่วนประกอบสำคัญ จากหลักฐานต่างๆ เท่าที่ได้ค้นพบและศึกษาค้นคว้ากันมา เศรษฐกิจของอาณาจักรสุโขทัยน่าจะมีเพียงแค่พอกินพอใช้ในอาณาจักรเท่านั้น มิได้มีความมั่งคั่งอุดมสมบูรณ์มากเท่ากับอาณาจักรอยุธยา ทั้งนี้เพราะสภาพภูมิศาสตร์และทำเลที่ตั้งของอาณาจักรสุโขทัยไม่เอื้อต่อการเพาะปลูกและเป็นศูนย์กลางการค้ามากเท่ากับอาณาจักรอยุธยา ซึ่งมีอาณาบริเวณอยู่ในเขตที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่าง สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่อุดมสมบูรณ์มากนี้เป็นสาเหตุประการหนึ่งที่ทำให้อาณาจักรสุโขทัยไม่สามารถมีอำนาจทางการเมืองอยู่ได้ยืนนาน

ลักษณะสังคมการเกษตรของอาณาจักรสุโขทัย มีสภาพพื้นที่ราบที่ใช้ในการเพาะปลูกแบ่งอย่างกว้างๆ ได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ที่ราบลุ่มแม่น้ำ และที่ราบเชิงเขา บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำที่สำคัญคือแม่น้ำยม และแม่น้ำน่าน พื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำนี้มีพื้นที่ตั้งแต่อุดรดิตถ์ ศรีสะเกษ สุโขทัย เรื่อยลงมาจนถึงนครสวรรค์ พื้นที่แถบนี้มีลักษณะเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำกว้างใหญ่ และเนื่องจากลำน้ำยมและลำน้ำน่านมีปริมาณน้ำจำนวนมากไหลบ่ามาจากภูเขาทางภาคเหนือ ทำให้การระบายน้ำลงสู่แม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างไม่ทัน ยังผลให้มิน้ำท่วมที่ราบลุ่มแม่น้ำยมและแม่น้ำน่านนี้ ซึ่งบริเวณนี้ควรจะทำให้การเพาะปลูกได้ดีกลับได้ผลไม่ดีเท่าที่ควร และทิศตะวันตกของเมืองสุโขทัยเรื่อยมาจนถึงเมืองกำแพงเพชรเป็นพื้นที่ดอน ดินไม่ใคร่อุดมสมบูรณ์จึงทำให้การเพาะปลูกไม่ได้ผลดีนัก จากสภาพภูมิศาสตร์ดังกล่าวข้างต้น ทำให้การเกษตรในอาณาจักรสุโขทัยต้องใช้ระบบชลประทานเข้ามาช่วยด้วย จึงมีการสร้างเขื่อนศรีดงกค์ หรือทำนบพระร่วง ซึ่งเป็นเขื่อนดินขนาดใหญ่ สร้างอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของตัวเมืองสุโขทัย นอกจากทำนบกั้นกักน้ำแล้วยังมีการสร้างเหมืองฝาย และขุดคูคลองส่งน้ำเป็นแนวยาวตั้งแต่ศรีสะเกษ ผ่านสุโขทัยออกไปถึงกำแพงเพชรด้วย

มีการค้นพบเตาทุเรียงเป็นจำนวนมาก ตั้งเรียงรายอยู่เป็นกลุ่มกำแพงเมืองเก่าถึง 3 กลุ่ม รวม 49 เตา คือ ทางด้านทิศเหนือนอกตัวเมือง ข้างกำแพงเมืองด้านทิศใต้ และทางทิศตะวันออก จนอาจเรียกได้ว่าเป็นนิคมอุตสาหกรรม แสดงว่าสุโขทัยยุคพ่อขุนรามคำแหง เป็นศูนย์กลางการค้าและการผลิตที่ใหญ่ ในการผลิต ถ้วยชามสังคโลก ซึ่งได้รับความนิยมแพร่หลาย มีชื่อเสียงมาก มีการส่งสินค้าออกไปขายยังต่างประเทศ เช่น หมู่เกาะบอร์เนียว ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย (ชวา) แม้ประเทศญี่ปุ่นก็มีเครื่องปั้นดินเผาสังคโลกตกทอดเป็นมรดกจนถึงปัจจุบัน (อาณาจักรสุโขทัย, 2553. [Online]. Available : <http://www.wattano.ac.th/TCH/suriyan/Part%20SU.htm>)

2.1.1.7 กรุงศรีอยุธยา

กรุงศรีอยุธยา เมื่อ พ.ศ. 1893 สมเด็จพระเจ้าอู่ทองเป็นผู้สถาปนากษัตริย์อยุธยาขึ้น เสด็จขึ้นครองราชย์ปกครองกรุงศรีอยุธยาทรงพระนามว่า สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 โดยรวบรวมเอากลุ่มเมืองที่มีความสัมพันธ์ทางด้านเครือญาติเข้าด้วยกัน เมืองเหล่านี้ อาทิเช่น เมืองลพบุรี เมืองสวรรคบุรี เป็นต้น กรุงศรีอยุธยาก็ได้พัฒนาเจริญรุ่งเรืองขึ้นเป็นราชธานีที่มีความเจริญ มั่นคง และมั่งคั่ง เนื่องจากมีปัจจัยในการเกื้อหนุนทั้งด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่งมีแม่น้ำ 3 สาย ล้อมรอบ ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำลพบุรี และแม่น้ำป่าสัก มีสภาพภูมิประเทศอุดมสมบูรณ์มีทรัพยากรหลากหลาย อยุธยาจึงเป็นอาณาจักรที่ยิ่งใหญ่ยาวนานถึง 417 ปี มีพระมหากษัตริย์ปกครองติดต่อกันถึง 33 พระองค์

ศูนย์กลางของเมืองอยุธยา คือ ส่วนที่เป็นเกาะมีแม่น้ำล้อมรอบ 3 สาย และตัวเกาะมีกำแพงเมืองล้อมรอบอีกชั้นหนึ่ง เมื่อพระเจ้าอู่ทองแรกสร้างเมืองนั้น กำแพงเมืองทำด้วยหินมาเปลี่ยนเป็นอิฐ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในสมัยสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ กำแพงเมืองทั้งหมดมีความยาวประมาณ 12.5 กิโลเมตร หนา 5 เมตร สูง 6 เมตร มีป้อมปืนประจำอยู่โดยรอบจำนวน 16 ป้อม มีประตูเมือง 18 ประตู ประตูช่องกุด (ประตูเล็ก) 61 ประตู ประตูน้ำ 21 ประตู รวมทั้งสิ้น 99 ประตู กรุงศรีอยุธยาได้ถูกออกแบบให้เป็นเมืองน้ำ ผังเมืองที่สมบูรณ์สวยงามเกิดจากความรู้ และประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้จากธรรมชาติอย่างลึกซึ้ง เพราะแม่น้ำหลัก 3 สาย นำความอุดมสมบูรณ์มาสู่กรุงศรีอยุธยาก็จริง แต่ในฤดูฝนปริมาณน้ำจะมีมากและไหลหลากลงมามากเกินความจำเป็น ดังนั้นการสร้างเมืองของชาวอยุธยาจึงได้รักษาแม่น้ำลำคลองของเดิมเอาไว้และขุดคูคลองเพิ่มเติม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแนวเหนือ-ใต้ให้เป็นแนวตรง เชื่อมต่อกับแม่น้ำลำคลองของเดิมทำให้กระแสน้ำไม่ไหลเข้าปะทะทำลายเมืองโดยตรง แต่กลับระบายออกไปจากตัวเมืองได้โดยเร็ว จึงพบว่าเมืองอยุธยามีแม่น้ำลำคลองมากมายเป็นเครือข่ายโยงใยกันทั้งนอกเมืองและในเมือง ในเมืองนั้นคูคลองสายหลักมากกว่า 10 สาย ถูกขุดขึ้นใหม่ทั้งในแนวเหนือ-ใต้ และตะวันออก-ตะวันตกแบ่งพื้นที่ออกเป็นแปลงสี่เหลี่ยมขนาดเล็กจำนวนมาก แต่แปลงใช้เป็นเขตวัด เขตวัง และที่อยู่อาศัยอย่างเป็นระเบียบ ขนานไปกับแนวคูคลองก็คือ ถนน สร้างเป็นถนนดินและถนนอิฐ โดยมีสะพานจำนวนมากสร้างข้ามคูคลองเหล่านี้ มีทั้งสะพานไม้ สะพานก่ออิฐ สะพานก่อด้วยศิลาแลง และสะพานโซ่ซึ่งเป็นสะพานยกได้อีกแบบหนึ่ง รวมทั้งสิ้นกว่า 30 สะพาน นอกตัวเมืองเป็นที่ต่ำกว่า ใช้เป็นพื้นที่สำหรับเกษตรกรรมมีแม่น้ำลำคลองนำน้ำเข้าไปหล่อเลี้ยงอย่างทั่วถึงสองฝั่งน้ำเหล่านี้เป็นที่อยู่อาศัยของชาวอยุธยา ซึ่งจะปลูกสร้างบ้านเรือนอยู่เป็นกลุ่มๆ สลับไปกับวัดวาอารามเบื้องหลังของหมู่บ้าน คือ ทุ่งกว้างสำหรับเกษตรกรรม

การปกครองในสมัยกรุงศรีอยุธยา ปกครองด้วยระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ พระมหากษัตริย์ทรงเป็นพระประมุขที่มีอำนาจสูงสุดในการปกครองแผ่นดิน ทรงปกครองแผ่นดินด้วยทศพิธราชธรรม พระองค์ทรงมอบหมายให้พระบรมวงศานุวงศ์และขุนนางปกครองดูแลเมืองลูกหลวง หลานหลวง ต่างพระเนตรพระกรรณ ส่วนเมืองประเทศราชก็ให้เจ้านายในราชวงศ์เก่าปกครองขึ้นตรงต่อกรุงศรีอยุธยา

กรุงศรีอยุธยาเกิดสงครามกับพม่า สงครามครั้งสำคัญ คือ สงครามช้างเผือก ซึ่งมีผลให้ไทยต้องเสียช้างเผือก ต้องส่งตัวพระราชโอรสของสมเด็จพระมหาจักรพรรดิไปเป็นตัวประกันที่หงสาวดี ต้องส่งส่วยประจำปีให้แก่พม่า และยังคงยอมให้พม่าส่งขุนนางกำกับดูแลทั้งที่กรุงศรีอยุธยาและที่พิษณุโลก เท่ากับกรุงศรีอยุธยาตกเป็นเมืองขึ้นของพม่าโดยปริยาย และนับเป็นการเสียกรุงครั้งแรก

กรุงศรีอยุธยาเสียแก่พม่าครั้งที่สอง เมื่อปี พ.ศ. 2310 เป็นการสูญเสียกรุงอย่างย่อยยับที่สุดในประวัติศาสตร์ไทย เพราะพม่าได้เผาผลาญทำลายทุกสิ่งทุกอย่างโดยสิ้นเชิง บ้านเมือง วัดวาอาราม ปราสาทราชวัง ถูกทำลายลงสิ้น ผู้คนที่อพยพหนีพม่าเข้ามาอยู่ในเมืองประมาณหนึ่งแสนคนเศษ ถูกพม่าฆ่าตายมากกว่าครึ่ง ที่เหลือก็ถูกกวาดต้อนนำไปเมืองพม่าอย่างทารุณได้รับความยากแค้นแสนสาหัส ทรัพย์สินของมีค่าต่างๆ ถูกนำกลับไปพม่านั้นประมาณมิได้ (อาณาจักรกรุงศรีอยุธยา. 2553. [Online]. Available : <http://www.wattano.ac.th/TCH/suriyan/Part%20AU.htm>)

2.1.1.8 กรุงธนบุรี

- สมเด็จพระเจ้าตากสิน ทรงมีพระราชสมภพเมื่อ พ.ศ. 2277 ชาตีกำเนิดเป็นคนสามัญ บิดาชื่อนายไชยง เป็นนายอากรบ่อนเบี้ย มีบรรดาศักดิ์เป็นขุนพัฒน์ มารดาชื่อนางนกเอี้ยง สมเด็จพระเจ้าตากสินมีพระนามเดิมว่าอย่างไรไม่มีหลักฐานปรากฏ ทราบแต่ว่าพระนามสินนั้นเป็นที่รู้จักภายหลัง เมื่อทรงเป็นบุตรบุญธรรมของพระยาจักรี อัครมหาเสนาบดีฝ่ายพลเรือน ได้ตั้งชื่อว่า สิน

เด็กชายสินได้รับการศึกษาเล่าเรียนระยะแรกกับพระอาจารย์ทองดี วัดโกษาवास (บางท่านว่าเป็นวัดคลัง) จนกระทั่งอายุได้ 13 ปี ท่านอัครมหาเสนาบดีจึงพาเข้าไปถวายตัวเป็นมหาดเล็กในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ จนได้รับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็นหลวงยกกระบัตร (สิน) ครั้นเมื่อเจ้าเมืองตากถึงแก่กรรม หลวงยกกระบัตร (สิน) จึงได้รับแต่งตั้งให้เป็นเจ้าเมืองตาก เป็นเหตุให้คนทั่วไปเรียกว่า พระยาตากสิน

ในปี พ.ศ. 2308 พระยาตากสิน ได้รับแต่งตั้งให้เป็นพระยาวชิรปราการ ตำแหน่งเจ้าเมืองกำแพงเพชร แต่ยังไม่ทันได้รับตำแหน่งใหม่ ทางเมืองหลวงได้เรียกตัวเข้าช่วยป้องกันพระนครในการทำสงครามกับพม่า ขณะที่ปฏิบัติกรรบอยู่นั้น ได้เกิดความท้อใจในความอ่อนแอของพระเจ้าเอกทัศ และเห็นว่ากรุงศรีอยุธยาจะต้องเสียแก่พม่าอย่างแน่นอน จึงได้นำกำลังทหารประมาณ 500 คน ตีฝ่าวงล้อมพม่าออกมา เมื่อเดือนยี่ พ.ศ. 2309 มุ่งไปทางทะเลด้านตะวันออกเพื่อหาที่มั่นรวบรวมผู้คนย้อนกลับมาสู้รบพม่าอีกครั้ง

พระยาตากสินพิจารณาเห็นว่าเมืองจันทบุรีเป็นหัวเมืองใหญ่กว่าบรรดาหัวเมืองชายทะเลตะวันออกด้วยกัน มีภูมิประเทศเหมาะสมในการติดต่อซื้อหาเสบียงอาหาร อาวุธ จากต่างประเทศ มีความอุดมสมบูรณ์ดี สมควรที่จะเกลี้ยกล่อมไว้เป็นกำลังในการต่อสู้กับพม่า พระยาตากสินจึงได้ดำเนิการเกลี้ยกล่อมเจ้าเมืองจันทบุรีให้เข้าเป็นพรรคพวก ซึ่งในระยะแรกพระยาจันทบุรีก็ให้ความร่วมมือด้วยดี แต่ต่อมาพระยาจันทบุรีกลับไปร่วมมือกับขุนรามหมื่นชอง กรมการท่าเมืองระยองที่เคยคบคิดจะกำจัดพระยาตากสิน โดยลวงให้กองทัพพระยาตากสินเข้าไปอยู่ในดินแดนข้าศึกที่มีกำลังเหนือกว่า แต่พระยาตากสินก็สามารถตีฝ่าออกมาได้ พระยาตากสินจึงตกลงที่จะยึดเมืองจันทบุรีให้ได้ และเพื่อเป็นการปลุกขวัญและกำลังใจของบรรดาทหารทั้งปวง พระยาตากสินจึงได้สั่งให้ทหารทั้งหมดเทอาหารมือเย็นที่เหลือจากการรับประทานทิ้ง และให้ทุบหม้อข้าวหม้อแกงทิ้งเสียสิ้น ทั้งนี้เพราะต้องการให้ทหารในกองทัพมีความมุมานะพยายามที่จะยึดเมืองจันทบุรีให้ได้ในวันรุ่งขึ้น และก็สามารถนำทหารยึดเมืองจันทบุรีได้สำเร็จ ทำให้บรรดาหัวเมืองชายทะเลด้านตะวันออกทั้งหมดยอมสวามิภักดิ์กับพระยาตากสิน

เมื่อพม่ายกกองทัพส่วนใหญ่กลับพม่า ภายหลังจากการทำลายกรุงศรีอยุธยาอย่างราบคาบแล้ว ได้ทิ้งให้นายสุกี้ ตำแหน่งเป็นนายกองคุมกองกำลังดูแลกรุงศรีอยุธยาอยู่พร้อมกองทหารเพียงเล็กน้อย โดยได้ตั้งค่ายพักอยู่ที่ค่ายโพธิ์สามต้น พระยาตากสินจึงถือโอกาสยกกองทัพเข้าตีค่ายโพธิ์สามต้น เมื่อเดินทางมาถึงต้องรบกับนายทองอิน ซึ่งเป็นคนไทยแต่ไปเข้ากับฝ่ายพม่า และตั้งด่านรักษาเมืองอยู่ที่ปากแม่น้ำเจ้าพระยา พระยาตากสินรบชนะนายทองอิน และจับตัวไปประหารชีวิตเสีย จากนั้นก็โจมตีค่ายโพธิ์สามต้น สามารถรบชนะนายสุกีนายกอง เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ. 2310

เมื่อพระยาตากสินยึดกรุงศรีอยุธยาคืนจากพม่าได้แล้ว ก็ได้ตรวจดูสภาพกรุงศรีอยุธยาในขณะนั้นเห็นว่า ไม่เหมาะสมที่จะปฏิสังขรณ์ให้กลับคืนสู่สภาพดั้งเดิม เพื่อเป็นเมืองหลวงอีกต่อไป เพราะมีปัญหาทั้งทางด้านการเมือง ยุทธศาสตร์ การทหาร และเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก จึงตัดสินใจสถาปนาศูนย์กลางของราชอาณาจักรไทยขึ้นใหม่ที่ กรุงธนบุรี โดยได้ย้ายมาสร้างเมืองขึ้นอีกฟากหนึ่งของแม่น้ำเจ้าพระยา เนื่องจากกรุงธนบุรีมีขนาดพอเหมาะกับกำลังกองทัพของพระองค์ในขณะนั้นที่จะดูแลรักษาได้อย่างทั่วถึง จากนั้นจึงได้สถาปนาตนเองขึ้นเป็นพระมหากษัตริย์ เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2311 ทรงพระนามว่า สมเด็จพระบรมราชาที่ 4 หรือ สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี คนทั่วไปส่วนใหญ่ชอบเรียกว่า สมเด็จพระเจ้าตากสิน

การตั้งราชธานี

สาเหตุที่พระยาตากสินทรงเลือกเอากรุงธนบุรีเป็นราชธานีนั้น นักประวัติศาสตร์ให้เหตุผลไว้หลายประการ ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. กรุงศรีอยุธยาชำรุดทรุดโทรมมากเกินไปจนจะบูรณะใหม่ได้ และมีบริเวณกว้างเกินไปที่กำลังพลของพระเจ้าตากสินจะสามารถดูแลรักษาและปกป้องให้ปลอดภัยได้ สำหรับกรุงธนบุรีนั้นมีขนาดเล็กเหมาะสมกับกองกำลังที่มีอยู่ มีป้อมปราการมั่นคง

2. ข้าศึกรู้ทิศทางที่จะเข้ากรุงศรีอยุธยาได้ทุกทาง กรุงศรีอยุธยาจึงไม่เหมาะกับการใช้เป็นศูนย์ยุทธศาสตร์สำหรับตั้งรับพม่าอีก สำหรับกรุงธนบุรีนั้น ข้าศึกยังไม่รู้ทิศทางที่จะเข้าโจมตีได้สะดวก ถ้าหากใช้กรุงธนบุรีเป็นศูนย์ยุทธศาสตร์ในการตั้งรับแล้ว หากสู้ไม่ได้ก็สามารถหนีไปตั้งรับที่มันอื่นๆ ได้สะดวก

3. มีแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นด่านป้องกันข้าศึก กรุงธนบุรีมีแม่น้ำเจ้าพระยาขวางกั้น หากพม่าจะเดินทัพเข้าโจมตีก็กระทำไม่ได้ไม่สะดวกนัก เพราะต้องข้ามลำน้ำเจ้าพระยาก่อนเข้าถึงตัวเมือง

4. ธนบุรีอยู่ใกล้ปากอ่าว สะดวกในการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศ และสะดวกในการส่งกำลังอาวุธเมื่อเกิดศึกสงคราม

การปราบชุมนุม

เมื่อพระยาดากสินได้สถาปนาขึ้นครองราชย์สมบัติปกครองกรุงธนบุรีแล้ว ปรากฏว่ามีคนไทยบางกลุ่มบางพวกไม่ยอมรับ พยายามตั้งตนเป็นผู้นำหลายก๊กหลายเหล่า โดยเฉพาะกลุ่มของผู้ที่มีอำนาจและกองกำลังที่เข้มแข็ง เช่น

1. ชุมนุมเจ้าเมืองพิษณุโลก มีพระยาพิษณุโลก (เรือง) เป็นหัวหน้า และมีพระอินทร์อากรน้องชายเป็นรองหัวหน้า มีเขตอิทธิพลตั้งแต่เมืองพิชัย (อุตรดิตถ์) ลงมาถึงเมืองนครสวรรค์ คือ มีอิทธิพลเหนือเมืองพิษณุโลก สุโขทัย บางส่วนของเมืองตาก กำแพงเพชร พิจิตร เพชรบูรณ์ และบางส่วนของนครสวรรค์

2. ชุมนุมเจ้าเมืองพิมาย มีกรมหมื่นเทพพิพิ เชื้อพระวงศ์ของกรุงศรีอยุธยาเป็นหัวหน้า ครองเมืองพิมาย และหัวเมืองในเขตอิทธิพลของนครราชสีมาเดิมทั้งหมด ตั้งแต่สระบุรีไปจนจรดดินแดนเขมรป่าดง (บุรีรัมย์ สุรินทร์ ชุรินทร์ และศรีสะเกษ)

3. ชุมนุมเจ้าเมืองนครศรีธรรมราช มีพระปลัด (หนู) เป็นหัวหน้า มีอิทธิพลตั้งแต่เขตชุมพร ไซยา จนจรดเขตเมืองปัตตานี

4. ชุมนุมเจ้าพระฝาง มีเจ้าอาวาสวัดพระฝาง เมืองสว่างคบุรี (อุตรดิตถ์) มีชื่อเดิมว่า เรือน เป็นหัวหน้า มีพระสงฆ์รูปอื่นๆ เป็นแม่ทัพนายกอง นุ่งห่มสีแดง เช่น พระครูศิริมานนท์ พระครูเพชรรัตน์ พระอาจารย์จันทร์ และพระอาจารย์เกิด เป็นต้น มีอิทธิพลเหนือเมืองอุตรดิตถ์ขึ้นไป

สมเด็จพระเจ้าตากสินทรงใช้เวลาในการปราบปรามชุมนุมต่างๆ เหล่านี้อยู่ 3 ปี จึงปราบปรามได้สำเร็จทุกชุมนุม เมื่อปี พ.ศ. 2311

การเมืองการปกครอง

โครงสร้างทางการเมืองการปกครองในสมัยกรุงธนบุรี มีลักษณะคล้ายกับการปกครองในสมัยอยุธยาตอนปลาย คือ มีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขในระบบการปกครองแบบทวารวดีราชาธิปไตย เวลาที่ราชการต่างๆ จะมีเสนาบดีเข้าเฝ้าถวายความคิดเห็น โดยวางโครงสร้างทางการเมืองการปกครองกว้างๆ ดังนี้

1. การปกครองส่วนกลาง

พระมหากษัตริย์ทรงเป็นองค์พระประมุขของราชอาณาจักร มีพระราชอำนาจสูงสุดในการบริหารราชการแผ่นดินทั้งปวง ตำแหน่งสำคัญอีกตำแหน่งหนึ่งในการปกครองส่วนกลางรองลงมาจากตำแหน่งพระมหากษัตริย์คือ ตำแหน่งพระมหาอุปราช ซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาแล้ว สำหรับในสมัยกรุงธนบุรี สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้ากรมขุนอินทรพิทักษ์ทรงเป็นผู้ดำรงตำแหน่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนทางฝ่ายขุนนางที่มีหน้าที่ในการบริหารราชการแผ่นดิน ต่างพระเนตรพระกรรณของพระมหากษัตริย์ ประกอบด้วยอัครมหาเสนาบดี 2 ตำแหน่ง คือ

(1) สมุหนายก มีหน้าที่ดูแลว่าราชการทั้งทางฝ่ายทหารและฝ่ายพลเรือนในหัวเมืองฝ่ายเหนือ โดยมียศและราชทินนามเป็นเจ้าพระยาจักรี ในสมัยธนบุรีมีอัครมหาเสนาบดีในตำแหน่งนี้ที่สำคัญ 2 ท่านคือ พระยาจักรี (หมุด หรือ แยก) ท่านผู้นี้ย่อย่อยในราชการสงครามหลายครั้งจึงถูกตำหนิ และเจ้าพระยาจักรี (ทองด้วง) ได้ขึ้นมาว่าราชการในตำแหน่งสมุหนายกแทน หลังจากที่ท่านได้ทำการปราบชุมนุมเจ้าพระฝางได้สำเร็จ

(2) สมุหกลาโหม มีหน้าที่เป็นที่ปรึกษาราชการแผ่นดินเท่านั้น มิได้มีหน้าที่ดูแลหัวเมืองดังเช่นสมุหนายก สมุหกลาโหมได้แบ่งหน้าที่การบริหารออกเป็น 4 ฝ่าย เรียกว่า จตุสดมภ์ ซึ่งเป็นรูปแบบการปกครองตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา มีความสำคัญรองจากตำแหน่งอัครมหาเสนาบดี และขึ้นตรงต่อฝ่ายสมุหนายก ประกอบด้วย

- เวียง / นครบาล มีพระยานครบาลเป็นเสนาบดี มีหน้าที่ปกครองท้องที่ ปราบปรามโจรผู้ร้าย และลงโทษผู้กระทำผิด

- วัง / ธรรมาธิการ มีพระยาธรรมาเป็นเสนาบดี มีหน้าที่จัดระเบียบ ดูแลราชการในราชสำนัก และพิพากษาอรรถคดี

- คลัง / โกษาธิบดี มีพระยาพระคลัง หรือพระยาโกษาธิบดี เป็นเสนาบดี มีหน้าที่หารายได้ และรักษาผลประโยชน์ทางด้านภาษีอากรของแผ่นดิน นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ควบคุมกรมท่า และดูแลหัวเมืองชายทะเลตะวันออกและหัวเมืองฝ่ายใต้ ทั้งทางด้านทหารและพลเรือนอีกด้วย

- นา / เกษตราธิการ มีพระยาพลเทพเป็นเสนาบดี มีหน้าที่ดูแลการทำนา ทำไร่ ทำสวนของราษฎร รวมทั้งการออกสิทธิที่ดินนา และเก็บค่าธรรมเนียมในการทำนาเป็นข้าวเปลือก สำหรับไว้ใช้เป็นเสบียงอาหารในยามศึกสงคราม

2. การปกครองส่วนภูมิภาค

การปกครองส่วนภูมิภาคแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

(1) หัวเมืองชั้นใน ได้แก่ เมืองชั้นจัตวาที่อยู่รอบๆ พระนคร เช่น เมืองพระประแดง เมืองสามโคก (ปทุมธานี) และเมืองนนทบุรี เป็นต้น เมืองเหล่านี้จตุสดมภ์จากเมืองหลวง จะเข้าควบคุมใกล้ชิด มีหัวหน้าปกครองเรียกว่า ผู้รั้ง (ซึ่งก็คือ ตำแหน่งเจ้าเมือง แต่เพราะไม่มีอำนาจเด็ดขาดอย่างเจ้าเมืองจึงเรียกเช่นนี้) มีจำเมืองทำหน้าที่ในทางการศาล และมีจำเมืองศุภมาตรา ทำหน้าที่ในการจัดการเกี่ยวกับภาษี ประกอบเป็นคณะกรรมการเมือง

(2) หัวเมืองชั้นนอก จะแบ่งตามขนาดและความสำคัญของแต่ละเมือง เป็นเมืองชั้นเอก โท ตริ และจัตวา เช่น

- | | |
|---------------------|---------------------------------|
| - หัวเมืองชั้นเอก | มีเมือง พิษณุโลก จันทบูรณ |
| - หัวเมืองชั้นโท | มีเมือง สวรรคโลก ระยอง เพชรบูรณ |
| - หัวเมืองชั้นตรี | มีเมือง พิจิตร นครสวรรค์ |
| - หัวเมืองชั้นจัตวา | มีเมือง ไชยบาดาล ชลบุรี |

เมืองเหล่านี้พระมหากษัตริย์ทรงแต่งตั้งพระยามหานครเป็นผู้ปกครอง มีอำนาจบังคับบัญชาแทนพระองค์ทุกอย่าง และมีอำนาจปกครองหัวเมืองเล็กๆ ตามที่เมืองหลวงมอบหมาย มีคณะกรรมการเมืองที่ส่งมาจากเมืองหลวง เช่น คณะแพ่ง ศุภมาตรา จตุสดมภ์ เจ้าเมืองเหล่านี้ไม่ต้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถวายดอกไม้เงินดอกไม้ทองแก่เมืองหลวง แต่ต้องถือน้ำพระพิพัฒน์สัตยาเหมือนกับขุนนางและข้าราชการที่มีศักดินาตั้งแต่ 400 ไร่ขึ้นไป

3. เมืองประเทศราช

เมืองประเทศราชในสมัยธนบุรีมีเมืองเชียงใหม่ (ล้านนา) ล้านช้าง (เวียงจันทน์ หลวงพระบาง และจำปาศักดิ์) เขมร และเมืองนครศรีธรรมราช (อาณาจักรศรีวิชัย) เมืองประเทศราชต่างๆ ดังกล่าวนี้อาจปกครองตนเองได้ตามจารีตประเพณีของตนเองอย่างเด็ดขาด ไม่ต้องถือน้ำพระพิพัฒน์สัตยาเหมือนกับเมืองพระยามหานคร แต่ต้องส่งบรรณาการเป็นดอกไม้เงินดอกไม้ทองมาถวายพระมหากษัตริย์ยังเมืองหลวง ทุกๆ 3 ปี ในยามศึกสงครามจะต้องให้ความช่วยเหลือตามที่เมืองหลวงขอไป และเมื่อทางเมืองหลวงมีพระราชพิธีสำคัญ เจ้าเมืองประเทศราชจะต้องเข้ามาเฝ้าเมืองหลวงเพื่อเข้าร่วมพิธีด้วย หากไม่สามารถมาได้ด้วยตนเองก็ต้องส่งรัชทายาทหรือราชทูตมาแทน

เหตุการณ์สำคัญด้านการปกครองในสมัยธนบุรีที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือการออก “กฎหมายลักเลขสังกัดมูลนาย” เพื่อเป็นการรวบรวมไพร่ที่กระจัดกระจายหนีภัยสงครามสมัยเสียกรุงศรีอยุธยาให้พำนักอยู่ในที่ต่างๆ ให้กลับเข้ามาช่วยกันพัฒนาบ้านเมือง พระเจ้าตากสินจึงได้ออกกฎหมายฉบับนี้เพื่อให้ไพร่ทุกคนที่เป็นชายต้องไปไ้เจ้าเมืองสังกัดหมายเลขไว้ เพื่อจะได้รู้จำนวนที่แท้จริงของไพร่ที่มีอยู่ในความดูแลของตน การลักเลขสังกัดมูลนายของพระเจ้าตากสิน นับว่าเป็นการทำ สำมะโนประชากร ครั้งแรกของประเทศไทย

สภาพทางเศรษฐกิจ

ในขณะที่สมเด็จพระเจ้าตากสินขึ้นครองราชย์สมบัตินั้นบ้านเมืองกำลังประสบความตกต่ำทางเศรษฐกิจอย่างที่สุด ขาดแคลนข้าวปลาอาหาร เกิดความอดอยากยากแค้น จึงมีการปล้นสะดมแย่งชิงอาหารกันทั่วไป การทำไร่ทำนาต้องหยุดชะงักโดยสิ้นเชิง ในช่วง พ.ศ. 2311 – 2319 ข้าวปลาอาหารฝืดเคืองมาก มีหน้าข้าวยังเกิดภัยธรรมชาติซ้ำเติม ทำให้เกิดภาวะเศรษฐกิจที่เลวร้ายอยู่แล้วกลับทรุดหนักลงไปอีก กล่าวคือ เกิดหุนระบาดออกมากินข้าวในยุงฉาง ความขาดแคลนในระยะนั้นได้ทวีความรุนแรงถึงกับมีผู้คนล้มตายเป็นจำนวนมาก

เศรษฐกิจในสมัยธนบุรี เป็นเศรษฐกิจแบบยังชีพเช่นเดียวกับกรุงศรีอยุธยา การทำนาเป็นอาชีพหลัก นอกจากนั้นก็มีการปลูกฝ้าย ยาสูบ อ้อย ฝัก และผลไม้กันทั่วไป นอกจากนี้ยังมีการส่งเรือสำเภาไปค้าขายยังประเทศจีน อินเดีย และประเทศใกล้เคียง สำหรับสิ่งของที่บรรทุกเรือสำเภาหลวงไปค้าขายต่างประเทศ เช่น ดีบุก พริกไทย ครั่ง ชีผึ้ง ไม้หอม ฯลฯ นำรายได้มาสู่แผ่นดินเป็นจำนวนมาก รายได้จากการค้าส่วนใหญ่นำไปใช้ในการทำศึกสงครามและบูรณะปฏิสังขรณ์บ้านเมือง

สภาพทางสังคม

โครงสร้างของสังคมไทยสมัยธนบุรี ยังคงมีลักษณะเหมือนกับโครงสร้างทางสังคมสมัยกรุงศรีอยุธยา กล่าวคือ มีองค์ประกอบอยู่ 5 ประเภท ได้แก่

1. พระมหากษัตริย์ เป็นผู้มีพระราชอำนาจสูงสุดในแผ่นดิน ทรงเป็นประมุขของราชอาณาจักร เป็นเจ้าของชีวิตของทุกคน และเป็นเจ้าของแผ่นดินตลอดทั้งราชอาณาจักร ซึ่งในสมัยธนบุรีมีพระมหากษัตริย์เพียงพระองค์เดียว คือ สมเด็จพระเจ้าตากสิน

2. พระบรมวงศานุวงศ์ ได้แก่ พระราชวงศ์ชั้นผู้ใหญ่ บรรดาพระราชโอรสและพระราชธิดาส่วนใหญ่แล้วจะอยู่ในพระราชวงศ์เดียวกันกับองค์พระมหากษัตริย์ มีสิทธิต่างๆ เหนือไพร่ทั้งปวง

3. ไพร่ ได้แก่ คนธรรมดาสามัญที่เป็นชายฉกรรจ์ ส่วนเด็ก ผู้หญิง และคนชราอายุเกินกว่า 70 ปี ถือว่าเป็นบริวารของไพร่ ไพร่แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ไพร่หลวง และไพร่สม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไพร่หลวง หมายถึง ไพร่ที่พระมหากษัตริย์ทรงพระราชทานแก่กรมกองต่างๆ ซึ่งเปรียบเสมือนหน่วยงานบริหารราชอาณาจักร ไพร่หลวงนี้ เป็นไพร่ของพระมหากษัตริย์โดยตรง หน้าที่ของไพร่หลวงจึงแตกต่างกันไปตามหน้าที่ของกรมกองนั้นๆ ไพร่หลวงมีอยู่ 2 ประเภท คือ ไพร่หลวงที่ต้องมารับราชการตามที่กำหนดไว้ และ ไพร่หลวงส่วย หมายถึง ไพร่หลวงที่ต้องอยู่เวรยามรับราชการปีละ 6 เดือน เรียกว่า “เข้าเวร” และอยู่กับบ้านตามปกติอีก 6 เดือน (ออกเวร) สลับกันไป หรือที่เรียกว่า “การเข้าเดือนออกเดือน”

ไพร่สม หมายถึง ไพร่ที่พระมหากษัตริย์พระราชทานให้แก่เจ้านายและขุนนางที่มีตำแหน่งทำราชการ เพื่อเป็นประโยชน์ตอบแทน เนื่องจากในสมัยนั้นยังไม่มีเงินเดือนสำหรับข้าราชการ

4. ทาส หมายถึง บุคคลที่มีได้เป็นไทแก่ตนเองโดยสิ้นเชิง กรรมสิทธิ์เหนือชีวิตของบุคคลดังกล่าวนี้ตกเป็นของนายทั้งหมด ทาสเป็นบุคคลที่ต้องทำงานให้กับนายผู้เป็นเจ้าของทุกอย่างตามที่นายจะสั่ง และถูกซื้อขายเหมือนสินค้าได้ตามความพอใจของเจ้าของ ทาสในสมัยธนบุรีมีอยู่ 7 ชนิด เช่นเดียวกับสมัยกรุงศรีอยุธยา คือ

- (1) ทาสสินไถ่ คือ ทาสที่ไถ่มาด้วยทรัพย์
- (2) ลูกทาส หรือ ทาสในเรือนเบี้ย เป็นลูกทาสที่เกิดจากพ่อหรือแม่เป็นทาส
- (3) ทาสที่ได้มาจากบิดามารดาซึ่งเป็นผู้ยกให้เป็นมรดก
- (4) ทาสที่มีผู้ให้ด้วยความเสนาหา
- (5) ทาสที่ได้จากการไถ่โทษให้พ้นจากการลงโทษทัณฑ์
- (6) ทาสที่เกิดจากเวลาชั่ววอกหมากแพ่ง
- (7) ทาสเชลย คือ ทาสที่ได้จากไปรบทัพจับศึก เป็นสมบัติของพระมหากษัตริย์

ทาสเหล่านี้เป็นอิสระแก่ตนเองได้ยาก ถ้ามิได้ทำความดีความชอบต่อแผ่นดินอย่างเยี่ยงมยอดจริงๆ หรือมิได้มีเงินมาไถ่ถอนตนเองแล้วก็จะย่ำหวังที่จะได้เป็นไทแก่ตนเอง ชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยในสมัยธนบุรีก็กล่าวได้ว่า มีการควบคุมกันอย่างเข้มงวด เพราะบ้านเมืองตกอยู่ในภาวะสงคราม ต้องสู้รบกับพม่าเข้าศึกตลอดเวลา การเกณฑ์พลเรือนเข้ารับราชการไพร่โดยการ “สักเลข” เพื่อเป็นการรวบรวมไพร่ที่กระจัดกระจายกันไปภายหลังกรุงศรีอยุธยาแตก ให้เข้ามาอยู่รวมกันเป็นหมวดหมู่ และป้องกันการหลบหนี

5. พระสงฆ์ ซึ่งส่วนใหญ่มีความเป็นอยู่และฐานะทางสังคมเหมือนกับสมัยอยุธยาทุกประการ จะต่างกันบ้างก็เป็นผลที่สืบเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคลทั้ง 4 กลุ่มข้างต้น เป็นตัวกระตุ้นเท่านั้น เช่น สภาพความเป็นอยู่และการประพฤติพระธรรมวินัยของบรรดาพระสงฆ์หลายกลุ่มในระยะสถาปนากรุงธนบุรีใหม่ๆ ก็เนื่องจากการปกครองอาณาจักรไทยในช่วงแรกที่ยังขาดศูนย์กลางการปกครองที่แท้จริง

ศิลปกรรม และ วัฒนธรรม

ตลอดระยะเวลาที่กรุงธนบุรีเป็นราชธานี อาณาจักรไทยต้องตกอยู่ในสถานะสงครามมาโดยตลอด สมเด็จพระเจ้าตากสินไม่มีเวลาที่จะสร้างสรรค์ความเจริญรุ่งเรืองและวัฒนธรรมต่างๆ ให้เป็นแบบอย่างโดยเฉพาะ เพราะพระราชกรณียกิจของพระองค์และหน้าที่ความรับผิดชอบของข้าราชการเต็มไปด้วยราชการสงคราม ดังนั้น ความเจริญรุ่งเรืองและวัฒนธรรมในสมัยกรุงธนบุรีจึงจัดอยู่ในรูปความเจริญและวัฒนธรรมที่ต่อเนื่องมาจากกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย ซึ่งพอจะประมวลให้เห็นได้ ดังนี้

- สถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างที่สำคัญในสมัยนี้ เช่น พระราชวังเดิม และตำหนักเก๋งคู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- จิตรกรรม ได้แก่ สมุดภาพไตรภูมิ เป็นภาพเขียนที่งดงามและประณีต ปัจจุบันเก็บรักษาไว้ที่หอสมุดแห่งชาติ

- ประติมากรรม ที่สำคัญในสมัยนี้คือ พระแท่นบรรทม ของพระเจ้าตากสิน ปัจจุบันเก็บรักษาไว้ที่วัดอินทาราม ทำด้วยไม้กระดาน 2 แผ่นประกบกัน มีลูกกรงเป็นงา และภายใต้ลูกกรงโดยรอบมีแผ่นงาจำหลักเป็นลายดอกพุดตาน พระแท่นเจริญวิปัสสนากัมมัฏฐาน เป็นพระแท่นสำหรับพระเจ้าตากสินทรงประทับเจริญวิปัสสนากัมมัฏฐาน ประดิษฐานอยู่ในวิหารเล็กหน้าพระปรางค์วัดอรุณราชวราราม ทำด้วยไม้กระดานแผ่นเดียว กว้าง 7 ฟุต ยาว 20 ฟุต ตัวยาวรดน้ำอยู่ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ปรากฏว่ามีฝีมือพอใช้ และมีลายใบที่มีฝีมือคล้ายกัน

วรรณกรรม สมเด็จพระเจ้าตากสินทรงสนับสนุนกวีเป็นอย่างมาก เนื่องจากพระองค์ทรงเป็นกวีเหมือนกัน โดยทรงมีพระราชนิพนธ์ที่สำคัญคือ กลอนบทละครเรื่องรามเกียรติ์ ในสมัยกรุงธนบุรีมีกวีที่สำคัญหลายท่าน อาทิเช่น

- หลวงวิจิตร (หน) ท่านผู้นี้ต่อมาคือ พระยาพระคลัง (หน) ในรัชกาลที่ 1 ในสมัยธนบุรีท่านแต่งบทประพันธ์ 2 เรื่อง คือ ลิลิตเพชรมงกุฎ และอิเหนาคำฉันท์

- นายสวน (มหาตเล็ก) มีผลงานในด้านวรรณกรรมที่สำคัญคือ โคลงยอพระเกียรติสมเด็จพระเจ้าตากสิน ประพันธ์ด้วยโคลงสี่สุภาพ เนื้อเรื่องแฝงด้วยความรู้ทางประวัติศาสตร์

- พระยามหานุภาพได้เขียนนิราศเมืองกวางตุ้ง เป็นการบรรยายสิ่งต่างๆ ที่ได้พบเห็นเมื่อครั้งที่ท่านร่วมเดินทางกับคณะทูตไปเมืองกวางตุ้ง

การทำสงครามกับพม่า

การทำสงครามกับพม่าในสมัยกรุงธนบุรี มีดังนี้

- ศึกพม่าที่บางกุ้ง ซึ่งอยู่ระหว่างจังหวัดสมุทรสงครามกับราชบุรี ปลายปี พ.ศ. 2310

- ศึกพม่าตีเมืองสวรรคโลก พ.ศ. 2313

- ศึกพม่าตีเมืองพิชัย (ครั้งที่ 1) พ.ศ. 2315

- ศึกพม่าตีเมืองพิชัย (ครั้งที่ 2) พ.ศ. 2316 ได้เกิดวีรกรรมพระยาพิชัยดาบหัก

- ศึกบางแก้ว พ.ศ. 2317

- ศึกอะแซห่วนี่ พ.ศ. 2318 - 2319

- ศึกพม่าตีเมืองเชียงใหม่ พ.ศ. 2319

จากการที่กองทัพพม่าต้องพ่ายแพ้ต่อกองทัพของพระเจ้าตากสินหลายครั้ง ทำให้กองทัพพม่าต้องลดการรุกรานไทยลง อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าในช่วงเวลาเหล่านี้ ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับพม่าจะดำเนินไปในรูปของการเป็นศัตรู การทำสงครามแย่งชิงดินแดนไพร่พลและทรัพย์สมบัติกันอยู่เสมอ

การทำสงครามกับลาว

ในสมัยธนบุรีไทยได้ทำศึกขยายอำนาจไปยังลาว 2 ครั้ง

1. การตีจำปาศักดิ์ พระยาแยงรองเกิดขัดใจกับเจ้าเมืองนครราชสีมา (โคราช) จึงคิดกบฏต่อไทย โดยได้ไปขอขึ้นกับเจ้าโอ (หรือเจ้าไอ้) พระเจ้าตากสินจึงโปรดให้พระยาจักรี (ทองด้วง) ไปปราบจับพระยาแยงรองประหารชีวิต ทำให้เมืองจำปาศักดิ์ และดินแดนลาวตอนล่างอยู่ใต้อำนาจไทย ใน พ.ศ. 2319 เมื่อเสร็จสิ้นการตีจำปาศักดิ์พระเจ้าตากสินทรงสถาปนาพระยาจักรี (ทองด้วง) เป็น “พระยามหากษัตริย์ศึก พิลิภมทิมา ทูกันคราระอาเดช นเรศราชสุริยวงศ์”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การตีเวียงจันทร์ พระวอเสนาบดีของเจ้าสิริบุญสาร เกิดวิวาทกับเจ้าสิริบุญสาร เจ้าครองนครเวียงจันทร์ พระวอจึงหนีเข้ามาอยู่ที่ตำบลดอนมดแดง (จังหวัดอุบลราชธานี) ขอสวามิภักดิ์ต่อสมเด็จพระเจ้าตากสิน เจ้าสิริบุญสารได้ส่งกองทัพมาปราบและจับเจ้าวอฆ่าเสีย สมเด็จพระเจ้าตากสินโปรดให้สมเด็จพระยามหากษัตริย์ศึก (ทองด้วง) และพระยาสุรสีห์ (บุญมา) ไปปราบได้สำเร็จ ตอนจะเสด็จกลับได้อัญเชิญ พระแก้วมรกต พร้อมทั้ง พระบาง มาไว้ที่ไทยด้วย (ต่อมารัชกาลที่ 1 ได้คืนพระบางให้กับลาว ส่วนพระแก้วมรกตได้อัญเชิญขึ้นเป็นพระพุทธรูปประจำกรุงรัตนโกสินทร์ แล้วพระราชทานว่า พุทธรณีรัตนปฏิมากร

ในการทำศึกสงคราม และการปราบปรามเหตุการณ์ต่างๆ ของพระเจ้าตากสินนั้น พระองค์ทรงมีทหารเอกที่ช่วยเหลือให้การปราบปรามต่างๆ สำเร็จลุล่วงด้วยดี จนได้รับขนานนามว่า “ทหารเสือพระเจ้าตาก” คือ พระราชวรินทร์ (ทองด้วง) ซึ่งต่อมาได้พระราชทานบรรดาศักดิ์เป็น พระยาจักรี (ทองด้วง) และพระยามหากษัตริย์ศึก (ทองด้วง) อีกท่านหนึ่งคือ พระมหามนตรี (บุญมา) ซึ่งเป็นพระอนุชาของพระราชวรินทร์ (ทองด้วง) ต่อมาได้รับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็น พระยาสุรสีห์ (บุญมา)

เหตุการณ์ตอนปลายอาณาจักรธนบุรี

ในปลายสมัยของสมเด็จพระเจ้าตากสิน พระราชพงศาวดารฉบับต่างๆ ได้บันทึกไว้ว่า สมเด็จพระเจ้าตากสินทรงมีพระสติฟั่นเฟือนไป เข้าพระทัยว่าบรรลู่ไสดาบัน และบังคับให้พระสงฆ์กราบไหว้พระองค์ ประกอบกับประชาชนได้รับความเดือดร้อนจากการทุจริตกดขี่ข่มเหงจากข้าราชการที่แสวงหาประโยชน์ส่วนตัว เป็นเหตุให้เกิดการจลาจลขึ้นในกรุงธนบุรี ราษฎรต่างทิ้งบ้านเรือนหนีเข้าป่าเป็นอันมาก

ขณะเดียวกันก็เกิดกบฏขึ้นในกรุงศรีอยุธยา สมเด็จพระเจ้าตากสินทราบข่าวกบฏ จึงสั่งให้พระยาสุรสีห์ ขึ้นไปสอบสวน แต่พระยาสุรสีห์กลับไปเข้าข้างฝ่ายกบฏ ยกพวกเข้าปล้นพระราชวังที่กรุงธนบุรี ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2324 บังคับให้สมเด็จพระเจ้าตากสินออกผนวชและคุมพระองค์ไว้ที่พระอุโบสถวัดอรุณราชวราราม แล้วพระยาสุรสีห์ก็ตั้งตนเป็นผู้สำเร็จราชการแผ่นดินแทน

ส่วนสมเด็จพระยามหากษัตริย์ศึก (ทองด้วง) กำลังจะยกทัพไปตีเมืองเสียมราฐ เมื่อทราบข่าวว่าเกิดจลาจลในกรุงธนบุรี จึงยกทัพกลับ ขณะนั้นเป็นเดือนเมษายน พ.ศ. 2325 เมื่อมาถึงกรุงธนบุรี พระองค์ได้ประชุมข้าราชการ ปรากฏว่าที่ประชุมลงความเห็นทำให้สำเร็จโทษพระเจ้าตากสิน โดยการคุมด้วยผ้าแดงแล้วทุบด้วยท่อนจันทร์ในสมัยรัชกาลสมเด็จพระเจ้าตากสิน พระองค์ทรงตรากตราในการสู้รบ เพื่อรักษาและรวบรวมอาณาเขตที่เคยเป็นของกรุงศรีอยุธยาให้คงอยู่ ดังที่มีการบันทึกไว้ในจดหมายเหตุความจำของท่านว่า “เมื่อต้นแผ่นดินเย็นด้วยบารมี ชุ่มพื้นขึ้นผลจนมีแท่น ปลายแผ่นดินแสนร้อน รุมสุ่มรากโคนโคนล้มถมแผ่นดิน ด้วยสิ้นพระบารมีแต่เพียงนั้น” (อ.สุริยัน พินทอง, 2553. เอกสารทางวิชาการ ประกอบการเรียนการสอนวิชาสังคม. [Online]. Available : <http://www.kwc.ac.th/1Part1.htm>)

2.1.1.9 กรุงรัตนโกสินทร์

หลังจากปราบดาภิเษกขึ้นเป็นพระมหากษัตริย์ ในปี พ.ศ. 2325 แล้ว สมเด็จพระยามหากษัตริย์ศึกทรงใช้พระนามว่า “พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก” และได้ย้ายราชธานีจากกรุงธนบุรีข้ามแม่น้ำเจ้าพระมายังฝั่งตรงข้าม และตั้งชื่อราชธานีใหม่นี้ว่า “กรุงเทพมหานคร” พร้อมๆ กับการสถาปนาราชวงศ์จักรีขึ้นมา

พระองค์ทรงฟื้นฟูขวัญกำลังใจให้กับประชาชนที่ยังหวาดผวากับศึกพม่าเมื่อครั้งสงครามเสียกรุงศรีอยุธยา รวมทั้งตลอดสมัยกรุงธนบุรี ด้วยการนำแบบแผนต่างๆ ของราชสำนักอยุธยามาใช้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวอนไวสำหรับการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รวมทั้งอัญเชิญพระพุทธรูปสำคัญมาไว้ที่กรุงเทพฯ ด้วย วัดพระศรีรัตนศาสดารามหรือวัดพระแก้ว เป็นแบบอย่างชัดเจนที่พระองค์ ทรงระดมช่างฝีมือซึ่งหลงเหลืออยู่ในเวลานั้นมาสร้างพระราชวังและ พระอารามที่ยิ่งใหญ่แห่งนี้ เสมือนยกเอายุครุ่งเรืองของกรุงศรีอยุธยามายังกรุงเทพฯ ในช่วงก่อร่างสร้างเมืองนี้สยามยังต้องผจญกับศึกสงครามรอบบ้านอยู่เสมอ รวมทั้งสงครามครั้งใหญ่ ที่สุดในประวัติศาสตร์การรบระหว่างสยามกับพม่าด้วย นั่นคือศึกที่เรียกว่า "สงครามเก้าทัพ" ซึ่งตรงกับรัชสมัยของพระเจ้าประจักษ์ แห่งหงสาวดี กองทัพสยามสามารถขับไล่ทัพพม่าออกไปได้ในที่สุด หลัง สงครามเก้าทัพพม่าต้องเผชิญหน้ากับประเทศนักรบล่าอาณานิคมอย่างอังกฤษ ทำให้สยามว่างเว้นศึก สงครามใหญ่ไปนาน

รัชกาลที่ 1 มีพระราชดำริให้ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมครั้งใหญ่ รวมทั้งการรวบรวมตำรับตำราจาก หัวเมืองต่างๆ ที่รอดพ้นจากการถูกพม่าเผาเมื่อ ปี พ.ศ.2310 มาเก็บไว้ที่กรุงเทพฯ ในสมัยของ พระองค์ได้มีการนำธรรมเนียมปฏิบัติของราชสำนักอยุธยามาใช้อย่างหนึ่งคือ มีการแต่งตั้งตำแหน่ง อุปราชเสมือนเป็นกษัตริย์องค์ที่ 2 อุปราชองค์แรกแห่งกรุงรัตนโกสินทร์คือ กรมพระราชวังบวรมหา- สุรสิงหนาท ซึ่งประทับอยู่ที่วังหน้า คนสยามจึงมักเรียกตำแหน่งอุปราชว่า "วังหน้า"

สำหรับพระราชวังหน้านั้นปัจจุบันคือบริเวณมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พิพิธภัณฑสถาน แห่งชาติ โรงละครแห่งชาติ และวิทยาลัยนาฏศิลป์นั่นเอง รวมทั้งพื้นที่ประมาณครึ่งหนึ่งของท้อง สนามหลวงก็เคยเป็นอาณาบริเวณของวังหน้ามาก่อน เวลาที่มีการก่อสร้างต่างๆบริเวณนี้เมื่อขุดลงไป ในดินจึงมักพบโบราณวัตถุหลายอย่าง โดยเฉพาะปืนใหญ่แบบโบราณ มีการขุดได้บริเวณนี้หลาย กระบอก

พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (พ.ศ. 2352 - 2367) พระราชโอรสองค์โต ได้ ครอบครองสมบัติสืบมาเป็นรัชกาลที่ 2 พระองค์ทรงใฝ่พระทัยในศิลปวัฒนธรรมมาก ทั้งทางด้านวิจิตร ศิลป์ และวรรณคดี พระองค์ได้รับการยกย่องว่าเป็นกษัตริย์ผู้เป็นอัครศิลปิน ทรงสร้าง และบูรณะวัด วาอารามจำนวนมาก ที่สำคัญที่สุดคือโปรดเกล้าฯ ให้บูรณะวัดสลักใกล้พระราชวังเดิมฝั่งธนบุรี จน ยิ่งใหญ่สวยงามกลายเป็นวัดประจำรัชกาลของพระองค์ และพระราชทานนามว่า "วัดอรุณราชวราราม มหาวิหาร" ความเป็นศิลปินเอกของพระองค์เห็นได้จากการที่พระองค์ทรงแกะสลักบานประตูหน้าต่าง สุกี่ชิ้นๆ ด้วยพระองค์เอง ผลงานอันวิจิตรชิ้นนี้ปัจจุบันเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กรุงเทพฯ นอกจากฝีมือพระหัตถ์เชิงช่างแล้ว รัชกาลที่ 2 ยังทรงพระอัจฉริยภาพในทางกวีด้วย พระราช นิพนธ์ชิ้นสำคัญของพระองค์ บทละครเรื่อง อิเหนา และ รามเกียรติ์

นอกจากทรงพระราชนิพนธ์ด้วยพระองค์เองแล้ว ยังได้ชื่อว่าเป็นองค์อุปถัมภ์ บรรดาศิลปินและ กวีด้วย ยุคนี้จึงเรียกได้ว่าเป็นยุคสมัยที่กวีรุ่งเรืองที่สุด กวีเอกที่ปรากฏในรัชกาลของพระองค์คือ พระ ศรีสุนทรโวหาร(ภู่) ที่คนไทย ทั่วไปเรียกว่า "สุนทรภู่"

ในด้านการต่างประเทศ พระองค์ทรงได้เริ่มฟื้นฟูความสัมพันธ์กับประเทศตะวันตกใหม่หลังจาก หยุดชะงักไปตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช โดยมีพระบรมราชานุญาตให้โปรตุเกสเข้ามาตั้ง สถานทูตได้เป็นชาติแรก

กรมหมื่นเจษฎาบดินทร์ ได้ครองราชสมบัติต่อจากพระบิดา ทรงพระนามว่า พระบาทสมเด็จพระ พระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2367 - 2394) ทรงมีความเชี่ยวชาญในการค้าขายกับต่างประเทศมาก โดยเฉพาะกับประเทศจีน ในรัชสมัยของพระองค์ ราชสำนักสยาม และจีนมีสัมพันธภาพที่แน่นแฟ้น สยามแต่งสำเภาเดินทางไปค้าขายกับจีนปีละมากลำ ยุคสมัยของพระองค์นับเป็นยุคทองของการ ค้าขาย ทรงทำให้เศรษฐกิจของประเทศมั่งคั่งขึ้น เงินทองเต็มท้องพระคลัง และทรงเก็บพระราชทรัพย์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สว่นไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับ อนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บางส่วนไว้ในถุงผ้าแดง ซุกซ่อนไว้ตามบัลลังก์ ซึ่งในเวลาต่อมาทรัพย์สินในถุงแดงนี้มีส่วนในการกู้ชาติสยาม

รัชกาลที่ 3 เป็นกษัตริย์ผู้ทรงเคร่งครัดในศาสนาพุทธ ชาวตะวันตกมักมองว่าพระองค์ติง และต่อต้านศาสนาอื่น แม้กระนั้นก็ทรงอนุญาตให้มิชชันนารีจากอเมริกานำการแพทย์แผนตะวันตกเข้ามาเผยแพร่ได้

ความจริงในสมัยรัชกาลที่ 3 ประเทศสยามต้องรับบรรดาทูตต่างๆ จากชาติตะวันตกที่เข้ามาทำสัญญาทางการค้าบ้างแล้ว โดยเฉพาะการมาถึงของเซอร์จอห์น เบาริง จากอังกฤษที่เข้ามาทำ สัญญาเบาริง อันส่งผลอย่างใหญ่หลวงต่อประเทศสยามในเวลาต่อมา อย่างไรก็ตามผลจากการเปิดประเทศมาปรากฏอย่างเด่นชัดในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ซึ่งทรงสนพระทัยในศิลปวิทยาการของตะวันตกมาก พระองค์ทรงศึกษาวิชาการต่างๆ อย่างแตกฉาน ทรงเข้าใจภาษาบาลีเป็นอย่างดีตั้งแต่ครั้งที่ออกผนวชเป็นเวลาถึง 27 พรรษา ก่อนทรงขึ้นครองราชย์ ส่วนภาษาอังกฤษนั้นทรงได้เรียนกับมิชชันนารีจนสามารถตรัสได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีความรู้ในวิทยาศาสตร์แขนงต่างๆ โดยเฉพาะดาราศาสตร์ในยุคสมัยของพระองค์ขนบธรรมเนียมต่างๆ ในราชสำนักได้เปลี่ยนไปมาก เช่น การแต่งกายเข้าเฝ้าของขุนนาง ทรงให้สวมเสื้อผ้าแบบตะวันตกแทนที่จะเปลือยท่อนบนเช่นสมัยก่อน หรือยกเลิกประเพณีหมอบคลาน เป็นต้น

ส่วนในด้านการศาสนานั้นทรงตั้งนิกายธรรมยุติขึ้นมา ซึ่งเป็นการเริ่มต้นการรวมอำนาจของคณะสงฆ์ ซึ่งเคยกระจัดกระจายทั่วประเทศให้เข้ามาอยู่ที่ส่วนกลาง พระองค์นับว่าทรงเป็นกษัตริย์ผู้มีวิสัยทัศน์ยาวไกล และทรงตระหนักถึงภัยจากลัทธิล่าอาณานิคมของประเทศตะวันตก ซึ่งในเวลานั้นเข้ายึดครองประเทศเพื่อนบ้านของสยามจนหมดสิ้นแล้ว พระองค์ทรงมีพระราชดำริว่า ความเข้มแข็งแบบตะวันออกของสยามไม่สามารถช่วยให้ประเทศรอดพ้นจากการตกเป็นอาณานิคมได้ จึงทรงเน้นให้ประเทศสยามพัฒนาให้ทันสมัยเพื่อลดความขัดแย้งกับชาติตะวันตก

ยุคสมัยนี้กล่าวได้ว่าประเทศสยามเริ่มหันทิศทางไปสู่ตะวันตก แทนที่จะแข็งขืนอย่างประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งถึงที่สุดแล้วก็ไม่อาจสู้ความได้เปรียบทางเทคโนโลยีของชาติตะวันตกได้ ในราชสำนักทรงจ้างครูฝรั่งมาสอนภาษาให้แก่พระราชโอรส และพระราชธิดา ส่วนภายนอกมีชาวต่างประเทศจำนวนมากที่มาประกอบกิจการในเมืองสยาม สมัยนี้มีหนังสือพิมพ์ภาษาไทยออกมาเป็นครั้งแรก นั่นคือ บางกอกรีคอร์ดเดอร์ ของหมอบัตเลย์

การทำสนธิสัญญาทางการค้ากับประเทศตะวันตก ทำให้สยามต้องสูญเสียสิทธิสภาพนอกอาณาเขต อังกฤษเป็นชาติแรกๆ ที่ได้ประโยชน์ สยามสามารถเก็บภาษีจากสินค้าของพ่อค้าอังกฤษได้เพียงร้อยละ 3 และอังกฤษสามารถนำเข้าฝิ่นจากอินเดียได้โดยเสรี รวมทั้งสัญญาระบุให้สยามยกเลิกการผูกขาดการค้าข้าวโดยราชสำนัก ทำให้ข้าวกลายเป็นสินค้าออกที่สำคัญของสยามมานับศตวรรษ ต่อมาสยามก็ต้องทำสัญญาเช่นนี้กับชาติตะวันตกอื่นๆ อีก ความสนใจในวิทยาศาสตร์โดยเฉพาะด้านดาราศาสตร์เป็นเหตุให้พระองค์ต้องสวรรคต ในปี พ.ศ. 2411 ทรงคำนวณได้ว่าจะเกิดสุริยุปราคาเต็มดวงที่หัวกอก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จึงเสด็จฯ ไปดู พร้อมกับเชิญคณะทูตานุทูตตามเสด็จไปชมด้วย แม้จะเป็นเรื่องที่ทำให้พระองค์ได้รับการยกย่องจากชาวตะวันตกมาก เพราะในเวลานั้น แม้แต่นักวิทยาศาสตร์ชาติตะวันตกก็มีเพียงไม่กี่คนที่สามารถคำนวณการเกิดสุริยุปราคาได้อย่างแม่นยำ แต่การเสด็จฯ ไปหัวกอกครั้งนั้น เป็นเหตุให้พระองค์ประชวรด้วยไข้มาลาเรีย และเสด็จสวรรคตในอีกสองสัปดาห์ต่อมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เจ้าฟ้าจุฬาลงกรณ์ พระราชโอรสของรัชกาลที่ 4 ขึ้นครองราชย์เป็นพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ด้วยพระชนมายุเพียง 15 ชันษา พระองค์ทรงขึ้นครองราชย์ในยุคสมัยที่บ้านเมืองจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง และทรงต้องเผชิญกับการกดดันจากหลายด้าน ทั้งฐานอำนาจของกลุ่มวังหน้า และฝ่ายขุนนางที่นำโดยสมเด็จพระยาบรมมหาศรีสุริยวงศ์ ผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ ในขณะที่แรงกดดันจากประเทศนิกอลาอาณานิคมก็ได้ลดลง แต่โชคที่พระองค์รวมทั้งพระประยูรญาติได้รับการปูพื้นฐานมาเป็นอย่างดี ในสมัยของพระองค์บรรดาขุนนางต่างพระเนตรพระกรรณที่พระองค์มีพระบรมราชโองการอยู่เสมอก็คือ พระอนุชาของพระองค์เป็นส่วนใหญ่ ขุนนางซึ่งมีบทบาทอย่างมากในสมัยนี้ก็คือ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ กรมพระยาเทวะวงศ์-วโรปกรณ์ กรมหลวงประจักษ์ศิลปาคม เป็นต้น ซึ่งล้วนเป็นพระอนุชาของพระองค์ทั้งสิ้น ในยุคสมัยนี้มีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในประเทศสยาม พระองค์ถือเป็นกษัตริย์ที่ทรงปฏิรูประบบครั้งใหญ่ ทรงยกเลิกระบบทาส และการเกณฑ์แรงงานไพร่ หันมาใช้ระบบเก็บส่วยภาษีแทน ทรงปฏิรูประบบการปกครองส่วนภูมิภาค ด้วยการยกเลิกระบบประเทศราช และเจ้าครองนคร เปลี่ยนผู้บริหารเป็นสมุหเทศาภิบาลซึ่งเป็นข้าราชการที่ส่งไปจากส่วนกลาง การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลให้ประเทศสยาม เป็นปึกแผ่นอย่างไม่เคยเป็นมาก่อนนับแต่สถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ การเตรียมพร้อมของพระองค์ต่อการคุกคามโดยประเทศตะวันตกนั้น ทรงส่งพระราชโอรสไปศึกษา ณ ดินแดนยุโรป โดยเฉพาะในประเทศรัสเซียและปรัสเซีย ทั้งเพื่อเตรียมคนไว้เพื่ออนาคต และเป็นการผูกสัมพันธ์กับราชสำนักยุโรป เพื่อถ่วงดุลอำนาจของอังกฤษ และฝรั่งเศสที่ในเวลานั้นกำลังล่าอาณานิคมในภูมิภาคเอเชียอยู่

ในปี พ.ศ. 2435 ทรงตั้งกระทรวงเพิ่มขึ้นจาก 4 เป็น 12 กระทรวง บางกระทรวงก็ทรงแต่งตั้งพระอนุชาเป็นเสนาบดี บางกระทรวงที่ต้องติดต่อสัมพันธ์กับต่างประเทศก็ทรงจ้างผู้เชี่ยวชาญชาวตะวันตกเป็นเสนาบดี รัชสมัยของพระองค์มีชาวตะวันตกเข้ามารับใช้ประเทศสยามจำนวนมาก หลายท่านยังคงมีลูกหลานสืบสกุลในเมืองไทยจนปัจจุบัน ครั้นพระราชโอรสของพระองค์สำเร็จการศึกษาจากยุโรปแล้วก็ได้เข้ามาเป็นกำลังในการปรับปรุงโครงสร้างการบริหารครั้งใหญ่ โดยเฉพาะเป็นกำลังในการสร้างกองทัพบก และกองทัพเรือให้มีความทันสมัยอย่างตะวันตก

ในสมัยนี้ประเทศสยามต้องเผชิญกับการบีบคั้นโดยชาติมหาอำนาจอย่างอังกฤษ และฝรั่งเศส ทำให้สยามจำต้องเสียดินแดนให้แก่มหาอำนาจทั้งสองไปเป็นจำนวนมาก เพื่อแลกกับเอกราชของประเทศ

เมื่อฝรั่งเศสเข้าครอบครองเวียดนามในปี พ.ศ. 2426 และอังกฤษยึดครองมลายู และพม่า ส่วนบนได้ในปี พ.ศ. 2429 ทำให้สยามตกอยู่ในสถานการณ์ลำบาก ต่อมาฝรั่งเศสส่งเรือรบมาปิดล้อมอ่าวไทย ทำให้ต้องยอมเสียลาว และกัมพูชาให้ฝรั่งเศสไป ขณะเดียวกันก็ต้องยกดินแดนทางภาคใต้ ได้แก่ ปะลิส กลันตัน ตรัง กานู ไทรบุรี ดินแดนติดพม่าได้แก่ มะริด ทวาย ตะนาวศรี และดินแดนหัวเมืองเงี้ยว ในภาคเหนือให้แก่ประเทศอังกฤษ รวมแล้วสยามต้องเสียดินแดนให้ มหาอำนาจทั้งสองถึง 120,000 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณครึ่งหนึ่งของประเทศไทยในปัจจุบัน

นอกจากต้องเสียดินแดนแล้วยังต้องจ่ายค่าปรับให้กับประเทศเหล่านั้นด้วย จึงต้องใช้เงินในคลังซึ่งรัชกาลที่ 3 เก็บชุกซ่อนไว้นำมาจ่ายให้มหาอำนาจเหล่านั้น รัชกาลที่ 5 เคยเสด็จประพาสยุโรปถึงสองครั้งในปี พ.ศ. 2440 และ พ.ศ. 2450 เพื่อเป็นการผูกสัมพันธ์ไมตรีกับราชสำนักต่างๆ ในยุโรปให้แน่นแฟ้นขึ้น

ในรัชสมัยของพระองค์กล่าวได้ว่าสยามประเทศมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด แม้จะต้องเสียเงินทองมากมายให้แก่มหาอำนาจ แต่เศรษฐกิจของสยามก็เฟื่องฟู โดยเฉพาะหากเทียบกับประเทศเอกราชอื่นเป็นเอกราชที่สวนไวสำหรับราชการเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตนาเขาไปเซประยชนดานการค้
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอเชียอื่นๆ หลังจากพระองค์เสด็จสวรรคต ปวงชนชาวไทยจึงพร้อมใจกันถวายพระราชสมัญญานามแด่พระองค์ว่า พระปิยมหาราช ซึ่งหมายถึง กษัตริย์ทรงเป็นที่รักยิ่ง

เจ้าฟ้ามหาวชิราวุธ โอรสของรัชกาลที่ 5 ขึ้นครองราชสมบัติต่อมา ทรงพระนามว่า พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2453 - 2468) พระองค์ทรงจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยออกฟอร์ดในประเทศอังกฤษ นโยบายปฏิรูปแบบตะวันตกส่งผลต่อสังคมไทยอย่างมหาศาล การเปลี่ยนแปลงอย่างแรกในปี พ.ศ. 2456 คือคนไทยต้องมีนามสกุลใช้ ในอดีตคนไทยใช้เพียงชื่อตัวไม่มีนามสกุล ซึ่งพระองค์มีพระราชดำริว่าไม่ทันสมัยอย่างชาวตะวันตก พระองค์จึงทรงพระราชทานนามสกุลให้แก่ขุนนาง และคหบดีกว่าร้อยสกุล รวมถึงการถวายพระนามต้นแห่งกษัตริย์ในราชวงศ์จักรีว่า รามา ก็เกิดขึ้นในสมัยนี้ พระองค์ยังทรงยกเลิกธรรมเนียมให้ผู้หญิงไทยไว้ผมสั้นทรงดอกกระพุ่มอย่างโบราณ และหันมาไว้ผมยาวแบบฝรั่ง และให้นุ่งผ้าถุงแทนโจงกระเบน ทรงจัดให้มีการศึกษาภาคบังคับทั่วประเทศ มีการตั้งจุฬาลงกรณ์ขึ้นเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกของไทย สงครามโลกครั้งที่ 1 เกิดขึ้นในรัชสมัยของพระองค์ ในช่วงท้ายของสงครามพระองค์ได้ส่งทหารไทยไปร่วมรบ ณ สมรภูมียุโรปด้วย นั่นทำให้ประเทศสยามได้รับการต้อนรับให้เข้าร่วมสันนิบาตชาติภายหลังสงคราม และภายหลังจากทหารอาสาชาวไทยกลับจากสงคราม พระองค์ทรงเปลี่ยนธงชาติจากธงช้างเผือกบนพื้นแดงมาเป็น ธงไตรรงค์แบบปัจจุบันแทน

ในรัชสมัยนี้มีการแต่งตั้งเจ้านายในราชวงศ์ และขุนนางใกล้ชิด ให้เป็นคณะรัฐมนตรีร่วมปรึกษาใกล้ชิดกับพระองค์ในการบริหาร ประเทศ และมีการตั้งกองเสือป่าขึ้นมา โดยมีพระองค์เองเป็นผู้บัญชาการกองเสือป่าที่ตั้งขึ้นมีลักษณะซ้ำซ้อนกับกองทัพ และหลายครั้งเสือป่าของพระองค์มีเรื่องมีราวกับทหารในกองทัพ ปมขัดแย้งเริ่มเกิดขึ้นในหมู่ทหารจำนวนหนึ่ง กระทั่งประทุเป็นการก่อกบฏใน ร.ศ. 130 ที่เรียกว่า กบฏนายสิบ

รัชกาลที่ 6 ทรงโปรดการละครมาก ในราชสำนักสมัยนั้นมีการเล่นละครกันอยู่เป็นประจำ และไม่ว่าจะเสด็จแปรพระราชฐานไปที่ใด ก็มักจะนำคณะละครของพระองค์โดยเสด็จไปด้วยเสมอ อยากรก็ตามพระองค์ทรงได้ชื่อว่าเป็นกษัตริย์ที่โปรดการสร้างถาวรวัตถุ ได้ทรงสร้างพระตำหนักและพระราชวังไว้ตามจังหวัดต่างๆ เป็นจำนวนมาก อาทิ พระตำหนักดุสิตธานี ที่กรุงเทพฯ พระราชวังสนามจันทร์ ที่นครปฐม พระราชวังบ้านปืน และพระราชนิเวศน์ มฤคทายวัน ที่เพชรบุรี เป็นต้น ผลจากการสร้างสิ่งเหล่านี้ทำให้เงินในท้องพระคลังที่สะสมมาสมัยรัชกาลที่ 5 ร่อยหรอลง จนเกิดปัญหาการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดในช่วงปลายรัชกาล รัชกาลที่ 6 ทรงอภิเษกสมรสเมื่อพระชนมายุมากแล้ว พระราชธิดาพระองค์เดียวประสูติก่อนวันเสด็จสวรรคตของพระองค์เพียงแค่วันเดียวในปี พ.ศ. 2468 พระอนุชาของพระองค์คือ พระเจ้าประชาธิปก ทรงขึ้นครองราชย์ต่อ

หลังจากเสด็จขึ้นครองราชย์ ทรงพระนามว่า พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว แม้ว่าจะทรงสำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนอีตันของอังกฤษ แต่ดูเหมือนรัชกาลที่ 7 จะโปรดการทหารมากกว่า พระองค์ทรงเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจ และการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ รัชกาลที่ 7 ทรงมีความห่วงใยพสกนิกรอย่างมาก ในรัชสมัยของพระองค์ สยามได้นำระบบไปรษณีย์ และโทรเลขมาใช้ เริ่มมีการสร้างสนามบินขึ้นที่ทุ่งดอนเมือง นำเสียดายที่ช่วงเวลานั้นไม่เปิดโอกาสให้พระองค์ได้ทรงทำตามแนวคิดในการบริหารประเทศของพระองค์ เพราะทรงครองราชย์ในสมัยที่เศรษฐกิจทั่วโลกกำลังตกต่ำ ภายหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 1 ชั่วซึ่งเป็นรายได้หลักของประเทศราคาตกต่ำอย่างมาก ภาวะเงินเฟ้อที่ระบาดไปทั่วโลกส่งผลกระทบต่อรัฐบาลของพระองค์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ประกอบกับการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดเนื่องจากการใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือยในรัชกาลก่อนหน้า แม้จะมีการปรับลดค่าเงิน-
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บาทลง และนำเงินบาทไปผูกอัตราแลกเปลี่ยนกับเงินปอนด์ของอังกฤษ แต่ก็ยังไม่สามารถแก้ปัญหาได้ วิกฤติการณ์เหล่านี้ส่งผลให้พระองค์ทรงเลือกที่จะตัดงบประมาณของราชสำนักลง ลดเงินเดือนข้าราชการ และมีการปลดข้าราชการจำนวนหนึ่ง เหตุการณ์นี้ส่งผลให้ข้าราชการจำนวนหนึ่งเกิดความไม่พอใจ โดยเฉพาะคนหนุ่มที่เพิ่งสำเร็จการศึกษามาจากประเทศตะวันตก โดยเฉพาะในยุโรป

ในเวลานั้นกระแสการเปลี่ยนแปลงไปสู่ระบอบอำนาจใหม่ซึ่ง เรียกว่า ประชาธิปไตย ได้เริ่มขึ้น โดยเริ่มจากปัญญาชนรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นสามัญชนที่ได้รับการศึกษามาจากยุโรป โดยเฉพาะจากอังกฤษ และฝรั่งเศส ในขณะที่พวกราชวงศ์มักนิยมไปศึกษาที่รัสเซียซึ่งยังปกครองในระบอบสมบูรณาญาสิทธิราช คนหนุ่มเหล่านั้นได้เห็นระบอบการปกครองแบบใหม่ และชื่นชมในสิทธิความเท่าเทียมกันของประชาชน ขณะที่รัชกาลที่ 7 ทรงตระหนักดีว่าประชาธิปไตยควรเริ่มใช้เมื่อประชาชนมีความพร้อมก่อน และพระองค์ทรงเห็นว่าในเวลานั้นคนไทยยังไม่พร้อมสำหรับระบบใหม่ พระองค์เคยมีพระราชปรารภว่า คนไทยควรมีจิตสำนึกทางการเมืองเสียก่อน จึงค่อยนำระบบประชาธิปไตยมาใช้

ข่าวลือเรื่องการรัฐประหารแพร่สะพัดไปทั่วในวันฉลองครบรอบ 150 ปี แห่งราชวงศ์จักรีในปี พ.ศ. 2475 อีกสองเดือนต่อมาในวันที่ 24 มิถุนายน ก็มีการรัฐประหารเกิดขึ้น และเป็นการสิ้นสุดการปกครองในระบอบสมบูรณาญาสิทธิราช การรัฐประหารเกิดขึ้นโดยกลุ่มบุคคลซึ่งใช้ชื่อว่า คณะราษฎร อันประกอบด้วยทั้งฝ่ายทหาร และพลเรือน แกนนำของกลุ่มคณะราษฎรล้วนเป็นคนหนุ่มที่สำเร็จการศึกษามาจากยุโรป โดยเฉพาะกลุ่มที่เคยไปศึกษาอยู่ในประเทศฝรั่งเศส แกนนำฝ่ายพลเรือน คือนายปรีดี พนมยงค์ นักกฎหมายหนุ่มจากฝรั่งเศส ส่วนฝ่ายทหารมีพันเอกหลวงพิบูลสงคราม (แปลก ชิตสังคะ) นายทหารปืนใหญ่จากฝรั่งเศสเช่นกันเป็นผู้นำ คณะผู้ก่อการได้เชิญพลเอกพระยาพหลพลพยุหเสนา (พจน์ พหลโยธิน) นายทหารปืนใหญ่ผู้สำเร็จการศึกษามาจากปรัสเซียมาเป็นหัวหน้าคณะรัฐประหาร เนื่องจากเป็นนายทหารชั้นผู้ใหญ่ในกองทัพขณะนั้น

เช้าวันที่ 24 มิถุนายน ทหารในฝ่ายคณะราษฎรได้นำรถถัง และกำลังทหารจำนวนหนึ่งบุกยึดสถานที่สำคัญๆ ในกรุงเทพฯ ไว้ได้หมด รวมทั้งทำการควบคุมตัวเจ้านายราชวงศ์ชั้นสูงเอาไว้เป็นตัวประกันด้วย ขณะนั้นพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 7 กำลังเสด็จแปรพระราชฐานอยู่ที่พระราชวังไกลกังวล

แม้ฝ่ายคณะราษฎรจะมีกำลังน้อยกว่าฝ่ายรัฐบาลมาก แต่เพื่อหลีกเลี่ยงการนองเลือด รัชกาลที่ 7 ทรงยินดีสละพระราชอำนาจของพระองค์ ยอมรับการเป็นกษัตริย์ซึ่งอยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญในระบอบประชาธิปไตย (ประวัติศาสตร์ชาติไทย สมัยกรุงรัตนโกสินทร์. 2543. [Online]. Available : <http://www.baanjomyut.com/76province/rattanakhosin.html>)

ในวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2477 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงสละราชสมบัติ และได้ทรงสมมติเจ้านายพระองค์ใดพระองค์หนึ่งเป็นรัชทายาท ดังนั้น คณะรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบจากสภาผู้แทนราษฎรจึงได้อัญเชิญเสด็จพระวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าอานันทมหิดล ซึ่งเป็นเจ้านายเชื้อพระบรมวงศ์พระองค์ที่ 1 ในลำดับพระราชสันตติวงศ์แห่งกษัตริย์ราชบัลลังก์ด้วยการสืบราชสันตติวงศ์ พ.ศ. 2467 ขึ้นครองราชย์สืบพระราชสันตติวงศ์ต่อไป ตั้งแต่วันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2477 โดยได้รับการเฉลิมพระนามเมื่อวันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2477 ว่า สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวอานันทมหิดล

พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดลทรงเสด็จขึ้นครองราชย์เป็นพระมหากษัตริย์ลำดับที่ 8 แห่งราชจักรีวงศ์ เมื่อวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2477 ขณะที่มีพระชนมายุเพียง 8 พรรษา และประทับอยู่ที่ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ดังนั้น จึงมีการแต่งตั้งคณะผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์เพื่อทำหน้าที่บริหารราชการแผ่นดินจนกว่าพระองค์จะทรงบรรลุนิติภาวะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พระองค์เสด็จนิวัติพระนครครั้งแรก ภายหลังจากทรงครองราชย์ เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2481 และครั้งที่สองเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2488 ระหว่างกำหนดการเสด็จพระราชดำเนินกลับไปทรงศึกษาต่อที่ประเทศสวิตเซอร์แลนด์เพียง 4 วัน พระองค์เสด็จสวรรคตด้วยทรงต้องพระแสงปืนเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2489 ณ ห้องพระบรมมหาราชวัง ภายในพระบรมมหาราชวัง รวมระยะเวลาที่ทรงครองสิริราชสมบัติทั้งสิ้น 12 ปี

ทั้งนี้ในช่วงที่พระองค์ทรงครองราชย์นั้น ได้เสด็จพระราชดำเนินทรงเยี่ยมราษฎรในจังหวัดต่างๆ และทรงเยี่ยมชาวไทยเชื้อสายจีนเป็นครั้งแรก ณ สำเพ็ง พระนคร พร้อมด้วย สมเด็จพระเจ้าน้องยาเธอ เจ้าฟ้าภูมิพลอดุลยเดช เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน พ.ศ. 2489 ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดความขัดแย้งกันระหว่างชาวไทยและชาวไทยเชื้อสายจีนจนเกิดเกิดสงครามกลางเมือง เมื่อพระองค์ทรงทราบเรื่องทรงมีพระราชดำริว่า หากปล่อยความวุ่นวายนี้อาจบานปลายไปจะเป็นผลร้ายตลอดไป จึงทรงตัดสินพระทัยเสด็จพระราชดำเนินสำเพ็ง ซึ่งใช้ระยะเวลาประมาณ 4 ชั่วโมง และพระองค์ทรงพระราชดำเนินด้วยพระบาทเป็นระยะประมาณ 3 กิโลเมตร การเสด็จพระราชดำเนินสำเพ็งในครั้งนี้จึงเป็นการประสานรอยร้าวที่เกิดขึ้นให้หมดไป

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ทรงเป็นพระมหากษัตริย์ ลำดับที่ 9 แห่งราชวงศ์จักรี เสด็จขึ้นครองราชย์เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2489 ถึงปัจจุบัน ทรงดำรงสถานะเป็นพระประมุขแห่งรัฐตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งอยู่เหนือการเมืองทั้งปวง และเป็นทั้งเคารพสักการะของคนไทยทั้งชาติ ทั้งนี้ ทรงเป็นพระมหากษัตริย์ที่มีพระชนมชีพอยู่และทรงเสวยราชย์ยาวนานที่สุดในโลก และยาวนานที่สุดในประวัติศาสตร์ชาติไทยด้วยเช่นกัน

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2501 เป็นต้นมา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เสด็จพระราชดำเนินทรงเยี่ยมราษฎรในทุกภาคส่วนของประเทศไทย เพื่อทรงศึกษาปัญหาความเดือดร้อนของราษฎร และทรงมีพระราชดำริในการแก้ไขปัญหาเหล่านั้น เพื่อประโยชน์สุขของอาณาประชาราษฎร์

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงอยู่ในทศพิศราชธรรมตลอดเวลา พระองค์ทุ่มเทพระวรกาย อุทิศแรงกายให้กับประชาชนทุกยามไม่ว่าจะเกิดเหตุการณ์ใดๆ ก็ตาม พระองค์ก็ไม่เคยท้อแท้ พร้อมทั้งจะฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ เพื่อให้ประชาชนของพระองค์อยู่ดีมีสุขภายใต้พระปหลุณบรมราชโองการก่อนเสด็จเถลิงถวัลราชสมบัติ "เราจะครองแผ่นดินโดยธรรม เพื่อประโยชน์สุขแห่งมหาชนชาวสยาม" พระองค์ปกครองโดยผ่านทางรัฐบาล รัฐสภา และศาล ที่เราเรียกว่า "อำนาจอธิปไตย" ที่พระองค์ต้องมีพระราชวินิจฉัยก่อนลงพระปรมาภิไธยในกฎหมายต่างๆ ทุกครั้งที่ผ่านความเห็นชอบของรัฐสภา และพระบรมราชโองการ พระราชกฤษฎีกา

ในด้านศาสนาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเป็นพุทธมามกะ และองค์พระอัครศาสนูปถัมภก และให้ความเสมอภาคในการนับถือศาสนาของประชาชน โดยไม่ปิดกั้นเชื้อชาติที่เข้ามา พึ่งพระบรมโพธิสมภาร ทุกๆ วันสำคัญพระองค์จะเสด็จฯ บำเพ็ญพระราชกุศลในวันสำคัญทางศาสนา เช่น วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา เป็นต้น และเสด็จฯ ไปถวายผ้าพระกฐิน ณ พระอารามหลวงต่างๆ มีการบูรณะปฏิสังขรณ์วัดวาอารามหลายแห่ง เช่น ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างวัดพระราม ๙ กาญจนาภิเษก และวัดญาณสังวราราม โดยที่พระองค์ทรงนำพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์ไปสร้าง

ด้านศิลปวัฒนธรรม และวรรณคดี ในฐานะที่พระองค์ทรงเป็นพระมหากษัตริย์ที่มีพระปรีชาสามารถในศิลปะแขนงต่างๆ หลายแขนง จนได้รับการยกย่องให้พระองค์เป็นองค์อัครศิลปินแห่งชาติ จากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ งานทางด้านทัศนศิลป์และประติมากรรม พระองค์เฝ้าฯ เสด็จฯ เยี่ยมชมงานศิลปะและงานด้านวัฒนธรรมที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกวัน และทรงสนทนากับศิลปินและนักวิชาการเกี่ยวกับงานศิลปะและงานด้านวัฒนธรรมเป็นประจำทุกวัน นอกจากนี้ยังทรงมีพระปรีชาญาณที่เฉียบแหลมและทรงมีพระวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ทรงมีพระเมตตาต่อศิลปินและนักวิชาการที่สร้างสรรค์งานศิลปะและงานด้านวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อชาติและสังคม ทรงมีพระเมตตาต่อศิลปินและนักวิชาการที่สร้างสรรค์งานศิลปะและงานด้านวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อชาติและสังคม ทรงมีพระเมตตาต่อศิลปินและนักวิชาการที่สร้างสรรค์งานศิลปะและงานด้านวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อชาติและสังคม

ทรงสนพระราชหฤทัยในการฝึกเขียนภาพ และมีพระปรีชาสามารถในเรื่องการถ่ายภาพเป็นอย่างมาก ทรงถ่ายรูปภาพได้หลายรูปแบบ และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทรงปั้นพระพุทธรูปต่างๆ ได้อย่างงดงาม เช่น พระสมเด็จจิตรลดา พระพุทธรูปนารายณ์ เป็นต้น

งานทางด้านวรรณศิลป์ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเชี่ยวชาญในภาษาหลากหลายภาษา ทรงพระราชนิพนธ์บทความ แปลหนังสือ เช่น นายอินทร์ผู้ปิดทองหลังพระ ตีโต พระมหาชนก และพระมหาชนก ฉบับการ์ตูน เรื่องทองแดง เป็นพระราชนิพนธ์เกี่ยวกับคุณทองแดง สุนัขทรงเลี้ยง เป็นต้น บทความ และพระราชนิพนธ์ของพระองค์ ทรงเลือกถ้อยคำที่ทำให้ผู้อ่านเข้าใจง่าย อีกทั้งได้อรรถรสในการอ่านอีกด้วย

ด้านการพัฒนาชนบท พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเสด็จฯ ไปทุกหนแห่งไม่ว่าดินแดนแห่งนั้น จะทุรกันดารเพียงใด ไม่ว่าใกล้ไกลแค่ไหน พระองค์จัดทำโครงการพัฒนาชนบทตามแนวพระราชดำริ ควบคู่ไปในทุกๆ ด้าน ไม่เน้นด้านใดด้านหนึ่ง พระองค์มีจุดประสงค์เดียวคือ เพื่อขจัดความทุกข์ยากของชาวชนบท และสนับสนุนส่งเสริมให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น รวมทั้งแก้ปัญหาสังคมเมืองให้ดีขึ้น โดยจะเห็นได้จากโครงการในพระราชดำริหลายโครงการที่เกิดขึ้นจากความรับผิดชอบของหน่วยงานต่างๆ

ด้านการเกษตร และชลประทาน จะทรงเน้นในเรื่องของการค้นคว้า ทดลอง และวิจัยหาพันธุ์พืชใหม่ๆ ทั้งพืชเศรษฐกิจ พืชสมุนไพร รวมถึงการศึกษาเกี่ยวกับแมลงศัตรูพืช และพันธุ์สัตว์ต่างๆ ที่เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งแต่ละโครงการจะเน้นให้สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง มีราคาถูก ใช้เทคโนโลยีง่าย ไม่สลับซับซ้อน เกษตรกรสามารถดำเนินการเองได้ นอกจากนี้ ยังทรงพยายามไม่ให้เกิดกรรณิการติดกับพืชผลทางการเกษตรเพียงอย่างเดียว เพราะอาจเกิดปัญหาอันเนื่องมาจากความแปรปรวนของสภาพดินฟ้าอากาศ หรือความแปรปรวนทางการตลาด แต่เกษตรกรควรจะมีรายได้จากด้านอื่นนอกเหนือไปจากการเกษตรเพิ่มขึ้นด้วย เพื่อจะได้พึ่งตนเองได้ในระดับหนึ่ง

การพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเพาะปลูกหรือการชลประทาน นับว่าเป็นงานที่มีความสำคัญและมีประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ เพราะเกษตรกรจะสามารถทำการเพาะปลูกได้อย่างสมบูรณ์ตลอดปี เนื่องจากพื้นที่เพาะปลูกในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นพื้นที่นอกเขตชลประทาน ซึ่งต้องอาศัยเพียงน้ำฝนและน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติเป็นหลัก ทำให้พืชได้รับน้ำไม่สม่ำเสมอ และไม่เพียงพอ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งน้ำมากกว่าโครงการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริประเภทอื่น

ด้านการศึกษา พระองค์ได้โปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้งมูลนิธิอานันทมหิดล เพื่อเป็นการถวายพระเกียรติแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวอานันทมหิดล เพื่อสนับสนุนทางด้านคัดเลือกบัณฑิตในสาขาวิชาต่างๆ ไปศึกษาต่อต่างประเทศ เพื่อจะได้ให้บัณฑิตเหล่านั้นนำความรู้ที่ได้ไปศึกษาวิจัยนำผลงานที่ได้กลับมาพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยพระองค์ออกทุนให้ ตลอดจนดูแลเกี่ยวกับความเป็นอยู่ในต่างประเทศนั้นๆ อีกด้วย

2.1.2 ศึกษาเกี่ยวกับมิวเซียมสยาม

2.1.2.1 ความเป็นมาของมิวเซียมสยาม

วันที่ 13 สิงหาคม 2546 มติคณะรัฐมนตรีเห็นชอบตามที่นายกรัฐมนตรีเสนอว่า ปัจจุบันพิพิธภัณฑ์ของไทยมีหลายประเภท และมีสถานที่ตั้งกระจุกกระจายกันอยู่หลายแห่ง อยู่ในความรับผิดชอบของหลายหน่วยงาน ทำให้ไม่เป็นที่สนใจ และรู้จักแพร่หลายเท่าที่ควรสำหรับประชาชน และนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป หากสามารถจัดหาสถานที่ที่เหมาะสมแล้วจัดสร้างเป็น พิพิธภัณฑ์แห่งชาติขนาดใหญ่ โดยอาจแยกเป็นอาคารพิพิธภัณฑ์ (Hall) ด้านต่างๆ ให้ครบถ้วน ก็จะทำให้เป็นแหล่งรวม

ความรู้ ศิลปวิทยาการ รวมทั้งแสดงถึงวัฒนธรรมความเจริญรุ่งเรืองของประเทศไทย ได้อย่างครบวงจร และเป็นที่น่าสนใจแก่นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป นอกจากนี้ยังจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของประเทศ จึงมอบให้รองนายกรัฐมนตรี (นายจาตุรนต์ ฉายแสง) รับเรื่องนี้ไปพิจารณาในรายละเอียดร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

วันที่ 7 และ 14 ตุลาคม 2546 คณะรัฐมนตรีมีมติรับทราบความก้าวหน้า เรื่องการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์รวม และแนวทางการเตรียมการจัดสร้างพิพิธภัณฑ์แห่งใหม่ โดยมีสาระสำคัญของเรื่องดังนี้

1. เห็นชอบในหลักการ และแนวคิดของพิพิธภัณฑ์รวมที่จะจัดตั้งขึ้นใหม่ว่า ควรเป็นพิพิธภัณฑ์ระดับชั้นนำของภูมิภาคที่มีลักษณะเป็นแหล่งรวบรวมความรู้ สาขาต่างๆ ในเชิงบูรณาการอย่างกว้างขวาง ทั้งในส่วนที่เกี่ยวกับความเป็นไทย และส่วนที่เกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านและภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการนำเสนอ ทั้งนี้ จะต้องมีการเชื่อมโยงและบูรณาการระหว่างพิพิธภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วกับพิพิธภัณฑ์ที่จะมีการจัดตั้งขึ้นใหม่ รวมทั้งการดูแลในระยะยาว

2. เห็นชอบแนวทางการเตรียมการจัดสร้างพิพิธภัณฑ์แห่งใหม่ ประกอบด้วย หลักการ กระบวนการ และการจัดตั้งคณะกรรมการฯ ดังนี้

หลักการพิพิธภัณฑ์ที่จะจัดสร้างขึ้นใหม่นี้ ต้องมีจุดเป้าหมายหลักอยู่ที่การเรียนรู้ เพื่อความองอาจของสติปัญญา ความคิดริเริ่มและสำนึกของความเป็นไทยซึ่งเป็นแนวคิดที่แตกต่างจากกระบวนการจัดพิพิธภัณฑ์แต่เดิมที่มุ่งเน้นการเก็บรวบรวมวัตถุ การถ่ายทอดความรู้ หรือการเชื่อมโยงกับผู้คนเป็นหลัก อีกทั้งต้องมีการบริหารที่มีประสิทธิภาพ คล่องตัว และทันสมัย กระบวนการในการดำเนินงานพิพิธภัณฑ์จำเป็นต้องมียุทธศาสตร์ในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเปลี่ยน “ภาพลักษณ์” ของพิพิธภัณฑ์จากเดิม มาเป็นแหล่งความรู้ที่เปิดกว้างสู่พรมแดนแห่งความรู้ในหลายมิติ (กว่าจะเป็นมิวเซียมสยาม. 2552. [Online]. Available : <http://www.ndmi.or.th/>)

2.1.2.2 วิสัยทัศน์มิวเซียมสยาม

เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ให้ความรู้เรื่องความเป็นมาของบ้านเมือง จนมาเป็นประเทศไทยในปัจจุบัน เพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้ สร้างสำนึกรักบ้านเมือง และท้องถิ่นของตน รวมทั้งเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในลักษณะ “เครือข่าย” กับประเทศเพื่อนบ้านอันเป็นองค์ความรู้ที่นำไปสู่ความมั่นคงและสันติภาพในภูมิภาค

2.1.2.3 กลุ่มเป้าหมายมิวเซียมสยาม

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ คนไทย ประกอบด้วยเด็ก เยาวชน นักเรียน นักศึกษา ประชาชนทั่วไป กลุ่มเป้าหมายรอง คือ ชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวทั่วไป

2.1.2.4 ลักษณะการนำเสนอของมิวเซียมสยาม

เป็นพิพิธภัณฑ์ชั้นนำที่ทันสมัย มีแนวคิดในการนำเสนอที่ใช้แนวคิดเชิง Thematic Approach คือ การนำเสนอแก่นเรื่องราวแทนการเน้นแต่วัตถุ (Object - based) แบบสมัยก่อน เน้นการเรียนรู้ที่เข้าถึงผู้ชมทุกกลุ่มเป้าหมาย ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยไม่จำกัดเพศ-วัย คุณวุฒิและฐานะทางสังคม มีการใช้แนวคิดแบบ Interactive Approach เพื่อสร้าง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมและสิ่งแสดง พิจารณาเลือกใช้สื่อหลายประเภท (Multi-media for the Exhibition) เพื่อเสริมสร้างความรู้ และบรรยากาศในการเรียนรู้ของกลุ่มเป้าหมาย มีทั้งการจัดแสดงแบบถาวร และแบบหมุนเวียน มีกิจกรรม และกระบวนการเรียนรู้ที่ต่อเนื่องเพื่อสร้างความรู้ชีวิตให้แก่พิพิธภัณฑ์ พื้นที่ทางกายภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็น Complex Museum ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มอาคารที่ตอบสนองต่อการใช้งาน และการจัดแสดงที่หลากหลาย มีการศึกษาวิจัยต่อเนื่อง เพิ่มพูนองค์ความรู้แก่คลังความรู้ของประเทศชาติ เชื่อมโยงแขนงความรู้สากล กับ ภูมิปัญญาไทย มีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ คล่องตัว และทันสมัย เปิดโอกาสแก่การมีส่วนร่วมของประชาชน นักวิชาการ ชุมชน และสังคม อย่างกว้างขวาง มีส่วนอำนวยความสะดวกครบถ้วน

2.1.2.5 แนวทางการนำเสนอในมิวเซียมสยาม

เน้นการนำเสนอเนื้อหาเชิงบูรณาการ เพื่อให้ครอบคลุมองค์ความรู้ ทั้งด้านภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ มานุษยวิทยา โบราณคดี ชาติพันธุ์วิทยา สิ่งแวดล้อม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และศิลปกรรมศาสตร์ ฯลฯ ใช้งานวิจัยเป็นพื้นฐานในการสร้างเนื้อหา ในการรวบรวมเนื้อหาใช้การศึกษาวิเคราะห์ จัดลำดับความคิด เพื่อสร้าง “แก่นเรื่องรวม” (Theme) ให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ โดยใช้ทักษะของการเล่าเรื่อง (Story Telling) เริ่มตั้งแต่การปูพื้น เกริ่นนำ การเดินเรื่อง การสร้างจุดเน้น การสรุป และการนำความคิดไปสร้างจินตภาพให้เห็นรูปลักษณะของนิทรรศการโดยรวม แบ่งเนื้อหาออกเป็นประเด็นต่างๆ แต่ละประเด็นคำนึงถึงบริบทเพื่อสร้างความตระหนักรู้ จุดประกายให้เกิดความใฝ่รู้ ง่ายต่อการเรียนรู้ และความเข้าใจ ง่ายต่อการจดจำ และนำไปคิดวิเคราะห์ด้วยตนเอง

2.1.2.6 แนวทางการจัดแสดงในมิวเซียมสยาม

มิวเซียมสยามเป็น Complex Museum ที่นำเสนอเนื้อหาเชิงบูรณาการ แสดงความเป็นมาของประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้าน ในช่วงระยะเวลา 3 ช่วง โดยมีได้มีการเรียงลำดับเหตุการณ์ตามปีพุทธศักราช และอีก 1 แนวคิดหลัก คือ เรื่องพุทธศาสนาอันเป็นศาสนาประจำชาติ ซึ่งทั้งสามช่วงเวลาดังกล่าวนั้นประกอบด้วย

1. ช่วงสุวรรณภูมิ เริ่มตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ที่มีเหตุการณ์ต่างๆ เกิดขึ้นในภูมิภาคนี้ โดยส่วนหนึ่งได้ทำการเปรียบเทียบกับส่วนอื่นๆ ของโลกด้วย
2. ช่วงสยามประเทศ หรือสมัยอยุธยา
3. ช่วงประเทศไทย ซึ่งเป็นช่วงแห่งการเปลี่ยนสยามเป็นประเทศที่มีความสมัยใหม่มากขึ้น จนกระทั่งถึงช่วงเปลี่ยนแปลงการปกครอง

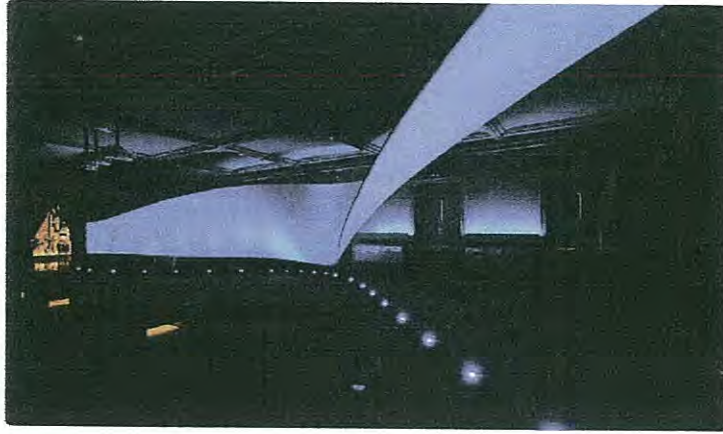
ทั้งนี้เนื้อหาที่จัดแสดงในนิทรรศการนั้น มีลักษณะเป็นการตั้งคำถามตั้งแต่เริ่มการเข้าชม นิทรรศการ โดยในชั้นแรกจะมีการฉายภาพยนตร์สั้น 7 เรื่อง ที่ประกอบด้วยตัวละคร 7 ตัว 7 ลักษณะ ซึ่งตัวละครแต่ละตัวจะทำการโน้มน้าวให้ผู้ชมเข้าไปสู่ห้องจัดแสดงอื่นๆ ต่อไป

2.1.2.7 นิทรรศการที่จัดแสดงในมิวเซียมสยาม

การจัดแสดงในมิวเซียมสยาม แบ่งได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. นิทรรศการถาวร ประกอบด้วย 17 ห้องนิทรรศการ ดังนี้

1.1 เบิกโรง (Immersive Theater) เป็นการเบิกตัวละครทั้งเจ็ดที่จะพาผู้ชมย้อนกลับไปสู่เรื่องราวอันเป็นต้นกำเนิด จากสุวรรณภูมิสู่สยามประเทศ ถึงประเทศไทย เพื่อค้นหาคำตอบว่าเราคือใคร และอะไรคือไทย



ภาพที่ 2.1 ห้องเบิกโรง (ที่ตั้ง : ชั้น 1)

(ห้องเบิกโรง. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/2>)

1.2 ไทยแท้ (Typically Thai) เป็นห้องที่ทำให้เกิดความอยากรู้อยากเห็นว่าไทยแท้คืออะไร เป็นอย่างไรจึงเรียกว่าไทยแท้ และสิ่งที่คุณคิดว่าไทยแท้ที่นั่นจริงหรือไม่ หรืออาจเป็นเรื่องของการผสมผสาน การหล่อหลอมทางวัฒนธรรมจึงก่อให้เกิดสิ่งต่างๆ ขึ้นมา ห้องนี้จึงเป็นการบอกกล่าวๆ ว่าไม่มีสิ่งใดที่เป็นไทยแท้ทั้งหมด หากแต่เป็นการหลอมรวมวัฒนธรรมที่แตกต่างกันเข้ามา สถานที่จัดแสดงตั้งอยู่ที่บริเวณชั้น 1



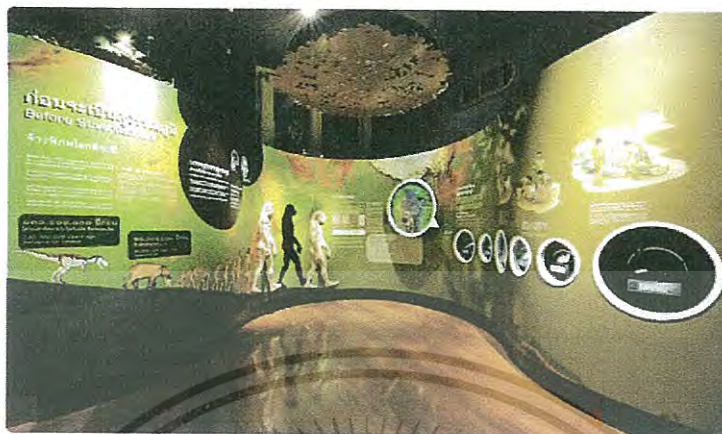
ภาพที่ 2.2 ห้องไทยแท้ (ที่ตั้ง : ชั้น 1)

(ห้องไทยแท้. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/3>)

1.3 เปิดตำนานสุวรรณภูมิ (Introduction to Suvarnabhumi) เป็นห้องที่แสดงถึงวิวัฒนาการทางสังคมก่อนจะมาเป็นบรรพบุรุษชาวสุวรรณภูมิ ซึ่งมีใจความสำคัญว่า “สุวรรณภูมิ” คือชื่อที่ชาวโลกเมื่อประมาณ 3,000 ปีก่อนใช้เรียกดินแดนแห่งความอุดมสมบูรณ์ทางทิศตะวันออกของอินเดีย อย่างไรก็ตาม หลักฐานทางโบราณคดีไม่มีความชัดเจนพอที่จะชี้ได้ว่า สุวรรณภูมิอยู่ที่ไหน แต่อาจจะเป็นไปได้ว่า “สุวรรณภูมิ” หรือในชื่ออื่นๆ จากบันทึกของนักเดินทาง มิได้หมายถึงเมืองใดเมืองหนึ่ง หากแต่เป็นการกล่าวถึงดินแดนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่นเดียวกับที่เราเรียก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดินแดนทางตะวันตกกว่า “ยุโรป” โดยไม่ได้เจาะจงว่าเป็นประเทศใดประเทศหนึ่ง โดยส่วนหนึ่งของพื้นที่สุวรรณภูมิก็มีกรุงเทพฯ ที่นอนสงบนิ่งอยู่ใต้ทะเลรวมอยู่ด้วย ซึ่งการศึกษาโครงกระดูก หลุมฝังศพ และอารยธรรมที่ฝังอยู่ใต้ดินทำให้รู้จักดินแดนแห่งนี้มากขึ้น



ภาพที่ 2.3 ห้องเปิดตำนานสุวรรณภูมิ (ที่ตั้ง : ชั้น 3)

(ห้องเปิดตำนานสุวรรณภูมิ. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/4>)

1.4 สุวรรณภูมิ (Suvarnabhumi) เป็นห้องที่ทำให้รู้จัก “สุวรรณภูมิ” ดินแดนแห่งความมั่งคั่งรุ่งเรืองผ่านผู้คน การเกษตรกรรม การค้า การสร้างเมือง เทคโนโลยีการผลิตโลหะ และความเชื่อ (ผี-พราหมณ์-พุทธ) ซึ่งจะช่วยให้รู้ว่าสุวรรณภูมิ คือ รากเหง้าของประเทศไทย



ภาพที่ 2.4 ห้องสุวรรณภูมิ (ที่ตั้ง : ชั้น 3)

(ห้องสุวรรณภูมิ. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/5>)

1.5 พุทธิปัญญา (Buddhism) สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับหัวใจของพุทธศาสนา ซึ่งมี คาลาเย ฌมมา (อ่านว่า เย-ท่า-มา) แปลว่า สิ่งทั้งหลายมีเหตุเป็นแดนเกิด ถือเป็นคาลายอดนิยมแห่งสุวรรณภูมิ มูลเหตุแห่งความใจกว้าง และสันติ

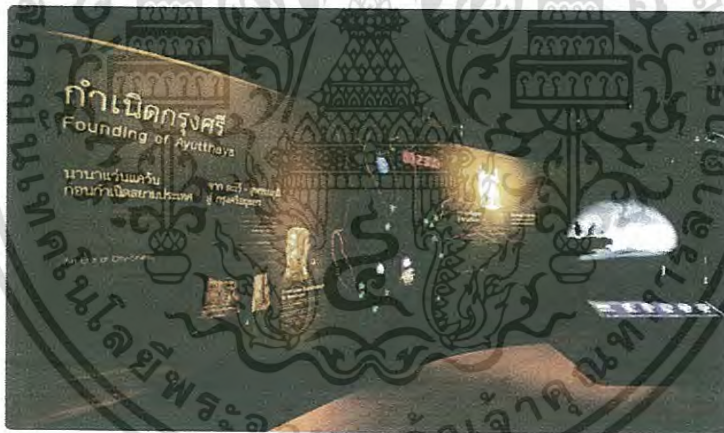
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.5 ห้องพุทธิปัญญา (ที่ตั้ง : ชั้น 3)

(ห้องพุทธิปัญญา. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/6>)

1.6 กำเนิดสยามประเทศ (The Founding of Ayutthaya) นำเสนอด้วยเทคนิคที่หลากหลาย เพื่อให้เห็นนานาแว่นแคว้นต่างๆ ที่เริ่มก่อตัวขึ้นเป็นนครรัฐ และสืบสานเรื่องราวของวีรบุรุษผู้สถาปนากรุงศรีอยุธยาจากตำนานท้าวอุทอง เรื่องเล่าที่แสดงให้เห็นถึงการผสมผสานทางเชื้อชาติ และวัฒนธรรม



ภาพที่ 2.6 ห้องกำเนิดสยามประเทศ (ที่ตั้ง : ชั้น 3)

(ห้องกำเนิดสยามประเทศ. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/7>)

1.7 สยามประเทศ (Siam) กรุงศรีอยุธยามีสภาพภูมิศาสตร์ที่เหมาะสม ทั้งยังมีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ และด้วยอำนาจทางการเมืองที่กว้างไกล ทำให้สามารถควบคุมการผลิตภายในราชอาณาจักรได้ นอกจากนี้กรุงศรีอยุธยายังเป็นอาณาจักรที่อยู่ใกล้ทะเล จึงพัฒนาตัวเองขึ้นเป็นศูนย์กลางการค้าทางทะเลของภูมิภาค และสืบเนื่องจากการติดต่อค้าขายนี้เอง ที่ทำให้เกิดการผสมผสานระหว่างผู้คน และวัฒนธรรม เกิดเป็นความรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมที่หลากหลายขึ้นในแผ่นดิน ไม่ว่าจะเป็นการเมือง การทหาร ภาษา และสถาปัตยกรรม

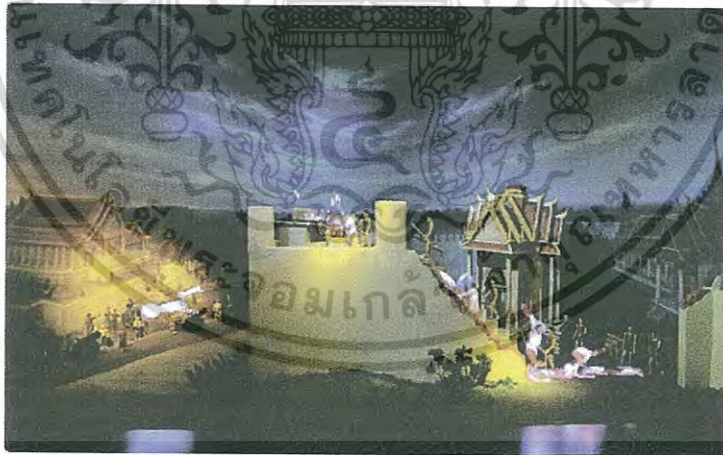
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.7 ห้องสยามประเทศ (ที่ตั้ง : ชั้น 3)

(ห้องสยามประเทศ. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/7>)

1.8 สยามยุทธ (The War Room) สงครามในสมัยกรุงศรีอยุธยาามีมูลเหตุใหญ่ๆ คือ ความต้องการแสดงพระองค์ของกษัตริย์ ในฐานะ “พระเจ้าจักรพรรดิ” เหนือพระเจ้าแผ่นดิน และเพื่อกวาดต้อน “คน” อันเป็นแรงงาน และกำลังรบ รวมถึงการครอบครองสินค้าสำคัญของรัฐอื่น สงครามจึงไม่ใช่เรื่องของรัฐต่อรัฐ หากเป็นเรื่องของพระมหากษัตริย์รัฐหนึ่งกับพระมหากษัตริย์อีกรัฐหนึ่ง และนอกจากการสู้รบแล้ว ยังมีการแสดงถึงภูมิปัญญา การวางกลยุทธ์ กลุ่มชาติพันธุ์ และศิลปกรรมอีกด้วย

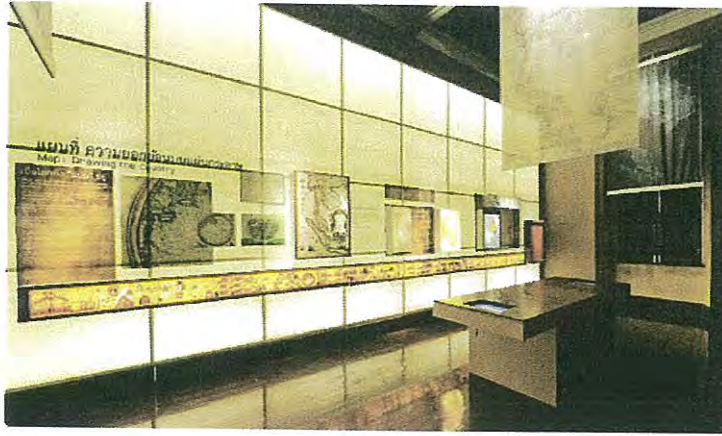


ภาพที่ 2.8 ห้องสยามยุทธ (ที่ตั้ง : ชั้น 3)

(ห้องสยามยุทธ. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/8>)

1.9 แผนที่ความยกย่องบนแผ่นกระดาษ (The Map Room) ผืนดินตามธรรมชาติ คงไม่มีเส้นแบ่งใดๆ มาวางกันผู้คน แต่เส้นพรมแดนก็ถูกสร้างขึ้นโดยผู้ล่าอาณานิคมเพื่อแบ่ง “เขา” สร้าง “เรา” และรวมไปถึงการสร้าง “ชาติ” ให้มีตัวตนขึ้นมาจริงๆ มูลเหตุที่ทำให้เกิดการตัดแบ่งชุมชนเชื้อชาติญาติพี่น้องออกจากกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.9 ห้องแผนที่ความยอกย้อนบนแผ่นกระดาษ (ที่ตั้ง : ชั้น 2)
(ห้องแผนที่ความยอกย้อนบนแผ่นกระดาษ. 2552. [Online]. Available : <http://www.museum-siam.com/exhibition/9>)

1.10 กรุงเทพฯ ภายใต้ฉากอยุธยา (Bangkok : New Ayutthaya) เรื่องราวเมื่อครั้งสิ้นกรุงศรีอยุธยา ชาวกรุงศรีอยุธยาได้สร้างเมืองขึ้นมาใหม่ บนผืนดิน “บางกอก” โดยได้จำลองแนวคิดและสืบสานวัฒนธรรมมาจากเมืองเก่ามากมาย อีกทั้งเมื่อเริ่มสร้างกรุงใหม่ได้เกณฑ์ผู้คนหลากหลายเชื้อชาติมาช่วยกัน จนเมื่อสร้างเสร็จจึงลงหลักปักฐาน กลายเป็นชาวกรุงเทพฯ ในที่สุด



ภาพที่ 2.10 ห้องกรุงเทพฯ ภายใต้ฉากอยุธยา (ที่ตั้ง : ชั้น 2)
(ห้องกรุงเทพฯ ภายใต้ฉากอยุธยา. 2552. [Online]. Available : <http://www.museum-siam.com/exhibition/10>)

1.11 ชีวิตนอกกรุงเทพฯ (Village Life) สื่อให้เห็นถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น และความฉลาดหลักแหลม ไม่ว่าจะ เป็นของเล่น อุปกรณ์การดักสัตว์ เครื่องมือทำกิน ความเชื่อ และพิธีกรรม ที่แสดงให้เห็นถึงอัจฉริยะแห่งการสร้างสรรค์ และวิถีเกษตรที่ผูกพันกับชาวสยามมาจนถึงทุกวันนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.11 ห้องชีวิตนอกกรุงเทพฯ (ที่ตั้ง : ชั้น 2)

(ห้องชีวิตนอกกรุงเทพฯ. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/11>)

1.12 แพลงโฉมสยามประเทศ (Changes) การติดต่อกับโลกตะวันตก ทำให้เกิดปรากฏการณ์ใหม่ๆ ในสังคมสยามหลายด้าน การเริ่มสร้างถนน ไม่เพียงแต่เปลี่ยนวิถีการคมนาคมเท่านั้น หากยังเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้คนที่คุ้นชินกับสายน้ำ และความเข้มข้น นับจากนี้ถนนจะเร่ง กงล้อแห่งความเปลี่ยนแปลงให้สยามเปลี่ยนโฉมไปตลอดกาล



ภาพที่ 2.12 ห้องแปลงโฉมสยามประเทศ (ที่ตั้ง : ชั้น 2)

(ห้องแปลงโฉมสยามประเทศ. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/12>)

1.13 กำเนิดประเทศไทย (Politics & Communications) จากสยาม ทำไมกลายเป็นไทย ห้องนี้จะกระตุ้นให้เกิดการค้นหาคำตอบว่า “วันเกิดประเทศไทยคือวันที่เท่าไร” และ “กรมโฆษณาการมาเกี่ยวข้องอย่างไร”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.13 ห้องกำเนิดประเทศไทย (ที่ตั้ง : ชั้น 2)

(ห้องกำเนิดประเทศไทย. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/13>)

1.14 สีสันตะวันตก (Thailand and the World) เป็นห้องที่แสดงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์โลกใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างมีชีวิตชีวา ภายหลังจากความบอบช้ำจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ในทศวรรษ 1940 เศรษฐกิจที่กำลังรุ่งเรือง ผู้คนยิ้มแย้มแจ่มใส เสียงเพลงแห่งความหวัง และสนุกสนาน กล่อมให้ผู้คนลืมความเจ็บปวดจากสงครามไปได้หมดสิ้น และประเทศไทยก็โยก “ดอลลาร์” จากการเปิดต้อนรับวัฒนธรรมอเมริกันอย่างเป็นทางการเป็นลำดับ



ภาพที่ 2.14 ห้องสีสันตะวันตก (ที่ตั้ง : ชั้น 2)

(ห้องสีสันตะวันตก. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/14>)

1.15 เมืองไทยวันนี้ (Thailand Today) ผ่านกาลเวลามากกว่า 3,000 ปี มีสิ่งใดบ้างที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น จนฝังตรึงเป็น “ดีเอ็นเอ” ของความเป็นไทย มีสิ่งดีๆ ใดบ้างที่ยังอยู่กับเรา และมีสิ่งดีๆ ใดบ้างที่หล่นหายไปอย่างน่าเสียดาย ภาวะอันสับสนของคนรุ่นปัจจุบันน่าจะแก้ไขได้ หากทุกคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรียนรู้ “ความเป็นไทยที่แท้จริง” “ความเป็นไทยที่อยู่บนพื้นฐานของความหลากหลาย” “ความเป็นไทยที่รู้จักเลือกรับและปรับใช้” นั่นคือการผสมผสานสิ่งดีงามจนกลายเป็นเอกลักษณ์



ภาพที่ 2.15 ห้องเมืองไทยวันนี้ (ที่ตั้ง : ชั้น 2)

(ห้องเมืองไทยวันนี้. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/15>)

1.16 มองไปข้างหน้า (Thailand Tomorrow) เป็นห้องที่ตอกย้ำว่า “วันพรุ่งนี้ของประเทศไทยจะเป็นเช่นไร คนรุ่นปัจจุบันเท่านั้นที่จะให้คำตอบได้”



ภาพที่ 2.16 ห้องมองไปข้างหน้า (ที่ตั้ง : ชั้น 2)

(ห้องมองไปข้างหน้า. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/16>)

1.17 ตึกเก่าเล่าเรื่อง (ห้องพิเศษที่มาของมิวเซียมสยาม) ผู้ชมสามารถเรียนรู้ทุกอย่างในมิวเซียมสยาม นับตั้งแต่ความเป็นมาและพัฒนาการของพื้นที่ในบริเวณนี้ แม้กระทั่งตัวอาคารนิทรรศการ เนื่องจากตอนบูรณะ “อาคารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ (เดิม)” ซึ่งสร้างขึ้นในสมัยรัชการที่ 6 เพื่อเป็นอาคารพิพิธภัณฑน์นั้น ได้มีการค้นพบความเก๋ก้างของสถาปนิก และช่างในสมัยก่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ยังจัดให้มีการชุดค้นทางโบราณคดีในพื้นที่ ซึ่งนำไปสู่การค้นพบรากฐานของวังในสมัยรัชการที่ 3 และรัชกาลที่ 5 ทีมงานผู้จัดสร้างพิพิธภัณฑ์จึงอยากชักชวนให้ผู้ชมมาสวมวิญญาณเป็น “นักโบราณคดีสมัครเล่น” และค้นหาอดีตของพื้นที่แห่งนี้



ภาพที่ 2.17 ห้องติกเก่าเล่าเรื่อง (ที่ตั้ง : ชั้น 2)

(ห้องติกเก่าเล่าเรื่อง. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/17>)

2. นิทรรศการชั่วคราว

2.1 นิทรรศการ เรื่อง “กินของเน่า” นำเสนอภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนไทยโบราณในการทำอาหารให้ “เน่าเสีย” ด้วยกระบวนการหมักดอง ความชาญฉลาดที่สอดคล้องกับหลักการถนอมอาหารในยุคปัจจุบัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าคนโบราณคือ นักวิทยาศาสตร์ และศิลปินเอก ที่นำจุลินทรีย์มาใช้ประโยชน์ได้แม้ไม่มีกล้องจุลทรรศน์ เกิดการสร้างสรรคอาหารรสชาติแปลกใหม่ กลายเป็นสัญลักษณ์การกินที่เป็นตัวตนของคนไทย บ่งบอกถึงการอยู่ร่วมกันของผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์ในผืนแผ่นดินไทยที่มีมาอย่างยาวนาน รวมถึงประวัติศาสตร์การค้าในสมัยโบราณที่มีเกลือเป็นเครื่องสร้างความมั่งคั่ง และโอกาสทางการค้าในยุคปัจจุบันจากการต่อยอดผลิตภัณฑ์

การตีความวัฒนธรรมการกินของเน่า ภูมิปัญญาที่นำมาซึ่งความอร่อย การอยู่รอด เงินตรา วรรณะ วัฒนธรรม และความเชื่อ ท่ามกลางบรรยากาศตลาดสด และร้านอาหาร โดยมี เชฟชาคริต แย้มนาม เป็นผู้แนะนำเมนู พร้อมเลือกซื้อเมนูหมักดองระดับ OTOP ได้ตั้งแต่วันที่ 10 กรกฎาคม - 4 พฤศจิกายน 2555

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.18 นิทรรศการเรื่อง “กินของเก่า”

(นิทรรศการ. 2555. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/museumsiam/index.php/2012-05-01-04-40-40/2012-05-01-04-55-53>)

2.2 นิทรรศการ เรื่อง “เรื่องหนักหัว” นำเสนอเรื่องราวของ “หมวก” “เครื่องศราภรณ์” และ “เครื่องประกอบศีรษะ” เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวและความเป็นมาของผู้คนที่อาศัยในดินแดนสุวรรณภูมิ ซึ่งเครื่องประกอบศีรษะที่สวมใส่อยู่บนหัวได้เข้าไปมีบทบาทและความสำคัญในแง่มุมต่าง ๆ ตั้งแต่ยุคอดีตจนถึงปัจจุบัน

โดยนิทรรศการ “เรื่องหนักหัว” เป็นนิทรรศการรูปแบบใหม่ ที่จะแทรกเข้าไปอยู่ในนิทรรศการถาวร “เรียงความประเทศไทย” ในห้องต่าง ๆ ภายในมิวเซียมสยามอย่างกลมกลืน และสอดคล้องกับช่วงยุคสมัยนั้น ๆ อาทิ ห้องเปิดตำนานสุวรรณภูมิ จะนำเสนอเรื่องของหน้ากากที่ใช้ในพิธีกรรมของชนยุคก่อนประวัติศาสตร์ผ่านหลักฐานภาพเขียนสีบนผนังถ้ำที่พบได้ในสถานที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ และการนำเสนอเรื่องของ “ลอมพอก” หมวกของขุนนางในสมัยกรุงศรีอยุธยาที่รับอิทธิพลมาจากเปอร์เซีย ที่ถูกจัดแสดงในห้องสยามประเทศ

นอกจากนี้ในห้องกำเนิดประเทศไทย ยังนำเสนอเรื่องราวของ “มาลान้ำไทย” ในยุค “รัฐนิยม” ของจอมพล ป.พิบูลสงคราม ที่มีการนำหมวกมาใช้ในการสร้างความศิวิไลซ์ให้กับสยามประเทศ พร้อมทั้งยังเชิญชวนทุกท่านมาร่วมกันสืบค้นที่มาของ “มงกุฎ” และ “ชฎา” และร่วมกันค้นหาคำตอบว่า สิ่งเหล่านี้เป็นสัญลักษณ์ของความเป็นไทยจริงหรือไม่ และเพราะอะไร “เลดีกาก้า” ที่ใส่ชฎาเล่นคอนเสิร์ตในประเทศไทยจึงถูกตำหนิ แต่โซน และนางละครรำกลับสวมใส่ได้อย่างเป็นเรื่องธรรมดา ทั้งนี้ นิทรรศการ “เรื่องหนักหัว” จัดแสดงระหว่างวันที่ 28 สิงหาคม - 9 ธันวาคม 2555



ภาพที่ 2.19 นิทรรศการเรื่อง “เรื่องหนักหัว”

(นิทรรศการ. 2555. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/museumsiam/index.php/2012-05-01-04-40-40/2012-05-01-04-55-53/14-2012-05-01-04-31-34/116-2012-08-27-03-33-00>)

2.3 นิทรรศการ เรื่อง “Please Mind the Gap (โปรดระวังห้องว่างระหว่างเรา)” เป็นนิทรรศการที่ชักชวนให้ผู้ชมร่วมค้นหา “ตัวตน” ของคน 3 ยุค ได้แก่ ยุคสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุค 60's และยุคปัจจุบัน ที่มีความแตกต่างกันทั้งความคิด พฤติกรรม ซึ่งสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ด้าน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของแต่ละยุคสมัย เพื่อให้รุ่นเล็กและรุ่นใหญ่ในครอบครัวยุคปัจจุบัน เข้าใจถึงความเป็นตัวตนของกันและกันมากขึ้น

นิทรรศการนำเสนอผ่าน “ห้องนอนและห้องน้ำ” ของคน 3 ยุค โดยกระตุ้นให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนอยู่ในยุคนั้นด้วยสิ่งของเครื่องใช้ แสง และเสียงประกอบเสมือนจริง สรุปคำตอบเรื่องความแตกต่างด้วย “ภาพยนตร์สั้น” ซึ่งได้รับเกียรติจากนักแสดงชื่อดัง คุณศรีบุญ วงศ์กระจ่าง และ คุณวิษณุวิสิฐ หิรัญวงษ์กุล (พีช วงออกัส) รับบทเป็นพ่อและลูกชายในแต่ละยุคสมัย เนื้อเรื่องเล่าถึงวิถีการดำเนินชีวิตและการปฏิบัติตนต่อกันระหว่างพ่อกับลูก ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสังคมไทย นิทรรศการจัดแสดงตั้งแต่วันที่ 18 – 31 พฤษภาคม 2555



ภาพที่ 2.20 นิทรรศการเรื่อง “Please Mind the Gap (โปรดระวังห้องว่างระหว่างเรา)”

(นิทรรศการ. 2555. [Online]. Available : <http://www.facebook.com/events/228826703894840/>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 นิทรรศการ เรื่อง “๙ สถาปัตยกรรมศิลป์ พระภูมินทร์อัครศิลปินสยาม” โดยความร่วมมือของสถาบันศิลปสถาปัตยกรรมไทยเฉลิมพระเกียรติ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรมส่งเสริมวัฒนธรรม และมิวเซียมสยาม

เป็นนิทรรศการที่จัดแสดงผลงานศิลปสถาปัตยกรรมไทยจำนวนเก้าชิ้นที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มีพระบรมราชวินิจฉัยในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งส่วนของแนวพระราชดำรินำด้านการออกแบบ ด้านรูปแบบสถาปัตยกรรม และรายละเอียดของศิลปกรรมที่ปรากฏในผลงานนั้น ๆ รวมถึงแนวพระราชดำรินำเนื่องกับความพอเพียงที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้แม้ในงานออกแบบทางสถาปัตยกรรม

แสดงให้เห็นถึงพระอัจฉริยภาพและพระปรีชาสามารถ ที่ทรงมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงงานทางด้านศิลปสถาปัตยกรรมไทยเป็นอย่างดี รวมถึงพระมหากรุณาธิคุณที่มีต่อพสกนิกรชาวไทย ผ่านงานศิลปสถาปัตยกรรมไทยที่คนไทยหลายคนอาจยังไม่ทราบ ซึ่งผลงานทั้งเก้าชิ้นนี้ได้ปรากฏอยู่ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศโดยสถาปนิกศิลปินแห่งชาติ ผู้ถวายงานทั้งสามท่าน คือ อ.ดร. ประเวศ ลิ้มปรีงชัย, พล.อ.ต.อาวุธ เงินชูกลิ่น, อ.วนิดา พิงสุทร

ผลงานเหล่านี้มีความหลากหลายทั้งขนาด รูปแบบ และการใช้สอยผ่านการนำเสนอด้วยสิ่งขบข้อมูลของอาคารพระบรมราชวินิจฉัยและแนวพระราชดำรินำที่มีต่องานแต่ละชิ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งลายพระหัตถ์ที่ทรงปรับแก้ไขแบบด้วยพระองค์เอง รวมทั้งหุ่นจำลองของอาคารแต่ละหลังที่บางชิ้นแสดงรายละเอียดเสมือนจริง และบางชิ้นได้ผ่าครึ่งอาคารออกให้เห็นถึงความซับซ้อนภายในอาคารหลังนั้น

ทั้งนี้การจัดนิทรรศการเทิดพระเกียรติในครั้งนี้ คือพันธกิจแรกของ สถาบันศิลปสถาปัตยกรรมไทยเฉลิมพระเกียรติในการจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่คุณูปการแห่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่มีต่องานศิลปสถาปัตยกรรมไทยและเผยแพร่งานศิลปสถาปัตยกรรมไทยซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันสำคัญของชาติ ให้เป็นที่ปรากฏแก่ประชาชนชาวไทย เพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมอันสำคัญของชาติเหล่านี้ และร่วมกันสืบสานและดำรงรักษาให้คงอยู่คู่สังคมไทยสืบไป นิทรรศการจัดแสดงระหว่างวันที่ 27 ธันวาคม 2554 ถึง 29 มกราคม 2555

ภาพที่ 2.21 นิทรรศการเรื่อง “๙ สถาปัตยกรรมศิลป์ พระภูมินทร์อัครศิลปินสยาม”

(นิทรรศการ. 2555. [Online]. Available : <http://www.facebook.com/events/319594211394987/>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 นิทรรศการ เรื่อง “ปรากฏการณ์อินทรนตไม่เว้นวรรค” เป็นครั้งแรกที่จะได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ไทย ผ่านการตีความแปลกใหม่ ในเรื่องราววัฒนธรรมบริโภคนิยม โดยพบกับวัตถุจัดแสดงที่เกี่ยวข้องกับกระแสแฟชั่นที่ส่งอิทธิพลต่อรูปแบบวัฒนธรรมของผู้คนในดินแดนสุวรรณภูมิ จนถึงประเทศไทยในปัจจุบัน ว่ามีการพัฒนา เกิดกระบวนการเลือกรับและคัดกรองรูปแบบวัฒนธรรมอื่นเข้ามาปรับใช้กับรูปแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมอย่างไร? จาก แชก จีน เขมร เปอร์เซีย หรือ ชาว จนมาถึงยุค ฝรั่ง

โดยนิทรรศการนี้จัดแสดงในวันที่ 12 กรกฎาคม – 23 ตุลาคม 2554



ภาพที่ 2.22 นิทรรศการเรื่อง “ปรากฏการณ์อินทรนตไม่เว้นวรรค” (นิทรรศการ. 2554. [Online]. Available : <http://www.facebook.com/events/216710518372420/>)

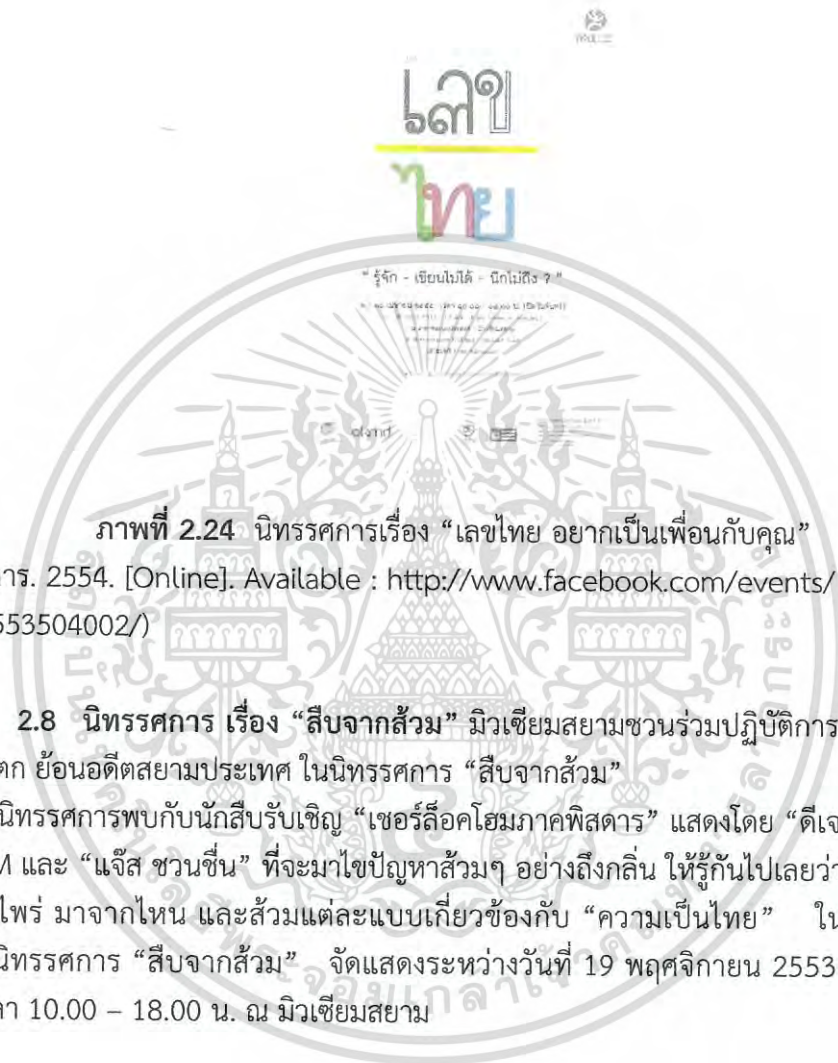
2.6 นิทรรศการ เรื่อง “Know-How ชาวนา นักค้นคว้าแห่งท้องทุ่ง” มิวเซียมสยาม เนรมิตแปลงนาข้าว ขั้นตอนในการปลูก และเครื่องมือเครื่องใช้มาจัดตั้งไว้ใจกลางเมือง ตลอดจนเรียนรู้ภูมิปัญญาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวนา จัดแสดงวันที่ 12 พฤษภาคม - 25 กันยายน 2554



ภาพที่ 2.23 นิทรรศการเรื่อง “Know-How ชาวนา นักค้นคว้าแห่งท้องทุ่ง” (นิทรรศการ. 2554. [Online]. Available : <http://www.facebook.com/events/173755976015230/>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 นิทรรศการ เรื่อง “เลขไทย อยากเป็นเพื่อนกับคุณ” มารู้จักเพื่อนเก่าที่ชื่อ “เลขไทย” กันอีกครั้ง บนความเข้าใจที่แตกต่างใน “เลขไทย : รู้จัก-เขียนไม่ได้-นึกไม่ถึง ?” นิทรรศการฝีมือคนรุ่นใหม่จากกลุ่มเยาวชนชนะเลิศโครงการ “Young Muse Project ครั้งที่ ๑” การพบกันครั้งนี้ เลขไทย จะบอกเล่าทุกเรื่องราวความเป็นมา ทั้งลีลาของเส้น ของสาย สำเนียงของคำเรียกขาน และลมหายใจของการดำรงอยู่ในโลกปัจจุบัน จัดแสดงระหว่างวันที่ 2 – 30 เมษายน 2554



2.8 นิทรรศการ เรื่อง “สืบจากส้วม” มิวเซียมสยามชวนร่วมปฏิบัติการ “ขี้” คลายคติเด็ดเว็จแตก ย้อนอดีตสยามประเทศ ในนิทรรศการ “สืบจากส้วม”

ในนิทรรศการพบกับนักสืบรับเชิญ “เซอร์ลือคโฮมภาคพิสดาร” แสดงโดย “ดีเจโจ๊ก” แห่งคลื่น 94.0 EFM และ “แจ๊ส ชวนชื่น” ที่จะมาไขปัญหาส้วมๆ อย่างถึงก้น ให้รู้กันไปเลยว่า ส้วมพระ ส้วมเจ้า ส้วมไพร่ มาจากไหน และส้วมแต่ละแบบเกี่ยวข้องกับ “ความเป็นไทย” ในตัวคุณอย่างไร

นิทรรศการ “สืบจากส้วม” จัดแสดงระหว่างวันที่ 19 พฤศจิกายน 2553 – 17 เมษายน 2554 เวลา 10.00 – 18.00 น. ณ มิวเซียมสยาม



ภาพที่ 2.25 นิทรรศการเรื่อง “สืบจากส้วม”

(นิทรรศการ. 2554. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/temporary/tales>)

2.9 นิทรรศการ เรื่อง “เครื่องรางของขลัง” นำเสนอเรื่องราวของระบบความเชื่อท้องถิ่นของกลุ่มคนในสุวรรณภูมิ ซึ่งรวมถึงคนไทยที่เกิดจากการหลอมรวมกับความเชื่อทางศาสนาจนเกิดเป็นระบบความเชื่อที่ค่อนข้างซับซ้อน และฝังแน่น ระบบความเชื่อเหล่านี้สามารถแสดงออกมาในรูปของเครื่องรางของขลังชนิดต่างๆ ซึ่งบางครั้งอาจถูกมองว่าเป็นแต่เพียงเรื่องของความงมงาย แต่ความเชื่อเหล่านี้ยังมีความเกี่ยวเนื่องกับหลักธรรมทางศาสนา ซึ่งอาจจะถูกมองข้ามหรือไม่สามารถเข้าถึงได้ ภายในนิทรรศการจะได้พบกับเรื่องราวของไสยศาสตร์ ความเชื่อ คอลเลกชันเครื่องรางของขลัง พระเครื่อง จากรูปแบบของความเชื่อยังสามารถแปรสภาพมาเป็นวัตถุที่มีคุณค่ายึดเหนี่ยวทางจิตใจ ซึ่งสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างมหาศาล นิทรรศการ “เครื่องรางของขลัง” จัดแสดงระหว่างวันที่ 29 ตุลาคม 2553 – 27 กุมภาพันธ์ 2554



ภาพที่ 2.26 นิทรรศการเรื่อง “เครื่องรางของขลัง”

(นิทรรศการ. 2554. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/temporary/amulet>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.10 นิทรรศการ เรื่อง “จับไมค์ ใส่ชนนก” เป็นการเรียนรู้กับนิทรรศการที่จะไขความสำเร็จของวงการลูกทุ่งไทย ตั้งแต่ยุค “เอลวิส เมืองไทย” สุรพล สมบัติเจริญ “ราชาเพลงลูกทุ่ง” สายัณห์ สัญญา “มาดอนน่าแห่งวงการลูกทุ่งไทย” พุ่มพวง ดวงจันทร์ จนถึงลูกทุ่งสมัยปัจจุบัน “หนุ่มตามฝันจากบ้านไกล” ไม้ พงศธร ตีนตาดิ้นใจกับ “ซุดเพชร” ตำนานซุดทางเครื่องของไทยที่ได้สร้างปรากฏการณ์ และเป็นต้นแบบแกว่งการทางเครื่องไทย นอกจากนั้นยังได้พบกับบรรดาของหายากที่จะนำมาจัดแสดงที่นี่ที่เดียวเท่านั้น อาทิ แผ่นเสียงเพลงลูกทุ่งยุคดั้งเดิม ปกแผ่นเสียงผีแปรงเปียก โปสเตอร์ ซุดทางเครื่องสุดอลังการจากเหล่าศิลปินแถวหน้าของเมืองไทย อาทิ สายัณห์ สัญญา บานเย็น รากแก่น ดาว มยุรี ฝน ธนสุนทร ฯลฯ จัดแสดงระหว่างวันที่ 26 มีนาคม 2553 - 18 กรกฎาคม 2553



ภาพที่ 2.27 นิทรรศการเรื่อง “จับไมค์ใส่ชนนก”

(นิทรรศการ. 2553. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/temporary/34>)

2.11 นิทรรศการ เรื่อง “ก๊วก ด้าย กี่ เรื่องราวในผืนผ้า” เป็นครั้งแรกของประเทศไทยที่รวบรวมเรื่องราวผ้าจากพิพิธภัณฑ์ 18 แห่ง 16 จังหวัด เพื่อบอกเรื่องราวความเป็นมา ความหลากหลายของแต่ละผืนผ้า ที่ร้อยเรียงเรื่องราวผ้า เรื่องราวคน และเรื่องราวแผ่นดินไว้ด้วยกัน เพื่อแลกเปลี่ยน ศึกษา ค้นคว้า องค์กรความรู้เกี่ยวกับผ้า และเรื่องราวต่างๆ ที่มากกว่าการใช้นุ่งห่ม และความสวยงาม ในนิทรรศการชั่วคราว “ก๊วก ด้าย กี่ เรื่องราว ในผืนผ้า” จัดแสดงระหว่างวันที่ 12 สิงหาคม 2552 - 11 ตุลาคม 2552



ภาพที่ 2.28 นิทรรศการเรื่อง “ก๊วก ด้าย ก็ เรื่องราวในผืนผ้า”

(นิทรรศการ. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/temporary/39>)

2.12 นิทรรศการ เรื่อง “ปริศนาแห่งลูกปัด” ที่ใดที่มี“ลูกปัด”...ที่นั่นย่อมมีมนุษย์ และที่แห่งใดมีมนุษย์.... ที่แห่งนั้นย่อมมีวัฒนธรรม....ร่วมอยู่ด้วยเสมอ

นิทรรศการชั่วคราวชุดแรกของมิวเซียมสยาม เพื่อร่วมค้นหาคำตอบว่า สิ่งประดิษฐ์เม็ดจิ๋วจะไขความลับอันยิ่งใหญ่ของมวลมนุษยชาติได้อย่างไร ภายในนิทรรศการจะได้พบกับคอลเลกชันลูกปัดชิ้นพิเศษที่หาชมได้ยาก พร้อมเรื่องราวอันน่าทึ่งของการเดินทางนับหมื่นปีของลูกปัดบนบานานาอารยธรรมมนุษย์ และร่วมสนุกสนานเพลิด “เพลลิน” (Play + Learn) ไปกับเทคนิคการเรียนรู้อย่างรื่นรมย์ผ่านสื่อการเรียนรู้และวิธีการเล่าเรื่องที่น่าประทับใจตามแบบฉบับของมิวเซียมสยาม จัดแสดงระหว่างวันที่ 18 ธันวาคม 2551 - 28 มิถุนายน 2552



ภาพที่ 2.29 นิทรรศการเรื่อง “ปริศนาแห่งลูกปัด”

(นิทรรศการ. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/temporary/50>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. นิทรรศการเคลื่อนที่

“Muse Mobile พิพิธภัณฑ์เคลื่อนที่” โดย สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติได้ดำเนินโครงการไปแล้วใน 4 จังหวัด ได้แก่ ลำปาง น่าน พิษณุโลก ตราชิง และจังหวัดล่าสุด คือ อำเภอนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการต่อยอดองค์ความรู้ จึงกำหนดให้มีการดำเนินโครงการนี้ร่วมกับเทศบาลนครหาดใหญ่ สถาบันทักษิณคดีศึกษา ศูนย์การค้าไดอาน่า คอมเพล็กซ์

เริ่มออกสัญจรสู่ชุมชนทางภาคใต้ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา ภายใต้หัวข้อ “เรียงความประเทศไทย” ถอดแบบมาจากนิทรรศการถาวรที่ “มิวเซียมสยาม” ซึ่งจะบอกเล่าเรื่องราวถึงความเป็นมาของประเทศไทยและคนไทย ที่เน้นการตั้งคำถาม เพื่อหาคำตอบ ไทยแท้คืออะไร? คุณคือคนไทยหรือเปล่า? ผ่านการจัดแสดงแบบ “ย่อส่วน” ที่สนุกสนาน ทันสมัย อยู่ในตู้คอนเทนเนอร์ 4 ตู้ 4 หัวข้อ คือ อะไรคือไทยแท้? สุวรรณภูมิอยู่ที่ไหน? กรุงเทพฯ ภายใต้ฉากอยุธยา และจุดเปลี่ยนของประเทศไทย

อีกทั้งยังมีกิจกรรมที่จะมาหมุนเวียนให้ร่วมสนุก เสริมสร้างความรู้ เช่น จำลองหลุมขุดค้นทางโบราณคดี กิจกรรมสร้างสรรค์งานศิลปะ การแสดงบนเวที และกิจกรรมอื่นๆอีกมากมาย

พบกับ “Muse Mobile พิพิธภัณฑ์เคลื่อนที่” วันที่ 12 กุมภาพันธ์ - 12 มิถุนายน 2554 ณ ลานจอดรถศูนย์การค้าไดอาน่าคอมเพล็กซ์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา เข้าชมฟรี!!

วันและเวลาทำการ: เปิดทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ วันจันทร์ - ศุกร์ เปิด 10.00 - 18.00 น. วันเสาร์ - อาทิตย์ เปิด 12.00 - 20.00 น.

การให้บริการเป็นหมู่คณะ โดยจองรอบเข้าชมผ่านทางหน่วยงานเทศบาล ด้วยการจัดแบ่งกลุ่ม/รอบ ไม่เกิน 60 คน ใช้เวลาชมนิทรรศการและทำกิจกรรมประมาณ 90 นาที



ภาพที่ 2.30 นิทรรศการเคลื่อนที่

(นิทรรศการเคลื่อนที่. 2553. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/mobile/hatyai>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. นิทรรศการพิเศษ

4.1 นิทรรศการภาพถ่าย “The Fluorescent People” โดย Marc Lathuilliere ซึ่งมิวเซียมสยาม ร่วมกับสถานเอกอัครราชทูตฝรั่งเศสประจำประเทศไทยและสมาคมฝรั่งเศสกรุงเทพ จัดนิทรรศการภาพถ่าย “The Fluorescent People” โดย Marc Lathuilliere ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในเทศกาลวัฒนธรรม LA FETE 2011 เริ่มวันที่ 10 กุมภาพันธ์ - 10 เมษายน 2554 ในหลากหลายสถานที่ทั่วกรุงเทพฯ และ 7 จังหวัดในประเทศไทย

“The Fluorescent People” (จากความคิดของ Gilles Crampes และ Marc Lathuilliere) ผู้อยู่อาศัยในหมู่บ้านลีซอ (บ้านสามกุกลา) ซึ่งเป็นชนกลุ่มน้อยชาวเขาในภาคเหนือของประเทศไทย ประหลาดใจที่เห็นวัสดุแปลกๆที่จัดวางในหมู่บ้าน พวกเขาแต่งชุดสีส้นบาดตา และตั้งทำให้ถ่ายภาพด้วยความงุนงงและตื่นตาตื่นใจ Marc Lathuilliere จัดฉากประกอบภาพถ่ายของเขาชุดนี้ด้วยวัสดุต่างๆ ที่ใช้ประดับในงานฉลองปีใหม่ของชาวลีซอ เช่น ไฟนีออน หมวก และเสื้อผ้าแบบตัดแปลงที่เขาประดิษฐ์ขึ้นเอง เป็นนิทรรศการที่แสดงภาพชนกลุ่มน้อยที่ชวนให้เราตั้งคำถาม เนื่องจากแตกต่างไปจากภาพถ่ายทั่วไปของพวกเขาซึ่งแสดงมุมมองของเราที่มักจะถูกจำกัดให้อยู่ในกรอบเดิมๆ

Marc Lathuilliere เป็นนักข่าวอิสระก่อนที่จะยึดอาชีพถ่ายภาพ ผลงานภาพถ่ายเชิงสารคดีภาพจริง - ภาพลวงของเขานับตั้งแต่ชุด “Transkoreana” (ปี 2546 - 2547) จนถึง “France Face Perdue” (ปี 2547 - 2553) นั้น ถ่ายทอดมุมมองสองแบบของเราได้ชัดเจน กล่าวคือมุมมองที่ยึดหลักความสำคัญด้านชาติพันธุ์ และมุมมองที่ยึดแนวคิดที่ว่า คนอื่นแปลกแยก? กล่าวได้ว่า Marc Lathuilliere เสนอแนวคิดใหม่ของการถ่ายภาพผ่านนิทรรศการสองชุดของเขาที่จัดแสดงในประเทศไทย คือ Toyland (2548 - 2550) ซึ่งจัดแสดงเมื่อปีก่อน และ The Fluorescent People ซึ่งจัดแสดงในปีนี้ ทั้งนี้ Marc Lathuilliere ใช้การจัดฉากประกอบภาพเพื่อสร้างคำถามเกี่ยวกับภาพถ่ายของเขา Marc Lathuilliere มีแกลเลอรี Eric Mircher เป็นตัวแทนที่กรุงปารีส ผลงานของเขาจัดแสดงทั้งในเอเชีย (ฮ่องกง กรุงเทพฯ ไชเล มะนิลา...) ฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกา

นิทรรศการภาพถ่าย “The Fluorescent People” โดย Marc Lathuilliere จัดแสดงระหว่างวันที่ 5 มีนาคม - 3 เมษายน 2554



ภาพที่ 2.31 นิทรรศการภาพถ่าย “The Fluorescent People” โดย Marc Lathuilliere (นิทรรศการภาพถ่าย. 2554. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/special/people>)

4.2 นิทรรศการ เรื่อง “จากสยามสู่ยุโรป บนเส้นทางชอนวาระ” เป็นนิทรรศการพิเศษชุดแรกของมิวเซียมสยามโดยความร่วมมือกับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อนำเสนอมุมมอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางด้านประวัติศาสตร์ ภายใต้ความสัมพันธ์ระหว่างสยามกับประเทศในยุโรป ตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาจนถึงสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) เป็นต้นมา



ภาพที่ 2.32 นิทรรศการ เรื่อง จากสยามสู่ยุโรป บนเส้นทางชอนวาระ (นิทรรศการจากสยามสู่ยุโรป บนเส้นทางชอนวาระ. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/exhibition/special/51>)

2.1.2.8 ตราสัญลักษณ์มิวเซียมสยาม



ภาพที่ 2.33 คนกบแดง สัญลักษณ์ของ “มิวเซียมสยาม” (รู้จักมิวเซียมสยาม. 2552. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com/>)

มีแนวความคิดว่า คนทุกคนมีกำเนิดมาตัวเปล่าทั้งนั้น ยุคแรกเริ่มยังไม่รู้จักทำเครื่องนุ่งห่ม จึงเป็นคนเปลือย เลยถูกเรียกจากคนอื่นที่มีอารยธรรมสูงกว่าว่า นาค (นาคก็คืองู ไม่มีขน ไม่มีเกล็ด มีแต่หนังหุ้มและลอกได้ตามกำหนด ทั้งหมดเท่ากับเปลือยเปล่า และเป็นสัญลักษณ์ของน้ำที่อยู่ใต้ดิน คือบาดาล กับบนฟ้า คือสวรรค์ ซึ่งเป็นสิ่งที่คนในอุษาคเนย์ต้องการเพื่อใช้เพาะปลูกพืชพันธุ์ธัญญาหารตามฤดูกาล)

“ฉะนั้น ตราสัญลักษณ์ จึงเป็นรูปคนที่ไม่ระบุเพศและเผ่าพันธุ์”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปคนยืนกางแขน กางขา ทำท่าเป็นกบ เพราะกบ (รวมทั้งอีง่าง คางคก เขียด) เป็นสัญลักษณ์ของน้ำ โดยเฉพาะน้ำฝน จึงมีรูปกบอยู่บนหน้ากลองทอง (สัมฤทธิ์) หรือมโหระทึกของอุษาคเนย์ เพราะเป็น เครื่องมือเครื่องใช้ประโคนตีในพิธีกรรมขอฝนเพื่อความอุดมสมบูรณ์ของชนทุกเผ่ายุคดึกดำบรรพ์ ไม่น้อยกว่า 3,000 ปีมาแล้ว

นอกจากยกย่องกบเป็นสัตว์ศักดิ์สิทธิ์แล้ว คนในชุมชนยังร่วมกันเต้นฟ้อนทำท่าเป็นกบด้วย มีภาพเขียนสีสมัยก่อนประวัติศาสตร์ตาม เิงผา และถ้ำตั้งแต่เขตมณฑลทลวงสีถึงบริเวณประเทศไทย

มิวเซียมสยามจึงแสดงเรื่องราวของ “คน” เพื่อให้รู้และเข้าใจรากเหง้าเหล่ากอความเป็นมาของบรรพชน ซึ่งล้วนเป็นคนพื้นเมืองของภูมิภาคอุษาคเนย์โบราณ คนพวกนี้ประสมประสานกันทางเผ่าพันธุ์ สังคม และ วัฒนธรรม แล้วก่อบ้านสร้างเมืองขึ้นเป็นแคว้นแคว้นหรือรัฐ จนเป็นอาณาจักรแล้วดำรงเป็นประเทศสืบมาถึงทุกวันนี้

2.1.2.9 อาคาร และสถานที่ตั้งมิวเซียมสยาม

รัชกาลที่ 1 ทรงสถาปนาพระบรมมหาราชวัง และวัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) ขึ้นบนพื้นที่ฝั่งพระนครริมแม่น้ำเจ้าพระยา และโปรดเกล้าฯ ให้ปฏิสังขรณ์วัดโพธารามขึ้นใหม่ พระราชทานนามภายหลังว่าวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม พื้นที่มิวเซียมสยามหรือกระทรวงพาณิชย์ (เดิม) ในสมัยนี้ได้กลายเป็นพื้นที่รูปสามเหลี่ยมชายธงที่ติดกับท้ายวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ดังที่ปรากฏในปัจจุบัน แต่ยังไม่มีความชัดเจนว่ามีการใช้พื้นที่ในบริเวณนี้อย่างไร

ในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 3) พื้นที่ท้ายวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ได้ถูกยกให้เป็นวังเจ้านาย 5 พระองค์ และหลังจากนั้นมา พื้นที่วังทั้ง 5 ก็ได้ถูกยกให้เจ้านายในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) และรัชกาลที่ 5 ฟ่านกอาศัยต่อมาโดยลำดับ แต่พื้นที่ของกระทรวงพาณิชย์ (เดิม) ครอบคลุมพื้นที่วังเพียง 4 วังเท่านั้น ส่วนวังที่ 5 ในปัจจุบันได้กลายเป็นสถานีตำรวจนครบาลพระราชวัง

การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในพื้นที่ดังกล่าว เริ่มขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 6 เมื่อพระองค์ได้ทรงจัดตั้งกระทรวงพาณิชย์ ขึ้นในปี 2463 และได้ยกพื้นที่บริเวณสามเหลี่ยมชายธงท้ายวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามให้เป็นที่ทำการของกระทรวงพาณิชย์เรื่อยมาจนกระทั่งในปัจจุบันได้มีการย้ายที่ทำการกระทรวงพาณิชย์ไปยังที่ใหม่ และได้ปรับเปลี่ยนอาคารกระทรวงพาณิชย์ (เดิม) ให้กลายเป็นสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติหรือมิวเซียมสยามในปัจจุบัน



ภาพที่ 2.34 แผนที่กรุงเทพฯ ประมาณพุทธศักราช 2475 แสดงให้เห็นพื้นที่วังท้ายวัดพระเชตุพนฯ ที่ถูกปรับเปลี่ยนเป็นกระทรวงพาณิชย์ (ปัจจุบันคือมิวเซียมสยาม)

(รู้จักมิวเซียมสยาม. 2552. [Online]. Available : <https://www.facebook.com/notes/museum-siam/>)

อาคารกระทรวงพาณิชย์เป็นอาคาร 3 ชั้น แบบยุโรป โดยรัฐบาลในขณะนั้นได้ว่าจ้างสถาปนิกชาวอิตาลีเลียนชื่อ มาริโอ ตามาญโญ (Mario Tamagno) มาเป็นผู้ออกแบบอาคารที่ทำการกระทรวงแห่งใหม่นี้ พร้อมกับได้ว่าจ้างนาย วิตโตริโอ โนวี (Vittorio Novi) นายช่างจากเมืองมิลานมาเป็นผู้ออกแบบลวดลายประดับอาคาร ตัวอาคารทั้งหมดได้เริ่มทำการก่อสร้างตั้งแต่ปี พุทธศักราช 2463 แล้วเสร็จในปี พุทธศักราช 2465



ภาพที่ 2.35 ภาพลายเส้นอาคารกระทรวงพาณิชย์ (เดิม) ทางด้านหน้า

(รู้จักมิวเซียมสยาม. 2552. [Online]. Available : <http://www.museum-siam.com/>)

ตัวอาคารที่ทำการกระทรวงพาณิชย์ถูกสร้างเป็นอาคารสูง 3 ชั้น มีผังเป็นรูปตัวอี (E) ก่ออิฐถือปูนเรียบทาสีเหลืองอ่อนโดยออกแบบให้มีระเบียบในส่วนด้านหน้าของอาคารทุกชั้น ลักษณะอาคารและลวดลายประดับอาคารเป็นแบบสถาปัตยกรรมยุโรป แบบอิตาลีเลียน เรอเนสซองส์ (Italian Renaissance) ที่ออกแบบให้มีความเรียบง่ายมากขึ้น (Simplified) ตามแบบความนิยมในสถาปัตยกรรมยุคต้นศตวรรษที่ 20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาคารที่ถูกออกแบบก่อสร้างขึ้นในระยะเวลาที่ใกล้เคียงกับตึกกระทรวงพาณิชย์ (เดิม) นั้น พบลักษณะร่วมทางด้าน การออกแบบที่น่าสนใจ ที่พอจะสรุปเป็นลักษณะเฉพาะของยุคสมัยได้ 5 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การออกแบบวางผังอาคาร ตึกกระทรวงพาณิชย์ (เดิม) และอาคารร่วมยุคสมัยที่ใกล้เคียงกัน นิยมการออกแบบจัดวางตำแหน่งอาคาร โดยปล่อยให้เนื้อที่โล่งเป็นสนามรูปวงกลม วงรี หรือโค้ง ครึ่งวงกลมอยู่ด้านหน้าอาคาร โดยสร้างถนนโอบล้อมพื้นที่สนามตรงกลาง ที่น่าสนใจคือ ในการจัดวางผังในยุคนี้หลายแห่ง เช่นที่ อาคารกระทรวงพาณิชย์ อาคารศาลาแยกธาตุ และอีกหลายๆ ที่ จะพบการวางแนวอาคารให้เอียงกับแนวถนนด้านหน้า โดยเจาะประตูทางเข้าบริเวณหัวมุมของถนน ซึ่งจะไม่เป็นที่นิยมในสมัยปัจจุบัน

2. การออกแบบผังอาคารแบบสมมาตร เป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้ายาว ขนานไปกับแนวถนน โดยตัวรูปด้านหน้าอาคารนิยมออกแบบให้มีมุขยื่นออกมาเพื่อเป็นจุดเด่น และเป็นทางเข้าหลักของอาคาร หรือในบางกรณีจะออกแบบให้มีมุขยื่นด้านหน้า 3 มุข (ตรงกลางและปลายอาคารสองข้าง) ซึ่งศัพท์ทางสถาปัตยกรรมเรียกการออกแบบผังในลักษณะนี้ว่า “ผังแบบปุลนภพ” ตัวอย่างอาคารที่ออกแบบผังในลักษณะเช่นนี้ในยุคสมัยดังกล่าว เช่น ตึกอำนวยการโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ (พุทธศักราช 2454) ตึกสถานเสาวภา สภากาชาดไทย (พุทธศักราช 2463) ตึกกองบัญชาการกองทัพบก (พุทธศักราช 2452) ตึก O.P. Place ริมแม่น้ำเจ้าพระยา (พุทธศักราช 2451) และอาคารกระทรวงพาณิชย์ (เดิม) เป็นต้น

3. อาคารในยุคนี้เป็นยุคเริ่มแรกที่ทำให้การก่อสร้างด้วยวัสดุสมัยใหม่ คือ คอนกรีตเสริมเหล็ก ออกแบบโครงสร้างด้วยระบบเสา-คาน ซึ่งได้รับความนิยมแทนที่ระบบโครงสร้างแบบผนังรับน้ำหนัก การเปลี่ยนแปลงระบบโครงสร้างและวัสดุเทคโนโลยีดังกล่าวนี้ ส่งผลต่อการออกแบบรูปทรงทางสถาปัตยกรรมอย่างมีนัยสำคัญหลายประการ อาทิ ทำให้สามารถออกแบบกันสาดยื่นยาวออกจากตัวผนังได้โดยไม่ต้องมีเสารองรับ ทำให้การก่อผนังอาคารสามารถก่อให้บางลงได้ เพราะผนังไม่จำเป็นต้องรับน้ำหนักอาคารอีกต่อไป ทำให้อาคารมีความคงทนแข็งแรงมากขึ้น

4. นิยมออกแบบให้มีระเบียงยาวตลอดแนวด้านหน้าของอาคาร เพื่อใช้เป็นทางเดินเชื่อมไปยังห้องต่างๆ และเป็นการออกแบบที่ตอบสนองต่อสภาพภูมิอากาศแบบร้อนชื้นของประเทศไทย โดยสามารถระบายความร้อนและความชื้นได้ สามารถกันแดดส่องและฝนสาดเข้าไปภายในห้องทำงานภายในได้ในระดับหนึ่ง ตัวอย่างอาคารที่ออกแบบในลักษณะเช่นนี้ อาทิ ตึกอำนวยการโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ ตึกสถานเสาวภา สภากาชาดไทย ตึกยาวโรงเรียนสวนกุหลาบ (พุทธศักราช 2453) และอาคารกระทรวงพาณิชย์ (เดิม) เป็นต้น

5. การออกแบบลวดลายประดับตกแต่งอาคารราชการในราวสมัยรัชกาลที่ 6 จะมีลักษณะที่เรียบง่าย แม้ว่าจะยังคงนิยมทำการประดับตกแต่งด้วยลวดลายศิลปะตะวันตกอยู่บ้างก็ตาม แต่ก็จะทำในปริมาณที่ลดน้อยลงกว่าสมัยรัชกาลที่ 5 เนื่องจากแนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรมในสมัยนั้น กำลังเริ่มก้าวเข้าสู่แนวทางการออกแบบของ “สถาปัตยกรรมสมัยใหม่” (Modern Architecture) ซึ่งแนวทางนี้จะไม่นิยมการออกแบบสถาปัตยกรรมที่ประดับตกแต่งด้วยลวดลายต่างๆ แต่อย่างใด

ลักษณะ 5 ประการข้างต้น แม้ว่าจะไม่ใช่ลักษณะที่จะพบเห็นได้ในทุกอาคาร และไม่ใช่ลักษณะเฉพาะที่มีปรากฏแต่ยุคสมัยนี้เท่านั้น (อาจจะพบลักษณะเช่นนี้ได้ ในอาคารยุคสมัยอื่นด้วย) อย่างไรก็ตาม ลักษณะดังกล่าวก็พอจะกล่าวได้ว่า เป็นลักษณะร่วมที่จะช่วยให้ผู้ที่สนใจเรื่องราวเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมตะวันตกในช่วงดังกล่าว ใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการทำความเข้าใจสถาปัตยกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่วงเวลานี้ (รู้จักมิวเซียมสยาม. 2552. [Online]. Available : <http://www.facebook.com/museumsiamfan>)



ภาพที่ 2.36 อาคารกระทรวงพาณิชย์ (เดิม) ประมาณพุทธศักราช 2464 (รู้จักมิวเซียมสยาม. 2552. [Online]. Available : <http://www.facebook.com/museumsiamfan>)



ภาพที่ 2.37 ภาพอาคารมิวเซียมสยาม ในปัจจุบัน (รู้จักมิวเซียมสยาม. 2552. [Online]. Available : <http://www.facebook.com/museumsiamfan>)

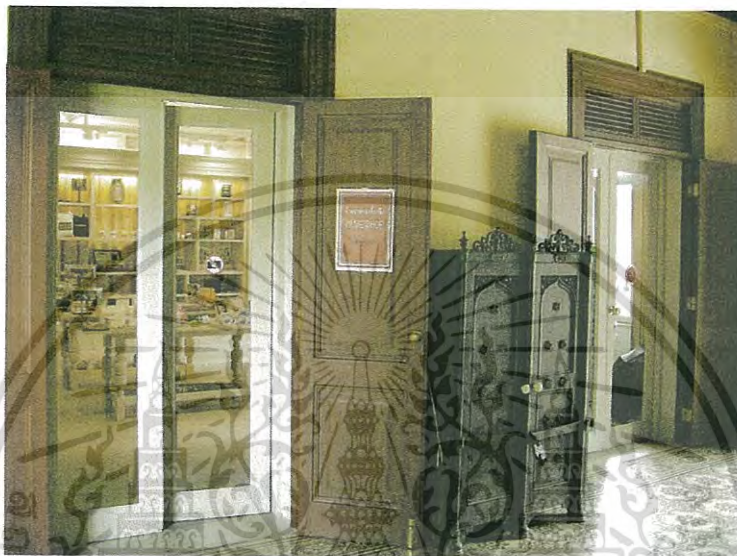
สำหรับที่ตั้งของมิวเซียมสยาม คือ เลขที่ 4 ถนนสนามไชย แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200 โทรศัพท์ 0-2225-2777 โทรสาร 0-2225-2775 เว็บไซต์ คือ www.museumsiam.com ส่วนเวลาทำการ คือ 10.00 - 18.00 น. วันอังคาร - วันอาทิตย์หยุดทำการวันจันทร์

อัตราค่าบริการ ชาวคนไทยและต่างชาติอายุต่ำกว่า 15 ปี หรือมีส่วนสูงต่ำกว่า 150 ซม. และพระภิกษุสงฆ์ ผู้พิการ ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ไม่เสียค่าบริการ สำหรับนักเรียน นักศึกษา อายุ 15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.10 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านขายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในมิวเซียมสยาม

ร้านขายของที่ระลึกในมิวเซียมสยามชื่อร้าน Muse Shop ทำการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกหลายชนิด อาทิ หนังสือหลากหลายด้าน ทั้งศิลปะวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมทั้งของที่ระลึกต่างๆ สามารถซื้อหาได้ทั้งเด็ก วัยรุ่นทันสมัย และผู้ใหญ่ โดยผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนั้น มีทั้งผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับนิทรรศการถาวร และนิทรรศการชั่วคราว รวมถึงเทศกาลพิเศษที่จัดขึ้นในมิวเซียมสยาม



ภาพที่ 2.39 ภาพร้าน Muse Shop

ที่มา : ถ่ายโดย นายวิจิต การพันทา



ภาพที่ 2.40 ภาพบรรยากาศภายในร้าน Muse Shop

(สินค้าและบริการ. 2552. [Online]. Available :<http://www.museumsiam.com/products>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จัดจำหน่ายในร้าน Muse Shop นั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน ประกอบด้วยส่วนที่ 1 คือ ส่วนที่มิวเซียมสยาม ออกแบบ และผลิตขึ้นเอง ส่วนที่ 2 คือ ส่วนที่มิวเซียมสยาม เลือกซื้อจากผู้ผลิตรายอื่นๆ แล้วนำเข้ามาขายภายในร้าน และส่วนที่ 3 คือ ส่วนของผู้ผลิตรายอื่นๆ ที่ขนานสินค้าเข้ามาวางขายในร้าน Muse Shop ซึ่งรายได้ที่ทางมิวเซียมสยามจะได้รับจากสินค้าในส่วนนี้ คิดจาก 20-30 เปอร์เซ็นต์ ของราคาขายสินค้า

สำหรับประเภทผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกที่จัดจำหน่ายในร้าน Muse Shop นั้น สามารถแบ่งได้ออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่

1. หนังสือ เป็นหนังสือที่ทางมิวเซียมสยามดำเนินการจัดสร้างเอง อาทิ หนังสือเรียงความประเทศไทย หนังสือมิวเซียมสยาม : “บ้านเกลือ เือนเสี้ยว พาเที่ยวพิพิธภัณฑ์” รุ่นที่ 1 และหนังสือผู้แทนเมืองไทย เป็นต้น



ภาพที่ 2.41 ภาพของที่ระลึกประเภทหนังสือ

ที่มา : ถ่ายโดย นายวิจิต การพันทา

2. เครื่องเขียน ตัวอย่างเช่น สมุด ดินสอ ปากกา สมุดโน้ต ซองใส่เอกสาร ที่คั่นหนังสือ และโปสการ์ด เป็นต้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.42 ภาพของที่ระลึกประเภทเครื่องเขียน

ที่มา : ถ่ายโดย นายวิจิต การพันทา

3. เครื่องประดับ อาทิ พวงกุญแจ เข็มกลัด แหวน ต่างหู นาฬิกา เป็นต้น ซึ่งสินค้าประเภทนี้มีทั้งส่วนที่มิวเซียมสยามออกแบบ และผลิตขึ้นเอง และส่วนของผู้ผลิตรายอื่นๆ ที่ขอนำสินค้าเข้ามาวางขายในร้าน Muse Shop

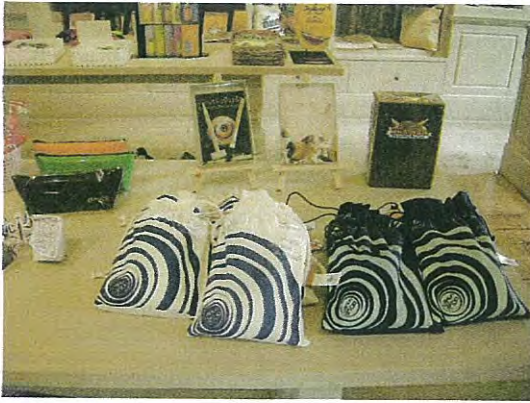


ภาพที่ 2.43 ภาพของที่ระลึกประเภทเครื่องประดับ

ที่มา : ถ่ายโดย นายวิจิต การพันทา

4. ของเล่น ประกอบด้วยส่วนที่มิวเซียมสยามออกแบบ และผลิตขึ้นเอง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นของเล่นที่สอดคล้องกับนิทรรศการชั่วคราวที่ทางมิวเซียมสยามจัดขึ้น อาทิ เกมสปริศนาลูกปัด ผลิตขึ้นเพื่อจำหน่ายในช่วงจัดนิทรรศการเรื่อง ปริศนาแห่งลูกปัด นอกจากนี้ยังมีของเล่นโบราณ ซึ่งเป็นส่วนที่มิวเซียมสยามเลือกซื้อจากผู้ผลิตรายอื่นๆ แล้วนำเข้ามาขายภายในร้าน Muse Shop

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.44 ภาพของที่ระลึกประเภทของเล่น และของเล่นโบราณ
ที่มา : ถ่ายโดย นายวิจิต การพันทา

5. ของตกแต่งบ้าน ตัวอย่างเช่น ตุ๊กตาตั้งโชว์ หมอน เป็นต้น โดยผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทนี้ส่วนใหญ่เป็นส่วนที่ผู้ผลิตรายอื่น ๆ นำสินค้าเข้ามาวางขายในร้าน Muse Shop



ภาพที่ 2.45 ภาพของที่ระลึกประเภทของตกแต่งบ้าน
ที่มา : ถ่ายโดย นายวิจิต การพันทา

6. เสื้อ และถุงผ้า โดยผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทนี้ส่วนใหญ่เป็นส่วนที่มีวิเศษสยาม ออกแบบ และผลิตขึ้นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.46 ภาพของที่ระลึกประเภทเสื้อ และถุงผ้า

ที่มา : ถ่ายโดย นายวิจิต การพันทา

2.1.3 ศึกษาข้อมูลสถิติการเข้าชมมิวเซียมสยามของนักท่องเที่ยว

มิวเซียมเริ่มเปิดให้บุคคลทั่วไปเข้าชม ตั้งแต่เมษายน 2551 โดยมีผู้เข้าเยี่ยมชมทั้งประเภทหมู่คณะ และบุคคลทั่วไป โดยในช่วงแรกระหว่างเมษายน 2551 - มีนาคม 2552 ทางมิวเซียมสยามได้เปิดให้เข้าชมฟรี และได้เริ่มเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชมตั้งแต่เมษายน 2552 เป็นต้นมา แต่ยังมีบางกลุ่มที่เปิดให้เข้าชมฟรีด้วย

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงสถิติผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยามแยกประเภท ระหว่างเวลา 10.00-16.00น. (เวลาจำหน่ายบัตร) ตั้งแต่เดือนเมษายน 2552 - ธันวาคม 2552

ช่วงเวลา	บุคคลทั่วไป				หมู่คณะ			รวมรายเดือน
	เข้าชมฟรี	นักเรียน	ผู้ใหญ่	ชาวต่างชาติ	นักเรียน/ผู้สูงอายุ	ผู้ใหญ่	ชาวต่างชาติ	
เม.ย./2552	1,881	1,440	1,506	45	987	261	4	6,124
พ.ค./2552	2,480	1,489	1,219	33	2,532	1,422	25	9,200
มิ.ย./2552	1,788	971	848	59	2,320	1,027	11	7,024
ก.ค./2552	1,832	1,765	1,641	114	2,859	749	5	8,965
ส.ค./2552	947	566	604	38	1,961	550	5	4,671
ก.ย./2552	1,615	1,129	803	57	2,285	616	24	6,529
ต.ค./2552	2,311	1,770	1,556	123	1,791	1,191	32	8,774
พ.ย./2552	1,218	1,015	793	65	2,056	650	-	5,797
ธ.ค./2552	2,058	1,085	976	120	1,973	580	33	6,825
รวมรายปี 2552	16,130	11,230	9,946	654	18,764	7,046	139	63,909

ที่มา : มิวเซียมสยาม (2552 : 12)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 ตารางแสดงสถิติผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยามแยกประเภท ระหว่างเวลา 10.00-16.00น. (เวลาจำหน่ายบัตร) ตั้งแต่เดือนมกราคม 2553 - ธันวาคม 2553

ช่วงเวลา	บุคคลทั่วไป				หมู่คณะ			รวมรายเดือน
	เข้าชมฟรี	นักเรียน	ผู้ใหญ่	ชาวต่างชาติ	นักเรียน/ผู้สูงอายุ	ผู้ใหญ่	ชาวต่างชาติ	
ม.ค./2553	1,514	1,403	1,188	82	2,182	391	36	6,796
ก.พ./2553	1,151	974	646	90	1,375	356	81	4,673
มี.ค./2553	908	654	341	76	730	244	29	2,982
เม.ย./2553	1,083	871	590	127	796	303	16	3,786
พ.ค./2553	2,057	729	480	33	748	481	-	4,528
มิ.ย./2553	2,070	877	633	47	2,284	490	-	6,401
ก.ค./2553	3,002	850	754	92	2,489	791	-	7,978
ส.ค./2553	2,381	1,148	867	95	2,615	717	27	7,850
ก.ย./2553	2,309	1,132	934	79	1,960	1,089	15	7,518
ต.ค./2553	3,833	3,429	2,019	195	853	375	15	10,719
พ.ย./2553	2,441	1,298	888	144	1,892	365	20	7,048
ธ.ค./2553	3,585	1,011	878	113	2,025	235	17	7,864
รวมรายปี 2552	26,334	14,376	10,218	1,173	19,949	5,837	256	78,143

ที่มา : มิวเซียมสยาม (2552 : 13)

ตารางที่ 2.3 ตารางแสดงสถิติผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยามแยกประเภท ระหว่างเวลา 10.00-16.00น. (เวลาจำหน่ายบัตร) ตั้งแต่เดือนมกราคม 2554 - ธันวาคม 2554

ช่วงเวลา	บุคคลทั่วไป				หมู่คณะ			รวมรายเดือน
	เข้าชมฟรี	นักเรียน	ผู้ใหญ่	ชาวต่างชาติ	นักเรียน/ผู้สูงอายุ	ผู้ใหญ่	ชาวต่างชาติ	
ม.ค./2554	1,701	1,433	889	136	2,851	308	10	7,333
ก.พ./2554	1,888	1,227	919	133	1,390	306	49	5,912
มี.ค./2554	2,323	1,402	848	111	2,373	414	77	7,548
เม.ย./2554	2,270	1,905	1,941	214	1,446	520	10	8,306
พ.ค./2554	4,427	2,039	1,332	114	1,438	504	25	9,879
มิ.ย./2554	2,717	1,100	1,210	124	2,153	550	42	7,896
ก.ค./2554	3,078	1,867	6,771	71	2,705	328	73	14,893
ส.ค./2554	2,292	1,405	1,567	261	2,926	487	71	9,009
ก.ย./2554	1,330	909	1,054	146	1,833	415	67	5,757
ต.ค./2554	575	467	484	88	389	294	10	2,307
พ.ย./2554	532	497	574	55	249	79	15	2,001
ธ.ค./2554	2,981	1,988	221	107	2,112	236	90	7,735
รวมรายปี 2554	26,114	16,244	17,810	1,563	21,865	4,441	539	88,576

ที่มา : มิวเซียมสยาม (2552 : 14)

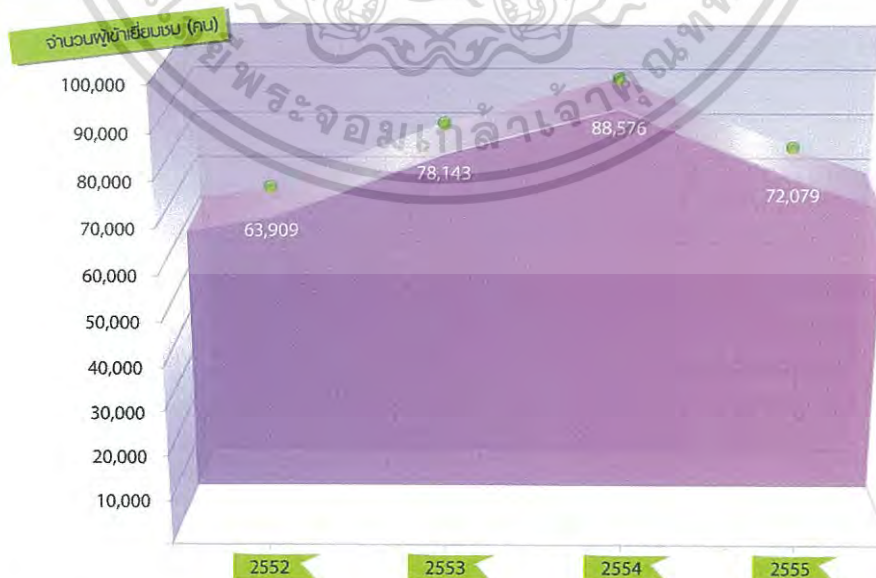
ตารางที่ 2.4 ตารางแสดงสถิติผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยามแยกประเภท ระหว่างเวลา 10.00-16.00 น. (เวลาจำหน่ายบัตร) ตั้งแต่เดือนมกราคม 2555 - ธันวาคม 2555

ช่วงเวลา	บุคคลทั่วไป				หมู่คณะ			รวมรายเดือน
	เข้าชมฟรี	นักเรียน	ผู้ใหญ่	ชาวต่างชาติ	นักเรียน/ผู้สูงอายุ	ผู้ใหญ่	ชาวต่างชาติ	
ม.ค./2555	1,427	876	1,194	217	1,442	293	31	5,480
ก.พ./2555	1,078	902	989	227	1,937	389	73	5,595
มี.ค./2555	1,923	1,449	1,494	237	1,183	452	45	6,783
เม.ย./2555	1,355	1,806	1,806	258	1,290	466	107	7,088
พ.ค./2555	1,350	1,811	1,796	252	1,306	461	112	7,088
มิ.ย./2555	979	1,008	1,183	253	1,857	486	44	5,810
ก.ค./2555	1,071	996	1,253	339	1,9692	525	69	5,945
ส.ค./2555	1,192	1,052	1,046	502	1,631	432	436	6,291
ก.ย./2555	1,119	1,214	1,414	184	1,331	636	79	5,977
ต.ค./2555	1,631	1,633	2,776	284	677	431	261	7,693
พ.ย./2555	806	902	1,149	493	976	242	30	4,598
ธ.ค./2555	790	527	1,167	247	683	276	41	3,731
รวมรายปี 2555	14,726	14,171	17,277	3,499	15,989	5,094	1,323	72,079

ที่มา : มิวเซียมสยาม (2552 : 15)

ตารางที่ 2.5 ตารางแสดงสถิติผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยามรายปี ตั้งแต่ปี 2552 - 2555

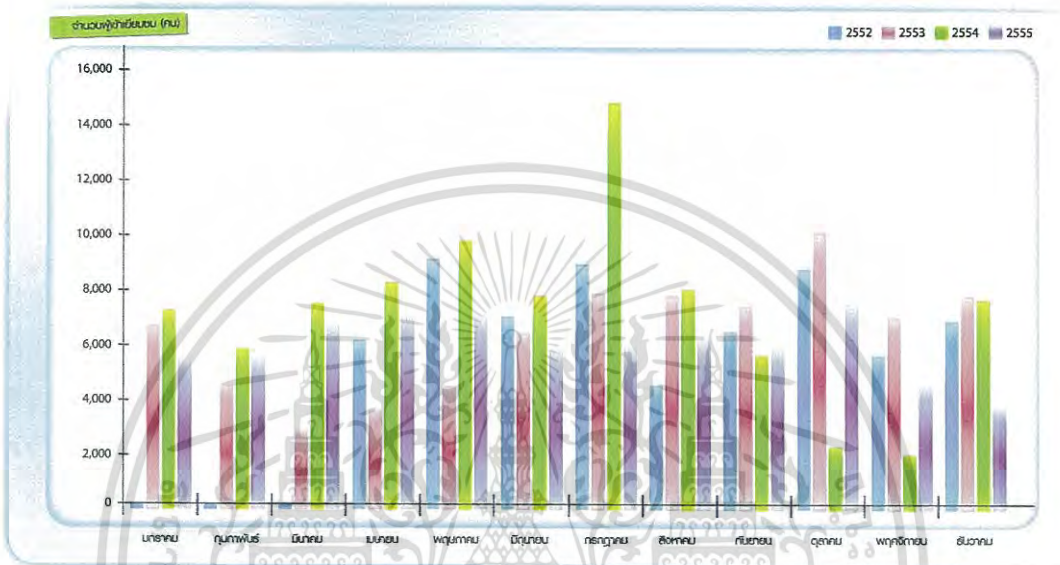
ปี พ.ศ.	จำนวนผู้เข้าชม
2552	63,909
2553	78,143
2554	88,576
2555	72,079



ภาพที่ 2.47 รูปภาพแสดงกราฟจำนวนผู้เข้าชมมิวเซียมสยาม ตั้งแต่ปี 2552 - 2555

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มิวเซียมสยามเริ่มเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชมตั้งแต่เดือนเมษายน 2552 หลังเปิดดำเนินการครบ 1 ปี แต่มีข้อยกเว้นไม่เก็บค่าธรรมเนียสำหรับเยาวชนไทย และต่างชาติที่อายุต่ำกว่า 15 ปี ซึ่งมีส่วนสูงต่ำกว่า 150 ซม. รวมถึงพระภิกษุสงฆ์ ผู้พิการ ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป และมัดคุเทศก์ (แสดงบัตรประจำตัวที่ออกโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) นอกจากนี้มิวเซียมสยามยังเปิดให้เข้าชมฟรีในช่วงเวลาตั้งแต่เวลา 16.00 - 18.00 น. ของทุกวันทำการ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ที่ประกาศโดยสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ จึงทำให้การเก็บข้อมูลจำนวนผู้เข้าชมมิวเซียมสยามในปี 2552 เริ่มปรากฏในเดือนเมษายน และทำให้มีจำนวนผู้เข้าชมมรายปีน้อยกว่าปีอื่นๆ มาก

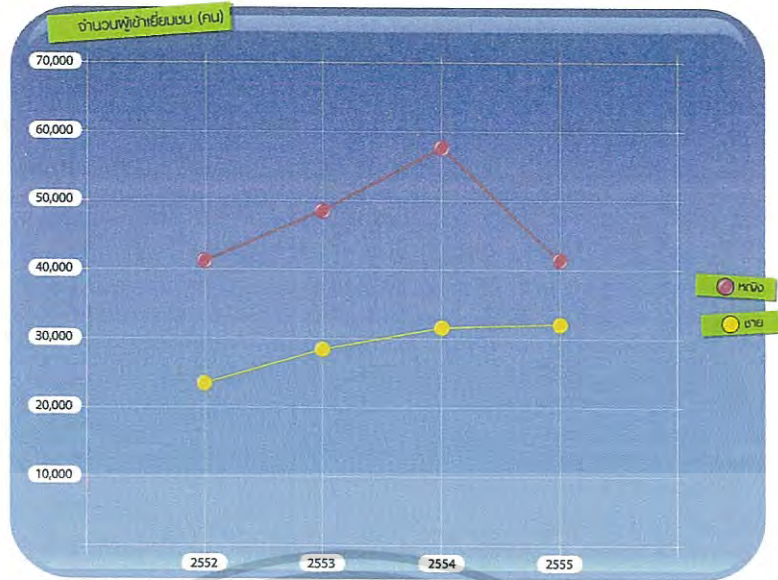


ภาพที่ 2.48 รูปภาพแสดงกราฟจำนวนผู้เข้าชมมิวเซียมสยาม เปรียบเทียบเป็นรายเดือน ตั้งแต่เดือนเมษายน 2552 – ธันวาคม 2555

ตารางที่ 2.6 ตารางแสดงสถิติผู้เข้าชมมิวเซียมสยามรายปี ตั้งแต่ปี 2552 – 2555 แยกตามเพศ

ปี พ.ศ.	จำนวนผู้เข้าชมมิวเซียมสยามแยกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
2552	23,478	40,431
2553	29,191	48,955
2554	30,896	57,693
2555	31,460	40,603

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



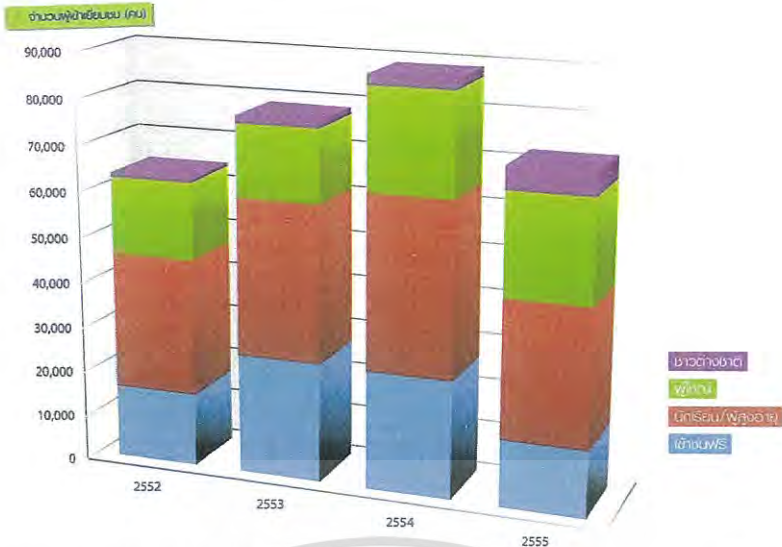
ภาพที่ 2.49 รูปภาพแสดงกราฟจำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม ตั้งแต่ปี 2552 - 2555 แยกตามเพศ

จากสถิติผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม พบว่า ตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา ผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเฉพาะในปี 2552 - 2554 มีผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยามที่เป็นเพศหญิงสูงเกือบเป็นสองเท่าของเพศชาย ขณะที่ในปี 2555 มีผู้เข้าเยี่ยมชมเพศชายเพิ่มขึ้นจนมีสัดส่วนใกล้เคียงกับเพศหญิง โดยเพศชายคิดเป็นร้อยละ 44% ส่วนเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 56%

ตารางที่ 2.7 ตารางแสดงสถิติผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยามรายปี ตั้งแต่ปี 2552 - 2555 แยกตามประเภท

ปี พ.ศ.	ประเภทผู้เยี่ยมชม			
	เข้าชมฟรี	นักเรียน/ ผู้สูงอายุ	ผู้ใหญ่	ชาวต่างชาติ
2552	16,130	29,994	16,992	793
2553	26,334	34,325	16,055	1,492
2554	26,114	38,109	22,251	2,102
2555	14,726	30,160	22,371	4,822

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.50 รูปภาพแสดงกราฟผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยามแยกตามประเภท ตั้งแต่ปี 2552 - 2555

จากสถิติผู้เข้าเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม แยกตามประเภท ตั้งแต่ปี 2552-2555 พบว่า ในแต่ละปีผู้เข้าชมประเภทนักเรียน และผู้สูงอายุมีสัดส่วนมากที่สุด คืออยู่ระหว่าง 42-47 เปอร์เซ็นต์ ขณะที่ประเภทชาวต่างชาติมีสัดส่วนน้อยที่สุด คืออยู่ที่ 1.2-2.3 เปอร์เซ็นต์ และนอกจากนี้ยังพบว่า ในจำนวนผู้เข้าชมมิวเซียมสยามในแต่ละปี จะเป็นผู้เข้าชมที่ได้รับอนุญาตให้เข้าชมฟรีได้ ประมาณ 20-34 เปอร์เซ็นต์ โดยผู้ที่ได้รับการยกเว้นไม่เก็บค่าธรรมเนียมได้แก่ ชาวคนไทย และต่างชาติที่อายุต่ำกว่า 15 ปี ซึ่งมีส่วนสูงต่ำกว่า 150 ซม. รวมถึงพระภิกษุสงฆ์ ผู้พิการ ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป และมีคฤหบดี (แสดงบัตรประจำตัวที่ออกโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) นอกจากนี้มิวเซียมสยามยังเปิดให้เข้าชมฟรีในช่วงเวลาตั้งแต่เวลา 16.00 - 18.00 น. ของทุกวันทำการ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ที่ประกาศโดยสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ

2.2 การศึกษาทางด้านการออกแบบกราฟิก

2.2.1 จิตวิทยากับการออกแบบกราฟิก

ความหมายของคำว่า “จิตวิทยา” ในยุคแรก คือ การศึกษากระบวนการทำงานของจิต (Mental Activities X) ต่อมาในต้นศตวรรษที่ 20 นักจิตวิทยากลุ่มพฤติกรรมนิยมได้อธิบายคำว่า “จิตวิทยา” คือ การศึกษาพฤติกรรมทั้งของมนุษย์ และสัตว์อื่นๆ โดยให้ความเห็นว่า ผลการศึกษาทดลองกับสัตว์ สามารถนำมาอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ได้ และพฤติกรรมของสัตว์เป็นเรื่องน่าเรียนรู้ (สกนธ์ ภูงามติ, 2545 : 11)

ในกระบวนการสื่อสาร หรือสื่อความหมาย (Communication Process) ร่วมกันของมวลมนุษย์เป็นการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด ความเห็น ความรู้ วิทยาการ และอื่นๆ ต่อกัน โดยที่มนุษย์ใช้ระบบประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา หู จมูก ลิ้น และร่างกาย เป็นช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร (Message) ซึ่งกันและกัน ผลการวิจัยเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการรับรู้ข่าวสาร โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 พบว่า ประสาทสัมผัสต่างๆ มีประสิทธิภาพในการรับรู้สารที่แตกต่างกัน (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2520 : 1) ซึ่งผลสรุปในการวิจัยได้กล่าวไว้ว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตา	สามารถรับได้	75%
หู	สามารถรับได้	13%
จมูก	สามารถรับได้	3% และ
ร่างกาย	สามารถรับได้	6%

ผลจากการวิจัยจะเห็นได้ว่า “ตา” เป็นช่องทางในการที่รับรู้ข่าวสารได้ดีที่สุด โดยที่ตาจะทำหน้าที่เหมือนกล้องจับภาพของสรรพสิ่งที่ปรากฏ แล้วส่งผ่านเข้าสู่ศูนย์กลางการตีความหมาย คือสมองซึ่งทำหน้าที่เป็นหน่วยบันทึกความจำของมวลประสบการณ์ที่ส่งผ่านเข้ามา ความจำต่างๆ ที่รับเข้ามานี้ จะมีสภาพการคงอยู่ตามกาลเวลา หรือความถี่ของการรับเข้า ซึ่งจะก่อให้เกิดความจำ (Memory) ความเข้าใจที่จะสามารถระลึกนึกถึงได้

ด้วยเหตุแห่งกระบวนการสื่อสารทางการมองเห็น ต้องการให้สารที่ส่งออกไปเป็นที่เข้าใจ รับรู้ความหมาย และจดจำเกิดแก่ตัวผู้รับสาร จึงเป็นผลให้ต้องมีการจัดการกับสื่อกลาง หรือรูปแบบของสารที่จะส่ง เพื่อเป็นการช่วยเสริมความสามารถในการรับรู้ (Perceptual Capabilities) ของผู้ดู หรือผู้รับสารให้เกิดความกระจ่างชัด และขจัดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากธรรมชาติของการมองเห็น หรือความรู้สึกรวมของจิตภายในที่เกิดขึ้นได้เพราะการมองเห็น

ดังนั้นการออกแบบกราฟิกใดๆ ก็ตาม จึงควรศึกษาหลักจิตวิทยาที่เกี่ยวข้อง คือ จิตวิทยาการรับรู้ทางการมองเห็น (ฉวีลักษณ์ บุญยะกาญจ, 2525 : 18) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การรับรู้

การรับรู้เป็นกระบวนการที่มีระดับตั้งแต่ง่ายที่สุด ถึงซับซ้อนที่สุดจนยากแก่การเข้าใจ นักจิตวิทยาได้ให้ความหมายการรับรู้แตกต่างกันออกไป เช่น การรับรู้ คือการตีความหมายจากการรับสัมผัส (Sensation) ในการรับรู้ นั้น เราไม่เพียงแต่มองเห็น ได้ยิน หรือได้กลิ่นเท่านั้น แต่เราต้องรับรู้ได้ว่าวัตถุหรือสิ่งที่เรารับรู้นั้นคืออะไร มีรูปร่างอย่างไร อยู่ทิศใด ไกลกว่าเรามากน้อยแค่ไหน เป็นต้นทั้งหมดที่เราบอกได้นี้เป็นการใส่ความหมายให้กับสิ่งต่างๆ ที่ผ่านเข้ามาในการรับสัมผัสในแง่ของพฤติกรรมกรรับรู้ เป็นกระบวนการที่เกิดแทรกอยู่ระหว่างสิ่งเร้า และการตอบสนองต่อสิ่งเร้า ดังแผนภูมิข้างล่าง



2. องค์ประกอบการรับรู้

องค์ประกอบการรับรู้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 อย่างด้วยกัน คือ

2.1 การจัดหมวดหมู่ของวัตถุที่เป็นสิ่งเร้าพวก Gestalt Psychologist ซึ่งได้ให้ความสนใจกับ Perception อย่างมากได้ให้หลักเกณฑ์ในการที่คนเรามีแนวโน้มที่จะจัดภาพที่เรามองเห็นโดยจัดกลุ่มวัตถุเรียงตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

(1) Nearness or Proximity คือ คนแนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งที่ใกล้กันให้เป็นภาพเดียวกัน หรือเป็นหมวดหมู่เดียวกัน

(2) Similarity คือ ภาพของเส้นหรือจุดที่เหมือนกัน จะรับรู้เข้าเป็นภาพเดียวกัน หรือกลุ่มเดียวกัน

(3) Continuity คือ ความต่อเนื่อง การรวมกลุ่มเกิดจากสิ่งเร้ามีทิศทางไปทางเดียวกัน

(4) Closure คือ ภาพที่ใกล้จะเสร็จสมบูรณ์ หรือขาดความสมบูรณ์ไปเพียงเล็กน้อย เรามีแนวโน้มที่จะต่อเติมส่วนที่ขาดหายไปของภาพให้เกิดเป็นภาพที่สมบูรณ์ได้ เช่น รูปสามเหลี่ยมสี่เหลี่ยม หรือวงกลม ที่ส่วนหนึ่งส่วนใดขาดหายไป หรือภาพการ์ตูนต่างๆ เป็นต้น

(5) Figure and Ground การมองเห็นสิ่งต่างๆ เป็นรูปได้ เพราะเส้นต่างๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นรูปนั้นมาติดกับพื้น การจัดหาหมวดหมู่ของภาพ และพื้นไม่จำเป็นต้องเกิดจากเส้นเสมอไป แต่อาจจะเกิดจากการตัดกันของสีก็ได้

2.2 คุณลักษณะของผู้รับรู้ การที่จะรับรู้สิ่งต่างๆ รอบตัวเรานั้น นอกจากจะขึ้นอยู่กับการจัดหมวดหมู่ของวัตถุที่เป็นสิ่งเร้าแล้ว ยังขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของผู้รับรู้ ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละคน อิทธิพลที่ทำให้คุณลักษณะของผู้รับรู้ แตกต่างกันไป ซึ่งได้แก่ ประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคล ที่จะทำให้บุคคลรับรู้ภาพ หรือเหตุการณ์ต่างๆ หรือรูปที่มีการรับรู้ได้เป็นสองแง่สองมุม

3. ทศนภาพ

ภาพที่เกิดจากการมองเห็นของบุคคลเป็นการรับรู้วัตถุ และเหตุการณ์ในขอบข่ายของที่ว่าง และเวลา (Space and Time) การรับรู้ในเชิง Space นั้นคนเรารับรู้จาก 3 มิติ คือ ส่วนกว้าง ส่วนยาว และส่วนลึก ซึ่งปรากฏขึ้นในการมองดูภาพนิ่ง หรือภาพที่ไม่เคลื่อนที่ทั่วๆ ไป ส่วนภาพที่เคลื่อนไหวนั้น คนเรารับรู้โดยรวมเอาเวลาเข้าไปด้วย ซึ่งบางคนเรียกเวลาเป็นมิติที่ 4 ดังนั้นการรับรู้สิ่งที่เคลื่อนไหว จึงเป็นการรับรู้ทั้ง Space และ Time

4. การจัดหมวดหมู่ของสิ่งที่รับรู้ (Organization in Perception)

ตามหลักการจัดระเบียบการรับรู้ของนักจิตวิทยา Gestalt ได้กล่าวว่า การรับรู้ของคนเรามักจะมีลักษณะเป็นการจัดสิ่งที่จะรับรู้เข้าเป็นหมวดหมู่ หรือกลุ่มก้อน หรือเป็นส่วนรวม กล่าวคือ แทนที่จะรับรู้รายละเอียดส่วนปลีกย่อยของสิ่งต่างๆ เรากลับรับรู้สิ่งต่างๆ ในลักษณะที่เป็นส่วนรวมมากกว่า แบบแผนของการรับรู้ดังกล่าว ได้แก่ การรับรู้เกี่ยวกับภาพ และพื้น

5. ปัจจัยของการมองภาพ และพื้น (Figure and Ground Factors)

ปัจจัย และองค์ประกอบที่สำคัญอีกบางอย่างเกี่ยวกับการมองเห็น หรือทศนภาพที่นักออกแบบกราฟิก ควรสังเกต และทดลองเพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ภาพ และพื้น สำหรับเป็นพื้นฐาน ในการตัดสินใจและในการทำงานออกแบบ ซึ่ง Frank M. Young (1985 : 25) ได้เสนอแนะความเห็นไว้ว่า

5.1 พื้น (Ground) โดยปกติทั่วไปมักจะเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ และมองง่ายกว่าส่วนที่เป็นภาพ และโดยปกติส่วนที่เป็นภาพมักปรากฏในส่วนที่อยู่บน หรือหน้าสุดของพื้น แม้ว่าภาพ และพื้นจะอยู่ในระนาบเดียวกัน

5.2 รูปร่างของส่วนโค้ง ที่มีลักษณะโค้งออกมาภายนอก (Convex Shapes) เรามักจะเห็นว่าเป็นส่วนของภาพ (Figure) และในรูปร่างที่มีลักษณะเว้าเข้าข้างใน เรามักจะรับรู้ว่าเป็นส่วนของพื้น (Ground)

5.3 รูปร่างที่ไม่แบ่งแยกกัน (Unbroken Shapes) เรามักจะเห็นว่า เป็นภาพ (Figure) และส่วนที่เป็นรูปร่างแบ่งเป็นชิ้น (Segmented Shapes) เราจะให้ค่าเป็นส่วนของพื้น (Ground)

5.4 ถ้าสีใดมีความเข้มมากกว่าเรามักจะมองเห็นว่า คือ ส่วนที่เป็นภาพ

5.5 พื้นระนาบใดที่ถูกปิดล้อมเรามักจะมองเห็นว่าเป็นภาพ และส่วนที่เป็นตัวปิดล้อม เรามักจะมองเห็นว่าเป็นพื้น

5.6 การวางตำแหน่งของรูปร่างไว้ในส่วนด้านบน หรือล่างของพื้นระนาบส่วนหน้า เราสามารถตัดสินใจได้ว่าพื้นที่ ที่เรารับรู้นั้นสามารถเป็นได้ทั้งภาพ และพื้นภาพ และพื้นที่ที่มีลักษณะ และพื้นที่เท่ากันอยู่ใกล้ชิดกัน มักทำให้เกิดการรับรู้เป็น 2 นัย (Ambiguous) หรือเป็นได้ทั้งภาพ และพื้นสลับกัน (ประชิด ทิถบุตร, 2530 : 150 – 154)

6. แนวคิดในด้านการอ่านของ กานเย่ (Gagne)

กานเย่ ได้ให้พฤติกรรมการเรียนรู้ซึ่งเป็นแนวทางอันหนึ่งที่จะนำไปสู่การอ่านได้ 8 ระดับ คือ

6.1 Signal Learning อาการที่ตอบสนองที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ หรือโดยอัตโนมัติที่ได้เรียนรู้มาก่อน เช่น เมื่อกั๊ดของเปรี๊ยะจะมีน้ำลายไหลออกมา

6.2 Stimulus-Response Learning การเรียนรู้เริ่มต้นด้วยการเร้า และการตอบสนองกับเงื่อนไขเฉพาะ คือ ถ้าต้องการให้ตอบสนองอย่างไรก็กำหนดเงื่อนไขในการเร้าให้เฉพาะเจาะจงไปเฉพาะเรื่อง

6.3 Motor Chaining เป็นการเรียนรู้ที่ขยายขึ้นต่อจาก S-R คือ มีการเร้าที่ต้องการให้ตอบสนองเป็นอนุกรมติดต่อกันไปเฉพาะด้าน เช่น การขับรถยนต์เริ่มต้นด้วยขั้นตอนต่างๆ จนกระทั่งขับรถยนต์ได้

6.4 Verbal Chaining เป็นการเรียนรู้ชนิดตอบสนองด้วยคำพูดที่ติดต่อกันไป เช่น การเรียนเกี่ยวกับโคลงกลอน หรือเรื่องราวปะติดปะต่อกัน

6.5 Multiple Disclimation เป็นการเรียนรู้ในขั้นขยายอนุกรมของ chaining เช่น สามารถจำแนกพืชพรรณโดยบอกชื่อของต้นไม้ได้อย่างถูกต้อง

6.6 Concept Formation หรือ Classifying เริ่มต้นจากการที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า การแยกความแตกต่างของสิ่งเร้าจนกระทั่งเกิดความคิดรวบยอด เช่น ในการเรียนภาษาเริ่มแต่คำที่ง่าย ๆ สามารถจำแนกคำที่อ่านออกจากคำอื่นๆ จนกระทั่งเข้าใจ และเกิดความคิดรวบยอดในคำนั้นๆ

6.7 Principle Formation หรือ Rule Using เป็นการเรียนรู้ ถือหลักการต่างๆ ที่อาจจะโยงความสัมพันธ์ของสิ่งที่เรียนรู้ระหว่างของตั้งแต่ 2 สิ่งขึ้นไปเป็นกฎ หรือหลักการ เช่น วัตถุที่เป็นวงกลมกับการเคลื่อนไหว นักเรียนจะทราบได้ว่าของกลมนั้นกลิ้งได้ เป็นต้น

6.8 Problem Solving เป็นขั้นที่นำหลักการไปใช้ คือ ผู้เรียนต้องใช้ความคิดเพื่อให้ได้สิ่งใหม่ ออกมา เช่น ในการตัดสินใจ หรือการแก้ปัญหาพฤติกรรมแก้ปัญหานั้น กานเย่ (Gagne) ถือเป็นพฤติกรรมสูงสุดในการเรียนรู้ขั้นต่างๆ ซึ่งมีชื่อว่า Gagne's Scenic Route

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า การรับรู้หมายถึง ขบวนการที่คนเรามีประสบการณ์กับวัตถุ หรือเหตุการณ์ต่างๆ โดยอาศัยอวัยวะรับสัมผัส

2.2.2 ความสำคัญของการออกแบบกราฟิก

การออกแบบกราฟิก จัดเป็นงานออกแบบสาขาใหม่ที่ได้รับมีความสำคัญมาก แต่การออกแบบกราฟิกได้เกิดมีขึ้นมานานพร้อมกับวิวัฒนาการทางการสื่อสารของมนุษยชาติที่จำเป็น ต้องอาศัยการออกแบบ นับตั้งแต่การเริ่มสร้างสื่อความหมาย การขีดเคลา การเผยแพร่ข่าวสาร และความรู้สึกนึกคิดต่างๆ ไปยังผู้อื่นในลักษณะของการสื่อสาร ด้วยลายเส้น หรือการวาดเขียน (Graphic Commuication) ซึ่งรูปแบบของการออกแบบมีลักษณะที่ต่างกันออกไปตามความเจริญก้าวหน้าของสังคมในแต่ละยุคสมัย ตลอดจนถึงทักษะความสามารถ และภูมิปัญญาของนักออกแบบในแต่ละช่วงเวลา การออกแบบกราฟิก จึงนับว่ามีส่วนช่วยพัฒนาสร้างสรรค์สังคมมนุษย์ให้ดำรงอยู่ และเจริญก้าวหน้า ซึ่งสามารถสรุปการออกแบบกราฟิกที่ส่งผลต่อสังคมมนุษย์ได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การออกแบบกราฟิก มีส่วนสร้างสรรค์สัญลักษณ์ และข้อตกลงร่วมกันของคนในสังคม องค์ประกอบสำคัญแห่งการดำรงอยู่ของคนหมู่มาก คือ การที่มีความเคารพในกฎระเบียบ กฎเกณฑ์ที่มีการยอมรับเป็นข้อตกลง เป็นแนวทางประพฤติปฏิบัติร่วมกันมา ซึ่งอาจตกลงด้วยวาจา ลายลักษณ์อักษร หรือความเชื่อขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมา ดังนั้นการออกแบบกราฟิกจึงจำเป็นต้องอาศัยการออกแบบให้มีขนาดรูปทรงที่ชัดเจน เรียบร้อย สวยงาม และเหมาะสมกับอำนาจทางการมองเห็น (Visual Perception) ของมนุษย์

2. การออกแบบกราฟิก เป็นสื่อแสดงพลังแห่งการสร้างสรรค์ ทั้งนี้ ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการที่ได้ถูกคิดค้นขึ้น ล้วนแต่เกิดจากการถ่ายทอดความคิดสร้างสรรค์ออกมา ผ่านการขีดเขียน หรือการสร้างภาพ (Image) ทางลักษณะของงานกราฟิก ดังนั้น การออกแบบกราฟิกจึงเปรียบเสมือนสื่อ หรือช่องทางที่ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์คิดค้นวิทยาการความเจริญก้าวหน้าต่างๆ ขึ้นมา

3. การออกแบบกราฟิกเป็นการเสริมสร้างแต่งข่าวสาร (Message) ข่าวสารใดๆ ก็ตามที้นำเสนอต่อผู้ดู ผู้อ่าน ย่อมต้องการให้เป็นที่สนใจด้วยกันทั้งสิ้น นักออกแบบกราฟิกจึงเข้ามาช่วยสร้างความน่าสนใจให้เกิดแก่ข่าวสารนั้นๆ โดยการปรับปรุงเพิ่มเติม หรือเสริมแต่งด้วยทักษะทางศิลปะ และใช้หลักจิตวิทยาการรับรู้เข้าช่วย เช่น จัดวางรูปแบบของข้อความ รูปภาพ เปลี่ยนขนาด และนำเสนอข้อความที่กะทัดรัดได้ใจความ เป็นต้น

4. การออกแบบกราฟิกช่วยส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจการค้าและอุตสาหกรรม ซึ่งในปัจจุบันการออกแบบกราฟิกมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับวงการธุรกิจการค้า และวงการอุตสาหกรรมเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในวงการอุตสาหกรรมการพิมพ์ เนื่องจากในยุคการค้าแบบเสรีทำให้เกิดการแข่งขันทั้งในแง่ผู้ผลิต และผู้บริโภค ทำให้ผู้ผลิตจำเป็นต้องปรับปรุงคุณภาพสินค้า รวมถึงการประชาสัมพันธ์สินค้า เหตุนี้จึงทำให้เกิดธุรกิจการโฆษณาขึ้นมารองรับการออกแบบกราฟิก (ประชิด ทิณบุตร, ความสำคัญของการออกแบบกราฟิกต่อบรรจุภัณฑ์. 2534. [Online]. Available : <http://package-design-guru.blogspot.com/>)

2.2.3 หลักการออกแบบกราฟิก

ในการออกแบบสิ่งใดก็ตาม นักออกแบบควรจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและความงามงานออกแบบนั้นจึงจะมีคุณค่าสมบูรณ์ ทางด้านประโยชน์ใช้สอย เราคงทราบกันดีแล้ว เช่น แก้วน้ำใช้ประโยชน์ในการนั่ง แต่ทางด้านความงามของรูปแบบแก้วน้ำมีไว้สำหรับชื่นชมสิ่งที่จะนำมาประกอบกันให้เกิดความงาม ก็คือ ส่วนประกอบในการออกแบบ แต่การจัดส่วนประกอบเข้าด้วยกันต้องมีหลักหลักดังกล่าวนี้ ได้แก่ หลักการออกแบบ ซึ่งมีอยู่ 7 ประการ ดังต่อไปนี้

1. เอกภาพ
2. ดุลยภาพ
3. ความกลมกลืน
4. ความขัดแย้ง
5. สัดส่วน
6. ช่วงจังหวะ
7. การเน้น

เอกภาพ (Unity)

เอกภาพ คือ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กัน มองดูแล้วเป็นกลุ่มก้อน ไม่แตกกระจาย การออกแบบสร้างสรรค์งานศิลปะ เป็นการสร้างเอกภาพขึ้นจากเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวอนไวสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอญญาตเหนาไปเซบระยะขนตาดานการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสับสน ยุ่งเหยิง ทั้งยังเป็นการจัดระเบียบและดุลยภาพให้แก่สิ่งที่ขัดแย้งกัน เพื่อให้รวมตัวกันได้เป็นอย่างดี รายละเอียดเกี่ยวกับเอกภาพ มีดังนี้

1. แบบของเอกภาพ แบ่งอย่างกว้าง ๆ ได้ 2 แบบ คือ

1.1 เอกภาพแบบคงที่ (Static Unity) หมายถึง การจัดกลุ่มของรูปร่างหรือรูปทรงทางเรขาคณิต เอกภาพในลักษณะนี้จะให้ความรู้สึกแข็งแรง มั่นคง ไม่แสดงความรู้สึกเคลื่อนไหว เช่น งานออกแบบสถาปัตยกรรมทั่ว ๆ ไป รวมทั้งงานออกแบบ 2 มิติและ 3 มิติอื่น ๆ

1.2 เอกภาพแบบเคลื่อนไหว (Dynamic Unity) หมายถึง การจัดกลุ่มของรูปร่างหรือรูปทรงอิสระ เอกภาพในลักษณะนี้จะให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว

2. การสร้างเอกภาพ สามารถทำได้ 2 วิธี คือ

2.1 จัดกลุ่มของเส้น รูปร่าง และรูปทรงที่มีลักษณะคล้าย ๆ กัน การจัดวิธีนี้ให้ความกลมกลืนกันดี

2.2 จัดกลุ่มของเส้น รูปร่าง และรูปทรงที่มีลักษณะต่าง ๆ กัน โดยนำมาจัดรวมกัน การจัดวิธีนี้ให้ความรู้สึกน่าสนใจ

ดุลยภาพ (Balance)

ดุลยภาพ หมายถึงการออกแบบจัดภาพให้มีน้ำหนักถ่วงเท่ากันทั้งสองข้าง โดยมีแกนกลาง (Axis) ของภาพเป็นตำแหน่งในการแบ่งแยกภาพ ดุลยภาพหรือความสมดุลนี้รับรู้ได้ด้วยสายตาหรือการมองเห็น ลักษณะของดุลยภาพแบ่งออกได้ 3 แบบ คือ

1. ดุลยภาพที่เหมือนกันทั้งสองข้าง (Symmetrical Balance) คือ ดุลยภาพที่มีส่วนประกอบของภาพเหมือนกันทั้งสองข้าง (ดูภาพ 6.6) ดุลยภาพแบบนี้ให้ความรู้สึกมั่นคง เทียบตรง สง่า เป็นทางการ นิยมใช้ออกแบบโบสถ์ วิหาร สถานที่ราชการ และงานอื่น ๆ ที่ต้องการให้มีความรู้สึกดังกล่าว เช่น ออกแบบเสื้อผ้า เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น

2. ดุลยภาพที่ไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง (Asymmetrical Balance) คือ ดุลยภาพที่มีส่วนประกอบของภาพไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง แต่มีน้ำหนักของภาพเท่ากันทั้งสองข้างดุลยภาพแบบนี้ให้อิสระในการออกแบบ และให้ความรู้สึกน่าสนใจ

การสร้างดุลยภาพที่ไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง มีข้อควรคำนึงถึงอยู่หลายประการ ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้

2.1 ดุลยภาพของรูปร่าง (Balance of Shape) หมายถึง ดุลยภาพที่เกิดจากรูปร่างที่มีขนาดใหญ่จะดูหนักกว่ารูปร่างที่มีขนาดเล็กในกรณีเดียวกัน ดังนั้นเพื่อให้มีดุลยภาพ รูปร่างขนาดใหญ่ควรอยู่ใกล้ศูนย์กลางของภาพมากกว่ารูปร่างขนาดเล็ก

2.2 ดุลยภาพของน้ำหนัก (Balance of Value) หมายถึง ดุลยภาพที่เกิดจากน้ำหนักอ่อนแก่ น้ำหนักที่ตัดกับพื้น จะดูหนักกว่าน้ำหนักที่กลืนไปกับพื้น ในกรณีของรูปร่างที่มีขนาดเท่ากัน ดังนั้นเพื่อให้มีดุลยภาพ ควรขยายขนาดของน้ำหนักที่กลืนไปกับพื้นให้ใหญ่ขึ้น ถ้าไม่ขยายขนาดก็ควรให้อยู่ห่างแกนกลางมากกว่าน้ำหนักที่ตัดกับพื้น

2.3 ดุลยภาพของสี (Balance of Color) หมายถึง ดุลยภาพที่เกิดจากสีที่มีความจัด (intensity) เท่ากัน ขนาดเท่ากัน จะเป็นสีเดียวกันหรือต่างสี ย่อมมีดุลยภาพเหมือนกัน ส่วนสีที่ตัดกับพื้นจะดูใหญ่กว่าสีที่กลมกลืนไปกับพื้น ในกรณีที่มีขนาดเท่ากัน ดังนั้นควรขยายขนาดของสีที่กลืนกับพื้นให้ใหญ่ขึ้น หรือถ้าไม่ขยายขนาดก็ควรให้อยู่ห่างแกนกลางมากกว่าสีที่ตัดกับพื้น จึงจะเกิดดุลยภาพ (ชูลูด นิยมเสมอ. 2531 : 141 - 142)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ดุลยภาพของลักษณะผิว (Balance of Texture) หมายถึง ดุลยภาพที่เกิดจากลักษณะผิว ผิวในลักษณะต่าง ๆ ที่ใช้เป็นผิวของรูปร่างหรือรูปทรงที่น่าสนใจ จะมีน้ำหนักมากกว่าลักษณะผิวของรูปร่างหรือรูปทรงธรรมดา ๆ ในกรณีที่มีขนาดเท่ากัน

2.5 ดุลยภาพของจุดสนใจ (Balance of Interesting Point) หมายถึง ดุลยภาพที่เกิดจากจุดสนใจ จุดสนใจแม้จะมีขนาดเล็กกว่า ก็สามารถถ่วงดุลย์กับรูปร่างหรือรูปทรงที่ดูธรรมดา ๆ แต่มีขนาดใหญ่กว่าได้ จุดที่น่าสนใจมีหลายลักษณะ ดังต่อไปนี้ (ชลูด นิ่มเสมอ. 2531 : 139 : 140)

2.5.1 เส้นที่มีรูปร่างหรือลวดลายที่แปลกกว่าเส้นธรรมดา ๆ เช่น เส้นที่เป็นลวดลายต่าง ๆ จะดูน่าสนใจกว่าเส้นตั้ง เส้นนอน

2.5.2 รูปร่างหรือรูปทรงที่ดูมีชีวิต เช่น รูปคน สัตว์ จะดูมีชีวิตกว่าดอกไม้หรือวัตถุที่อยู่นิ่ง

2.5.3 น้ำหนักตัดกัน เช่น น้ำหนักที่ตัดกันเป็นกลุ่ม จะดูน่าสนใจกว่าน้ำหนักกลมกลืนกันเป็นกลุ่ม

2.5.4 น้ำหนักอ่อนกว่าแต่รูปทรงน่าสนใจกว่า เช่น ตัวอักษร ก. ไก่ มีน้ำหนักสีเทา จะดูน่าสนใจกว่ารูปสี่เหลี่ยมที่มีน้ำหนักสีดำ

2.5.5 สีสดใสนุ่มนวล เช่น สีเขียวสด จะดูน่าสนใจกว่า สีเทา

2.5.6 สีร้อน เช่น กลุ่มของสีร้อน จะดูน่าสนใจกว่ากลุ่มของสีเย็น

2.5.7 สีมีความจัดน้อยกว่าแต่รูปทรงมีความหมายมากกว่า เช่น รูปคนพ้อร่าสีน้ำตาลอ่อน จะดูน่าสนใจกว่ารูปสี่เหลี่ยมสีแดง

2.5.8 ลักษณะผิวที่หายาขรุขระ เช่น ผิวของเปลือกทุเรียน จะดูน่าสนใจกว่าผิวของเปลือกสาก

3. ดุลยภาพแบบรัศมี (Radial Balance) คือ ดุลยภาพที่มีส่วนประกอบของภาพกระจายออกจากศูนย์กลางเป็นรัศมี สามารถพบเห็นได้ตามธรรมชาติ เช่น โครงสร้างของดอกไม้ รัศมีของดวงอาทิตย์ รูปร่างของสัตว์ ตลอดจนสิ่งที่มีมนุษย์ออกแบบสร้างสรรค์ขึ้น เช่น หน้าของเพชรพลอยที่เจียรไนแล้ว รวมทั้งการออกแบบน้ำพุสำหรับตกแต่งสถานที่

ความกลมกลืน (Harmony)

ในการออกแบบให้เกิดความงดงาม จะต้องประสานส่วนประกอบในการออกแบบให้กลมกลืนกันอย่างมีเอกภาพ โดยการจัดส่วนประกอบในการออกแบบให้กลมกลืนกัน หลักของความกลมกลืนกันพิจารณาอย่างกว้าง ๆ ได้แก่ ความคล้ายกัน ความใกล้เคียงกัน ความเหมือนกัน ความคิดในแนวเดียวกัน ความกลมกลืนมากที่สุด คือ ความเหมือนกัน ความกลมกลืนน้อยที่สุด คือ ความเกือบต่างกัน

ความกลมกลืนในการออกแบบ เป็นความกลมกลืนของส่วนประกอบในการออกแบบซึ่งมีทั้งความกลมกลืนของเส้น ทิศทาง รูปร่าง รูปทรง ขนาด สัดส่วน สี น้ำหนัก ลักษณะผิว รวมทั้งความกลมกลืนของความคิดและจุดมุ่งหมาย

ความขัดแย้ง (Contrast)

ความขัดแย้ง คือ การจัดส่วนประกอบของการออกแบบที่มีคุณสมบัติแตกต่างกันมาไว้ด้วยกัน ใช้แก่ความเบื่อหน่ายอันเกิดจากความกลมกลืนที่มากเกินไป ซึ่งจะทำงานออกแบบนั้นน่าสนใจและมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น ความขัดแย้งที่เป็นเอกภาพจะต้องเป็นความขัดแย้งที่กลมกลืน คือ ขัดแย้งเป็นส่วนน้อยกลมกลืนเป็นส่วนใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณสมบัติที่ต่างกันของส่วนประกอบในการออกแบบ มีทั้งความแตกต่างกันของเส้น ทิศทาง รูปร่าง รูปทรง ขนาด สัดส่วน สี น้ำหนัก และลักษณะผิว

สัดส่วน (Proportion)

สัดส่วน หมายถึง ความสัมพันธ์ของส่วนประกอบของสิ่งต่าง ๆ ซึ่งจำแนกออกได้ 2 ลักษณะ คือ

1. สัดส่วนที่สัมพันธ์กันในตัวเอง เช่น สัดส่วนของคน ซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่าง หัว ตัว แขน ขา และส่วนประกอบอื่น ๆ คนที่มีสัดส่วนสวยงาม จะมีความสัมพันธ์ของส่วนประกอบของร่างกายอย่างเหมาะสม สมส่วน เช่น สัดส่วนของวินสตีที่มีชื่อเสียงทั่วโลก สัดส่วนของพระพุทธรูปปางลีลา สมัยสุโขทัย

2. สัดส่วนของตัวเองที่ไปสัมพันธ์กับสิ่งอื่น เช่น สัดส่วนของแว่นตาที่รับกับใบหน้าของคน หรือ สัดส่วนของคนที่สัมพันธ์กับขนาดของเก้าอี้ ประตู เสื้อผ้า เป็นต้น

3. ความงามของสัดส่วน ยังไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนตายตัว มีแต่เพียงความเชื่อที่สอดคล้องกันในสังคมแต่ละยุคแต่ละสมัยเท่านั้น เช่น ชาวกรีกสมัยโบราณประมาณศตวรรษที่ 5 ก่อน คริสต์ ศักราช เชื่อว่าสัดส่วนของสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่งามที่สุดจะต้องมีสัดส่วน 1 : 1.618 หรือประมาณ 2 : 3 สัดส่วนนี้มีความสัมพันธ์กันดีมาก ใช้ในการสร้างวิหารพาร์เธนอน (Parthenon) ที่มีชื่อเสียงโด่งดังของประเทศกรีก (Steinen. 1977 : 13 - 18) และจากสัดส่วนที่งดงามของวิหารพาร์เธนอนนี้เอง นักออกแบบทั่วโลกต่างยอมรับและนำสัดส่วนนี้ไปประยุกต์ใช้กับงานออกแบบทุก ๆ ด้าน เช่น งานทางด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม ทัศนกรรม ตลอดจนงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ ในสมัยต่อ ๆ มาได้มีผู้คิดสัดส่วนของสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่ต่างออกไป โดยใช้ระบบรูท (Root) สัดส่วนของรูท 2 คือ 1 : 1.414, สัดส่วนของรูท 3 คือ 1 : 1.732 , สัดส่วนของรูท 4 คือ 1 : 2.000 และสัดส่วนของรูท 5 คือ 1 : 2.236 (ดูภาพ 6.29) แต่ไม่โด่งดังเท่ากับสัดส่วน 1 : 1.618

ในการออกแบบบางครั้งนักออกแบบหรือศิลปินอาจมีเจตนาออกแบบสร้างสรรค์ให้ดูผิดส่วนหรือไม่สมส่วน โดยมีจุดประสงค์จะให้สะดุดตาแก่ผู้ดู ก็ไม่ถือว่าเป็นความผิดพลาดในการออกแบบแต่อย่างใด ในการออกแบบสัดส่วนนั้นควรมีประสบการณ์ในการดูมาก ๆ จึงจะออกแบบได้ดี

ช่วงจังหวะ (Rhythm)

ช่วงจังหวะ เปรียบเทียบได้กับการเดินของหัวใจที่มีการเต้นเป็นระยะสม่ำเสมอหรือเปรียบเทียบกับ การตีกลองที่มีลีลาของช่วงตีถี่ห่างเป็นระยะ ๆ ซึ่งมีช่วงจังหวะในการตีแตกต่างกันไปได้หลายลักษณะ เมื่อเปรียบเทียบกับ การออกแบบทางด้านทัศนศิลป์ ก็คือการจัดส่วนประกอบของการออกแบบให้มีช่วงจังหวะในลักษณะต่าง ๆ นั่นเอง ช่วงจังหวะในการออกแบบสามารถแบ่งออกได้ 3 ลักษณะ ดังต่อไปนี้ (Beitler and Lockhart. 1967 : 38 - 45)

1. จังหวะซ้ำ ๆ กัน (Repetition) หมายถึง การออกแบบด้วยเส้น สี หรือ รูปร่าง ให้มีจังหวะซ้ำ ๆ กัน โดยให้คำนึงถึงหลักของสัดส่วน และเอกภาพเป็นสำคัญ

2. จังหวะที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง (Gradation or Progression) หมายถึง จังหวะการซ้ำของส่วนประกอบในการออกแบบ ที่มีการเปลี่ยนความยาวหรือความหนาของเส้นแต่ถ้าเปลี่ยนเป็นลำดับเหมือน ๆ กันทั้งภาพก็จะดูน่าเบื่ออีก นอกจากการเปลี่ยนความยาวและความหนาของเส้นแล้ว ยังมีการเปลี่ยนช่องไฟระหว่างเส้นหรือรูปร่าง เปลี่ยนสีแท้ น้ำหนักความจัดของสี หรือเปลี่ยนปริมาณการทับกันของส่วนประกอบ เปลี่ยนลักษณะผิวจากเรียบให้เป็นหยาบ และจากความสว่างสดใสให้ขุ่นมัว

3. จังหวะที่เคลื่อนไหวสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง (Continuous Related Movement) หมายถึง จังหวะการซ้ำของส่วนประกอบในการออกแบบที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกันไปอย่างต่อเนื่อง และให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว

การเน้น (Emphasis)

การออกแบบทุก ๆ อย่างต้องการให้มีความเด่นสะดุดตา เพื่อให้ผู้ดูเกิดความสนใจสาระของงานออกแบบนั้น ๆ การสร้างความสนใจได้ดีก็คือการเน้น ดังนั้นงานออกแบบที่มีคุณภาพจึงควรมีจุดศูนย์กลางของความสนใจ หรือมีพื้นที่ที่เด่นประกอบอยู่ด้วยเสมอ การเน้นให้เกิดจุดเด่นสามารถทำได้โดยใช้ เส้น ทิศทาง รูปร่าง รูปทรง ขนาด ลักษณะผิว สี น้ำหนักตลอดจนบริเวณว่าง ให้ความแตกต่างกับส่วนใหญ่ การเน้นจุดเด่นควรเน้นจุดสำคัญเพียงแห่งเดียว และเน้นในปริมาณที่ไม่มากนัก มิฉะนั้นจะทำให้ขาดเอกภาพเกิดความไม่น่าดูขึ้นได้

2.2.4 องค์ประกอบในงานออกแบบกราฟิก

องค์ประกอบต่าง ๆ ของการออกแบบสามารถนำมาใช้ประกอบกันเมื่อเริ่มคิดแบบ และวางเลย์เอาต์ เป็นสิ่งที่ช่วยให้มีจุดยืนในการเริ่มต้นออกแบบ และเพิ่มความหลากหลายของงาน

องค์ประกอบของการออกแบบได้แก่

1. เส้น (Line) เส้นคือการเชื่อมต่อของจุดสองจุดด้วยจุดหรือเครื่องหมายใด ๆ อย่างต่อเนื่อง-กัน เส้นมีหลายลักษณะ เช่น เส้นตรง เส้นโค้ง เส้นหนา เส้นบาง เส้นประ เป็นต้น

การใช้เส้นในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

1. เป็นเส้นกรอบของรูปภาพหรือข้อความ
 2. สร้างกริด (Grid)
 3. จัดข้อมูลให้เป็นระเบียบ
 4. เน้นส่วนสำคัญ
 5. เชื่อมส่วนประกอบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน
 6. สร้างกราฟหรือผังข้อมูล
 7. สร้างลวดลายด้วยเส้นสายรูปแบบต่าง ๆ
 8. นำสายตาผู้ดูไปยังจุดที่ต้องการ หรือสร้างความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหว
 9. สร้างอารมณ์หรือโน้มนำความรู้สึก
2. รูปทรง (Shape) รูปทรงคือสิ่งที่มีความกว้างและความสูง มี 3 แบบคือ
- 2.1 รูปทรงเรขาคณิต ได้แก่ สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม วงกลม เป็นต้น
 - 2.2 รูปทรงตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา รูปร่างของคนและสัตว์ต่าง ๆ
 - 2.3 รูปทรงดัดแปลงซึ่งได้มาจากการนำรูปทรงตามธรรมชาติมาทำให้เรียบง่ายขึ้น
- ##### การใช้รูปร่างในงานออกแบบสิ่งพิมพ์
1. จัดวางข้อความอยู่ภายในกรอบที่มีรูปทรงแบบต่าง ๆ
 2. สร้างรูปแบบใหม่ ๆ
 3. ใส่สีเป็นรูปทรงต่าง ๆ บนข้อความที่ต้องการเน้นหรือดึงดูดความสนใจ
 4. ทำรูปทรงเฉพาะขึ้นแทนสัญลักษณ์ต่าง ๆ
 5. ตัดกรอบภาพเป็นรูปทรงที่แปลกออกไปเพื่อให้ดูน่าสนใจขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. **พื้นผิว (Texture)** พื้นผิวคือสิ่งที่มองเห็นหรือสัมผัสได้บนผิวหน้าของงาน พื้นผิวที่ไม่เหมือนกันทำให้งานออกแบบขึ้นตึยวกันดูแตกต่างกัน พื้นผิวจะเพิ่มมิติให้กับงาน และผู้ดูสามารถสัมผัสกับพื้นผิวที่นั้กออกแบบใช้กับงานได้

การใช้พื้นผิวในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

1. เพื่อกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึก
2. สร้างความแตกต่างเพื่อดึงดูดความสนใจ
3. ทำให้งานมีเอกลักษณ์
4. ลวงสายตาด้วยลวดลายและแสงเงาของพื้นผิว
5. สร้างมิติและความลึก

4. **ช่องไฟ (Space)** ช่องไฟคือพื้นที่ว่างที่อยู่ระหว่างหรือโดยรอบวัตถุ หรือตัวอักษร ช่องไฟทำให้สิ่งที่นำมาใส่ไว้ในหน้างานแยกออกจากกัน หรือดูเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทำให้เกิดการเน้น และเป็นจุดพักสายตา

การใช้ช่องไฟในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

1. ช่วยให้เรื่องราวในเลย์เอาท์ง่ายต่อการติดตาม
2. ช่วยให้แต่ละองค์ประกอบของงานดูเสมอกัน
3. เป็นจุดพักสายตา
4. ช่วยเน้นส่วนประกอบที่สำคัญ เช่น ปล่อยให้มืช่องว่างรอบๆ ส่วนประกอบนั้นมากกว่าที่อื่น
5. ทำให้ตัวอักษรดูเด่นชัดขึ้น

5. **ขนาด (Size)** ขนาดของวัตถุทั้งใหญ่หรือเล็กเป็นส่วนประกอบกันที่ทำให้เลย์เอาท์มีรูปแบบขึ้นมา การจัดขนาดส่วนประกอบต่าง ๆ ได้ดีจะทำให้เลย์เอาท์น่าสนใจยิ่งขึ้นและดูเป็นระเบียบขึ้น ขนาดจะทำให้เห็นความสำคัญของสิ่งที่ต้องการเน้น ช่วยดึงดูดความสนใจ และช่วยให้เลย์เอาท์ประกอบเข้าด้วยกันได้อย่างเหมาะสม

การใช้ขนาดในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

1. แสดงความสำคัญขององค์ประกอบ
2. ดึงดูดความสนใจ เช่น ใช้ขนาดที่ต่างกันเพื่ให้เกิดการตัดกัน
3. ทำให้มองเห็นองค์ประกอบแต่ละส่วนได้ง่ายขึ้น
4. ทำให้งานดูมีความสม่ำเสมอตลอดทั้งหน้า

6. **ค่าความดำ (Value)** ค่าความดำคือ ความมืดหรือความสว่างของพื้นที่หนึ่ง ๆ ซึ่งเกิดจากการไล่ค่าระดับความสว่างหรือความมืดที่อยู่ระหว่างขาวไปจนถึงดำ ค่าความดำนี้จะแสดงเฉดของสีต่างๆ เป็นเฉดของสีเทา เฉดสีเทาเหล่านี้จะมีค่าความดำจากอ่อนที่สุดไปถึงเข้มที่สุด ค่าความดำทำให้เกิดอารมณ์ ความหม่นมัวและความลึก

การใช้ค่าความดำในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

1. ทำให้สิ่งของดูมีมิติ มีความลึก และมีแสงเงา
2. ทำให้รู้สึกถึงสิ่งของโดยอยู่ด้านหน้า สิ่งของโดยอยู่ด้านหลัง
3. ทำให้ภาพรวมเป็นภาพประเภทสว่าง (High Key) หรือมืด (Low Key) ตามปริมาณค่าความดำรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ใช้เน้นส่วนสำคัญ โดยให้ค่าความดำของส่วนที่ต้องการเน้นแตกต่างกับส่วนที่อยู่โดยรอบ
5. ใช้น้ำสายตาไปยังจุดที่ต้องการ
7. สี (Color) สีเป็นองค์ประกอบของการออกแบบที่มีความสำคัญมาก เพราะสีจะมีผลด้านอารมณ์ และความรู้สึก สียังทำให้เกิดภาพ ดึงดูดความสนใจ และบอกความรู้สึกของสิ่งต่าง ๆ ก่อนจะเลือกใช้สีต้องพิจารณาก่อนว่าต้องการใช้สีทำให้เกิดผลในลักษณะใด และสีใดที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์นั้น ๆ

การใช้สีในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

1. สามารถดึงดูดสายตาให้เกิดความสนใจ
2. ช่วยสร้างอารมณ์ ความรู้สึก
3. ช่วยดึงสายตาว่าจุดใดเป็นจุดแรกที่ต้องการให้มอง
4. สามารถจัดองค์ประกอบของงานรวมกลุ่มกัน หรือจะแยกมันออกจากกันด้วยการเลือกใช้สีที่ต่างกันไป

5. ช่วยผสมผสานให้ภาพรวมมีความสมดุล

6. ใช้น้ำหนักข้อความสำคัญหรือหัวเรื่อง

8. ตัวอักษร (Typography) ตัวอักษรเป็นองค์ประกอบที่แตกต่างไปจากองค์ประกอบอื่น ตัวอักษรสามารถเรียงร้อยบอกเล่าเรื่องราวให้ผู้อ่านได้โดยตรง ไม่ต้องแปลความหมายเหมือนเช่นองค์ประกอบอื่น ในขณะที่เดียวกันเราก็สามารถตกแต่งตัวอักษรโดยใช้รูปแบบ ขนาด และสีสัน มาจัดวางเป็นรูปแบบต่าง ๆ สร้างแรงดึงดูดให้สนใจและน่าติดตาม

การใช้ตัวอักษรในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

1. ใช้บอกกล่าวข้อความที่องค์ประกอบอื่นไม่สามารถสื่อออกมาได้
2. ดึงดูดให้เกิดความสนใจด้วยขนาด สีสันและข้อความที่เร้าใจ
3. จัดลำดับความสำคัญและบอกเล่ารายละเอียดโดยจัดทำหัวข้อหลัก หัวข้อรอง และเนื้อหา ฯลฯ
4. สามารถจัดเรียงตัวอักษรประกอบเป็นภาพ หรือรูปทรงต่าง ๆ โดยใช้แบบอักษร ขนาด และสีสัน ที่ต่าง ๆ กัน

5. สามารถจัดแบ่งเป็นกลุ่มก้อน จัดวางและใช้ช่องไฟ สีสันตลอดจนองค์ประกอบอื่นในการแบ่งแยกให้เป็นระเบียบ ง่ายต่อการสื่อสาร และดูสวยงาม

6. ใช้ขยายความ หรืออธิบายภาพประกอบต่างๆ (หลักการออกแบบ, 2554. [Online].

Available : <http://www.pikanesri.com/class-basic-designB.php>)

2.3 การศึกษาทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

2.3.1 ความหมายของที่ระลึก

ในความหมายของของที่ระลึกอาจให้คำจำกัดความ (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2542) โดยแยกความหมายของคำว่า “ของ” ซึ่งหมายถึงสิ่งต่าง ๆ (ใช้สำหรับนำหน้านามที่เป็นผู้ครอบครอง) ส่วนคำว่า “ที่ระลึก” หมายถึง คิดถึง นึกถึง เรื่องราวในอดีตได้ เช่น ระลึกถึงความหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นต้น ดังนั้น คำว่าของที่ระลึกอาจหมายถึง สิ่งที่ทำให้เกิดความนึกถึงและคิดถึง นอกจากนี้ยังมีความหมายจากคำจำกัดความที่มีลักษณะใกล้เคียงกันอีก เช่น (ประเสริฐ ศิลรัตน์, 2531 : 2)

ของที่ระลึก อาจหมายถึง สิ่งที่น่ามาใช้เป็นแรงจูงใจ กระตุ้นให้เกิดความคิดถึง นึกถึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้อง

ของที่ระลึก อาจหมายถึง สื่อที่ใช้หวังผลทางด้านความทรงจำ ในสิ่งที่ผ่านไปในอดีต กลับมากระจำชัดในปัจจุบัน

ของที่ระลึก อาจหมายถึง สัญลักษณ์แทนบุคคล เหตุการณ์ เรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในอดีต เพื่อกระตุ้นเตือนหรือให้นึกถึงอยู่เสมอ

ของที่ระลึกอาจมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันไป ตามแต่โอกาสนั้น ๆ เช่น ถ้ามอบให้เนื่องใน วันเกิด วันแต่งงาน วันปีใหม่ เรียกว่า “ของขวัญ” ถ้ามอบให้ผู้ที่รักและนับถือเรียกว่า “ของกำนัล” และถ้าให้เพื่อเป็นการตอบแทนเช่น งานศพ เรียกว่า “ของชำร่วย” หรือ “ของแถมพก” เหล่านี้เป็นต้น

แม้ว่าจะเรียกชื่ออย่างไรก็ตาม มีวัตถุประสงค์การให้ที่แตกต่างกัน แต่ในความหมายที่แท้จริงก็คือการกระตุ้นเตือนให้เกิดความทรงจำ ซึ่งอยู่ในขอบข่าย “ของที่ระลึก” นั่นเอง

2.3.2 ประเภทของสินค้าที่ระลึก

การจัดแบ่งประเภทของที่ระลึก อาจจำแนกตามวัตถุประสงค์แห่งการนำไปใช้ได้ ดังนี้ (ประเสริฐ ศิลรัตน์, 2531 : 56-62)

1. ของที่ระลึกประเภทของบริโภค คือของที่ระลึกที่อยู่ในรูปลักษณะของ “อาหาร” ซึ่งสิ่งของประเภทนี้ มีการแบ่งปันกันมาตั้งแต่อดีต เนื่องจากไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน และบริโภคในช่วงระยะเวลาสั้นๆ จึงไม่ค่อยยอมรับว่าเป็นของที่ระลึก ต่อมาในภายหลัง สินค้าประเภทของกินได้พัฒนารูปแบบ คุณภาพ การเก็บรักษา และบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสม สวยงาม น่าสนใจ จนสินค้าที่ระลึกประเภทนี้ ได้รับความนิยมและความสนใจจากผู้ซื้อจำนวนมาก

2. ของที่ระลึกประเภทของใช้ เครื่องมือเครื่องใช้ เป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตมาตั้งแต่อดีต และมีการให้ปัน หรือซื้อขายแลกเปลี่ยนกันเพื่อการนำไปใช้ แต่เครื่องมือเครื่องใช้บางชนิดได้ถูกประดิษฐ์ขึ้นอย่างเป็นพิเศษต่างจากรูปแบบที่ใช้กันอยู่ทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งด้วยลวดลาย การใช้วัสดุที่ทรงคุณค่า จึงมักถูกนำไปใช้เป็นที่ระลึกมากกว่าการนำไปใช้ประโยชน์ซึ่งในปัจจุบัน สินค้าที่ระลึกประเภทของใช้นี้ได้รับความนิยมมาก

3. ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง เป็นของที่ระลึกที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองต่อจิตใจเป็นส่วนใหญ่ เช่นการตกแต่งร่างกาย ได้แก่เครื่องประดับต่าง ๆ หรือสำหรับใช้ในการตกแต่งอาคารสถานที่ หรือใช้ในพิธีการต่าง ๆ ดังนั้นสินค้าที่ระลึกประเภทนี้ จึงต้องมีการออกแบบที่ดี มีสีและรูปร่างส่วนประกอบต่างๆ ปราณีต สวยงาม เพื่อดึงดูด และล่อใจผู้ซื้อ

4. ของที่ระลึกประเภทวัตถุทางศิลปะ ของที่ระลึกประเภทนี้ส่วนใหญ่สร้างสรรค์ขึ้น โดยศิลปินออกแบบ และสร้างขึ้นโดยคนคนเดียว อาจด้วยวิธีการใดๆ จนสำเร็จเป็นงานศิลปะ ศิลปวัตถุเหล่านี้แต่เดิมเป็นการถ่ายทอดสร้างสรรค์ของศิลปินเพื่อแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึก อันเป็นความงาม และความพึงพอใจมากกว่าจะมุ่งสร้างเพื่อประโยชน์ในทางซื้อขายแลกเปลี่ยน ภายหลังเมื่อภาวะเศรษฐกิจ และสังคมเปลี่ยนแปลงไป ความจำเป็นในเรื่องปัจจัยอื่นๆ ที่สำคัญต่อการครองชีพ ทำให้ศิลปินเริ่มหันมาผลิตสร้างผลงานเพื่อซื้อขายกันมากขึ้น และผลงานประเภทศิลปวัตถุเหล่านี้ส่วนใหญ่มักจะนำไปใช้ประโยชน์ในการตกแต่งมากกว่าประโยชน์อย่างอื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3 แนวทางการออกแบบของที่ระลึก

ในการออกแบบของที่ระลึก ของขวัญ ของกำนัล ของใช้เฉพาะทางนั้น ปัจจุบันนักออกแบบได้อาศัยการตั้งแนวคิด วิธีคิด หรือจะเรียกว่าเป็นหลักคิด (Main Idea or Main Concept) เพื่อเป็นหลักยึด หรือเป็นแนวทางการแตกแขนงทางความคิดออกไปหลากหลายทิศทาง โดยนำแนวคิดหลักไปสู่การสร้างผลงานออกมาอย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะ (Corporated Objects) หรือจะเรียกง่าย ๆ ว่าเป็นชุด (Set) นั่นเอง วิธีคิดง่าย ๆ ของการทำงานตามแนวทางนี้ก็คือ การคิดหาหลักหรือสัญลักษณ์แทนความคิดของเรา ซึ่งอาจจะเริ่มต้นหาคำสำคัญ (Keyword) เช่น "เด็กไทย" เป็นตัวตั้ง หน้าที่ของนักออกแบบก็คือการสร้างภาพจากคำว่า "เด็กไทย" ให้ออกมาเป็นภาพแสดงแทนความเข้าใจแทนที่ตัวหนังสือที่เป็นคำอ่านนี้ การวาดภาพแสดงแทนความคิดนี้เราจึงเรียกว่า ผลงานการออกแบบ แต่ลักษณะที่ปรากฏออกมาเป็นภาพนั้นจะมีคุณลักษณะเช่นไร ก็ต้องกำหนดความคิด และวาดแสดงรายละเอียดออกมาให้ได้ เช่น เป็นเด็กไทยนั่งโง่งกระเบนสีแดง ไว้ผมจุกมีปิ่นปักผม ไม่ใส่เสื้อ อายุราวๆ 4-6 ขวบ รูปลักษณ์อวบอ้วนชาวสมุทรบุรีรัมย์ กำลังยืนกางขา อยู่ในท่านั่งพับเพียบ กำลังวิ่ง ลูกเข้า ฯลฯ การกำหนดความคิดดังกล่าวจะทำให้เราได้แนวทางการผลิตชิ้นงานหรือได้เอกลักษณ์ทางความคิดออกมา เพื่อใช้เป็นแนวการเขียนเอกสาร (Document) อื่นๆ ที่จะเกี่ยวข้องตามมา นับตั้งแต่การตั้งชื่อความคิด (Name Your Idea) เพื่อนำไปสู่การสื่อสาร การผลิตเป็นผลงานอื่นๆ ตามมาอีกมากมาย ซึ่งหากไม่กำหนดแนวความคิดหลัก หรือไม่มีหลักยึดแล้วอาจจะหลงทาง ซึ่งเมื่อสร้างงานออกมาแล้ว ตัวผลงานจะสะท้อนความคิดที่เป็นเอกลักษณ์ หรือระดับสติปัญญาของนักออกแบบนั่นเอง (ประชิด ทิณบุตร, 2550 : 12)

การศึกษาการออกแบบที่ดี จึงจำเป็นต้องศึกษาหาความรู้ ความเข้าใจในงานออกแบบแต่ละอย่างโดยเฉพาะก่อน เพื่อให้การออกแบบสอดคล้องกับความเป็นจริง หรืออาจให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงไม่มากก็น้อย ไม่ใช่เป็นการออกแบบที่เลื่อนลอยอยู่เหนือความเป็นจริง หรือไม่สามารถนำไปปฏิบัติจริงได้ ถ้าเป็นเช่นนั้นการออกแบบก็จะมีคามหมายน้อยลง นอกเหนือจากการศึกษาแนวคิด (Concept) รูปแบบ (Idea) วัสดุอุปกรณ์ (Material & Equipment) และกระบวนการผลิต (Production) งานออกแบบบางอย่างอาจเกี่ยวข้องกับจิตวิทยา เพื่อการเรียกร้อง หรือสร้างทัศนคติ เช่นการออกแบบโฆษณาจะต้องใช้หลักทางจิตวิทยาในทางชี้ชวน หรือการออกแบบทางทัศนศิลป์ที่ต้องสร้างความรู้สึกลำบากใจบางอย่างใดอย่างหนึ่งให้เกิดขึ้นต่อผู้ชม การศึกษาเฉพาะด้านจึงจำเป็นต้องศึกษาแนวคิดทางจิตวิทยานั้นด้วยเช่นกัน (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2526)

การออกแบบของที่ระลึก เป็นงานศิลปะในแบบประยุกต์ศิลป์ เนื่องเพราะเป็นการผสมผสานโดยการสร้างสรรค์รูปแบบให้เกิดประโยชน์ทั้งในด้านความงาม และประโยชน์ใช้สอย โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก

2.3.4 ลักษณะสำคัญสินค้าของที่ระลึก

การที่คนจะเลือกสินค้าสิ่งใดนั้นจะต้องเป็นที่ถูกใจและมีความน่าสนใจ ชวนให้อยากซื้อ สินค้าของที่ระลึกที่น่าสนใจควรมีลักษณะ ดังนี้ (ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2537 : 8)

1. เป็นสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เมื่อมีผู้กล่าวถึงของที่ระลึกประเภทนี้แล้วทุกคนต้องรู้จักแหล่งที่มาของสิ่งนั้นได้ ซึ่งถือว่าเป็นเอกลักษณ์ที่เกิดมาจากประวัติความเป็นมาของท้องถิ่นนั้นๆ

2. เป็นสินค้าหายาก ของที่ระลึกประเภทนี้มักจะเป็นสิ่งของที่นักท่องเที่ยวซื้อ และเป็นสิ่งที่

เป็นของแท้ และราคาถูกกว่าที่อื่น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ราคาถูก เมื่อนำไปเทียบกับสิ่งของประเภทเดียวกัน ที่วางจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นสิ่งของเครื่องใช้ทั่วไป เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องหนัง เป็นต้น
4. มีความดึงดูดใจจากการออกแบบ ลวดลาย ความประณีต สี สัน ความน่าสนใจ ความมีประโยชน์ใช้สอย เช่น ตุ๊กตา สมุนไพร เป็นต้น
5. หาได้ง่าย สะดวก มีวางขายตามจุดต่าง ๆ อย่างเหมาะสม
6. ขนาด รูปร่าง และน้ำหนักที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการขนส่ง สินค้าของที่ระลึกที่มีจุดอ่อนจะต้องหาทางแก้ไข เช่น มีบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ หรือออกแบบให้สามารถแยกชิ้นได้ เพื่อนำไปประกอบใหม่ในภายหลัง เป็นต้น
7. ใช้แรงงานในท้องถิ่น โดยการแปรรูปสินค้าของที่ระลึก ให้เกิดมูลค่าเพิ่มโดยใช้แรงงานในท้องถิ่นนั้นๆ
8. มีการแสดงขั้นตอนการผลิต เพื่อให้ผู้บริโภคมีโอกาสทดลองทำ เพื่อที่จะสร้างความประทับใจให้เห็นคุณค่าของสินค้านั้น เช่น การทอผ้า การวาดลายร่ม เป็นต้น
9. มีฉลากบอกส่วนประกอบหรือส่วนผสม บอกที่มาของสินค้านั้นว่าทำมาจากอะไร วิธีการใช้ การดูแลรักษา และมีข้อควรระวังอย่างไร เหล่านี้เป็นต้น

2.3.5 ปัจจัยสำคัญเกี่ยวกับการออกแบบของที่ระลึก

ปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ สามารถจัดแบ่งตามคุณลักษณะ ดังนี้

1. รูปทรง (Form) เป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการออกแบบ ซึ่งการออกแบบจะเริ่มต้นด้วยการออกแบบรูปทรง แล้วจึงตามมาด้วยส่วนประกอบอื่น ๆ (ชะลูด นิมเสมอ, 2531) ได้ความหมายรูปทรงว่าเป็นส่วนที่เป็นรูปธรรมของงานศิลปะ รูปทรงเป็นตัวการสำคัญที่สื่อความหมายจากศิลปินไปสู่ผู้ดู และด้วยรูปทรงเพียงส่วนเดียวก็สามารถสื่อความหมายได้อย่างสมบูรณ์ โดยไม่ต้องอาศัยเรื่องหรือเนื้อเรื่องใด ๆ รูปทรงจึงมีความสำคัญที่สุด แหล่งสำคัญของการออกแบบรูปทรง คือธรรมชาติ มนุษย์ได้นำเอาธรรมชาติมาใช้เป็นแรงบันดาลใจ และเป็นต้นแบบในการทำงาน

วิธีการออกแบบรูปทรง องค์ประกอบในการออกแบบรูปทรง ได้แก่ เส้น สี พื้นผิว เป็นต้น มาจัดรวมกันเข้าเพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดรูปทรง โดยใช้หลักการออกแบบ โดยเลือกใช้ระดับความสัมพันธ์การสร้างองค์ประกอบ ซึ่งจำแนกได้ 3 ระดับ ดังนี้

1. ระดับความเหมือน (Identical) โดยใช้หลักการออกแบบชนิดการทำซ้ำ (Repetition) หรือความสมดุล (Balance)
2. ระดับความคล้ายคลึง (Similar) โดยใช้หลักการออกแบบความกลมกลืน (Harmony) หรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงไปทีละขั้น (Gradition)
3. ระดับความแตกต่างอย่างสิ้นเชิง (Total different) โดยการสร้างหลักความขัดแย้ง (Contrast - Discord) นักออกแบบจะเป็นผู้พิจารณาเลือกใช้ความสัมพันธ์ในแต่ละระดับให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน (นวลน้อย บุณยวงษ์, 2542)

รูปทรง จำแนกได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. รูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้นตามกฎเกณฑ์ทางคณิตศาสตร์ มีลักษณะตายตัว ง่ายต่อการจดจำ ได้แก่ รูปทรงกลม ทรงเหลี่ยม เป็นต้น ซึ่งจะปรากฏให้เห็นสิ่งต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น อาคาร เครื่องเรือน เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ

2. รูปทรงธรรมชาติ (Natural form) เป็นรูปทรงเลียนแบบสิ่งที่เกิดจากธรรมชาติ อันได้แก่ สิ่งที่มีชีวิตและสิ่งไม่มีชีวิต รูปทรงเหล่านี้จะให้ความรู้สึกของความเป็นจริง เช่น การนำเอาเส้นโค้ง อ่อนช้อยเกี่ยวพันกันของเถาไม้ แมลง นก มาออกแบบลวดลายประดับ หรือตกแต่งเป็นต้น

3. รูปทรงอิสระ (Free form) เป็นรูปทรงที่เกิดขึ้นอย่างอิสระ ไม่มีโครงสร้างแน่นอน อาจเกิดจากการนำรูปทรงธรรมชาติมากระทำบิดเบือน หรือเปลี่ยนแปลงในลักษณะเลือนไหล ให้ความเคลื่อนไหว รูปทรงนี้มีลักษณะกลมกลืนกับรูปทรงธรรมชาติ แต่มีลักษณะขัดแย้งกับรูปทรงเรขาคณิต

2. สี (Color) เป็นองค์ประกอบสำคัญของงานออกแบบ เพราะสีช่วยให้สิ่งต่าง ๆ มีความสวยงามมากขึ้น ทั้งยังช่วยเร้าความรู้สึกให้ผู้พบเห็นเกิดการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี ซึ่งรสชาติ เถาทอง ได้ให้ความหมายเรื่องสี กับการออกแบบ และมีผลต่อมนุษย์ ดังนี้

2.1 สร้างความรู้สึก ให้ความรู้สึกต่อผู้พบเห็นแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และภูมิหลังของแต่ละคน นอกจากนี้ยังสร้างความรู้สึกต่อการสัมผัสและการสร้างบรรยากาศที่ดีอีกด้วย

2.2 สร้างความสนใจ สีมียุทธผลต่องานศิลปะทุกแขนง โดยเฉพาะงานออกแบบ สีจะช่วยสร้างความสนใจ และทำให้เกิดความประทับใจเป็นอันดับแรกที่ย่อมมองเห็น

2.3 สื่อบอกสัญลักษณ์ เช่น สีแดงแทนไฟ หรืออันตราย สีเขียวแทนธรรมชาติหรือความปลอดภัย เป็นต้น

2.4 สีช่วยในการรับรู้และจดจำ ให้ผู้พบเห็นเกิดการจดจำในรูปแบบ ผลงาน การเลือกใช้สีต้องเลือกใช้สีที่สะดุดตาและมีเอกภาพ

3. วัสดุ (Material) นักออกแบบที่ดี จะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต เพื่อให้การสร้างสรรคงานออกแบบมีความเป็นไปได้ในการผลิต โดยเฉพาะถ้าเป็นงานออกแบบที่มุ่งหวังการจำหน่ายในตลาด ทั้งนี้เพราะวัสดุเป็นต้นทุนการผลิตที่สำคัญ เพื่อให้การใช้วัสดุที่เหมาะสม จึงควรทำความเข้าใจด้านวัสดุ ซึ่งจำแนกได้ ดังนี้ (นวลน้อย บุญวงษ์, 2542)

ประเภทของวัสดุแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.1 โลหะ (Metal) เป็นวัสดุที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัว คือ มีผิวเรียบเป็นมันวาว มีความเหนียว อ่อนและยืดหยุ่นได้ดี แบ่งเป็น 2 กลุ่ม

3.1.1 โลหะพวกเหล็ก (Ferrous) ได้แก่เหล็กชนิดต่าง ๆ เช่น เหล็กหล่อ เหล็กตี และ เหล็กกล้า

3.1.2 โลหะพวกไม่ใช่เหล็ก (Non - Ferrous) ได้แก่อลูมิเนียม ทองแดง ทองเหลือง ตะกั่ว ดีบุก ทอง เงิน และอื่น ๆ

3.2 อโลหะ (Non - Metal) อโลหะมีคุณสมบัติเฉพาะตัว เมื่อเทียบกับโลหะ มักจะอ่อนกว่า หนาแน่นน้อยกว่า มีความยืดหยุ่นตัวดี อโลหะ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

3.2.1 อินทรีย์วัตถุ (Organic) คือ พวกที่มาจากสิ่งที่มีชีวิต ทั้งจากพืชและสัตว์ ที่นิยมนำมาใช้ในงานออกแบบมี 5 ชนิดได้แก่ กระดาษ หนัง ยาง ไม้ และวัสดุสังเคราะห์จำพวกพลาสติก

3.2.2 อนินทรีย์วัตถุ (Inorganic) คือ วัตถุจำพวกอโลหะ ที่มาจากสิ่งที่ไม่มีชีวิต มีอยู่มากมายหลายชนิด ที่นิยมนำมาใช้ในการออกแบบมี 4 ชนิด ได้แก่ ดิน หิน ปูน ทราย และแก้ว

2.3.6 ศึกษาด้านความเป็นไทยของผลิตภัณฑ์

จากประเด็นปัญหา และความเป็นมาเกี่ยวกับมิวเซียมสยาม ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดจัดทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีรูปแบบเฉพาะที่แสดง “ความเป็นไทย” มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมกับยุคสมัย อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนในอีกทางหนึ่ง ซึ่งการศึกษาทางด้านความเป็นไทยของผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้แบ่งความเป็นไทยในผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ประเด็น กล่าวคือ

2.3.6.1 ความเป็นไทยของผลิตภัณฑ์ตามแนวทางการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ไทย

การออกแบบเลขศิลป์ที่แสดงเอกลักษณ์ไทย จากรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยผลงานการออกแบบจำนวน 1,386 ชิ้น ในประเด็นของโทนสีไทย ตัวอักษรไทย และภาพที่มีเอกลักษณ์ไทย ตามการวิจัยของไพโรจน์ พิทยเมธี สามารถสรุปรูปแบบในภาพรวมได้ดังนี้

1. หลากอารมณ์ เกิดจากการวิเคราะห์ที่มีการแบ่งกลุ่มของการใช้เอกลักษณ์ไทยที่แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มพระมหากษัตริย์ และกลุ่มประชาชน ซึ่งแต่ละกลุ่มให้ความรู้สึกและรูปแบบของเอกลักษณ์ไทยได้อย่างแตกต่างกันอย่างชัดเจน ทำให้เอกลักษณ์ไทยมีความหลากหลายรูปแบบไม่เหมือนกับเอกลักษณ์เลขศิลป์อีกหลายประเทศที่มีรูปแบบเฉพาะตัวแบบใดแบบหนึ่ง ตัวอย่างเช่น เอกลักษณ์เลขศิลป์ของประเทศญี่ปุ่น จะมีลักษณะที่เรียบง่าย น้อยๆ เว้นพื้นที่ว่าง ซึ่งสะท้อนความเชื่อ และวิถีชีวิตแบบลัทธิเซนนั่นเอง ทั้งนี้ สามารถแบ่งเลขศิลป์ไทยตามอารมณ์ของการออกแบบผลงานเลขศิลป์ไทยได้ดังนี้

- กลุ่มชาติ ประกอบด้วยความเข้าใจ ปลูกระดม ซึ่งสะท้อนเหตุการณ์ในการสร้างชาติในยุคต่างๆ นอกจากนี้ยังมีรูปแบบผสมผสาน ซึ่งมาจากอุปนิสัยของคนไทย ที่มักจะปรับตัวอ่อนอ่อนผ่อนตาม หรือปรับสภาพตัวเองได้ทุกสถานการณ์ และสุดท้ายคือ ความภูมิใจในชาติ อันมีที่มาจากศิลปวัฒนธรรมที่มีมนต์ขลัง มีเสน่ห์ งดงาม อ่อนช้อย ประณีต และวิจิตรที่คนอันน่าตื่นตื่น สวยงาม บริสุทธิ์ และความมีเอกราชมายาวนาน จึงก่อให้เกิดความภูมิใจในชาติ

- กลุ่มศาสนา ที่ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาเดียวกัน ยึดมั่นในหลักธรรมของพุทธศาสนา ซึ่งในกลุ่มนี้เลขศิลป์ไทยมีลักษณะทางด้านความลึกซึ้ง และความวิจิตรบรรจง

- กลุ่มพระมหากษัตริย์ แสดงออกในด้านความรัก ความเทิดทูน ความผูกพัน รวมถึงความประณีตบรรจง อันเป็นศิลปะชั้นสูง

- กลุ่มประชาชน ในกลุ่มนี้จะมีลักษณะที่มีความสดใส จัดจ้าน มีอารมณ์ขัน และบางทีก็มีลักษณะเซ็กซี่ ย้อนยุค

2. รูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์หลากหลาย โดยผลการวิเคราะห์ในเรื่องรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์ชัดเจน มีดังนี้

- ยอดแหลม ซึ่งมีรูปทรงร่วมมาจากสิ่งของหลากหลาย เช่น ยอดเจดีย์ ยอดปราสาท มือที่ไหว้ ชฎา เป็นต้น โดยเมื่อนำมาออกแบบในงานออกแบบเลขศิลป์ก็จะยังสามารถแสดงเอกลักษณ์ไทยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

- ลวดลายอันประณีตวิจิตร มักพบในการออกแบบที่เกี่ยวกับศาสนา และพระมหากษัตริย์ เนื่องจากความเชื่อ และนิสัยของคนไทยที่ถือว่าสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ต้องเทิดทูนไว้สูงสุดนั่นเอง

- ใช้สีพิเศษสีทอง ปัมฟอยด์ทอง หรือผสมสีออฟเซ็ทใกล้เคียงสีทอง เนื่องจากความคิดส่วนใหญ่ของคนไทย และคนไทยเชื่อว่า เป็นสิ่งที่สูงค่า จึงมักจะใช้สีเหล่านี้ในงานออกแบบเลขศิลป์ให้รู้สึกว่ามีพิเศษ มีระดับ มีคุณค่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ลายไทย ถือเป็นสิ่งที่มีนิยมมากที่สุดในการนำมาออกแบบเป็นเลขนศิลป์ไทย โดยมีการนำลายไทยมาใช้บางส่วน เช่น กระหนก ประจำยาม เป็นต้น
- ตัวอักษร เนื่องจากตัวอักษร และตัวเลขไทยเป็นตัวอักษรที่มีรูปทรงที่มีเอกลักษณ์สูงและแตกต่างชัดเจน ทำให้มีการนำมาใช้เพื่อการสื่อสารกันมาก
- ย่อนยุค เก๋ๆ ชล้งๆ เซยๆ เป็นการนำภาพเก๋ๆ ตัวหนังสือรูปแบบเก๋ๆ ของประกอบฉากเก๋ๆ หรือสิ่งของเก๋ๆ
- สีสะท้อนแสง สีสดๆ การออกแบบที่ต้องความสดใส รื่นเรือง มักจะใช้สีที่มีความสดใส มากๆ เช่น ป้ายงานวัด โรงละคร
- การออกแบบในรูปแบบตะวันออก อลังการ หรุหรา ซึ่งในรูปแบบนี้จะมีเอกลักษณ์ของการใช้สี ของประกอบฉาก ลวดลายที่โดดเด่น ตัวอย่างของเลขนศิลป์ที่มีการออกแบบลักษณะนี้ คือ เลขนศิลป์ของเบียร์สิงห์ ของการบินไทย เป็นต้น (ที่มา ไพโรจน์ พิทยเมธี. 2551 : 308-324)

2.3.6.2 ความเป็นไทยของผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดของมิวเซียมสยาม

ความเป็นไทยตามแนวคิดของมิวเซียมสยาม คือ ความเป็นไทยที่ผ่านการตีความแล้ว โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบขึ้นจะมีลักษณะที่ถูกลดทอนลง แต่ในทางเดียวกันก็ต้องมีความร่วมสมัย สามารถใช้งานได้

คำว่า “ร่วมสมัย” ในสารานุกรมฝรั่งเศส (อ้างถึงใน สิทธา พินิจภูวดล. 2524 : 2) ได้ให้ความหมายไว้ โดยสรุปได้ 3 ประเด็นคือ

1. หมายความว่า ซึ่งอยู่ในสมัยเดียวกัน ซึ่งมีชีวิตอยู่ในสมัยเดียวกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
2. หมายความว่า เป็นของสมัยปัจจุบัน ซึ่งมีชีวิตอยู่ในสมัยเดียวกับเราขณะนี้
3. “ประวัติศาสตร์ร่วมสมัย” หมายถึงเหตุการณ์ตอนที่เกี่ยวกับเรื่องราวในปัจจุบันนับตั้งแต่ ค.ศ. 1789 (พ.ศ. 2332) เป็นต้นมา

คำว่า “ร่วมสมัย” เป็นคำที่ใช้ประกอบคำอื่นๆ เพื่อบอกลักษณะ เช่น เพลงร่วมสมัย ภาพเขียนร่วมสมัย ศิลปะร่วมสมัย วรรณกรรมร่วมสมัย กวีร่วมสมัย หรือไทยร่วมสมัย เป็นต้น ส่วนใหญ่ใช้กับงานศิลปะมากกว่าด้านวิทยาศาสตร์

ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นไทยร่วมสมัย จึงน่าจะหมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกถึงความ เป็นไทยซึ่งอยู่ในช่วงตั้งแต่ พ.ศ. 2332 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน ส่วน นภลัย สุวรรณธาดา (2532 : 539-541) ได้ชี้ประเด็นของการที่มีผู้เข้าใจผิดระหว่างคำว่า ร่วมสมัยกับปัจจุบันอยู่เสมอจนบางครั้งทำให้เข้าใจว่า ร่วมสมัยหมายถึงปัจจุบัน ถ้าเช่นนั้นคำว่า “ร่วมสมัย” กับ “ปัจจุบัน” แตกต่างกันอย่างไรร่วมกับอธิบายว่าคำว่า ร่วมสมัย ไม่ปรากฏในพจนานุกรมฉบับปัจจุบัน หากพิจารณาตามรูปศัพท์ก็น่าจะหมายถึง สมัยเดียวกัน ตรงกับภาษาอังกฤษที่ว่า Contemporary ซึ่งพจนานุกรม Webster's ได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง “เกิดขึ้น มีชีวิตอยู่ หรือเข้ามาในเวลาเดียวกัน ในปีเดียวกัน ใน ทศวรรษ ศตวรรษ หรือสมัยเดียวกัน” นั่นเอง (ร่วมสมัย. 2553. [Online]. Available : <http://th.wikipedia.org/wiki/>)

อาจารย์โชคชัย ตักโพธิ์ ได้กล่าวในบทปาฐกถาเนื่องในงานแสดงนิทรรศการศิลปะ น้ำเปลี่ยนรูป เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550 ณ หอศิลป์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ว่า “สำหรับศิลปะร่วมสมัย แบบไทย-ไทย ก็ถือเป็นส่วนหนึ่งของ “ศิลปะสมัยใหม่” ที่เป็นปรากฏการณ์ของศิลปะ อิทธิพลตะวันตก แต่เมื่อใช้คำว่า “ไทย-ไทย” จึงต้องมุ่งประเด็นไปที่การรับรู้ และความเข้าใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกี่ยวกับ “ความเป็นไทย” ในฐานะเอกลักษณ์ประจำชาติ เช่น ความเป็นไทยแบบราชสำนัก ความเป็นไทยแบบวัด ความเป็นไทยแบบวัง ความเป็นไทยแบบช่างหลวง ความเป็นไทยแบบช่างชาวบ้าน ซึ่งว่าไปแล้วคำว่า “ช่าง” ประเภทต่างๆ ในอดีตของเรานั้นสามารถเข้ากันได้กับความเป็นไทยในทุก รูปแบบเนื้อหา เพียงแต่มีน้ำหนักและพื้นที่คนละแบบ เช่น ศิลปินข้าราชการในปัจจุบันก็มีลักษณะ เป็นแบบไทย-ไทย แตกต่างไปจากศิลปินอิสระทั่วไป กล่าวคือเป็นศิลปินที่มียศ ตำแหน่ง และบำเหน็จ บำนาญกิติน ดังนั้นจึงมี “สูตรสำเร็จ” ทางความคิด และรสนิยมของตนเองเป็นเหมือน Movement ขึ้นอยู่กับพื้นที่ของตน เช่น ศิลปะลพบุรี ศิลปะสุโขทัย ศิลปะอยุธยา ศิลปะรัตนโกสินทร์ หรือที่ต่อมา เรียกกันโดยรวมว่าเป็น ศิลปะแบบไทยประเพณี แม้จะมีสังกัดตามยุคสมัย แต่ลักษณะก็จะมีรูปแบบ เนื้อหาใกล้เคียงกัน เพราะทำศิลปะขึ้นเพื่อความศรัทธาในพุทธศาสนา”

“ทั้งนี้ ความเป็นไทยในฐานะเอกลักษณ์ประจำชาติ ทั้งทางด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และงานศิลปกรรม ว่ากันตั้งแต่มีกรุงเทพฯ เป็นเมืองหลวง กรุงเทพฯ ก็กลายเป็นศูนย์กลาง-อำนาจ คำว่า “ความเป็นไทย” แม้ว่าจะเชื่อชาติต่างๆ ผสมปนเปกันมาแต่โบราณ จนไม่อาจกำหนด ทางเชื้อชาติได้แน่ๆ อะไรเป็น “ไทย” อะไร “ไม่ใช่ไทย” กระนั้นเมื่อถูกรอบงำโดย “ศูนย์กลาง” ที่ ประกอบไปด้วยราชสำนัก วัด และวังของขุนนางใหญ่น้อย ศิลปินใน “ศูนย์กลาง” เหล่านั้นหรือ ปัจจุบันน่าจะเรียกว่า “ศิลปินข้าราชการ” ก็กลายเป็นผู้กำหนดรสนิยม โดยเน้นความสำคัญหรือจะ เรียกว่า “พบความสำเร็จ” ไปที่ศิลปวัฒนธรรมที่มีกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลาง ลักษณะร่วมสมัยของเรื่อง นี้ขอให้ดูตัวอย่างจากการสร้าง “ศาลากลางจังหวัด” “โรงเรียนประจำจังหวัด” หรือวัดประจำจังหวัด ประเภท “วัดหลวง” ทั้งหลายว่ามีรูปร่างหน้าตาคัลยาๆ กันไปหมด ครั้นเมื่อมีอิทธิพลจากฝรั่งเข้ามา มีการเรียนการสอนแบบฝรั่ง มีการใช้ชีวิตชีวิตรูปแบบฝรั่ง แม้ปากจะอ้างว่าเป็นไทย แต่ใจนั้นเป็นฝรั่งไป เรียบร้อย กล่าวคือ “ความเป็นไทย” ได้กลายเป็น “ไทยร่วมสมัย” ซึ่งหมายถึง “ไทยแบบฝรั่ง” นั่นเอง ถ้าหากเคยเรียกว่า “ศิลปะแบบไทยประเพณี” ก็จะเรียกเสียใหม่ว่า “ศิลปะแบบไทยประเพณี ร่วมสมัย” อะไรทำนองนั้น คือจัดเป็น “ศิลปะสมัยใหม่แบบไทย-ไทย” จะเป็นฝรั่งก็เข้าไม่ถึง “กลอง ดวงใจ” ของเขา จะเป็นไทยก็ห่างไกลจากความเข้าใจในรากเหง้าเดิม พุดง่ายๆ คือเป็นไทยลูกผสม แบบสุกๆ ดิบๆ” (ความเป็นไทยร่วมสมัย, 2551. สานแสงอรุณ. พฤษภาคม 2551 - มิถุนายน 2551 : 25-26)

2.4 กระบวนการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์

กระบวนการวิจัย และพัฒนา ตามแนวคิดของ ผศ.ดร. รุจโรจน์ แก้วอุไร. (2553:1-6) ระบุว่า เป็นการวิจัยที่ต้องการค้นคว้าและพัฒนา ทำการทดสอบในสภาพจริง ทำการประเมิน และดำเนินการ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์หลายๆ รอบ จนได้ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดผลิตภัณฑ์ และรวบรวมข้อมูล โดยต้องทำการกำหนดลักษณะทั่วไป รายละเอียดของการใช้ และวัตถุประสงค์ของการใช้
 2. การวางแผนการวิจัย และพัฒนา ประกอบด้วย การกำหนดวัตถุประสงค์ของการใช้ ผลิตภัณฑ์ การประมาณการค่าใช้จ่าย การกำหนดกำลังคน การกำหนดระยะเวลาที่ต้องใช้เพื่อศึกษา ความเป็นไปได้ และการพิจารณาผลสืบเนื่องจากผลิตภัณฑ์
 3. การพัฒนารูปแบบขั้นตอนของการผลิต เป็นการออกแบบ และจัดทำผลิตภัณฑ์ที่ได้วางไว้ โดยให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของผลิตภัณฑ์ที่ตั้งไว้
- ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ทดลองหรือทดสอบผลิตภัณฑ์ขั้นต้น ในขั้นนี้เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ และจัดเตรียมไว้ในขั้นตอนที่ 3 ไปทดลองใช้เพื่อทดสอบคุณภาพขั้นต้น โดยใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก ทำการประเมินผลโดยการใช้แบบสอบถาม การสังเกต และการสัมภาษณ์ แล้วจึงรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์ต่อไป

5. นำข้อมูล และผลการทดลองมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 1 นำผลจากขั้นตอนที่ 4 มาปรับปรุง

6. ทดลองหรือทดสอบผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 2 นำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการปรับปรุงจากขั้นตอนที่ 5 ไปทดลองเพื่อทดสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ขึ้น ทำการประเมินผลเชิงปริมาณ แล้วนำผลไปเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ของการใช้ผลิตภัณฑ์

7. นำข้อมูล และผลการทดลองมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 2 เป็นการนำข้อมูล และผลการทดลองที่ได้จากการประเมิน มาปรับปรุงเป็นผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 2

8. ทดลองหรือทดสอบผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 3 ในขั้นนี้จะนำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการปรับปรุงไปทดลองเพื่อทดสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ขึ้นกว่าขั้นตอนที่ 6 พร้อมทำการประเมินโดยการใช้แบบสอบถาม การสังเกต การสัมภาษณ์ และรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์ต่อไป

9. นำข้อมูล และผลการทดสอบมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 3 เป็นการนำข้อมูล และผลการทดลองในขั้นตอนที่ 8 มาปรับปรุงเพื่อเผยแพร่ต่อไป

10. การเผยแพร่ เป็นการนำเสนอรายงานเกี่ยวกับผลการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ในปัจจุบัน ขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์นับว่ามีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ไม่นับเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารแต่เพียงอย่างเดียว ดังนั้นงานในสายพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงมีความสำคัญต่อทุกวงการ นอกจากจะเป็นส่วนที่ทำให้สินค้าขายได้แล้ว ยังมีส่วนเร่งให้เกิดการพัฒนาคุณภาพสินค้าทางอ้อมอีกด้วย ดังนั้นผลิตภัณฑ์ตัวใดที่ไม่มีการทำวิจัยค้นคว้า ไม่รู้ว่า ผู้บริโภคต้องการอะไร และไม่รู้ว่าคุณสมบัติที่ต้องการจะได้อะไรเพิ่มเติมจากเดิมที่ผลิตภัณฑ์มี ต่อให้สินค้าตัวนั้นอยู่บนยอดมงกุฎ แต่หากถ้ามีผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ตัวเก่าที่ล้ำหลังอยู่ก็ย่อมจะถูกผล็อกจากยอดมงกุฎอย่างรวดเร็วแน่นอน

เมื่อกลยุทธ์ในการตลาดเปลี่ยนไป ซึ่งสอดคล้องกับยุคที่ลูกค้าคือพระเจ้า ผู้ผลิตจำเป็นต้องผลิตสินค้าออกมาให้ขายให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ การผลิตผลิตภัณฑ์ใดๆ ก็ตาม จึงไม่ควรจะเป็นไปในเชิงเสี่ยงทายความต้องการผู้บริโภค หากแต่ต้องทำการศึกษาทั้งสู่ทางการขาย และคู่แข่งศึกษาผลิตภัณฑ์ ศึกษาเทคโนโลยีการผลิต และศึกษาผู้บริโภค โดยมีขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมอยู่ด้วย (ที่มา มณฑล สุภใส, แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ : 2553 : 5)

มนตรี ยอดบางเตย. (2538 : 72-73) กล่าวว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม โดยที่ได้ทำการค้นคว้าวิจัยอันเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลต่างๆ ซึ่งนี่ออกแบบจะต้องคำนึงถึงหลักดังต่อไปนี้

1. หน้าที่ใช้สอย (Function)

หน้าที่ใช้สอยนับเป็นสิ่งสำคัญ เพราะผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามความเป็นจริง สนองความต้องการของผู้ใช้มากที่สุด

2. ความปลอดภัย (Safety)

ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่า สิ่งที่อำนวยความสะดวกได้มากเพียงไรย่อมจะมีโทษเพียงนั้น ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสะดวกต่างๆ มักจะเกิดจากเครื่องกล เครื่องผลิตภัณฑ์ไฟฟ้า การออกแบบควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้ ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็ต้องแสดงเครื่องหมายไว้ให้ชัดเจน หรือมีคำอธิบายไว้

3. ความแข็งแรงของโครงสร้าง (Construction)

นักออกแบบจะต้องรู้จักเลือกโครงสร้างให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เพื่อการรับน้ำหนักมากน้อยเพียงใด ให้มีความแข็งแรงที่จะต้องประหยัดด้วย ทั้งนี้จะต้องเกี่ยวกับคุณสมบัติของวัสดุ และขนาดรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะต้องมีความสัมพันธ์กัน ปัญหาอยู่ที่ว่ารูปแบบที่มีความแข็งแรงแต่มีขนาดความสวยงาม

4. ความสะดวกสบายในการใช้งาน (Ergonomics)

นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงสัดส่วน ขนาด และขีดจำกัดของอวัยวะส่วนต่างๆ ของผู้ใช้ เช่น แก้ว ต้องมีขนาดสูงพอเหมาะ มีความนุ่มนวลนั่งแล้วสบาย หรือด้ามสำหรับจับถือที่เป็นเครื่องมือต่างๆ ควรคำนึงถึงให้สามารถจับได้สะดวก ขนาดพอเหมาะ ไม่เล็กหรือใหญ่เกินไป และไม่เมื่อยง่าย

5. ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics)

นักออกแบบจะต้องออกแบบให้มีรูปแบบสีลื่นสวยงามน่าใช้ ชวนให้ผู้ซื้ออยากซื้อ ความแปลกใหม่ของรูปแบบผลิตภัณฑ์มีส่วนทำให้ประชาชนสนใจซื้ออีก ทั้งๆ ที่ของเดิมยังใช้ได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับสุนทรียภาพของนักออกแบบที่จะสามารถช่วยยกระดับบริษัทยาเกี่ยวกับรูปแบบ และสีของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ใช้ได้ดียิ่งขึ้น

6. ราคาพอสมควร (Cost)

นักออกแบบจะต้องรู้จักเลือกใช้ชนิดของวัสดุ และกรรมวิธีการผลิตเพื่อให้ผลิตได้ง่าย และรวดเร็ว อันเป็นผลให้ผลิตภัณฑ์มีราคาพอสมควร และเหมาะสมกับค่าครองชีพ

7. สามารถซ่อมแซมได้ง่าย (Easy of Maintenance)

การออกแบบจะต้องออกแบบให้มีการแก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเมื่อใช้งานแล้วเกิดชำรุดเสียหายขึ้น และมีอะไหล่เพื่อสามารถเปลี่ยนใหม่ ซึ่งจะเกี่ยวพันกับเรื่องการบริการ

2.5 การบรรจุภัณฑ์

2.5.1 นิยาม บทบาทหน้าที่ และประเภทของบรรจุภัณฑ์

2.5.1.1 นิยามของบรรจุภัณฑ์

กองส่งเสริมอุตสาหกรรม (2517 : 19) ได้ให้ความหมายของบรรจุภัณฑ์ไว้ว่า บรรจุภัณฑ์ หมายถึง ภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งใช้ประโยชน์ โดยความประหยัด และปลอดภัย ขณะที่ดำรงศักดิ์ ชัยสินิท (2537 : 3) ได้ให้นิยามว่า บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุภัณฑ์รวมทั้งภาชนะที่ใช้เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งผู้ผลิตไปยังแหล่งผู้บริโภค หรือแหล่งใช้ประโยชน์ หรือวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกัน หรือรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกันกับเมื่อแรกผลิตให้มากที่สุด ช่วยอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งการขนส่ง และช่วยกระตุ้นการซื้อตลอดจนแจ้งรายละเอียดของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.1.2 บทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ล้วนมีบทบาทของตนเอง ตามแต่ประเภทสินค้า และประเภทของบรรจุภัณฑ์ในสถานการณ์ปัจจุบัน บรรจุภัณฑ์เริ่มเข้ามามีบทบาทในด้านการตลาดมากขึ้น จึงได้รับความสนใจและมีบทบาทอย่างมากในด้านการส่งเสริมการขาย ดังนี้ (ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541 : 8-9)

1. หน้าที่ด้านการใช้งาน

- การทำหน้าที่บรรจุใส่-ห่อสินค้า
- การทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองสินค้าไม่ให้เสียหาย
- การทำหน้าที่รักษาคุณภาพอาหาร เช่น ฝุ่นละออง
- การทำหน้าที่ขนส่งจากแหล่งผลิตไปยังแหล่งขาย การรวมหน่วยสินค้าเพื่อสะดวกในการเคลื่อนย้าย

- การวางจำหน่ายที่เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า

2. หน้าที่ด้านการตลาด

- ทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย เพราะบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสวยงามสามารถเป็นสื่อโฆษณาตัวเองได้ หรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะกาล เป็นต้น
- ทำหน้าที่เป็นฉลากแสดงข้อมูลสินค้า เช่น ส่วนประกอบ วันผลิต ฯลฯ
- ทำให้ตั้งราคาขายได้สูงขึ้น เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า
- การเพิ่มปริมาณขายด้วยการร่วมหน่วยบรรจุภัณฑ์
- ทำให้ได้ความถูกต้องรวดเร็วในการขาย โดยการใช้บาร์โค้ดบนบรรจุภัณฑ์
- การร่วมมีบทบาทในการณรงค์เรื่องต่างๆ เช่น การกินของไทยใช้ของไทย

2.5.1.3 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

การแบ่งประเภทของบรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งได้หลายวิธีตามหลักเกณฑ์ต่าง ๆ อาทิเช่น แบ่งตามวิธีการบรรจุและวิธีการขนถ่าย แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการใช้ แบ่งตามความคงรูป และแบ่งตามวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ การแบ่งและเรียกชื่อบรรจุภัณฑ์อาจแตกต่างกันออกไป แต่มีวัตถุประสงค์หลักที่คล้ายกัน คือ เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์แบ่งตามแบ่งตามวิธีบรรจุและวิธีการขนถ่าย สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ชั้นแรก เป็นสิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์เอาไว้เฉพาะหน่วย โดยมีวัตถุประสงค์ขั้นแรกคือ เพิ่มคุณค่าในเชิงพาณิชย์ (To Increase Commercial Value) เช่น การกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะหรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับถือ และอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรงอีกด้วย

2. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาเป็นชั้นที่สอง มีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าไว้ด้วยกันเป็นชุด ในการจำหน่ายรวมตั้งแต่ 2 - 24 ชิ้นขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์ขั้นแรก คือ การป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์จากน้ำ ความชื้น ความร้อน แสง แรง กระทบกระเทือน และอำนวยความสะดวกแก่การขายปลีกย่อย เป็นต้น ตัวอย่างของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ได้แก่ กล่องกระดาษแข็งที่บรรจุเครื่องดื่มจำนวน ๘ 1 โหล , ส่นู 1 โหล เป็นต้น

3. **บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Out Package)** คือ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่ง โดยปกติแล้วผู้ซื้อจะไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้มากนัก เนื่องจากทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่งเท่านั้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ หีบ ไม้ ลัง กล่องกระดาษขนาดใหญ่ที่บรรจุสินค้าไว้ภายใน ภายนอกจะบอกเพียงข้อมูลที่จำเป็นต่อการขนส่งเท่านั้น เช่น รหัสสินค้า (Code) เลขที่ (Number) ตราสินค้า สถานที่ส่ง เป็นต้น (ประเภทของบรรจุภัณฑ์. 2556. [Online]. Available : <http://www.mew6.com>)

2.5.2 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

การออกแบบโครงสร้าง หมายถึง การกำหนดลักษณะรูปร่าง รูปทรง ขนาด ปริมาตร ส่วนปริมาตรอื่น ๆ ของวัสดุที่จะนำมาผลิต และประกอบเป็นภาชนะบรรจุ ให้เหมาะสม กับหน้าที่ใช้สอย ตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษาและการขนส่ง

การออกแบบ และโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบจะมีบทบาทสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ประเภท Individual Package และ Inner Package ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ ชั้นแรกและชั้นที่ 2 เป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีรูปร่างลักษณะอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ (Product) ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใดเป็นตัวกำหนดขึ้นมา ซึ่งผู้ออกแบบจะต้องศึกษาข้อมูล ของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องบรรจุ และออกแบบโครงสร้างเพื่อรองรับการบรรจุให้เหมาะสม โดยอาจจะกำหนด ให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะ หรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสม แก่การจับถือ หิ้ว และอำนวยความสะดวกต่อการนำเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาใช้ พร้อมทั้งทำหน้าที่ป้องกันคุ้มครองผลิตภัณฑ์โดยตรงด้วย

ดังนั้น เพียงแค่ขั้นตอนการกำหนด การเลือกวัสดุให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ผู้ออกแบบจะต้องอาศัยความรู้และข้อมูลตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาพิจารณา ตัดสินใจร่วมใน กระบวนการ ออกแบบ เช่นราคาวัสดุ การผลิตเครื่องจักร การขนส่ง การตลาด การพิมพ์ ฯลฯ ที่จะต้องพิจารณาว่ามีความคุ้มค่าหรือเป็นไปได้ในระบบการผลิต และจำหน่ายเพียงใด แล้วจึงจะมากำหนดเป็นรูปร่างรูปทรง (Shape & Form) ของบรรจุภัณฑ์อีกครั้งหนึ่งว่าบรรจุภัณฑ์ควรจะออกมาในรูปลักษณะอย่างไร ซึ่งรูปทรงเลขาคณิต รูปทรงอิสระก็มีข้อดี-ข้อเสียในการบรรจุ การใช้เนื้อที่ และมีความเหมาะสมกับชนิดประเภทของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันไป วัสดุแต่ละชนิด ก็มีข้อจำกัด และสามารถดัดแปลงประโยชน์ได้เพียงใด หรือใช้วัสดุมาประกอบ จึงจะเหมาะสมดีกว่า หรือลดต้นทุนในการผลิตที่ดีที่สุด สิ่งต่างๆ เหล่านี้คือสิ่งที่ผู้ออกแบบ จะต้องพิจารณาประกอบด้วย

นักออกแบบจึงต้องใช้ความรู้ และข้อมูลจากหลายด้านมาประกอบกันจึงจะทำให้ผลงานออกแบบนั้นมีความสมบูรณ์ และสำเร็จออกมาได้ ในขั้นตอนของการออกแบบโครงสร้างนี้ผู้ออกแบบจึงต้องเริ่มตั้งแต่การสร้างแบบ ด้วยการสเก็ตแนวความคิดของรูปร่างบรรจุภัณฑ์ และสร้างภาพประกอบรายละเอียด ด้วยการเขียนแบบ (Mechanical Drawing) แสดงรายละเอียดมาตราส่วนที่กำหนดแน่นอน เพื่อแสดงให้เห็นผู้ผลิต ผู้เกี่ยวข้องเข้าใจอ่านแบบได้ การใช้ทักษะทางศิลปะในการออกแบบก็คือเครื่องมือที่ผู้ออกแบบจะต้องกระทำขึ้นมาเพื่อการนำเสนอต่อเจ้าของงาน หรือผู้ว่าจ้าง ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องให้ช่วยพิจารณาปรับปรุงเพื่อให้ได้ผลงานที่จะสำเร็จออกมามีประสิทธิภาพในการใช้งานจริง

ส่วนการออกแบบโครงสร้าง ของบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 3 (Outer Package) นั้น ส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์ ที่มีรูปแบบค่อนข้างแน่นอน และเป็นสากลอยู่แล้วตามมาตรฐานการผลิตในระบบอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับระบบการขนส่งที่เน้นการบรรจุเพื่อขนส่งได้คราวละมาก ๆ เป็นการบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ หรือขนาดกลาง เช่น การขนส่งทางบก ทางเรือ ทางอากาศ เพื่อการส่งออก หรือภายในประเทศ

การเก็บรักษาในคลังสินค้า ซึ่งจะต้องนำบรรจุเข้าตู้ Container ขนาดใหญ่ที่มีมิติภายในแน่นอน ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภท Outer Package จึงไม่นิยมออกแบบให้มีรูปร่างแปลกใหม่มากนัก ส่วนใหญ่จะเน้นประโยชน์ใช้สอย ประหยัด สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จากการกระทบ กระแทก การรับน้ำหนัก การวางซ้อน การต้านทาน แรงดันทะลุ หรือป้องกันการเปียกชื้นจากไอน้ำ สภาวะอากาศ และอื่น ๆ เป็นต้น การออกแบบรูปร่าง รูปทรงภายนอก จึงมีลักษณะไม่แตกต่างกันนัก แต่อาจมีการแตกต่างภายนอกด้วย การออกแบบกราฟิก เพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผู้ผลิต และผลิตภัณฑ์ กลวิธีของการออกแบบสร้างบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้จึงเน้นการออกแบบเพื่อให้มีโครงสร้างที่สามารถเอื้ออำนวยความสะดวก และประหยัดเวลาในการประกอบ ให้มากที่สุด เช่น การประกอบรูปทรงด้วยเทปกาวย สลัก ลื่นพับซ้อนกัน หรือตามแบบให้มีโครงสร้างภายในช่วยป้องกัน ผลิตภัณฑ์ หรือถ่ายแรงรับน้ำหนัก ด้วยการใช้ Interior Packing Devices ทำให้เปิด-ปิดง่าย นำเอา ผลิตภัณฑ์ภายในออกมาได้ไว และยังใช้วางจำหน่ายจัดโชว์ และประชาสัมพันธ์การขายได้ทันทีที่ถึง จุดหมาย ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดเหล่านี้กำลังเป็นที่นิยม และเห็นความสำคัญกันมาก โดยเฉพาะ ภาวการณ์แข่งขันทางการค้าเช่นในสภาพปัจจุบันนี้ (การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์. 2556. [Online]. Available : <http://www.packagingbenny.siam.im/unitfour.html>)

2.5.3 การออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์

การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างสรรค์ได้ทั้งลักษณะ 2 มิติ บนพื้นผิวแผ่นราบของวัสดุ เช่น กระดาษ แผ่นพลาสติก แผ่นโลหะอบตีบุก หรืออลูมิเนียม โฟม ฯลฯ ก่อนนำวัตถุต่าง ๆ เหล่านี้ประกอบกันเป็นรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ ส่วนในลักษณะ 3 มิติ ก็อาจทำได้ 2 กรณีคือ ทำเป็นแผ่นฉลาก (Label) หรือแผ่นป้าย ที่นำไปติดบนแผ่นบรรจุภัณฑ์ประเภท Rigid Forms ที่ขึ้นรูปมาเป็นภาชนะบรรจุสำเร็จมาแล้ว หรืออาจจะสร้างสรรค์บนผิวภาชนะบรรจุ รูปทรง 3 มิติ โดยตรงก็ได้ เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก เป็นต้น ซึ่งลักษณะของการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์นี้ส่วนใหญ่มักถือตามเกณฑ์ของเทคนิคการพิมพ์ในระบบต่างๆเป็นหลัก

บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางด้านการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ ทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย รูปทรงของบรรจุภัณฑ์เปรียบได้กับตัวโครงร่างกายของมนุษย์ สีที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนผิวหนังหนึ่งของมนุษย์ คำบรรยายบนบรรจุภัณฑ์เปรียบได้กับปากที่กล่าวแจ้งแถลงสรรพคุณ การออกแบบอาจจะเขียนเป็นสมการอย่างง่าย ๆ ได้ดังนี้ การออกแบบ = คำบรรยาย + สัญลักษณ์ + ภาพพจน์ เนื่องจากการออกแบบภาพพจน์เป็นศิลปะอย่างหนึ่งซึ่งอาจแสดงออกได้ด้วย จุด เส้น สี รูปร่าง และรูปถ่าย ผสมผสานกันออกมาเป็นพาณิชย์ศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ด้วยหลักการง่าย ๆ 4 ประการ คือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

S	=	Simple	เข้าใจง่ายสบายตา
A	=	Aesthetic	มีความสวยงาม ชวนมอง
F	=	Function	ใช้งานได้ง่าย สะดวก
E	=	Economic	ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

การออกแบบกราฟิก ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญเหนือไปจากการบรรจุและการป้องกันผลิตภัณฑ์โดยตรง ทำให้บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่เพิ่มขึ้นมา โดยที่ลักษณะกราฟิกบรรจุภัณฑ์และสลากรได้แสดงบทบาทหน้าที่สำคัญ อันได้แก่

1. การสร้างทัศนคติที่ดีงามต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และแผ่นฉลากได้ทำหน้าที่เปรียบเสมือนสื่อประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ในอันที่จะเสนอต่อผู้บริโภค บริโภค

แสดงออกถึงคุณภาพความดีของผลิตภัณฑ์ และความรับผิดชอบที่ผู้ผลิตมีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยที่ลักษณะทางกราฟิกจะสื่อความหมาย และปลูกฝังความรู้ความเข้าใจการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ ตลอดทั้งสร้างความต่อเนื่องของการใช้ การเชื่อถือในคุณภาพ จนกระทั่งเกิดความศรัทธาเชื่อถือในผู้ผลิต และในผลผลิต

2. การชี้แจงและบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิดประเภทของผลิตภัณฑ์ ลักษณะกราฟิกเพื่อให้สื่อความหมาย หรือถ่ายทอดความรู้สึกได้ว่าผลิตภัณฑ์คืออะไร และผู้ใดเป็นผู้ผลิตนั้น มักนิยมอาศัยใช้ภาพ และอักษรเป็นหลัก แต่ก็ยังอาศัยองค์ประกอบอื่น ๆ มาช่วยในการออกแบบ เช่น รูปทรง เส้น สี ฯลฯ ซึ่งสามารถสื่อให้เข้าใจหมายหมายได้ เช่นเดียวกับการใช้ภาพ และข้อความอธิบายอย่างชัดเจน ตัวอย่างงานดังกล่าวนี้มีให้เห็นได้ทั่วไป และที่เห็นชัดคือ ผลิตภัณฑ์ต่างประเทศที่บรรจุอยู่ในภาชนะที่คล้ายคลึงกัน ดังเช่น เครื่องสำอาง และยา เป็นต้น แม้บรรจุอยู่ในขวดหรือหลอดรูปทรงเหมือนกัน ผู้บริโภคก็สามารถชี้ได้ว่าอันใดคือเครื่องสำอางอันใดคือยา โดยสังเกตจากกราฟิก เช่น ลักษณะตัวอักษรหรือสีที่ใช้ซึ่งนักออกแบบจัดไว้ให้เกิดความรู้สึกผิดแผกไป

3. การแสดงเอกลักษณ์เฉพาะ สำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการ ลักษณะ รูปทรงและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่มักมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ทั้งนี้เพราะกรรมวิธีการบรรจุภัณฑ์ใช้เครื่องจักรผลิตขึ้นมาภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ประกอบกับคู่แข่งกันในตลาดมีมาก เห็นได้จากผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปที่ผลิตและจำหน่ายอยู่อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะรูปทรง และโครงสร้างที่คล้ายคลึงกันมาก เช่น อาหารกระป๋อง ขวดเครื่องดื่ม ขวดยาซองปิดผนึก (Pouch) และกล่องกระดาษ เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ต่างๆ เหล่านี้มักมีขนาด สัดส่วน ปริมาณการบรรจุที่เหมือนกัน หรือใกล้เคียงกัน ดังนั้นการออกแบบกราฟิกจึงมีบทบาทหน้าที่แสดงเอกลักษณ์ หรือบุคลิกพิเศษ ที่เป็นลักษณะเฉพาะของตนของผลิตภัณฑ์ และผู้ผลิต ให้เกิดความชัดเจนผิดแผกจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เป็นที่สะดุดตา และเรียกร้องความสนใจจากผู้บริโภคทั้งเก่าและใหม่ให้จดจำได้ ตลอดจนซื้อได้โดยสะดวก และรวดเร็ว

4. การแสดงสรรพคุณและวิธีใช้ ของผลิตภัณฑ์ เป็นการให้ข่าวสารข้อมูล ส่วนประสมหรือส่วนประกอบที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ภายในว่ามีคุณสมบัติ สรรพคุณ และวิธีการใช้อย่างถูกต้องอย่างไรบ้าง ทั้งนี้โดยการอาศัยการออกแบบการจัดวาง (Lay - Out) ภาพประกอบข้อความสั้นๆ (Slogan) ข้อมูลรายละเอียด ตลอดจนตรารับรองคุณภาพ และอื่น ๆ ให้สามารถเรียกร้องความสนใจจากผู้บริโภคให้หยิบยกเอาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาพิจารณาเพื่อตัดสินใจเลือกซื้อ การออกแบบกราฟิกเพื่อแสดงบทบาทในหน้าที่นี้จึงเปรียบเสมือนการสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เป็นพนักงานขายเงียบที่ทำหน้าที่โฆษณาประชาสัมพันธ์แทนคน ณ บริเวณจุดซื้อนั่นเอง (การออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์. 2556. [Online]. Available : <http://www.packagingbenny.siam.im/unitfour.html>)

2.5.4 การมองกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

จากการวิจัยพบว่าผู้บริโภคร้อยละ 96 จะเริ่มที่จุดกึ่งกลางก่อนไปทางซ้ายเล็กน้อย จากนั้นร้อยละ 88 จะลากสายตามองลงมาด้านล่างทางขวามือ แล้วจึงเริ่มกวาดสายตาจากขวาไปซ้าย สิ้นสุดการอ่านที่ตำแหน่งซ้ายมือด้านล่าง ซึ่งกระบวนการกวาดสายตาทั้งหมดใช้เวลาประมาณ 5.6 วินาทีเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.51 การกราดสายตาบนบรรจุภัณฑ์

ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์ต้องสื่อสารเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ได้ในเวลาอันรวดเร็ว เนื่องจากผู้บริโภคใช้เวลาในการกราดสายตาเลือกแบรนด์ไม่เกิน 7 วินาทีเท่านั้น (ชัยวัฒน์ อัสวาทกร. 2548 : 72-76)

2.5.5 เทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์

รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถจับต้องได้ ซึ่งโดยปกติแล้วมักจะเป็นรูปทรงเลขาคณิต เช่น สี่เหลี่ยม และทรงกลม รูปทรงที่แตกต่างกันย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการออกแบบรูปทรงต่าง ๆ กันของวัสดุหลัก 4 ประเภท อันได้แก่ กระดาษ โลหะ แก้ว และ พลาสติก ที่เห็นได้ชัด คือ กระจงโลหะที่แต่เดิมมักเป็นรูปทรงกระบอก เทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถออกแบบเป็นรูปทรงอื่นที่เรียกว่า Contour Packaging รูปลักษณะใหม่นี้ ย่อมก่อให้เกิดความสะดุดตา และสร้างความสนใจให้แก่กลุ่มเป้าหมาย นอกจากรูปลักษณะของตัวบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกก็มีบทบาทอย่างมากในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่กลุ่มเป้าหมาย

2.5.5.1 การออกแบบเป็นชุด (Package Uniform)

การออกแบบเป็นชุดเป็นเทคนิคที่มีความนิยมใช้กันมาก จากกราฟิกง่าย ๆ ที่เป็น จุด เส้น และ ภาพ มาจัดเป็นรูปบนบรรจุภัณฑ์ สร้างอารมณ์ร่วมจากการสัมผัสด้วยสายตา หลักเกณฑ์ในการออกแบบ คือ ให้ง่ายสะอาดตา แต่ต้องทันสมัย และเหมาะแก่การใช้งาน ความง่ายสะอาดตา มีผลต่อการดึงดูดความสนใจ ความทันสมัยช่วยสร้างความแปลกใหม่ ส่วนความรู้สึกว่าเหมาะแก่การใช้งาน เสริมความรู้สึกว่าคุ้มค่าเงิน และความมั่นใจในตัวสินค้า

จากการออกแบบเป็นชุดของสินค้ามีผลต่อการทำให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำที่ดี การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นชุดเปรียบเสมือนชุดแบบฟอร์มของเสื้อผ้าคนที่ใส่ เช่น มีชุดสูท ชุดพระราชทาน ชุดม่อฮ่อม เป็นต้น การออกแบบเสื้อผ้าที่เป็นชุดนี้ เมื่อใครเห็นก็ทราบว่าจะชุดอะไร แม้ว่าจะใช้เสื้อผ้า และสีสันทันที่แตกต่างกัน การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นชุดนี้ก็มีหลักการคล้ายคลึงกัน

การออกแบบเสื้อผ้าเป็นชุดยังมีชื่อเรียก แต่ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไม่มีชื่อเรียกจึงจำต้องยึดเอกลักษณ์บางอย่างบนบรรจุภัณฑ์เป็นตัวเชื่อมโยงให้รู้ว่าเป็นชุดเดียวกัน อาจใช้สัญลักษณ์ทางการค้า เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้สไตล์การออกแบบ ใช้การจัดเรียงวางรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ในระดับเดียวกัน นอกจากนี้รูปแบบของตัวอักษรจะต้องเป็นสไตล์เดียวกัน

2.5.5.2 การเรียงต่อเป็นภาพ ณ จุดขาย

เทคนิคการออกแบบวิธีนี้ยึดหลักในการสร้างภาพ ณ จุดขายให้เป็นภาพใหญ่ ดูเป็นภาพที่ปะติดปะต่อหรืออาจเป็นภาพกราฟิกขนาดใหญ่ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในระยะทางไกล ตามรายละเอียดเรื่องสรีระในการอ่าน และประสาทสัมผัสของผู้ซื้อ ณ จุดขาย เนื่องจากโอกาสที่ตัวบรรจุภัณฑ์ และรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์จะสามารถมองเห็นในระยะเกิน 10 เมตรขึ้นไปนั้นเป็นไปได้ยาก ด้วยเหตุนี้จึงต้องใช้พื้นที่บนหิ้งที่วางสินค้านั้นจัดเป็นภาพใหญ่เพื่อดึงดูดความสนใจ

สิ่งพึงระวังในภาพที่ต่อขึ้นจากการเรียงบรรจุภัณฑ์นั้น จะต้องเป็นภาพที่สร้างความประทับใจหรือกระตุ้นให้เกิดความอยากได้ของกลุ่มเป้าหมายที่อาจเคยเห็นภาพดังกล่าวจากสื่ออื่นๆ เช่น บนตัวบรรจุภัณฑ์ที่เคยบริโภค หรือสื่อโฆษณาต่าง ๆ เป็นต้น การต่อเป็นภาพของบรรจุภัณฑ์นี้ยังต้องระมัดระวังขั้นตอนการแปรรูปบรรจุภัณฑ์ เช่น การทับเส้น และการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์จะต้องแน่นอน มีคุณภาพดี เพื่อว่าภาพที่ต่อขึ้นมาจะเป็นภาพที่สมบูรณ์ตามต้องการ

2.5.5.3 การออกแบบแสดงศิลปะท้องถิ่น

เทคนิคการออกแบบวิธีนี้มีจุดมุ่งหมายอันดับแรก คือ การส่งเสริมสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่น เพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยวให้ซื้อกลับไปเป็นของฝาก ถ้าสินค้านั้นได้รับความนิยมในวงกว้างก็สามารถนำออกขายในตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้น หรืออาจส่งขายไปยังต่างประเทศได้ ถ้าสามารถควบคุมคุณภาพ การผลิต และมีวัตถุดิบมากพอ พร้อมทั้งมีกระบวนการผลิตแบบอัตโนมัติที่สามารถวางแผนงานการผลิตได้

รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สื่อความหมายเพื่อเป็นของฝากนี้ มักจะใช้สิ่งที่รู้จักกันดีในท้องถิ่นนั้น เช่น รูปจระเข้ทะเลวันของจังหวัดพิจิตร รถม้าของจังหวัดลำปาง ภูมิประเทศในท้องถิ่น เป็นต้น ในบางกรณีอาจนำวัสดุที่ผลิตได้ในท้องถิ่นมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ เพื่อความแปลกใหม่นอกเหนือจากรายละเอียดของกราฟิกการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อซื้อไปเป็นของฝาก จำต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำกลับของผู้ซื้อ และความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ในการนำไปมอบเป็นของขวัญ จึงมีการออกแบบหุหิ้ว เพื่อความสะดวกในการนำกลับ

2.5.5.4 การออกแบบของขวัญ

เทคนิคในการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบของขวัญค่อนข้างจะแตกต่างจากเทคนิคต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมา สาเหตุเนื่องจากผู้ซื้อสินค้าที่เป็นของขวัญไม่มีโอกาสบริโภค และหลายครั้งที่การตัดสินใจซื้อเกิดขึ้น ณ จุดขาย ด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของขวัญที่ดีจึงมีบทบาทสำคัญมากต่อความสำเร็จของการขายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเทศกาลต่างๆ

เทคนิคต่าง ๆ ที่กล่าวมาเป็นเทคนิคที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย นอกเหนือจากเทคนิคการออกแบบกราฟิกแล้ว ในฐานะนักออกแบบกราฟิกยังจำเป็นต้องรู้ถึงข้อมูลทางด้านเทคโนโลยีทั้งในด้านการบรรจุ และการพิมพ์ ดังต่อไปนี้

- ข้อมูลของเครื่องจักรที่จะ ใช้ในการบรรจุ เช่น การขึ้นรูป การบรรจุ การปิด การขนย้าย พร้อมวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้

- ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ หรือการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีโครงสร้างซับซ้อนมาก ๆ ผลการทดสอบความเข้ากันได้ของผลิตภัณฑ์อาหาร และวัสดุบรรจุภัณฑ์ ควรแจ้งไปยังนักออกแบบกราฟิกด้วย

- นักออกแบบกราฟิกควรจะทราบถึงข้อจำกัดของโครงสร้างที่พัฒนาโดยฝ่ายเทคโนโลยี เช่น ช่องปากที่เปิดของบรรจุภัณฑ์ อายุขัยของผลิตภัณฑ์อาหาร การเก็บ การขนส่ง เป็นต้น

- รายละเอียดเกี่ยวกับการพิมพ์ ระบบการพิมพ์ที่จะใช้กับวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่จะเลือกใช้ จำนวนสีที่จะพิมพ์ได้ วิธีการเคลือบ ข้อจำกัดใด ๆ ที่เกี่ยวกับการพิมพ์เหล่านี้ เป็นรายละเอียดที่จำเป็นมากสำหรับการออกแบบกราฟิก

- ในกรณีที่สินค้าเดียวกันบรรจุในบรรจุภัณฑ์ต่างประเภทกัน เช่น อาหารเหลวบรรจุในขวด และซอง นักออกแบบกราฟิกมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบถึงข้อจำกัดของบรรจุภัณฑ์แต่ละระบบ

- ในการออกแบบกราฟิกสำหรับวัสดุบรรจุภัณฑ์ต่างประเภทกัน จะใช้เทคนิคการออกแบบที่แตกต่างกัน กุญแจสำคัญของการออกแบบให้สัมฤทธิ์ผล คือ การสื่อสารระหว่างแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ นักออกแบบกราฟิกสามารถใช้ความคิดริเริ่มต่าง ๆ สร้างสรรค์งานทางศิลปะให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการออกแบบ (เทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์, 2556. [Online]. Available : http://www.prc.ac.th/web_pd/package02.html)

2.5.6 ระบบการพิมพ์

ระบบพิมพ์ที่ใช้ในการสร้างสรรค์ ตกแต่งกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในวงการอุตสาหกรรมในปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับหลักการพิมพ์ 4 ระบบใหญ่ๆ ตามลักษณะของการสร้างแม่พิมพ์ ดังนี้

2.5.6.1 ระบบการพิมพ์พื้นนูน (Relief Printing) หมายถึง ระบบการพิมพ์ที่แม่พิมพ์มีส่วนที่จะใช้พิมพ์เป็นภาพนูนสูงขึ้นมาจากพื้นแม่พิมพ์ ส่วนที่นูนสูงขึ้นมาเมื่อได้รับหมึกแล้วก็จะสามารถพิมพ์กระดาษได้โดยตรงทันที ระบบการพิมพ์แบบนี้จัดได้ว่าเป็นระบบการพิมพ์ที่เก่าแก่ที่สุดแต่ก็ยังมีใช้กันมาจนถึงปัจจุบันนี้ มนุษย์รู้จักวิธีแกะสลักดินเหนียว โลหะ หรือไม้ให้เป็นตัวหนังสือหรือภาพต่างๆ เพื่อใช้เป็นแม่พิมพ์มานานหลายพันปีแล้ว แต่จุดสำคัญของการพัฒนาระบบการพิมพ์และการอ่านหนังสือของมนุษย์ก็คือ เมื่อโยฮัน กูเตนเบิร์ก (Johann Gutenberg) ได้เริ่มคิดประดิษฐ์เครื่องพิมพ์ด้วยตัวอักษรเป็นตัว ๆ ส่งผลให้มีความเจริญก้าวหน้าในศิลปวิทยาการต่าง ๆ เป็นอย่างมาก ในปัจจุบันระบบการพิมพ์พื้นนูน มี 2 ระบบ คือ

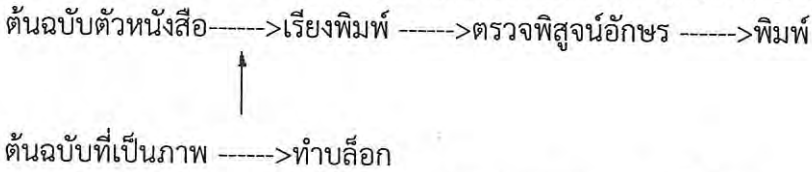
1) ระบบเลตเตอร์เพรส (Letterpress) ลักษณะที่สำคัญของแม่พิมพ์ระบบนี้คือ ส่วนที่เป็นภาพพิมพ์จะสูงกว่าส่วนที่ไม่ใช่ภาพ ฉะนั้นเมื่อคลึงหมึกลงไปหมึกก็จะสัมผัสเฉพาะส่วนที่สูงขึ้นมาเท่านั้น เมื่อกดกระดาษที่จะใช้พิมพ์ลงไปหมึกก็จะติดกับกระดาษพิมพ์เกิดเป็นภาพพิมพ์โดยตรง ในการพิมพ์ข้อความทั่วไปจะใช้ตัวเรียงโลหะเรียงต่อกันไปเป็นข้อความ ตัวเรียงแต่ละตัวมีความสูง 0.918 นิ้ว หน่วยที่ใช้วัดขนาดความสูงของตัวเรียงคือ พอยท์ (Point) ขนาดตัวเรียงที่ใช้เรียงเป็นตัวพื้นของหนังสือทั่วไป คือ 19.5 พอยท์ ถ้าเล็กกว่านี้จะเป็นตัวจิ๋ว (ในระบบเลตเตอร์เพรสเท่านั้น)

สำหรับการพิมพ์ภาพ หรือตาราง กราฟ แผนภูมิที่ยุ่งยาก จะต้องนำภาพต้นฉบับเหล่านี้ไปทำเป็นบล็อกก่อน ตัวบล็อกทำด้วยโลหะผสมของแมกนีเซียม เมื่อต้องการทำบล็อกก็ต้องนำต้นฉบับไปถ่ายลงบนฟิล์ม จากนั้นนำฟิล์มไปอัดลงบนแผ่นโลหะที่ใช้ทำบล็อกซึ่งเคลือบไว้ด้วยสารไวแสง เมื่อฉายแสงลงไปสารไวแสงส่วนที่ถูกแสง (ซึ่งเป็นภาพ) จะแข็งตัว ส่วนที่ไม่ถูกแสงซึ่งไม่ใช่ภาพจะไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิพนธ์ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แข็งตัว เมื่อนำแผ่นบล็อกนี้ไปใช้กัดด้วยน้ำกรด น้ำกรดก็จะกัดส่วนที่ไม่ถูกแสงออกไปหมดจนถึงความลึกที่ต้องการ ก็จะเหลือเฉพาะส่วนที่เป็นภาพสูงกว่าบริเวณที่ไม่ใช่ภาพ ซึ่งจะใช้เป็นแม่พิมพ์ต่อไป

ในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนมาใช้บล็อกพลาสติก ซึ่งทำด้วยสารพวกโพลี-เมอร์ (Polymer) มากขึ้นแล้ว ซึ่งทำได้สะดวกมาก ส่วนกรรมวิธีการทำก็คล้ายคลึงกัน แต่มักจะใช้กัดส่วนที่ไม่ใช่ภาพออกด้วยน้ำ อาจแสดงขั้นตอน การเรียงพิมพ์และการพิมพ์ด้วยระบบเลตเตอร์เพรสได้ดังนี้



ระบบการพิมพ์เลตเตอร์เพรสสามารถใช้พิมพ์งานได้ทุกชนิดทั้งงานเล็ก ๆ ทั่วไป เช่น การ์ดนามบัตร และหนังสือเล่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และโดยเหตุที่เป็นระบบการพิมพ์ที่ง่าย และสามารถพิมพ์จากตัวเรียงได้โดยตรง จึงมีค่าใช้จ่ายในการพิมพ์ค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับระบบการพิมพ์อื่น ๆ นอกจากนี้การแก้คำผิดหรือตัด - เติมข้อความก็สามารถทำได้ง่าย และเสียค่าใช้จ่ายต่ำ แต่มักจะเสียเวลามากในการเตรียมการพิมพ์บนเครื่องพิมพ์ เพราะต้องเสียเวลาในการจัดกรอบตัวพิมพ์ การประกอบบล็อกเข้ากับตัวเรียง การรองหนุ่ในกรณีที่ต้องพิมพ์บางตัวสีไม่เท่ากัน และการแก้ไขเปลี่ยนแปลงตัวเรียงที่ชำรุด เป็นต้น

2) ระบบเฟลกโซกราฟฟี เป็นระบบการพิมพ์พื้นฐานแบบเดียวกับระบบเลตเตอร์เพรส แต่ใช้แม่พิมพ์ยางที่เป็นแผ่นดีตรอบโมแม่พิมพ์ และใช้วัสดุพิมพ์ที่เป็นมันวอนป้อนเข้าเครื่องพิมพ์อย่างต่อเนื่อง และแม่พิมพ์สัมผัสกับวัสดุที่ใช้พิมพ์โดยตรงเช่นเดียวกัน ข้อเสียจึงคล้าย ๆ กับระบบเลตเตอร์เพรส กล่าวคือภาพพิมพ์ หรือตัวพิมพ์ที่มีขนาดโตจะติดหมึกไม่สม่ำเสมอที่บริเวณใกล้ขอบจะมีรอยไม่เรียบให้เห็นชัดเจน และไม่สามารถพิมพ์ภาพที่ต้องการรายละเอียดมาก ๆ ได้ เพราะไม่สามารถใช้สกรีนที่มีความละเอียดเกินกว่า 133 เส้น / นิ้วได้ ฉะนั้น โดยข้อจำกัดดังกล่าวจึงนิยมใช้ระบบเฟลกโซกราฟฟีพิมพ์สิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะต่อไปนี้ คือ

- ไม่ต้องการคุณภาพสูง
- มีจำนวนพิมพ์มาก
- ไม่ต้องการรายละเอียดของภาพมาก

ระบบเฟลกโซกราฟฟีเป็นระบบการพิมพ์ที่มีความประหยัดมาก ถ้าพิมพ์จำนวนมาก ๆ ตั้งแต่ 100,000 ชุด ขึ้นไป เพราะแม่พิมพ์แผ่นเดียว สามารถใช้พิมพ์งานได้กว่าล้านชุด และการพิมพ์โดยป้อนกระดาษ หรือวัสดุพิมพ์เป็นมันวอนด้วยความเร็วสูงก็ช่วยประหยัดเวลาได้มาก ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ด้วยระบบนี้ คือ ถุงพลาสติก ถุงไอศกรีม ซองใส่สินค้า กระดาษห่อของ วอลล์เปเปอร์พอยด์ต่าง ๆ

2.5.6.2 ระบบการพิมพ์พื้นราบ (Planographic Printing) หมายถึง ระบบการพิมพ์ที่ใช้แม่พิมพ์ที่มีลักษณะเป็นพื้นผิวราบ กล่าวคือส่วนที่เป็นภาพ และไม่ใช่ภาพอยู่ในระนาบเดียวกัน คนโดยทั่วไปนิยมเรียกว่า ระบบการพิมพ์ออฟเซต (Offset) จากการที่ส่วนที่เป็นภาพ และไม่ใช่ภาพบนแม่พิมพ์อยู่ในระนาบเดียวกัน ฉะนั้นในขณะที่พิมพ์เมื่อลงหมึกให้แม่พิมพ์แล้วจะต้องหาทางป้องกันไม่ให้ส่วนที่ไม่ใช่ภาพรับหมึก นั่นคือให้เฉพาะส่วนที่เป็นภาพเท่านั้นรับหมึก ซึ่งทำได้โดยหลักการดังนี้

1. ใช้โลหะทำแม่พิมพ์ที่สามารถรับน้ำได้ดี
2. สารที่ทำเป็นตัวภาพต้องรับหมึกได้ดี และไม่รับน้ำได้ง่าย
3. เคลือบผิวส่วนที่ไม่ใช่ภาพด้วยน้ำ เพื่อไม่ให้หมึกสามารถจับติดได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ดูแลเนื้อหาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้น ก่อนที่จะจ่ายหมึกให้กับแม่พิมพ์ จะต้องทำให้แม่พิมพ์ถูกเคลือบด้วยน้ำก่อน และโดยคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้น ส่วนที่ไม่ใช่ภาพเท่านั้นที่จะรับน้ำไว้ได้ เมื่อจ่ายหมึกให้กับแม่พิมพ์ หมึกจึงจับติดเฉพาะส่วนที่เป็นภาพเท่านั้น ส่วนที่ไม่ใช่ภาพจะไม่ติดเพราะมีน้ำเคลือบผิวไว้

ระบบการพิมพ์ออฟเซต ไม่ใช้การพิมพ์โดยตรงจากแม่พิมพ์สู่กระดาษเหมือนการพิมพ์ในระบบเลตเตอร์เพรส แต่เป็นการ พิมพ์ที่ต้องมีการถ่ายทอดภาพจากแม่พิมพ์ไปสู่ฝ้ายางแบบลงกดที่ห่อหุ้มรอบโมยางก่อน (Blanket Cylinder) จากนั้นจึงจะถ่ายทอดภาพบนกระดาษโดยแรงกดของโมพิมพ์ (Impression Cylinder)

เครื่องพิมพ์ออฟเซตโดยทั่วไปมีหลักการเดียวกันคือ ประกอบด้วยโมแม่พิมพ์ โมยางและโมพิมพ์ ที่โมแม่พิมพ์จะมีระบบการให้น้ำ และหมึกต่อเพลทอยู่ด้วย การถ่ายทอดภาพเกิดจากโมแม่พิมพ์ ได้รับหมึกแล้วถ่ายทอดภาพให้โมยาง แล้วโมยางจึงถ่ายทอดให้กับกระดาษ หรือวัสดุที่ใช้พิมพ์ ในการถ่ายทอดภาพจากโมหนึ่งไปอีกโมหนึ่งนั้น จะต้องใช้แรงกดที่น้อยที่สุด

2.5.6.3 ระบบการพิมพ์พื้นลึก (Intaglio Printing) หมายถึง ระบบการพิมพ์ที่แม่พิมพ์มีส่วนที่เป็นภาพ เป็นร่องลึกลงไปจากพื้นผิวของแม่พิมพ์ ระบบการพิมพ์ที่เป็นตัวอย่างของการพิมพ์พื้นลึกคือ ระบบการพิมพ์กราเวียร์ (Gravure printing)

ระบบการพิมพ์กราเวียร์ แม่พิมพ์จะทำด้วยโลหะทองแดงรูปทรงกระบอก (Cylinder) และส่วนที่เป็นภาพที่ต้องการพิมพ์จะถูกกัดโดยน้ำกรดให้เป็นบ่อ หรือเซลล์เล็ก ๆ จำนวนมาก ส่วนที่ไม่ใช่ภาพจะไม่ถูกกัดลึกลงไป แม่พิมพ์รูปทรงกระบอกจะถูกแช่อยู่ในอ่างหมึกที่เป็นหมึกเหลวคล้ายน้ำบ่อหรือเซลล์ที่เป็นส่วนของภาพจะรับหมึกไว้ และจะมีแผ่นปาดหมึก (Doctor Blade) ทำหน้าที่ปาดหมึกส่วนที่เกินออกไปจากบริเวณผิวที่ไม่ใช่ภาพ

การถ่ายทอดหมึกจะกระทำโดยตรงลงไปบนวัสดุที่ใช้พิมพ์ โดยใช้โมพิมพ์กดวัสดุที่ใช้พิมพ์ให้แนบกับโม แม่พิมพ์วัสดุที่ใช้พิมพ์จะป้อนอย่างต่อเนื่องในลักษณะเป็นม้วน ความเร็วในการพิมพ์จึงสูงเหมือนกับการพิมพ์ชนิดโรตารี โดยทั่วไปคือประมาณ 20,000 – 30,000 รอบต่อชั่วโมง ทั้งนี้ ระบบการพิมพ์กราเวียร์สามารถพิมพ์ลงบนวัสดุได้หลายอย่างเช่นเดียวกับระบบเพลทโซกราฟฟี เช่น กระดาษ พลาสติก แผ่นโลหะบาง (Foil) แต่ให้คุณภาพสูงกว่ามาก โดยทั่วไปแล้วระบบการพิมพ์กราเวียร์จะให้คุณภาพในการพิมพ์ภาพ ตลอดจนตัวหนังสือต่าง ๆ ได้ดีมาก แต่โดยเหตุที่ค่าใช้จ่ายในการทำแม่พิมพ์ค่อนข้างสูง จึงเหมาะสำหรับงานพิมพ์จำนวนมาก ๆ เท่านั้น

ในปัจจุบันได้มีการใช้ระบบการพิมพ์กราเวียร์พิมพ์สิ่งพิมพ์ประเภทบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนใหญ่ แต่ก็มีหนังสือพิมพ์บางฉบับในต่างประเทศที่มีจำนวนพิมพ์มาก ๆ ใช้ระบบนี้พิมพ์ภาพสี และตัวหนังสือ นอกจากนี้ยังใช้พิมพ์กระดาษปิดผนัง (Wall Paper) แสตมป์ เป็นต้น และการพิมพ์ธนบัตรก็เป็นกรพิมพ์แบบการพิมพ์พื้นลึกเช่นกัน แต่เรียกว่าเป็นระบบอินทาลโย (Intaglio) ที่ใช้หมึกเหนียวกว่าระบบกราเวียร์มาก

เครื่องพิมพ์ในระบบนี้ส่วนมากเป็นเครื่องพิมพ์ที่ป้อนเป็นม้วน (Web Fed) และมีหน่วยการพิมพ์หลายหน่วยคือ สามารถพิมพ์ได้คราวละหลาย ๆ สีพร้อมกัน ในประเทศไทยใช้เฉพาะการพิมพ์พวกบรรจุภัณฑ์เท่านั้น ยังมีการนำไปใช้พิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นน้อยมาก

2.5.6.4 ระบบการพิมพ์ซิลค์สกรีน เป็นชื่อที่ใช้เรียกกันทั่วไป และปัจจุบันบางคนก็เรียกว่าเป็นสกรีนพริ้นท์ติ้ง ทับศัพท์ภาษา อังกฤษเลยก็มี เพราะปัจจุบันไม่ได้ใช้ผ้าไหมมาซึ่งเป็นแผ่นสกรีนอีกแล้ว แต่ใช้แผ่นสกรีนที่ทำด้วยใยสังเคราะห์แทน และใช้เครื่องพิมพ์อัตโนมัติกันมากขึ้น อย่างไรก็ตาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยังคงมีการพิมพ์โดยใช้มืออยู่เป็นจำนวนมากเช่นกัน เพราะบางครั้ง งานพิมพ์ก็มีไม่มาก และเป็นระบบที่คนทั่วไปสามารถทดลองทำได้เองโดยไม่ยุ่งยากมากนัก

แต่เดิมนิคมการพิมพ์ซิลค์สกรีนมีปัญหา คือ ความล่าช้า เพราะต้องรอนานกว่าหมึกที่พิมพ์จะแห้ง ต้องตากแผ่นที่พิมพ์ทิ้งไว้ แต่ปัจจุบันได้มีการใช้หมึกพิมพ์ที่แห้งตัวด้วยรังสีอัลตราไวโอเล็ต (UV) เมื่อพิมพ์แล้วเอาไปผ่านรังสีอัลตราไวโอเล็ตหมึกพิมพ์ก็จะแห้งทันที ทำให้สะดวก และรวดเร็วมาก

ระบบการพิมพ์ซิลค์สกรีน สามารถดัดแปลงรูปแบบของแม่พิมพ์สกรีนให้พิมพ์ลงบนวัสดุการพิมพ์ได้ทุกชนิด โดยการเลือกใช้หมึกพิมพ์ที่เหมาะสมกับวัสดุที่จะใช้พิมพ์ เช่น พิมพ์ลงบนพลาสติก ผ้า ไม้ แก้ว กระดาษ ฯลฯ เกือบไม่มีข้อจำกัดในการนำระบบนี้ไปใช้ในปัจจุบัน เพราะได้มีการแก้ไขปัญหาด้านต่าง ๆ ไปมากแล้ว นอกจากการพิมพ์จำนวนมาก ๆ เท่านั้น เพราะความเร็วยังสู้ระบบอื่นไม่ได้

ปัจจุบันระบบซิลค์สกรีนได้ใช้อย่างกว้างขวางทั่วไปในการพิมพ์สิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ต่อไปนี้คือ

- โปสเตอร์โฆษณาขนาดใหญ่ที่มีจำนวนพิมพ์ไม่มาก
- พิมพ์ลวดลายขวดแก้ว ขวดพลาสติก กระเบื้องเคลือบ และวัสดุเกือบทุกชนิด
- พิมพ์ผ้า เสื้อ และสิ่งทอต่าง ๆ ได้
- แผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์
- สิ่งพิมพ์ประเภทที่ต้องการพิมพ์จำนวนน้อยแต่ต้องการความสวยงาม เช่น เมนูอาหาร บัตร

อวยพร บัตรรายการ นามบัตร และงานศิลปะภาพพิมพ์ต่าง ๆ (ระบบการพิมพ์. 2556. [Online]. Available : <http://coursewares.mju.ac.th>)

2.6 การศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีอยู่ในท้องตลาด

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีจำหน่ายอยู่ในพิพิธภัณฑ์อื่นๆ และในท้องตลาดทั่วไป เพื่อนำมาใช้ประกอบแบบสอบถามจากผู้เกี่ยวข้องกับมิวเซียมสยาม และผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก เพื่อการพิจารณา และคัดเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จะนำมาออกแบบ และพัฒนาต่อไป ซึ่งสามารถสรุปชนิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จำหน่ายอยู่ในพิพิธภัณฑ์อื่นๆ และในท้องตลาดได้ดังนี้

ตารางที่ 2.8 ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จัดจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์อื่นๆ และในท้องตลาด

สถานที่	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จัดจำหน่าย
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร	1. หนังสือ ที่จัดพิมพ์โดยสำนักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ 2. โปสการ์ด ของสำนักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ 3. วัตถุจำลอง 4. พวงกุญแจ 5. เสื้อยืด 6. ที่คั่นหนังสือ
พิพิธภัณฑ์นิทรรศน์รัตนโกสินทร์	1. เสื้อยืด และกางเกง 2. ถุงผ้า 3. วัตถุจำลอง 4. พวงกุญแจ 5. สมุดบันทึก และดินสอ 6. ที่คั่นหนังสือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับงานวิจัย ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.8 (ต่อ)

สถานที่	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จัดจำหน่าย
พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีกยูนิพันธ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เสื้อยืด 2. ถุงผ้า 3. แก้วน้ำ 4. ของเล่นโบราณ 5. สมุดบันทึก และหนังสือภาพ 6. โปสการ์ด
พิพิธภัณฑ์บ้านฝัน	<ol style="list-style-type: none"> 1. เสื้อยืด 2. เช็กกลัด 3. วัตถุจำลอง 4. พวงกุญแจ 5. แผ่นแม่เหล็ก (Magnet) 6. โปสการ์ด
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทั่วไป ที่แบ่งตามการใช้งาน (ประเสริฐ ศิลรัตน์, 2531 : 37-48)	<p>ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทเครื่องเขียน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โปสการ์ด 2. สมุดบันทึก 3. ที่คั่นหนังสือ 4. ปากกา และดินสอ <p>ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทเครื่องประดับ และเครื่องแต่งกาย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เข็มกลัด 2. สร้อยพร้อมเหรียญที่ระลึก 3. เสื้อยืด 4. กระเป๋า <p>ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กรอบรูป 2. ภาพวาด 3. โคมไฟ 4. แผ่นแม่เหล็ก (Magnet)



ภาพที่ 2.52 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์อื่นๆ

(พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีกยูนิพันธ์. 2552. [Online]. Available : <http://www.thaiweekender.com/index.php/milliontoysmuseum.html>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนเวลาหรือการเขียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 การศึกษาเกี่ยวกับของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์

2.7.1 ความรู้เกี่ยวกับแฟลชไดร์

แฟลชไดร์ (Flash Drive) หรือแฮนด์ไดร์ (Handy Drive) หรือธัมบีไดร์ (Thumb Drive) หรือยูเอสบีไดร์ (USB Drive) ก่อนจะรู้จักกับสิ่งเหล่านี้ จำเป็นต้องรู้จักกับคำว่า Storage หรือที่เรียกกันว่า หน่วยข้อมูลรอง เนื่องจากในการทำงานของคอมพิวเตอร์นั้น ข้อมูลต่างๆ ที่ส่งเข้ามาประมวลผล และผลลัพธ์จากการประมวลผล จะถูกเก็บไว้ในความจำแรม ซึ่งเมื่อปิดเครื่องหรือมีปัญหาทางไฟฟ้า อาจจะทำให้ข้อมูลเหล่านี้สูญหาย จึงจำเป็นต้องมีหน่วยเก็บข้อมูลรอง เพื่อนำข้อมูลจากหน่วยความจำแรมมาเก็บไว้เพื่อเรียกใช้ต่อไป

หน่วยเก็บข้อมูลนั้นเริ่มใช้มาตั้งแต่จานบันทึกอ่อน หรือที่เรียกว่าฟลอปปี ดิสก์ (Floppy Disk) ขนาด 5 นิ้ว สู่ขนาด 3.5 นิ้ว และพัฒนาจนมาเป็น Hard Disk Zip Drive, CD-ROM, DVD-ROM ทั้งนี้แต่ละชนิดต่างก็มีความสะดวก และจุดประสงค์ในการใช้งานที่แตกต่างกัน

หน่วยเก็บข้อมูลที่ใช้กันอยู่นั้นอาจสามารถแบ่งตามลักษณะการใช้งานได้ 2 ประเภทคือ เป็นหน่วยเก็บข้อมูลที่อยู่กับตัวเครื่อง และหน่วยเก็บข้อมูลที่ใช้ในการโอนถ่ายข้อมูลระหว่างเครื่อง โดยในอดีตนั้นหน่วยเก็บข้อมูลที่อยู่กับตัวเครื่อง หรือจานบันทึกแบบแข็ง ที่เรียกว่า ฮาร์ดดิสก์ (Hard Disk) นั้น จะมีความจุที่มาก ส่วนหน่วยเก็บข้อมูลที่ใช้ในการโอนข้อมูลระหว่างเครื่อง หรือที่เรียกว่าจานบันทึกอ่อน (ฟลอปปี ดิสก์ : Floppy Disk) นั้น จะมีขนาดความจุน้อย ซึ่งแม้ว่า CD-ROM และ DVD-ROM จะมีความจุที่มาก แต่มีความไม่สะดวกในการเปลี่ยนแปลงข้อมูล ดังนั้นจึงนิยมใช้ในรูปแบบของหน่วยเก็บข้อมูลสำรอง (Backup) มากกว่า ส่งผลให้มีความพยายามที่คิดจะสร้างหน่วยเก็บข้อมูลที่มีความจุมาก และสะดวกในการพกพาขึ้นมา ซึ่งก็คือการสร้างซีบีไดร์ (Zip Drive) นั้นเอง แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากซีบีไดร์ในอดีตนั้นต้องการช่องเก็บ (Drive) เฉพาะ และมีราคาแพง อีกทั้งยังมีความจุไม่มากนัก จึงทำให้ Zip Drive ไม่เป็นที่นิยม และหายไปจากวงการในที่สุด ต่อมาจึงมีการคิดค้น หน่วยเก็บข้อมูลแบบใหม่ขึ้น ซึ่งก็คือธัมบีไดร์ (Thumb Drive) นั้นเอง ซึ่งเป็นการรวบรวมความต้องการต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นขนาดของการเก็บข้อมูล ความสะดวกในการพกพา ซึ่งมีลักษณะคล้ายในส่วนของ Zip Drive แต่ธัมบีไดร์ (Thumb Drive) นี้ ได้กำจัดข้อเสียของ Zip Drive ในส่วนของการใช้ กล่าวคือเรื่องอุปกรณ์ในการเชื่อมต่อ ซึ่งในพอร์ต USB นั้น ในปัจจุบันเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่จะมีพอร์ตนี้มาอยู่แล้ว ทำให้ไม่จำเป็นต้องซื้ออุปกรณ์อื่นๆ มาประกอบเหมือน Zip Drive จึงทำให้ธัมบีไดร์ (Thumb Drive) นี้ สามารถเข้ามาอยู่ในตลาดของหน่วยเก็บข้อมูลที่ใช้กันอย่างแพร่หลายได้ (แฟลชไดร์. 2553. [Online]. Available : <http://comtechbios.exteen.com/20100218/knl-thumb-drive>)

ความหมายของแฟลชไดร์ (Flash Drive) แฮนด์ไดร์ (Handy Drive) และธัมบีไดร์ (Thumb Drive)

ในสมัยก่อนมีการเรียกแฟลชไดร์ว่าธัมบีไดร์ เนื่องจากเป็นการเรียกตามรูปร่างในสมัยแรกๆ ที่มีขนาดเล็กเท่ากับในปัจจุบัน โดยมีขนาดเท่าๆ กับนิ้วหัวแม่มือ ส่วนการเรียกแฮนด์ไดร์ เป็นการเรียกตามลักษณะของการใช้งาน ที่ใช้เพียงมือเสียบเข้า และดึงออกจากไดร์ได้อย่างสะดวกสบายนั่นเอง ขณะที่แฟลชไดร์นั้นมีความหมายใกล้เคียงกับลักษณะของตัวอุปกรณ์มากที่สุด เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่เป็นหน่วยความจำเหมือนกับที่มีอยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า แฟลชเมมโมรี่ (Flash Memory) ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในเครื่องคอมพิวเตอร์ และสามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่เก็บไว้

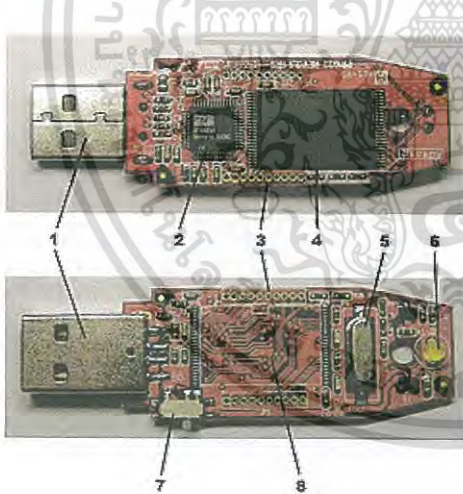
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังกล่าวได้ด้วย (ความหมายของแฟลชไดร์. 2553. [Online]. Available : <http://catkm.cattelcom.com/catblog/it2know/category/flash-drive/>)

วิธีการทำงานของแฟลชไดร์

แฟลชไดร์มีลักษณะการทำงานที่คล้ายคลึงกับฟลอปปี ดิสก์ (Floppy Disk) กล่าวคือ สามารถเก็บข้อมูลเอาไว้ได้โดยไม่ต้องมีไฟหล่อเลี้ยงตัวอุปกรณ์ โดยแฟลชไดร์นั้นจะเก็บข้อมูลต่างๆ ไว้ในชิพแฟลชเมมโมรี่ ซึ่งทำหน้าที่จัดเก็บเซลล์เมมโมรี่ทั้งหมดเอาไว้ โดยที่เซลล์เมมโมรี่จะจัดเรียงกันอยู่ในรูปแบบกริดเหมือนกันเซลล์ที่อยู่ในโปรแกรมสเปิร์ดชีท ซึ่งในแต่ละเซลล์ก็จะจัดเก็บข้อมูลถาวรเอาไว้ คล้ายกับห้องขังที่มีประตูกันกลุ่มของอิเล็กตรอนเอาไว้ เมื่อมีการชาร์จกระแสไฟฟ้าเข้าไป ประตูก็จะเปิดออก เพื่อให้อิเล็กตรอนพุ่งผ่านออกมา หลังจากนั้นประตูก็จะปิดลงโดยอัตโนมัติเมื่อมีอิเล็กตรอนตามจำนวนที่กำหนดได้ผ่านออกไปแล้ว ซึ่งหลักการนี้เรียกว่า “Fowler-Nordheim Tunneling” ทั้งนี้ ในการอ่านข้อมูลจากเมมโมรี่ที่เก็บข้อมูลถาวรจะมีการนับจำนวนอิเล็กตรอนที่อยู่ในเซลล์ เช่น ถ้าหากเก็บอิเล็กตรอนน้อยกว่าห้าตัว เซลล์ดังกล่าวจะแทนค่า 1 แต่ถ้าเก็บอิเล็กตรอนมากกว่า 6 ตัวขึ้นไปจะแทนค่า 0 ในระบบเลขฐานสอง เป็นต้น ตัวเลขดังกล่าวนี้จะคงเดิมเสมอแม้ไม่มีการจ่ายไฟเลี้ยงเข้าไปอย่างต่อเนื่องก็ตาม เนื่องจากการเปิดปิดประตูเท่านั้น จึงจะมีผลกระทบต่อจำนวนอิเล็กตรอนในเซลล์ (วิธีการทำงานของแฟลชไดร์. 2553. [Online]. Available : <http://comtechbios.exteen.com/20100218/knl-thumb-drive>)

ส่วนประกอบพื้นฐานของแฟลชไดร์



1. USB Connector
2. USB Mass Storage Controller Device
3. Test Points
4. Flash Memory Chip
5. Crystal Oscillator
6. LED
7. Write-protect Switch
8. Unpopulated Space for second flash memory chip

ภาพที่ 2.53 รูปภาพแสดงส่วนประกอบพื้นฐานของแฟลชไดร์

(ส่วนประกอบพื้นฐานของแฟลชไดร์. 2553. [Online]. Available : <https://sites.google.com/site/flashdrivethailand/tanan-flash-drive>)

ประเภทของแฟลชไดร์

แฟลชไดร์ สามารถแบ่งออกตามคุณสมบัติการใช้งานได้ 4 ประเภท ได้แก่ 1) แฟลชไดร์ ที่ใช้อ่านข้อมูลอย่างเดียว 2) แฟลชไดร์ที่ใช้อ่านข้อมูล และเป็นเครื่องเล่น MP3 3) แฟลชไดร์ ที่ใช้อ่านข้อมูล และสามารถบูทเครื่องได้ และ 4) แฟลชไดร์ ที่ใช้อ่านข้อมูล และเป็นกล่องดิจิตอล (ประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ประโยชน์เฉพาะในวงจำกัด ไม่สามารถนำออกเผยแพร่ได้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แฟลชไดร์. 2553. [Online]. Available :<http://comtechbios.exteen.com/20100218/knl-thumb-drive>)

คุณสมบัติของแฟลชไดร์

แฟลชไดร์เป็นหน่วยความจำแฟลชที่เชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์ผ่านทางพอร์ต USB ซึ่งปัจจุบันสามารถใช้งานได้กับ USB 1.1 และ USB 2.0 โดยทำหน้าที่เหมือนจานบันทึกแบบแข็ง หรือที่เรียกว่าฮาร์ดดิสก์ (Hard Disk) ขนาดเล็ก ที่สามารถเคลื่อนย้ายข้อมูลในปริมาณมากได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว เนื่องจากมีขนาดเล็กทำให้สามารถใส่ในกระเป๋าเสื้อ หรือสายคล้องคอได้ เมื่อจะใช้งานก็เพียงเสียบลงในพอร์ต USB ก็สามารถถ่ายโอนข้อมูลในแฟลชไดร์ลงในฮาร์ดดิสก์ ทั้งนี้ แฟลชไดร์มีความจุตั้งแต่ 2GB ถึง 16GB ส่วนความเร็วในการอ่าน/เขียนก็จะแตกต่างกันไปเช่นเดียวกับความจุ เช่น 5.5/1.0 Mb/s (เมกะบิตต่อวินาที) หรือ 15/13 Mb/s เป็นต้น (คุณสมบัติของแฟลชไดร์. 2553. [Online]. Available : <http://www.vcharkarn.com/varticle/32744>)



ภาพที่ 2.54 รูปภาพแสดงแฟลชไดร์ในรูปแบบต่างๆ

ที่มา : ถ่ายโดยนายวิจิต การพันทา

หลักการเลือกซื้อแฟลชไดร์

1. ความสะดวกในการพกพา

เนื่องจากแฟลชไดร์เป็นอุปกรณ์ที่ใช้พกติดตัว จึงควรมีขนาดเล็กกระทัดรัด สามารถพกพาไว้ในกระเป๋าเสื้อ หรือกางเกงได้สะดวก ซึ่งในปัจจุบันผู้ผลิตแต่ละรายได้พยายามออกแบบให้ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่เล็กกระทัดรัด ทำให้มีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย ส่วนองค์ประกอบที่ใช้ในการตัดสินใจน่าจะเป็นในส่วนของการออกแบบที่ถูกใจมากกว่า

2. ความเร็วในการโอนถ่ายข้อมูล

เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการเลือกซื้อแฟลชไดร์ เนื่องจากปัจจุบันไฟล์ข้อมูลต่างๆ มีขนาดใหญ่มากขึ้น แฟลชไดร์ที่มีความสามารถในการโอนถ่ายข้อมูลด้วยความเร็วที่สูงกว่าจึงค่อนข้างได้เปรียบ โดยมาตรฐานในปัจจุบันนี้คือ USB 2.0 ซึ่งมีความเร็วในการโอนถ่ายข้อมูลถึง 480 Mb/s หรือ 60 Mb/s ขณะที่มาตรฐาน USB 1.1 เดิมนั้นจะอยู่ที่ 12 Mb/s หรือ 15 Mb/s เท่านั้น และในอนาคตจะเพิ่มเป็น USB 3.0 ที่มีความเร็วกว่าเดิมถึง 10 เท่า แต่อย่างไรก็ตาม แบนด์วิดท์สำหรับมาตรฐาน USB 2.0 ที่สามารถใช้งานได้จะอยู่ที่ 4 Mb/s เท่านั้น เนื่องจากข้อจำกัดของชิพหน่วยความจำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ขนาดความจุ

แฟลชไดร์ที่มีขนาดความจุสูง ยอมดีกว่าขนาดความจุน้อย อย่างไรก็ตามขนาดความจุที่ได้เพิ่มขึ้นมานั้นก็ต้องขึ้นอยู่กับราคาที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย ดังนั้นปัจจัยนี้จึงขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ใช้งาน และงบประมาณที่มี

4. การสนับสนุนการใช้งาน

หมายถึงการออกแบบของผู้ผลิตที่ช่วยในการใช้งานให้มีความสะดวก และมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น เช่น มีไฟ LED แสดงสถานการณ์การทำงาน มีปุ่มป้องกันการบันทึกข้อมูล มีไดร์เวอร์สำหรับระบบปฏิบัติการ (กรณีใช้ระบบปฏิบัติการรุ่นที่ไม่มีการรองรับ) หรือมีสายอะแดปเตอร์ เป็นต้น

5. ความสามารถในการบูทเครื่อง

ในกรณีฉุกเฉินสามารถใช้แฟลชไดร์ในการบูทเครื่องด้วยระบบปฏิบัติการ DOS ได้

2.7.2 วัสดุที่ใช้ในการผลิตของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์

จากการศึกษาในท้องตลาดผู้วิจัยพบว่าแฟลชไดร์ส่วนใหญ่มีหน่วยความจำตั้งแต่ 1GB 2GB 4GB 8GB และ 16GB วัสดุที่นำมาใช้ในการผลิตแฟลชไดร์ สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. ยาง คือวัสดุพอลิเมอร์ที่ประกอบด้วยไฮโดรเจน และคาร์บอน ยางเป็นวัสดุที่มีความยืดหยุ่นสูง ยางที่มีต้นกำเนิดจากธรรมชาติจะมาจากของเหลวของพืชบางชนิด ซึ่งมีลักษณะเป็นของเหลวสีขาว คล้ายน้ำมัน มีสมบัติเป็นคอลลอยด์ อนุภาคเล็ก มีตัวกลางเป็นน้ำ ยางในสภาพของเหลวเรียกว่า น้ำยาง ซึ่งยางที่เกิดจากพืชนี้เรียกว่ายางธรรมชาติ ในขณะที่เดียวกันมนุษย์สามารถสร้างยางสังเคราะห์ได้จากปิโตรเลียม (ยาง. 2553. [Online]. Available : <http://th.wikipedia.org/wiki/>)

ประเภทของยาง

1.1 ยางธรรมชาติ โดยทั่วไป หมายถึง ยางที่เป็นผลิตผลทุกรูปแบบซึ่งได้มาจากต้นยางพารา แต่เดิมวงการอุตสาหกรรมใช้ยางธรรมชาติเป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ เช่น ยางรถยนต์ สายพาน ท่อทนความดัน ยางรัดของ แต่ต่อมาปรากฏว่าความสามารถในการผลิตยางธรรมชาติมีจำกัดไม่เพียงพอต่อความต้องการของโลกซึ่งมีความต้องการผลิตภัณฑ์ยางเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงมีการค้นคว้าผลิตยางสังเคราะห์จากผลิตผลพลอยได้ของปิโตรเลียมขึ้น อย่างไรก็ตามยางธรรมชาติ และยางสังเคราะห์ต่างมีข้อได้เปรียบเสียเปรียบก้ำกึ่งกัน ทั้งในด้านการผลิต คุณภาพ คุณสมบัติ ตลอดจนจนสภาวะการประกอบ การผลิตต่างๆ ทั้งนี้เนื่องจากข้อแตกต่างทางด้านโครงสร้างทางเคมี ซึ่งส่งผลต่อสมบัติทางกายภาพของยาง โดยยางธรรมชาตินั้นเป็นยางที่มีคุณสมบัติเด่นด้านความเหนียวติดกัน ด้านการขึ้นรูป และความอ่อนนุ่มขณะการใช้งานต่ำ

1.2 ยางสังเคราะห์ เป็นสารอณูใหญ่ซึ่งประกอบด้วยสารอณูเล็กพวกสารประกอบไฮโดรคาร์บอนที่ไม่อิ่มตัว (Unsaturated Hydrocarbon) หรือสารประกอบที่มีไฮโดรคาร์บอนที่ไม่อิ่มตัวเป็นส่วนประกอบหลัก สารเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นผลพลอยได้จากปิโตรเลียม เนื่องจากการสังเคราะห์ทางเคมีสามารถกำหนด ชนิด และการเกาะเกี่ยวกันของธาตุเคมีในอณูเล็ก รวมทั้งขนาดความยาวของสารอณูได้ จึงทำให้สามารถผลิตยางสังเคราะห์ที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการได้ โดยทั่วไปยางสังเคราะห์ซึ่งผ่านกระบวนการทำให้สุกแล้วจะแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ตามการใช้งานได้ 3 ชนิด คือ ชนิดทั่วไป ชนิดทนน้ำมัน และชนิดพิเศษ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากยางสังเคราะห์แต่ละชนิดมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันออกไป เมื่อนำมาใช้แล้วๆ หรือนำมาผสมกับยางธรรมชาติแล้วจะได้คุณสมบัติที่ดีขึ้นในด้านต่างๆ ดังนั้นจึงเป็นการเพิ่มขอบเขตการใช้ประโยชน์ของยางธรรมชาติให้มากขึ้น ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ซึ่งใช้ ยางสังเคราะห์ผสมกับยางธรรมชาติ ได้แก่ ยางล้อรถยนต์ ยางขอบกระจกไมวากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สายพานยางรถยนต์ สายพานขนส่ง พื้นรองเท้า ท่อยาง ยางขัดสีข้าว เป็นต้น (ประเภทของยาง. 2553. [Online]. Available : <http://www.coconuthead.org/content/>)

1.3 ยางซิลิโคน หรือ Silicone คือสารเคมีชนิดหนึ่ง เกิดจากทราย และซิลิกา (Silica) มีลักษณะคล้ายพลาสติก สามารถนำมาผลิตได้หลากหลายรูปแบบ ได้แก่ ของแข็ง ของเหลว และ เจล เป็นสารที่นิยมนำมาใช้ทั้งในอุตสาหกรรม เช่น นำมาใช้เป็นองค์ประกอบในน้ำมันหล่อลื่น น้ำยา ถนอมผ้า ยาดับกลิ่นตัว รวมถึงนำมาใช้ทางการแพทย์ ซึ่งเรียกว่า Medical Grade Silicone จะเป็นซิลิโคนที่ผลิตขึ้นมาด้วยวิธีเฉพาะ เพื่อให้สามารถใส่เข้าไปในร่างกายของมนุษย์ได้ โดยร่างกายจะสร้างเยื่อพังผืดมาหุ้มรอบโมเลกุลของสารซิลิโคน เช่น ซิลิโคนแท่งใช้เสริมจมูก ใช้ทำข้อเทียม หรือว่าซิลิโคนแผ่นใช้หุ้มเครื่องกระตุ้นหัวใจ หรือว่าซิลิโคนเหลว ซึ่งจะต้องบรรจุในถุงซิลิโคนอีกทีหนึ่งก่อนใส่เข้าไปในร่างกาย มิฉะนั้นจะทำให้เกิดการอักเสบได้



ภาพที่ 2.55 ภาพตัวอย่างแฟลชไดร์ที่ผลิตขึ้นจากยาง

(ตัวอย่างแฟลชไดร์. 2553. [Online]. Available : <http://www.hipremium.com/viewimg.php?>)

2. พลาสติก หรือที่เรียกว่าเรซินสังเคราะห์ สามารถแบ่งได้เป็นสองประเภท คือ Thermosetting resins และ Thermoplastic resins โดยเรซินประเภท Thermoset ได้แก่ Phenol และ Melamine เป็นเรซินที่ทนความร้อน และไม่สามารถกลับมาใหม่ได้อีกเมื่อถูกความร้อน ในทางตรงกันข้าม เรซินประเภท Thermoplastic ซึ่งได้แก่ P.V.C., Polyethylene (PE), Polystyrene (PS) และ polypropylene (PP) สามารถกลับมาใหม่ได้อีกเมื่อโดนความร้อน

ในประเทศทางฝั่งยุโรป และอเมริกา พีวีซี บางครั้งถูกเรียกว่า "ไวนิล" ไวนิล มักจะนำไปใช้กับงานพลาสติกที่ต้องการความยืดหยุ่นสูง เช่น การทำพื้น และ ผนังเทียม

พีวีซี (P.V.C.) เป็นพลาสติกชนิดหนึ่ง มีชื่อเต็มคือ โพลีไวนิล คลอไรด์ (Polyvinyl Chloride) เป็น Thermoplastic ที่ประกอบด้วย คลอรีน 57% ซึ่งเป็นผลผลิตจากเกลืออุตสาหกรรม และอีก 43% มาจากคาร์บอนซึ่งสกัดมาจากน้ำมัน และก๊าซ พีวีซีมีคุณสมบัติทนไฟ และดับไฟได้จากคุณสมบัติของสารประกอบคลอรีน ทำให้สามารถเป่าด้วยลมร้อนเพื่อให้ติดกันได้ ทนต่อกรด แอลกอฮอล์ และพวกอัลคาไล ซึ่งพีวีซีมีทั้งประเภทแข็ง และประเภทอ่อน นำมาใช้ทำฉนวนหุ้มสายไฟ เสื้อกันฝน กระเป๋าเบาะ เก้าอี้ แต่พีวีซี ก็มีข้อเสีย คือ ไม่ทนต่อความร้อน และแสงแดด (ประเภทพลาสติก. 2553. [Online]. Available : <http://www.kitiwatana.com/th/> และ พีวีซี. 2553. [Online]. Available : <http://guru.google.co.th/guru/thread?tid=14071eb6c09ab7bd>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.56 ภาพตัวอย่างแฟลชไดร์ที่ผลิตขึ้นจากพลาสติก

(ตัวอย่างแฟลชไดร์. 2553. [Online]. Available : <http://www.hipremium.com/viewimg.php?>)

3. ไม้ เป็นวัสดุแข็งที่ทำจากแก่นลำต้นของต้นไม้ส่วนใหญ่เป็นไม้ยืนต้น โดยนิยามแล้วไม้ จะหมายถึงเนื้อเยื่อไซเล็มชั้นที่สอง (Xylem) ของต้นไม้ แต่ในความเข้าใจไม้ อาจหมายรวมไปถึงวัสดุใดๆ ที่มีส่วนประกอบทำมาจากไม้ด้วย ไม้สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย ประโยชน์ อย่างหนึ่งคือ ใช้เป็นเชื้อเพลิง เช่น ถ่านหรือฟืน บางครั้งก็ใช้ในงานศิลปะทำเฟอร์นิเจอร์ ทำอาวุธ หรือเป็นวัสดุก่อสร้าง นอกจากนี้ไม้ยังคงเป็นส่วนประกอบสำคัญในการก่อสร้าง ตั้งแต่มนุษย์เริ่มสามารถสร้างบ้านที่อยู่อาศัย หรือเรือ โดยเรือแทบทุกลำในช่วงทศวรรษที่ 80 ต่างทำมาจากไม้แทบทั้งสิ้น ซึ่งในปัจจุบันบ้าน หรือเรือที่ทำจากไม้เริ่มมีจำนวนลดลง โดยปัจจุบันมีการนำวัสดุอื่นมาใช้ในการสร้างแทน แต่ไม้ยังคงมีส่วนสำคัญในด้านการเสริมโครงสร้าง หรือเป็นวัสดุเสริม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสร้างหลังคา และของประดับนอกบ้าน ไม้ที่ใช้ในงานก่อสร้างรู้จักกัน ในชื่อ ไม้แปรรูป นอกจากนี้ไม้ยังใช้ประโยชน์ในการทำอุปกรณ์อื่นนอกเหนือจากการก่อสร้าง เช่น ใช้ทำตะเกียบ เครื่องดนตรี หรือเฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ

การจำแนกชนิดไม้ ในวงการไม้ต่างประเทศ แบ่งชนิดของไม้ออกเป็น 2 ประเภท คือ ไม้เนื้อแข็ง หรือ Hard Wood และ ไม้เนื้ออ่อน หรือ Soft Wood โดยไม้ที่มีใบกว้าง จะเรียกว่าเป็นไม้เนื้อแข็ง ในขณะที่ไม้ที่มาจากพืชตระกูลสนจะเรียกว่า ไม้เนื้ออ่อน ซึ่งในความเป็นจริง ไม้ในกลุ่มหลังนี้ก็มีความแข็งที่สามารถจัดเข้ากลุ่มแรกได้ สำหรับในประเทศไทยได้มีการแยกประเภทไม้ให้ละเอียดยิ่งขึ้นตามลักษณะความแข็งแรงของไม้ดังนี้

1) ไม้เนื้ออ่อน เป็นไม้ที่มีวงปีกว้างมาก เนื่องจากเป็นไม้โตเร็ว ลำต้นใหญ่ เนื้อค่อนข้างเหนียว แต่ทำงานได้ง่าย เนื้อไม้มีสีจางหรือ ค่อนข้างซีด อาทิ ไม้กระบาก ไม้ยาง ไม้ฉำฉา ไม้เทียง ไม้โมก ไม้กระท้อน ไม้ยมหอม ไม้จำปาป่า ไม้สนต่างประเทศ เหมาะกับงานในที่ร่มหรืองานชั่วคราว งานตกแต่ง และเครื่องมือเครื่องใช้

2) ไม้เนื้อแข็ง เป็นไม้ที่มีวงปีมากกว่าไม้เนื้ออ่อน เพราะมีการเจริญเติบโตช้ากว่า คือต้องมีอายุหลายสิบปี จึงจะนำมาใช้งานได้ ลักษณะทั่วไปของไม้จะมีเนื้อมัน ลายละเอียด เนื้อแน่น สีเข้ม (แดงถึงดำ) มีน้ำหนักมาก แข็งแรงทนทาน เช่น ไม้สัก ไม้ตะแบก ไม้ประดู่ ไม้มะเกลือ เป็นต้น เหมาะสำหรับงาน เฟอร์นิเจอร์ งานก่อสร้างบ้าน และเครื่องมือ

3) ไม้เนื้อแกร่ง เป็นไม้ที่มีการเจริญเติบโตช้ามาก จึงทำให้ วงประจำปีถี่มากกว่าไม้สองชนิดแรก คือ ต้องมีอายุไม่น้อยกว่า 60-70 ปีขึ้นไปจึงจะนำมาใช้งานได้ เนื้อไม้มีสีเข้มค่อนข้างแดง น้ำหนักไม่มาก แต่แข็งแรงกว่าไม้เนื้อแข็ง ไม้ที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่มักเป็นไม้ที่ใช้ในการก่อสร้างหรือเป็นโครงสร้าง อาทิ คาน ตง เส้า ได้แก่ ไม้แดง ไม้ชิงชัน ไม้ตะเคียน ไม้มะค่าโมง ไม้พยุง ไม้เต็ง (ไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทต่างๆ. 2553. [Online]. Available <http://www.onlinewoodmarket.com/type-of-woods.html>)

ไม้ประเภทต่างๆ ที่นำมาใช้ในการผลิตเพลชไคร์

3.1 ไม้ยาง เป็นไม้เสี้ยนใหญ่ หยาบ และอ่อน เหมาะกับการใช้ในที่ร่ม เนื่องจากมียางมาก แห้งตัวช้า และยืดหดตัวสูง เมื่อหดตัวยางจะปะทุออกจากเนื้อไม้ เมื่อตอกตะปู เนื้อไม้จะแตกได้ง่าย เลื่อยขอยง่าย เนื้อไม้สีแดงเข้มจะแข็งแรงกว่าไม้สีอ่อน

3.2 ไม้ไผ่ เป็นไม้พุ่มหลายชนิดและหลายสกุลใน วงศ์หญ้า ไม้ไผ่มีคุณสมบัติพิเศษทั้งด้าน ความแข็งแรง และยืดหยุ่นที่เหนือกว่าวัสดุสังเคราะห์หลายชนิด ดังนั้นจึงได้รับความนิยมในการทำ เครื่องมือเครื่องใช้หลายประเภท ใช้ชะลอน้ำที่เข้าป่าชายเลน 닝ร้านก่อสร้าง และบันได เป็นต้น (ไม้ไผ่. 2553. [Online]. Available : <http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B9%84%E0%B8%9C%E0%B9%88>)

3.3 ไม้สนแดง (Redwood) เป็นต้นไม้ที่มีใบเขียวตลอดปี มีอายุยืนยาวถึง 2,000 ปี นอกจากนี้ยังเป็นต้นไม้ที่สูงที่สุดในโลกด้วย เปลือกมีสีน้ำตาลแดงที่หนาจริงเป็นที่มาของชื่อ Redwood สำหรับพื้นที่ป่าที่ต้น Redwood ชอบขึ้น คือ ในที่สูงตั้งแต่ 30-750 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล เช่น ตามเนินเขาที่มีฝนตกชุก การมีใบที่อุดมด้วยสารประกอบ tannin และใบมีกแตกตรงตำแหน่งที่สูง จากพื้นดินมาก จึงทำให้ต้น Redwood ไม้มีแมลงหรือไฟป่ารบกวน คุณสมบัติที่ดีของไม้สนแดง คือ ไลยไม้มีความสวยงาม เนื่องจากมีวงปีที่เรียงกันชัดเจน ทำให้เห็นลายเส้นไม้ ละเอียด มีความแข็งแรง สีของไม้เป็นสีที่อ่อน ทำให้ใช้ในงานตกแต่งในโทนสีอ่อนได้ หากต้องการตกแต่งด้วยโทนสีเข้มก็สามารถใช้ผลิตภัณฑ์สีเปลี่ยนเป็นสีโทนเข้มได้ง่าย (ไม้สนแดง. 2553. [Online]. Available : <http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=free4u&month=10-2009&date=16&group=1&gblog=14> และ ประเภทไม้. 2553. [Online]. Available <http://www.baannatura.com/th/mat/content/detail/81.html>)

3.4 ไม้วอลนัท (Walnut) เป็นไม้ที่น้ำหนักมาก มีความแข็งแรงทนทาน เนื้อไม้เหนียว สามารถต้านทานต่อแรงกระแทกได้เป็นอย่างดี การเรียงตัวของเสี้ยนไม้แปรผันจากเนื้อเรียบจนมี ลวดลายสวยงาม แก่นไม้ถือเป็นหนึ่งในเนื้อไม้ที่แข็งทนทานที่สุด สามารถนำมาตกแต่งได้ง่ายด้วย อุปกรณ์ช่างไม้ และเครื่องจักร การทาสีย้อมไม้ก็เป็นไปได้ด้วยการชักเงา ตัดกาวยาง หรือทำการ ตกแต่งเป็นไม้แปรรูป ไม้แผ่น ไม้ประตุ ตู๋ ไม้ตัดแต่ง และไม้พื้นที่โชว์ลวดลาย และสีอันโดดเด่นได้อย่างมีเอกลักษณ์ (ไม้วอลนัท. 2553. [Online]. Available : <http://xn--22c4caweia9iygzd5a5d.net/>)

3.5 ไม้สัก (Teak) ลักษณะเนื้อไม้สีเหลืองทอง เมื่อมีอายุนานจะกลายเป็นสีน้ำตาล หรือน้ำตาลแก่ มีกลิ่นเหมือนหนังฟอกเก่า และมีน้ำมันในตัว มักมีเส้นสีแก่แทรกเสี้ยนตรงเนื้อหยาบ และ ไม้สม่ำเสมอ มีความแข็งพอประมาณ แต่แข็งแรงทนทานที่สุด ปลูก และมอดไม้สามารถทำอันตราย ได้เนื่องจากมีสาร O-cresyl methyl ether ซึ่งสารชนิดนี้มีคุณสมบัติเมื่อทาหรืออาบไม้แล้ว จะทำให้ ไม้มีความคงทนต่อปลวก แมลง เห็ดราได้ นอกจากนี้ไม้สักยังมีความทนทานตามธรรมชาติ โดยมีอายุ การใช้งานเกินกว่า 10 ปี เมื่อนำไม้สักไปเลื่อย ไซกบ ตกแต่ง แกะสลัก และชักเงาจะทำได้ง่าย เป็นไม้ ที่ฝังให้แห้งได้ง่าย และอยู่ตัวดี น้ำหนักโดยประมาณ 640 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เมตร ทั้งนี้ ไม้สักเป็นไม้ ที่นิยมในการนำมาทำเป็นเครื่องเรือน ทำบานประตูหน้าต่าง ทำเรือ และแกะสลักต่างๆ (ไม้สัก.

2553. [Online]. Available : http://www.nanawood.com/index.php?option=com_

ไม้วอลนัททุกชิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

content&view=article&id=6:2009-01-11-06-16-43&catid=3:2009-01-07-21-54-56&Itemid=4)



ภาพที่ 2.57 ภาพตัวอย่างแฟลชไดร์ที่ผลิตขึ้นจากไม้ชนิดต่างๆ

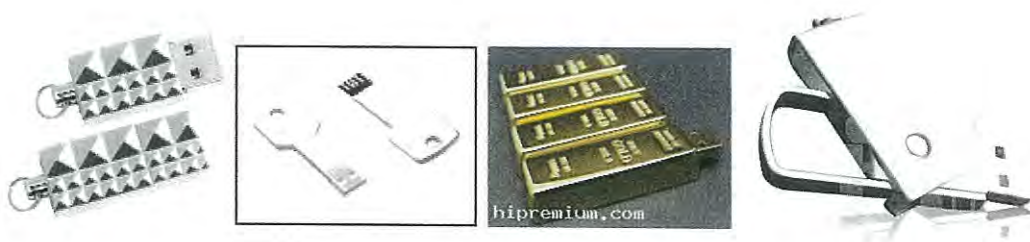
(ตัวอย่างแฟลชไดร์. 2553. [Online]. Available : <http://www.hipremium.com/viewimg.php?id=1371> และ <http://www.hipremium.com/viewimg.php?id=1369>)

4. โลหะ เป็นวัสดุที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัว คือ มีผิวเรียบเป็นมันวาว มีความเหนียว อ่อนและยืดหยุ่นได้ดี โลหะที่ถูกนำมาใช้ในการผลิตแฟลชไดร์ มี 2 ชนิด คือ

4.1 อลูมิเนียม เป็นโลหะที่สำคัญ ได้รับการใช้งานมากที่สุด ในกลุ่มโลหะที่มีน้ำหนักเบา (Light Metals) ทั้งนี้เพราะ อลูมิเนียมมีคุณสมบัติ ที่ดีเด่นหลายประการ อาทิ มีความหนาแน่นน้อย น้ำหนักเบา และมีกำลังวัสดุต่อน้ำหนักสูง จึงนิยมใช้ทำเครื่องใช้ไม้สอย ตลอดจนชิ้นส่วนบางอย่าง ในเครื่องบิน จรวด ซีปนาวุธ และอุปกรณ์ในรถยนต์ เพื่อลดน้ำหนักของรถให้น้อยลง จะได้ประหยัดเชื้อเพลิง ตลอดจนชิ้นส่วนอากาศยาน นอกจากนี้อลูมิเนียมมีความเหนียวมาก สามารถขึ้นรูปด้วยกรรมวิธีต่างๆ ได้ง่าย และรุนแรง โดยไม่เสี่ยงต่อการแตกหัก เป็นโลหะที่ไม่มีพิษต่อร่างกาย และไม่มีค่าการนำความร้อนสูง จึงใช้ทำภาชนะหุงต้มอาหาร และห่อหุ้มรับอาหาร รวมถึงยังมีความทนทานต่อการเกิดเป็นสนิม และการผุกร่อน ในบรรยากาศที่ใช้งานโดยทั่วไปได้ดีมาก แต่ไม่ทนทาน ต่อการกัดกร่อนของกรดแก่ และด่างต่างๆ ไป (อลูมิเนียม. 2553. [Online]. Available : <http://www.akesteel.com/index.php?mo=3&art=55109>)

4.2 สแตนเลส หรือตามศัพท์บัญญัติเรียกว่า เหล็กกล้าไร้สนิม เป็นเหล็กที่มีปริมาณคาร์บอนต่ำ (น้อยกว่า 2%) ของน้ำหนัก มีส่วนผสมของโครเมียม อย่างน้อย 10.5% กำเนิดขึ้นในปี พ.ศ.1903 เมื่อนักวิทยาศาสตร์พบว่า การเติมนิเกิล โมบิเดียม ไททาเนียม ไนโอเนียม หรือโลหะอื่นแตกต่างกันไปตามชนิดของคุณสมบัติเชิงกล และการใช้ลงในเหล็กกล้าธรรมดา ทำให้เหล็กกล้ามีความต้านทานการเกิดสนิมได้ ทนต่อความกัดกร่อน และมีความเงางาม (สแตนเลส. 2553. [Online]. Available : <http://www.akesteel.com/index.php?mo=3&art=45438>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.58 ภาพตัวอย่างแฟลชไดร์ที่ผลิตขึ้นจากโลหะ

(ตัวอย่างแฟลชไดร์. 2553. [Online]. Available : <http://www.hipremium.com/viewimg.php?id=624> และ <http://www.hipremium.com/viewimg.php?id=2178> และ http://www.microlink.co.th/product_corporate_flashdrive_metal.php)

5. หนัง แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

5.1 หนังสัตว์แท้ หมายถึง หนังที่ได้จากสัตว์ต่างๆ เช่น หนังวัว หนังแกะ หนังจระเข้ การนำหนังมาใช้ประโยชน์นั้นแบ่งหนังออกเป็น 2 พวก ได้แก่ หนังดิบ คือ หนังสัตว์ที่นำมาใช้ประโยชน์โดยตรง เช่น ทำหมวก รองเท้า ทำหนังตะลุง และอีกพวกหนึ่งคือ หนังฟอก เป็นหนังดิบที่ผ่านการฟอกแบบต่างๆ เพื่อไม่ให้หนังเน่าเปื่อย อ่อนนุ่ม เรียบ สม่่าเสมอ สีสวยงาม และความหนาตามต้องการ กรรมวิธีฟอกหนังจะไม่เหมือนกัน แล้วแต่ละชนิดของหนังสัตว์ ซึ่งได้แก่

- หนังสัตว์ที่มีลวดลายสวยงาม เช่น หนังจระเข้ งู เสือ ม้าลาย
- หนังสัตว์ที่มีขนสวยงาม เช่น สุนัขจิ้งจอก เสือ
- หนังสัตว์ทั่วไป เช่น หนังวัว สีผิวไม่สวยงามจึงต้องนำมาตกแต่ง และย้อมสี

5.2 หนังเทียม หมายถึง สารสังเคราะห์ที่ถูกนำมาทำให้มีลักษณะคล้ายหนังแท้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ หนังเทียมประเภทเลียนแบบหนังแท้ หมายถึง หนังเทียมที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในลักษณะงานเช่นเดียวกับหนังแท้ ซึ่งส่วนมากจะพบในผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น กระเป๋า เข็มขัด ซึ่งถ้าหากเป็นหนังแท้จะมีราคาสูงมากจึงจำเป็นต้องใช้หนังเทียมเพื่อให้มีราคาถูกลง และอีกชนิดหนึ่งคือ หนังเทียมประเภททดแทนหนังแท้ หมายถึง หนังเทียมที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้กับงานที่หากใช้หนังแท้จะสิ้นเปลืองมาก หรือปริมาณของหนังแท้ไม่เพียงพอกับความต้องการของท้องตลาด แต่หนังเทียมมีข้อเสียบางประการคือ ฉีกขาดง่าย การยืดหยุ่นไม่ดีเท่ากับหนังแท้ (หนังประเภทต่างๆ. 2553. [Online]. Available : www.bpcd.net/new_subject/industry/yun)



ภาพที่ 2.59 ภาพตัวอย่างแฟลชไดร์ที่ผลิตขึ้นจากหนัง

(ตัวอย่างแฟลชไดร์. 2553. [Online]. Available : <http://www.hipremium.com/viewimg.php?id=131> และ <http://www.hipremium.com/viewimg.php?id=1750>)

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฤดีภรณ์ ลลิตานนท์ (2547 : 5-6) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษา และพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผนที่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตกรุงรัตนโกสินทร์ โดยทำการศึกษาปัญหาในการใช้งานทั้งทางด้านรูปแบบ ข้อมูล และรูปเล่ม ของแผนที่ฉบับเดิม และนำข้อมูลมาประกอบการออกแบบพัฒนาแผนที่ฉบับใหม่

โดยประชากรที่ผู้วิจัยทำการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่สนใจการท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ โดยทำการสุ่มหากกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ จำนวน 100 คน บริเวณถนนตรอกข้าวสาร โดยการทำแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชอบแผนที่ที่สะดวกในการพกพาสะดวก และพับง่าย
2. ลักษณะรูปเล่มที่ต้องการคือมีลักษณะเป็นเล่ม และแผ่นพับอยู่รวมกัน
3. สถานที่ท่องเที่ยว ลำดับแรกเป็นเรื่องที่พัก รองลงมาเป็นตลาด พิพิธภัณฑ์
4. ด้านกราฟิก
 - 1) กราฟิกบนหน้าปกมีผลในการเลือกใช้แผนที่ 84%
 - 2) ปริมาณของภาพประกอบมีผลในการเลือกใช้ 42%
 - 3) ภาพประกอบประเภทภาพถ่ายมีผลในการตัดสินใจไปยังสถานที่ท่องเที่ยว 68%
 - 4) ขนาดและรูปเล่มเป็นข้อหลักในการเลือกใช้ 22% ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว 19%
5. ด้านการออกแบบ
 - 1) ด้านรูปเล่ม มีลักษณะเป็นแผ่นพับที่เปิดอ่านแบบหนังสือ
 - 2) ขนาดที่ใช้มีขนาด 10x21 ซม.
 - 3) ด้านหน้าปกใช้สีแดงเข้ม และภาพสถานที่ท่องเที่ยวมาเป็นส่วนประกอบทำให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น
 - 4) ด้านแผนที่ มีการสร้างจุดท่องเที่ยวให้โดดเด่นขึ้นมาจากพื้นหลัง และมีการสร้างสัญลักษณ์ให้ดูน่าสนใจมากขึ้น

เพ็ญศรี เจริญวานิช, บุญเลิศ เล็กสมบุรณ์ และพรสวรรค์ ทองสุขโขวงส์ (2548 : 348) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก เรียงลำดับความสำคัญคือ ปัจจัยด้านตัวผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับปัจจัยด้านตัวผลิตภัณฑ์ได้ให้ความสำคัญกับประโยชน์หลังตัวผลิตภัณฑ์มากกว่ารูปลักษณ์ และชื่อเสียง ได้แก่ ความปลอดภัยจากการปนเปื้อน ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และความทนทานในการเก็บรักษาได้นาน ทั้งนี้สินค้าที่ระลึกควรสื่อถึงวัฒนธรรม และภูมิปัญญาชุมชน โดยเน้นคุณภาพ และความสอดคล้องของงานศิลปวัฒนธรรม อีกทั้งประเภทของสินค้าที่ระลึกต้องสอดคล้องกับความต้องการ

ไพโรจน์ พิทยเมธี (2551 : 325 - 327) จากการศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบการออกแบบเลขศิลป์ที่แสดงเอกลักษณ์ไทย ได้ข้อสรุปสอดคล้องกับสมมติฐานว่า องค์ประกอบที่สำคัญทางการออกแบบเลขศิลป์ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ไทยมีหลักๆ ด้วยกัน 3 องค์ประกอบ คือ โทนสีไทย ตัวอักษรไทย และเอกลักษณ์ไทย ซึ่งเมื่อนำองค์ประกอบนี้ไปใช้งานออกแบบจะสามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ไทยได้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย “การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมเอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับมิวเซียมสยาม ตลอดจนได้ศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิก และการออกแบบของที่ระลึก เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการสรุป ก่อนทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยว โดยให้มีรูปลักษณะที่แสดงถึงความเป็นไทย สอดคล้องกับแนวคิดของมิวเซียมสยาม และมีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมกับยุคสมัย ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินการเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้เป็น 7 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษา และค้นคว้าข้อมูลทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนประวัติศาสตร์ของประเทศไทย รวมถึงข้อมูลของมิวเซียมสยามจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมสอบถามความคิดเห็นจากเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม ด้วยแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้น และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิด เพื่อคัดเลือกประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จะนำมาออกแบบและพัฒนา พร้อมนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม 1 ประเภท 3 รูปแบบ และรูปแบบละ 3 ดีไซน์

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่ได้แนวทางจากการ ศึกษา ค้นคว้า และแบบสอบถามแนวทางการออกแบบในขั้นตอนที่ 1 โดยวิธีการทำแบบร่าง (Sketch Design) ด้วยคอมพิวเตอร์

ขั้นตอนที่ 3 สอบถามความพึงพอใจ และความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก ด้วยแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบเรียงลำดับ เพื่อคัดเลือกให้เหลือรูปแบบของที่ระลึกทั้ง 3 รูปแบบ รูปแบบละ 1 ดีไซน์ พร้อมใช้คำถามแบบเปิด เพื่อนำข้อเสนอแนะไปพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติม

ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุง และพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก

ขั้นตอนที่ 5 ผลิตแบบจำลองผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม พร้อมบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 6 ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานใน มิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ได้รับการพัฒนาขึ้น โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามเรียงลำดับ (Rank Question) ประกอบแบบจำลอง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 7 สรุป และอภิปรายผล

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยออกเป็น 7 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สร้างขึ้นเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย
7. สรุปขั้นตอน และวิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ทำการวิจัยได้กำหนดแหล่งที่มาของข้อมูลในการวิจัยเรื่อง การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ตามขั้นตอนการวิจัยดังนี้

3.1.1 ขั้นตอนการศึกษา และค้นคว้าข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ผู้วิจัยทำการศึกษาจากตำรา เอกสาร งานวิจัย และบทความทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนประวัติศาสตร์ของประเทศไทยในเบื้องต้น ก่อนหาข้อมูลเพิ่มเติมที่ เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น ด้วยการใช้แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้น และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิด จากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม จำนวน 5 ท่าน ได้แก่

1. คุณราเมศ พรหมเย็น รักษาการผู้อำนวยการสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
2. คุณจินตนา อีรวรางกูร ผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารจัดการทั่วไป
3. นางสาวจุลดา มีจุล หัวหน้าฝ่ายเครือข่าย และวิชาการ
4. นายพชาติ ทิพทัส นักจัดการความรู้อาวุโส ด้านนิทรรศการ
5. นางสาวยุภาพร ธัญวิวัฒน์กุล นักจัดการความรู้ ด้านการศึกษา

กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐไท พรเจริญ อาจารย์ประจำภาควิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. อาจารย์พศุ ศุศรีพิทักษ์ Design Director มิวเซียมสยาม และอาจารย์ประจำหลักสูตร วัฒนธรรม และการพัฒนา สาขาวิชาเอกพิพิธภัณฑ์ศึกษา สถาบันวิจัยภาษา และวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล
3. คุณอลิสา ภู่อ้อม หัวหน้าฝ่ายธุรกิจพิพิธภัณฑ์ มิวเซียมสยาม

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 42 ท่าน โดยทำการเลือกด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

3.1.2 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ผู้วิจัยขอคำปรึกษา และคำแนะนำโดยใช้แบบสอบถาม จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐไท พรเจริญ อาจารย์ประจำภาควิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. อาจารย์พฐุ คุณศรีพิทักษ์ Design Director มิวเซียมสยาม และอาจารย์ประจำหลักสูตร วัฒนธรรม และการพัฒนา สาขาวิชาเอกพิพิธภัณฑ์ศึกษา สถาบันวิจัยภาษา และวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล

3. คุณอลิสสา ภู่อุ่ม หัวหน้าฝ่ายธุรกิจพิพิธภัณฑ์ มิวเซียมสยาม

3.1.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาใหม่

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทำแบบสอบถาม จากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม จำนวน 20 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 80 ท่าน โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดเครื่องมือในการวิจัย เรื่อง การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม โดยแบ่งตามขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

3.3.1 แบบสอบถามเพื่อหารูปแบบ และแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากตำรา เอกสาร งานวิจัย และบทความทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนประวัติศาสตร์ของประเทศไทยในเบื้องต้นแล้ว จึงทำการหาข้อมูลเพิ่มเติมที่เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น โดยการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นด้วยคำถามแบบตรวจสอบ (Check List) และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิด จากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม จำนวน 50 ท่าน เพื่อคัดเลือกประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จะนำมาออกแบบ และพัฒนา พร้อมนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม 1 ประเภท 3 รูปแบบ และรูปแบบละ 3 ดีไซน์

3.3.2 แบบสอบถามเพื่อการปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจ โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบภาพสเก็ต (Sketch Design) พร้อมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 3 รูปแบบ ให้เหลือรูปแบบละ 1 ดีไซน์

3.3.3 แบบสอบถามเพื่อการประเมินความพึงพอใจ ของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานใน

มิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยว มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาใหม่

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจจากเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม โดยใช้แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้น แบบตรวจสอบ (Check List) ในขั้นตอนแรก แล้วจึงทำการสอบถาม ด้วยการใช้แบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบแบบจำลอง (Scale Model) เพื่อสอบถามความไม่พอใจใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ทั้งในด้านความเป็นไทย ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ด้านประโยชน์ใช้สอย และมีความสวยงามทั้งในด้านการออกแบบ และวัสดุ

3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม” ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือในการวิจัยโดยใช้วิธีปรับปรุงจากเครื่องมือของผู้วิจัยอื่น ที่วัดตัวแปรคล้ายคลึงกัน โดยได้ทำการกำหนดเครื่องมือในการวิจัยตามขั้นตอนการวิจัยดังนี้

3.3.1 ขั้นตอนการศึกษา และค้นคว้าข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ใช้แบบสอบถามด้วยคำถามแบบตรวจสอบ (Check List) และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิด จากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม จำนวน 50 ท่าน

3.3.2 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบภาพสเก็ต (Sketch Design) พร้อมข้อเสนอแนะ จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน

3.3.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาใหม่ ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบแบบจำลอง (Scale Model) จากกลุ่มเป้าหมาย คือเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม 20 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 80 ท่าน

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ด้วยวิธี “ความเที่ยง หรือ ความตรง (Validity)” 2 ประเภท ได้แก่ 1) ประเภทความตรงเชิงประจักษ์ (Face Validity) สำหรับแบบสอบถามในชุดที่ 1 ซึ่งเป็นแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม โดยขอความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน แล้วจึงนำไปปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับงานวิจัย และ 2) ประเภทความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) สำหรับแบบสอบถามในชุดที่ 2 และ 3 ซึ่งเป็นแบบสอบถามเพื่อขอความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก และแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ใช้ดุลยพินิจทำการพิจารณาเพื่อลงความเห็น และให้คะแนนแต่ละคำถามในแบบสอบถามดังกล่าว ทั้งนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่านนั้น ได้แก่

- 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม
อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- 2) รองศาสตราจารย์นพคุณ นิศามณี อาจารย์ประจำภาควิชามนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- 3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ สิ้นจุกต์
อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม และการออกแบบ
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
การให้คะแนนคำถามของผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1 หมายถึง คำถามนั้นใช้เป็นตัวแทนการวิเคราะห์ที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ได้ดี
 0 หมายถึง คำถามนั้น ใช้เป็นตัวแทนการวิเคราะห์ที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ได้อย่างไม่แน่ใจ
 -1 หมายถึง คำถามนั้น ใช้เป็นตัวแทนการวิเคราะห์ที่ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ผู้วิจัยกำหนดให้คำถามแต่ละข้อในแบบสอบถามต้องได้คะแนนมากกว่า หรือเท่ากับ 0.5 คะแนน จึงจะถือว่าคำถามนั้นสามารถใช้เป็นตัวแทนในการวิเคราะห์ที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลคะแนนขั้นต้นมาทบทวน และเมื่อมีข้อคำถามใดที่ยังบกพร่อง หรือไม่ผ่านเกณฑ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ก่อนนำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ดำเนินการให้คะแนนอีกครั้งหนึ่ง

ผลของค่าความเที่ยงตรง สำหรับเครื่องมือในการวิจัยเป็นดังนี้

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงผลการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม

รายการประเมิน	ระดับความเห็น			ผลคะแนน
	+1	0	-1	
1. ด้านความเป็นไทย มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย บ่งบอกถึงความเป็นชาติไทยที่แตกต่างจากชนชาติอื่นๆ	///			1.00
2. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” 2.1 มีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากพิพิธภัณฑ์อื่นๆ	//	/		0.66
2.2 เมื่อพบเห็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแล้วทำให้ระลึกถึงมิวเซียมสยาม	///			1.00
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย 3.1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตอบสนองการใช้งานได้เป็นอย่างดี	//	/		0.66
3.2 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	///			1.00
3.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพกพาสะดวก	///			1.00
3.4 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความปลอดภัยในการใช้	//	/		0.66
4. ด้านความสวยงาม ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นได้รับการออกแบบให้มีคุณค่าทางสุนทรีย์ เห็นแล้วก่อให้เกิดความชื่นชมยินดี และความพึงพอใจ	///			1.00
5. ด้านวัสดุ และเทคนิคการผลิต 5.1 ด้านวัสดุ 5.1.1 ใช้วัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	//	/		0.66
5.1.2 ดูแลร์กซ่าง่าย	//	/		0.66
5.1.3 ขนาด และน้ำหนักมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	//	/		0.66
5.2 ด้านเทคนิคการผลิต 5.2.1 เทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	///			1.00
5.2.2 เทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุที่เลือกใช้	//	/		0.66
5.2.3 วิธีผลิตไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	//	/		0.66

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\text{ค่า IOC} = \frac{1.00+0.66+1.00+0.66+1.00+1.00+0.66+1.00+0.66+0.66+1.00+0.66+0.66}{14}$$

$$= 0.81$$

สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเท่ากับ 0.81 แสดงว่าแบบสอบถามนี้นำไปใช้ในการวิจัยได้ แต่อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้นำส่งให้อาจารย์ผู้ควบคุมโครงการตรวจสอบ และปรับปรุงแก้ไขอีกชั้นหนึ่งก่อน แล้วจึงนำไปใช้เก็บข้อมูลต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.4.1 ขั้นตอนการศึกษา และค้นคว้าข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล และความคิดเห็น จากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูล และความคิดเห็น จากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม จำนวน 5 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 42 ท่าน โดยการใช้เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นด้วยคำถามแบบตรวจสอบ (Check List) และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิด เพื่อคัดเลือกประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จะนำมาออกแบบ และพัฒนา ให้เหลือจำนวน 1 ประเภท พร้อมหาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

3.4.2 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการขอคำปรึกษา และคำแนะนำ จากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขอความร่วมมือในการให้คำปรึกษา และคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และ กราฟิก จำนวน 3 ท่าน โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบภาพสเก็ต (Sketch Design) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และคัดเลือกให้เหลือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 1 ประเภท 3 รูปแบบ และรูปแบบละ 1 ดีไซน์ อีกทั้งใช้คำถามแบบเปิด เพื่อนำข้อเสนอแนะไปพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติม

3.4.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล จากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม จำนวน 20 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 80 ท่าน โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบแบบจำลอง (Scale Model) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยามนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบสถิติ และแปรผลข้อมูล ตามขั้นตอนการวิจัยดังนี้

3.5.1 ขั้นตอนการศึกษา และค้นคว้าข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ผู้วิจัยนำผลข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้น ด้วยคำถามแบบตรวจสอบ (Check List) มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย แล้วจึงนำมาแปรผลโดยการบรรยาย ซึ่งใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ที่พิจารณาจากช่วงค่าเฉลี่ยเลขคณิต ดังนี้

4.50 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง	มาก
2.50 - 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง	น้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

3.5.2 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก ทั้ง 3 ท่าน มาประเมินผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม โดยทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปรผลด้วยการบรรยาย โดยกำหนดระดับความพึงพอใจในการให้คะแนน

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

และใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์พิจารณาจากช่วงค่าเฉลี่ยเลขคณิต ดังนี้

4.50 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง	มาก
2.50 - 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง	น้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

3.5.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ผู้วิจัยนำผลการประเมินความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม จำนวน 20 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 80 ท่าน ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม มาทำการวิเคราะห์หาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย แล้วจึงนำมาแปรผลโดยการบรรยาย ซึ่งใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์พิจารณาจากช่วงค่าเฉลี่ยเลขคณิต ดังนี้

4.50 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง	มาก
2.50 - 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง	น้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย เรื่อง การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ดังนี้

3.6.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.6.2 ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean : \bar{x})

3.6.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

3.6.4 ระดับช่วงชั้นคะแนน เพื่อการแปลความหมาย

4.50 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง	มาก
2.50 - 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง	น้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

3.7 สรุปขั้นตอน และวิธีการดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 3.1 แสดงขั้นตอนการศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์และเผยแพร่โดยไม่หวังผลตอบแทน

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนในการดำเนินการออกเป็น 3 ช่วงที่สำคัญ ดังนี้

ช่วงที่ 1 การศึกษาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม มีการดำเนินงานดังนี้

1. ศึกษา และค้นคว้าข้อมูลทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนประวัติศาสตร์ของประเทศไทย รวมถึงข้อมูลของมิวเซียมสยามจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. สอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวนทั้งหมด 50 ท่าน ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม จำนวน 5 ท่าน รวมถึงผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 42 ท่าน ด้วยแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้น และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิด เพื่อทำการคัดเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จะนำมาออกแบบ และพัฒนา พร้อมนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ช่วงที่ 2 การพัฒนา และออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

1. ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม 1 ชนิด 3 รูปแบบ และรูปแบบละ 3 ดีไซน์ โดยวิธีการทำแบบร่าง (Sketch Design) ด้วยคอมพิวเตอร์

2. สอบถามความพึงพอใจ และความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน ด้วยแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบเรียงลำดับ เพื่อคัดเลือกให้เหลือรูปแบบของที่ระลึกทั้ง 3 รูปแบบ รูปแบบละ 1 ดีไซน์ พร้อมใช้คำถามแบบเปิด เพื่อนำข้อเสนอแนะไปพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติม

3. ปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก

4. ผลิตแบบจำลองผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม พร้อมบรรจุภัณฑ์

ช่วงที่ 3 การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

1. ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ได้รับการพัฒนาขึ้น ซึ่งประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานใน มิวเซียมสยาม จำนวน 20 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 80 ท่าน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามเรียงลำดับ (Rank Question) ประกอบแบบจำลอง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. สรุป และอภิปรายผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 ผลการวิเคราะห์การศึกษาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

เพื่อให้การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยามตรงตามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม โดยมีรูปลักษณะที่แสดงถึงความเป็นไทย สอดคล้องกับแนวคิดของมิวเซียมสยาม มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมกับยุคสมัย พร้อมทั้งช่วยส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการ ดังนี้

4.1.1 ศึกษา และค้นคว้าข้อมูลทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนประวัติศาสตร์ของประเทศไทย รวมถึงข้อมูลของมิวเซียมสยามจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



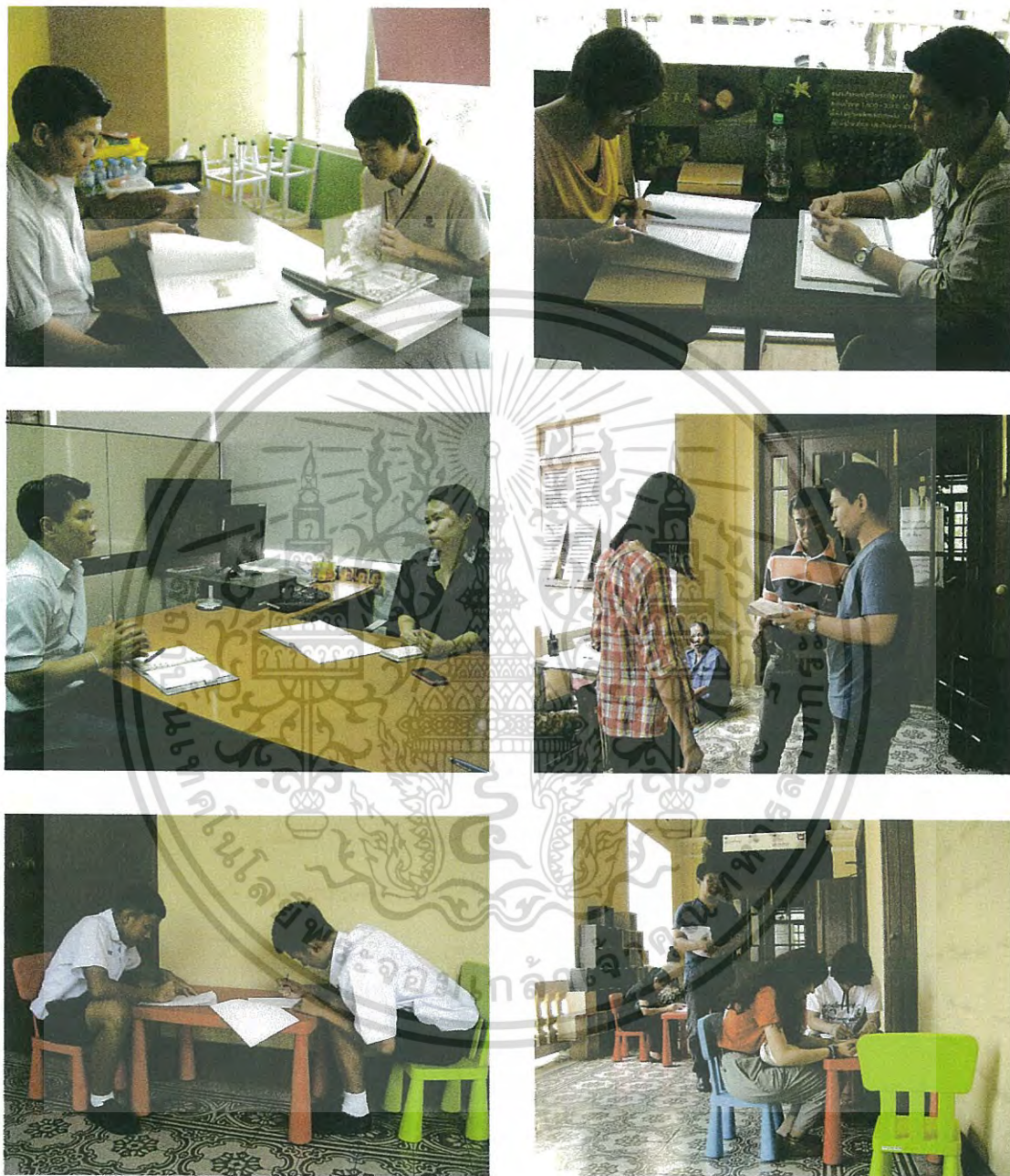
ภาพที่ 4.1 บรรยากาศร้าน Muse Shop และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่วางขายภายในร้าน
ที่มา : ถ่ายโดยนายวิจิต การพันทา

4.1.2 สอบถามข้อมูลเบื้องต้น และสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิด เพื่อทำการคัดเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จะนำมาออกแบบและพัฒนา จากกลุ่มเป้าหมาย 50 ท่าน ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม จำนวน 5 ท่าน รวมถึงผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 42 ท่าน ได้ผลการวิจัยดังนี้

4.1.2.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง)



ภาพที่ 4.2 การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น และสัมภาษณ์จากกลุ่มเป้าหมาย
ที่มา : ถ่ายโดยนายวิจิต การพันทา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 50 ท่าน

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม		สถานภาพ						รวมทั้งหมด	
		เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงาน ในมิวเซียมสยาม (3 ท่าน)		ผู้เชี่ยวชาญ การออกแบบผลิตภัณฑ์ (5 ท่าน)		นักท่องเที่ยวที่มา เยี่ยมชมมิวเซียมสยาม (42 ท่าน)			
		ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	1	33.0	2	40.0	18	43.0	21	42.0
	หญิง	2	67.0	3	60.0	24	57.0	29	58.0
อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	-	-	-	-	8	19.0	8	16.0
	21-30 ปี	-	-	-	-	19	45.5	19	38.0
	31-40 ปี	2	67.0	5	100.0	3	7.0	10	20.0
	41-50 ปี	1	33.0	-	-	9	21.5	10	20.0
	มากกว่า 51 ปี	-	-	-	-	3	7.0	3	6.0
การศึกษา	ม.6 หรือต่ำกว่า	-	-	-	-	9	21.5	9	18.0
	อนุปริญญา (ปวส.)	-	-	-	-	3	7.0	3	6.0
	ปริญญาตรี	-	-	-	-	21	50.0	21	42.0
	สูงกว่าปริญญาตรี	3	100.0	5	100.0	9	21.5	17	34.0
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	-	-	-	-	19	45.5	19	38.0
	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2	67.0	3	60.0	9	21.5	14	28.0
	พนักงานบริษัทเอกชน	-	-	-	-	4	9.5	4	8.0
	ธุรกิจส่วนตัว	-	-	-	-	4	9.5	4	8.0
	อื่นๆ	1	33.0	2	40.0	6	14.0	9	18.0
รายได้/เดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	-	-	-	-	25	59.5	25	50.0
	15,001-20,000บาท	-	-	1	20.0	5	12.0	6	12.0
	20,001-30,000บาท	2	67.0	2	40.0	5	12.0	9	18.0
	มากกว่า30,000บาท	1	33.0	2	40.0	7	16.5	10	20.0

จากตารางที่ 4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายจำนวนทั้งหมด 50 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม จำนวน 5 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 42 ท่าน พบว่า มีเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย ที่สัดส่วน 58 ต่อ 42 โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 21-30 ปี ถึงร้อยละ 38 ส่วนช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และ 41-50 ปี มีจำนวนเท่ากันที่ร้อยละ 20 และช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี มีสัดส่วนที่ร้อยละ 16 และอายุมากกว่า 51 ปี มีสัดส่วนน้อยที่สุดที่ร้อยละ 6

ทั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ที่ร้อยละ 42 และอีกร้อยละ 34 มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ขณะที่กลุ่มเป้าหมายที่มีการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 และอนุปริญญา (ปวส.) มีสัดส่วนที่ร้อยละ 18 และ 6 ตามลำดับ ส่วนอาชีพของกลุ่มเป้าหมายนั้น ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ถึงร้อยละ 38 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ มีสัดส่วนร้อยละ 28 จึงทำให้มีรายได้อยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน สูงถึงร้อยละ 50 ส่วนกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาท มีสัดส่วนร้อยละ 20 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่รองลงมาเป็นอันดับสอง

4.1.2.2 การสอบถามความคิดเห็นเพื่อหาประเภท และเพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ตารางที่ 4.2 ประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีความแตกต่างจากของที่ระลึกที่มีอยู่ในมิวเซียมสยาม

ประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่มีความแตกต่างจากของที่ระลึกที่มีอยู่ในมิวเซียมสยาม	ความถี่ (N = 225)	ร้อยละ
1. นาฬิกา	7	3.1
2. สมุดบันทึก	16	7.1
3. ถุงผ้า	12	5.3
4. ที่คั่นหนังสือ	8	3.6
5. เสื้อยืด	16	7.1
6. โคมไฟ	6	2.7
7. ไปรษณียบัตร (Post Card)	14	6.2
8. แฟลชไดร์ (Flash Drive)	20	8.9
9. อุปกรณ์เชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ (Hub)	13	5.8
10. โมบาย	12	5.3
11. เข็มกลัด	8	3.6
12. กรอบรูป	12	5.3
13. แผ่นแม่เหล็ก (Magnet)	15	6.7
14. แก้วน้ำ	10	4.5
15. หูฟัง (Head Phone)	15	6.7
16. เลเซอร์พอยน์เตอร์ (Laser Pointer)	17	7.5
17. เมาส์ (Mouse)	16	7.1
18. อื่นๆ	8	3.5

จากตารางที่ 4.2 กลุ่มเป้าหมายจำนวนทั้งหมด 50 ท่าน ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม จำนวน 5 ท่าน รวมถึงผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 42 ท่าน ได้แสดงความคิดเห็นว่า แฟลชไดร์ (Flash Drive) เป็นประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีความแตกต่างจากของที่ระลึกที่มีอยู่ในมิวเซียมสยามมากที่สุด โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ ร้อยละ 8.9 ขณะที่เลเซอร์พอยน์เตอร์ (Laser Pointer) มีความแตกต่างรองลงมาเป็นอันดับที่สองด้วยสัดส่วน ร้อยละ 7.5 และโคมไฟมีความแตกต่างน้อยที่สุดที่สัดส่วนร้อยละ 2.7 โดยผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่กลุ่มเป้าหมายได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ได้แก่ เกมส์ ของเล่นเด็กไทย และสติ๊กเกอร์ เป็นต้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีความแตกต่างจากของที่ระลึกที่มีอยู่เดิมในมิวเซียมสยามมากที่สุด นั่นคือ แฟลชไดร์ (Flash Drive) ซึ่งหลังจากได้ประเภทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จะนำไปออกแบบ และพัฒนาแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้มีการพัฒนา

4.1.2.3 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนา

ตารางที่ 4.3 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนา

ลำดับ ความ ต้องการ	คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนา							
	1. ด้านความเป็นไทย		2. ด้านความสวยงาม		3. ด้านประโยชน์ใช้สอย		4. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้น	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1	20	40	6	12	10	20	14	28
2	11	22	11	22	18	36	10	20
3	9	18	16	32	13	26	12	24
4	10	20	17	34	9	18	14	28
	50	100	50	100	50	100	50	100

จากตารางที่ 4.3 ผู้วิจัยได้สอบถามจากกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับความต้องการของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม 4 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านความเป็นไทย ด้านความสวยงาม ด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้น โดยให้กลุ่มเป้าหมายเรียงลำดับความต้องการจากมากที่สุด ซึ่งหมายถึงลำดับที่ 1 ไปจนถึงความต้องการน้อยที่สุด ซึ่งหมายถึงลำดับที่ 4

จากการเก็บข้อมูลคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 นั้น ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มเป้าหมายได้เลือกคุณลักษณะด้านความเป็นไทยมากที่สุด โดยมีสัดส่วนร้อยละ 40 ส่วนคุณลักษณะด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้นนั้น กลุ่มเป้าหมายได้เลือกให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1 ตามมาเป็นลำดับที่ 2 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 28 ส่วนด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านความสวยงามนั้น กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 ในลำดับรองลงมา ด้วยสัดส่วนร้อยละ 20 และ 12 ตามลำดับ

4.1.2.4 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนา มากที่สุด แบ่งตามเพศ

ตารางที่ 4.4 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนา มากที่สุด แบ่งตามเพศ

คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม	สถานภาพ			
	ชาย		หญิง	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1. ด้านความเป็นไทย	10	47.6	10	34.5
2. ด้านความสวยงาม	4	19.1	2	6.9
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย	1	4.7	10	34.5
4. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้น	6	28.6	7	24.1
รวม	21	100.0	29	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.4 กลุ่มเป้าหมายเพศชายต้องการให้ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ให้มีคุณลักษณะด้านความเป็นไทยมากที่สุด คือร้อยละ 47.6 ขณะที่ในเพศหญิง ต้องการให้มีคุณลักษณะด้านความเป็นไทย และด้านประโยชน์ใช้สอยเท่าๆ กัน ที่ร้อยละ 34.5

4.1.2.5 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนา มากที่สุด แบ่งตามช่วงอายุ

ตารางที่ 4.5 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนา มากที่สุด แบ่งตามช่วงอายุ

คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม	ช่วงอายุ									
	น้อยกว่า 20 ปี		21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 50 ปี		มากกว่า 51 ปี	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1. ด้านความเป็นไทย	5	62.5	7	36.8	1	10.0	4	40.0	3	100.0
2. ด้านความสวยงาม	-	-	3	15.8	1	10.0	2	20.0	-	-
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย	1	12.5	5	26.3	3	30.0	2	20.0	-	-
4. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความ ชัดเจนขึ้น	2	25.0	4	21.1	5	50.0	2	20.0	-	-
รวม	8	100.0	19	100.0	10	100.0	10	100.0	3	100.0

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ต้องการให้ออกแบบ และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ให้มีคุณลักษณะด้านความเป็นไทยมากที่สุด โดยมีสัดส่วนร้อยละ 62.5 เช่นเดียวกับกลุ่มเป้าหมายที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ช่วงอายุ 41-50 ปี และอายุมากกว่า 51 ปี ก็ต้องการให้ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ให้มีคุณลักษณะด้าน ความเป็นไทยมากที่สุด โดยมีสัดส่วนร้อยละ 36.8 ร้อยละ 40.0 และร้อยละ 100 ตามลำดับ ขณะที่ กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี กลับต้องการให้ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ให้มีคุณลักษณะด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้นมากที่สุด ด้วยสัดส่วนร้อยละ 50.0

4.1.2.6 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนา มากที่สุด แบ่งตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.6 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนา มากที่สุด แบ่งตามระดับการศึกษา

คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม	การศึกษา							
	ม.6 หรือต่ำกว่า		อนุปริญญา (ปวส.)		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1. ด้านความเป็นไทย	5	55.6	2	66.7	9	42.8	4	23.5
2. ด้านความสวยงาม	1	11.1	-	-	3	14.3	2	11.8
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย	-	-	-	-	6	28.6	5	29.4
4. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้น	3	33.3	1	33.3	3	14.3	6	35.5
รวม	9	100.0	3	100.0	21	100.0	17	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มเป้าหมายที่มีการศึกษาตั้งแต่ 6 หรือต่ำกว่า ไปจนถึงปริญญาตรี ล้วนต้องการให้ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ให้มีคุณลักษณะด้านความเป็นไทยมากที่สุด โดยมีอัตราส่วนร้อยละ 55.6 ร้อยละ 66.7 และร้อยละ 42.8 ตามลำดับ ยกเว้นกลุ่มเป้าหมายที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีกลับต้องการให้ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ให้มีคุณลักษณะด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้นมากที่สุด ด้วยสัดส่วนร้อยละ 35.5

4.1.2.7 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนา มากที่สุด แบ่งตามสถานภาพ

ตารางที่ 4.7 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนา มากที่สุด แบ่งตามสถานภาพ

คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม	สถานภาพ					
	เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานใน มิวเซียมสยาม		ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ และกราฟิก		นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม มิวเซียมสยาม	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1. ด้านความเป็นไทย	-	-	1	33.3	19	45.3
2. ด้านความสวยงาม	2	40.0	-	-	4	9.5
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย	1	20.0	-	-	10	23.8
4. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้น	2	40.0	2	66.7	9	21.4
รวม	5	100.0	3	100.0	42	100.0

จากตารางที่ 4.7 เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม ต้องการให้ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ให้มีคุณลักษณะด้านความสวยงาม และด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้นเท่าเทียมกัน ด้วยสัดส่วนร้อยละ 40 โดยมีด้านประโยชน์ใช้สอยเป็นอันดับรองลงมาด้วยสัดส่วนร้อยละ 20 ขณะที่ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิกต้องการให้ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ให้มีคุณลักษณะด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้นมากที่สุด ด้วยสัดส่วนร้อยละ 66.7 และมีด้านความเป็นไทยเป็นอันดับรองลงมาด้วยสัดส่วนร้อยละ 33.3 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม มิวเซียมสยามนั้น ต้องการให้ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ให้มีคุณลักษณะด้านความเป็นไทยมากที่สุด ด้วยสัดส่วนร้อยละ 45.3

4.1.2.8 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนา มากที่สุด แบ่งตามกลุ่มอาชีพ

ตารางที่ 4.8 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนา มากที่สุด แบ่งตามกลุ่มอาชีพ

คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม	กลุ่มอาชีพ									
	นักเรียนนักศึกษา		ราชการ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1. ด้านความเป็นไทย	10	55.6	3	21.4	3	75.0	-	-	4	40.0
2. ด้านความสวยงาม	2	11.1	2	14.3	-	-	1	25.0	1	10.0
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย	2	11.1	4	28.6	1	25.0	1	25.0	3	30.0
4. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความ ชัดเจนขึ้น	4	22.2	5	35.7	-	-	2	50.0	2	20.0
รวม	18	100.0	14	100.0	4	100.0	4	100.0	10	100.0

จากตารางที่ 4.8 กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ต้องการให้ออกแบบ และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ให้มีคุณลักษณะด้านความเป็นไทยมากที่สุด โดยมีอัตราส่วนร้อยละ 55.6 เช่นเดียวกับกลุ่มเป้าหมายที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และประกอบอาชีพอื่นๆ ก็ต้องการให้ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ให้มีคุณลักษณะด้านความเป็นไทยมากที่สุด ด้วยสัดส่วนร้อยละ 75.0 และร้อยละ 40.0 ตามลำดับ ขณะที่กลุ่มเป้าหมายที่ประกอบอาชีพราชการ/รัฐวิสาหกิจ และประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ต้องการให้ออกแบบ และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ให้มีคุณลักษณะด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้นมากที่สุด ด้วยสัดส่วนร้อยละ 35.7 และสัดส่วนร้อยละ 50.0 ตามลำดับ

4.1.2.9 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนา มากที่สุด แบ่งตามระดับรายได้

ตารางที่ 4.9 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนา มากที่สุด แบ่งตามระดับรายได้

คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม	ระดับรายได้							
	ต่ำกว่า 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1. ด้านความเป็นไทย	14	56.0	-	-	4	44.5	2	20.0
2. ด้านความสวยงาม	3	12.0	2	33.3	-	-	1	10.0
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย	3	12.0	2	33.3	3	33.3	3	30.0
4. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้น	5	20.0	2	33.4	2	22.2	4	40.0
รวม	25	100.0	6	100.0	9	100.0	10	100.0

จากตารางที่ 4.9 กลุ่มเป้าหมายที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และระดับรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ต้องการให้ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ให้มีคุณลักษณะด้านความเป็นไทยมากที่สุด โดยมีอัตราส่วนร้อยละ 56.0 และร้อยละ 44.5 ขณะที่กลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ต้องการให้ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มิวเซียมสยาม ให้มีคุณลักษณะด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้นมากที่สุด ด้วยสัดส่วนร้อยละ 40.0 ส่วนกลุ่มเป้าหมายที่มีระดับรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท ต้องการให้ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ให้มีคุณลักษณะทั้งด้านความสวยงาม ด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้นในสัดส่วนที่เท่าเทียมกัน ในอัตราส่วนร้อยละ 33.3

4.2 ผลการวิเคราะห์การพัฒนา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยามในช่วงที่ 1 สามารถสรุปเป็นแนวคิดเพื่อการพัฒนา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม โดยประเภทผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาพัฒนา และออกแบบคือ แฟลชไดร์ (Flash Drive) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนา และออกแบบ แฟลชไดร์ (Flash Drive) ออกเป็น 3 รูปแบบ คือ สร้อยคอ สร้อยข้อมือ/กำไล และ แหวน โดยแต่ละรูปแบบแบ่งออกเป็น 3 ยุค ตามแนวทางการจัดแสดงในมิวเซียมสยาม ที่แบ่งช่วงระยะเวลาเป็น 3 ช่วง อันประกอบด้วย 1. ยุคสุวรรณภูมิ เริ่มตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ 2. ยุคสยามประเทศ หรือสมัยอยุธยา และ 3. ยุคประเทศไทย อันเป็นช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงประเทศไปสู่ความสมัยใหม่มากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนา และออกแบบโดยวิธีการทำแบบร่าง (Sketch Design) ด้วยคอมพิวเตอร์ ก่อนนำไปสอบถามถึงความพึงพอใจ และความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน แล้วจึงนำไปปรับปรุงเพิ่มเติมก่อนจะผลิตออกมาเป็นแบบจำลองต่อไป ทั้งนี้ สามารถสรุปเป็นขั้นตอนดำเนินการได้ดังต่อไปนี้

4.2.1 พัฒนา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ในประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) เพื่อให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก รวมถึงนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม ตามผลสรุปแนวทางการพัฒนาในช่วงที่ 1 โดยแบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ สร้อยคอ สร้อยข้อมือ/กำไล และ แหวน และแต่ละรูปแบบได้ถูกแบ่งออกเป็น 3 ยุค ตามแนวทางการจัดแสดงในมิวเซียม-สยาม ดังนี้

1. ยุคสุวรรณภูมิ เป็นยุคที่เริ่มตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ซึ่งยังไม่มีกั้นเส้นอาณาเขต ยังไม่มีการแบ่งเป็นประเทศต่าง ๆ มีเพียงธรรมชาติ เป็นโลกแห่งดึกดำบรรพ์ผู้คนจึงอาศัยอยู่อย่างกระจัดกระจายตามสภาพแวดล้อมต่าง ๆ รวมถึงการใช้ชีวิตในถ้ำ ดังจะเห็นได้จากภาพวาดตามผนังถ้ำ ส่วนอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ และเครื่องประดับของมนุษย์ในสมัยนั้นก็สร้างสรรค์ขึ้นจากวัสดุธรรมชาติ เช่น หิน หรือกระดูกสัตว์ ก่อนที่มนุษย์จะมีการพัฒนา มีการไปมาหาสู่แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม จนทำให้ดินแดนแห่งสุวรรณภูมินี้ กลายเป็นดินแดนที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีสภาพภูมิอากาศ และภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยต่อความหลากหลายทางชีวภาพ มีความเจริญรุ่งเรืองขึ้น และกลายเป็นที่รู้จักกันในนาม “แผ่นดินทอง” ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ออกแบบแฟลชไดร์ในยุคนี้ให้มีลักษณะเป็นเครื่องประดับโบราณ ประกอบหินลูกปัด เช่นเดียวกับที่พบในโครงกระดูกมนุษย์โบราณ พร้อมให้สีที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองอันอุดมสมบูรณ์ ดังคำพูดที่ว่า “แผ่นดินทอง”

2. ยุคสยามประเทศ หรือสมัยอยุธยา เป็นยุคแห่งการรวบรวมรัฐน้อยใหญ่ทั่วดินแดนชวาของ สถาปนาขึ้นเป็นราชอาณาจักรที่มีความเจริญ มั่นคง และมั่งคั่ง นาม “กรุงศรีอยุธยา” โดยมีปัจจัยเอื้อหนุนทั้งด้านทำเลที่ตั้ง ที่มีแม่น้ำ 3 สาย ล้อมรอบ ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำลพบุรี และแม่น้ำท่าจีน อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้ำป่าสัก นอกจากนี้สภาพภูมิประเทศยังมีความอุดมสมบูรณ์ มีทรัพยากรหลากหลาย จึงเป็นอาณาจักรที่ยิ่งใหญ่ยาวนานถึง 417 ปี มีพระมหากษัตริย์ปกครองติดต่อกันรวมทั้งสิ้น 33 พระองค์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ออกแบบแฟลชไดรฟ์ในยุคสยามประเทศให้มีลักษณะเป็นเครื่องประดับจากงานฝีมือ เป็นงานหัตถกรรมที่ประกอบขึ้นจากไม้ หนัง และโลหะ จนกลายเป็นสร้อยคอ สร้อยข้อมือ และแหวน เปรียบได้กับการติดต่อกับนานาชาติอารยประเทศ จนถูกเรียกขานว่าเป็น “จุดนัดพบอารยธรรมโลก”

3. ยุคประเทศไทย อันเป็นช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงประเทศไปสู่ความสมัยใหม่มากขึ้น เป็นยุคที่ไทยได้รับอิทธิพลจากตะวันตก และปรับตัวเข้าสู่ “โลกใหม่” ได้แก่งานหาอำนาจตะวันตก เพื่อให้ประเทศหลุดพ้นจากลัทธิการล่าอาณานิคม ถนนเข้ามามีความสำคัญมากกว่าสายน้ำ วิทยาศาสตร์ให้คำตอบชีวิตได้ สืบเนื่องมาจนถึงยุคซิกส์ตี้ ซึ่งเป็นยุคแห่งสีสัน และเสียงเพลง ศูนย์การค้าได้เกิดขึ้นมาในใจกลางเมือง เช่นเดียวกับธุรกิจบันเทิง ขณะที่กิจการต่างๆ หันมาใช้ชื่อเป็นภาษาต่างประเทศ ดังนั้นผู้วิจัยจึงออกแบบแฟลชไดรฟ์ในยุคนี้ให้มีลักษณะเป็นโลหะ มีสีสันสดใส เปรียบเหมือนยุคซิกส์ตี้ ที่รับเอาวัฒนธรรมมาจากฝั่งตะวันตก

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบแฟลชไดรฟ์ทั้ง 3 ยุค ให้มีลวดลายเป็นรูปคนกบแดง และสัญลักษณ์ของมิวเซียมสยามเป็นส่วนประกอบสำคัญ

4:2.2 สอบถามความพึงพอใจ และความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบปรากฏว่า ร้อยละ 66.67 ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และร้อยละ 33.33 มีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี โดยมีการศึกษาในระดับปริญญาโท ร้อยละ 66.67 และปริญญาเอก ร้อยละ 33.33 นอกจากนี้ ร้อยละ 66.67 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 11-15 ปี และร้อยละ 33.33 มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 16-20 ปี

จากแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบร่าง (Sketch Design) ด้วยคอมพิวเตอร์ ประกอบการพิจารณา โดยได้แบ่งการออกแบบแฟลชไดรฟ์ (Flash Drive) ออกเป็น 3 รูปแบบ ซึ่งประกอบด้วยสร้อยคอ สร้อยข้อมือ/กำไล และ แหวน ซึ่งแต่ละรูปแบบถูกแบ่งออกเป็น 3 ยุค อันประกอบด้วย ยุคสุวรรณภูมิ ยุคสยามประเทศ และยุคประเทศไทย โดยมีประเด็นที่ต้องพิจารณา 4 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านความเป็นไทย
 - 2) ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม”
 - 3) ด้านประโยชน์ใช้สอย
 - 4) ด้านความสวยงาม ซึ่งประกอบด้วยการออกแบบ และวัสดุ
- ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์แบบสอบถามดังต่อไปนี้



สุวรรณภูมิ



สยามประเทศ



ประเทศไทย

ภาพที่ 4.3 ภาพแบบร่างแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยคอ

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบขึ้นใหม่ ประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยคอ

รายละเอียด	สุวรรณภูมิ			สยามประเทศ			ประเทศไทย		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ
1. ด้านความเป็นไทย มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย บ่งบอกถึงความเป็นชาติไทยที่แตกต่างจากชนชาติอื่นๆ	3.00	0.82	ปานกลาง	3.67	1.25	มาก	3.00	0.82	ปานกลาง
2. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” 2.1 มีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากพิธีภัณฑ์อื่นๆ	4.00	0.00	มาก	4.33	0.47	มาก	3.67	0.47	มาก
2.2 เมื่อพบเห็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแล้วทำให้ระลึกถึงมิวเซียมสยาม	4.33	0.47	มาก	4.67	0.47	มากที่สุด	4.00	0.82	มาก
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย 3.1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตอบสนองการใช้งานได้เป็นอย่างดี	4.33	0.47	มาก	4.33	0.47	มาก	4.00	0.00	มาก
3.2 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.67	0.47	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด	4.33	0.47	มาก
3.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพกพาสะดวก	4.67	0.47	มากที่สุด	4.33	0.47	มาก	4.00	0.82	มาก
3.4 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความปลอดภัยในการใช้	3.67	0.47	มาก	3.67	0.47	มาก	3.67	0.47	มาก
4. ด้านความสวยงาม ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นได้รับการออกแบบให้มีความสวยงาม ทันสมัย เห็นแล้วก่อให้เกิดความชื่นชมยินดี และความพึงพอใจ	4.33	0.47	มาก	4.67	0.47	มากที่สุด	4.33	0.47	มาก
5. ด้านวัสดุ และเทคนิคการผลิต 5.1 ด้านวัสดุ 5.1.1 ใช้วัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.67	0.47	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	4.33	0.47	มาก
5.1.2 ดูแลรักษาง่าย	3.67	1.25	มาก	3.33	0.94	ปานกลาง	3.00	0.82	ปานกลาง
5.1.3 ขนาด และน้ำหนักมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.67	0.47	มาก	3.00	0.00	ปานกลาง	3.00	0.00	ปานกลาง
5.2 ด้านเทคนิคการผลิต 5.2.1 เทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.67	0.47	มากที่สุด	4.33	0.94	มาก	4.67	0.47	มากที่สุด
5.2.2 เทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุที่ใช้	4.67	0.47	มากที่สุด	4.00	0.82	มาก	4.33	0.47	มาก
5.2.3 วิธีผลิตไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	3.67	0.47	มาก	3.67	1.25	มาก	3.67	0.47	มาก
รวม	4.14	0.77	มาก	4.12	0.91	มาก	3.86	0.77	มาก

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกรรพิก จำนวน 3 ท่าน พบว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แฟลชไดร์ (Flash Drive) รูปแบบสร้อยคอ ในยุคสุวรรณภูมิ มีความเหมาะสมในการออกแบบมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.14$) โดยมองว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้มากที่สุด เช่นเดียวกับการพกพาที่สะดวก ขณะที่ด้านเทคนิคการผลิตนั้นก็มองว่าเทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และเหมาะสมกับวัสดุที่เลือกใช้มากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยที่ ($\bar{x} = 4.67$) ขณะที่ยุคสยามประเทศ และยุคประเทศไทย มีความเหมาะสมในการออกแบบเป็นลำดับที่สอง และลำดับที่สาม โดยมีค่าเฉลี่ยที่ ($\bar{x} = 4.12$) และ ($\bar{x} = 3.86$) ตามลำดับ



สุวรรณภูมิ



สยามประเทศ



ประเทศไทย

ภาพที่ 4.4 ภาพแบบร่างแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยข้อมือ/กำไล

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบขึ้นใหม่ ประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยข้อมือ/กำไล

รายละเอียด	สุวรรณภูมิ			สยามประเทศ			ประเทศไทย		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ
1. ด้านความเป็นไทย มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย ปังบอกถึงความเป็นชาติไทยที่แตกต่างจากชาติอื่นๆ	3.33	1.25	ปานกลาง	3.00	0.82	ปานกลาง	3.00	0.82	ปานกลาง
2. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” 2.1 มีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากพิพิธภัณฑ์อื่นๆ	4.67	0.00	มากที่สุด	4.00	0.82	มาก	4.33	0.47	มาก
2.2 เมื่อพบเห็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแล้วทำให้ระลึกถึงมิวเซียมสยาม	4.33	0.47	มาก	4.00	0.82	มาก	4.00	0.82	มาก
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย 3.1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตอบสนองการใช้งานได้เป็นอย่างดี	4.00	0.00	มาก	4.33	0.47	มาก	4.33	0.47	มาก
3.2 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.67	0.47	มากที่สุด	4.33	0.47	มาก	4.33	0.47	มาก
3.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพกพาสะดวก	3.67	0.47	มาก	4.00	0.00	มาก	4.33	0.47	มาก
3.4 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความปลอดภัยในการใช้	3.67	0.47	มาก	3.67	0.47	มาก	3.67	0.47	มาก
4. ด้านความสวยงาม ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นได้รับการออกแบบให้มีคุณค่า ทางสุนทรีย์ เห็นแล้วก่อให้เกิดความชื่นชมยินดี และความพึงพอใจ	4.33	0.94	มาก	4.00	0.82	มาก	4.00	0.82	มาก
5. ด้านวัสดุ และเทคนิคการผลิต 5.1 ด้านวัสดุ 5.1.1 ใช้วัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.33	0.47	มาก	4.33	0.47	มาก	4.33	0.47	มาก
5.1.2 ดูแลกริข่าง่าย	4.00	0.00	มาก	4.00	0.00	มาก	4.00	0.00	มาก
5.1.3 ขนาด และน้ำหนักมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.67	0.47	มาก	3.67	0.47	มาก	4.00	0.00	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รายละเอียด	สุวรรณภูมิ			สยามประเทศ			ประเทศไทย		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ
5.2 ด้านเทคนิคการผลิต									
5.2.1 เทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.33	0.47	มาก	4.33	0.47	มาก	4.33	0.47	มาก
5.2.2 เทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุที่ใช้	4.33	0.47	มาก	4.00	0.47	มาก	4.33	0.47	มาก
5.2.3 วิธีผลิตไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	4.00	0.00	มาก	4.00	0.00	มาก	3.67	0.47	มาก
รวม	4.10	0.68	มาก	4.00	0.65	มาก	4.05	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน พบว่า

แฟลชไดร์ (Flash Drive) รูปแบบสร้อยข้อมือ/กำไล ในยุคสุวรรณภูมิ มีความเหมาะสมในการออกแบบมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.10$) โดยมองว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้มากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยที่ ($\bar{x} = 4.67$) ขณะที่ยุคประเทศไทย และยุคสยามประเทศ มีความเหมาะสมในการออกแบบเป็นลำดับที่สอง และลำดับที่สามตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ ($\bar{x} = 4.05$) และ ($\bar{x} = 4.00$)



สุวรรณภูมิ



สยามประเทศ



ประเทศไทย

ภาพที่ 4.5 ภาพแบบร่างแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบแหวน

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบขึ้นใหม่ ประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบแหวน

รายละเอียด	สุวรรณภูมิ			สยามประเทศ			ประเทศไทย		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ
1. ด้านความเป็นไทย มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย ปังบอกถึงความ เป็นชาติไทยที่แตกต่างจากชนชาติอื่นๆ	3.67	0.47	มาก	4.00	0.82	มาก	3.00	0.82	ปานกลาง
2. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” 2.1 มีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ	4.67	0.47	มากที่สุด	4.67	0.82	มากที่สุด	4.33	0.47	มาก
2.2 เมื่อพบเห็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแล้วทำให้ระลึกถึง มิวเซียมสยาม	4.67	0.47	มากที่สุด	4.33	0.82	มาก	4.00	0.82	มาก
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย 3.1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตอบสนองการใช้งานได้เป็นอย่างดี	4.33	0.47	มาก	4.33	0.47	มาก	4.00	0.00	มาก
3.2 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.33	0.47	มาก	4.33	0.47	มาก	4.33	0.47	มาก
3.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพกพาสะดวก	4.33	0.47	มาก	4.33	0.00	มาก	4.00	0.82	มาก
3.4 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความปลอดภัยในการใช้	4.00	0.00	มาก	3.67	0.47	มาก	4.00	0.00	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

รายละเอียด	สุวรรณภูมิ			สยามประเทศ			ประเทศไทย		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ
4. ด้านความสวยงาม ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นได้รับการออกแบบให้มีคุณค่า ทางสุนทรีย์ เห็นแล้วก่อให้เกิดความชื่นชมยินดี และความพึงพอใจ	4.00	0.82	มาก	4.33	0.82	มาก	4.33	0.47	มาก
5. ด้านวัสดุ และเทคนิคการผลิต									
5.1 ด้านวัสดุ									
5.1.1 ใช้วัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.33	0.47	มาก	4.00	0.47	มาก	4.00	0.82	มาก
5.1.2 ดูแลรักษาง่าย	4.00	0.00	มาก	3.67	0.00	มาก	4.00	0.00	มาก
5.1.3 ขนาด และน้ำหนักมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.00	0.82	มาก	4.33	0.47	มาก	4.33	0.47	มาก
5.2 ด้านเทคนิคการผลิต									
5.2.1 เทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.00	0.82	มาก	4.33	0.47	มาก	4.67	0.47	มากที่สุด
5.2.2 เทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุที่เลือกใช้	4.33	0.47	มาก	4.00	0.47	มาก	4.33	0.47	มาก
5.2.3 วิธีผลิตไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	4.00	0.82	มาก	4.00	0.00	มาก	4.67	0.47	มากที่สุด
รวม	4.19	0.63	มาก	4.17	0.65	มาก	4.14	0.68	มาก

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน พบว่า

แฟลชไดร์ (Flash Drive) รูปแบบแหวน ในยุคสุวรรณภูมิ มีความเหมาะสมในการออกแบบมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.19$) โดยมองว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากพิพิธภัณฑสถานอื่นๆ และเมื่อพบเห็นแล้วทำให้ระลึกถึงมิวเซียมสยาม ด้วยค่าเฉลี่ยที่ ($\bar{x} = 4.67$) ขณะที่ยุคสยามประเทศ และยุคประเทศไทย มีความเหมาะสมในการออกแบบเป็นลำดับที่สอง และลำดับที่สาม โดยมีค่าเฉลี่ยที่ ($\bar{x} = 4.17$) และ ($\bar{x} = 4.14$) ตามลำดับ

นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญยังได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่สรุปประเด็นได้ดังนี้

1. ความปลอดภัย เนื่องจากเมื่อนำแฟลชไดร์มาทำเป็นรูปแบบของเครื่องประดับ ซึ่งจะต้องอยู่ติดกับร่างกาย อาจจะทำให้ได้รับผลกระทบจากความเปียกชื้น ดังนั้น แฟลชไดร์ จึงควรมีระบบกันน้ำหรือเหงื่อ
2. การนำไปใช้ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในที่นี้คือนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม ประกอบด้วยทุกเพศ และทุกวัย รูปแบบ และสีของแฟลชไดร์ที่ออกแบบ จึงควรจะสามารถใช้ได้กับทุกเพศ และทุกวัย

สรุปผลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน ปรากฏว่า แฟลชไดร์ (Flash Drive) 3 รูปแบบ ซึ่งประกอบด้วยสร้อยคอ สร้อยข้อมือ/กำไล และแหวน ในยุคสุวรรณภูมิถูกเลือกขึ้นมาเพื่อนำไปผลิตเป็นแบบจำลองผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยามต่อไป ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงรูปแบบ และสี ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก ก่อนนำไปผลิตเป็นแบบจำลอง



ภาพที่ 4.6 แฟลชไดร์ (Flash Drive) รูปแบบสร้อยคอ สร้อยข้อมือ/กำไล และ แหวน
ในยุคสุวรรณภูมิ ที่ได้รับการปรับปรุง และพัฒนาตามข้อเสนอแนะของ
ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก

4.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

หลังการผลิตแบบจำลองผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยามแล้ว ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ทั้งทางด้านโครงสร้าง การออกแบบกราฟิก และเทคนิค รวมถึงระบบการพิมพ์ มาประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ชนิดแฟลชไดร์ (Flash Drive) ทั้ง 3 รูปแบบ โดยมีประเด็นที่ต้องพิจารณาดังนี้

4.3.1 บทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม

บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบขึ้นนี้มีหน้าที่หลายประการ กล่าวคือ ทำหน้าที่บรรจุสินค้า พร้อมปกป้องคุ้มครองไม่ให้แฟลชไดร์ (Flash Drive) เสียหาย ช่วยป้องกันฝุ่นละออง อีกทั้งยังทำหน้าที่ช่วยส่งเสริมการขายเมื่อนำไปวางบนชั้นวางสินค้า

4.3.2 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม

บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมีลักษณะเป็นบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย โดยบรรจุภัณฑ์สัมผัสกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยามโดยตรง ด้วยวัตถุประสงค์สำคัญ คือ ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ พร้อมเพิ่มคุณค่าในเชิงพาณิชย์

4.3.3 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม

เนื่องจากแฟลชไดร์ในยุคสุวรรณภูมิ เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน ได้เลือกขึ้น ซึ่งเป็นยุคที่สะท้อนถึงอารยธรรมโบราณ ผู้วิจัยจึงทำการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ให้มีลวดลายสอดคล้องกับยุคสมัยเดียวกัน โดยมีพื้นหลังเป็นรูปคนกบแดงพิมพ์ลงบนกระดาษคราฟ และมีสัญลักษณ์มิวเซียมสยามอยู่ในมุมบนขวา ส่วนสีที่ใช้เป็นสีแดงเลือดหมูซึ่งเป็นสีของตราสัญลักษณ์มิวเซียมสยาม พร้อมเจาะช่องหน้าต่างตรงกลางเพื่อโชว์ผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือเป็นจุดมองที่สำคัญที่สุดจากการวิจัย

ส่วนด้านหลังบรรจุภัณฑ์เป็นข้อมูลทางด้านเทคนิค และวิธีใช้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม

4.3.4 ระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม
ผู้วิจัยได้เลือกใช้ระบบการพิมพ์ออฟเซตเพื่อใช้ในการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ของที่
ระลึก มิวเซียมสยาม



ภาพที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์สำหรับแฟลชไดร์ (Flash Drive) รูปแบบสร้อยคอ สร้อยข้อมือ/กำไล
และ แหวน

4.4 ผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกมิวเซียมสยามหลังการพัฒนา

หลังจากผู้วิจัยได้นำข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก
ไปปรับปรุง และพัฒนาจนกลายเป็นแฟลชไดร์ (Flash Drive) 3 รูปแบบ ซึ่งประกอบด้วยสร้อยคอ
สร้อยข้อมือ/กำไล และ แหวน ในยุคสุวรรณภูมิ ผู้วิจัยได้นำไปผลิตเป็นแบบจำลองผลิตภัณฑ์ของที่
ระลึกมิวเซียมสยาม เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัยต่อไปว่า กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ที่
ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยว นั้น มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิว
เซียมสยามที่ออกแบบขึ้นใหม่ มากน้อยเพียงใด โดยศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายใน 4 ด้าน
อันได้แก่ ด้านความเป็นไทย ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ด้านประโยชน์ใช้สอย และ
ด้านความสวยงาม ซึ่งประกอบด้วยการออกแบบ และวัสดุ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน
100 ท่าน ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม จำนวน 20 ท่าน และ
นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 80 ท่าน ได้ผลการวิจัยดังนี้

4.3.1 ผลการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ท่าน



เอกสารที่นำมาใช้เพื่อศึกษาครั้งนี้ ได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมของมหาวิทยาลัยศิลปากรแล้ว
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.8 การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น และสัมภาษณ์จากกลุ่มเป้าหมาย
ที่มา : ถ่ายโดยนายวิจิต การพันทา

ตารางที่ 4.13 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ท่าน

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม	สถานภาพ				รวมทั้งหมด		
	เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานฯ (20 ท่าน)		นักท่องเที่ยว (80 ท่าน)				
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	
เพศ	ชาย	3	15.0	25	31.3	28	28.0
	หญิง	17	85.0	55	68.7	72	72.0
อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	-	-	47	58.7	47	47.0
	21-30 ปี	9	45.0	11	13.7	20	20.0
	31-40 ปี	9	45.0	12	15.0	21	21.0
	41-50 ปี	2	10.0	8	10.0	10	10.0
	มากกว่า 51 ปี	-	-	2	2.6	2	2.0
การศึกษา	ม.6 หรือต่ำกว่า	-	-	40	50.0	40	40.0
	อนุปริญญา (ปวส.)	-	-	3	3.7	3	3.0
	ปริญญาตรี	13	65.0	27	33.7	40	40.0
อาชีพ	สูงกว่าปริญญาตรี	7	35.0	10	12.6	17	17.0
	นักเรียน / นักศึกษา	-	-	52	65.0	52	52.0
	ราชการ / รัฐวิสาหกิจ	15	75.0	4	5.0	14	28.0
	พนักงานบริษัทเอกชน	-	-	15	18.7	15	15.0
	ธุรกิจส่วนตัว	-	-	8	10.0	8	8.0
อื่นๆ	5	25.0	1	1.3	6	6.0	
รายได้/เดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	3	15.0	52	65.0	55	55.0
	15,001 – 20,000 บาท	5	25.0	8	10.0	13	13.0
	20,001 – 30,000 บาท	6	30.0	6	7.5	12	12.0
	มากกว่า 30,000 บาท	6	30.0	14	17.5	20	20.0

จากตารางที่ 4.13 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 100 ท่าน ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม จำนวน 20 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 80 ท่าน พบว่า มีเพศหญิงมากกว่าเพศชายมากถึงสัดส่วน 72 ต่อ 28 โดยส่วนใหญ่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุน้อยกว่า 20 ปี ถึงร้อยละ 47 ส่วนช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี และ 31-40 ปี มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ที่ร้อยละ 20 และ 21 ตามลำดับ ขณะที่ช่วงอายุ 41-50 ปี มีสัดส่วนที่ร้อยละ 10 และอายุมากกว่า 51 ปี มีสัดส่วนน้อยที่สุดที่ร้อยละ 2

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับ ม.6 หรือต่ำกว่า และระดับปริญญาตรี ที่ร้อยละ 40 เท่ากัน และอีกร้อยละ 17 มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา (ปวส.) มีสัดส่วนที่ร้อยละ 3 ส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่างนั้น ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา ถึงร้อยละ 52 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ มีสัดส่วนร้อยละ 19 จึงทำให้มีรายได้อยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่า 15,000 บาท/เดือน สูงถึงร้อยละ 55 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีสัดส่วนร้อยละ 20 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่รองลงมาเป็นอันดับสอง

4.3.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ท่าน

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับประกอบแบบจำลอง (Scale Model) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบขึ้นใหม่ 3 รูปแบบ ซึ่งประกอบด้วยสร้อยคอ สร้อยข้อมือ/กำไล และ แหวน โดยได้ข้อสรุปดังนี้



ภาพที่ 4.9 แฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยคอ

ตารางที่ 4.14 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบขึ้นใหม่ ประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยคอ

รายละเอียด	แฟลชไดร์ รูปแบบสร้อยคอ		
	ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็น	S.D.	แปลความ
1. ด้านความเป็นไทย มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย บ่งบอกถึงความเป็นชาติไทย	3.69	0.96	มาก
2. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม”			
2.1 มีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากพิพิธภัณฑ์อื่นๆ	4.24	0.86	มาก
2.2 จัดจำง่าย	4.00	0.88	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

รายละเอียด	แฟลชไดร์ รูปแบบสร้อยคอ		
	ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็น	S.D.	แปลความ
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย			
3.1 ผลดีที่ระลึกสามารถตอบสนองการใช้งานได้เป็นอย่างดี	3.82	1.00	มาก
3.2 ผลดีที่ระลึกสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.01	1.00	มาก
3.3 ผลดีที่ระลึกของที่ระลึกพกพาสะดวก	3.92	1.16	มาก
3.4 ผลดีที่ระลึกของที่ระลึกมีความปลอดภัยในการใช้	3.98	1.07	มาก
4. ด้านความสวยงาม			
4.1 ด้านการออกแบบ	3.92	1.00	มาก
4.1.1 มีคุณค่าทางสุนทรียะ เห็นแล้วเกิดความชื่นชมยินดี และพึงพอใจ			
4.1.2 แสดงให้เห็นถึงความเป็นมิตรไมตรี และเหมาะสมกับรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.02	1.04	มาก
4.2 ด้านวัสดุ			
4.2.1 ใช้วัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก	3.82	1.18	มาก
4.2.2 ง่ายต่อการดูแลรักษา	3.37	1.63	มาก
4.2.3 ขนาด และน้ำหนักมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.65	1.19	มาก
รวม	3.87	1.07	มาก

จากตารางที่ 4.14 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
มิตรไมตรี ที่ออกแบบขึ้นใหม่ ประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) พบว่า เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงาน
ภายในมิตรไมตรี และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิตรไมตรี มีความพึงพอใจแฟลชไดร์ใน
รูปแบบสร้อยคอมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.87$) โดยมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมความเป็น
“มิตรไมตรี” มากที่สุด เนื่องจากมีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{x} =$
4.24)



ภาพที่ 4.10 แฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบแหวน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
 มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบขึ้นใหม่ ประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบแหวน

รายละเอียด	แฟลชไดร์ รูปแบบแหวน		
	ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็น	S.D.	แปลความ
1. ด้านความเป็นไทย มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย บ่งบอกถึงความเป็นชาติไทย	3.61	1.06	มาก
2. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม”			
2.1 มีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากพิพิธภัณฑสถานอื่นๆ	4.19	0.84	มาก
2.2 จัดจาง่าย	4.04	0.88	มาก
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย			
3.1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสามารถตอบสนองการใช้งานได้เป็นอย่างดี	3.77	1.07	มาก
3.2 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	3.92	1.08	มาก
3.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพกพาสะดวก	3.78	1.25	มาก
3.4 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความปลอดภัยในการใช้	3.89	1.10	มาก
4. ด้านความสวยงาม			
4.1 ด้านการออกแบบ	3.76	1.09	มาก
4.1.1 มีคุณค่าทางสุนทรียะ เห็นแล้วเกิดความชื่นชมยินดี และพึงพอใจ			
4.1.2 แสดงให้เห็นถึงความเป็นมิวเซียมสยาม และเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.94	1.10	มาก
4.2 ด้านวัสดุ			
4.2.1 ใช้วัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก	3.78	1.11	มาก
4.2.2 ง่ายต่อการดูแลรักษา	3.44	1.18	ปานกลาง
4.2.3 ขนาด และน้ำหนักมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.54	1.24	มาก
รวม	3.81	1.11	มาก

จากตารางที่ 4.15 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบขึ้นใหม่ ประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) พบว่า เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงาน ภายในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม มีความพึงพอใจแฟลชไดร์ใน รูปแบบแหวนเป็นลำดับที่สอง ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.81$) โดยมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมความ เป็น “มิวเซียมสยาม” มากที่สุด เนื่องจากมีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากพิพิธภัณฑสถานอื่นๆ ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.19$)



ภาพที่ 4.11 แฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยข้อมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
 มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบขึ้นใหม่ ประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบ
 สร้อยข้อมือ

รายละเอียด	แฟลชไดร์ รูปแบบสร้อยข้อมือ		
	ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็น	S.D.	แปลความ
1. ด้านความเป็นไทย มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย บ่งบอกถึงความเป็นชาติไทย	3.62	0.97	มาก
2. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม”	4.11	0.85	มาก
2.1 มีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากพิพิธภัณฑ์อื่นๆ			
2.2 จัดจำง่าย	3.97	0.86	มาก
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย	3.84	1.04	มาก
3.1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสามารถตอบสนองการใช้งานได้เป็นอย่างดี			
3.2 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	3.86	1.09	มาก
3.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพกพาสะดวก	3.94	1.09	มาก
3.4 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความปลอดภัยในการใช้	3.87	1.07	มาก
4. ด้านความสวยงาม			
4.1 ด้านการออกแบบ	3.89	1.06	มาก
4.1.1 มีคุณค่าทางสุนทรียะ เห็นแล้วเกิดความชื่นชมยินดี และพึงพอใจ			
4.1.2 แสดงให้เห็นถึงความเป็นมิวเซียมสยาม และเหมาะสมกับรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.90	1.08	มาก
4.2 ด้านวัสดุ			
4.2.1 ใช้วัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก	3.68	1.17	มาก
4.2.2 ง่ายต่อการดูแลรักษา	3.26	1.20	ปานกลาง
4.2.3 ขนาด และน้ำหนักมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.65	1.26	มาก
รวม	3.80	1.06	มาก

จากตารางที่ 4.16 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบขึ้นใหม่ ประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) พบว่า เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม มีความพึงพอใจแฟลชไดร์ในรูปแบบสร้อยข้อมือเป็นลำดับสุดท้าย ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.80$) โดยมีความพึงพอใจในการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” มากที่สุด เนื่องจากมีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากพิพิธภัณฑ์อื่นๆ ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.11$)

4.3.3 ผลการสอบถามความต้องการนำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยามที่ออกแบบขึ้นใหม่ไปใช้ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ท่าน

ผู้วิจัยได้สอบถามจากกลุ่มตัวอย่างถึงความต้องการนำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยามที่ออกแบบขึ้นใหม่ไปใช้ ทั้ง 3 รูปแบบ ซึ่งประกอบด้วยสร้อยคอ สร้อยข้อมือ/กำไล และ แหวน โดยกลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏว่าสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.17 ตารางแสดงความต้องการนำไปใช้ของกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบแฟลชไดร์	ความถี่	ร้อยละ
สร้อยคอ	42	37.84
สร้อยข้อมือ/กำไล	33	29.73
แหวน	24	21.62
ครบชุด	12	10.81

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการนำแฟลชไดร์ ในรูปแบบสร้อยคอไปใช้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบชิ้นใหม่ ประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) โดยมีค่าความถี่ 42 และมีสัดส่วนร้อยละ 37.84 ส่วนรูปแบบรองลงมาได้แก่ สร้อยข้อมือ/กำไล แหวน และครบชุด ด้วยค่าสัดส่วน 29.73, 21.62 และ 10.81 ตามลำดับ

ในการศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ในครั้งนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม จำนวน 20 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 80 ท่าน พบว่ามีความพึงพอใจต่อแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยคอบนมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ขณะนี้ในด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความสวยงาม และด้านความเป็นไทย ได้รับความพึงพอใจในลำดับรองลงมา

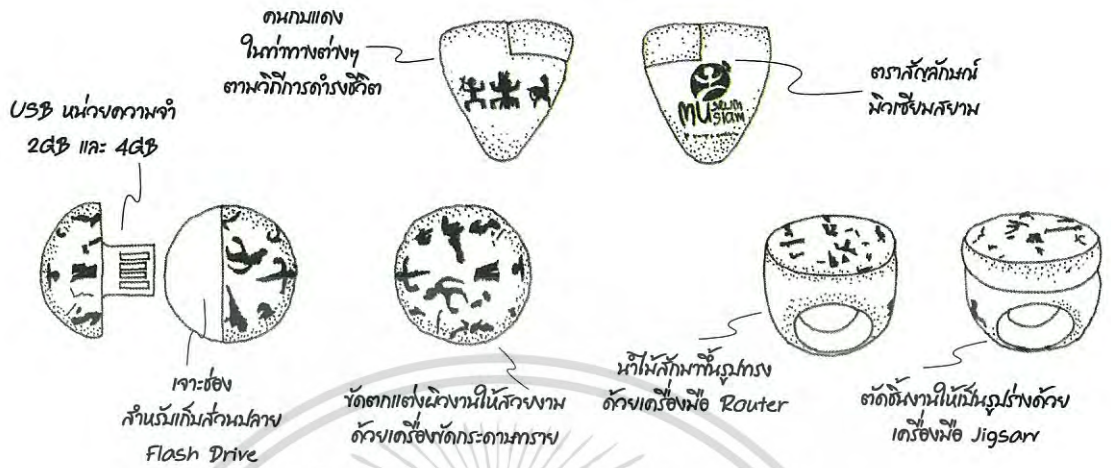
4.5 ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.12 ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ในรูปแบบสร้อยคอ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น มิใช่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



- เคลือบผิวด้วยน้ำยา เพื่อป้องกันยางไม้ (หากไม้ยังไม่แห้งสนิท) ไม่ให้ปรากฏขึ้นมา บนงานหลังจาก Paint ทาสีรองพื้นด้วยสีขาว



- ทาด้วยน้ำยา Crackle Taste (ของต่างประเทศ) เพื่อให้ชิ้นงาน ขึ้นเป็นลายแตกเหมือนหิน ทิ้งไว้ประมาณ 1 วัน เพื่อรอให้น้ำยา Set ตัว เคลือบด้วยน้ำยาวานิช ซ้ำอีก 2-3 ครั้ง

- Paint สีและลวดลายภาพเขียน ผืนผนังมนุษย์ถ้ำหมอเขี้ยว จังหวัดกระบี่ เชื้อสาย ออสตราลอยด์-เมลานีซอซด์ และตราสัญลักษณ์ของมิวเซียมสยาม คนกบแดง

ภาพที่ 4.13 ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ในรูปแบบแหวน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ดูแลเห็นประโยชน์เชิงวิชาการด้านการค้า มิว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.14 ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ในรูปแบบสร้อยข้อมือ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่อผู้ดูแลเนื้อหาเว็บไซต์หรือเว็บไซต์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการนำเสนองานการวิจัยไว้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

- 5.1.1 วัตถุประสงค์ของโครงการ
- 5.1.2 แหล่งที่มาของข้อมูล
- 5.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 5.1.6 ผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ของโครงการ

5.1.1.1 ศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ให้กับมิวเซียมสยาม

5.1.1.2 เพื่อประเมินความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

5.1.2 แหล่งที่มาของข้อมูล

ผู้ทำการวิจัยได้กำหนดแหล่งที่มาของข้อมูลในการวิจัย เรื่อง การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ตามขั้นตอนการวิจัยดังนี้

5.1.2.1 ขั้นตอนการศึกษา และค้นคว้าข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ผู้วิจัยทำการศึกษาจากตำรา เอกสาร งานวิจัย และบทความทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนประวัติศาสตร์ของประเทศไทยในเบื้องต้น ก่อนหาข้อมูลเพิ่มเติมที่เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น ด้วยการใช้แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้น และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิด จากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม จำนวน 5 ท่าน ได้แก่

1. คุณราเมศ พรหมเย็น รักษาการผู้อำนวยการสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
2. คุณจินตนา อีรวรางกูร ผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารจัดการทั่วไป
3. นางสาวจุลลดา มีจุล หัวหน้าฝ่ายเครือข่าย และวิชาการ
4. นายพชาติร ทิพทัส นักจัดการความรู้อาวุโส ด้านนิทรรศการ
5. นางสาวยุภาพร อัญญวัฒน์กุล นักจัดการความรู้ ด้านการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการเชิงงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐไท พรเจริญ อาจารย์ประจำภาควิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. อาจารย์พฐุ คูศรีพิทักษ์ Design Director มิวเซียมสยาม และอาจารย์ประจำหลักสูตร วัฒนธรรม และการพัฒนา สาขาวิชาเอกพิพิธภัณฑ์ศึกษา สถาบันวิจัยภาษา และวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล
3. คุณอลิสา ภู่อุ่ม หัวหน้าฝ่ายธุรกิจพิพิธภัณฑ์ มิวเซียมสยาม

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 42 ท่าน โดยทำการเลือกด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

5.1.2.2 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ผู้วิจัยขอคำปรึกษา และคำแนะนำโดยใช้แบบสอบถาม จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐไท พรเจริญ อาจารย์ประจำภาควิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. อาจารย์พฐุ คูศรีพิทักษ์ Design Director มิวเซียมสยาม และอาจารย์ประจำหลักสูตร วัฒนธรรม และการพัฒนา สาขาวิชาเอกพิพิธภัณฑ์ศึกษา สถาบันวิจัยภาษา และวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล
3. คุณอลิสา ภู่อุ่ม หัวหน้าฝ่ายธุรกิจพิพิธภัณฑ์ มิวเซียมสยาม

5.1.2.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาใหม่

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทำแบบสอบถาม จากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม จำนวน 20 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 80 ท่าน โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

5.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดเครื่องมือในการวิจัย เรื่อง การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม โดยแบ่งตามขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

5.1.3.1 แบบสอบถามเพื่อหารูปแบบ และแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากตำรา เอกสาร งานวิจัย และบทความทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนประวัติศาสตร์ของประเทศไทยในเบื้องต้นแล้ว จึงทำการหาข้อมูลเพิ่มเติมที่เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น โดยการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นด้วยคำถามแบบตรวจสอบ (Check List) และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิด จากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม จำนวน 50 ท่าน เพื่อคัดเลือกประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จะนำมาออกแบบ และพัฒนา พร้อมนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม 1 ประเภท 3 รูปแบบ และรูปแบบละ 3 ดีไซน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.3.2 แบบสอบถามเพื่อการปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจ โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบภาพสเก็ต (Sketch Design) พร้อมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 3 รูปแบบ ให้เหลือรูปแบบละ 1 ดีไซน์

5.1.3.3 แบบสอบถามเพื่อการประเมินความพึงพอใจ ของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาใหม่

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจจากเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม โดยใช้แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้น แบบตรวจสอบ (Check List) ในขั้นตอนแรก แล้วจึงทำการสอบถาม ด้วยการใช้แบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบแบบจำลอง (Scale Model) เพื่อสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ทั้งในด้านความเป็นไทย ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ด้านประโยชน์ใช้สอย และมีความสวยงามทั้งในด้านการออกแบบ และวัสดุ

5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

5.1.4.1 ขั้นตอนการศึกษา และค้นคว้าข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล และความคิดเห็น จากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูล และความคิดเห็น จากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม จำนวน 50 ท่าน ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม จำนวน 5 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 42 ท่าน โดยการใช้เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นด้วยคำถามแบบตรวจสอบ (Check List) และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิด เพื่อคัดเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จะนำมาออกแบบ และพัฒนา ให้เหลือจำนวน 1 ประเภท พร้อมหาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

5.1.4.2 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการขอคำปรึกษา และคำแนะนำ จากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขอความร่วมมือในการให้คำปรึกษา และคำแนะนำ จากผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบภาพสเก็ต (Sketch Design) ด้วยคอมพิวเตอร์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และคัดเลือกให้เหลือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 1 ประเภท 3 รูปแบบ และรูปแบบละ 1 ดีไซน์ อีกทั้งใช้คำถามแบบเปิด เพื่อนำข้อเสนอแนะไปพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติม

5.1.4.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาใหม่

ออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล จากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์-อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูล และความคิดเห็น จากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม จำนวน 50 ท่าน ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม จำนวน 5 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 42 ท่าน โดยการใช้เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นด้วยคำถามแบบตรวจสอบ (Check List) และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิด เพื่อคัดเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จะนำมาออกแบบ และพัฒนา ให้เหลือจำนวน 1 ประเภท พร้อมหาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม จำนวน 20 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 80 ท่าน รวมทั้งสิ้น 100 ท่าน โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบแบบจำลอง (Scale Model) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย เรื่อง การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยามนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบสถิติ และแปรผลข้อมูล ตามขั้นตอนการวิจัยดังนี้

5.1.5.1 ขั้นตอนการศึกษา และค้นคว้าข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ผู้วิจัยนำผลข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้น ด้วยคำถามแบบตรวจสอบ (Check List) และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิด จากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก และ นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม รวมทั้งสิ้น 50 ท่าน สรุปผลว่า แฟลชไดร์ (Flash Drive) เป็นประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีความแตกต่างจากของที่ระลึกที่มีอยู่ในมิวเซียมสยามมากที่สุด และเมื่อได้สอบถามความต้องการทางด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ใน 4 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านความเป็นไทย ด้านความสวยงาม ด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้น โดยให้เรียงลำดับความต้องการจากมากที่สุด ไปจนถึงความต้องการน้อยที่สุด ปรากฏว่า คุณลักษณะด้านความเป็นไทยเป็นคุณลักษณะที่ต้องการให้พัฒนามากที่สุด ส่วนคุณลักษณะด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านความสวยงามนั้น เป็นคุณลักษณะที่ต้องการให้พัฒนามากที่สุดเป็นอันดับรองลงมาตามลำดับ

5.1.5.2 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการศึกษา ค้นคว้าข้อมูล และแบบสอบถามความต้องการในขั้นตอนที่ 1 มาสรุปเป็นแนวคิดเพื่อการพัฒนา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม โดยได้ทำการพัฒนา และออกแบบ แฟลชไดร์ (Flash Drive) ออกเป็น 3 รูปแบบ คือ สร้อยคอ สร้อยข้อมือ/กำไล และ แหวน โดยแต่ละรูปแบบแบ่งออกเป็น 3 ยุค ตามแนวทางการจัดแสดงในมิวเซียมสยาม ที่แบ่งช่วงระยะเวลาเป็น 3 ช่วง อันประกอบด้วย 1. ยุคสุวรรณภูมิ 2. ยุคสยามประเทศ หรือสมัยอยุธยา และ 3. ยุคประเทศไทย โดยใช้วิธีการทำแบบร่าง (Sketch Design) ด้วยคอมพิวเตอร์ ปรากฏว่า แฟลชไดร์ (Flash Drive) รูปแบบสร้อยคอ สร้อยข้อมือ/กำไล และแหวน ในยุคสุวรรณภูมิ เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิกได้แสดงความเห็นว่า เป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมที่จะพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อคุณลักษณะทุกประการได้มากที่สุด โดยเฉพาะคุณลักษณะด้านประโยชน์ใช้สอย เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ อีกทั้งยังพกพาสะดวก มีรูปแบบเฉพาะ รวมถึงมีความโดดเด่นจากพิพิธภัณฑสถานอื่น ๆ คือเมื่อพบเห็นแล้วทำให้ระลึกถึงมิวเซียมสยาม แต่ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำแนะนำเพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย ทนทานต่อความชื้น และควรตอบสนองได้กับทุกเพศ ทุกวัยด้วย

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ผลิตแบบจำลองผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม พร้อมออกแบบ และผลิตบรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกดังกล่าวไม่ให้เกิดความเสียหาย อีกทั้งยังทำหน้าที่ช่วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งเสริมการขายเมื่อนำไปวางบนชั้นวางสินค้า โดยให้บรรจุกัณฑ์มีกราฟิกที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของทีระลีก มิวเซียมสยาม

5.1.5.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของทีระลีกมิวเซียมสยาม ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาใหม่

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของทีระลีก มิวเซียมสยามที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ ใน 4 ด้านอันประกอบด้วย ด้านความเป็นไทย ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านความสวยงาม ปรากฏว่าเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยามพึงพอใจแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยคอมุกมากที่สุด โดยเฉพาะด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” เนื่องจากมีรูปแบบเฉพาะและโดดเด่นจากพิพิธภัณฑ์อื่นๆ ส่วนแฟลชไดร์ (Flash Drive) ในรูปแบบแหวน และรูปแบบสร้อยข้อมือ/กำไล ได้รับความพึงพอใจรองลงมาเป็นอันดับที่สอง และสาม ตามลำดับ

5.1.6 ผลการวิจัย

5.1.6.1 ขั้นตอนการศึกษา และค้นคว้าข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ ของทีระลีกมิวเซียมสยาม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และค้นคว้าข้อมูลทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนประวัติศาสตร์ของประเทศไทย รวมถึงข้อมูลของมิวเซียมสยาม จากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งทำการสอบถามข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย 50 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม จำนวน 5 ท่าน รวมถึงผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม จำนวน 42 ท่าน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

- ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ที่สัดส่วน 58 ต่อ 42 โดยส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ถึงร้อยละ 38 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 42 และประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด (ร้อยละ 38) จึงมีรายได้อยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน สูงถึงร้อยละ 50

- ผลิตภัณฑ์ของทีระลีกที่มีความแตกต่างจากของทีระลีกที่มีอยู่ในมิวเซียมสยามมากที่สุด คือ แฟลชไดร์ (Flash Drive) ด้วยสัดส่วนร้อยละ 8.9 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกออกแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลีกมิวเซียมสยาม เป็นประเภทแฟลชไดร์

- คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของทีระลีกที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1 มากที่สุด คือคุณลักษณะด้านความเป็นไทย โดยมีสัดส่วนร้อยละ 40 ส่วนส่วนคุณลักษณะด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้ความสำคัญขึ้นนั้น กลุ่มเป้าหมายได้เลือกให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1 ตามมาเป็นลำดับที่ 2 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 28 ส่วนด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านความสวยงามนั้น กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 ในลำดับรองลงมา ด้วยสัดส่วนร้อยละ 20 และ 12 ตามลำดับ

5.1.6.2 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลีกมิวเซียมสยาม

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการศึกษา และค้นคว้า รวมถึงสอบถามจากกลุ่มเป้าหมาย มาสามารถสรุปเป็นแนวคิดเพื่อการพัฒนา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลีกมิวเซียมสยาม โดยทำการพัฒนา และออกแบบ แฟลชไดร์ (Flash Drive) ออกเป็น 3 รูปแบบ คือ สร้อยคอ สร้อยข้อมือ/กำไล และ แหวน

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยแต่ละรูปแบบแบ่งออกเป็น 3 ยุค ตามแนวทางการจัดแสดงในมิวเซียมสยาม ที่แบ่งช่วงระยะเวลาเป็น 3 ช่วง อันประกอบด้วย 1. ยุคสุวรรณภูมิ 2. ยุคสยามประเทศ หรือสมัยอยุธยา และ 3. ยุคประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนา และออกแบบโดยวิธีการทำแบบร่าง (Sketch Design) ด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อนำไปสอบถามถึงความพึงพอใจ และความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก จำนวน 3 ท่าน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

- ลักษณะทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก พบว่าส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาโท และมีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 11-15 ปี โดยมีสัดส่วนที่เท่ากันในอัตราร้อยละ 66.67

- ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิกเลือกแฟลชไดรฟ์ (Flash Drive) รูปแบบสร้อยคอ สร้อยข้อมือ/กำไล และแหวน ในยุคสุวรรณภูมิมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.14, 4.10 และ 4.19) ตามลำดับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาปรับปรุงเพิ่มเติม พร้อมผลิตเป็นแบบจำลอง

- ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิกได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย ความทนทานต่อความชื้น และควรตอบสนองได้กับทุกเพศทุกวัย

5.1.6.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาใหม่

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยามที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ ใน 4 ด้าน อันประกอบด้วย ด้านความเป็นไทย ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านความสวยงาม ปรากฏว่า

- ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายมากถึงสัดส่วน 72 ต่อ 28 โดยส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ถึงร้อยละ 47 มีการศึกษาอยู่ในระดับ ม.6 ถึงระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 80) และประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุดถึงร้อยละ 52 จึงทำให้มีรายได้อยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน สูงถึงร้อยละ 55

- เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม พึงพอใจแฟลชไดรฟ์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยคอมากที่สุด รองลงมาคือรูปแบบแหวน และรูปแบบสร้อยข้อมือ/กำไล ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 3.87, 3.81 และ 3.80) ตามลำดับ

- เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม พึงพอใจแฟลชไดรฟ์ (Flash Drive) ทั้ง 3 รูปแบบ ในด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” มากที่สุด เนื่องจากมีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากพิพิธภัณฑ์อื่นๆ ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.24, 4.19 และ 4.11) ตามลำดับ

- เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม ต้องการนำแฟลชไดรฟ์ (Flash Drive) ในรูปแบบสร้อยคอไปใช้มากที่สุด โดยมีสัดส่วนร้อยละ 37.84 ส่วนรูปแบบสร้อยข้อมือ/กำไล มีสัดส่วนร้อยละ 29.73 รูปแบบแหวนมีสัดส่วนร้อยละ 21.62 และแฟลชไดรฟ์ ทั้ง 3 รูปแบบ หรือครบชุดมีสัดส่วนเป็นอันดับสุดท้ายที่ร้อยละ 10.81

5.2 อภิปรายผล

จากผลการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม และผลการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาใหม่ ผู้วิจัยพบว่า ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก ทั้ง 3 ท่าน และกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม ล้วนมีความเห็นในภาพรวมว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาใหม่ โดยเป็นแฟลชไดร์ (Flash Drive) ที่อยู่ในรูปแบบของสร้อยคอ แหวน และสร้อยข้อมือนั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบเฉพาะ มีความโดดเด่นจากพิพิธภัณฑ์อื่นๆ และเมื่อพบเห็นแล้วทำให้ระลึกถึงมิวเซียมสยาม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการออกแบบของที่ระลึก ว่าด้วยเรื่องแนวทางการคิดที่จะออกแบบของที่ระลึก ของผศ. ประชิต ทิณบุตร, 2550 ซึ่งกล่าวว่า การออกแบบของที่ระลึก ของขวัญ ของกำนัล ของใช้เฉพาะทางนั้น นักออกแบบได้อาศัยการตั้งแนวคิด วิธีคิด หรือหลักคิดเพื่อยึดเป็นหลัก หรือเป็นแนวทางการแตกแขนงทางความคิดออกไปหลากหลายทิศทาง โดยนำแนวคิดหลักไปสู่การสร้างผลงานออกมาอย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะ (Corporate Objects) และนอกจากนี้ยังมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ใช้สอย ทั้งในด้านการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน และการพกพา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านลักษณะสำคัญสินค้าของที่ระลึก ของชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2537 ที่ระบุว่า สินค้าของที่ระลึกที่น่าสนใจควรมีการออกแบบลวดลายที่น่าสนใจ และมีประโยชน์ใช้สอย อีกทั้งต้องมีขนาด รูปร่าง และน้ำหนักที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการขนส่ง

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยามในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เรียนรู้ และมีข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ และเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

5.3.1.1 การนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สำหรับพิพิธภัณฑ์อื่นๆ นักออกแบบ จำเป็นต้องศึกษากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในพิพิธภัณฑ์ นั้นๆ และนักท่องเที่ยวเป็นหลัก เนื่องจากกลุ่มเป้าหมาย ในแต่ละพิพิธภัณฑ์ต่างก็มีลักษณะแตกต่างกัน ทำให้ความต้องการแตกต่างกันด้วย ดังนั้นจึงไม่ควรนำผลการวิจัยทั้งหมดไปใช้ เพราะกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันในแต่ละสถานที่

5.3.1.2 จากการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ พบว่าเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม พึงพอใจแฟลชไดร์ (Flash Drive) ทั้ง 3 รูปแบบ ในด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” มากที่สุด เนื่องจากมีรูปแบบเฉพาะโดดเด่นจากพิพิธภัณฑ์อื่นๆ ขณะที่ประเด็นด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความเป็นไทย และด้านความสวยงามเป็นประเด็นรองๆ ลงมา แต่การนำผลการวิจัยนี้ไปใช้จำเป็นต้องคำนึงถึงประเด็นทางด้านราคาด้วย เนื่องจากในทางการตลาด ราคานับเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยามในครั้ง นี้ แม้ว่ารูปแบบของที่ระลึก ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่นั้นจะได้รับความพึงพอใจในระดับที่มากจากกลุ่มตัวอย่าง แต่ในการวิจัยก็ยังพบ ข้อจำกัดอยู่บางประการ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะสิ่งที่ต้องคำนึงถึง รวมถึงประเด็นสำคัญบางประการ เพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1. ผลงานวิจัยในครั้งนี้อาจนำไปใช้ประโยชน์ได้เฉพาะพื้นที่ และในช่วงเวลาหนึ่งๆ เท่านั้น
2. การผลิตแบบจำลองเพื่อประกอบการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย จำเป็นต้อง ให้ความใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเห็นภาพชัดเจน
3. นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์แต่ละแห่งต่างก็มีคุณสมบัติแตกต่างกัน อย่างเช่นในการวิจัยครั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม ส่วนใหญ่จะอยู่ในวัยเด็ก หรืออยู่ในวัยที่กำลังศึกษาอยู่ ดังนั้นผลที่ได้จากการวิจัยจึงไม่สามารถนำมาเป็นข้อสรุปเพื่อผลิตของที่ ระลึกในพิพิธภัณฑ์อื่นๆ ได้ แต่อย่างไรก็ตาม สามารถนำการวิจัยในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการวิจัย อื่นๆ ต่อไปได้



บรรณานุกรม

- คณะศ อธิรัตน์กรัณฑ์. 2553. กรอบแนวคิดด้านพิพิธภัณฑ์. [Online]. Available : <http://makky.in.th/238/>.
- โครงการร้อยใจไทย สำนักงานประสานงานโครงการพัฒนาตามพระราชดำริ. 2552. ถิ่นกำเนิดชาติไทย. [Online]. Available : http://www.royjaithai.com/thai_history.php.
- ฉวีลักษณ์ บุญยะกาญจ. 2525. จิตวิทยาการอ่าน. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. 2537. ปกิณกะบทความวิชาการด้านการท่องเที่ยว เล่ม 2. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัยวัฒน์ อัครวางกูร. 2548. ออกแบบให้โดนใจ คู่มือการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้ประกอบการและนักออกแบบ. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- บรรณาธิการ, (ผู้รวบรวม). 2551. “ความเป็นไทยร่วมสมัย.” สานแสงอรุณ. ปีที่ 12 ฉบับที่ 13. พฤษภาคม – มิถุนายน 2551 : 25-26.
- บริษัท โกมิว จำกัด. 2556. ประเภทของบรรจุภัณฑ์. [Online]. Available : <http://www.mew6.com>.
- บริษัท ไรท์แมน จำกัด. 2553. คุณรู้จักพิพิธภัณฑ์ดีแค่ไหน?. [Online]. Available : <http://www.thaimuseums.com/index.php?lay=show&ac=article&Ntype=9>.
- บ้านจอมยุทธ. 2543. ประวัติศาสตร์ชาติไทย สมัยกรุงรัตนโกสินทร์. [Online]. Available : <http://www.baanjomyut.com/76province/rattanakhosin.html>.
- ประชิด ทิณบุตร. 2531. การออกแบบบรรจุภัณฑ์. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้าส์.
- ประชิด ทิณบุตร, 2534. ความสำคัญของการออกแบบกราฟิกต่อบรรจุภัณฑ์. [Online]. Available : <http://package-design-guru.blogspot.com/>.
- ประเสริฐ ศิลรัตน์. 2531. ของที่ระลึก. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้าส์.
- ปุณ และ สมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- ผกามาศ ผจญแก้ว. 2551. ความรู้เกี่ยวกับสีและการนำสีมาใช้ในการพิมพ์. [online]. available: <http://gotoknow.org/file/pavana/03.%20colour.pdf>.
- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. 2552. วิธีวิทยาการวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิกเนศรี ศูนย์ศิลปะและการออกแบบ. 2554. หลักการออกแบบ. [Online]. Available : <http://www.pikanesri.com/class-basic-designB.php>.
- ไพโรจน์ พิทยเมธี. 2551. การวิเคราะห์องค์ประกอบการออกแบบเลขศิลป์ที่แสดงเอกลักษณ์ไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เพ็ญศรี เจริญวานิช, บุญเลิศ เล็กสมบุรณ์ และพรสวรรค์ ทองสุขโขวงศ์. 2548. “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก.” วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น : 348.
- มณฑล สุกใส. 2553. แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์. [Online]. Available : <http://www.thaifoodscience.com/>
- มนตรี ยอดบางเตย. 2538. ออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มหาวิทยาลัยแม่โจ้. 2556. ระบบการพิมพ์. [Online]. Available : <http://coursewares.mju.ac.th>.
- มิวเซียมสยาม. 2554. รู้จักมิวเซียมสยาม. [Online]. Available : <http://www.museumsiam.com>.
- มิวเซียมสยาม. 2554. โครงการพิพิธภัณฑ์ใส่กล่อง. [Online]. Available : <http://www.facebook.com/museumsiamfan>.
- โรงเรียนปรินส์รอยแยลส์วิทยาลัย. 2556. เทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์. [Online]. Available : http://www.prc.ac.th/web_pd/package02.html.
- โรงเรียนวัดโนนทัยพายัพ. 2553. ประวัติศาสตร์ไทย. [Online]. Available : <http://www.wattano.ac.th>.
- วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2540. ออกแบบกราฟิค. กรุงเทพฯ : ศิลปาบรรณาการ.
- วิจิตร วรณะ. 2556. การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์. [Online]. Available : <http://www.packagingbenny.siam.im/unitfour.html>.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. 2545. ทศนศิลป์ศึกษา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อี แอนด์ ไอคิว.
- สกนธ์ ภู่งามดี. 2545. จิตวิทยากับการออกแบบ. กรุงเทพฯ : วาดศิลป์
- สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ. 2552. กว่าจะมาเป็นมิวเซียมสยาม. [ออนไลน์]. available: <http://www.ndmi.or.th/>
- สุรัชย์ คำด้อย. 2552. “การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย.” คุรุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- สุรียัน พินทอง. 2553. “เอกสารทางวิชาการ ประกอบการเรียนการสอนวิชาสังคม.” [Online]. Available : <http://www.kwc.ac.th/1Part1.htm>.
- อพันธ์ กาชัย. 2553. “การวิจัยเรื่อง การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สำหรับหอศิลป์วัฒนธรรมเมืองเชียงใหม่.” คุรุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ฤดีภรณ์ ลลิตานนท์. 2547. การวิจัยเรื่อง การศึกษา และพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผนที่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตกรุงรัตนโกสินทร์. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก.
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินคุณภาพแบบสอบถาม
เพื่อประเมินผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม
เรื่อง การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ทำการพิจารณาเพื่อลงความเห็น และให้คะแนนในแต่ละคำถามในแบบสอบถาม เพื่อประเมินผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม และแบบสอบถามความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยามที่ได้รับการออกแบบชิ้นใหม่

2. กรุณาพิจารณาข้อความในแต่ละรายการ พร้อมทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- +1 หมายถึง รายการประเมินสอดคล้องกับนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย
- 0 หมายถึง รายการประเมินไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย
- 1 หมายถึง รายการประเมินไม่สอดคล้องกับนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

หมายเหตุ : ค่า IOC มากกว่า หรือเท่ากับ 0.5 ถือเป็นเกณฑ์ความหมายที่มีความเที่ยงตรง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาให้ความร่วมมือในการประเมินคุณภาพแบบสอบถาม เพื่อประเมินผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม และแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยามที่ได้รับการออกแบบชิ้นใหม่ มา ณ โอกาสนี้ด้วย

นายวิชิต การพันทา

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับแบบประเมินผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก

1. มิวเซียมสยาม หมายถึง แหล่งเรียนรู้แนวใหม่ที่เน้นการพัฒนาความคิด เพิ่มความรู้ และสร้างสรรค์ ภูมิปัญญา โดยให้ความรู้เรื่องความเป็นมาของ บ้านเมือง จนมาเป็นประเทศไทยในปัจจุบันเพื่อก่อเกิดการเรียนรู้ สร้างสำนึกรักบ้านเมืองและท้องถิ่นของตน รวมทั้งเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในลักษณะ "เครือข่าย" กับประเทศเพื่อนบ้านอันเป็นองค์ความรู้ที่นำไปสู่ความมั่นคงและสันติภาพในภูมิภาค
2. ของที่ระลึก หมายถึง สิ่งของ ที่ผลิตขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนให้นักท่องเที่ยวได้จดจำมิวเซียมสยาม โดยจัดทำจำหน่ายเพื่อเป็นที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยวเฉพาะภายใน Muse Shop ซึ่งเป็นร้านขายของที่ระลึกที่ตั้งอยู่ใน มิวเซียมสยาม
3. ภาพประกอบ และสีบนผลิตภัณฑ์ หมายถึง สีที่ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่เหมาะสมกับของ ที่ระลึก ภาพประกอบต่างๆและกระตุ้นให้เกิดความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่เข้าชม
4. นักท่องเที่ยว คือ กลุ่มคนซึ่งประกอบด้วย นักเรียน นักศึกษา นักวิจัย และประชาชนทั่วไปที่มาเยี่ยมชม มิวเซียมสยาม
5. แนวคิดของมิวเซียมสยาม หมายถึง ร่วมสมัย และสื่อให้เห็นถึงความเป็นไทย
6. ความพึงพอใจ หมายถึง ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มีต่อของที่ระลึก ในด้านต่างๆ ดังนี้
 - 6.1 ด้านความเป็นไทย
 - 6.2 ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้น
 - 6.3 ด้านประโยชน์ใช้สอย
 - 6.4 ด้านความสวยงาม
7. ความเป็นไทย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นมาโดยมีรูปแบบ หรือลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย กล่าวคือมีลักษณะเฉพาะตัวที่บ่งบอกถึงความเป็นชาติไทย ซึ่งแตกต่างจากชนชาติอื่นๆ
8. ส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้น ช่วยให้ผู้พบเห็นเกิดความระลึกถึงมิวเซียมสยาม เนื่องจากในปัจจุบันมิวเซียมสยามกำลังดำเนินการเปลี่ยนภาพลักษณ์จากชื่อเดิมคือ พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ มาเป็นมิวเซียมสยาม หลังจากชื่อเดิมก่อให้เกิดความเข้าใจผิดว่ามิวเซียมสยามคือสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
9. ประโยชน์ใช้สอย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการทั้งทางร่างกาย และจิตใจ อันประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้
 - 9.1 ด้านการใช้งาน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นนำมาใช้ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม และก่อให้เกิดประโยชน์
 - 9.2 ด้านการใช้งานในชีวิตประจำวัน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นสามารถนำมาใช้ในกิจกรรมที่ทำในแต่ละวันได้อย่างสม่ำเสมอ
 - 9.3 ด้านการพกพา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นสามารถนำติดตัวไปยังสถานที่ต่างๆ ได้อย่างสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9.4 ด้านความปลอดภัย หมายถึง ผลผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นสามารถนำไปใช้งานได้ โดยไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้งาน

10. ความสวยงาม หมายถึง ผลผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นได้รับการออกแบบให้มีคุณค่าทางสุนทรียะ มีลักษณะที่เห็นแล้วชวนชื่นชมยินดี และก่อให้เกิดความพึงพอใจ

11. วัสดุ และเทคนิคการผลิต หมายถึง สิ่งที่นำมาใช้เพื่อผลิตเป็นผลผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ตลอดจนวิธีการผลิต ซึ่งแบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

11.1 วัสดุ หมายถึง สิ่งที่นำมาใช้ผลิตเป็นผลผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มีความสอดคล้องกับหน้าที่ และชนิดของผลผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีขนาด และน้ำหนักที่พอดี ถนัดมือ และดูแลรักษาได้ง่าย จึงทำให้ผลผลิตภัณฑ์ไม่เสียหายได้ง่ายๆ

11.2 เทคนิคการผลิต หมายถึง วิธีการผลิตผลผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่มีการเลือกใช้วัสดุดิบได้อย่างสอดคล้องกับวิธีการผลิต โดยมีขั้นตอนในการผลิตที่ชัดเจน เป็นขั้นเป็นตอน ทำให้ใช้เวลาในการผลิตน้อย

12. สุวรรณภูมิ หมายถึง ช่วงเวลาที่เริ่มตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ จนถึงสมัยสุโขทัย

13. สยามประเทศ หมายถึง สมัยอยุธยา

14. ประเทศไทย หมายถึง ช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนสยามเป็นประเทศที่มีความสมัยใหม่มากขึ้น หรือเริ่มตั้งแต่สมัยกรุงรัตนโกสินทร์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับคะแนนที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

รายการประเมิน	ค่าคะแนน			ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
1. ด้านความเป็นไทย มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย บ่งบอกถึงความเป็นชาติไทย ที่แตกต่างจากชนชาติอื่นๆ				
2. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม”				
2.1 มีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากพิพิธภัณฑ์อื่นๆ				
2.2 เมื่อพบเห็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแล้วทำให้ระลึกถึงมิวเซียมสยาม				
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย				
3.1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตอบสนองการใช้งานได้เป็นอย่างดี				
3.2 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้				
3.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพกพาสะดวก				
3.4 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความปลอดภัยในการใช้				
4. ด้านความสวยงาม ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นได้รับการออกแบบให้มีคุณค่าทาง สุนทรียะ เห็นแล้วก่อให้เกิดความชื่นชมยินดี และความพึงพอใจ				
5. ด้านวัสดุ และเทคนิคการผลิต				
5.1 ด้านวัสดุ				
5.1.1 ใช้วัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก				
5.1.2 ดูแลรักษาง่าย				
5.1.3 ขนาด และน้ำหนักมีความเหมาะสมกับรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก				
5.2 ด้านเทคนิคการผลิต				
5.2.1 เทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก				
5.2.2 เทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุที่เลือกใช้				
5.2.3 วิธีผลิตไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน				

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินคุณภาพแบบสอบถาม
เพื่อประเมินผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม
เรื่อง การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม

	การตรวจสอบ				
	ครั้งที่	วันที่	ผ่าน	ไม่ผ่าน	ลายเซ็น
ผู้ทรงคุณวุฒิ					
ผู้ทรงคุณวุฒิ					
ผู้ทรงคุณวุฒิ					
ผู้ทรงคุณวุฒิ					
ผู้ทรงคุณวุฒิ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามเพื่อหาประเภท เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
มิวเซียมสยาม

เรื่อง การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามหาประเภท เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สำหรับมิวเซียมสยาม
2. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้สอบถามจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับมิวเซียมสยาม ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม
3. โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงด้วยตัวท่านเอง
4. กรุณาพิจารณาข้อความในแต่ละรายการ พร้อมทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นเพื่อหาประเภท เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากมิวเซียมสยาม ด้วยคำถามแบบตรวจสอบ (Check List)
- ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อหาประเภท เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากมิวเซียมสยาม ดังกล่าว มา ณ โอกาสนี้ด้วย

นายวิจิต การพันทา

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอญญาตีให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง [] ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

1.1 เพศ

[] ชาย [] หญิง

1.2 อายุ

[] น้อยกว่า 20 ปี [] 21 – 30 ปี
 [] 31 – 40 ปี [] 41 – 50 ปี
 [] มากกว่า 51 ปี

1.3 การศึกษา

[] ม.6 หรือต่ำกว่า [] อนุปริญญา (ปวส.)
 [] ปริญญาตรี [] สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 ท่านจัดอยู่ในกลุ่มใด

[] เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม
 [] ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก
 [] นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม

1.5 อาชีพ

[] นักเรียน / นักศึกษา [] ราชการ / รัฐวิสาหกิจ
 [] พนักงานบริษัทเอกชน [] ธุรกิจส่วนตัว
 [] อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.6 รายได้ / เดือน

[] ต่ำกว่า 15,000 บาท [] 15,001 – 20,000 บาท
 [] 20,001 – 30,000 บาท [] มากกว่า 30,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็น

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง [] ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

2.1 ประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกใดที่ท่านคิดว่าจะมีความแตกต่างจากของที่ระลึกที่มีอยู่เดิม ในมิวเซียมสยาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> นาฬิกา | <input type="checkbox"/> เครื่องประดับ |
| <input type="checkbox"/> ถุงผ้า | <input type="checkbox"/> ที่คั่นหนังสือ |
| <input type="checkbox"/> เสื้อยืด | <input type="checkbox"/> โคมไฟ |
| <input type="checkbox"/> ไปรษณียบัตร (Post Card) | <input type="checkbox"/> แฟลชไดร์ (Flash Drive) |
| <input type="checkbox"/> อุปกรณ์เชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ (Hub) | <input type="checkbox"/> โหมบาย |
| <input type="checkbox"/> เข็มกลัด | <input type="checkbox"/> กรอบรูป |
| <input type="checkbox"/> แผ่นแม่เหล็ก (Magnet) | <input type="checkbox"/> แก้วน้ำ |
| <input type="checkbox"/> หูฟัง (Head Phone) | <input type="checkbox"/> เลเซอร์พอยน์เตอร์ (Laser Pointer) |
| <input type="checkbox"/> เมาส์ (Mouse) | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

2.2 สิ่งใดที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นมิวเซียมสยาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ตราสัญลักษณ์ “คนกบแดง” | <input type="checkbox"/> อาคารมิวเซียมสยาม |
| <input type="checkbox"/> นิทรรศการที่จัดแสดงในมิวเซียมสยาม | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

2.3 ลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ท่านต้องการให้มีการพัฒนา โปรดใส่หมายเลข 1-4 ลงในช่อง [...] ตามลำดับความต้องการ เช่น ต้องการมากที่สุด [1] หรือ ต้องการน้อยที่สุด [4]

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ด้านความเป็นไทย | <input type="checkbox"/> ด้านความสวยงาม |
| <input type="checkbox"/> ด้านประโยชน์ใช้สอย | <input type="checkbox"/> ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้น |

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

แบบสอบถามเพื่อประเมินผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม
เรื่อง การศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก ที่มีต่อผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สำหรับมิวเซียมสยาม
2. โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงด้วยตัวท่านเอง
3. กรุณาพิจารณาข้อความในแต่ละรายการ พร้อมทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาใหม่ ด้วยคำถามแบบตรวจสอบ (Check List)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สำหรับมิวเซียมสยาม ดังกล่าวมา ณ โอกาสนี้ด้วย

นายวิชิต การพันทา

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับแบบประเมินผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก

1. มิวเซียมสยาม หมายถึง แหล่งเรียนรู้แนวใหม่ที่เน้นการพัฒนาความคิด เพิ่มความรู้ และสร้างสรรค์ภูมิปัญญา โดยให้ความรู้เรื่องความเป็นมาของ บ้านเมือง จนมาเป็นประเทศไทยในปัจจุบัน เพื่อก่อเกิดการเรียนรู้ สร้างสำนึกรักบ้านเมืองและท้องถิ่นของตน รวมทั้งเชื่อมโยงความสัมพันธ์ใน ลักษณะ “เครือญาติ” กับประเทศเพื่อนบ้าน อันเป็นองค์ความรู้ที่นำไปสู่ความมั่นคงและสันติภาพใน ภูมิภาค
2. ของที่ระลึก หมายถึง สิ่งของที่ผลิตขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนให้นักท่องเที่ยวได้จดจำมิวเซียมสยาม โดย จัดจำหน่ายเพื่อเป็นที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยวเฉพาะภายใน Muse Shop ซึ่งเป็นร้านขายของที่ระลึก ที่ตั้งอยู่ในมิวเซียมสยาม
3. ภาพประกอบและสีบนผลิตภัณฑ์ หมายถึง สีที่ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เหมาะสมกับของที่ระลึก ภาพประกอบต่าง ๆ และกระตุ้นให้เกิดความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่เข้าชม
4. นักท่องเที่ยว คือ กลุ่มคนซึ่งประกอบด้วย นักเรียน นักศึกษา นักวิจัย และประชาชนทั่วไปที่มา เยี่ยมชมมิวเซียมสยาม
5. แนวคิดของมิวเซียมสยาม หมายถึง ร่วมสมัย และสื่อให้เห็นถึงความเป็นไทย
6. ความพึงพอใจ หมายถึง ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยว ที่มีต่อของที่ระลึก ในด้านต่างๆ ดังนี้
 - 6.1 ด้านความเป็นไทย
 - 6.2 ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” ให้มีความชัดเจนขึ้น
 - 6.3 ด้านประโยชน์ใช้สอย
 - 6.4 ด้านความสวยงาม
7. ความเป็นไทย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นมาโดยมีรูปแบบ หรือลวดลายที่เป็น เอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย กล่าวคือ มีลักษณะเฉพาะตัวที่บ่งบอกถึงความเป็นชาติไทยซึ่งแตกต่าง จากชนชาติอื่น ๆ
8. ส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้น ช่วยให้ผู้พบเห็น เกิดความระลึกถึงมิวเซียมสยาม เนื่องจากในปัจจุบันมิวเซียมสยามกำลังดำเนินการเปลี่ยนภาพลักษณ์ จากชื่อเดิมคือ พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ มาเป็นมิวเซียมสยาม หลังจากชื่อเดิมก่อให้เกิดความเข้าใจผิดว่า มิวเซียมสยามคือสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
9. ประโยชน์ใช้สอย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการทั้งทาง ร่างกาย และจิตใจ อันประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้
 - 9.1 ด้านการใช้งาน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นนำมาใช้ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง กับหน้าที่ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม และก่อให้เกิดประโยชน์
 - 9.2 ด้านการใช้งานในชีวิตประจำวัน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นสามารถ นำมาใช้ในกิจกรรมที่ทำในแต่ละวันได้อย่างสม่ำเสมอ
 - 9.3 ด้านการพกพา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นสามารถนำติดตัวไปยัง สถานที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9.4 ด้านความปลอดภัย หมายถึง ผลิตรถยนต์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นสามารถนำไปใช้งานได้ โดยไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้งาน

10. ความสวยงาม หมายถึง ผลิตรถยนต์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นได้รับการออกแบบให้มีคุณค่าทางสุนทรียะ มีลักษณะที่เห็นแล้วชวนชื่นชมยินดี และก่อให้เกิดความพึงพอใจ

11. วัสดุและเทคนิคการผลิต หมายถึง สิ่งนำมาใช้เพื่อผลิตเป็นผลิตรถยนต์ของที่ระลึก ตลอดจนวิธีการผลิต ซึ่งแบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

11.1 วัสดุ หมายถึง สิ่งนำมาใช้ผลิตเป็นผลิตรถยนต์ของที่ระลึก มีความสอดคล้องกับหน้าที่ และชนิดของผลิตรถยนต์ อีกทั้งมีขนาดและน้ำหนักที่พอดี ถนัดมือ และดูแลรักษาง่าย จึงทำให้ผลิตรถยนต์ไม่เสียหายได้ง่าย ๆ

11.2 เทคนิคการผลิต หมายถึง วิธีการผลิตผลิตรถยนต์ของที่ระลึก ที่มีการเลือกใช้วัสดุดิบได้อย่างสอดคล้องกับวิธีการผลิต โดยมีขั้นตอนในการผลิตที่ชัดเจน เป็นขั้นเป็นตอน ทำให้ใช้เวลาในการผลิตน้อย

12. สุวรรณภูมิ หมายถึง ช่วงเวลาที่เริ่มตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์จนถึงสมัยสุโขทัย

13. สยามประเทศ หมายถึง สมัยอยุธยา

14. ประเทศไทย หมายถึง ช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนสยามเป็นประเทศที่มีความสมัยใหม่มากขึ้น หรือเริ่มตั้งแต่สมัยกรุงรัตนโกสินทร์



ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดกรอกรายละเอียด และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง [] ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

1.1 ชื่อ.....นามสกุล.....

1.2 สถานที่ทำงาน.....

1.3 อายุ

[] น้อยกว่า 20 ปี

[] 21 – 30 ปี

[] 31 – 40 ปี

[] 41 – 50 ปี

[] มากกว่า 51 ปี

1.4 การศึกษา

[] ต่ำกว่าปริญญาตรี

[] ปริญญาตรี

[] ปริญญาโท

[] ปริญญาเอก

1.5 ประสบการณ์ในการทำงาน

[] 5-10 ปี

[] 11-15 ปี

[] 16-20 ปี

[] มากกว่า 20 ปี

[] อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกราฟิก ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ได้รับการออกแบบขึ้นใหม่

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง [] ที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน
ระดับความคิดเห็นในการให้คะแนน

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) รูปแบบสร้อยคอ



สุวรรณภูมิ



สยามประเทศ



ประเทศไทย

รายละเอียด	สุวรรณภูมิ					สยามประเทศ					ประเทศไทย				
	ระดับความคิดเห็น					ระดับความคิดเห็น					ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ด้านความเป็นไทย มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย บ่งบอกถึงความเป็นชาติไทย ที่แตกต่างจากชนชาติอื่นๆ															
2. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” 2.1 มีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากพิพิธภัณฑ์อื่นๆ 2.2 เมื่อพบเห็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแล้วทำให้ระลึกถึงมิวเซียมสยาม															
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย 3.1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตอบสนองการใช้งานได้เป็นอย่างดี 3.2 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ 3.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพกพาสะดวก 3.4 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความปลอดภัยในการใช้															
4. ด้านความสวยงาม ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นได้รับการออกแบบให้มีคุณค่าทางสุนทรียะ เห็นแล้วก่อให้เกิดความชื่นชมยินดี และความพึงพอใจ															
5. ด้านวัสดุ และเทคนิคการผลิต 5.1 ด้านวัสดุ 5.1.1 ใช้วัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 5.1.2 ดูแลกรักง่าย 5.1.3 ขนาด และน้ำหนักมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก															
5.2 ด้านเทคนิคการผลิต 5.2.1 เทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 5.2.2 เทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุที่เลือกใช้ 5.2.3 วิธีผลิตไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน															

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) รูปแบบสร้อยข้อมือ/กำไล



สุวรรณภูมิ



สยามประเทศ



ประเทศไทย

รายละเอียด	สุวรรณภูมิ					สยามประเทศ					ประเทศไทย				
	ระดับความคิดเห็น					ระดับความคิดเห็น					ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ด้านความเป็นไทย มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย บ่งบอกถึงความเป็นชาติไทย ที่แตกต่างจากชนชาติอื่นๆ															
2. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม” 2.1 มีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากที่อื่น 2.2 เมื่อพบเห็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแล้วทำให้ระลึกถึงมิวเซียมสยาม															
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย 3.1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตอบสนองการใช้งานได้เป็นอย่างดี 3.2 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ 3.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพกพาสะดวก 3.4 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความปลอดภัยในการใช้															
4. ด้านความสวยงาม ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นได้รับการออกแบบให้มีคุณค่าทางสุนทรีย์ เห็นแล้วก่อให้เกิดความชื่นชมยินดี และความพึงพอใจ															
5. ด้านวัสดุ และเทคนิคการผลิต 5.1 ด้านวัสดุ 5.1.1 วัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 5.1.2 ดูแลกรักชาง่าย 5.1.3 ขนาด และน้ำหนักมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก															
5.2 ด้านเทคนิคการผลิต 5.2.1 เทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 5.2.2 เทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุที่เลือกใช้ 5.2.3 วิธีผลิตไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน															

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) รูปแบบแหวน



สุวรรณภูมิ



สยามประเทศ



ประเทศไทย

รายละเอียด	สุวรรณภูมิ					สยามประเทศ					ประเทศไทย				
	ระดับความคิดเห็น					ระดับความคิดเห็น					ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ด้านความเป็นไทย มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย บ่งบอกถึงความเป็นชาติไทย ที่แตกต่างจากชาติอื่นๆ															
2. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม”															
2.1 มีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากที่ระลึกอื่น ๆ															
2.2 เมื่อพบเห็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแล้วทำให้ระลึกถึงมิวเซียมสยาม															
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย															
3.1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตอบสนองการใช้งานได้เป็นอย่างดี															
3.2 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้															
3.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพกพาสะดวก															
3.4 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความปลอดภัยในการใช้															
4. ด้านความสวยงาม ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นได้รับการออกแบบให้มีคุณค่าทางสุนทรียะ เห็นแล้วก่อให้เกิดความชื่นชมยินดี และความพึงพอใจ															
5. ด้านวัสดุ และเทคนิคการผลิต															
5.1 ด้านวัสดุ															
5.1.1 ใช้วัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก															
5.1.2 ดูแลรักษาง่าย															
5.1.3 ขนาด และน้ำหนักมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก															
5.2 ด้านเทคนิคการผลิต															
5.2.1 เทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก															
5.2.2 เทคนิคการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุที่เลือกใช้															
5.2.3 วิธีผลิตไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน															

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยว
ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ที่ออกแบบขึ้นใหม่

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยามที่ได้รับการออกแบบขึ้นใหม่
2. โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงด้วยตัวท่านเอง
3. กรุณาพิจารณาข้อความในแต่ละรายการ พร้อมทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 สอบถามความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยามที่ได้รับการออกแบบขึ้นใหม่ ด้วยคำถามแบบตรวจสอบ (Check List)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อหาคะแนนความพึงพอใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม ดังกล่าว มา ณ โอกาสนี้ด้วย

นายวิจิต การพันทา

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง [] ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

1.1 เพศ

[] ชาย [] หญิง

1.2 อายุ

[] น้อยกว่า 20 ปี [] 21 – 30 ปี
 [] 31 – 40 ปี [] 41 – 50 ปี
 [] มากกว่า 51 ปี

1.3 การศึกษา

[] ม.6 หรือต่ำกว่า [] อนุปริญญา (ปวส.)
 [] ปริญญาตรี [] สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 ท่านจัดอยู่ในกลุ่มใด

[] เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม
 [] นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม

1.5 อาชีพ

[] นักเรียน / นักศึกษา [] ราชการ / รัฐวิสาหกิจ
 [] พนักงานบริษัทเอกชน [] ธุรกิจส่วนตัว
 [] อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.6 รายได้ / เดือน

[] ต่ำกว่า 1,000 บาท [] 15,001 – 20,000 บาท
 [] 20,001 – 30,000 บาท [] มากกว่า 30,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมิวเซียมสยาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยามที่ได้รับการออกแบบชิ้นใหม่

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง [] ที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน
ระดับความคิดเห็นในการให้คะแนน

- | | | |
|---|---------|------------|
| 5 | หมายถึง | มากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | มาก |
| 3 | หมายถึง | ปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | น้อย |
| 1 | หมายถึง | น้อยที่สุด |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สร้อยคอ



สร้อยข้อมือ



แหวน

ทัศนคติ และความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในมิวเซียมสยาม	สร้อยคอ					สร้อยข้อมือ					แหวน				
	ระดับความคิดเห็น					ระดับความคิดเห็น					ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ด้านความเป็นไทย มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย บ่งบอกถึงความเป็นชาติไทย															
2. ด้านการส่งเสริมความเป็น “มิวเซียมสยาม”															
2.1 มีรูปแบบเฉพาะ โดดเด่นจากพิพิธภัณฑ์อื่นๆ															
2.2 จัดจาง่าย															
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย															
3.1 ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองการใช้งานได้เป็นอย่างดี															
3.2 ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้															
3.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพิศพาสะดวก															
3.4 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความปลอดภัย															
4. ด้านความสวยงาม															
4.1 ด้านการออกแบบ															
4.1.1 มีคุณค่าทางสุนทรียะ เห็นแล้วเกิดความ ชื่นชมยินดี และพึงพอใจ															
4.1.2 แสดงให้เห็นถึงความเป็นมิวเซียมสยาม และเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก															
4.2 ด้านวัสดุ															
4.2.1 ใช้วัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์แบบ ของที่ระลึก															
4.2.2 ง่ายต่อการดูแลรักษา															
4.2.3 ขนาด และน้ำหนักมีความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก															

ความต้องการในการนำไปใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สร้อยคอ	สร้อยข้อมือ	แหวน	ครบชุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/ 1668



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า
คุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 พฤษภาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก

เรียน ผศ.ดร.รัฐไท พรเจริญ

ด้วย นายวิจิต การพันทา นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำ สารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก ของนายวิจิต การพันทา

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพฑูรย์ พิมพ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.081-294-8009

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/ 1668



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า
คุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 พฤษภาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก


เรียน คุณอลิสา ภู่อุ่ม

ด้วย นายวิจิต การพันทา นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก ของนายวิจิต การพันทา

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพฑูรย์ พิมติ)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.081-294-8009

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/ 1668



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า
คุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 พฤษภาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก

เรียน อาจารย์พฐ ภูศรีพิทักษ์

ด้วย นายวิชิต การพันทา นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำ สารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก ของนายวิชิต การพันทา

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพฑูรย์ พิมติ)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.081-294-8009

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 1669

วันที่ 15 พฤษภาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

เรียน ผศ.ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม

ด้วย นายวิจิต การพันทา นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม” คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม ดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นายวิจิต การพันทา มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพฑูรย์ พิมพ์ดี)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ ศช 0524.04 / 1669

วันที่ 18 พฤษภาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

เรียน ผศ.ดร.อภิศักดิ์ สินธุภัก

ด้วย นายวิจิต การพันทา นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม” คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม ดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นายวิจิต การพันทา มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพฑูรย์ พิมดี)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศท 0524.04/ 1669

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

๑๘ พฤษภาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน รศ.นพคุณ นิสามณี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายวิจิต การพันทา นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นายวิจิต การพันทา มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพฑูรย์ พิมดี)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.081-294-8009

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 3942

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๙ พฤศจิกายน 2553

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษา

เรียน ผู้อำนวยการสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ

ด้วย นายวิจิต การพันทา นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เรื่องประวัติความเป็นมา วัตถุประสงค์ในการจัดข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง กลุ่มเป้าหมาย และแนวคิดในการออกแบบของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์มิวเซียมสยาม ขอเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบของที่ระลึก ขอถ่ายภาพส่วนแสดงนิทรรศการ เพื่อประกอบการจัดเตรียมหัวข้อและเค้าโครงสาระนิพนธ์ และประกอบการจัดเตรียมทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบของที่ระลึก พิพิธภัณฑ์มิวเซียมสยาม”

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษาดังกล่าว และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพฑูรย์ พิมล)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.081-294-8009

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่ให้รับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/1316

คณะครูศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๗ เมษายน 2554

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษา

เรียน ผู้อำนวยการ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ

ด้วย นายวิจิต ภารพันทา นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์จะขอถ่ายภาพส่วนจัดแสดงนิทรรศการและของที่ระลึกใน Museum Shop เพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์เรื่อง "การศึกษาและออกแบบของที่ระลึกมิวเซียมสยาม"

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษาดังกล่าว และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพฑูรย์ พิมพ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ติดต่อนักศึกษา โทร.081-129-48009

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 1671

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๑๕ พฤษภาคม 2554

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คุณรามศ พรหมเย็น

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายวิจิต การพันทา นักศึกษา ระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มีวชิยมสยาม”

คณะกรรมการอุดมศึกษา จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นายวิจิต การพันทา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพฑูรย์ พิมพ์ดี)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.081-294-8009

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 1671

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๑๕ พฤษภาคม 2554

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน นายพาดิษฐ์ ทิพทัส

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายวิจิต การพันทา นักศึกษา ระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้ นายวิจิต การพันทา เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพฑูรย์ พิมล)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.081-294-8009

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 1671

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๙ พฤษภาคม 2554

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คุณจิตนา ชีวรางกูร

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายวิจิต การพันทา นักศึกษา ระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มีวเซียมสยาม”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นายวิจิต การพันทา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพฑูรย์ พิมติ)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.081-294-8009

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 1671

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๑๕ พฤษภาคม 2554

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน นางสาวจุลดา มีจุล

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายวิจิต การพันทา นักศึกษา ระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มิวเซียมสยาม”

คณะกรรมการอุดมศึกษา จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นายวิจิต การพันทา เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้

ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

W. Kongsakul

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพฑูรย์ พิมพ์ดี)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.081-294-8009

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 1671

คณะกรรมการอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๙ พฤษภาคม 2554

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน นางสาวยุภาพร ธัญวิวัฒน์กุล

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายวิจิต การพันทา นักศึกษา ระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มีวเซียมสยาม”

คณะกรรมการอุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้ นายวิจิต การพันทา เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

W. Nims

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพฑูรย์ พิมพ์ดี)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.081-294-8009

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) สร้อยคอ ชุดสุวรรณภูมิ



- เคลือบผิวด้วยน้ำยาเพื่อป้องกันยางไม้ (หากไม้ยังไม่แห้งสนิท) ไม้ให้ปรากฏขึ้นมา

หลังจาก Paint

- Paint สีและลวดลายแทนค่าความเจริญรุ่งเรืองอุดมสมบูรณ์ที่รู้จักกันในนาม สุวรรณภูมิ “แผ่นดินทอง”

เคลือบด้วยน้ำยาวานิช ซ้ำอีก 2-3 ครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive)
 สร้อยข้อมือ/กำไล ชุดสุวรรณภูมิ



- เคลือบผิวด้วยน้ำยา เพื่อป้องกันขี้ผึ้ง (หากไม่ขี้ผึ้งไม่แห้งสนิท) ไม่ให้ปรากฏขึ้นมา บนงานหลังจาก Paint

- Paint สีและลวดลายแทนค่า ความเจริญรุ่งเรืองอุดมสมบูรณ์ ที่รู้จักกันในนาม สุวรรณภูมิ “แผ่นดินทอง”

เคลือบด้วยน้ำยาวานิช ซ้ำอีก 2-3 ครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) แนวคิด บุตศุวรรณภูมิ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive)
 สร้อยคอ บุคสังฆามระฆัง

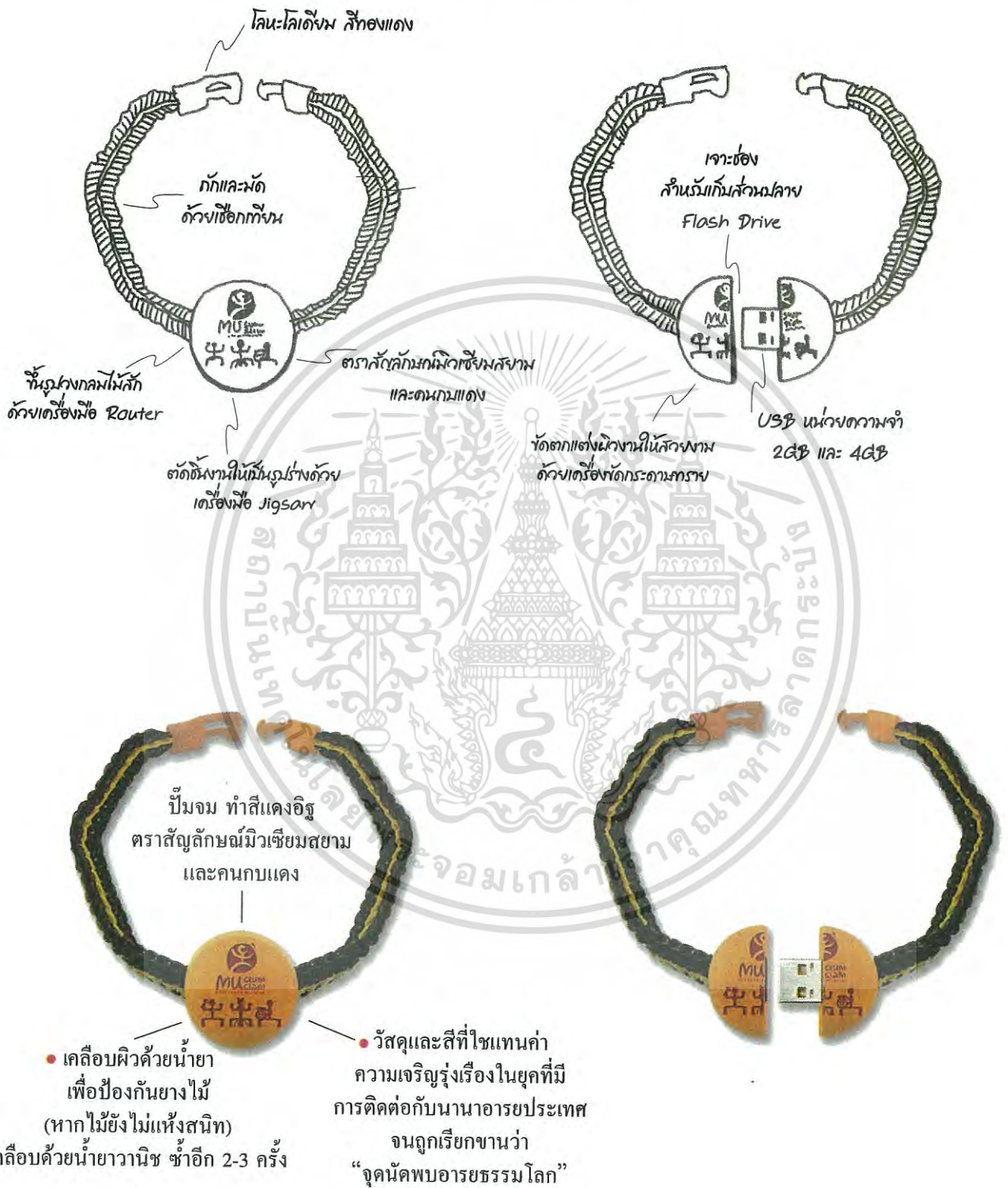


• เคลือบผิวด้วยน้ำยาเพื่อป้องกันยางไม้ (หากไม้ยังไม่แห้งสนิท) ล้างด้วยน้ำยาวานิช ซ้ำอีก 2-3 ครั้ง

• วัสดุและสีที่ไรเทแทนค่าความเจริญรุ่งเรืองในยุคที่มีการติดต่อกับนานาชาติ การติดต่อกับนานาชาติอารยประเทศ จนถูกเรียกขานว่า “จุดนัดพบอารยธรรมโลก”

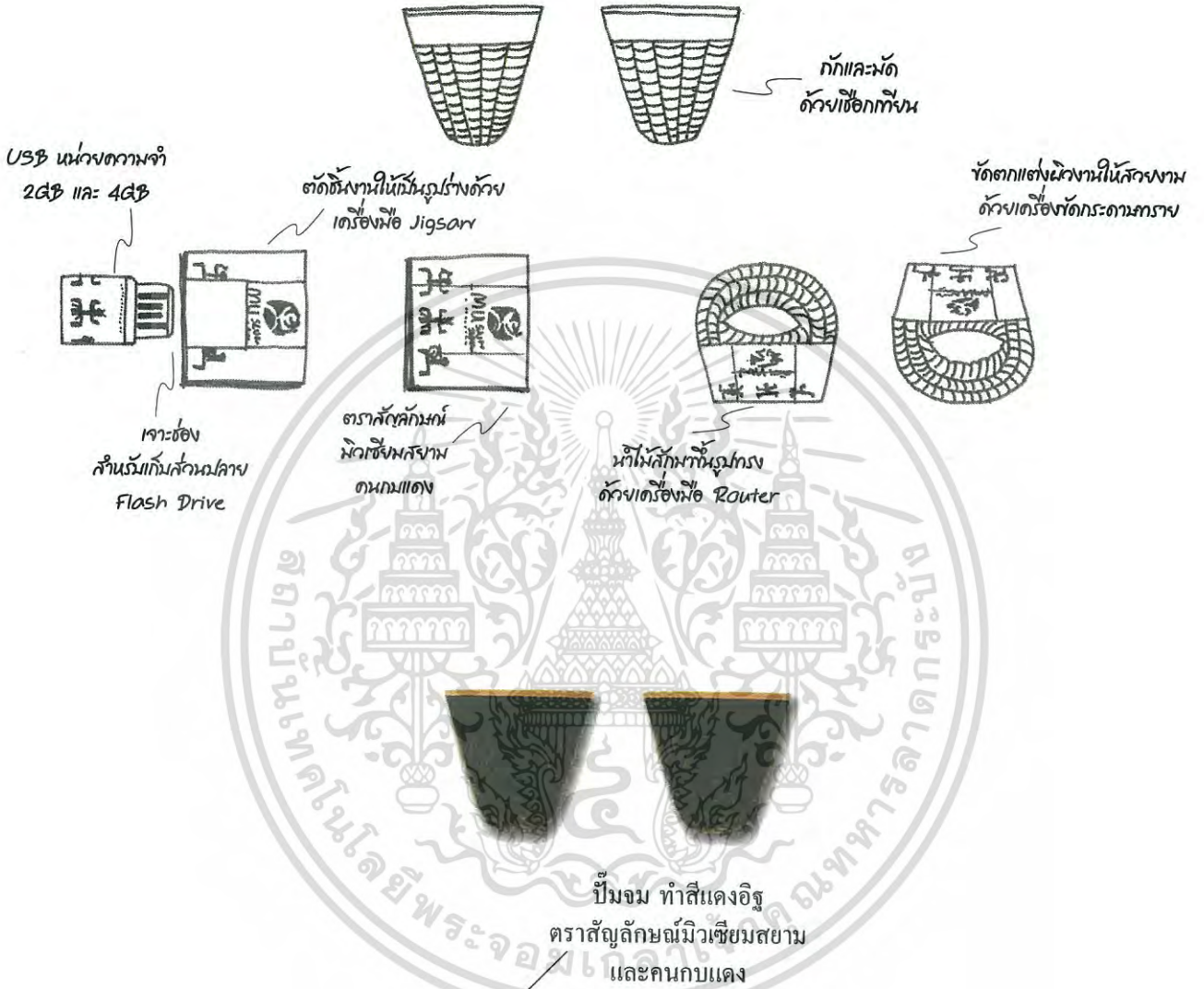
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) รองรับมือ/เท้าโยก ชุดสงขลานครินทร์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive) แนวงาน ยุทธศาสตร์แม่เหล็ก

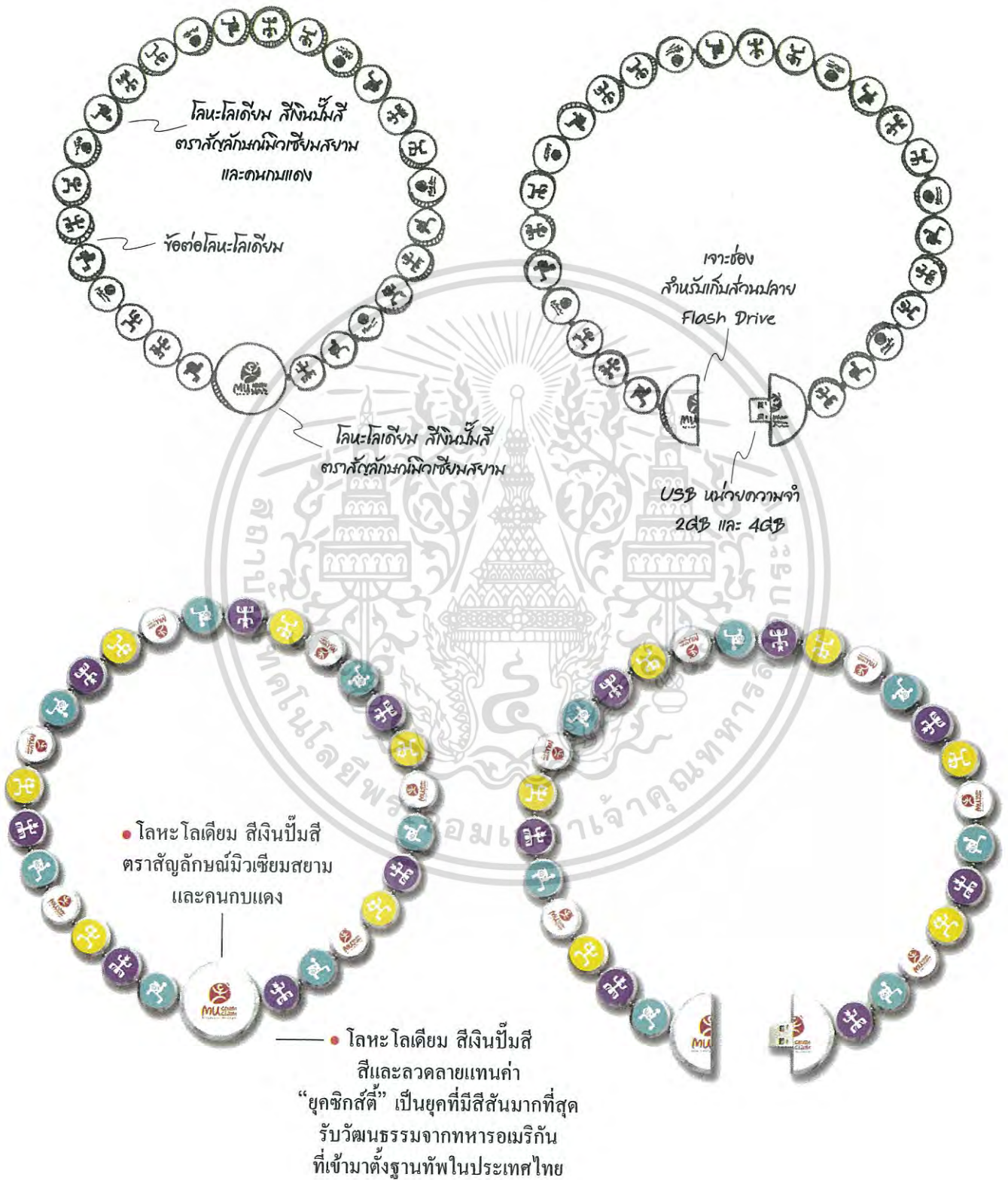


- เคลือบผิวด้วยน้ำยา เพื่อป้องกันยางไม้ (หากไม้ยังไม่แห้งสนิท) เคลือบด้วยน้ำยาวานิช ซ้ำอีก 2-3 ครั้ง

- วัสดุและสีที่ใช่แทนค่า ความเจริญรุ่งเรืองในยุคที่มีการติดต่อกับนานาชาติ การติดต่อกับนานาชาติ การติดต่อกับนานาชาติ จนถูกเรียกขานว่า "จุดนัดพบอารยธรรมโลก"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive)
สร้อยคอ ชุดประเทศไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive)
สร้อยข้อมือ/กำไล ขุนประเทศไทย



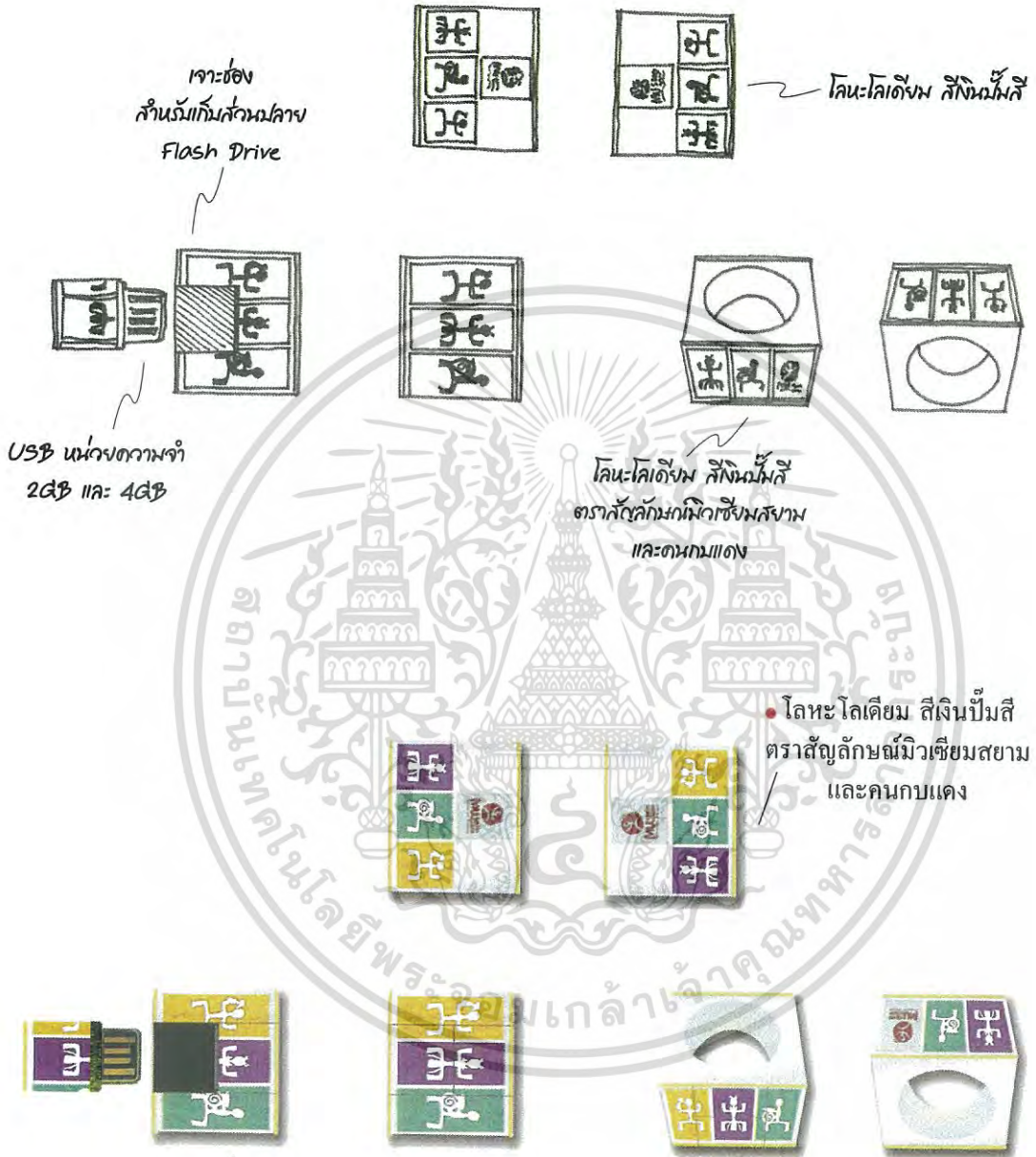
- โลหะโลเตียม สีเงินปัดสี
ตราสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยสยาม
และคณกบแดง



- โลหะโลเตียม สีเงินปัดสี
สีและลวดลายแทนคำ
“ยุคซิกส์ตี” เป็นยุคที่มีสีสันมากที่สุด
รับวัฒนธรรมจากทหารอเมริกัน
ที่เข้ามาตั้งฐานทัพในประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทแฟลชไดร์ (Flash Drive)
แนวณ ขุดประเทศไทย



เจาะช่อง
สำนรับเก็บส่วนกลาง
Flash Drive

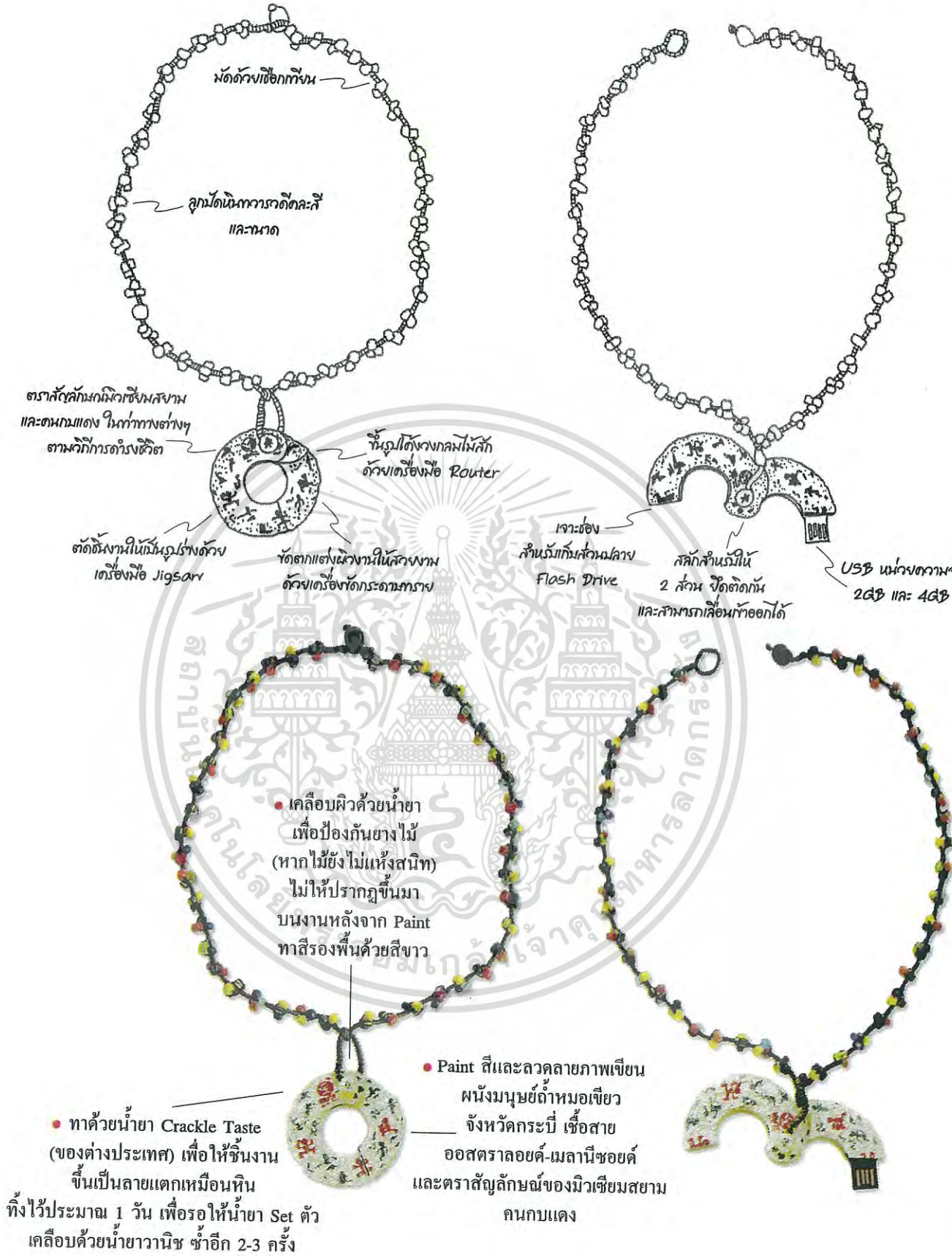
USB น่นวถควมจำ
2GB ๑๑: 4GB

โคะโคะไดร์ม สักหม่มสี่
ตราสัญลักษณ์นิเวศนิมสยาม
และถนนแดง

• โลหะโลเคียม สักหม่มสี่
ตราสัญลักษณ์นิเวศนิมสยาม
และถนนแดง

• โลหะโลเคียม สักหม่มสี่
สี่และลวดลายแทนคำ
“ยุคชีกส์ตี” เป็นยุคที่มีสี่สนมกที่สุด
รับวัฒนธรรมจากทหารอเมริกัน
ที่เข้ามาตั้งฐานทัพในประเทศไทย

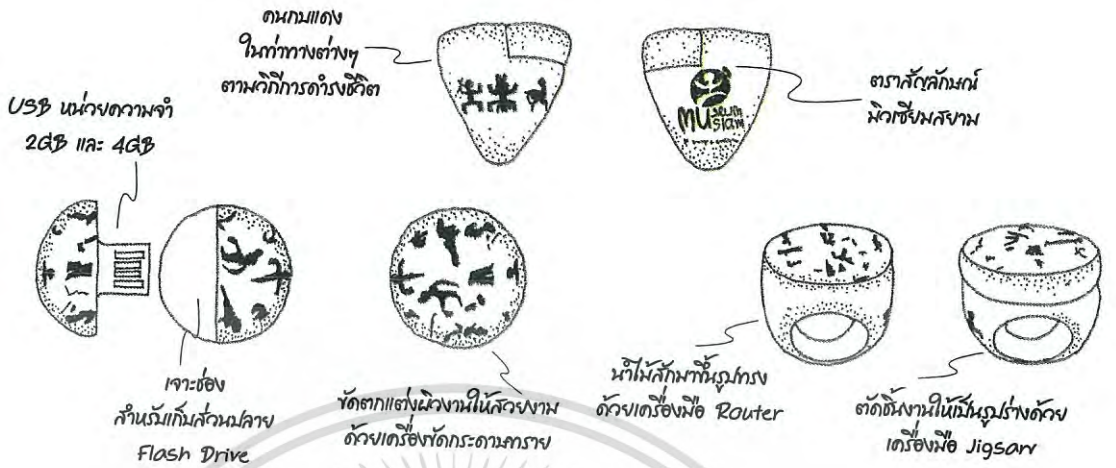
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



- เคลือบผิวด้วยน้ำยา เพื่อป้องกันยางไม้ (หากไม้ยังไม่แห้งสนิท) ไม่ให้ปรากฏขึ้นมา บนงานหลังจาก Paint ทาสีรองพื้นด้วยสีขาว

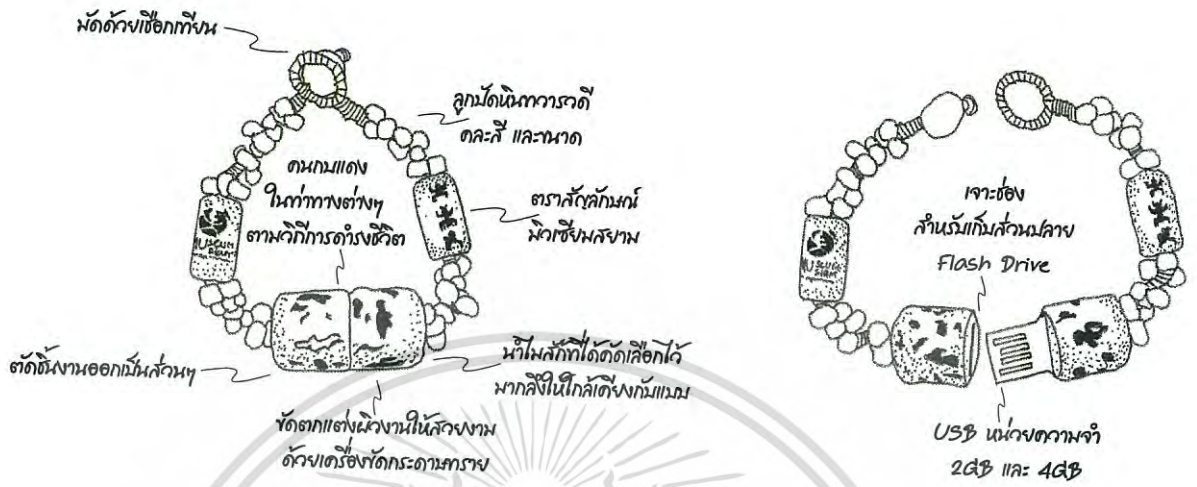
- ทาด้วยน้ำยา Crackle Taste (ของต่างประเทศ) เพื่อให้ชิ้นงาน ขึ้นเป็นลายแตกเหมือนหิน ทิ้งไว้ประมาณ 1 วัน เพื่อรอให้น้ำยา Set ตัว เคลือบด้วยน้ำยาวานิช ซ้ำอีก 2-3 ครั้ง

- Paint สีและลวดลายภาพเขียน ผืนงมมุนยต์ถ้าหมอเขียว จิ้งหวดกระบี่ เชื้อสาย ออสตราลอยด์-เมลานีซอชด์ และตราสัญลักษณ์ของมิวเซียมสยาม คนกบแดง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



- เคลือบผิวด้วยน้ำยา เพื่อป้องกันยางไม้ (หากไม่มีไม้แห้งสนิท) ไม่ให้ปรากฏขึ้นมา
- บนงานหลังจาก Paint ทาสีรองพื้นด้วยสีขาว

- ทำด้วยน้ำยา Crackle Taste (ของต่างประเทศ) เพื่อให้ชิ้นงาน ขึ้นเป็นลายแตกเหมือนหิน ทิ้งไว้ประมาณ 1 วัน เพื่อรอให้น้ำยา Set ตัว เคลือบด้วยน้ำยาวานิช ซ้ำอีก 2-3 ครั้ง

- Paint สีและลวดลายภาพเขียน ผืนผนังมนุษย์ถ้ำหมอเขี้ยว จังหวัดกระบี่ เชื้อสาย ออสตราลอยด์-เมลานีซอยด์ และตราสัญลักษณ์ของมิวเซียมสยาม คนกบแดง

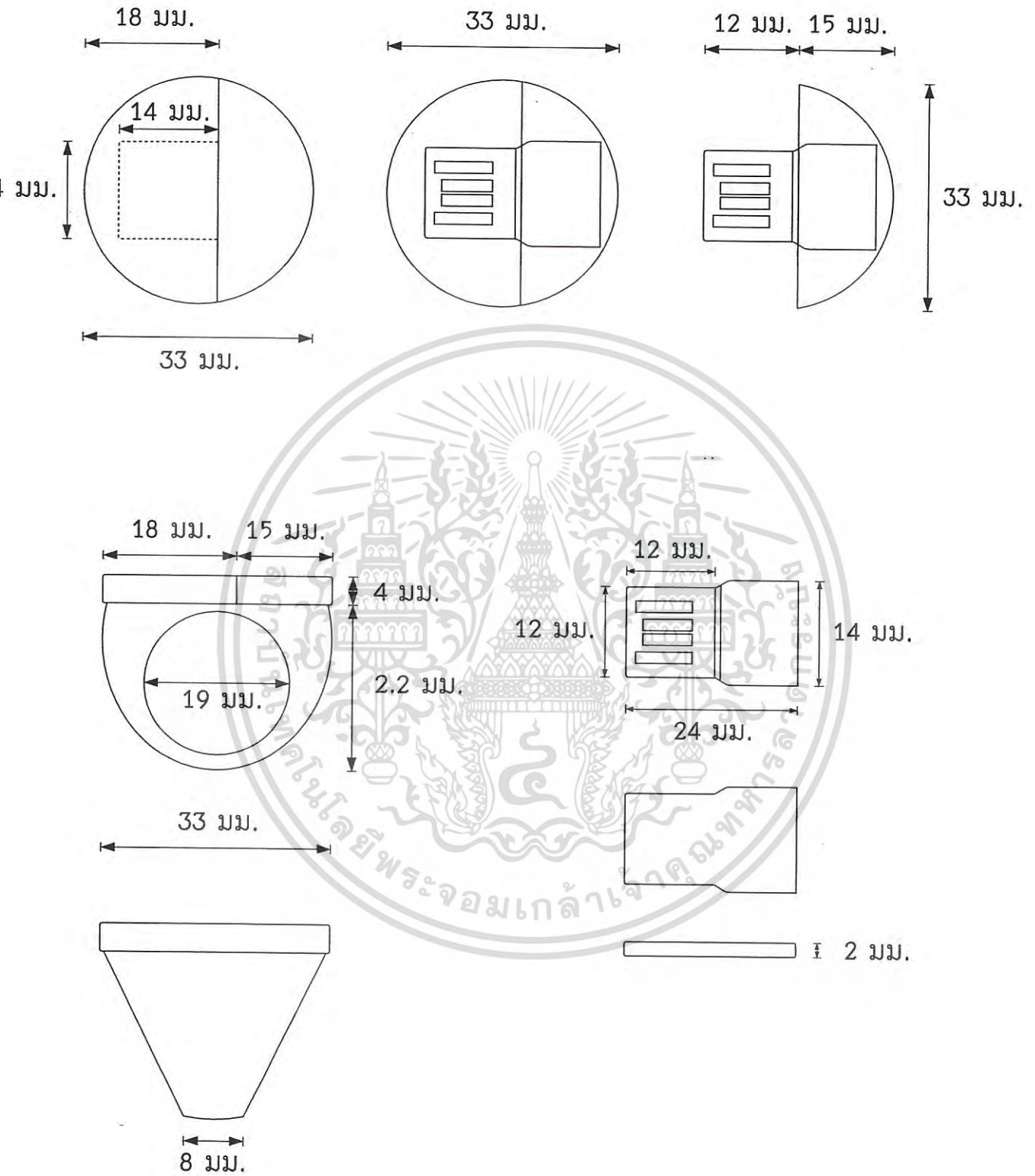
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



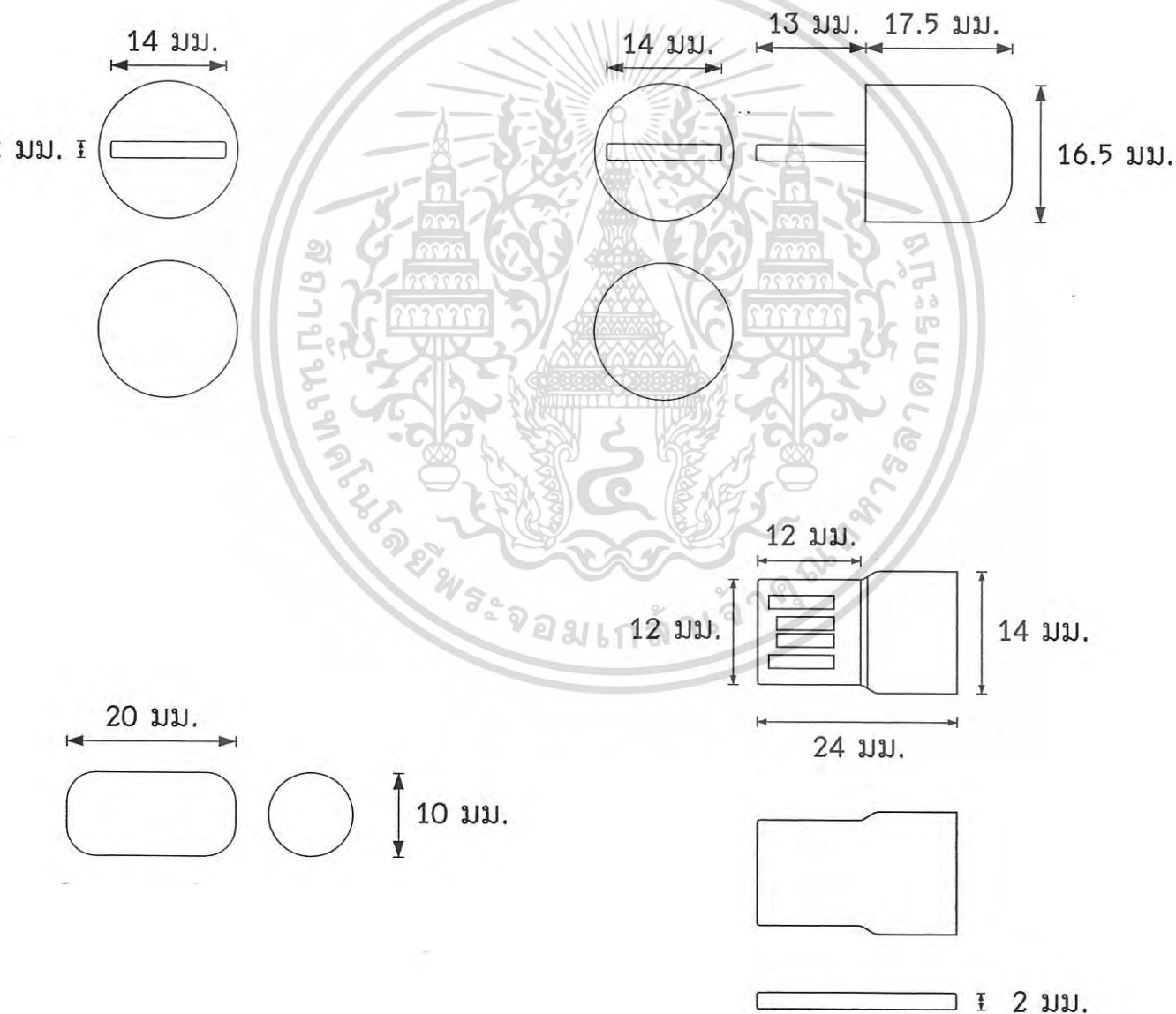
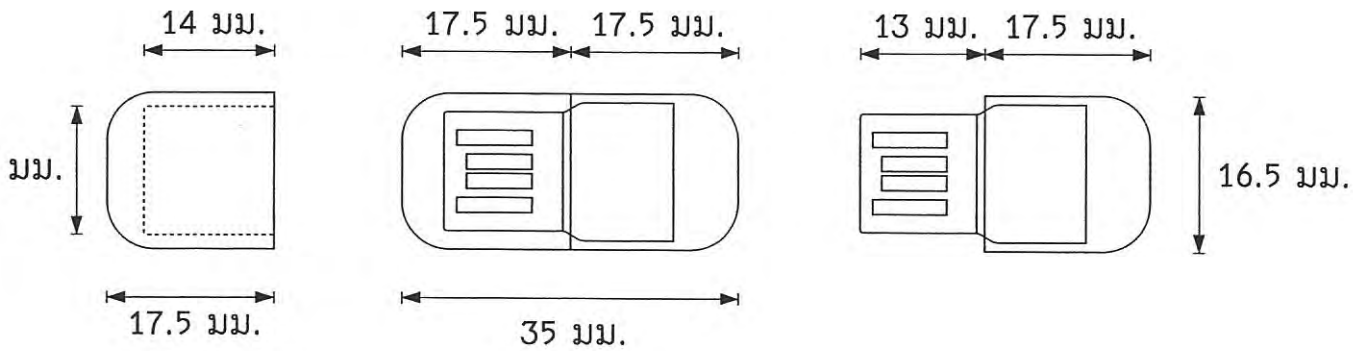
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



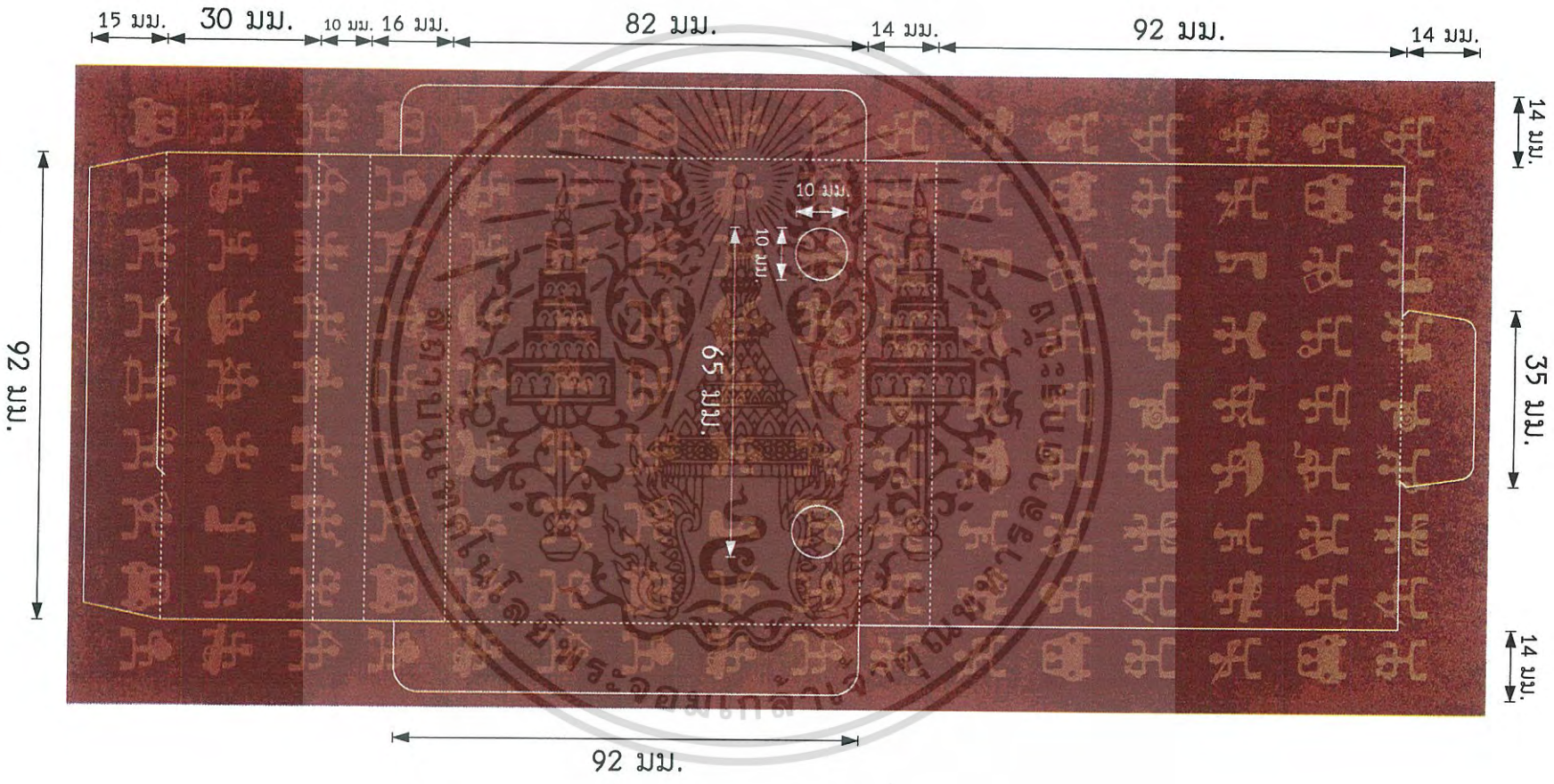
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

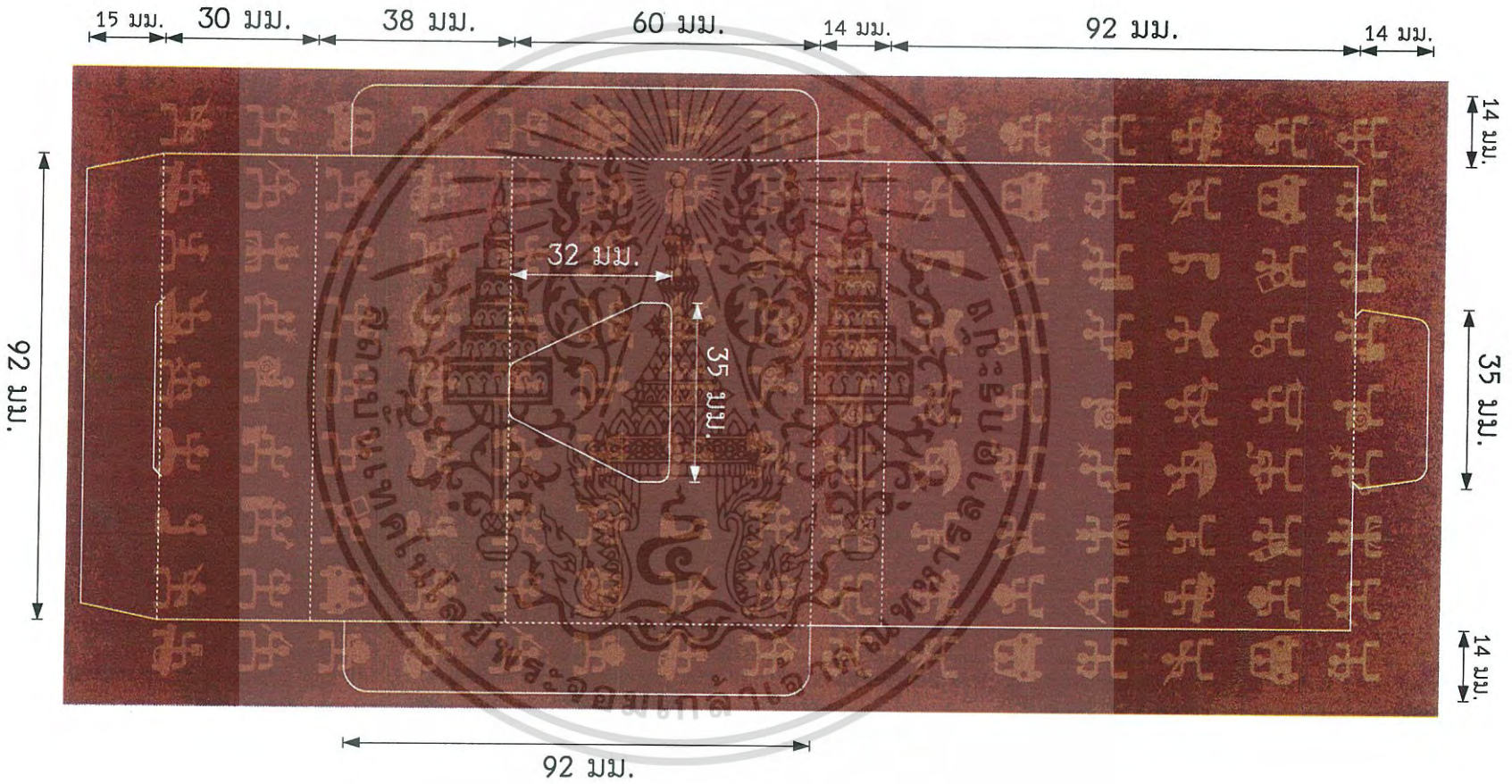


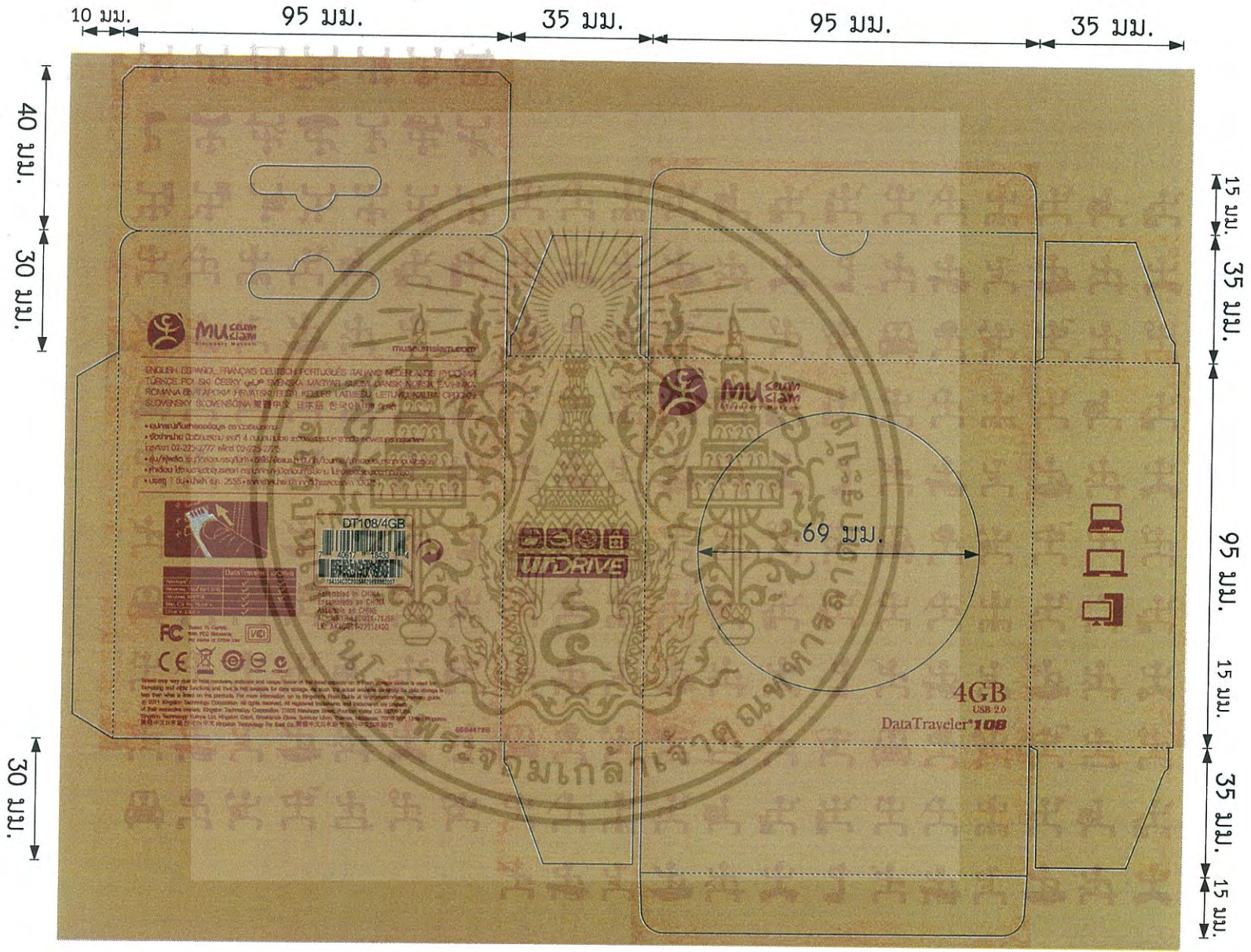
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

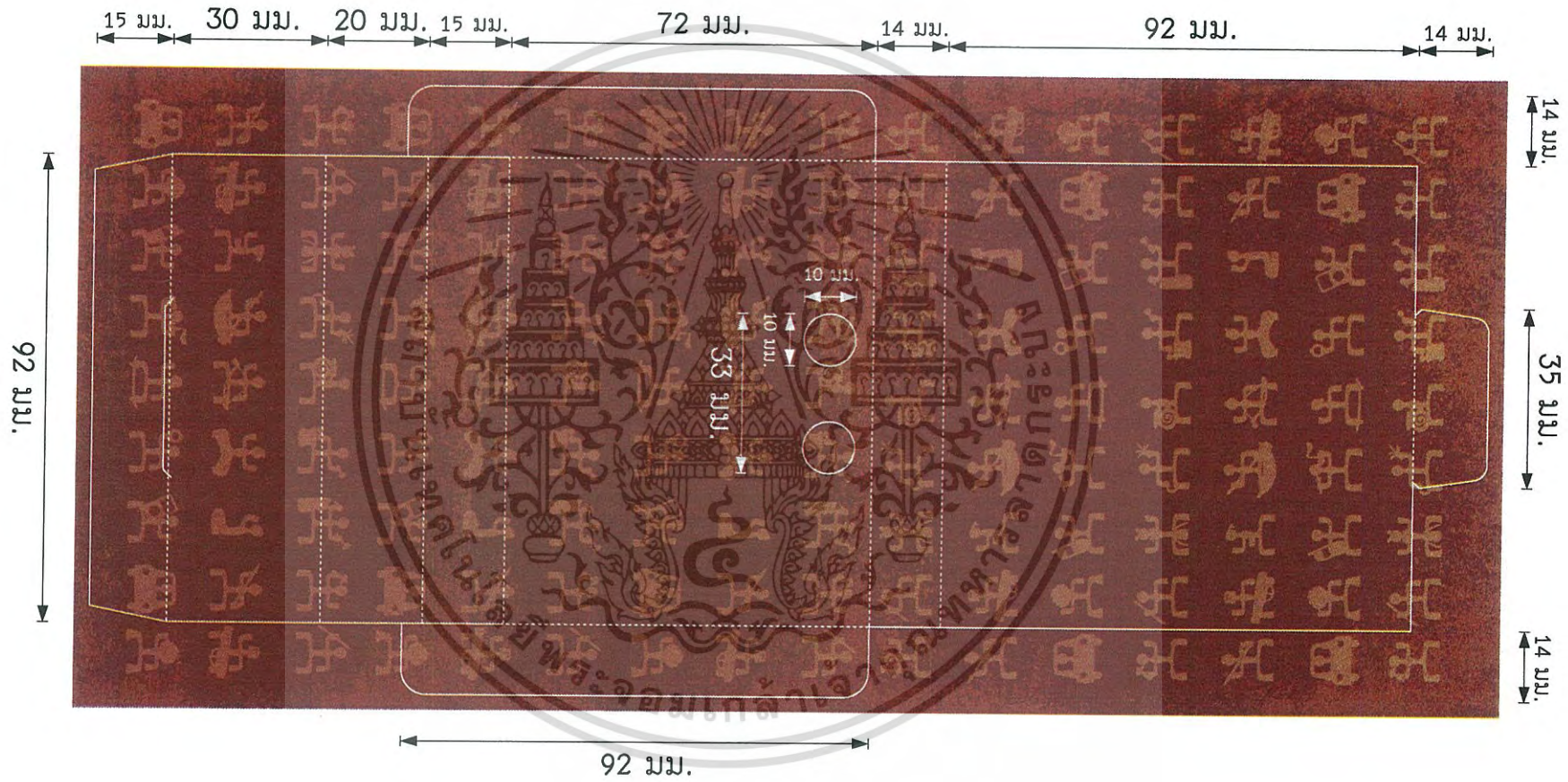


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้









ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	วิจิต การพันทา
วัน-เดือน-ปี เกิด	18 ตุลาคม 2511
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่ 412/44 ซอยจากรัฐันต์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400
ประวัติการศึกษา	
ปีการศึกษา 2542	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปกรรมศาสตร์ เอกออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ปีการศึกษา 2556	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2538-2543	ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน จำกัด (มหาชน) ส่วนโฆษณา ฝ่ายประชาสัมพันธ์
พ.ศ. 2544-2550	บริษัท OPTIMUM จำกัด ตำแหน่งโปรดิวเซอร์
พ.ศ. 2551-ปัจจุบัน	บริษัท ที. เค. เอส. เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ตำแหน่งครีเอทีฟ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้