

ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า
ห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี

STUDY AND DEVELOPMENT OF PRODUCTS FOR MASS MEDIA
REPRESENTATION OF HUAIKHAKHAENG WILDLIFE SANCTUARY
FROM UTHAITHANEE PROVINCE



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศศาสตร์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2554

KWITL-2011-ED-M-222-151

ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า
ห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี

STUDY AND DEVELOPMENT OF PRODUCTS FOR MASS MEDIA
REPRESENTATION OF HUAIKHAKHAENG WILDLIFE SANCTUARY
FROM UTHAITHANEE PROVINCE



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2554

KMITL-2011-ED-M-222-151

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**STUDY AND DEVELOPMENT OF PRODUCTS FOR MASS MEDIA
REPRESENTATION OF HUAIKHAKHAENG WILDLIFE SANCTUARY
FROM UTHAITHANEE PROVINCE**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL EDUCATION
IN INDUSTRIAL DESIGN TECHNOLOGY
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2011

KMITL-2011-ED-M-222-151

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2011

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง
จังหวัดอุทัยธานี

Study and Development of Products for Mass Media Representation of
Huaikhakhaeng Wildlife Sanctuary from Uthaitanee Province

นักศึกษา นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ

รหัสประจำตัว 51063601

ปริญญา ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชา เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.อุดมศักดิ์ สารินุตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.อภิศักดิ์ สินธุภัก

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์		ลายมือชื่อ
รศ.สถาพร	ดิบุญมี ณ ชุมแพ	
รศ.อุดมศักดิ์	สารินุตร	
ผศ.ดร.อภิศักดิ์	สินธุภัก	
ดร.จตุรงค์	เลาหะเพ็ญแสง	
ดร.เกรียงศักดิ์	เขียวมิ่ง	

วัน / เดือน / ปี ที่สอบ 18 พฤษภาคม 2554 เวลา 14.00 น. เป็นต้นไป

สถานที่สอบ ณ ห้อง ค 407 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมรับรองแล้ว



(รองศาสตราจารย์ พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

วันที่.....๒๗.....เดือน...พฤษภาคม.....พ.ศ. 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี
นักศึกษา	นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ
รหัสประจำตัว	51063601
ปริญญา	ครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา
สาขาวิชา	เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ.	2554
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ สิ้นทุภัก

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี และศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานีจำนวน 100 คน ซึ่งได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ และ เจ้าหน้าที่ภายในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งด้วยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 3 คน นำข้อมูลที่ได้มาสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อสร้างแบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและประเมินผลการออกแบบ จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาพัฒนาสร้างต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ สำหรับใช้ในการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่จำนวน 103 คน โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยสรุปว่า

1. ทราบถึงปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานีและสร้างสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 รูปแบบ ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ รูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.62$)
2. ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.39$) และผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.25$)

Thesis Title	Study and Development of Products for Mass Media Representation of Huaikhakhaeng Wildlife Sanctuary from Uthaitanee Province
Student	Miss Khunaman Buncharoen
Student ID.	51063601
Degree	Master of Science in Industrial Education
Program	Industrial Design Technology
Year	2011
Thesis Advisor	Associate Professor Udomsak Saributr
Thesis Co-Advisor	Assistant Professor Dr. Apisak Sindhuphak

ABSTRACT

The purposes of this research were to study and develop products to communicate the visual representation for tourist satisfaction towards the public relations for Huai Kha Khaeng Wildlife Sanctuary in Uthai Thani Province. Data collection was made from 100 Thai tourists through random sampling and additional 3 officers from Huai Kha Khaeng Wildlife Sanctuary with purposive sampling. This data was analyzed for creation of media models with regard toward public relations and were used as examination and assessment tools by selected design experts. The suggestions were then developed from the public relations and product prototypes for application in the assessment of the satisfaction of the group between the tourists and the officers and evaluated through data analysis with the percentage and arithmetic mean and standard deviation.

The conclusion of the research resulted as follow:

1. Determining the factors communicating the visual representation of Huai Kha Khaeng Province Wildlife Sanctuary in Uthai Thani and creation of public relations and product media of 3 models. The result of the assessment of the opinions of the experts Model No.3 was the most suitable at the highest level ($\bar{x}=4.62$).
2. The satisfaction of the officers and the tourists towards public relations media was at the high level of ($\bar{x}=4.39$) and at the high level of ($\bar{x}=4.25$) for the products.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิสิทธิ์ สิ้นธุภัก อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือ ให้กำลังใจและช่วยตรวจสอบ ตลอดจนการปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ จนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ สถาพร ศิริบุญมี ณ ชุมแพ อาจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง อาจารย์ ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์ - ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดพิบาล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม อาจารย์ ดร.ผดุงชัย-ภูพัฒน์ ที่ช่วยในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ และให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อให้วิทยานิพนธ์นี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ทุกท่าน ที่ประสิทธิประสาทความรู้ ตลอดจนข้อคิดต่างๆ อันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้า และแนวทางในการจัดทำวิทยานิพนธ์จนประสบความสำเร็จ

ขอขอบคุณ ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่สละเวลาในการประเมินงานวิจัยและให้คำแนะนำ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างสูง เพื่อการเก็บข้อมูล ผู้การวิเคราะห์ของงานวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ รองอธิบดีปฏิบัติราชการแทนอธิบดี กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ให้คำแนะนำ เอื้อเพื่อสถานที่

ขอขอบพระคุณเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี ให้ความอนุเคราะห์เอื้อเพื่อสถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่สาวผู้เป็นที่เคารพยิ่งที่ได้ให้ความรักและกำลังใจ ให้ความสนับสนุน และช่วยเหลือในทุกด้านตลอดมา

ขอขอบคุณผู้บริหารผู้เป็นที่เคารพยิ่งที่ให้โอกาส เพื่อนร่วมงานและบุคคลที่ผู้วิจัยไม่ได้กล่าวไว้ในที่นี้ ที่ให้การสนับสนุน ตลอดจนให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ และเป็นกำลังใจต่อผู้วิจัยมาโดยตลอด

ขอบคุณทุกอุปสรรค และคำแนะนำต่างๆ ที่เป็นแรงผลักดันให้เกิดการพัฒนาแก่ผู้วิจัย

คุณค่า และประโยชน์ใดๆ ที่เป็นผลจากวิทยานิพนธ์นี้ ผู้วิจัยขอบอบแต่ คุณพ่อ คุณแม่ บุพการีผู้มีคุณ และครูอุปชาอาจารย์ทุกท่าน ด้วยความรักและเคารพยิ่ง

คุณามัญ บุญเจริญ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง	VI
สารบัญภาพ.....	VII
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.5 นิยามคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการออกแบบ.....	5
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์.....	11
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	32
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร	44
2.5 พฤติกรรมความพึงพอใจ.....	50
2.6 เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี.....	53
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	67
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	69
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	69
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	71
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	73

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
3.4 วิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์	74
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	80
4.1 การศึกษาปัจจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	80
4.2 การศึกษาความพึงพอใจเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว.....	92
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	95
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	95
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	98
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	100
บรรณานุกรม	101
ภาคผนวก	104
ภาคผนวก ก. หนังสือราชการ.....	105
ภาคผนวก ข. ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม (IOC).....	121
ภาคผนวก ค. แบบสอบถามเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว.....	125
แบบประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์.....	132
แบบสอบถามความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว.....	141
ภาคผนวก ง ผู้เชี่ยวชาญประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์.....	143
เจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวประเมินความพึงพอใจ.....	146
แบบเพื่อการผลิต.....	156
ภาคผนวก จ. ขั้นตอนขออนุญาตกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช.....	163
ประวัติผู้เขียน	168

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 ขนาดกระดาษพิมพ์มาตรฐานชุดเอ (A-Series).....	31
ตารางที่ 2.2 แสดงขนาดงานพิมพ์ตามขนาดมาตรฐานสากล.....	31
ตารางที่ 2.3 ขนาดกระดาษพิมพ์มาตรฐานชุดบี (B-Series).....	32
ตารางที่ 2.4 ที่ตั้งและฟังก์ชันของหน่วยพิทักษ์ป่า.....	58
ตารางที่ 4.1 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบตัวอักษร.....	82
ตารางที่ 4.2 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสีที่สื่อถึงภาพลักษณ์.....	83
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าความเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การประเมินแบบสอบถาม เพื่อหาปัจจัยและแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์.....	83
ตารางที่ 4.4 แสดงค่าความเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลด้านการประเมิน สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 1 ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 ด้าน.....	86
ตารางที่ 4.5 แสดงค่าความเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลด้านการประเมิน สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 2 ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 ด้าน.....	88
ตารางที่ 4.6 แสดงค่าความเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลด้านการประเมิน สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 3 ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 ด้าน.....	90
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยผลของการประเมินแบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์และ ผลิตภัณฑ์จำนวน 3 รูปแบบ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยพิจารณารูปแบบที่มีความเหมาะสมและข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาพัฒนา สร้างต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์.....	91
ตารางที่ 4.8 แสดงข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์...	93
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าความเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลด้านความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง.....	94

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้.....	4
ภาพที่ 2.1 แสดงภาพแสดมปี 3 บาท.....	16
ภาพที่ 2.2 แสดงภาพโปสการ์ดริมแม่น้ำเจ้าพระยา.....	17
ภาพที่ 2.3 แสดงตัวอย่างโปสการ์ด.....	18
ภาพที่ 2.4 แสดงเสื้อยืดแบบ ไม่สกรีนกับแบบสกรีนลาย.....	34
ภาพที่ 2.5 แสดงเสื้อยืดที่นิยมสมัย	35
ภาพที่ 2.6 แสดงการพิมพ์โดยตรง	36
ภาพที่ 2.7 แสดงการพิมพ์ด้วยเครื่องดิจิทัล.....	37
ภาพที่ 2.8 แสดงสีสกรีนเสื้อ	38
ภาพที่ 2.9 แสดงสีสกรีนเสื้อ	39
ภาพที่ 2.10 แสดงตัวอักษรประดิษฐ์	41
ภาพที่ 2.11 สีขาวดำ	41
ภาพที่ 2.12 สีเอกรงค์.....	41
ภาพที่ 2.13 สีชั้นที่หนึ่ง.....	42
ภาพที่ 2.14 สีชั้นที่สอง.....	42
ภาพที่ 2.15 สีชั้นที่สาม.....	42
ภาพที่ 2.16 สีชั้นที่สี่.....	42
ภาพที่ 2.17 สีชั้นที่ห้า.....	43
ภาพที่ 2.18 สีใกล้เคียง	43
ภาพที่ 2.19 สีกลาง.....	43
ภาพที่ 2.20 สีใกล้เคียงของสีตรงข้าม.....	43
ภาพที่ 2.21 สัญลักษณ์ฆนัมรดกโลก.....	55
ภาพที่ 2.22 แสดงภาพเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง.....	56
ภาพที่ 2.23 แสดงภาพลำห้วยขาแข้งตอนใต้ บริเวณเขابันได.....	56
ภาพที่ 2.24 แสดงภาพควายป่า.....	57
ภาพที่ 2.25 แสดงภาพอนุสาวรีย์สี่บ นาคะเสถียร.....	57
ภาพที่ 2.26 แสดงรูปควายป่า.....	63

สารบัญภาพ(ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 2.27 อนุสาวรีย์สี่ปี นาคะเสถียร.....	66
ภาพที่ 2.28 บ้านพักสี่ปี นาคะเสถียร.....	66
ภาพที่ 3.1 แบบจำลองสี่ปีประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ	74
ภาพที่ 3.2 แบบจำลองสี่ปีประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ	75
ภาพที่ 3.3 แบบจำลองสี่ปีประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ	76
ภาพที่ 3.4 แบบจำลองสี่ปีประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ	77
ภาพที่ 3.5 ขั้นตอนการศึกษาและสร้างสี่ปีประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์.....	79
ภาพที่ 4.1 แสดงตัวอักษรแบบต่างๆ.....	81
ภาพที่ 4.2 แสดงชุดสี.....	82
ภาพที่ 4.3 แบบจำลองสี่ปีประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 1	85
ภาพที่ 4.4 แบบจำลองสี่ปีประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 2	87
ภาพที่ 4.5 แบบจำลองสี่ปีประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 3	89
ภาพที่ 4.6 ต้นแบบสี่ปีประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาปรับปรุงตาม ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ.....	92
ภาพที่ 5.1 สี่ปีประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์.....	99

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสถานการณ์ปัจจุบันป่าไม้ซึ่งเป็นทรัพยากรอันมีค่ายิ่งของประเทศได้ถูกทำลายจนเหลือน้อยมาก เมื่อเทียบกับความเหมาะสมที่จะต้องรักษาป่าไม้ดั้งเดิม ทั้งนี้เพื่อให้ป่าไม้เอื้ออำนวยประโยชน์อยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อสภาวะคุณธรรมชาติ สาเหตุที่ป่าไม้ถูกทำลายก็เนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของประชากรทำให้ความต้องการที่ทำกินเพิ่มมากขึ้น มีการโยกย้ายถิ่นเพื่อหาแหล่งทำมาหากินใหม่ การพัฒนาประเทศทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ตามรูปแบบของประเทศที่เจริญแล้ว (ทางวัตถุ) มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้โดยไม่คำนึงถึงการสูญเสียทรัพยากรพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต เมื่อป่าไม้ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยแหล่งทำกินตามธรรมชาติสัตว์ป่าลดลง ทำให้ปริมาณสัตว์ป่าแต่ละชนิดลดลงไปด้วย นอกจากแหล่งที่อยู่อาศัยลดลงแล้ว สัตว์ป่ายังถูกล่าทิ้งจับเป็นและจับตาย เพื่อนำมาค้าขายอย่างผิดกฎหมาย หรือ เพื่อความพึงพอใจต่อการล่าสัตว์ป่าที่ไม่มีทางต่อสู้จนสัตว์ป่าบางชนิดถูกล่าจนสูญพันธุ์ไป (สืบ นาคะเสถียร, 2330 : 1)

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งเป็นผืนป่าอนุรักษ์สัตว์ป่าที่อยู่ในจังหวัดอุทัยธานี ได้รับการจดทะเบียนเป็นมรดกโลกจากองค์การยูเนสโก ในการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกของยูเนสโก เดือนธันวาคม พ.ศ. 2534 เป็นสถานที่แห่งแรกของประเทศไทยและของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ได้เป็นมรดกโลก มีความหลากหลายของธรรมชาติรวมถึงสัตว์ป่าที่หายากและใกล้สูญพันธุ์ และท่านหัวหน้าสืบ นาคะเสถียร ผู้แสวงหาความเป็นธรรมในสังคม ทั้งนี้เพราะว่า ยามที่ยังมีชีวิตอยู่ หัวหน้าสืบ มิได้เป็นเพียงข้าราชการอาชีพที่มีภาระงานเกี่ยวกับการพิทักษ์ป่าและสัตว์ป่าเท่านั้น หากเป็นบุคคลสำคัญของขบวนการอนุรักษ์ธรรมชาติในประเทศไทยเป็นผู้ที่เคยต่อสู้เพื่อปกป้องรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็ป่าไม้หรือสัตว์ป่า โดยไม่คำนึงถึงภัยอันตรายใดๆ (มูลนิธิสืบ นาคะเสถียร) เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชมชมภายในจุดที่ปลอดภัยไม่กระทบกระเทือนต่อสัตว์ป่า เพราะพื้นที่นี้จัดเป็นเขตอนุรักษ์และมีความอ่อนไหวสูง การที่มีนักท่องเที่ยวมากเข้าไปอาจก่อให้เกิดปัญหาความไม่สมดุลของระบบนิเวศได้ เพื่อไม่ให้เป็นการบุกรุกในสถานที่อาศัยของสัตว์ป่าการท่องเที่ยวจะดำเนินได้อย่างถูกต้องนั้นต้องเข้าใจให้ลึกซึ้งว่าทรัพยากรป่าไม้นั้นเป็นสถานที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งป่าไม้เป็นต้นน้ำลำธารที่ให้ความชุ่มฉ่ำต่อแผ่นดิน และมีสัตว์เพื่อช่วยในการขยายพันธุ์และสร้างความสมดุลให้กับธรรมชาติ ส่วนสัตว์ป่านั้นก็ต้องมีแหล่งอาหารและที่อยู่อาศัย จึงกล่าวได้ว่าป่าไม้ สัตว์ป่า และมนุษย์ มีความสัมพันธ์กันอย่างละเอียดลึกซึ้งจนไม่สามารถขาดส่วนใดส่วน

หนึ่งไปได้ (มรดกไทย มรดกโลก คุณค่าและความหมาย เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ - ห้วยขาแข้ง, 2551:1)

ภาพลักษณ์ เป็นภาพที่เกิดจากความคิดเห็น ความรู้สึก ความประทับใจ ที่นักท่องเที่ยวมี ต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ ไม่ได้เป็นสิ่งที่สร้างภาพลักษณ์องค์กร แต่เป็นเพียงสิ่งยั เตือนให้ระลึกถึงภาพลักษณ์องค์กรเท่านั้น (สมิตรา ศรีวิบูลย์, 2547:25 อ้างถึงใน De Neve, 1992:3) ผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายทั่วไปนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทางเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งไม่ได้เป็นผู้ผลิตแต่เป็นของผู้ค้าปลีกที่ผลิตมาเพื่อสำหรับเป็นของที่ระลึกจำหน่ายบริเวณร้านค้าของฝาก ประจำจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งภายในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี ไม่สนับสนุน ให้จำหน่ายสินค้าทุกชนิด และไม่มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจครั้งมาท่องเที่ยว สถานที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งสำหรับแก่นักท่องเที่ยวเป็นของที่ระลึก ขาดสื่อ- ประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี การออกแบบผลิตภัณฑ์ขาดการวิจัยจากและสอบถามความคิดเห็นจากเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว ที่มีต่อเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง รวมถึงสิ่งที่เจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนาใน ด้านสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์อย่างแท้จริง การสื่อถึงภาพลักษณ์มีหลาย วิธี การวิจัยด้านภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี เป็นอีกวิธีที่สามารถ ช่วยให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ให้อย่างสอดคล้องกับภาพลักษณ์เขตรักษา พันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

จากสาเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ทำให้ผู้วิจัยเกิดแนวคิดมุ่งเน้นที่จะสร้างสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความคิดเห็น ความรู้สึกที่ดีและประทับใจจากสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ โดยเป็นตัวแทนในการวิจัยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ กับรูปแบบที่นำเสนอ และกลายเป็นสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษา พันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งที่ชัดเจนในที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขา- แข็ง จังหวัดอุทัยธานี

1.2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และ ผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วยกรอบแนวคิดที่สอดคล้องกับงานวิจัย ดังต่อไปนี้

1.3.1 การศึกษาปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์

การศึกษาปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิด ข้อมำหนดและหลักเกณฑ์การพิจารณาเป็นแหล่งมรดกโลกทางธรรมชาติ คณะกรรมการมรดกโลก ชานินทร์ เลิศนครินทร์ (2534:15) ดังนี้

1.3.1.1 มีธรรมชาติที่บริสุทธิ์

1.3.1.2 เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าที่หายากใกล้สูญพันธุ์

1.3.1.3 มีความหลากหลายของสภาพแวดล้อม

1.3.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิด Jewler and Bonnie (1998:139)

1.3.2.1 ดึงดูดความสนใจได้

1.3.2.2 ทำความเข้าใจได้ง่าย

1.3.2.3 สามารถจดจำข้อมูลได้

1.3.2.4 ข้อมูลมีคุณค่าและมีประโยชน์

1.3.3 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยได้ใช้กรอบการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แนวคิด เสรี วงษ์มณฑา (2542:292)

1.3.3.1 เสนอเรื่องราวด้วยภาพได้สอดคล้องกับปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์

1.3.3.2 สร้างการจดจำและประทับใจที่ดี

1.3.3.3 เข้าใจได้ง่ายต่อภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง

1.3.3.4 สื่อสารแพร่กระจายส่งข้อความผ่านทางไปรษณีย์ได้

1.3.4 การสอบถามความพึงพอใจสำหรับเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ และผลิตภัณฑ์

1.3.4.1 การสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้แนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2542:292) เป็นกรอบในการสอบถามความพึง-พอใจ ประกอบด้วย

1) ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา

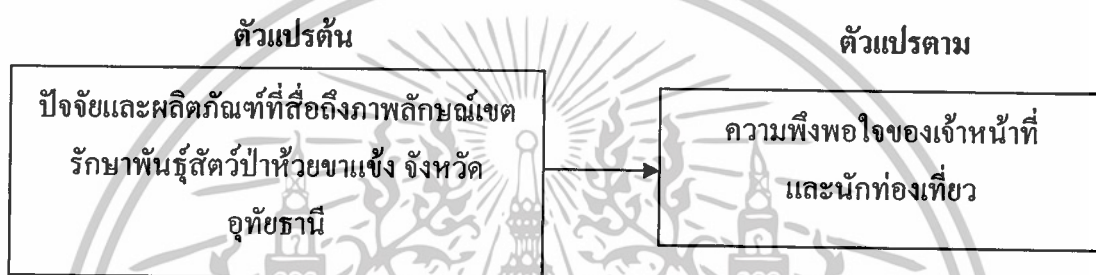
2) สื่มีความสอดคล้องประสมประสานอย่างกลมกลืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 3) การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย
- 4) มีความชัดเจนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร

1.3.4.2 การสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดของ Jewler and Bonnie (1998:139) เป็นกรอบการศึกษาความพึงพอใจด้านต่างๆ ประกอบด้วย

- 1) ดึงดูดความสนใจต่อกลุ่มนักท่องเที่ยว
- 2) สื่อความหมายได้สอดคล้องกับปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์
- 3) นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำภาพลักษณ์ได้
- 4) ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ทางการค้าการใช้สอยได้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาโครงการครั้งนี้มุ่งศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง โดยทำการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.1.1 ขั้นตอนการศึกษาปัจจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์

- 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ เจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวชาวไทย ภายในอำเภอลานสักจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 103 คน
- 2) กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวชาวไทย ภายในอำเภอลานสักจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าหน้าที่ผู้วิจัย เลือกวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 3 คน กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย เลือกวิธีการเก็บกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 100 คน รวม 103 คน

1.4.1.2 ขั้นตอนการศึกษาความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) แหล่งข้อมูล คือ เจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวยชาวไทย ภายในอำเภอถานสัก จังหวัดอุทัยธานี เก็บข้อมูลจากเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2553 – มกราคม พ.ศ. 2554 ซึ่งแหล่งข้อมูลที่เป็นเจ้าหน้าที่ผู้วิจัย เลือกวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 3 คน แหล่งข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย เลือกวิธีการหาแหล่งข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 100 คน รวม 103 คน

2) กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวยชาวไทย ภายในอำเภอถานสัก จังหวัดอุทัยธานี จำนวน 103 คน

1.4.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาข้อมูล

1.4.2.1 ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์และผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี

1.4.2.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวยที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการออกแบบ

1.5.1 ปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์ หมายถึง ธรรมชาติ สัตว์ป่าและสภาพแวดล้อมของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี

1.5.2 ภาพลักษณ์ หมายถึง เป็นภาพที่เกิดจากความคิดเห็น ความประทับใจ ความรู้สึก ที่ปรากฏต่อนักท่องเที่ยวผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ ไม่ได้เป็นสิ่งสร้างภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง แต่เป็นเพียงสิ่งย้ำเตือนให้ระลึกถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งเท่านั้น

1.5.3 เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า หมายถึง เป็นพื้นที่ที่กำหนดขึ้นเพื่อให้เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าโดยปลอดภัย เพื่อให้สัตว์ป่าในพื้นที่ดังกล่าวจะได้มีโอกาสสืบพันธุ์และขยายพันธุ์ตามธรรมชาติได้มากขึ้นและทำให้สัตว์ป่าบางส่วนมีโอกาสกระจายพันธุ์ออกไปในท้องที่แหล่งอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียงกับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

1.5.4 สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง โปสเตอร์, แผ่นปลิวหรือใบปลิว, แผ่นพับ, แผ่นป้ายหนังสือ, ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง

1.5.5 ผลิตภัณฑ์ หมายถึง เสื้อกรีนลวดลาย, งานหล่อเรซิน, งานเปเปอร์มาเช่, ตุ๊กตามาสคอตต์, พวงกุญแจที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง

1.5.6 ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวย หมายถึง ความพึงพอใจในคุณลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งมีส่วนช่วยสร้างความประทับใจความทรงจำแก่นักท่องเที่ยวย

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.6.1 ได้ทราบถึงปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

1.6.2 ได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว จากการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่ออุทยานแห่งชาติเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ ดังนี้

1.6.3 ทางเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี มีผลิตภัณฑ์ที่สามารถแจกโดยไม่จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งได้

1.6.4 สามารถนำแนวทางการออกแบบไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ โดยพัฒนาต่อจากรูปแบบเดิมที่ผู้วิจัยได้พัฒนาแล้ว นำไปพัฒนาต่อเพื่อเป็นภาพลักษณ์ให้เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ได้แจกแก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าได้

1.6.5 ผลการอภิปรายศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี มีประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ ได้ศึกษาพัฒนาต่อไป

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินงานวิจัยการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเพื่อประกอบในการศึกษาจากข้อมูลภาคเอกสาร นิคมสาร วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้นำมาประกอบในวิจัยโดยนำเสนอตามลำดับ

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร
- 2.5 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.6 เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ศศิยาพร จารุมณีรัตน์,ศิริชัย ศิลปะอาษา. (2548:15) ความคิดอ่านและมุมมองที่บุคคลมีต่อสภาพแวดล้อมรอบตัว สร้างขึ้นจากประสบการณ์การเรียนรู้ ความรู้สึก ความเข้าใจ ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าวนี้ ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่มีต่อโลกและสิ่งรอบตัว ภาพลักษณ์มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อความรู้สึก ก่อให้เกิดแรงจูงใจให้กระทำการบางอย่างใดอย่างหนึ่ง นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งในการท่องเที่ยว

William Golden อ้างใน De Neve. (1992:3) ภาพลักษณ์องค์กร คือ ภาพที่ปรากฏต่อสาธารณชนผ่านทางผลิตภัณฑ์ นโยบาย การโฆษณา ฯลฯ เครื่องหมายการค้า มิได้เป็นสิ่งที่สร้างภาพลักษณ์องค์กรแต่เป็นเพียงสิ่งย้าเตือนให้ระลึกถึงภาพลักษณ์องค์กรเท่านั้น

จากแนวคิด ดังกล่าว สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์องค์กร คือ ภาพขององค์กรในลักษณะที่เป็นนามธรรม เมื่อเกิดขึ้นในใจนักท่องเที่ยวแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยาก เพราะ ภาพลักษณ์เป็นจุดขายหลัก ซึ่งมักนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ เช่น ภาพของสถานที่ ผู้คน การคมนาคมขนส่ง การเดินทาง และความสวยงาม ของสถานที่เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่นั้นและภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นเอง จัดเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1 ภาพลักษณ์เกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะ คือ

2.1.1.1 ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติตามสภาพแวดล้อม โดยที่สถาบันหรือองค์กร ไม่ได้ดำเนินการใดๆ

2.1.1.2 ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ตามที่ตั้งสถาบันหรือองค์กรต้องการจะให้

2.1.2 ความสำคัญของภาพลักษณ์ในงานด้านประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินงานของสถาบันและองค์กรให้ประสบผลสำเร็จ ซึ่งวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นเป็นสิ่งที่ต้องใช้กลยุทธ์ตลอดจนยุทธวิธีรวมถึงการกำหนดแผนการที่ชัดเจน และมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกที่ดี ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถทำได้ภายในระยะเวลาอันสั้น สำหรับความสำคัญของภาพลักษณ์ในงานประชาสัมพันธ์ คือ การใช้ภาพลักษณ์ เป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพราะภาพลักษณ์เป็นพื้นฐานทางความคิดที่คนมีต่อสถาบัน ดร.เสรี วงษ์มณฑา.(2542) กล่าวถึง ความสำคัญของภาพลักษณ์ไว้ 2 ประเด็น คือ

2.1.2.1 ความสำคัญในด้านจิตวิทยา ถ้าบุคคลนั้นมีภาพลักษณ์เชิงบวกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดแล้ว จะมีแนวโน้มแสดงพฤติกรรมเชิงบวกต่อสิ่งนั้นเช่นกัน

2.1.2.2 ความสำคัญในด้านธุรกิจ ภาพลักษณ์ในด้านนี้ถือว่าเป็นคุณค่าเพิ่มที่มีให้กับสินค้าหรือบริการ และสถาบัน องค์กร ซึ่งเป็นผลประโยชน์เชิงจิตวิทยาที่มีอยู่ในตัวสินค้า

2.1.3 หลักสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถาบัน องค์กร หรือหน่วยงานนั้น นักประชาสัมพันธ์ควรยึดถือหลักดังต่อไปนี้

2.1.3.1 ค้นหา จุดดีเด่นและจุดบกพร่องหรือจุดอ่อนแห่งภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน ซึ่งเป็นการศึกษาวิเคราะห์เพื่อหาจุดทางและการวางแผนการดำเนินงานในขั้นตอนต่อไป

2.1.3.2 วางแผน วางแผนและกำหนดขอบเขตแห่งภาพลักษณ์ที่สถาบัน องค์กร ต้องการ จะสร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยการตั้งคำถามว่า สถาบัน องค์กร คือใคร

2.1.3.3 กำหนดหัวข้อ คิดหัวข้อต่างๆ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชน ซึ่งหัวข้อเหล่านี้ คือ เนื้อหา ข่าวสาร ที่เราจะใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ หัวข้อเหล่านี้อาจใช้เป็นคำขวัญ หรือข้อความสั้นๆ ที่กินใจ และชวนให้จดจำได้ง่าย

2.1.3.4 ทำการสื่อสาร เลือกใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ เข้าช่วยในการดำเนินงาน สร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เข้าถึงประชาชนเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งอาจใช้สื่อมวลชนต่างๆ

2.1.4 ประเภทของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์สามารถจำแนกออกเป็นประเภทสำคัญๆ ได้ 4 ประเภท ดังนี้

2.1.4.1 ภาพลักษณ์ของบริษัท คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อ บริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง ภาพลักษณ์ดังกล่าวจะหมายรวมไปถึงด้านการบริหาร หรือการจัดการบริษัทแห่งนั้น รวมถึงสินค้า

2.1.4.2 ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของ ประชาชนที่มีต่อสถาบัน หรือองค์กร ซึ่งโดยมากมักจะเน้นไปทางด้านตัวสถาบัน หรือองค์กรเพียง อย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการ

2.1.4.3 ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชน ที่มีต่อสินค้าหรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวสถาบัน หรือองค์กร

2.1.4.4 ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของ ประชาชนที่มีต่อสินค้านั้นหรือตราใดตราหนึ่งหรือเครื่องหมายการค้าใดเครื่องหมายการค้า

2.1.5 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์

2.1.5.1 พฤติกรรมการกระทำการแสดงออกในทางที่ดีของสถาบัน หน่วยงาน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ พนักงาน ก็จะเกิดภาพลักษณ์ที่ดี

2.1.5.2 การสร้างสรรค์ ความซื่อสัตย์ สุจริต ไม่คดโกง ไม่ปลอมปน ไม่โกหก หลอกลวง ให้ประชาชนหลงผิด เกิดความเชื่อถือ การหลอกลวงทำให้เสื่อมศรัทธาของประชาชน

2.1.7.3 การเข้ามามีส่วนร่วม มีบทบาทในการสร้างสรรค์ เสริมสร้าง ปรับปรุง แก้ไข ปัญหาสังคม การเสียดสีของหน่วยงานผู้บริหาร หรือพนักงานต่อสังคมส่วนรวม

2.1.7.4 การพิสูจน์ความจริง ข้อเท็จจริงให้ประจักษ์ต่อสังคม ถึงความถูกต้อง การ ให้บริการที่ดี

2.1.7.5 การประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่มากเกินไปรวมถึงขาดศรัทธาที่ดี จะทำให้เสียภาพลักษณ์

2.1.6 ลักษณะภาพลักษณ์

2.1.6.1 ภาพลักษณ์เปลี่ยนแปลงได้ตามเหตุการณ์การกระทำที่เกิดขึ้น ตามท่าที ความรู้สึก และทัศนคติของประชาชนในขณะนั้นที่มีต่อหน่วยงาน

2.1.6.2 ภาพลักษณ์ที่เสียไปแล้วมักแก้ไขได้ยาก และจะติดต่อบีบคดจากผู้รับ มอบกิจการ การดำเนินการต่อไปได้ทั้งทางที่ดีและไม่ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.6.3 ภาพลักษณ์ที่เป็นนามธรรมเกิดจากการเผยแพร่โฆษณาจะเกิดขึ้นเร็วและสลายได้เร็ว แต่ภาพลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม เช่น การกระทำ การบริการแก่สังคม การสร้างสาธารณประโยชน์ที่เป็นวัตถุสิ่งของ จะเป็นภาพลักษณ์ที่คงทนถาวร

2.1.6.4 ภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยถาวร เช่น ข่าวลือ การให้ร้ายป้ายสี ถ้าพิสูจน์ความจริงชี้แจงข้อเท็จจริง และการประพฤติปฏิบัติดีมาแต่หนหลัง ก็จะช่วยให้ภาพลักษณ์ประเภทนี้สลายไปรวดเร็ว

2.1.7 ส่วนประกอบของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ที่ดีและไม่ดีอาจเกิดขึ้นจากหลายสิ่งหลายอย่างขององค์กร เช่น

2.1.7.1 พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ พนักงาน

2.1.7.2 บทบาทในสังคมขององค์กรและของพนักงาน การพูด การเผยแพร่

2.1.7.3 อาคารสถานที่ ใช้อำ สะอาด สกปรก

2.1.7.4 สินค้า ตรา เครื่องหมาย

2.1.7.5 การบริการ สะดวก เร็ว ช้า

2.1.7.6 การมุ่งมั่นทำความดี มีคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง ไม่ทอดทิ้ง

2.1.8 กลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์

2.1.8.1 สร้างให้ประชาชนยอมรับและเห็นด้วย

2.1.8.2 ปรับปรุงองค์กรในเรื่องการจัดการทั้งหมด

2.1.8.3 การวางเป้าหมายการตลาดล่วงหน้า เพื่อสนับสนุนการขายผลิตภัณฑ์

2.1.8.4 การเข้าไปมีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อม

2.1.8.5 การสร้างสถาบันให้มีตำแหน่งที่ดีขึ้น

2.1.8.6 คึงดูใจลูกค้าที่มีคุณภาพในขณะที่เดียวกับที่ให้ความร่วมมือกับชุมชน

2.1.9 องค์ประกอบของภาพลักษณ์

2.1.9.1 องค์ประกอบเชิงการรับรู้ เป็นสิ่งที่บุคคลได้จากการสังเกตโดยตรง แล้วนำสิ่งนั้นไปสู่การรับรู้ สิ่งที่ถูกรับรู้นี้อาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์

2.1.9.2 องค์ประกอบเชิงความรู้ ได้แก่ ส่วนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะ ประเภท ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตและรับรู้

2.1.9.3 องค์ประกอบเชิงความรู้สึก ได้แก่ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อาจเป็นความรู้สึกผูกพันยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

2.1.9.4 องค์ประกอบเชิงการกระทำ เป็นความมุ่งหมายหรือเจตนาที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้น

2.1.10 ภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี

ด้านคุณลักษณะที่โดดเด่นของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี คณะกรรมการมรดกโลก องค์การศึกษาวិทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ประกาศให้พื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวรเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ เมื่อวันที่ 9 – 13 ธันวาคม พ.ศ. 2534 ประเทศญี่ปุ่นเชิญด้วยคุณสมบัติอันโดดเด่นเป็นภาพลักษณ์ของผืนป่าแห่งนี้ รวม 3 ประการ จาก 4 ประการ ตามข้อกำหนดมาตรฐานของพื้นที่มรดกโลก ดังนี้

2.1.10.1 มีแหล่งธรรมชาติพิเศษ ที่เป็นต้นน้ำลำธารที่สำคัญหลายสายของประเทศมีป่าไม้นานาชาติ ประกอบด้วย เทือกเขา เนินเขา มีความงดงามทางธรรมชาติที่หายากแห่งหนึ่งของโลก

2.1.10.2 เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าที่หายากใกล้สูญพันธุ์ ซึ่งรวมถึงเป็นระบบนิเวศอันเป็นแหล่งรวมความหลากหลายของพืชและสัตว์ที่ทั่วโลกให้ความสนใจ

2.1.10.3 มีความหลากหลายของสภาพแวดล้อม ทางชีวภาพชีวาลัย

จากการที่นำทฤษฎีเรื่องข้อกำหนดการเป็นมรดกโลก มาใช้เป็นปัจจัยเพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์ เพราะ การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีบทบาทอย่างมากในการสื่อถึงภาพลักษณ์ โดยการสื่อถึงภาพลักษณ์ให้แก่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว เพราะการสื่อถึงภาพลักษณ์ที่ดีนั้น ถ้าปราศจากความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวแล้ว จะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ แต่อย่างไรก็ตามภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งต้องมีการสอบถามไปยังเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวตามลำดับขั้นตอนการวิจัย ทั้งนี้เพื่อเป็นการสื่อให้เห็นถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งให้ชัดเจน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์

Baskin, Aronoff and Lattimore (1997:5) ได้กล่าวถึงสื่อประชาสัมพันธ์ คือ การจัดการขององค์กรเพื่อการสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้รับข่าวสารกลุ่มต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็น ทศนคติ และค่านิยม หรือเป็นการติดต่อสื่อสารกับชุมชนทั้งภายในและภายนอก เพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์กรกับสาธารณชน

Gregory (1996:14) ได้กล่าวถึงสื่อประชาสัมพันธ์ คือ การใช้ความพยายามที่ได้วางแผนไว้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างองค์กรกับชุมชน

เสรี วงษ์มณฑา (2542:307) ได้กล่าวถึงสื่อประชาสัมพันธ์ คือ การดำเนินความพยายามขององค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานต่างๆ ในการแสวงหาความร่วมมือจากประชาชน ตลอดจน

การสร้างภาพลักษณ์ และรักษาทัศนคติที่ดีของประชาชนเพื่อให้ประชาชนยอมรับสนับสนุนและให้ความร่วมมือแก่องค์กร สถาบัน หรือหน่วยงาน

จากความเห็นของนักวิชาการผู้วิจัยสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจรวมทั้งมีการรับฟังข้อคิดเห็นซึ่งกันและกัน ด้วยการสื่อสารสัมพันธ์ความเข้าใจต่อกันให้เกิดขึ้นแก่ทุกๆ ฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่หน่วยงานหรือนักท่องเที่ยวรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งเพื่อให้เกิดการร่วมมือ สนับสนุน ผลักดัน ให้ความรู้ ความเข้าใจเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย

2.2.1 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารขององค์กรกับประชาชนหรือสังคม เพื่อเป็นการพัฒนาสร้างเสริมฟื้นฟูรักษาภาพพจน์หรือภาพลักษณ์อันดีให้ได้รับการสนับสนุน นิยมยกย่อง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการผสมผสานแนวทางการรู้ลึกนึกกึก เพื่อให้เกิดความร่วมมือ สนับสนุนร่วมใจในการทำงานระหว่างหน่วยงาน การประชาสัมพันธ์จึงต้องอาศัยความคิดความปรารถนาดีต่อกันรวมทั้งศิลปะและเทคโนโลยีทางการสื่อสารเพื่อสร้างสื่อประชาสัมพันธ์

2.2.2 วัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์

ลักษณะการประชาสัมพันธ์นั้นคือการเตือนการรับข่าวสาร หรือความสัมพันธ์สร้างความรักใคร่ชอบพอก่อให้เกิดขึ้นระหว่างสถาบันหน่วยงาน วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปจึงมี ดังนี้

2.2.2.1 เพื่อเป็นการเผยแพร่บอกกล่าว ขอร้อง เล่าเรื่องราวข่าวสารของสถาบันหน่วยงานให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ เช่น ประวัติความเป็นมา สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ

2.2.2.2 เพื่อเป็นการให้ความรู้ และสร้างความเข้าใจที่ดีที่ถูกต้องให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว เป็นการลบล้างความเข้าใจผิดกลายเป็นสร้างมิตรและความร่วมมือขึ้นใน

2.2.2.3 เพื่ออธิบายชี้แจงทำความเข้าใจ ต่อการเคลือบแคลงสงสัย ความเข้าใจผิดในเรื่องราวของสถาบัน หน่วยงาน

2.2.2.4 เพื่อแสดงออกถึงคุณงามความดี ความปรารถนาดี ความเป็นพลเมืองดีมีความบริสุทธิ์ยุติธรรมในการดำเนินงานสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าแก่สังคม

2.2.3 ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ เป็นวิถีทางในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปยังผู้รับ ในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายหลากหลาย อันเป็นผลมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีต่างๆ สามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

2.2.3.1 สื่อบุคคล สื่อบุคคล เป็นสื่อๆมีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจ เนื่องจากติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในลักษณะต่างๆ เช่น การสัมภาษณ์การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ในทันทีเป็นสื่อไม่ถาวร

2.2.3.2 สื่อมวลชน เป็นสื่อที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเกิดเป็นสื่อมวลชน เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุโทรทัศน์

2.2.3.3 สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วย วัตถุประสงค์ของการผลิตและรูปแบบสิ่งพิมพ์ที่แตกต่างกันออกไป เช่น แผ่นพับ โบปลิว โปสเตอร์ ซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

2.2.3.4 สื่อโสตทัศน เป็นสื่อที่รับได้ทั้งภาพและเสียง มีข้อดีคือมีความน่าสนใจ เป็นสื่อที่คงทนถาวร นำมาใช้ได้น้อยครั้ง และสามารถคัดลอกเพื่อนำไปใช้ที่อื่นได้ง่าย แต่มีข้อจำกัด ที่อุปกรณ์ซึ่งบางประเภทมีราคาแพง ในด้านงานประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อผสมเป็นสื่อได้ทั้งภาพเคลื่อนไหวและภาพนิ่ง และเสียงที่สมจริงเป็นธรรมชาติ ข้อจำกัดโดยตรงที่ยังยากในการจัดเตรียมอุปกรณ์ ผู้รับต้องมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์พอสมควร

2.2.3.5 สื่อกิจกรรม เป็นสื่อที่แสดงความรู้สึนึกคิด ความรู้ อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อกิจกรรมมีมากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การจัดนิทรรศการ การจัดแสดง และจัดกิจกรรมทางการศึกษา สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงคัดแปลงแก้ไข ให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัด คือ ผู้รับมีจำนวน จำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น

2.2.4 สื่อสิ่งพิมพ์ในงานประชาสัมพันธ์

สิ่งพิมพ์มีความหมายครอบคลุมถึงสื่อต่างๆ มากมายหลายชนิด โดยแบ่งเป็นสื่อหลักๆ ได้แก่

2.2.4.1 หนังสือ เป็นสิ่งพิมพ์ที่ประกอบด้วยหน้ากระดาษหรือวัสดุอื่นหลายๆ หน้า แล้วนำมารวมเข้าด้วยกันที่ขอบด้านใดด้านหนึ่งด้วยวิธีการต่างๆ ให้เป็นรูปเล่ม ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเป็นเรื่องเดียวกันตลอดทั้งเล่ม และส่วนใหญ่มีผู้เขียนคนเดียวกันทั้งเล่ม ยกเว้นหนังสือทางวิชาการที่อาจจะมีส่วนผู้แต่งร่วมกันหลายคน เพื่อให้ครอบคลุมองค์ความรู้ของศาสตร์ที่มีขอบเขตกว้าง หนังสือมักจะมีการเรียงลำดับเนื้อหาจากต้นไปท้าย มีขนาดหลากหลาย ทั้งใหญ่เล็ก มีทั้งที่เป็นปกอ่อนและปกแข็ง ไม่มีกำหนดระยะเวลาเผยแพร่เป็นประจำ แน่นนอน การดำเนินการขึ้นอยู่กับการค้นหาแรงบันดาลใจของผู้เขียน การรวบรวมข้อมูล อันเป็นเนื้อหา เวลาที่ใช้ในการเขียนและแก้ไขปรับปรุง และเวลาที่ใช้ในการผลิต

2.2.4.2 หนังสือพิมพ์ เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีการรวมเป็นฉบับ แต่ไม่มีการเย็บเล่ม มีเนื้อหาหลากหลาย โดยเนื้อหาเหล่านั้นแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่เป็นข่าว และส่วนที่ไม่ใช่ข่าว ซึ่งหมายถึงความเห็นและความรู้ต่างๆ ที่ได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไปในสังคม หนังสือพิมพ์ไม่มีการเรียงลำดับเนื้อหา ผู้อ่านสามารถเลือกอ่านเรื่องหรือข่าวใดก่อนหลังก็ได้ หนังสือพิมพ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มักจะมีส่วนที่เป็นโฆษณาอยู่ด้วยเสมอ หนังสือพิมพ์จะต้องมี กำหนดระยะเวลาเผยแพร่เป็นประจำ สม่ำเสมอ และมักมีความถี่ในการเผยแพร่มากกว่าสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น และที่สำคัญจะต้องมีการ พิมพ์เผยแพร่สู่สาธารณชน ไม่ใช่สิ่งพิมพ์ที่มีการใช้กันเป็นการภายในกลุ่ม

2.2.4.3 นิติสาร เป็นสิ่งพิมพ์ที่ประกอบด้วยหน้ากระดาษ หรือวัสดุอื่น หลายๆ หน้า แล้วนำมารวมเข้าด้วยกันด้วยวิธีการต่างๆ เป็นรูปเล่มเช่นเดียวกับหนังสือ แต่มีเนื้อหา หลากหลาย โดยเนื้อหาเหล่านั้นจะต้องเป็นที่สนใจร่วมกันของบุคคลที่มีลักษณะนิสัย และรูปแบบ การดำเนินชีวิตคล้ายคลึงกัน นิติสารไม่มีการเรียงลำดับเนื้อหา เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ ผู้อ่าน สามารถเลือกอ่านเรื่องใดก่อนหลังก็ได้ ในนิติสารนั้น นอกจากส่วนที่เป็นเนื้อหาแล้ว มักจะมีส่วน ที่เป็น โฆษณาอยู่ด้วย เสมอ นิติสารจะต้องมีกำหนดระยะเวลาเผยแพร่แน่นอนเช่นเดียวกับ หนังสือพิมพ์ เช่น รายสัปดาห์ คือ ออกเผยแพร่ทุกวันใดวันหนึ่งของสัปดาห์ หรือ รายปักษ์ คือ ออก เผยแพร่ทุกสองสัปดาห์ เป็นต้น

2.2.4.4 สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจหรือสิ่งพิมพ์เบ็ดเตล็ด เป็นสิ่งพิมพ์ที่ประกอบด้วย หน้ากระดาษ หรือวัสดุอื่นหลายหน้าก็ได้ หรือหน้าเดียวก็ได้มีการรวมเข้าด้วยกันด้วยวิธีการต่างๆ เป็นรูปเล่ม หรือไม่มีการรวมเป็นรูปเล่มก็ได้ มีรูปแบบที่หลากหลาย มีเนื้อหาเป็นเรื่องเดียว และมัก เป็นเนื้อหาขนาดสั้นๆ ส่วนใหญ่ไม่มีกำหนดระยะเวลาเผยแพร่เป็นประจำแน่นอน จะมีการจัดทำ ขึ้นก็เมื่อถึงกำหนดเวลาที่ต้องการใช้งาน ในบางกรณีหากมีกำหนดระยะเวลาเผยแพร่เป็นประจำ ก็มักจะเป็นช่วงเวลา ที่ห่างกันนานกว่าสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ และนิติสาร สิ่งพิมพ์เฉพาะ กิจส่วนมากจะเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีอายุการใช้งานสั้นๆ

สุทธิรัฐ วิทวารัฐ (2549: 108-114) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ ไว้ดังนี้

1) จุลสาร หรืออนุสาร หมายถึง สิ่งพิมพ์ขนาดเล็กที่มีเนื้อหา กล่าวถึงเรื่อง ใดเรื่องหนึ่งเพียงเรื่องเดียวและจบบริบูรณ์ภายในเล่ม ความยาวไม่มากนัก เขียนอย่างง่ายๆ ส่วนมาก แล้วเนื้อหาคือเรื่องที่น่าสนใจในช่วงระยะเวลาหนึ่ง โดยจะให้ข้อมูลที่ทันสมัยรูปแบบ ลักษณะ ของจุลสาร คือ มีความหนาอย่างน้อย 5 หน้า แต่ไม่เกิน 48 หน้า รูปเล่มไม่แข็งแรง อาจเป็นกระดาษ พับไปมา เพื่อ สะดวกในการถือ หรืออาจเป็นสิ่งพิมพ์ที่เย็บเล่มแต่ใช้ปกอ่อน เป็นเล่มบางๆ จุลสาร และอนุสาร มักเป็นการจัดทำโดยหน่วยงานราชการ เพื่อเผยแพร่เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการ ดำเนินงานของหน่วยงาน พิมพ์แจกแก่บุคคลที่สนใจ สิ่งพิมพ์ลักษณะนี้ออกมาเป็นคราวๆ ไม่มี กำหนดเวลาแน่นอน

2) แผ่นพับ หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่ใช้กระดาษแผ่นเดียว พิมพ์ข้อความเกี่ยวกับ องค์กร เรื่องราวเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อแจกจ่ายเฉพาะกิจ หรือทำถาวรไว้แจกจ่ายเผยแพร่ รูปแบบ ลักษณะของแผ่นพับ คือเป็นงานพิมพ์ที่มีลักษณะพับทบ ไปมาตั้งแต่ 2 ทบขึ้นไป เป็น

ลักษณะของสิ่งพิมพ์เดี่ยว คือ ใช้พื้นที่หน้า-หลังของกระดาษเท่านั้น ไม่มีการเย็บเล่ม แต่อาศัยการพับทบขึ้น แผ่นพับมีองค์ประกอบที่แตกต่างกันไป ดังนี้

2.1) ชื่อเรื่องหรือหัวเรื่อง หมายถึง ข้อความสำคัญที่มุ่งหวังให้ผู้อ่านรับรู้เป็นอันดับแรก

2.2) หัวเรื่องรอง หมายถึง ข้อมูลขยายชื่อเรื่อง หรือหัวเรื่องให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.3) ข้อความ หมายถึง ข้อมูลของรายละเอียดสินค้า บริการ

2.4) ภาพประกอบ การใช้ภาพมาประกอบเนื้อหาเพื่อให้มีความชัดเจนสมบูรณ์ สวยงาม ดึงดูดใจ

2.5) ผู้พิมพ์และผู้โฆษณา การให้ข้อมูลเจ้าของสินค้า บริการ หรือผู้จัดพิมพ์แผ่นพับนั้น

2.6) ตราสัญลักษณ์ เป็นตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานที่พิมพ์โฆษณา

3) เอกสารเย็บเล่ม หรือโบรชัวร์ ลักษณะที่สำคัญของโบรชัวร์ หรือเอกสารเย็บเล่ม ก็คือ เป็นสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่มุ่งเสนอข่าวสารเป็นการเฉพาะ และต้องการเนื้อหารายละเอียดที่สามารถบรรจุได้มากกว่าแผ่นพับ ส่วนรูปแบบของโบรชัวร์ มักจะทำเล่มแบบเย็บมุงหลังคา ซึ่งจะต้องมีปกหน้า-หลังด้วยนั่นเอง ปัจจุบัน อาจจะมีหลายขนาด และอาจจะไม่เย็บเล่ม แต่เป็นการพับเก็บเล่มก็ได้ ตัวอย่างโบรชัวร์ที่พบเห็นโดยทั่วไป เช่น เมนูอาหาร เอกสารแนะนำการเปิดตัวขององค์กร บริษัท ร้านค้า เป็นต้น

4) โปสเตอร์ หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาสาระเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ต้องการเรียกร้องความสนใจ ส่วนใหญ่แล้วมักนำเสนอเพียงแนวความคิดเดียวเป็นหลัก รูปแบบลักษณะของโปสเตอร์ คือ เป็นงานพิมพ์แผ่นเดียวขนาดใหญ่

5) ใบปลิว หรือแผ่นปลิว หมายถึง สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่มีเนื้อหาสาระเรื่องใดเพียงเรื่องเดียว ได้แก่ คำแถลง ประกาศ ชี้แจง แข่งความ ความหมายของใบปลิวอีกลักษณะหนึ่งคือ แผ่นกระดาษ ข้อความที่แจกจ่ายในลักษณะปกปิด ไม่เปิดเผยเหมือนกับใบปลิวโฆษณาสินค้าและบริการ

6) จดหมายข่าว หนังสือพิมพ์ภายในขององค์กรมีเนื้อหาที่แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ทั่วไป เพราะหนังสือพิมพ์ขององค์กรมักจะได้รับผิดชอบโดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กร จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอข่าวสาร และเป็นสื่อกลางแลกเปลี่ยนความเห็นของผู้ปฏิบัติงาน

7) โปสเตอร์ หมายถึง แผ่นกระดาษเรียบๆ รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดประมาณใกล้เคียงกับฝ่ามือ (มีหลายขนาด ขนาดมาตรฐาน 4X6 นิ้ว) ด้านหนึ่งเป็นรูปภาพ อีกด้านหนึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่อยู่หรือเรียกว่าจำหน่ายของในจดหมายอีกส่วนหนึ่งคือพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เขียนเล่าบรรยายต่างๆ ประวัติความเป็นมาของโปสการ์ด กำเนิดขึ้น ณ ประเทศออสเตรเลียในปี ค.ศ. 1869 หรือ พ.ศ. 2412 รูปร่างครั้งแรกของมันคือ กระดาษเปล่ารูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าหลังจากนั้น ได้พัฒนาการเริ่มมีเนื้อผ้าใส่แลดูสวยงามขึ้นมีภาพประกอบ ผู้อุปถัมภ์ประเทศอังกฤษได้ออก พรบ. การไปรษณีย์ พ.ศ. 2445 อนุญาตให้เขียนข้อความลงบนด้านที่ไว้จำหน่ายได้ ด้านหนึ่งเป็นภาพ สวยงามด้านหนึ่งมีข้อความและชื่อที่อยู่ผู้รับ ยุคทองของโปสการ์ด คือในปีค.ศ. 1902-1918 มี ลักษณะที่แตกต่างจากยุคทั่วไปเจ้าของผู้พิมพ์ขายเป็นชุดเพื่อสะดวกแก่การสะสมและผลกำไรแก่ผู้ ซื้อและผู้ขายขายได้ที่ละหลายๆ ใบ ชื่อได้ครั้งละหลายๆ ใบรูปร่างที่นิยม (ภาพฮิต) ภาพบุคคล สำคัญนักกีฬา นักการเมือง นักแสดงและบาทหลวง ภาพสถานที่ต่างๆ สถานีรถไฟ ทิวทัศน์ เมือง และหมู่บ้านในชนบท ภาพการ์ตูนล้อเลียน ประเด็นร้อนในสังคม

โปสการ์ด ณ สยามประเทศถือกำเนิดขึ้นปลายรัชกาลที่ 5 ผู้กำเนิดคือ Robert Lenz ชาว เยอรมันพิมพ์โปสการ์ดออกมาขายท่านต่อมาคือ J. Antonio ชาวอิตาลีถ่ายภาพบางกอกและหัว เมืองต่างๆ ได้เยอะมากจึงทำเป็นโปสการ์ดออกมาขายและได้มีการเปลี่ยนแปลงสมัยรัชกาลที่ 6 ชาว ญี่ปุ่นไม่ทราบชื่อ พิมพ์ออกมาขายเริ่มเป็นชาวเอเชียที่มีหัวการค้า ในสมัยรัชกาลที่ 7 ชาวไทยไม่ ทราบชื่อพิมพ์ออกมาขายและแจกฟรี ภายหลังจากที่ได้ไปลองค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมพบว่าจริงๆ แล้วโปสการ์ดใบแรกที่ได้รับการรับรองอย่างถูกต้องก็คือจากรัฐบาลของประเทศอังกฤษ ส่วน โปสการ์ดที่ซื้อขายกันครั้งแรกที่ประเทศอังกฤษและที่ประเทศเยอรมัน ปราบกฎโปสการ์ดแผ่นแรก คือในปี 1874 ส่วนภาพของโปสการ์ดแผ่นแรกที่พิมพ์ที่สี่คือภาพหอไอเฟลในปี 1889 ขนาด มาตรฐานของโปสการ์ดคือ 4X6 นิ้ว แต่ส่วนใหญ่แล้วโปสการ์ดไม่มีขนาดตายตัว ขึ้นอยู่กับความ พึงพอใจของผู้ผลิต สามารถทำโปสการ์ดเองได้โดยทำด้านหน้าให้เป็นรูปภาพและด้านหลังก็ให้ แบ่งออกเป็น 2 พื้นที่ สำหรับที่อยู่และพื้นที่เขียนข้อความส่วนสแตมป์ที่ติดบนโปสการ์ด โดยแบ่ง ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แสดงภาพสแตมป์ 3 บาท

ที่มา : บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2554. (ออนไลน์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.2 แสดงภาพโปสเตอร์พิมพ์แม่พิมพ์เข้าพระยา

ที่มา : kapok, 2554. (Online)

7.1) ประโยชน์ของโปสเตอร์

- 1) เก็บเป็นภาพความทรงจำได้ดี
- 2) ปลุกจิตสำนึกให้อนุรักษ์ธรรมชาติ
- 3) สื่อสารได้ง่าย แพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว

7.2) ข้อดีในการออกแบบ

- 1) โลโก้และข้อความควรอยู่ในตำแหน่งที่สะดุดตาน่าอ่าน
- 2) ข้อควรสั้นกะทัดรัดอ่านง่าย รูปแบบทันสมัย
- 3) มีพื้นที่ว่างมากพอที่จะเขียนข้อความ

7.3) วัสดุที่ใช้ทำโปสเตอร์

1) กระดาษอาร์ตการ์ด 190 แกรมขึ้นไป กระดาษการ์ดจะมีความหนาทำให้ไม่สามารถพับโดยใช้เครื่องพับได้โดยทันที จะต้องทำการบีบรอยพับก่อน แล้วจึงจะสามารถพับตามรอยพับได้

2) กระดาษการ์ดขาว , กระดาษปก , กระดาษนอก , กระดาษแฟนซี , กระดาษชนิด

อื่นๆ



ภาพที่ 2.3 แสดงตัวอย่างโปสเตอร์

ที่มา : ชมรมคนรักเกาะสุรินทร์.2553. (ออนไลน์)

7.4) กระบวนการออกแบบโปสเตอร์

ในด้านการดำเนินงานการปฏิบัติงานออกแบบโปสเตอร์ ก่อนที่นักออกแบบจะเริ่มทำการออกแบบได้นั้น จำเป็นจะต้องได้รับข้อมูลรายละเอียด ขั้นตอนในการออกแบบกราฟิกดังต่อไปนี้ คือ

- 1) ทำสเก็ทอย่างหยาบๆ เพื่อจะได้เห็นถึงแนวความคิดและรูปลักษณะขั้นต้น และในส่วนนี้จะต้องคำนึงถึงภาพถ่ายหรือภาพ ประกอบต่างๆ ที่จะนำเข้ามาร่วม รวมทั้งคำบรรยาย ที่จะมีส่วนช่วยดึงดูดความสนใจของ นักท่องเที่ยวมากที่สุด ในการพิจารณาเลือกใช้สีก็เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญ เพราะมีส่วนที่จะต้องนำไป พิจารณาในสภาพการแจกจ่ายที่แท้จริง เพื่อที่จะทราบถึงอิทธิพลของแสงและสีของสิ่งแวดล้อม
- 2) คัดเลือกแบบสเก็ทซึ่งเห็นว่าดีที่สุด นำมาทำเป็นแบบจำลองที่ใกล้เคียงของจริง โดยเลือกใช้วัสดุที่ใกล้เคียงของจริง
- 3) มอบแบบจำลองให้ทางเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งพิจารณาหรือทดสอบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว ต่อ โปสเตอร์
- 4) นำเอาข้อมูลที่ได้รับ มาแก้ไขปรับปรุงให้โปสเตอร์ต้นแบบนี้เกิดความสำเร็จที่สุด
- 5) เมื่อได้รับการเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว จึงดำเนินการเขียนแบบจัดทำ Art-Work นำภาพประกอบหรือภาพถ่ายจัดลงในแบบ Art-Work ให้เรียบร้อย ระบุรายละเอียดของวัสดุที่ และวิธีการพิมพ์โดยละเอียด
- 6) นำส่งโรงพิมพ์ดำเนินการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.5) วิธีการผลิตโปสเตอร์

1) การพิมพ์การ์ดหรือโปสเตอร์ 1 สี 2 สี 3 สี 4 สี หรือมากกว่า จะใช้แม่สี 4 สี (CMYK) หรือสีพิเศษก็ได้ มักพิมพ์ด้วยระบบออฟเซ็ทระบบอิงค์เจ็ท หรือระบบดิจิตอลพิมพ์หน้าเดียวหรือสองหน้าแล้วแต่การออกแบบ

2) การพิมพ์การ์ดหรือโปสเตอร์สามารถเคลือบ UV เคลือบพลาสติกเงา หรือเคลือบพลาสติกด้าน เคลือบ Spot UV ปุ่มนูน (Embossing) ปุ่มทองหรือฟิล์มหรือฟอยล์สีต่าง ๆ (Hot Stamping)

7.6) ขบวนการก่อนการพิมพ์ ขบวนการก่อนพิมพ์ได้ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่มีการนำเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ในการออกแบบและควบคุมขบวนการทำแม่พิมพ์ ในปัจจุบันต้นฉบับ/อาร์ตเวิร์คที่ถูกส่งเข้ามามักเป็นรูปแบบของไฟล์ดิจิตอล ขบวนการก่อนการพิมพ์ที่กล่าวในที่นี้จะอิงระบบดิจิตอลในการทำงาน

1) การแปลงเป็นข้อมูลดิจิตอล ในกรณีที่อาร์ตเวิร์คมาเป็นภาพถ่ายเส้น หรือภาพถ่าย/ภาพวาดมาเป็นฟิล์มสไลด์/ฟิล์มเนกาทีฟ จำเป็นต้องแปลงภาพเหล่านี้ให้เป็นข้อมูลดิจิตอลซึ่งทำได้โดยใช้เครื่องสแกนเนอร์ (Computer Scanner) และเพื่อให้ได้ภาพที่ดีมีคุณภาพควรใช้เครื่องสแกนเนอร์ที่มีคุณภาพสูง (High-end Scanner) เมื่อได้เป็นภาพดิจิตอลก็ทำการประกอบหน้าในคอมพิวเตอร์ โดยใช้ซอฟต์แวร์จัดหน้า เช่น Adobe Indesign, Illustrator, Pagemaker

2) การตรวจสอบไฟล์ข้อมูล เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นในชิ้นงานพิมพ์ อันจะก่อให้เกิดความเสียหายและสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย จำเป็นต้องมีการตรวจสอบรายละเอียดของไฟล์งาน/ไฟล์อาร์ตเวิร์ค ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการตรวจสอบดังกล่าวมี FlightCheck, PreFlight Pro เป็นต้น รายการตรวจสอบของซอฟต์แวร์เหล่านี้ประกอบด้วย ตรวจสอบว่าไฟล์ภาพมีครบหรือไม่ แบบตัวอักษรถูกต้องหรือไม่ ขนาดหน้าของชิ้นงานถูกต้องหรือไม่ มีการเผื่อตัดตกเพียงพอหรือไม่ การกำหนดสีถูกต้องหรือไม่ ฯลฯ

3) การจัดวางหน้าสำหรับทำแม่พิมพ์ เนื่องจากแม่พิมพ์ที่ใช้พิมพ์มักมีขนาดใหญ่กว่าชิ้นงาน แม่พิมพ์หนึ่งชุดสามารถวางชิ้นงานได้หลายชิ้น เช่นวางหน้าหนังสือได้ 8 หน้า วางฉลากได้ 40 ชิ้น เป็นต้น ขั้นตอนนี้จะเป็นการจัดวางหน้าสำหรับทำแม่พิมพ์แต่ละชุด หนึ่งในการวางหน้าหนังสือต้องจัดวางหน้าให้ถูกต้อง เมื่อนำไปพิมพ์แล้วหน้าต่าง ๆ จะได้เรียงอย่างถูกต้อง ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการจัดวางหน้าหนังสือมี Prep, InPosition, Impostrip เป็นต้น

4) การทำปฐพีดิจิตอล ก่อนที่จะทำเป็นแม่พิมพ์จริง มักจะมีการทำตัวอย่างงานพิมพ์ขึ้นเพื่อตรวจดูรายละเอียดต่าง ๆ ตลอดจนสีต้นว่าถูกต้องหรือไม่ การทำตัวอย่างหรือปฐพีในขั้นนี้จะเป็นการพิมพ์จากเครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์หรือพริ้นเตอร์ โดยทั่วไปจะใช้พริ้นเตอร์ระบบอิงค์เจ็ท (Inkjet Printer) ขนาดใหญ่และพิมพ์ตัวอย่างงานได้ขนาดกับการจัดวางหน้าเหมือนบนแม่พิมพ์จริง การทำปฐพีนี้จึงเรียกการทำปฐพีดิจิตอล (Digital Proof) การทำปฐพีดิจิตอลจะประหยัดกว่าการทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แม่พิมพ์จริงแล้วทำปรีฟจากแม่พิมพ์ หากมีการแก้ไขก็ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก ในปัจจุบันสีต้นบนปรีฟดิจิทัลใกล้เคียงกับการพิมพ์บนเครื่องพิมพ์ มีงานจำนวนมากที่ทำแต่ปรีฟดิจิทัลโดยไม่ทำปรีฟจากแม่พิมพ์และใช้ปรีฟดิจิทัลในการเปรียบเทียบสีต้นเวลาพิมพ์งานจริง

5) การทำฟิล์มแยกสี เป็นการทำให้ฟิล์มที่แยกเป็นสี ๆ สำหรับทำแม่พิมพ์ชุดหนึ่ง ๆ หลักการของการทำฟิล์มแยกสีคือ การแยกภาพในไฟล์งานออกมาเป็นภาพสีโดด ๆ โดยมาตรฐานจะได้ภาพแม่สีสี่ภาพ ซึ่งเป็นภาพสีของ CMYK (Cyan Magenta Yellow Black) ไฟล์งานจะถูกส่งเป็นไฟล์ในรูปแบบโพสคริปต์ (PostScript File) แล้วแปลงเป็นไฟล์รูปแบบราสเตอร์ (Raster File) ส่งไปเครื่องยิง/พิมพ์ฟิล์มที่มีชื่อเรียกว่า เครื่องอิมเมจเซตเตอร์ (Imagesetter) ซึ่งเป็นเครื่องพริ้นเตอร์แบบหนึ่งที่ใช้ลำแสงสร้างภาพแบบฮาฟโทน (Halftone) บนแผ่นฟิล์มไวแสง ได้ฟิล์มที่มีภาพขาวดำตามภาพของสีแต่ละสีที่แยกไว้ และเรียกฟิล์มชุดนี้ว่าฟิล์มแยกสี

6) การทำแม่พิมพ์ เมื่อได้ฟิล์มแยกสีก็นำฟิล์มของแต่ละสีมาทาบกับแม่พิมพ์ที่เคลือบด้วยสารไวแสง ทำการฉายแสง ส่วนที่โดนแสงจะทำปฏิกิริยากับสารไวแสง เมื่อนำไปล้างน้ำยาก็จะเกิดภาพบนแม่พิมพ์สำหรับการพิมพ์ต่อไป ในปัจจุบันมีการสร้างเครื่องทำแม่พิมพ์โดยตรงจากคอมพิวเตอร์โดยไม่ต้องทำฟิล์มแยกสีก่อน เครื่องดังกล่าวมีลักษณะการทำงานคล้ายเครื่องอิมเมจเซตเตอร์ แต่เปลี่ยนวัสดุที่จะรับลำแสงเพื่อสร้างภาพจากฟิล์มไวแสงเป็นแม่พิมพ์ไวแสง เครื่องที่ใช้ทำแม่พิมพ์จากคอมพิวเตอร์ในระบบออฟเซ็ทเรียกว่า เครื่องเพลทเซตเตอร์ (Platesetter) ประโยชน์ที่ได้คือทำให้ลดขั้นตอนและค่าใช้จ่ายตลอดจนได้แม่พิมพ์ที่มีคุณภาพคมชัดขึ้น แม่นยำขึ้น ข้อเสียคือเพลทชนิดนี้ยังมีราคาสูงอยู่ หากมีการแก้ไขหรือแม่พิมพ์ชำรุด ค่าใช้จ่ายในการทำแม่พิมพ์ใหม่จะสูงกว่า

7) การทำปรีฟแทน/ปรีฟแม่พิมพ์ ในกรณีที่ต้องการตัวอย่างงานพิมพ์ที่มีรายละเอียดและสีต้นที่ถูกต้องยิ่งขึ้น ไว้ใช้เปรียบเทียบกับงานในขบวนการพิมพ์ จำเป็นต้องทำตัวอย่างหรือปรีฟจากแม่พิมพ์จริง ซึ่งอาจทำโดยใช้เครื่องปรีฟที่จำลองการพิมพ์จากเครื่องพิมพ์จริงหรือใช้เครื่องพิมพ์จริงเลยก็ได้ ประเภทงานที่มักต้องทำปรีฟแทนคือ งานโบรชัวร์ แคตตาล็อก นิตยสาร แผ่นพับบางรายการ บรรจุภัณฑ์กระดาษ และงานพิมพ์ที่ต้องการคุณภาพสูง ฯลฯ

8) ขบวนการพิมพ์ เมื่อได้แม่พิมพ์ที่สมบูรณ์ ก็เริ่มเข้าสู่ขบวนการพิมพ์ ขบวนการพิมพ์มีความสำคัญมาก ชิ้นงานที่ออกมาดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับกรพิมพ์เป็นหลักใหญ่ และจะพบว่ามีปัญหาส่วนใหญ่ที่เกิดระหว่างถูกค้ำกับโรงพิมพ์มักมาจากการพิมพ์เช่น สีไม่เหมือน พิมพ์เลื่อม ข้อความไม่ชัด ฯลฯ ดังนั้นการควบคุมการพิมพ์จึงเป็นเรื่องสำคัญ

9) การเตรียมพิมพ์ ได้แก่การเตรียมวัสดุพิมพ์ เตรียมชนิดของวัสดุให้ถูกต้อง คำนวนจำนวนที่ต้องการพิมพ์ ทำการตัดเจียนขนาดวัสดุพิมพ์สำหรับเข้าเครื่องพิมพ์ให้ถูกต้อง เตรียมหมึกที่ใช้พิมพ์ หากเป็นหมึกสีอื่นที่ไม่ใช่แม่สี ต้องสั่งผู้จำหน่ายหมึกจัดทำขึ้นมาหรือผสมเตรียมไว้ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องตรวจดูแม่พิมพ์ว่าสมบูรณ์หรือไม่ ศึกษาปรีฟเพื่อป้องกันปัญหาที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาจเกิดขึ้น หากเป็นการพิมพ์สองด้านให้จับคู่แม่พิมพ์ให้ถูกต้อง

10) การพิมพ์ หลักการพิมพ์ในระบบต่าง ๆ มักจะเป็นการพิมพ์ทีละสีลงบนวัสดุใช้พิมพ์ แม่พิมพ์ที่ทำขึ้นก็ถูกทำสำหรับสีแต่ละสี หลักการคร่าว ๆ ของการพิมพ์โดยทั่วไปจะมีระบบป้อนวัสดุใช้พิมพ์เข้าไปในเครื่องพิมพ์ผ่านการพิมพ์ทีละสีโดยการรับโอนภาพหมึกจากแม่พิมพ์ซึ่งรับหมึกมาจากระบบจ่ายหมึกมาก่อน เมื่อพิมพ์เสร็จก็ส่งวัสดุใช้พิมพ์ไปเก็บพักไว้ เครื่องพิมพ์แต่ละเครื่องอาจมีหน่วยพิมพ์ 1 สี 2 สี 4 สี หรือมากกว่านั้น การพิมพ์หลายสีจึงอาจถูกนำเข้าเครื่องพิมพ์หลายเที่ยว เช่นงานพิมพ์ 4 สีหน้าเดียว เมื่อพิมพ์บนเครื่องที่มีหน่วยพิมพ์สีเดียวต้องพิมพ์ทั้งหมด 4 เที่ยวพิมพ์ เครื่องพิมพ์บางประเภทอาจมีส่วนต่อท้ายหลังจากผ่านหน่วยพิมพ์แล้ว เช่น มีหน่วยเคลือบผิวด้วยน้ำยาเคลือบ มีหน่วยอบแห้งเพื่อให้หมึกแห้งเร็วขึ้น มีหน่วยพับหน่วยตัดชอย หน่วยไคคัท ฯลฯ เพื่อลดขั้นตอนการทำงานหลังการพิมพ์ เมื่อผ่านการพิมพ์ครบถ้วนแล้ว ต้องรอพักให้หมึกแห้งสนิทจึงนำไปดำเนินการขั้นตอนต่อไป

สำหรับการพิมพ์ระบบดิจิตอลจะไม่มีขบวนการทำฟิล์มแยกสีหรือแม่พิมพ์ สามารถส่งคำสั่งพิมพ์โดยตรงจากเครื่องคอมพิวเตอร์ได้เลย ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาที่ใช้ไปกับการทำแม่พิมพ์ แต่มีข้อเสียคือ ค่าพิมพ์ต่อแผ่นเทียบกับการพิมพ์แบบปกคดียังสูงอยู่ หากพิมพ์จำนวนมากจะทำให้ต้นทุนสูงกว่าแบบปกติ

11) ขบวนการหลังการพิมพ์ (After Press Process) งานพิมพ์ที่พิมพ์เสร็จสิ้นแล้ว โดยทั่วไปยังไม่สมบูรณ์เป็นชิ้นงานตามที่ต้องการ จึงต้องผ่านขบวนการบางอย่างเสียก่อน

12) การตกแต่งผิวชิ้นงาน (Surface Decoration) งานพิมพ์บางงานต้องการการเคลือบผิวเพื่อจุดประสงค์ต่าง ๆ กัน เช่นเพื่อป้องกันการขีดข่วน ป้องกันความชื้น ต้องการความสวยงาม เป็นต้น การตกแต่งผิวมีดังนี้

13) การเคลือบผิว (Coating) การเคลือบผิวมีหลายวิธีเช่นการเคลือบวาร์นิช วาร์นิชด้าน วาร์นิชแบบใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย (water based varnish) การเคลือบยูวี ยูวีด้าน การเคลือบพีวีซีเงา พีวีซีด้าน การเคลือบเงาเฉพาะจุด (Spot UV) การเคลือบวาร์นิชจะให้ความเงาที่น้อยที่สุด ในขณะที่การเคลือบพีวีซีเงาจะให้ความเงามากที่สุด

7.6) เทคนิคการเพิ่มมูลค่าให้ไปสการ์ด

1) การเคลือบ ยูวี มัน จะทำให้แผ่นพับดูมันวาวขึ้น นิยมใช้กันในหมู่การท่องเที่ยว โดยเฉพาะทางทะเล

2) การเคลือบ ลามิเนท หรือ PVC ด้าน จะทำให้แผ่นพับดูเรียบ ด้าน หรุขึ้น

3) การปั๊มทูน ปั๊มทอง เหมาะที่จะพิมพ์ สำหรับแผ่นพับที่เน้น หรุหร่า เป็นลักษณะอาร์ทการ์ด เนื่องจากมีราคาต่อหน่วยสูง

4) การไคคัท เป็นรูปทรงพิเศษ ตามความต้องการของลูกค้า

5) การพิมพ์งานสีพิเศษ สีที่ 5 สีที่ 6 ใช้พิมพ์เพิ่มสี ในกรณีที่มิสีที่แม่พิมพ์สี CMYK ไม่สามารถพิมพ์ออกมาได้เช่น สีทอง สีเงิน

2.2.4 ความหมายการออกแบบสิ่งพิมพ์

การออกแบบนั้น มีความหมายถึงการดำเนินการเป็นกระบวนการเพื่อแก้ปัญหา โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้ได้ผลลัพธ์ที่มีทั้งประโยชน์ใช้สอยและสุนทรียภาพ สำหรับการออกแบบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสิ่งพิมพ์นั้น จัดเป็นการออกแบบสื่อสารในเชิงทัศนยะ กล่าวคือเป็นการออกแบบโดยมีวัตถุประสงค์หลักเป็นการสื่อสารข้อมูลผ่านผลงานการออกแบบ ให้ผู้อื่นสามารถรับรู้ได้ ผ่านการมองเห็นทางสายตา แต่ไม่ได้หมายถึงเป็นการออกแบบเพื่อบรรจุเนื้อหาเท่านั้น แต่ต้องเป็นการออกแบบที่สะท้อนความคิดรวบยอดของเนื้อหา รวมทั้งบุคลิกภาพ หรือภาพลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของเนื้อหาเหล่านั้นๆ ด้วย

ดังนั้น การออกแบบจึงต้องเริ่มด้วยการที่นักออกแบบจะต้องพยายามทำความเข้าใจเนื้อหา แล้วสกัดเอาความคิดรวบยอดที่เปรียบเสมือนหัวใจหลักของเนื้อหาทั้งหมด ออกมาให้ได้ จากนั้นจึงสกัดบุคลิกภาพของเนื้อหา ซึ่งเปรียบเหมือนลักษณะท่าทางภายนอกที่ห่อหุ้มหัวใจอยู่ออกมา

เมื่อนำความหมายของสิ่งพิมพ์มารวมกับความหมายของการออกแบบแล้ว การออกแบบสิ่งพิมพ์จึงหมายถึง การประยุกต์ใช้ศาสตร์ทางการออกแบบเรขาคณิต เพื่อให้เกิดผลลัพธ์เป็นส่วนผสมที่เป็นความสมดุลระหว่างประโยชน์ใช้สอย คือ การบรรจุ และถ่ายทอดเนื้อหาได้ครบถ้วนถูกต้องกับความสวยงาม คือ ความน่าสนใจและน่าจดจำ ตัวอย่างเช่น โปสเตอร์ที่มีการใช้ภาพ รูปร่าง และสีที่ดึงดูดใจผู้ที่เดินผ่านไปมาให้ อยากแวะเข้ามาดู และเมื่อได้เข้ามาดูแล้ว ผู้ดูก็สามารถรับรู้และเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการจะสื่อสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว เป็นต้น

2.2.4.1 ความสำคัญของการออกแบบสิ่งพิมพ์

จากความหมายของการออกแบบสิ่งพิมพ์ข้างต้นจะเห็นได้ว่าการจัดทำสิ่งพิมพ์ ขึ้นมานั้น ผู้จัดทำไม่ได้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บไว้ดูเองคนเดียว แต่มีจุดประสงค์หลักเพื่อใช้สื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจเนื้อหาที่นำมาพิมพ์ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าความสำคัญในการออกแบบสิ่งพิมพ์ก็คือ การออกแบบ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารให้เนื้อหาที่นำมาพิมพ์ การออกแบบสิ่งพิมพ์นั้นเป็นการดำเนินการ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์เป็นขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ดึงดูดใจให้ผู้ที่พบเห็นให้เกิดความสนใจในสิ่งพิมพ์

เพื่อให้เกิดผลลัพธ์นี้ จะต้องเริ่มตั้งแต่การวางแผนเพื่อจัดทำสิ่งพิมพ์ โดยจะต้องมีการระบุผู้รับสารว่าเป็นผู้บริโภคกลุ่มใดให้ชัดเจนเสียก่อนว่า คนกลุ่มนี้มีลักษณะนิสัย และรสนิยมอย่างไร นอกจากนี้จะต้องมีการกำหนดบุคลิกภาพซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของสิ่งพิมพ์นั้นให้แน่นอนเสียก่อนว่าต้องการให้มีบุคลิกภาพแบบไหน เป็นปัจจัยที่สำคัญประการแรกที่จะส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการขายสิ่งพิมพ์นั้น

ขั้นตอนที่ 2 ถ่ายทอดข้อมูลที่ต้องการจะสื่อสารอย่างชัดเจนและเหมาะสม

เมื่อสามารถใช้การออกแบบดึงดูดใจให้ผู้ที่พบเห็นเกิดความสนใจในสิ่งพิมพ์ ได้แล้ว การออกแบบที่ถูกต้องตามขั้นตอน โดยมีการเลือกองค์ประกอบ เช่น แบบตัวอักษร ชนิดของภาพ ฯลฯ ที่เหมาะสม มาจัดวางอย่างถูกต้องตามหลักการออกแบบ โดยคำนึง ถึงผู้รับสื่อที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย จะมีผลทำให้สิ่งพิมพ์นั้นง่ายต่อการอ่านและทำความเข้าใจ อีกทั้งยังเป็นการช่วยลำดับเนื้อหาที่จะนำเสนอทำให้ผู้อ่านสามารถติดตาม และให้ความสำคัญกับข้อมูลอันเป็นเนื้อหาได้ถูกต้องตามลำดับที่ควรจะเป็น ทำให้ข้อมูลได้รับการสื่อสารไปยังผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ 3 สร้างความประทับใจ ทำให้ข้อมูลที่สื่อสารเป็นที่จดจำ

ข้อมูลที่ได้รับการสื่อสาร ไปแล้วนั้น จะเกิดประโยชน์ก็ต่อเมื่อผู้ได้รับสารจดจำได้ การออกแบบจะนำเสนอข้อมูลตามบุคลิกภาพที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า ทำให้เกิดเป็นผลงานที่มีลักษณะโดดเด่นที่ไม่ซ้ำแบบใคร และจะกลายเป็นคุณลักษณะเฉพาะตัวของสิ่งพิมพ์นั้นๆ ที่จะอยู่ในความทรงจำของผู้รับสาร แม้เมื่อได้อ่านสิ่งพิมพ์นั้นจบไปแล้วก็ตามประสิทธิภาพอันเป็นผลลัพธ์ในขั้นตอนที่ 3 นี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในกรณีของสิ่งพิมพ์ ที่มีกำหนดระยะเวลาเผยแพร่แน่นอนเป็นประจำ เพราะเมื่อผู้รับสารมีความประทับใจในสิ่งพิมพ์ใดแล้วก็จะจดจำสิ่งพิมพ์นั้นได้ และต้องการจะติดตามสิ่งพิมพ์นั้นอีกในฉบับต่อไป ในอนาคต

สรุป สิ่งพิมพ์หมายถึงวัสดุที่ได้รับการผลิตขึ้นด้วยกระบวนการทางการพิมพ์ ระบบต่างๆ เพื่อใช้ในการสื่อสาร และมีการผลิตออกมามีเป็นสำเนาเพื่อแจกจ่ายให้กับผู้อ่าน สิ่งพิมพ์แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ คือ หนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ ส่วนการออกแบบสิ่งพิมพ์นั้น คือ การใช้ศาสตร์ทางการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่สื่อสารความคิดรวบยอดได้อย่างมีบุคลิกภาพ โดยการออกแบบมีความสำคัญเป็นลำดับ คือ ดึงดูดใจให้ผู้ที่พบเห็นเกิดความสนใจ ถ่ายทอดข้อมูลที่ต้องการจะสื่อสารอย่างชัดเจน และเหมาะสมกับผู้อ่าน และสุดท้ายคือสร้างความประทับใจ ทำให้ข้อมูลที่สื่อสารเป็นที่จดจำ โดยในการออกแบบสิ่งพิมพ์นั้นมีผู้ที่เกี่ยวข้องหลายตำแหน่งหน้าที่ แต่ที่สำคัญที่สุดคือ ผู้กำกับศิลป์หรือนักออกแบบเรขศิลป์

2.2.4.2 ระบบการพิมพ์ โดยทั่วไปจำแนกการพิมพ์ตามกระบวนการได้ 4 ระบบใหญ่ๆ ดังนี้

1) การพิมพ์ระบบแม่พิมพ์หุ่น เป็นระบบการพิมพ์ที่แม่พิมพ์ส่วนใหญ่ที่ใช้พิมพ์ไม่ว่าจะเป็นภาพ หรือตัวอักษรจะสูงขึ้นมาจากกระดืบที่ไม่ใช้พิมพ์และมีลักษณะ เป็นด้านกลับ เพื่อจะถ่ายทอดให้ภาพบนชิ้นงานพิมพ์ มีลักษณะเป็นด้านตรง ได้แก่ การพิมพ์เลตเตอร์เพรส หรือการพิมพ์ตัวหล่อ การพิมพ์เฟลกโซก

2) การพิมพ์ระบบแม่พิมพ์ร่องลึก เป็นระบบการพิมพ์ที่มีลักษณะตรงข้ามกับระบบแม่พิมพ์หุ่น คือ ส่วนที่เป็นภาพหรือตัวหนังสือจะมีระดับลึกลงไป เมื่อทาหมึกพิมพ์ ลงบนแม่พิมพ์ หมึกพิมพ์จะขังอยู่ในร่องลึกซึ่ง เป็นตัวภาพ ส่วนที่เป็นพื้นจะไม่มีการพิมพ์ติดอยู่ เมื่อนำกระดาษมาวางทาบบนแม่พิมพ์จะจับหมึกเฉพาะส่วนที่เป็นภาพหรืออักษรขึ้นมาเท่านั้น

3) ระบบการพิมพ์พื้นราบ เป็นระบบการพิมพ์ที่แม่พิมพ์มีระดับเสมอหรือเท่ากันหมด ทั้งตัวภาพ และพื้น แต่บริเวณตัวภาพจะมีลักษณะเป็นไข น้ำไม่สามารถเกาะติด เมื่อเอาน้ำมาทาบริเวณแม่พิมพ์ น้ำจะเกาะติดบริเวณที่เป็นพื้นเท่านั้น หลังจากนำหมึกพิมพ์ทาหรือกลิ้งบนแม่พิมพ์ หมึกพิมพ์จะติดเฉพาะ ตัวภาพ แต่ไม่ติดพื้น

4) ระบบการพิมพ์แม่พิมพ์ฉลุด หรือเรียกกันทั่วไปว่า การพิมพ์สกรีน เป็นระบบการพิมพ์ที่แม่พิมพ์มีลักษณะ เป็นพื้นฉลุด ส่วนที่ไม่ใช่ภาพจะถูกปิดไว้และหมึกพิมพ์จะทะลุลอดเฉพาะ ส่วนที่เป็นรูฉลุด ทำให้เกิดภาพบนวัสดุที่ใช้พิมพ์

นอกจากนี้ยังมีระบบการพิมพ์ด้วยแสง เป็นระบบการพิมพ์แบบพิเศษ ไม่ได้รับการยอมรับว่าเป็นการพิมพ์ที่เป็นมาตรฐาน เช่นระบบพิมพ์อื่นๆ ระบบการพิมพ์แบบนี้ เช่น การอัดขยายรูปถ่าย เครื่องถ่ายเอกสาร การถ่ายพิมพ์เขียว

2.2.5 องค์ประกอบของงานออกแบบกราฟิก

ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ (2548:40) ในงานออกแบบกราฟิกประเภทสองมิติส่วนใหญ่จะเริ่มดำเนินการทำงานบนพื้นที่สี่เหลี่ยม นักออกแบบกราฟิก จะต้องพิจารณาดังปัจจัยพื้นฐาน 5 อย่างที่จะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างงานออกแบบเลย์เอาต์ ให้เหมาะสมกับพื้นที่ที่มีอยู่ดังนี้

2.2.5.1 ข้อความ ที่ใช้ในการออกแบบส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการบอกเรื่องราวในการออกแบบสามารถแบ่งการจัดข้อความได้หลายแบบ

2.2.5.2 ภาพหรือสัญลักษณ์ ส่วนที่เป็นภาพหรือสัญลักษณ์ที่ใช้แทนคำพูด ส่วนใหญ่ใช้ดึงดูดความสนใจ และมีความหมายสอดคล้อง หรือสนับสนุนข้อความในการจัดวาง

2.2.5.3 ลวดลายตกแต่ง เป็นองค์ประกอบที่ใช้ส่วนประกอบสำหรับการตกแต่งงานให้ดูดีขึ้น แต่หากใช้มากเกินไปจะทำให้ดูรก

2.2.5.4 พื้นที่สีขาว เป็นตัวที่เสริมสร้างความสวยงาม นักออกแบบจะต้องคิดอยู่เสมอว่าพื้นที่สีขาวนั้น ไม่ใช่เพียงพื้นที่โล่ง แต่สามารถใช้เป็นพื้นที่กราฟิกในตัวของมันเองได้

2.2.5.5 โครงสี สีมืดทึบอย่างมากที่ทำให้ผลงานสร้างสรรค์ดูสะอาดตาและช่วยทำให้ภาพมีความสวยงาม การกำหนดสีในงานออกแบบจะต้องขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทของงานนั้นๆ

2.2.6 วัสดุที่ใช้ในกระบวนการผลิต

2.2.6.1 ประเภทของกระดาษที่ใช้ในการพิมพ์ กาวนา ไชยสมบูรณ์ (2549: 173-177) กระดาษที่ใช้ในการพิมพ์มีหลายประเภทหลายคุณภาพ ซึ่งผลิตขึ้นตามความต้องการของผู้ใช้ เช่น ใช้พิมพ์ตำราเรียน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร กระดาษห่อของ คัมภีร์ไบเบิลปฏิญญาบัตร และแสตมป์

เป็นต้น นักออกแบบสิ่งพิมพ์จึงควรพิจารณาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้กระดาษตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน

1) กระดาษไม่เคลือบผิว คือ กระดาษที่ผิวหน้ายังคงเป็นเยื่ออาจใส่สารปรุงแต่ง เช่น สารเพิ่มน้ำหนักหรือสารกันซึม เป็นต้น ในประเทศไทยนิยมเรียกว่ากระดาษปอนด์ กระดาษไม่เคลือบผิวมีหลายชนิด คุณภาพขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของเยื่อและองค์ประกอบอื่นที่ใช้ รวมทั้งวิธีการรีดผิวและขัดผิว กระดาษไม่เคลือบผิวที่ใช้ในงานพิมพ์มีหลายชนิด มีสีต้นและความหนาบางแตกต่างกัน เหมาะสำหรับพิมพ์หนังสือและสิ่งพิมพ์ที่มีตัวอักษร ในการพิมพ์ภาพสีควรใช้กระดาษเคลือบผิวจะเหมาะกว่า ตัวอย่างของกระดาษไม่เคลือบผิวมีดังนี้

1.1) กระดาษหนังสือพิมพ์ บางทีเรียกว่ากระดาษปู้ฟเป็นกระดาษพิมพ์คุณภาพต่ำ ทำจากเยื่อไม้บด มีทั้งเยื่อใยยาวและเยื่อใยสั้นผสมกัน ไม่มีสารกันซึม ต้นทุนต่ำ แบ่งเป็น 3 ชนิด คือ

1) กระดาษปู้ฟเหลือง ใช้กับสิ่งพิมพ์ประเภทอายุการใช้งานสั้น เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน สำเนาใบเสร็จ แผ่นปลิว เป็นต้น ถ้าเก็บไว้นานจะเหลืองเก่าและกรอบ

2) กระดาษปู้ฟขาว ใช้กับสิ่งพิมพ์ทั่วไป เช่น เอกสารตำราที่พิมพ์สีเขียว หรือพิมพ์ขาวดำ

3) กระดาษปู้ฟมัน ใช้ทำหนังสือหรือเอกสารทางวิชาการที่สามารถเก็บไว้นานๆ สำนักพิมพ์บางแห่งนิยมใช้เพราะต้นทุนต่ำ

1.2) กระดาษเอ็มที (mechanical printing) เป็นกระดาษหนังสือพิมพ์ที่มีคุณภาพดีกว่าแบบแรก คือ มีส่วนผสมของเยื่อไม้บดน้อยกว่า ในเนื้อกระดาษผสมสารกันซึมและใส่สารฟอกขาว จึงสามารถใช้งานพิมพ์ได้กว้างขวาง เช่น แผ่นพับ แผ่นประกาศโฆษณาและใบแทรก เป็นต้น

1.3) กระดาษปอนด์ (wood free paper) มีส่วนผสมของสารเคมีซัลไฟท์ทำให้เรียบ เหนียว ขาว มีคุณภาพดีเก็บไว้ได้นานไม่กรอบเหลือง เหมาะสำหรับสิ่งพิมพ์ที่มีค่า เช่น โฉนดที่ดิน ประกาศนียบัตร ธนบัตร หรือใช้เป็นเนื้อในของนิตยสาร กระดาษปอนด์ สามารถใช้พิมพ์สอดสีได้

1.4) กระดาษการ์ด (card paper) ดูดซึมหมึกได้ดี เหมาะสำหรับงานพิมพ์ที่ต้องการความแข็งแรงทนทาน เช่น เป็นปกหนังสือ โปสเตอร์ บัตรเชิญ เป็นต้น

1.5) กระดาษคาร์ทริดจ์ (cartridge paper) เป็นกระดาษพิมพ์ออฟเซตที่ผิวกระดาษมีความสามารถรับหมึกได้ดีและผิวเรียบ เหมาะกับการพิมพ์แทบทุกระบบ การยืดหดขยายตัวมีน้อย

1.6) กระดาษพิมพ์ไบเบิ้ล (bible printing paper) เป็นกระดาษพิมพ์ชนิดพิเศษบาง เหมาะสำหรับพิมพ์หนังสือหลายร้อยหน้าที่มีเนื้อเรื่องมาก ต้องการให้มีน้ำหนักน้อย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีความหนาไม่มาก เช่น หนังสือพระคัมภีร์ไบเบิล หนังสือปทานุกรม เป็นต้น กระดาษพิมพ์ไบเบิลต้องผลิตเป็นพิเศษโดยเฉพาะ คือเนื้อกระดาษต้องไม่มีรอยฟองอากาศและต้องให้ทึบแสงมากเท่าที่จะทำได้ เป็นที่รู้จักในชื่อ “กระดาษอินเดีย” ผิวกระดาษจะมีสีครีม สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยออกซ์ฟอร์ดใช้พิมพ์หนังสือศัพท์ปทานุกรม

1.7) กระดาษแอนทิก (antique) มีผิวหยาบคล้ายพื้นเลื้อย มีค่าความหนาปีกมากที่สุด เหมาะสำหรับการพิมพ์หนังสือ แต่มีข้อควรคำนึงคือทิศทางของเส้นใยต้องเหมาะสมกับการใช้งานโดยเฉพาะเมื่อทำเป็นรูปเล่มหนังสือแล้ว ทิศทางตามเกรนต้องขนานกับสันหนังสือเสมอ เพื่อความสะดวกและทนทานเมื่อพับและเปิดใช้

1.8) กระดาษถาวร (permanent paper) เป็นกระดาษที่ไม่มีการสูญเสียสภาพสมบูรณ์ของกระดาษอย่างเห็นได้ชัด ภายใต้สภาวะมาตรฐานการเก็บรักษาในห้องสมุดจะอยู่ได้หลายร้อยปี กระดาษถาวรใช้เชื้อเคมีหรือเชื้อจากเศษผ้าและมีปริมาณเยื่อสูงทนต่อการพับ และต้านต่อการฉีกขาดได้ดี

1.9) กระดาษพิมพ์ออฟเซตม้วนเคลือบสารกันซึม (web sized offset printing paper WSOP) ทำจากเยื่อไม้บดเป็นส่วนใหญ่ มีสารกันซึมและผิวถูกขัดมันเสมอให้เรียบและมันวาว เหมาะกับการพิมพ์ภาพถ่ายและใช้พิมพ์วารสารและนิตยสาร

1.10) กระดาษเอ็มเอฟ (machine finished) เป็นกระดาษที่ใช้เยื่อปลอดไม้ มีลักษณะกึ่งเรียบ จะเรียบมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับขั้นตอนการรีดผิว ตัวแปรที่สำคัญคือแรงกดกับความร้อน เหมาะสำหรับการพิมพ์หนังสือหรือเอกสารที่ต้องพิมพ์เป็นจำนวนหน้ามาก เช่น ศัพท์ปทานุกรม หรือแผ่นปลิวก็ได้

2) กระดาษเคลือบผิว (coated paper) คือกระดาษที่มีชั้นสารเคลือบผิวปกคลุมอยู่บนส่วนผิวเยื่อของหน้ากระดาษ โดยมีจุดประสงค์เพื่อที่จะปรับปรุงคุณสมบัติบางอย่างของผิวกระดาษนั้นให้มีสภาพเหมาะสมกับการพิมพ์และให้ได้คุณภาพพิมพ์ตามต้องการ เช่น ความเรียบ ความพรุนสี ความทึบแสง และความมันวาว เป็นต้น กระดาษเคลือบผิวมีจุดประสงค์ในการทำให้มีผิวเรียบ เพื่อให้การพิมพ์ภาพและตัวอักษรเรียบและคมชัด น้ำหนักก็สม่ำเสมอ จึงเหมาะกับการพิมพ์ภาพสีที่มีคุณภาพสูง การที่จะกำหนดให้เป็นกระดาษเคลือบผิวได้นั้น ต้องมีสารเคลือบผิวอย่างน้อย 3.7 กรัม/ตารางเมตร ต่อหน้ากระดาษ แต่ถ้าปริมาณน้อยกว่านี้กระดาษนั้นจะถูกจัดให้เป็นประเภทกระดาษเคลือบสารกันซึม หรือกระดาษเคลือบน้ำหนกเบา

กระดาษเคลือบผิวที่ใช้ในงานพิมพ์มีหลายชนิด มีการเคลือบด้วยเทคนิควิธีการต่างกัน มีทั้งชนิดกระดาษเคลือบด้าน กระดาษเคลือบเรียบด้านและกระดาษเคลือบมันวาว เพื่อให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย ดังนี้

2.1) กระดาษอาร์ต (art paper) เป็นกระดาษเคลือบผิว มีสีขาว เรียบ เนื้อแน่น มีความมัน ผิวหน้าเคลือบด้วย แคลเซียมคาร์บอเนต ไคคาเนียมออกไซด์ เนื้อในเป็นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระดาษธรรมดาเหมาะสำหรับพิมพ์สออดี กระดาษอาร์ตมีหลายชนิด เช่น กระดาษอาร์ตการ์ด กระดาษอาร์ตฟาร์บริโน กระดาษอาร์ตด้าน กระดาษอาร์ตแก้ว กระดาษอาร์ตมัน ในกรณีปรู๊ฟภาพสีนิยมใช้กระดาษอาร์ตมีน้ำหนักมาตรฐาน 115 กรัม/ตารางเมตรขึ้นไป ถ้าเป็นเนื้อในหนังสือใช้กระดาษที่มีน้ำหนักมาตรฐานในช่วง 80-120 กรัม/ตารางเมตร ถ้าเป็นปกในใช้กระดาษที่มีน้ำหนักมาตรฐานในช่วง 140-360 กรัม/ตารางเมตร ถ้าใช้พิมพ์โปสเตอร์หรือแผ่นพับใช้กระดาษที่มีน้ำหนักมาตรฐานในช่วง 120-160 กรัม/ตารางเมตร

2.2) กระดาษเคลือบผิวเคลือบมันแก้ว (casting) เป็นกระดาษเคลือบผิวหน้าเดียวหรือสองหน้า นิยมใช้เป็นปกหลังของหนังสือหรือเป็นการ์ด มีน้ำหนักมาตรฐานในช่วง 80-300 กรัม/ตารางเมตร มีข้อจำกัดคือผิวมีความเรียบมาก รูพรุนน้อย เป็นอุปสรรคต่อการพิมพ์ให้มีความชัด และยังคงระวังเรื่องการแตกหักของสารเคลือบผิวเวลาพับต้องระวังทิศทางการเรียงตัวของเส้นใย

2.3) กระดาษโครโม (chromo paper) เป็นกระดาษเคลือบมันด้าน ใช้กับงานปรู๊ฟภาพสีและการพิมพ์เสนองาน

2.4) กระดาษทูลโฟลด์ (trufflo paper) เป็นกระดาษเคลือบผิวหน้า ทั้งสองด้านของกระดาษให้มีคุณสมบัติความมันวาวสูง มีน้ำหนักมาตรฐานในช่วง 115-170 กรัม/ตารางเมตร เหมาะกับงานพิมพ์ที่ดูคุณภาพสูง เช่น เมนูอาหารหรือเครื่องดื่มนั้น เป็นต้น

3) กระดาษแข็งและกระดาษชนิดพิเศษ กระดาษแข็งและกระดาษชนิดพิเศษที่ใช้ในการพิมพ์ไว้นำสนใจ เพื่อเป็นแนวทางพิจารณาสำหรับนักออกแบบสิ่งพิมพ์ดังนี้

3.1) กระดาษแข็ง (paperboard) กระดาษแข็งเป็นกระดาษที่มีน้ำหนักมาตรฐานตั้งแต่ 220 กรัม/ตารางเมตรขึ้นไป ยกเว้นกระดาษบางชนิดที่มีน้ำหนักมาตรฐานน้อยกว่านี้ แต่ก็ยังคงเรียกว่ากระดาษแข็ง เพราะกระดาษนั้นถูกนำไปใช้เป็นปกหน้าหรือปกหลังของสมุดและหนังสือบางเล่ม กระดาษแข็งประเภทหลังนี้มีข้อสังเกตคือจะเคลือบผิวเพียงหน้าเดียว กระดาษแข็งตามท้องตลาดมีหลายรูปแบบ รวมทั้งชนิดที่สามารถนำไปพิมพ์ได้ จะกำหนดขนาดเป็นความหนาและชื่อขายกันเป็นน้ำหนักตัน หรือต่อ 100 แผ่น ความแข็งแรงแรงและสภาพพิมพ์ได้จะขึ้นอยู่กับชนิดของเยื่อและวัตถุดิบที่ใช้ นอกจากนี้การเรียงตัวของเส้นใยก็มีความสำคัญไม่น้อยช่างพิมพ์จะต้องทราบเพื่อกำหนดให้ทิศทางเส้นใยขนานกับเครื่องและจะต้องขนานกับสันหนังสือด้วย เพื่อไม่ให้กระดาษนั้นเปราะหรืออาจแตกได้ขณะที่พับ ตัวอย่างของกระดาษแข็งที่พบเห็นทั่วไปมีหลายชนิด ดังนี้

1) กระดาษแข็งติดรูป กระดาษชนิดนี้เรียกกันอีกชื่อหนึ่งว่า “กระดาษแข็งหลายชั้น” (paste board) ประกอบด้วยชั้นต่างๆ ของกระดาษหลายชั้นรวมกันจนหนาและมีความแข็งแรงขึ้น กระดาษชั้นกลางซึ่งไม่จำเป็นต้องใช้เยื่อราคาแพง เช่น เยื่อเวียนทำใหม่ เป็น

ต้น ส่วนกระดาษชั้นนอกต้องการความขาวอาจจำเป็นต้องใช้เยื่อปลอดไม้เท่านั้น มีการรีดผิวหรือขัดผิวแล้วแต่งานที่จะนำไปใช้

2) กระดาษแข็งสีเทา ทำมาจากเยื่อฟาง มีสีเทาและมักจะนำไปใช้ทำเป็นปกสมุดหรือหนังสือ ปัจจุบันไม่ใช่แล้ว ถูกแทนที่ด้วยกระดาษแข็งที่เรียกว่ากระดาษแข็งสีเทาดีทซ์ (dutch greyboard) ที่ทำมาจากเยื่อเวียนทำใหม่ มีน้ำหนักมาตรฐานหลายขนาด ตั้งแต่ 600-1500 กรัม/ตารางเมตร

3) กระดาษแข็งงาช้าง เป็นกระดาษแข็งที่มีคุณสมบัติเรียบมาก แข็งแรงและผิวมีความสว่างสีครีมเหมือนงาช้าง เหมาะสำหรับสิ่งพิมพ์ธุรกิจและบัตรเชิญ

4) กระดาษแข็งเยื่อ เป็นกระดาษแข็งชั้นเดียวที่ทำมาจากเยื่อปลอดไม้ ไม่เคลือบผิว อาจผลิตให้มีคุณสมบัติสองหน้าเหมือนกัน นำไปใช้พิมพ์หนังสือเด็กอ่านเล่นที่ต้องการความหนาและขาว แต่ถ้านำไปทำเป็นปกจะต้องอบมันก่อน

3.2) กระดาษชนิดพิเศษ เป็นกระดาษที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในงานพิมพ์ที่มีลักษณะพิเศษบางประการ กระดาษดังกล่าวนี้คือ กระดาษกาว กระดาษทำด้วยมือ กระดาษเหนียว

1) กระดาษกาว เป็นกระดาษที่มีการเคลือบกาวไว้ด้านหนึ่ง เพื่อประโยชน์ต่อการใช้งานต่างๆ เช่น กระดาษพิมพ์แกลตมป์ จะใช้กาวชนิดกัมอาระบิกซึ่งเมื่อถูกความร้อนจะเหนียวทันที กาวบางชนิดจะเหนียวเมื่อถูกความร้อน เรียกกระดาษที่ใช้กาวชนิดนี้ว่า “กระดาษที่ปิดผนึก ด้วยความร้อน” (heatseal coated paper) บางชนิดจะอ่อนตัวและเหนียวเมื่อถูกแรงกด

2) กระดาษทำด้วยมือ เป็นกระดาษทำเองแต่เดิมใช้เยื่อจากเศษผ้า ต่อมาใช้เยื่อสังเคราะห์แทน ใช้ทำใบประกาศนียบัตรและใบปริญญา มีการทำलयน้ำในเนื้อกระดาษด้วยเพื่อป้องกันการปลอมแปลง ผิวกระดาษอาจออกแบบให้เป็นลายเส้นหรือลายทอ

3) กระดาษเหนียว เป็นกระดาษแข็ง หนา เหนียวเหมาะสำหรับทำกล่องห่อของหรือทำปกหนังสือ กระดาษเหนียวทำจากเยื่อซัลเฟตกราฟท์สีน้ำตาล ถ้าพิมพ์สีน้ำตาลเข้มจะได้งานพิมพ์ที่สวยงามคู่มือ ถ้านำไปฟอกจะได้สีขาว กระดาษเหนียวมีหลายเกรด ดีที่สุดจะเหนียวที่สุดต้องใช้เยื่อกราฟท์ล้วนๆ ถ้าใช้เยื่อผสมความเหนียวจะลดลง

2.2.6.2 กระดาษสำหรับการพิมพ์และขนาดกระดาษมาตรฐาน

กาวนา ไชยสมบุรณ์ (2549: 179-184) กระดาษที่ใช้ในการพิมพ์ทั้ง 4 ระบบนั้นจะต้องมีคุณสมบัติแตกต่างกันออกไปตามระบบการพิมพ์แต่ละระบบ ตามรายละเอียดดังนี้คือ

1) กระดาษสำหรับการพิมพ์ระบบออฟเซต กระดาษสำหรับการพิมพ์ระบบออฟเซต ควรมีสมบัติดังนี้

1.1) มีความแข็งแรงผิวและต้านน้ำ การพิมพ์ระบบนี้เป็นารพิมพ์ที่มีระบบน้ำเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะการพิมพ์หลายสี ต้องผ่านความชื้นถึง 4 ครั้ง หมึกพิมพ์มีการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถ่ายโอน 2 ครั้ง จากแม่พิมพ์ลงไปยังผ้ายางและจากผ้ายางไปบนกระดาษ หมึกพิมพ์ออฟเซตจึงต้องมีส่วนประกอบสารสีสูง เพื่อให้ได้สีที่เข้มเพียงพอ เมื่อกดพิมพ์ทั้งผ้ายางและหมึกพิมพ์ จะสัมผัสอย่างแน่นกับกระดาษและถูกดึงจากกันอย่างรวดเร็ว กระดาษสำหรับพิมพ์ระบบนี้จึงต้องมีผิวหน้าที่แข็งแรงมากมิฉะนั้นเส้นใยหรือสารเคลือบผิวจะถูกดึงหลุดจากกระดาษ

1.2) ปริมาณความชื้นในกระดาษที่เหมาะสม กระดาษไม่เคลือบผิว ควรปรับสมดุลกับความชื้นสัมพัทธ์ที่ 38-45 เปอร์เซ็นต์ กระดาษเคลือบผิวควรปรับสมดุลกับความชื้นสัมพัทธ์ที่ 40-47 เปอร์เซ็นต์ การไม่ปรับสมดุลของปริมาณความชื้นในกระดาษให้เหมาะสม จะทำให้มีปัญหาการพิมพ์เหลือง

1.3) ไม่ทำปฏิกิริยากับน้ำยาฟาว์เทน ผิวหน้าของกระดาษ พิมพ์ออฟเซตต้องไม่มีสารเคลือบผิวและส่วนประกอบที่ทำปฏิกิริยากับน้ำยาฟาว์เทน เพราะจะทำให้เกิดปัญหาคราบหมึกและปฏิกิริยาจากสารที่เป็นด่างในกระดาษกับน้ำยาฟาว์เทน

1.4) ต้องมีความแข็งตึง เพราะจะช่วยให้การดึงกระดาษช่วงแยกจากผ้ายางดีขึ้น มีผลดีต่อการเดินกระดาษคล่อง

1.5) ต้องมีการรับหมึกดี เพราะสมบัติการรับหมึกมีอิทธิพลต่อการแห้งตัวของหมึก การเกิดขั้วหลัง การเกิดขอล็กกิง (chalking) จะทำให้สภาพเดินกระดาษคล่องลดลง

2) กระดาษสำหรับการพิมพ์ระบบเลดเตอร์เพรส กระดาษสำหรับการพิมพ์ระบบเลดเตอร์เพรส ควรมีสมบัติดังนี้

2.1) มีความเรียบและความสม่ำเสมอของผิวกระดาษ เนื่องจากลักษณะการพิมพ์เป็นการพิมพ์ตรง แม่พิมพ์ถ่ายโอนหมึกไปยังกระดาษโดยตรง การกดพิมพ์ของแข็งลงบนกระดาษทำให้กระดาษที่ใช้ควรมีสมบัติเรียบและสม่ำเสมอ เพราะความไม่สม่ำเสมอซึ่งส่วนใหญ่พบในกระดาษแบบเคลือบผิวมักทำให้น้ำหนักสีอ่อนในฮาล์ฟโทนไม่สม่ำเสมอและบริเวณพื้นตายเกิดรอยต่าง

2.2) การปกคลุมดี หมายถึงการปกคลุมของสารเคลือบบนเส้นใยกระดาษและการอุดเชื่อมระหว่างร่องบนกระดาษแบบเคลือบผิว จะให้ความแจ่มชัดของภาพดีกว่ากระดาษไม่เคลือบผิว

2.3) มีความแข็งแรงผิว สมบัตินี้มีความสำคัญมากในการพิมพ์ เพราะในช่วงที่กดพิมพ์และดึงกระดาษแยกจากแม่พิมพ์ ความเหนียวของหมึกจะดึงผิวหน้ากระดาษ ทำให้เส้นใยหรือสารเคมีถูกดึงหลุดจากกระดาษถ้าผิวหน้ากระดาษแข็งแรงไม่พอ

2.4) ต้องมีการรับหมึกดี เช่นเดียวกับการพิมพ์ระบบออฟเซต เพราะสมบัติการรับหมึกมีอิทธิพลต่อการแห้งตัวของหมึก การเกิดขั้วหลัง การเกิดขอล็กกิงซึ่งจะทำให้

สภาพเดินกระดาษคล่องลดลง กระดาษสำหรับการพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรส ได้แก่ กระดาษเคลือบผิวมัน กระดาษเคลือบผิวด้าน กระดาษไม่เคลือบผิว และกระดาษหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

3) กระดาษสำหรับการพิมพ์ระบบกราเวียร์ กระดาษสำหรับการพิมพ์ระบบกราเวียร์ ควรมีสมบัติดังนี้

3.1) มีความเรียบและความสม่ำเสมอของผิวกระดาษ ด้วยเหตุผลเช่นเดียวกับการพิมพ์ในระบบออฟเซตและระบบเลตเตอร์เพรส ที่ต้องการความเรียบและความสม่ำเสมอ ของผิวกระดาษ แม้กระบวนการพิมพ์จะต่างกันเพราะการพิมพ์ระบบกราเวียร์นั้นแม่พิมพ์มีลักษณะเป็นหลุมเล็ก รับหมึก เมื่อกดพิมพ์หมึกจะไปติดบนกระดาษ ถ้ากระดาษไม่เรียบพอ จะพิมพ์เม็ดสกกรีนไม่ติด โดยเฉพาะบริเวณสว่างซึ่งมักพบเสมอว่ากระดาษไม่เรียบพอ นอกจากนี้การพิมพ์ที่มีตัวอักษรขนาดเล็กกว่า 8 พอยต์ ขอบจะดูเลือนราง การที่เม็ดสกกรีนไม่ติดอาจไม่ใช่เหตุผลที่กระดาษไม่เรียบอย่างเดียว แต่อยู่ที่ปัจจัยอื่นด้วย เช่น ชนิดของน้ำยากัด แรงกดพิมพ์ นิ่มเกินไป หมึกกระเหยเร็วทำให้แห้งบนแม่พิมพ์

3.2) มีความหยุ่นตัวดี การหยุ่นตัวของกระดาษช่วยให้กดพิมพ์ถ่ายโอนหมึกได้ดีขึ้น กระดาษสำหรับการพิมพ์ระบบกราเวียร์ใช้ได้ทั้งกระดาษเนื้อหยาบ กระดาษเนื้อละเอียด และกระดาษเนื้อมัน

4) กระดาษสำหรับการพิมพ์ระบบสกกรีน กระดาษสำหรับการพิมพ์ระบบสกกรีน ควรมีสมบัติดังนี้

4.1) มีความราบ เพราะถ้ากระดาษโค้งงอ รอยไม่เรียบ เป็นต้นหรือยับย่นจะทำให้ผิวกระดาษสัมผัสกับสกกรีนไม่สมบูรณ์ เป็นผลให้การพิมพ์บกพร่อง

4.2) มีความหนาปีกกระดาษ ยิ่งมีความหนาปีกกระดาษมาก กระดาษจะยิ่งแข็งสามารถต้านการโค้งงอด้วยหมึกที่มีความหนามาก กระดาษสำหรับการพิมพ์ระบบสกกรีนใช้ได้กับกระดาษผิวหน้าได้ทุกชนิด โดยเฉพาะกระดาษที่มีผิวด้านจะทำให้ปัญหาในการพิมพ์น้อยลง

5) ขนาดกระดาษมาตรฐาน ระบบกระดาษมาตรฐานสากลจัดขึ้นเพื่อความสะดวกและความเป็นระบบในการใช้เขียนและพิมพ์ เริ่มประกาศนำมาใช้ในประเทศกลุ่มภาคพื้นยุโรปเป็นกลุ่มแรกเป็นเวลานานกว่า 40 ปี ซึ่งต่อมาเกือบทุกพื้นที่ทั่วโลกก็นิยมใช้กันทั่วไป ระบบกระดาษมาตรฐานที่กล่าวถึงนี้คือระบบ ไอ.เอส. โอ. (ISO : International Standard Organization) มีการแบ่งขนาดกระดาษมาตรฐานออกเป็น 2 ชุด คือ ชุด A ชุด B

ตารางที่ 2.1 ขนาดกระดาษพิมพ์มาตรฐานชุดเอ (A-Series)

ขนาดที่เรียก	ขนาดเป็นมิลลิเมตร	ขนาดเป็นนิ้ว
A0	841X1189	33.11X46.81
A1	549X841	23.39X33.11
A3	297X420	11.69X16.54
A4	210X297	8.27X11.69
A5	148X210	5.83X8.27
A6	105X148	4.13X5.38
A7	74X105	2.91X4.13
A8	54X74	2.05X2.91
A9	37X54	1.46X2.05
A10	26X37	1.02X1.46

ตารางที่ 2.2 แสดงขนาดงานที่พิมพ์ที่เหมาะสมตามขนาดมาตรฐานสากล

ชื่อเรียก	หน่วย / นิ้ว
Tabloid	11x17
Latter	8 1/2x11
A3	12x18
A5	8 1/4x5 7/8
F4	8 1/2x14
Executive	7 1/4x10 1/2
A4	8 1/4x11 3/4

ขนาดมาตรฐาน B กระดาษมาตรฐาน B มีขนาดใหญ่กว่ากระดาษมาตรฐาน A ประมาณครึ่งเท่าและถือเป็นอีกตัวเลือกหนึ่งที่จะสามารถนำไปใช้แทนกระดาษมาตรฐาน A ได้ โดยทั่วไปของกระดาษชนิดนี้นิยมใช้กับงานจำพวก ใบปิดโฆษณา ป้ายประกาศ และแผ่นภูมิ เป็นต้น

ตารางที่ 2.3 ขนาดกระดาษพิมพ์มาตรฐานชุดบี (B-Series)

ขนาดที่เรียก	ขนาดเป็นมิลลิเมตร	ขนาดเป็นนิ้ว
B0	1000X1414	39.57X55.66
B1	707X1000	27.83X39.37
B2	500X707	19.68X27.83
B3	353X500	13.89X19.68
B4	250X353	9.84X13.89
B5	176X250	6.92X9.84
B6	125X176	4.92X6.92
B7	88X125	3.46X4.92
B8	62X88	2.96X3.46
B8	44X62	1.73X2.96
B10	31X44	1.48X1.73

ที่มา : ดวงแก้ว สิงห์ทอง, 2551:77

สรุปจากในปัจจุบัน นอกจากกระดาษแผ่นแล้วยังมีกระดาษม้วนสำหรับป้อนเข้าเครื่องพิมพ์ชนิดป้อนม้วน ซึ่งเป็นการป้อนเข้าพิมพ์อย่างต่อเนื่อง มีเนื้อกระดาษต่างกันตั้งแต่กระดาษบาง กระดาษหนังสือพิมพ์ไปจนถึงกระดาษอาร์ต โดยความกว้างจะวัดที่หน้ากว้างของกระดาษที่อยู่ในม้วน (web width) ส่วนความยาวของกระดาษที่เครื่องจะพิมพ์ได้ในแต่ละแผ่น เมื่อพิมพ์แล้วก่อนผ่านเครื่องตัดกระดาษจะวัดจากขนาดความยาวเส้นรอบวงของโมแม่พิมพ์ โมตัด โมยาง และแนวแกนของกระดาษจะอยู่ในแนวความยาวของกระดาษในม้วน

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

จารุพรรณ ทรัพย์ปรุง (2543:3) ได้กล่าวถึงการออกแบบเครื่องแต่งกายเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 อันประกอบด้วย อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ มาตั้งแต่ครั้งที่มนุษย์เริ่มรู้จักประดิษฐ์เครื่องนุ่งห่มสำหรับสวมใส่ โดยผู้สวมใส่เป็นผู้ออกแบบตามความพอใจของคนและตัดเย็บเครื่องแต่งกายตามแบบนั้นด้วยตนเอง เมื่อโลกมีความเจริญทางด้านวิทยาการมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็มีประชากรในสังคมโลกทวีจำนวนขึ้นโดยลำดับ มนุษย์มีความจำเป็นต้องใช้เวลาส่วนใหญ่ของชีวิตประจำวันไปในการประกอบอาชีพ เพื่อแสวงหาได้ได้มาเลี้ยงชีพตนเองและครอบครัว และใช้เวลาส่วนที่เหลือ

พักผ่อนร่างกาย มนุษย์จึงไม่มีเวลาในการออกแบบเครื่องแต่งกายด้วยตนเองอีก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดอาชีพการออกแบบจนมาถึงทุกวันนี้

2.3.1 ทีเชิร์ต หรือ เสื้อยืด คือเสื้อที่ส่วนใหญ่จะไม่มีกระดุม ปกเสื้อ และกระเป๋ โดยมัลักษณะคอกลมและแขนสั้น ซึ่งแขนของเสื้อส่วนใหญ่จะไม่เลยข้อศอก ถ้าเกินกว่านั้นจะเรียกเสื้อทีเชิร์ตแขนยาว เสื้อทีเชิร์ตโดยทั่วไปจะทำจากผ้าฝ้าย หรือ ผ้าใยสังเคราะห์ โดยมากแล้วทีเชิร์ตจะมีการออกแบบลายด้วยตัวหนังสือหรือรูปภาพ และนิยมใส่กันทั้งผู้ชายและผู้หญิง ทุกกลุ่มอายุ รวมทั้งทารก วัยรุ่น และผู้ใหญ่จากข้อมูลหลาย ๆ แห่ง มีการอ้างว่า สถานที่ ๆ เป็นต้นกำเนิดแนวความคิดของทีเชิร์ตจริง ๆ เป็นที่สหรัฐอเมริกา ระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 1 เมื่อทหารอเมริกันได้สังเกตเห็นว่า ทหารยุโรปได้ใส่เสื้อในจากผ้าฝ้ายเบา ขณะที่ทหารอเมริกันเปียกเหงื่อกับชุดที่ทำจากขนสัตว์ ดังนั้นมาพวกเขาได้เปลี่ยนมาใช้ผ้าฝ้าย ซึ่งสะดวกสบายขึ้นและได้รับความนิยมในหมู่ชาวอเมริกัน เพราะเนื่องจากรูปลักษณะของเสื้อจึงได้เรียกว่าเสื้อ ทีเชิร์ต ที่มาของชื่อนั้น ไม่ชัดเจน แต่ส่วนใหญ่จะมาจากรูปร่าง ของเสื้อที่มีลักษณะเป็นตัว "T" และชัดเจนขึ้นเมื่อในกองทัพเรียกเสื้อนี้ว่า "training shirt" (เสื้อสำหรับฝึก) ในปี 1932 ฮาวเวิร์ด โจนส์ขอให้บริษัทผลิตกางเกงในอย่าง จ็อกกี้ผลิตเสื้อที่จับเหงื่อสำหรับทีม ยูเอสซี ฟุตบอล ที่อาจเรียกได้ว่าเป็นทีเชิร์ตยุคใหม่

ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ทีเชิร์ตได้กลายเป็นเสื้อมาตรฐานทั่วไป ในกองทัพสหรัฐอเมริกา และนาวิกโยธิน ถึงแม้ว่าทีเชิร์ตจะเป็นชั้นใน แต่ทหารส่วนใหญ่ก็มักจะใส่โดยไม่มีเสื้อเชิร์ตนอก และด้วยเหตุที่ภาพที่ปรากฏต่อสาธารณะบ่อยขึ้น ที่นายทหารใส่เสื้อทีเชิร์ตกับกางเกงขาสั้น และเป็นที่ยอมรับทีละน้อย จนเมื่อนิตยสาร โลก ฉบับวันที่ 13 กรกฎาคม ค.ศ. 1942 ขึ้นหน้าปกทหารที่ใส่เสื้อทีเชิร์ต และเขียนข้อความว่า "Air Corps Gunnery School" หลังสงครามโลกครั้งที่สอง ทีเชิร์ตได้ปรากฏโดยไม่มีเสื้อเชิร์ตนอกคลุม ในปี 1948 ผู้สมัครประธานาธิบดี โรมัส อี. ดีวีย์ ผลิตเสื้อเชิร์ต "Dew It for Dewey" ขึ้น ได้รับการบันทึกว่าเป็นเสื้อยืดสกรีนตัวหนังสือตัวแรก (ปัจจุบันเก็บไว้อยู่ที่สถาบันสมิทโซเนียนของอเมริกา) และต่อมาในปี 1952 ก็ได้ผลิตทีเชิร์ต "I Like Ike" เพื่อสนับสนุน Dwight D. Eisenhower และจอห์น เว็ลัน, มาร์ลอน แบรนโด และเจมส์ ดีน ก็ได้ใส่เสื้อตัวนี้ปรากฏตัวในโทรทัศน์ด้วย ซึ่งเป็นที่ตกตะลึงของประชาชน จนกระทั่งในปี 1955 จึงเป็นที่ยอมรับ

2.3.1.1 วัสดุที่ใช้สกรีนลงบนผ้า

1) คุณสมบัติของ Cotton โดยโครงสร้างที่เป็นใยธรรมชาติ ทำให้มีการซึมซับของเหลว เช่น เหงื่อ ได้ดีเนื้อผ้าจะนุ่ม ไม่มีความกระด้าง เมื่อโดนความร้อนหรือไฟ จะกลายเป็นขี้เถ้าแต่ปัญหาสำคัญของผ้าฝ้ายคือ การยืด หด ชั่ว เมื่อใช้งานไปและดูแลรักษาไม่ดีพอแต่ปัจจุบันก็มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาทำให้ปัญหานี้เริ่มจะหมดไป คือ การยืด หด ชั่ว ยังมีอยู่แต่น้อยลงและราคาสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) คุณสมบัติของ Polyester โครงสร้างเป็นใยสังเคราะห์ทำให้หาได้ง่าย เนื่องจากเป็นผลพลอยได้จากการกลั่นน้ำมันและปิโตรเคมี เมื่อโดนความร้อนหรือไฟ จะหดตัว ละลาย เป็นลักษณะพลาสติกละลาย ข้อดีคือราคาไม่แพงไม่ยืด ไม่หด ไม่ยับ แต่เมื่อใช้งานนาน ๆ ไป จะมีลักษณะปุ่ม ปมของเส้นด้ายขึ้นมาบนตัวผ้า ทำให้ดูไม่ดี

3) T/C เป็นการผสมผสานข้อดีระหว่าง Polyester และ Cotton ในอัตรา 65% ต่อ 35% คือซึมซับเหงื่อได้ดี(แต่ไม่เท่า Cotton 100%)และไม่ยืด ไม่หด ไม่ยับ สามารถทนทานต่อการซักเครื่องได้ดี ตัวผ้าไม่ขื่นเมื่อกัด ปุ่ม ปม ราคาปานกลาง

4) CVC เป็นการผสมผสานระหว่าง Cotton และ Polyester ในอัตราส่วน โดยประมาณอยู่ที่ Cotton 70-85% ต่อ Polyester 15-30%เพื่อให้ได้ความนุ่มของผ้าฝ้าย ซึมซับเหงื่อได้ดี แต่ยังคงมีอัตราการยืด หด ยับ อยู่ ราคาสูงใกล้เคียง Cotton

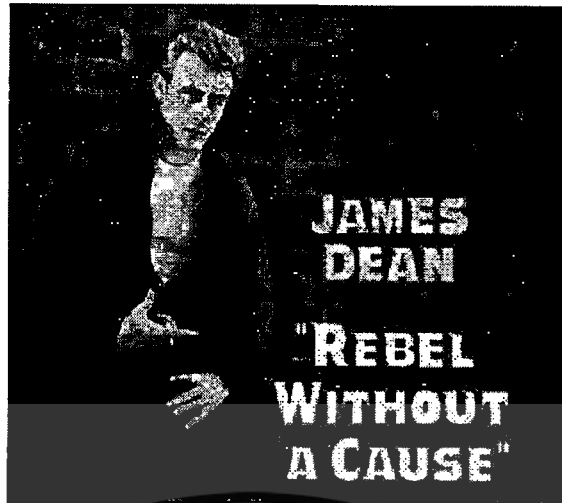
5) Spandex เป็นการเพิ่มเส้นด้ายเสริมความยืดหยุ่นให้กับเนื้อผ้า ไม่ว่าจะ เป็นผ้าชนิดใดก็ตามลักษณะการยืดหยุ่นได้ดีส่วนใหญ่จะผสมอยู่ที่ 5-9% ราคาสูงกว่า Cotton

6) ผ้านาโนเทค เป็นผ้าที่สถาบันนาโนเทคโนโลยี วิจัยร่วมกับ มหาวิทยาลัย ผู้ประกอบการ เพื่อให้ได้ผ้าคุณภาพของนาโนเทคตามความต้องการ ไม่ว่าจะเป็นการแอนตี้แบคทีเรีย ป้องกันรังสี UV การระเหยได้อย่างรวดเร็ว ใส่แล้วเย็นสบาย และจุดประสงค์การใช้งานอื่น ๆ ด้วยราคาสูงที่สุดในตอนนี้



ภาพที่ 2.4 แสดงเสื้อยืดแบบไม่สกรีนและแบบสกรีนลวดลาย

ที่มา : เสื้อยืดคอกลม, 2554. (ออนไลน์)



ภาพที่ 2.5 แสดงรูปเสื้อยืดที่นิยมสมัย เจมส์ ดีน ในปีค.ศ.1955

ที่มา : Rebel Without a Cause, 2011.(Online)

2.3.1.2 วิธีการผลิต

1) การพิมพ์ซิลค์สกรีน คือ การปาดหมึกพิมพ์ผ่านผ้าสกรีนที่ยึดบนกรอบสี่เหลี่ยมให้ลงไปติดกับวัสดุที่จะพิมพ์ หากต้องการให้หมึกผ่านผ้าสกรีนออกมาเป็นลวดลายใด ๆ ก็ทำให้รูผ้าเปิดหรือปิด ในส่วนที่ต้องการให้หมึกผ่านออกตามลวดลายนั้น ๆ การพิมพ์ระบบนี้สามารถใช้พิมพ์ลงบนวัตถุได้แทบทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นวัสดุแบน กลม เหลี่ยม หรือรูปทรงแปลก ๆ ทั้งหลาย การพิมพ์ระบบนี้ใช้การปาดหมึกพิมพ์ผ่านผ้าสกรีนลงไปติดบนวัสดุ ปริมาณของหมึกพิมพ์จึงสามารถผ่านลงไปเกาะยึดบนวัสดุที่พิมพ์ได้มากและทึบกว่าการพิมพ์ระบบอื่น ๆ จึงทำให้ภาพพิมพ์แลดูสดสวยและคงทนกว่างานพิมพ์ชนิดอื่นๆ ลักษณะงานที่นิยมใช้การพิมพ์ลักษณะนี้ได้แก่ งานพิมพ์สติ๊กเกอร์, รูปลอกน้ำ, ฉลากสินค้า, หน้ากากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์, เสื้อผ้า, อะคริลิก เป็นต้น สมาคมการพิมพ์สกรีนประเทศไทย.2554. (Online)

นอกเหนือจากการทอ การข้อม การเพ้นต์แล้ว การตกแต่งลวดลายลงบนผ้าโดยการพิมพ์สกรีนก็ถือเป็นอีกหนึ่งในหลากหลายกรรมวิธีที่นำมาใช้ในการทำให้เกิดลวดลายบนผ้า โดยผ้าที่ถูกนำมาใช้ในการพิมพ์สกรีนสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ ผ้าทอ(ผ้าฝ้าย)และผ้าจีน(รวมถึงเสื้อสำเร็จรูป) ซึ่งกระบวนการที่ถูกนำมาในการพิมพ์ผ้ามีทั้งที่เป็นแบบใช้เครื่องจักรอัตโนมัติ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมรมการพิมพ์ผ้าขนาดใหญ่และตามโรงงาน เช่นเครื่องพิมพ์แบบ Rotary Screen, Roller Screen, Flat Bed Screen , Digital Printing เป็นต้น และการพิมพ์ผ้าโดยอาศัยแรงงานคน (Hand Printing) โดยประเภทการพิมพ์สกรีนลงบนผ้าสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก ๆ คือ

1.1) การพิมพ์โดยตรง จะใช้แบ่งพิมพ์ซึ่งผสมกับหมึกพิมพ์ตามประเภทที่เหมาะสมกับเนื้อผ้าและผสมสารเคมีอื่น ๆ เพื่อช่วยเพิ่มความคมชัดของลายและความเข้มของสี แล้วจึงทำการพิมพ์ตรงลงไปบนเนื้อผ้า ซึ่งการพิมพ์โดยตรงยังสามารถจำแนกตามเทคนิคได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



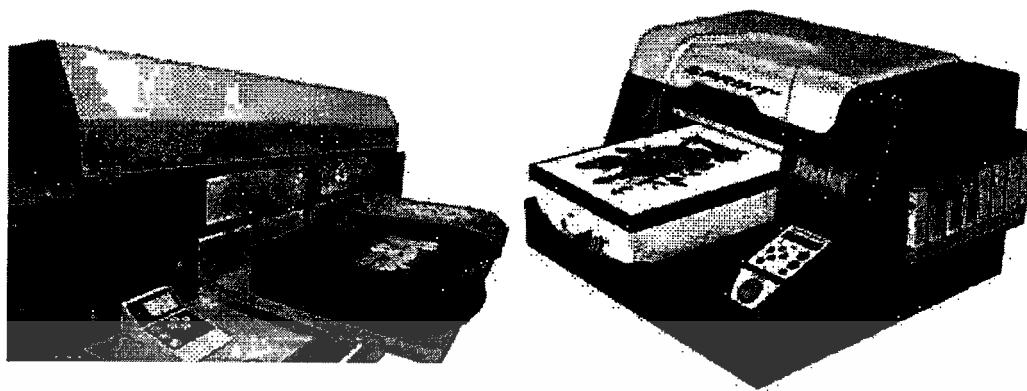
ภาพที่ 2.6 แสดงการพิมพ์โดยตรง
ที่มา : อรจิรา เข็มจินดา.งานสกรีนเสื้อ.2554. (ออนไลน์).

1.2) การพิมพ์ดิสชาร์จ เทคนิคนี้ใช้กับการพิมพ์ลวดลายบนผ้าที่ถูกย้อมสีมาก่อนแล้ว โดยใช้สารกำจัดสี(Discharging agent) เพื่อทำลายสีพื้นของผ้าที่ถูกย้อมทำให้เกิดเป็นลวดลายสีขาว(White discharge) ในกรณีที่ต้องการให้เกิดลวดลายสีอื่น ๆ (color discharge) จะเกิดสีซึ่งมีคุณสมบัติทนต่อสารกำจัดสีผสมลงไป เมื่อทำการพิมพ์ ลวดลายสีพื้นของผ้าย้อมจะถูกทำลายแต่สีที่เติมลงไปคงอยู่และเข้าไปแทนที่สีที่ถูกกัด เมื่อไปผ่านกระบวนการอบและซักแห้งแล้วจึงจะเห็นเป็นลวดลายปรากฏ

1.3) การพิมพ์รีซิส เป็นการพิมพ์ลายโดยผสมสารกันสี (Resisting agent) ลงในแป้งพิมพ์เพื่อป้องกันสีย้อมซึ่งจะถูกย้อมหรือพิมพ์ทับในภายหลัง หลังจากย้อมและนำไปซักจะเห็นเป็นลวดลายพิมพ์สีขาว (White Resist) ตรงส่วนที่พิมพ์ลายกันสีไว้ และหากต้องการให้เกิดลวดลายสี (Color Resist) จะเติมสีที่ต้องการผสมลงไป แป้งพิมพ์พร้อมสารกันสีแล้วจึงพิมพ์ลายก่อนนำไปย้อม วิธีการนี้นิยมใช้กันในการทำผ้าบาติก

1.4) การพิมพ์เบิร์นเฮ้าท์ เป็นการทำให้เกิดลวดลายบนเนื้อผ้าที่มีเส้นใยผสม 2 ชนิด ด้วยการผสมสารเคมีที่มีคุณสมบัติทำลายเส้นใยของผ้าลงในแป้งพิมพ์ เพื่อทำให้เส้นใยชนิดใดชนิดหนึ่งที่ถูกทำลายเกิดเป็นลวดลาย

1.5) การพิมพ์ด้วยเครื่องพิมพ์ดิจิตอล เป็นการพิมพ์ผ้าโดยใช้เครื่องพิมพ์ที่อาศัยหลักการเกี่ยวกับการพิมพ์กระดาษด้วยเครื่อง Printer ทั่วไป เพียงแต่เปลี่ยนจากกระดาษมาเป็นพิมพ์ตรงลงบนเนื้อผ้า ซึ่งกระบวนการพิมพ์ผ้าด้วยเครื่องพิมพ์ดิจิตอลปัจจุบันมีทั้งที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมและใช้พิมพ์เสื้อสำเร็จรูป ซึ่งการพิมพ์โดยด้วยเครื่องดิจิตอลจำเป็นต้องนำผ้าไปผ่านกระบวนการ Pre-Treat ก่อนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพิมพ์และต้องมีการอบเคลือบสีหลังจากการพิมพ์ (finishing) เพื่อให้หมึกพิมพ์ติดทนบนเนื้อผ้า



ภาพที่ 2.7 แสดงการพิมพ์ด้วยเครื่องพิมพ์ดิจิทัล
ที่มา : อรจิรา เข้มจินดา,งานสกรีนเสื้อ, 2554. (ออนไลน์)

1.6) การพิมพ์แบบอ้อม โดยการพิมพ์ลงบนกระดาษด้วยเครื่องปริ้นเตอร์แบบ Ink Jet หรือ Laser ลงบนกระดาษทรานเฟอร์แล้วนำไปกดด้วยเครื่องรีดความร้อนเพื่อให้หมึกระเหยย้อมติดไปบนเนื้อ โดยแผ่นฟิล์มบนกระดาษเป็นตัวเคลือบยึดเกาะลงบนเนื้อผ้าอีกชั้น หมึกสำหรับการสกรีนแบบทรานเฟอร์ ต้องมีคุณสมบัติในการยึดเกาะบนเส้นใยผ้าได้ดี คงทนต่อแดดและที่สำคัญต้องทนน้ำ โดยหมึกที่นิยมนำมาใช้ในการสกรีนเสื้อแบบทรานเฟอร์ เช่นหมึก dye sublimation ink ซึ่งมีคุณสมบัติในการระเหย เมื่อถูกความร้อนหมึกจะกลายเป็นไอย้อมติดลงบนเนื้อผ้า ส่วนข้อจำกัดของหมึกประเภทนี้คือใช้ได้เฉพาะกับผ้าใยสังเคราะห์ โพลีเอสเตอร์ หรือไนลอนเท่านั้น ไม่สามารถใช้ได้กับผ้าที่เป็น cotton 100% หมึกฟลักเมนต์ หรือ ที่เรียก ดูราไบท์จะมีคุณสมบัติเด่นในด้านความคงทน และกันน้ำเนื่องจากหยดหมึกจะมีเรซินบาง ๆ เคลือบอยู่ หมึกประเภทนี้สามารถใช้สกรีนลงบนเนื้อผ้า cotton 100%

1.6.1 กระดาษทรานเฟอร์ เป็นกระดาษที่ผลิตขึ้นมา โดยเฉพาะสำหรับงานสกรีนเสื้อด้วยความร้อน โดยตัวกระดาษจะมีแผ่นฟิล์มบาง ๆ เคลือบอยู่เมื่อนำไปกดทับด้วยเครื่องรีดความร้อนตัวฟิล์มจะละลายเคลือบติดไปบนลวดลายและตัวเสื้อ งานสกรีนด้วยวิธีนี้ถูกนำไปใช้เฉพาะกับการสกรีนเบอร์หรือตัวอักษร หรือสกรีนเสื้อรูปถ่ายที่ระลึก เนื่องจากจำเป็นต้องมีการทำ die cut เพื่อตัดพื้นที่ส่วนที่ไม่ใช่ลวดลายออกและผิวสัมผัสบนลวดลายที่สกรีนลงบนเสื้อจะแตกต่างจากการสกรีน การสกรีนความร้อนด้วยวิธีทรานเฟอร์แผ่นฟิล์มที่เคลือบจะให้ความรู้สึกของผิวสัมผัสเหมือนการนำแผ่นสติ๊กเกอร์มาติดลงบนเสื้อ ความคงทนในการสกรีนเสื้อด้วยวิธีทรานเฟอร์ คุณสมบัติในด้านความคงทนของลวดลายที่สกรีนทั้งต่อการตากแดดและโดยเฉพาะอย่างยิ่งการซักล้างด้วยน้ำจะขึ้นอยู่กับคุณภาพของหมึกและกระดาษซึ่งมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการตัดสินใจเลือก Printer เพราะถ้าใช้หมึกที่ไม่ผ่านการทดสอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณสมบัติในการทนน้ำเมื่อนำไปซัก รวมถึงกระดาษทรายเฟอรัที่มีคุณสมบัติในการยัดเกาะ ฟิล์มที่เคลือบไม้ดีเมื่อนำไปซักจะหลุดลอกได้ง่าย

2.3.1.3 สีสกรีนเสื้อ แบ่งได้ เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ใช้สีสกรีนเสื้อประเภทเชื่อน้ำ สีสกรีนประเภทนี้จะอาศัยน้ำเป็นตัวละลายเนื้อสี และแป้งพิมพ์เข้ากันเป็นเนื้อเดียว โดยแป้งพิมพ์ที่เตรียมไว้สำหรับผสมกับสีสกรีนจะมีส่วนผสมของสารยัดเกาะ เพื่อช่วยในการยัดติดบนเส้นใยของเสื้อผ้า ส่วนสีสกรีนอีกประเภทที่นิยมนำมาใช้กับการสกรีนเสื้อ คือสีพลาสติกซอล ซึ่งมีองค์ประกอบหลักของเนื้อสีผลิตมาจาก PVC และ Plasticizer โดยอาศัยน้ำมันเป็นตัวทำละลายตามร้านจำหน่ายสีสกรีนหรืออุปกรณ์เกี่ยวกับการพิมพ์สกรีนใหญ่ ๆ มีทั้งแบบนำไปผสมเองและแบบที่ผสมสำเร็จ



ภาพที่ 2.8 แสดงสีสกรีนเสื้อ

ที่มา :อรจิรา เข้มจินดา.งานสกรีนเสื้อ.2554. (ออนไลน์).

1) สีสกรีนเสื้อเชื่อน้ำ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภทตามคุณสมบัติของแป้งพิมพ์ที่นำมาใช้ผสมสีสำหรับสกรีนเสื้อดังนี้

1.1) สีสกรีนเสื้อแบบสีจม คุณสมบัติของสีสกรีนประเภทนี้ เนื้อสีจะมีความละเอียดสามารถซึมลงไปถึงเส้นใยผ้าและเนื้อสีจะมีความโปร่งใส เมื่อนำไปสกรีนลงบนเสื้อยัดกระดาษสกรีนจะให้ผิวสัมผัสที่เรียบจนแทบเป็น เนื้อเดียวกับเสื้อ ด้วยเหตุที่เนื้อสีมีความโปร่งจึงนิยมนำไปใช้ในงานสกรีนบนเสื้อสีอ่อน

1.2) สีสกรีนเสื้อแบบสีลอย คุณสมบัติของสีลอยคือ เนื้อสีจะมีความละเอียดน้อยกว่าสีจม ทำให้เนื้อสีเกาะติดอยู่บนเส้นใยของผ้า เมื่อสกรีนลงเสื้อผิวสัมผัสจะให้ความรู้สึกถึงกระดาษที่มีความหนาขึ้นมาจาก เนื้อผ้า และเมื่อลองดึงหรือยัดกระดาษสกรีนจะสังเกตเห็นถึงเนื้อสีที่แยกออกจากกันจับ อยู่บนผิวของเนื้อผ้า และเนื่องจากเนื้อสีของสีประเภทนี้จะมีความที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสงจึงเหมาะที่จะนำไปสกรีนลง บนเสื้อสีเข้ม หรือนำไปสกรีนรองพื้นสีขาวบนเสื้อสีเข้มแล้วจึงสกรีนทับด้วยสีจม ข้อเสียของสีลอยคือแห้งเร็วซึ่งทำให้บดสีสกรีนได้ง่าย หมึกสกรีนติดหลังบดออก

1.3) สีสกรีนเนื้อแบบสียาง คุณสมบัติของสียางเนื้อสีจะมีความยืดหยุ่นสูงและมีความเงา ให้สีที่สด เมื่อสกรีนลงบนเนื้อผ้า เนื้อสีจะไปจับอยู่บนเส้นใยเช่นเดียวกับสีลอย ผิวสัมผัสจะมีชั้นความหนาบางของลายสกรีน และเมื่อลองดึงเนื้อผ้าเพื่อยืดลายสกรีนออก เนื้อสีจะยืดออกตามเนื้อผ้าเสมือนมีความยืดหยุ่นเป็นเนื้อเดียวกัน และเนื่องด้วยเนื้อสีมีความทึบแสงจึงสามารถสกรีนได้ทั้งบนเสื้อสีอ่อนและสี เข้ม โดยไม่ต้องรองพื้นก่อน

1.4) สีสกรีนเนื้อแบบสีนูน ในหมึกพิมพ์จะผสมสารที่ทำให้เกิดการพองขึ้นของเนื้อสีเมื่อนำ ไปอบด้วยความ ร้อนหลังจากสกรีน ทำให้ลวดลายมีความหนาขึ้นมา โดยทั่วไปจะนำไปใช้ในงานสกรีนตัวอักษรหรือลายสกรีนที่ต้องการให้เกิดผิว สัมผัสมีความนูนเป็น 3 มิติ



ภาพที่ 2.9 แสดงสีสกรีนเนื้อ

ที่มา : อรจิรา เข้มจินดา, งานสกรีนเสื้อ, 2554(ออนไลน์)

2.3.1.4 กระบวนการออกแบบ

ในด้านการดำเนินงานการปฏิบัติงานออกแบบกราฟิกจำเป็นต้องดำเนินควบคู่กันไปตลอด เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ก่อนที่นักออกแบบจะเริ่มทำการออกแบบได้นั้น จำเป็นจะต้องได้รับข้อมูลรายละเอียด ขั้นตอนในการออกแบบกราฟิก ดังต่อไปนี้ คือ

1) ทำสเก็ทอย่างหยาบๆ เพื่อจะให้เห็นถึงแนวความคิดและภาพลักษณะขั้นต้น และในส่วนนี้จะต้องคำนึงถึงภาพถ่ายหรือภาพ ประกอบต่างๆ ที่จะนำเข้ามาร่วม รวมทั้งคำบรรยาย ที่จะมีส่วนช่วยดึงดูดความสนใจของ นักท่องเที่ยวมากที่สุด ในการพิจารณาเลือกใช้สีก็เป็น

ส่วนหนึ่งที่สำคัญ เพราะมีส่วนที่จะต้องนำไป พิจารณาในสภาพการแจกจ่ายที่แท้จริง เพื่อที่จะทราบถึงอิทธิพลของแสงและสีของสิ่งแวดล้อม

2) คัดเลือกแบบสเก็ทที่เห็นว่าดีที่สุด นำมาทำเป็นแบบจำลองที่ใกล้เคียงของจริง โดยเลือกใช้วัสดุที่ใกล้เคียงของจริง

3) มอบแบบจำลองให้ทางเจ้าหน้าที่และนักทอ่งที่เกี่ยวข้องพิจารณาหรือ ทดสอบความพึงพอใจ ต่อลดทลายสกรีน

4) นำเอาข้อมูลที่ได้รับ มาแก้ไขปรับปรุงให้แบบสกรีนต้นแบบนี้เกิดความสมบูรณ์ที่สุด

5) เมื่อได้รับการเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว จึงดำเนินการเตรียมแบบจัดทำ Art-Work นำภาพประกอบหรือภาพถ่ายจัดลงในแบบ Art-Work ให้เรียบร้อย

6) นำส่งโรงพิมพ์สกรีนเพื่อยึดดำเนินการ

สรุป เลื่อยยึดหรือทีเชิร์ต สามารถสกรีนข้อความและลดทลายเพื่อให้เหมาะสมกับความเชื่อ รสนิยมของผู้สวมใส่ เช่น เลื่อยยึดวงดนตรีต่างๆ และเนื่องจากราคาถูกและสามารถทำได้ง่ายจึงมักทำเป็นของที่ระลึก ของแจกของแถม ของขวัญ เป็นที่ประชาสัมพันธ์ ที่โฆษณา ส่วนข้อความที่ได้รับคามนิยมในการเขียนบนทีเชิร์ต เช่น “ฉันทัวใจเอ็นวายจี” รวมถึงลายล้อเลียนต่างๆ ที่ตามมาหรือข้อความ “staying alive” ที่ได้รับความนิยมช่วงหนึ่งในกรุงเทพฯ เลื่อยยึดทีเชิร์ตมีหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นในแบบลดทลายต่างๆ เช่น ลายการ์ตูน ลายดอกไม้ ลายรูปดาราลายธรรมชาติ และอื่นๆอีกมากมายและเป็นที่ยอมรับในทุกระดับไม่ว่าจะเป็นเด็ก ผู้ใหญ่ วัยไหนๆก็สวมใส่ได้เพราะเลื่อยยึดจะมีราคาถูกไม่แพงมากนักสามารถหาสวมใส่ได้ง่ายโดยทั่วไป

2.3.1.5 การออกแบบตัวอักษร

ตัวอักษรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบเพื่อสื่อความหมายและสื่อสารข้อมูลในรูปแบบการเขียน เนื่องจากตัวอักษรได้ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเขียนและอ่านของแต่ละชนชาติและภาษา ดังนั้น การเขียนและการอ่านตัวอักษรจึงมีความแตกต่างกันออกไป การจัดวางตัวอักษรเพื่อสื่อความหมายจะต้องพิจารณาจากวัตถุประสงค์ อักษรแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ตัวอักษรแบบตัวพิมพ์และตัวอักษรประดิษฐ์ (ดวงแก้ว สิงห์ทอง, 2551:65)

1) ตัวอักษรแบบตัวพิมพ์ เป็นตัวอักษรที่มีลักษณะง่ายต่อการอ่านและสามารถเลือกใช้ได้อย่างหลากหลาย ทั้งขนาด รูปแบบ และลักษณะของตัวอักษร ซึ่งมีหน่วยเป็นพอยท์

2) ตัวอักษรประดิษฐ์ เป็นตัวอักษรที่ถูกสร้างสรรค์เพื่อตามแนวความคิดในการออกแบบถ่ายทอดความหมาย อารมณ์ และความรู้สึก ผ่านรูปลักษณะของตัวอักษร ตัวอักษรประดิษฐ์บางส่วนได้ถูกสร้างเพื่อใช้เลือกใช้ได้ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ฟอนต์.คอม เป็นเว็บไซต์สำหรับผู้สนใจในการออกแบบและใช้งานตัวอักษรและแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการออกแบบอื่นๆ ที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกี่ยวข้อง เราทำตัวเหมือนเป็นสหกรณ์รวบรวมและเผยแพร่แบบอักษรไทย ได้สร้างสรรค์ไว้ ลิขสิทธิ์ของผลงานทุกชิ้นที่ปรากฏในเว็บนี้ โดยเฉพาะแบบอักษรภาษาไทยทำเองทั้งหลาย นั้นเป็นของผู้สร้างสรรค์ ซึ่งอนุญาตให้ฟอนต์.คอมนำมาเผยแพร่ ดังนั้นจึงอนุญาตให้ดาวน์โหลดฟอนต์ต่างๆ ไปใช้งานได้ฟรี ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด เว้นแต่จะมีการกำหนดคดียกานุญาตเป็นพิเศษจากผู้สร้างสรรค์ (ซึ่งระบุไว้ในเอกสารแนบหรือข้อความแสดงสัญญาอนุญาตของแต่ละฟอนต์) ฟอนต์.คอม ให้กับวงการออกแบบกราฟิกร่วมสมัยของไทย (f0nt.2554)

เวทริกษาพันธุ์สัตัวป่าห้วงงาแ่ง จังหวัดอุทังธานี

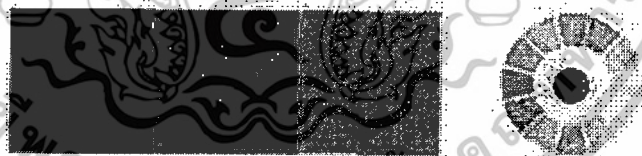
ภาพที่ 2.10 แสดงตัวอักษรประดิษฐ์

ที่มา : ไอ้แอนนนนน, 2554, f0nt 2006_iannnnnbkk. (Online)

2.2.1.6 สื่กับการออกแบบ

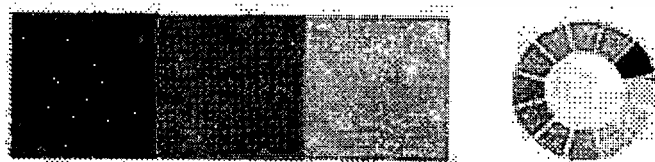
สีเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบมีอิทธิพลในเรื่องของอารมณ์การสื่อความหมายที่เด่นชัด เพราะธรรมชาติมนุษย์รักสวยงาม นอกจากนี้เรื่องของสียังเป็นเรื่องสำคัญในการออกแบบเพื่อความสวยงามสื่อความหมาย (มณฑิชา ปลั่งกลาง, 2553: 50)

1) หลักการใช้สีในการออกแบบ หลักการใช้สีในการออกแบบนั้นอาศัยหลักความสัมพันธ์ของบรรดาสีบนวงจรสี่ ซึ่งเมื่อนำมาใช้ประกอบในรูปแบบต่างๆ ก็จะมีผลให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน ดังนี้



ภาพที่ 2.11 สีขาวดำ คือ การใช้เพียงสีขาว ดำ และเทา เท่านั้น ไม่ใช้สีอื่น ให้ความรู้สึกจริงจัง

ที่มา : ทฤษฎีสี่.2552 [Online]

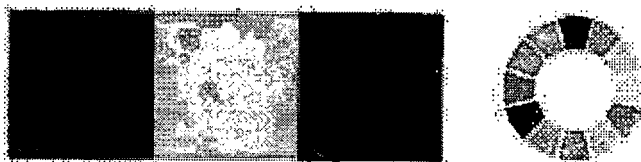


ภาพที่ 2.12 สีเอกรงค์ เป็นการใช้นวงจรสี่เพียงสีเดียว แต่เพิ่มระดับความเข้มอ่อน ทำให้ได้

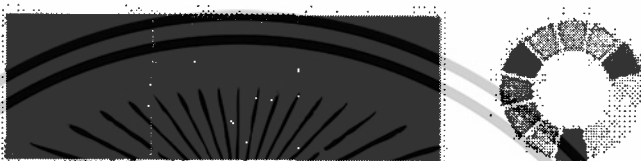
โครงสร้างที่เรียบง่าย เมาสบาย ดูคลาสสิก ไม่เบื่อง่าย

ที่มา : ทฤษฎีสี่.2552 [Online]

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.13 สีชั้นที่หนึ่ง หรือแม่สี คือ การใช้เฉพาะแม่สีทั้งสาม คือ แดง เหลือง น้ำเงิน แม่สีเป็นสีเริ่มต้นไม่สามารถใช้สีอื่นๆ ผสมให้เกิดสีเหล่านี้ได้ การใช้แม่สีทำให้ได้งานที่ดูชัดเจน หนักแน่น
ที่มา : ทฤษฎีสี.2552 [Online]



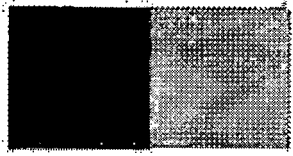
ภาพที่ 2.14 สีชั้นที่สอง คือ การใช้เฉพาะสีผสมชั้นที่ 2 ทั้งสามสี คือ ม่วง ส้ม เขียว ทำให้ได้งานที่ดูดี สะอาดตา มีพลังและการเคลื่อนไหว
ที่มา : ทฤษฎีสี.2552 [Online]



ภาพที่ 2.15 สีชั้นที่สาม คือ การเลือกใช้สีจากสีผสมชั้นที่ 3 ที่มีอยู่หกสี ทำให้ได้งานงานที่ทำให้ความรู้สึกหลากหลาย ประณีประนอม สมดุล แม้จะดูไม่แรง แต่ก็ไม่น่าเบื่อ
ที่มา : ทฤษฎีสี.2552 [Online]



ภาพที่ 2.16 สีชั้นที่สี่ คือ การใช้เฉพาะสีผสมชั้นที่ 2 ทั้งสามสี คือ ม่วง ส้ม เขียว ทำให้ได้งานที่ดูดี สะอาดตา มีพลังและการเคลื่อนไหว
ที่มา : ทฤษฎีสี.2552 [Online]



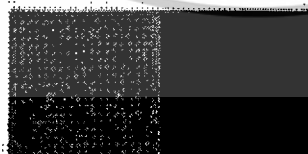
ภาพที่ 2.17 สีขั้นที่ห้า คือ การเลือกใช้สีจากสีผสมขั้นที่ 3 ที่มีอยู่หกสี ทำให้ได้สีงานที่ห้า
ความรู้สีกลากหลาย ประณีประนอม สมดุล แม้จะดูไม่แรง แต่ก็ไม่น่าเบื่อ
ที่มา : ทฤษฎีสี.2552 [Online]



ภาพที่ 2.18 สีใกล้เคียง คือ สีที่อยู่ขนานข้างของสีที่เลือกใช้นวงจรสี การใช้สีในลักษณะนี้จะให้
ผลงานที่มีความรู้สีกลมกลืน
ที่มา : ทฤษฎีสี.2552 [Online]



ภาพที่ 2.19 สีกลาง คือ การใช้สีใดสีหนึ่งควบคู่กับสีของตัวเองที่ดูนำไปผสมกับสีตรงข้าม หรือ
สีดำให้ความรู้สีนิ่ง สงบ สบาย
ที่มา : ทฤษฎีสี.2552 [Online]



ภาพที่ 2.20 สีใกล้เคียงของสีตรงข้าม คือ การใช้สีใดสีหนึ่งควบคู่กับสีที่อยู่ถัดจากสีคู่ขนานของสี
ตรงข้ามการใช้งานในลักษณะนี้ช่วยให้งานดูสมดุล
ที่มา : ทฤษฎีสี.2552 [Online]

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้สีตามหลักการออกแบบ นอกจากการใช้สีให้เกิดภาพลักษณ์ ต้องคำนึงถึงความประหยัดในการจัดพิมพ์สิ่งพิมพ์ของหน่วยงาน สำหรับการใช้สีเพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์จึงควรออกแบบสีเพื่อภาพลักษณ์ 1-2 สี และพึงระลึกไว้ว่าการใช้สีมากเกินไปยังไม่ก่อให้เกิดความสวยงามได้ยาก และยังทำให้สัญลักษณ์ขาดความเป็นภาพลักษณ์จดจำได้ยากได้แก่

1.1) การใช้สีกลมกลืน เป็นการใช้สีที่คล้ายๆกันมีความสัมพันธ์กัน ไม่มีสีใดโดดเด่น ใช้ได้หลายวิธี คือ ใช้สีเดียวเพิ่มน้ำหนักอ่อนแก่ เช่น ใช้สีเดียวผสมในทุกสีที่มาร่วมใช้เฉพาะสีร้อนหรือเย็น และใช้สีที่อยู่ในลำดับติดกันในวงจรสี การใช้สีที่กลมกลืนมักเป็นสีที่ต้องการให้เกิดภาพลักษณ์ที่มีความสุขุม ความนุ่มนวล และความมีรสนิยมสูง

1.2) การใช้สีตัดกัน คือ ใช้สีตัดกันอย่างแท้จริง เป็นสีตรงข้ามกันในวงจรสี การใช้ไม่ควรให้เด่นพอกัน ควรเบรกสีหนึ่งหรือทั้งสองสีลง และการใช้สีตัดกันไม่แท้จริง เป็นสีที่มีน้ำหนักแตกต่างกันแต่ไม่ 100 % หรืออยู่ในวรรณะต่างกัน เช่น เขียวกับส้ม น้ำเงินกับแดง ดำแดงขาวกับดำ เป็นต้น ภาพลักษณ์ที่ใช้สีตัดกันจะให้ความรู้สึกตื่นเต้น น่าสนใจ ร้อนแรง

การกำหนดสีของภาพลักษณ์ไม่แตกต่างจากการใช้สีในงานศิลปะอื่นๆ หลักที่สำคัญอีกประการ การใช้สี 80% ต่อ 20% ไม่ว่าจะใช้สีกลมกลืนกันหรือตัดกัน ควรกำหนดสีที่มีบทบาทมากกว่าอีกสีในลักษณะปริมาณพื้นที่มากกว่า

จากการศึกษาเรื่องสีกับการออกแบบ ในการเลือกใช้สีกับผลิตภัณฑ์ซึ่งความหมายที่เด่นชัดในการสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นธรรมชาติ การเลือกสีกลางเทียบเท่ากับธรรมชาติมากที่สุด เพื่อให้ ดูถึงความสงบ สบาย กลมกลืนกับธรรมชาติ เพราะการเลือกสีสามารถสร้างความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อผลิตภัณฑ์ได้

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

การประชาสัมพันธ์ คือการสื่อสาร สาขาหนึ่งในรูปแบบของการสื่อสารองค์กร ที่ต้องอาศัยความชำนาญเฉพาะด้านทั้งศาสตร์และศิลป์เพื่อสร้างสรรค์ความรู้ ความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรภายในองค์กร (การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร) และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรรวมถึงสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง (การประชาสัมพันธ์ภายนอก) เพื่อก่อให้เกิดความสนับสนุนร่วมมือ เชื้อถือ สรัทธา ตลอดจนสร้างชื่อเสียง การยอมรับและการไว้วางใจ อันจะเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานและความสำเร็จในองค์กร(เสรี วงษ์มณฑา.157-164)

(Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker) .[Online] ให้ความหมายว่า "การสื่อสาร คือ กระบวนการซึ่งสารถูกส่งจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Carl I. Hoveland) .)[Online] และคณะให้ความเห็นว่า "การสื่อสาร คือ กระบวนการที่บุคคลหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) ส่งสิ่งเร้า (ภาษาพูด หรือภาษาเขียน) เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลอื่นๆ (ผู้รับสาร)"

(Charles E. Osgood) .)[Online] กล่าวว่า "ความหมายโดยทั่วไป การสื่อสารจะเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่งคือผู้ส่งสารมีอิทธิพลต่ออีกฝ่ายหนึ่งคือผู้รับสาร โดยใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งถูกส่งผ่านสื่อที่เชื่อมระหว่างสองฝ่าย"

จากความเห็นของนักวิชาการผู้วิจัยสรุปได้ว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดข่าวสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งที่เรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel) การสื่อสารระหว่างมนุษย์นอกจากจะเป็นเพียงการส่งสารเพื่อก่อให้เกิดผลตามเจตนาของผู้ส่งสารแล้ว ยังหมายความรวมถึง การรับสาร ปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) และอันตรกิริยาคือ อันตรกิริยาหรือ Interaction ก็คือ ปฏิกริยาที่มีต่อกันระหว่างผู้สื่อสารทั้ง 2 ฝ่าย ทั้งฝ่ายผู้ส่งสารกับฝ่ายผู้รับสาร ซึ่งปฏิกริยาที่มีต่อกันนี้จะเป็นตัวนำไปสู่ความรู้ความเข้าใจร่วมกันในเรื่องของความหมาย (Meaning) อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายๆ อย่าง ดังนั้นการสื่อสารในความหมายนี้ก็คือ การสื่อสารแบบ 2 ทาง หรือ กระบวนการ

2.4.1 วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

ในกระบวนการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารในระดับใดก็ตาม ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันก็ได้ เพราะฉะนั้นในการศึกษาเรื่องวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร จึงสามารถแยกออกได้เป็นวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารกับวัตถุประสงค์ของผู้รับสาร โดยปกติแล้วสามารถจะสรุปได้ว่าผู้ส่งสารและผู้รับสารมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

2.4.2 วัตถุประสงค์ของผู้สื่อสาร

ในการทำการสื่อสารแต่ละครั้ง ผู้ส่งสารจะมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

2.4.2.1 เพื่อแจ้งให้ทราบ หมายความว่า ในการทำการสื่อสารนั้นผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะบอกกล่าวหรือชี้แจงข่าวสาร เรื่องราว เหตุการณ์ ข้อมูล หรือสิ่งอื่นใดให้ผู้รับสาร ได้รับสาร หรือเกิดความเข้าใจโดยอาจผ่านทางสื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ ตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์รายวันฉบับหนึ่งลงตีพิมพ์ข่าวสารเพื่อรายงานข่าวและเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นประจำวัน ไปให้ประชาชนได้รับทราบ เป็นต้น

2.4.2.2 เพื่อสอนหรือให้การศึกษา หมายความว่า ผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะสอนวิชาความรู้ หรือเรื่องราวที่เป็นวิชาการให้ผู้รับสารได้รับความรู้เพิ่มเติมจากเดิม เช่น วารสารเพื่อสุขภาพอนามัยจะมีการลงตีพิมพ์บทความต่างๆ ที่เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพอนามัยให้แข็งแรง ให้ความรู้เกี่ยวกับโรคภัยต่างๆ อาการที่เกิดขึ้นหรือวิธีการป้องกัน เป็นต้น

2.4.2.3 เพื่อสร้างความพอใจ หรือให้ความบันเทิง หมายความว่าในการสื่อสารนั้นผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรื่นเริงบันเทิงใจจากสารที่ตนเองส่งออกไปไม่ว่าจะอยู่ในรูปของการพูด การเขียน หรือการแสดงกิริยาท่าทาง ตัวอย่างเช่น นวนิยาย เพลง ละคร เกมโชว์ การแสดงคอนเสิร์ต เป็นต้น

2.4.2.4 เพื่อเสนอแนะหรือชักจูงใจ หมายความว่า ผู้ส่งสารได้เสนอแนะสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อผู้รับสาร และมีความต้องการชักจูงให้ผู้รับสารมีความคิดคล้อยตาม หรือยอมรับปฏิบัติ ตามการเสนอแนะของตน ตัวอย่าง เช่น การโฆษณาสินค้าทางหน้าหนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือทางโทรทัศน์ เป็นต้น ส่วนใหญ่แล้วในกระบวนการสื่อสารมวลชนเราจะเห็นได้ว่า ผู้ส่งสารหรือตัวองค์กรสื่อต่างก็ดำเนินการโดยมีวัตถุประสงค์ครบทั้ง 4 อย่างข้างต้น

2.4.3 วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร

โดยทั่วไปผู้รับสารจะมีวัตถุประสงค์หลักๆ ในการทำการสื่อสาร ดังนี้

2.4.3.1 เพื่อทราบ ในการเข้าร่วมกิจกรรมทางการสื่อสารนั้น ผู้รับสารมีความต้องการที่จะทราบเรื่องราว ข้อมูล ข่าวสาร เหตุการณ์ หรือสิ่งอื่นๆ ที่มีผู้แจ้ง หรือรายงาน หรือชี้แจงให้ทราบ

2.4.3.2 เพื่อเรียนรู้ หมายถึง การแสวงหาความรู้ของผู้รับสารจากสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้ และวิชาการ อันเป็นการหาความรู้เพิ่มเติม และเป็นการทำความเข้าใจกับเนื้อหาสาระในการสอนของผู้ส่งสาร

2.4.3.3 เพื่อความพอใจ โดยปกติคนเรานั้น นอกจากจะต้องทราบข่าวคราว เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมและต้องการศึกษาเพื่อหาความรู้แล้ว ยังมีความต้องการในเรื่องความบันเทิงเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจด้วย เช่น ผู้รับสารอาจจะทำการสื่อสารด้วยการฟังเพลง ฟังละครวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์หน้าบันเทิง ชมรายการโทรทัศน์ หรือเกมโชว์ เป็นต้น

2.4.3.4 เพื่อกระทำ หรือตัดสินใจ หมายถึง ในการตัดสินใจของคนนั้น มักจะได้รับการเสนอแนะ หรือชักจูงใจให้กระทำอย่างนั้นอย่างนี้ จากบุคคลอื่นอยู่เสมอ ดังนั้นทางเลือกในการตัดสินใจของคนเรานี้จึงขึ้นอยู่กับข้อเสนอแนะนั้นๆว่าจะมีความน่าเชื่อถือและมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด นอกเหนือจากนี้แล้ว การตัดสินใจของคนเรายังต้องคำนึงถึง การรับข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ และความเชื่อของแต่ละบุคคลที่ได้สั่งสมกันมาด้วย

2.4.4 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายในการสื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง ผู้รับสารจากผู้ส่งสารผ่านสื่อต่างๆ ที่ต้องปรับทิศทาง เนื้อหาให้สอดคล้องซึ่งกันและกัน การดำเนินงานสื่อประชาสัมพันธ์ถือว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นหัวใจของการทำงาน

2.4.4.1 อุปสรรคของกลุ่มเป้าหมายทางสื่อประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) อุตสรรคด้านกลไก คือ มีเสียงรบกวน เช่น เสียงโทรศัพท์รบกวนจน เป้าหมายไม่สามารถแสดงความคิดเห็นทางสื่อประชาสัมพันธุ์ได้

2) อุปสรรคทางภาษา คือ เป้าหมายไม่เข้าใจในภาษาที่ใช้สื่อความหมาย เพราะภูมิหลังแตกต่างกันระหว่างผู้สื่อและผู้รับสื่อประชาสัมพันธุ์ ด้านการศึกษาที่ต่างระดับทำให้ สื่อสารยากขึ้น ความสนใจต่างกัน สมองรับรู้เร็วต่างกัน ระดับภาษาและการใช้ภาษาต่างกัน

นอกจากนี้ความเครียดทางอารมณ์ ร่างกายขณะที่ทำการสื่อสารพูดกัน ไม่สบอารมณ์ ช่วงเวลา เสียงรบกวน การขาดประสบการณ์ คล้ายคลึงกัน สภาวะที่ร่วมกันขาดโอกาสในการ ได้ตอบซักถาม ได้แต่ฟัง ไม่มีโอกาสซักถามก็เป็นปัญหาที่เป้าหมายไม่ยอมรับได้

2.4.5 การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

2.4.5.1 องค์ประกอบขั้นพื้นฐานในการโน้มน้าวใจ

1) มองจากภายนอกของผู้รับสื่อองค์ประกอบในการโน้มน้าวใจมีอยู่ 4 ประการ

1.1) ความแตกต่างภายในผู้รับสื่อ ผู้รับสื่อแต่ละคนมีปัจจัยต่างกัน ซึ่งทำให้ความน่าโน้มน้าวใจไม่เหมือนกัน อาทิ ความน่าเชื่อถือ อำนาจทางสังคม บทบาทใน สังคมสัมพันธภาพกับผู้รับสาร และลักษณะทางประชากรอื่นๆ เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ

1.2) ความแตกต่างภายในสื่อ สื่อแต่ละสื่อจะโน้มน้าวใจแตกต่างกัน การพูดหรือการเขียนมีความโน้มน้าวใจไม่เหมือนกัน ความแตกต่างในหัวข้อหรือเนื้อหาของ สื่อ ลักษณะของการโน้มน้าวใจที่ใช้ การจัดเรียบเรียงสื่อ ข้อโต้แย้งที่ใช้ภาษา

1.3) ความแตกต่างในสภาพการณ์ สภาพการณ์ที่มีบุคคลหนึ่ง บุคคลใดหรือขาดบุคคลหนึ่งบุคคลใด ความคุ้นเคย หรือความไม่คุ้นเคยของผู้รับสื่อต่อ สภาพการณ์หนึ่งๆ การมีตัวเร้าบวกหรือลบในสภาพการณ์ เช่น การโน้มน้าวใจให้บริจาคเงินโดยมี สื่อมวลชนคอยถ่ายภาพรายล้อมอยู่อาจจะเป็นตัวเร้าบวกในการโน้มน้าวใจก็เป็นได้

2) สำหรับตัวผู้รับสื่อเอง การที่ผู้รับสื่อคนหนึ่งคนหนึ่งๆ จะมีความ ละเอียดย่อนต่อการถูกโน้มน้าวใจเพียงใด พิจารณา ได้จาก

2.1) ลักษณะของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ

2.2) ทรรศนะ หรือทัศนคติ

2.3) ความรู้ซึ่งผู้รับสื่อมีเกี่ยวกับสื่ออื่นๆ

2.4) ลักษณะด้านอารมณ์

2.5) ความสำคัญที่ผู้รับสื่อให้แก่หัวข้อหนึ่งๆ

2.6) วิธีการที่ผู้รับสื่อรับรู้สภาพการณ์หนึ่งๆ

ผลของการโน้มน้าวใจจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งสามารถจะสังเกตเห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงการรู้ การรับรู้ ความรู้สึกและพฤติกรรม แต่ต้องระลึกว่าการเปลี่ยนแปลง เช่นนี้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาจจะไม่เกิดฉับพลันทันทีก็ได้ อาจกล่าวได้ว่าผลของการโน้มน้าวใจจากการสื่ออาจไม่เป็นฉับพลันทันที แต่ผลอาจจะยังคงอยู่ในระยะยาวกว่าจะแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม

การเปลี่ยนแปลงความรู้และจิตสำนึก คือ ความเชื่อที่เรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คุณค่าที่เราให้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง รวมถึงโลกทัศน์รอบตัว ปกติการเปลี่ยนแปลงในการรับรู้และจิตสำนึกแสดงออกให้เห็นทางวาจาซึ่งผู้รับสื่อแสดงออกมาหลังจากได้รับสื่อที่โน้มน้าวใจ การเปลี่ยนแปลงในการรู้ความคิดรวบยอดหรือโลกทัศน์อาจจะไม่เกิดในทันทีแต่อาจจะเกิดเพราะไปได้ข้อมูลเพิ่มขึ้นเกิดจากการพูดคุยกับครอบครัว หรือเพื่อน

การเปลี่ยนแปลงอารมณ์ความรู้สึก แสดงได้จากการหัวเราะ ร้องไห้ ขนหัวลุก ฯลฯ ในสื่อจำเป็นต้องฟังจากวาจา หรือสังเกตอากัปกิริยาจากผู้รับสื่อด้วยตนเอง

การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม ในที่นี้ให้คำจำกัดความว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงการกระทำที่สามารถมองเห็นได้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนี้เป็นไปได้ค่อนข้างยาก อาจจะโน้มน้าวใจให้เป้าหมายเห็นด้วยในการสังเกตการณ์เปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม สังเกตได้จากวาจา ของผู้รับสื่อและการกระทำของผู้รับสื่อ

การเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 แบบ ไม่สามารถแยกเป็นชนิดๆ ได้อย่างชัดเจน ส่วนใหญ่มักจะเกิดขึ้นคาบเกี่ยวกัน เป็นหน้าที่ของนักสื่อสารที่จะต้องวางแผนการรณรงค์อย่างรอบคอบเพื่อให้ได้ผลตามที่ต้องการ

2.4.6 การจัดเรียงเรียงข้อความ

การจัดเรียงข้อความที่ได้ผลในการโน้มน้าวใจ ปกติมักใช้แบบแผนที่ผู้รับคุ้นเคยทั้งนี้มิได้หมายความว่า แบบแผนแปลกใหม่จะโน้มน้าวใจไม่ได้ผล แต่มีแบบแผนที่เรียบง่ายที่ผู้รู้ได้แนะนำมาใช้ ดังนี้

1) จัดโดยตำแหน่งพื้นที่ หมายถึง การจัดองค์ประกอบของข่าวสารโดยอาศัยหลักทางภูมิศาสตร์หรือพื้นที่ของสิ่งนั้น

2) จัดโดยลำดับเวลา คือ การจัดลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วนำไปสู่ปัญหาและการเสนอแนะข้อยุติ การจัดลำดับเวลาจะช่วยให้เห็นประวัติความเป็นมาของเรื่องนั้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการเรียงเรียงข้อความมาก

3) การจัดโดยแบ่งเป็นหัวข้อ วิธีนี้เป็นที่นิยมกันอีกวิธีหนึ่งคือมักจะหยิบยกประเด็นสำคัญขึ้นมาแล้วเขียนสรุปหรือประโยคคำถาม วิธีนี้ทำให้ประเด็นหรือหัวข้อนั้นเด่นชัดและชวนติดตามยิ่งขึ้น

4) จัดโดยอาศัยวิธีการนิรนัย เป็น วิธีการหนึ่งในสองแบบของการใช้เหตุผลทางตรรกวิทยาซึ่งใช้กันมาก การจัดข้อความโดยวิธีนี้ หมายถึงการที่ผู้ส่งสารจะสรุปสถานการณ์เฉพาะจากสถานการณ์ทั่วไป ในทางปฏิบัติผู้สื่อสารต้องเสนอหลักการทั่วไปก่อนจากนั้นก็เสนอ

สารเฉพาะของคนในฐานะเป็นสถานการณ์ย่อยอันหนึ่งภายใต้สถานการณ์ทั่วไปดังกล่าวด้วยเหตุผลทางตรรกวิทยา ก็จะสรุปได้ว่า ตัวอย่างนั้นเข้าตามหลักเกณฑ์ของสถานการณ์ทั่วไปด้วย เช่นกัน

5) จัดโดยวิธีการอุปนัย วิธีนี้เป็นความตั้งใจที่จะให้ผู้รับสารใช้เหตุผลร่วมกับผู้ส่งสาร คือ ยกตัวอย่าง เฉพาะเรื่องหลายๆ ตัวอย่างจนผู้รับสารเข้าใจ และเห็นเค้าโครงของข้อสรุป

6) จัดโดยอาศัยหลักงานจิตวิทยาของ อลัน มอนโร ค.ศ 1930 ได้เสนอแนะว่า การจัดองค์ประกอบของสารควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของ ลำดับขั้นแห่งการรับรู้ ซึ่งแบ่งเป็น 5 ขั้นตอนความสำเร็จของแต่ละขั้นจะนำไปสู่สภาพจิตใจในระดับขั้นต่อไป ดังนี้

6.1) ข้อความตั้งใจ ขั้นนี้คือ การจัดเรียงสารเพื่อเรียกร้องให้ผู้รับสารสนใจ

6.2) ข้อความต้องการ ขั้นนี้คือ การกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกละโม้ถึงที่สื่อสารเชิญชวนหรือโน้มน้าวใจเป็นสิ่งที่ต้องการหรืออยากทำ

6.3) ขั้นการสนองความต้องการ ขั้นนี้คือ ขั้นที่ผู้รับสารเกิดความรู้สึกละโม้ถึงที่จะต้องทำตามผู้ส่งสารเชิญชวนเพื่อ โน้มน้าวใจเพื่อตอบสนองความต้องการ

6.4) ขั้นการบรรยายให้เห็นภาพชัดเจน ขั้นนี้คือ ขั้นที่ผู้สื่อสารใช้สื่อหรือภาพลักษณะในการสร้างจินตนาการให้ผู้รับสื่อเห็นภาพเป็นการกระตุ้นให้ผู้รับสื่อตัดสินใจลงปฏิบัติ

6.5) ขั้นการกระทำ เป็นขั้นที่ผู้รับสารปฏิบัติตามที่โน้มน้าวใจ

7) จัดโดยอาศัยวิเสณอปัญหาและวิธีแก้ไข เป็นรูปแบบที่โดยทั่วไปคุ้นเคยและใช้กันมาก ขั้นแรกผู้สื่อสารต้องเสนอภาพหรือธรรมชาติของปัญหาก่อน แล้วจึงเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหา

8) จัดโดยอาศัยลำดับเหตุผล เป็นแบบที่นิยมใช้กันมาก คือ ไม่เพียงจะกล่าวถึงปัญหาเท่านั้น แต่ลึกเข้าถึงสาเหตุของปัญหาด้วย เป็นสถานการณ์ที่ผู้สื่อสารใช้เพื่อจะบอกอะไรเป็นสาเหตุ หรือผลนี้เกิดจากสาเหตุใด

2.4.7 การเสนอสื่อด้านเดียว – การเสนอสารทั้งสองด้าน

กล่าวโดยสรุป ควรเสนอด้านเดียวหรือ 2 ด้าน ควรพิจารณาลงต่อไปนี้

2.4.7.1 การเสนอสื่อ 2 ด้าน เหมาะสำหรับผู้ฟังที่มีการศึกษาค่อนข้างสูง ถึงแม้ผลการวิจัยจะไม่ได้ข้อสรุปเด็ดขาด เช่นนั้น

2.4.7.2 การเสนอสื่อ 2 ด้าน เหมาะสำหรับกรณีและผู้รับสื่อที่ไม่ได้สนับสนุนจุดยืนของผู้ส่งสารแต่แรก

2.4.7.3 การเสนอสื่อ 2 ด้าน เหมาะสำหรับกรณีที่ผู้รับสารอาจจะมีโอกาสได้รับสื่อที่ค้านกับจุดยืนของผู้สื่อ

2.4.7.4 การเสนอสื่อด้านเดียวจะเหมาะสม ถ้าผู้รับสื่อเห็นด้วยกับผู้สื่อตั้งแต่ต้น และมีข้อแม้ว่าผู้รับสื่อมีแนวโน้มนจะไม่ได้รับสื่อเนื้อความตรงข้ามในภายหลัง

2.3.7.5 ทักษะที่มีอยู่เดิมและข้อผูกพันที่มีอยู่เดิมอาจจะทำให้เสนอข้อด้านเดียวหรือสองด้านไม่แตกต่างกันเลย

กล่าวโดยสรุปแล้วการเสนอสาร 2 ด้าน อาจจะทำให้ผู้เชื่อมั่นใจและรู้สึก อุ่นใจมากกว่าถึงแม้ภายหลังผู้รับสื่อจะค้นพบว่ามิชอบคิดเห็นตรงข้ามผู้สื่อก็ได้เสนอให้ผู้รับสื่อทราบแล้ว

2.5 พฤติกรรมความพึงพอใจ

2.5.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจหรือความพอใจ หมายถึง สิ่งที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ เป็นการลดความตึงเครียดทางด้านร่างกายและจิตใจ หรือสภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความชื่นใจ ตลอดจนสามารถสร้างทัศนคติในทางบวกต่อบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามความพอใจต่อสิ่งนั้น

Silmer (1984:230) อ้างถึงใน มณฑิชา ปลั่งกลาง (2554:47) ความพึงพอใจ เป็นระดับขั้นความรู้สึกในทางบวกหรือทางลบของคนที่มิได้ลักษณะต่างๆ ของงานทั้งงานที่ได้รับมอบหมาย การจัดระบบงาน และความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

จึงสรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น ความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการจะเกิดขึ้นหรือไม่นั้น จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการ ในมิติต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นการวัดความพึงพอใจในการใช้บริการอาจจะกระทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1) การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยการร้องขอหรือขอความร่วมมือ จากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ

2) การสัมภาษณ์ เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพอีกวิธีหนึ่ง

3) การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้โดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรมทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการและหลังจากการได้รับบริการแล้ว เช่น การสังเกตกริยาท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า การวัดความพึงพอใจต่อบริการนั้น สามารถที่จะทำการวัดได้หลายวิธี ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้

1) ข้อตกลงเบื้องต้นในการวัดทัศนคติมีข้อตกลงเบื้องต้น ดังนี้

1.1) การศึกษาทัศนคติเป็นการศึกษาความคิดเห็น ความรู้สึกของบุคคลที่มีลักษณะคงเส้นคงวาหรืออย่างน้อย เป็นความคิดเห็นหรือความรู้สึกที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปในช่วงเวลาหนึ่ง

1.2) ทัศนคติไม่สามารถสังเกตหรือวัดได้โดยตรง ดังนั้นการวัดทัศนคติจึงเป็นการวัดทางอ้อมจากแนวโน้มที่บุคคลจะแสดงออกหรือประพฤติปฏิบัติอย่างมีระเบียบแบบแผนคงที่ไม่ใช่พฤติกรรมโดยตรงของมนุษย์

1.3) การศึกษาทัศนคติของมนุษย์ ไม่ใช่เป็นการศึกษาแต่เฉพาะทิศทางทัศนคติของบุคคลเท่านั้น แต่ต้องศึกษาถึงระดับความมากน้อยหรือความเข้มของทัศนคติด้วย

2) การวัดทัศนคติ มีหลักเบื้องต้น 3 ประการ ดังนี้

2.1) เนื้อหา การวัดทัศนคติต้องมีสิ่งเร้าไปกระตุ้นให้แสดงกริยาทำที่ออก สิ่งเร้าโดยทั่วไปได้แก่ สิ่งที่ต้องการทำ

2.2) ทิศทาง การวัดทัศนคติโดยทั่วไปกำหนดให้ทัศนคติมีทิศทางเป็น เส้นตรงและต่อเนื่องกันในลักษณะเป็นซ้าย-ขวาและบวก - ลบ

2.3) ความเข้ม กริยาทำที่และความรู้สึกที่แสดงออกต่อสิ่งเร้า นั้น มีปริมาณมากหรือน้อยแตกต่างกัน ถ้ามีความเข้มสูงไม่ว่าจะเป็นไปในทิศทางใดก็ตาม จะมีความรู้สึก หรือทำที่รุนแรงมากกว่าที่มีความเข้มปานกลาง

3) มาตรการวัดทัศนคติ เครื่องมือที่ใช้วัดทัศนคติ เรียกว่ามาตราส่วนประมาณค่า เครื่องมือวัดทัศนคติที่นิยมใช้และรู้จักกันแพร่หลายมี 4 ชนิด ได้แก่ มาตรการแบบเทอร์สโตน, มาตรการแบบลิคเคอร์ท, มาตรการแบบกัตต์แมน และมาตรการของออสกู๊ด ซึ่งแต่ละประเภทมีข้อจำกัด ข้อดี ข้อเสียแตกต่างกัน ดังนั้นการจะเลือกใช้มาตรการแบบใดขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความจำกัดของการศึกษา(บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ; 2546:294-306)

2.5.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นฤมล สมิตินันท์. (2527:38-39) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์อาจแตกต่างกันไปตาม สถานภาพทางสังคมของแต่ละคน ซึ่งการแสดงออกอาจมีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือส่วนหนึ่งมาจากความพอใจส่วนตัว และอีกส่วนหนึ่งเพื่อต้องการแสดงสถานภาพของตน เพื่อให้สังคม ยอมรับและยกย่อง สำหรับคนบางคนการเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผลมาจากความต้องการที่จะหลีกเลี่ยง ภาระกิจประจำวันที่ซ้ำซาก นอกจากนี้ก็มีการเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากมี ประสบการณ์แปลกๆใหม่ๆ

-- จากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามนุษย์มีพฤติกรรม สัญชาตญาณที่คล้ายกันบ้าง แตกต่างกันบ้าง แต่เมื่อใดก็ตามที่มนุษย์เริ่มเดินทางย่อมมีเหตุผลอธิบายได้เสมอ เหตุผลที่ใช้อธิบายพฤติกรรมในการเดินทางของมนุษย์สรุปได้ดังนี้

1) ความสดชื่นของร่างกายและจิตใจ การที่ประเทศได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว มีการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจจากเกษตรกรรมเป็นอุตสาหกรรม บ้านเมืองเจริญขึ้นพร้อมกับวิวัฒนาการ ทางเทคโนโลยีใหม่ ได้สร้างความกดดันให้กับประชาชนโดยทั่วไป ทำให้เกิดความจำเป็นอย่างมากในการที่จะหลุดพ้นจากภาวะ ความกดดันต่างๆซึ่งหาได้จากการพักผ่อนคลายอารมณ์ ความตึงเครียด และหาความสดชื่น

2) เพื่อสุขภาพ แรงจูงใจที่ทำให้คนเดินทางนั้นบางครั้งก็ทำเพื่อสุขภาพ แสวงหาอากาศบริสุทธิ์ แสงแดด ความอบอุ่นหรือไปตามคำแนะนำจากแพทย์

3) เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมในด้านกีฬา สิ่งหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว นั้นเกิด จากกิจกรรมทางร่างกาย ได้แก่ การเล่นกีฬา นักเล่นกีฬา และผู้สนใจติดตามการดู การแข่งขันกีฬา ทำให้เกิดการเดินทางนักกีฬาจำเป็นจะต้องเดินทางไปยังเมืองต่างๆเช่น ในเมืองไทยกีฬาเทนนิส กำลังเป็นที่นิยมเมื่อมีการ แข่งขันจะมีผู้ติดตามไปดูการแข่งขัน

4) เพื่อความตื่นเต้น บางครั้งหนีสิ่งอื่นใด คนเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการความ สนุกสนานและมักกระทำไปเพราะมีแรงจูงใจและเพื่อสนองความต้องการความสนุกสนานของ ตนเอง การไปต่างจังหวัด สิ่งเหล่านี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ครอบครัวและกาลเวลาความ สนุกสนานนี้เป็นความสุขของแต่ละคน จนมีคนกล่าวว่าความสุขนั้นมาจากความเปลี่ยวเปลี่ยว สนุกสนาน

5) เพื่อตอบสนองความสนใจด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สิ่งหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดจากความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งแปลกใหม่ดังที่ทราบกันว่ามนุษย์ปกติทั่วไปมีความอยากรู้อยากเห็นนี้ทำให้มีการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆเพื่อเห็นสถานที่แปลกใหม่ ผู้คน วัฒนธรรม ทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ หรือการไปร่วมในงานพิธีหรือเทศกาลประจำปีต่างๆของแต่ละท้องถิ่น

6) เพื่อเสริมสร้างความสำคัญระหว่างบุคคล การเดินทางของแต่ละคนนั้นมีเหตุผล ต่างกันไป บางคนเดินทางเป็นร้อยกิโลเมตรเพื่อเยี่ยมญาติ บางคนเดินทางเป็นพันๆกิโลเมตรเพื่อ กลับไปถิ่นฐาน เดิม หรือกลับไปเยี่ยมถิ่นที่เคยศึกษา บางคนเดินทางเพราะเบื่อความจำเจซ้ำซากของ การดำเนิน ชีวิตประจำวัน บางคนนั้นเป็นนักเดินทางเพราะการเดินทางแต่ละครั้งมักจะ ได้เพื่อน ใหม่เพิ่มขึ้นมา เสมอ

7) เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมด้านศาสนา การเดินทางท่องเที่ยวในบางครั้งนั้นมีความมุ่งหวัง ที่จะไป ยังดินแดนศักดิ์สิทธิ์เพื่อความเป็นสิริมงคลและได้กุศลแรง อย่างเช่น ผู้นับถือศาสนาอิสลาม ทุกคนครั้ง

8) เพื่อการติดต่อด้านธุรกิจและด้านอาชีพ มีผู้คนเป็นจำนวนมากที่เดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจด้านการค้า ประชุม การเมือง การศึกษา เป็นต้น แต่การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ชนิดนี้นั้นส่วนใหญ่จะแฝงไปด้วยความสนุกสนานและเพลิดเพลิน

ในงานวิจัยนี้ได้นำส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวของมนุษย์ จากแนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว (นฤมล สมิตินันท์.2527:38-39) ว่ามนุษย์มีพฤติกรรมการเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากมี ประสบการณ์แปลกๆใหม่ๆ โดยการท่องเที่ยวที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานีเป็นการท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ และประสบการณ์ใหม่ๆจากการท่องเที่ยว ซึ่งทำให้สามารถนำ นานแนวคิดนี้มาใช้เป็นแนวคิดและทฤษฎีทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีต่อเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งได้

2.6 เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี

2.6.1 ประวัติความเป็นมาเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง เดิมมีสภาพการเป็นป่าคุ้มครองที่มีได้มีการจัดการและการทำไม้แต่อย่างใด ต่อมาได้ประกาศเป็นป่าสงวนแห่งชาติ ในปี พ.ศ.2507 กรมป่าไม้ก็ได้จัดการป่านี้เป็นป่าสัมปทานเพื่อการทำไม้ออก ผู้รับสัมปทานทำไม้ตามสัญญาสัมปทานที่ 84 ได้แก่ บริษัท ไม้ฮัดไทย จำกัด แต่เนื่องจากป่าในท้องที่นี้ได้ประกาศเป็นป่าปิดด้วยเหตุผลทางการเมือง จึงมิได้มีการอนุญาตให้ทำไม้ ต่อมาทางราชการได้ยกเลิกการทำไม้แบบเก่ามีการปรับปรุงวางโครงการใหม่ เป็นการให้สัมปทานระยะยาวแก่ บริษัท ไม้ฮัดไทย จำกัด อีกครั้งหนึ่ง ครอบคลุมป่าโครงการห้วยทับเสลา-ห้วยขาแข้ง มีกำหนดระยะเวลา 30 ปี นับตั้งแต่วันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ.2513 โดยแบ่งป่าโครงการดังกล่าวเป็น 10 ตอน แต่ละตอนมี 3 แปลง ตัดฟันให้ตัดฟันไม้แปลงละ 1 ปี พื้นที่ลุ่มน้ำห้วยขาแข้งส่วนใหญ่ได้ถูกกันไว้เป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เนื่องจากรัฐบาลโดยกรมป่าไม้เห็นว่าพื้นที่ลุ่มน้ำตอนบนของลำห้วยขาแข้งและลำห้วยทับเสลา มีสภาพป่าสมบูรณ์และสัตว์ป่าชุกชุมประกอบด้วยเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าที่หายากหลายชนิด เช่น สมเสร็จ เลียงผา กระซู่ เนื้อทราย เก้งหม้อ ควายป่า ละอง และแมวลายหินอ่อน ควรจะรักษาพื้นที่ไว้เป็นแหล่งอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า นอกจากนี้พื้นที่ลุ่มน้ำลำห้วยขาแข้งและลำห้วยทับเสลาตอนบน ยังเป็นแหล่งต้นน้ำที่สำคัญของแม่น้ำแม่กลองและ แม่น้ำสะแกกรัง ซึ่งมีความสำคัญยิ่งต่อการเกษตรและเศรษฐกิจด้านอื่นๆของชาติด้วย รัฐบาลจึงมีนโยบายอนุรักษ์พื้นที่นี้ไว้เป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเพื่อประโยชน์ดังกล่าวด้วย กรมป่าไม้จึงได้เข้าไปดำเนินการ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2508 โดยส่งเจ้าหน้าที่ไปสำรวจเบื้องต้นเพื่อหาความเหมาะสมในการจัดให้เป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า แต่การดำเนินงานในระยะแรกๆ ได้ประสบอุปสรรคต่างๆ หลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องงบประมาณและอัตราค่าจ้างไม่เห็นความสำคัญของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า จึงทำให้การดำเนินงานไม่ก้าวหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เท่าที่ควรจนกระทั่งถึงปี พ.ศ.2515 เมื่อนโยบายของกรมป่าไม้ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับได้รับงบประมาณสำหรับดำเนินการโดยเฉพาะ จึงได้มีการดำเนินงานอย่างจริงจังด้วยการออกพระราชกฤษฎีกา โดยกำหนดให้ป่าห้วยขาแข้งในท้องที่ตำบลแม่ละมุ้ง อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก และอำเภอลานสัก ตำบลคอกควาย และตำบลแก่นมะกรูด อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี เป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ตามประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 201 ลงวันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ.2515 โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 89 ตอนที่ 132 ลงวันที่ 4 กันยายน พ.ศ. 2515 เป็นแห่งที่ 5 ของประเทศไทย มีพื้นที่รับผิดชอบในขณะนั้น ประมาณ 1,019,375 ไร่ (1,631 ตารางกิโลเมตร)

ต่อมาทางกรมป่าไม้เห็นว่าพื้นที่ป่าสัมปทานที่อยู่ติดกับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง บางส่วนเป็นบริเวณที่มีสัตว์ป่าอาศัยอยู่มากและเป็นพื้นที่เขาสูงยากต่อการทำไม้ โดยเฉพาะพื้นที่ในแปลงสัมปทานในกลุ่มน้ำลำห้วยทับเสลาและพื้นที่ทางตอนใต้ของกลุ่มน้ำลำห้วยขาแข้ง เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของควายป่า ซึ่งเป็นสัตว์ป่าสงวนที่กำลังจะสูญพันธุ์ไปจากประเทศไทย ดังนั้น ในปี พ.ศ.2529 จึงได้มี พระราชกฤษฎีกายกเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ในท้องที่ตำบลระบำ ตำบลป่าอ้อ อำเภอลานสัก ตำบลทองหลาง อำเภอห้วยคด และตำบลแก่นมะกรูด อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี มีเนื้อที่เพิ่มขึ้นอีก 589,775 ไร่ (943.64 ตารางกิโลเมตร) โดยประกาศในหนังสือราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษหน้าที่ 8 เล่มที่ 103 ตอนที่ 87 ลงวันที่ 21 พฤษภาคม พ.ศ.2529 รวมมีพื้นที่รับผิดชอบ ประมาณ 1,609,150 ไร่ (2,574.64 ตารางกิโลเมตร)

จากการที่ได้มีการประกาศพื้นที่อนุรักษ์เป็นจำนวนมากไปแล้วนั้น สภาพพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้สังเกตเห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องมีการจัดการหลักที่เหมาะสมสำหรับการบริหารพื้นที่อนุรักษ์ทุกแห่งในประเทศและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งก็ได้ถูกจัดไว้เป็นอันดับแรก ซึ่งได้ถูกบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ภายหลังจากที่ได้มีการจัดทำแผนแม่บท การจัดการเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งเสร็จเรียบร้อยแล้ว ภายใต้อันแม่บทได้บรรจุแผนการพัฒนาพื้นที่ป่ากันชนไว้ด้วย โดยให้มีการผนวกพื้นที่ฝั่งขวาตอนบนของลำห้วยทับเสลา และพื้นที่กลุ่มลำห้วยสองทางเข้ากับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง กรมป่าไม้จึงส่งเจ้าหน้าที่ออกไปทำการสำรวจสภาพพื้นที่บริเวณดังกล่าวเพื่อหาความเหมาะสมและกำหนดแนวขอบเขตให้แน่ชัด ปราบกฏตอนบนของลำห้วยทับเสลา) บริเวณหุบเขานางรำ (กลุ่มลำห้วยสองทาง) บริเวณเขาและในท้องที่ตำบลระบำ อำเภอลานสัก และตำบลคอกควาย อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี มีเนื้อที่เพิ่มอีกประมาณ 128,437 ไร่ (163.64 ตารางกิโลเมตร)

ในวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ.2535 ได้มีการประกาศผนวกพื้นที่เพิ่มเติมอีกครั้งในส่วนตอนเหนือและฝั่งตะวันออกจึงทำให้ปัจจุบันเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลระบำ ตำบลป่าอ้อ อำเภอลานสัก ตำบลทองหลาง อำเภอห้วยคด และตำบลคอกควาย ตำบล

แก่นมะกรูด อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี และบางส่วนครอบคลุมพื้นที่ ตำบลแม่ละมุง อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก รวมมีพื้นที่ทั้งหมด 1,737,587 ไร่ (2,780.14 ตารางกิโลเมตร)

2.6.2 สัญลักษณ์มรดกโลก



ภาพที่ 2.21 สัญลักษณ์มรดกโลก

ที่มา: เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี, 2553

เป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสมีวงกลมล้อมรอบโดยลากเส้นต่อเนื่องกัน รูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสแทนความหมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นมา ส่วนวงกลมที่ล้อมรอบหมายถึงธรรมชาติ สภาพแวดล้อม ทั้งสองสิ่งนี้จะอยู่ใกล้ชิดกันแยกจากกันไม่ได้ รอบวงกลมอีกชั้นหนึ่งเป็นตัวอักษร 3 ภาษาแปลว่า มรดกโลก คือ ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาสเปน สัญลักษณ์นี้มองโดยรวมแล้วจะเป็นรูปทรงกลมมีความหมายเฉกเช่น โลก และขณะเดียวกันก็เป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงความพยายามในการปกป้องมรดกโลกทั้งมรดกทางวัฒนธรรมและมรดกทางธรรมชาติอีกด้วย

2.6.3 สถานที่ตั้งและอาณาเขตติดต่อสถานที่ตั้ง

พื้นที่ของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง มีลักษณะค่อนข้างยาวจากเหนือถึงใต้ ตลอดพื้นที่กลุ่มน้ำของลำห้วยขาแข้งครอบคลุมพื้นที่ ตำบลระบำ ตำบลป่าอ้อ อำเภอดานสัก ตำบลทองหลาง อำเภอห้วยคต ตำบลคอกควาย ตำบลแก่นมะกรูด อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี และบางส่วนของจังหวัดตาก ในท้องที่ตำบลแม่ละมุง อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก มีแนวเขตติดกับแนวเขตจังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดกาญจนบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.22 แสดงภาพเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี
ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ, 2552.

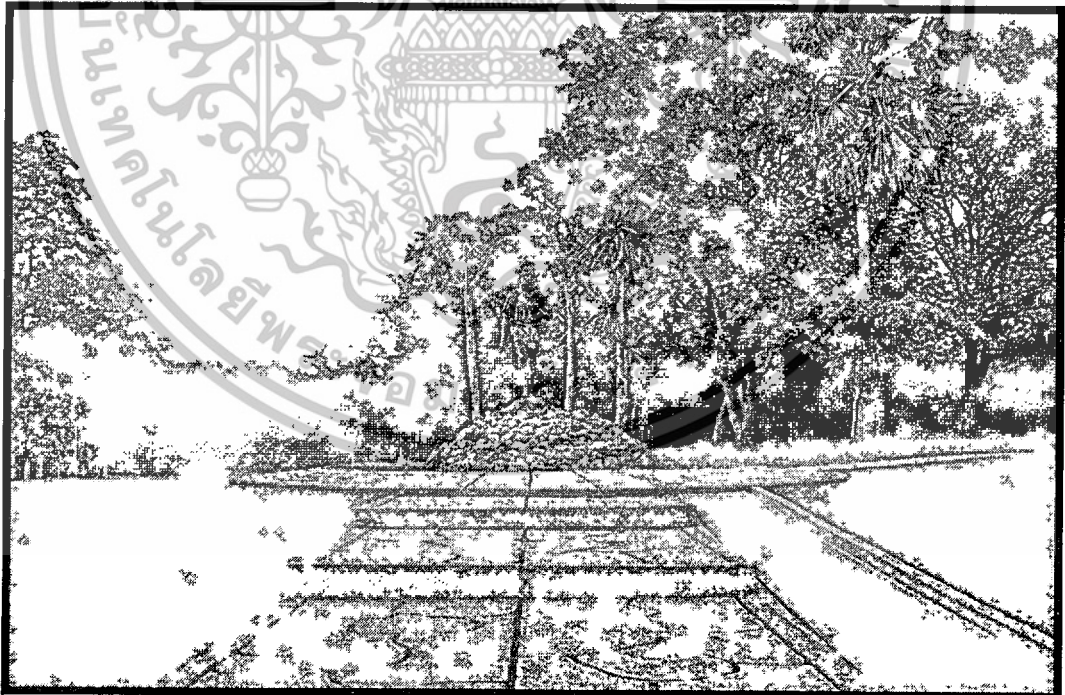


ภาพที่ 2.23 แสดงภาพลำห้วยขาแข้งตอนใต้ บริเวณเขาบันได
ภาพโดย : มล.ปริญญากร วรวรรณ, 2553.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.24 แสดงภาพควายป่า
ภาพโดย : มก.ปริญญกร วรวรรณ, 2553.



ภาพที่ 2.25 แสดงภาพอนุสาวรีย์สี่บ นาคะเสถียร
ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ, 2552.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.4 ที่ตั้งและพิกัดของหน่วยพิทักษ์ป่าเขตฯ ห้วยขาแข้งและหน่วยงานใกล้เคียง

ชื่อหน่วยงาน	เนื้อที่ (ไร่)	ชื่อหน่วยพิทักษ์ ป่า	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	พิกัด	หมายเหตุ
เขตรักษาพันธุ์สัตว์ ป่า ห้วยขาแข้ง	1,737,587	ที่ทำการเขตฯ	ระบำ	ลานสัก	อุทัยธานี	NT 345257	แผนที่ระวาง
		1.จับฟ้าผ่า	ระบำ	ลานสัก	อุทัยธานี	NT 311170	1:50,000
		2.ห้วยแม่คี่	แก่งมะกรูด	บ้านไร่	อุทัยธานี	NS 290796	4838 4839
		3.กะปุกกะเปียง	ระบำ	ลานสัก	อุทัยธานี	NT 250312	4839 4839
		4.ไซเบอร์	ทองหลาง	ห้วยคด	อุทัยธานี	NS 459921	4839 V 4840
ชื่อหน่วยงาน	เนื้อที่ (ไร่)	ชื่อหน่วย พิทักษ์ป่า	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	พิกัด	หมายเหตุ
		5.เขานันไค	แก่งมะกรูด	บ้านไร่	อุทัยธานี	NS 167885	4840 4840 V
		6.กริ่งไกร	แก่งมะกรูด	บ้านไร่	อุทัยธานี	NS 210633	
		7.ห้วยซู่	แก่งมะกรูด	บ้านไร่	อุทัยธานี	NT 076078	
		8.องค์ทั้ง	แก่งมะกรูด	บ้านไร่	อุทัยธานี	NS 053630	
		9.วังไผ่	ระบำ	ลานสัก	อุทัยธานี	NT 418058	
		10.ห้วยอีชะ	ทองหลาง	ห้วยคด	อุทัยธานี	NS 480976	
		11.ห้วยน้ำคั้น	ระบำ	ลานสัก	อุทัยธานี	NT 195366	
		12.เขาเขี้ยว	ระบำ	ลานสัก	อุทัยธานี	NT 360323	
		13.เขาปิ่นโต	คอกควาย	บ้านไร่	อุทัยธานี	NS 442845	
		14.ห้วยน้ำขาว	แม่ละมุ้ง	อุ้มผาง	ตาก	NT 059400	
		15.บ้านกล้วย	องค์พระ	ตำบล ช้าง	สุพรรณบุรี	NS 365621	
		16.คลองเตลา	แก่งมะกรูด	บ้านไร่	อุทัยธานี	NS 305705	
		17.ตะเพินคี	แก่งมะกรูด	บ้านไร่	อุทัยธานี	NS 308571	
		18.ทุ่งแฝก	ระบำ	ลานสัก	อุทัยธานี	NT 417232	
		19.จับป่าลู	ป่าอ้อ	ลานสัก	อุทัยธานี	NT 527040	
สถานีวิจัยสัตว์ป่า เขานางรำ		ที่ทำการสถานีฯ	ระบำ	ลานสัก	อุทัยธานี	NT 528041	
สถานีพัฒนาและ ส่งเสริมการ อนุรักษ์สัตว์ป่า ห้วยขาแข้ง		ที่ทำการสถานีฯ	ระบำ	ลานสัก	อุทัยธานี	NT 345253	
สถานีวิจัยการ เพาะเลี้ยง สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง		ที่ทำการสถานีฯ	ระบำ	ลานสัก	อุทัยธานี	NT 426217	
ศูนย์ควบคุมไฟฟ้า ห้วยขาแข้ง		ที่ทำการศูนย์ฯ	ระบำ	ลานสัก	อุทัยธานี	NT 426217	

ที่มา : http://www.uthaithani.go.th/Touris_Uthai/Standart.htm , 16 ก.ค 2552.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.4 หน่วยงานทางราชการในพื้นที่และหน่วยงานใกล้เคียง

สถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง สถานีวิจัยสัตว์ป่าเขานางรำ และสถานีวิจัยการเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ตั้งอยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ศูนย์ควบคุมไฟป่าห้วยขาแข้ง อุทยาน-แห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ อุทยานแห่งชาติแม่วงก์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร เขตรักษาพันธุ์-สัตว์ป่าอุ้มผาง อุทยานแห่งชาติพุเตย ตั้งอยู่ติดเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า

2.6.5 การบริหารการจัดการ

2.6.5.1 ฝ่ายบริหารทั่วไป

มีการแบ่งงานและอำนาจหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

1) งานธุรการ มีหน้าที่ตรวจสอบและกั้นกรองงานในรายละเอียดงานด้านต่างๆ ร่างหนังสือ พิมพ์ ตรวจสอบ และตรวจสอบความถูกต้อง จัดทำหนังสือเวียน ปฏิบัติงานด้านเลขานุการ และงานด้านการประชุม ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รับ-ส่งเอกสารระหว่างหน่วยงาน จัดทำทะเบียน

2) งานการเงินและการบัญชีมีหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับการเบิกจ่าย ค่าตอบแทนใช้สอยและวัสดุ, การจ้างเหมา, การจ้างลูกจ้างชั่วคราวรายวัน จัดทำทะเบียนและบันทึกประวัติการซ่อมครุภัณฑ์ การจัดซื้อ-จัดจ้างวัสดุต่างๆ รวบรวมรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดทำงบประมาณ

3) งานรักษาความปลอดภัย มีหน้าที่ควบคุมรับผิดชอบ ตรวจสอบ ติดตาม การจัดเวรยามรักษาการณ์ดูแลรักษาความปลอดภัยสำนักงานเขตฯ ให้มีผู้อยู่เวรยามในสถานะเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทั่วไปแก่บรรดา อาคาร สถานที่

4) งานอาคารสถานที่และบริเวณ มีหน้าที่ควบคุม ดูแล ปรับปรุงตกแต่ง สถานที่ราชการให้เป็นระเบียบสวยงาม ดูแลรักษาความสะอาด ที่ทำการ บ้านพักต่างๆ ตลอดจนสถานที่ทำกิจกรรมและบริเวณโดยรอบทั่วไป

5) งานสื่อสาร มีหน้าที่ควบคุมรับผิดชอบการจัดเวรเจ้าหน้าที่สื่อสารและการใช้อุปกรณ์สื่อสารของสำนักงานเขตฯ ให้สามารถปฏิบัติงานติดต่อสื่อสารกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และติดตามกำกับดูแลวินัยของการใช้อุปกรณ์สื่อสารทุกชนิดภายในเขตฯ รวมทั้งการออกแบบติดตั้งปรับปรุงป้ายและสัญญาณต่างๆ ภายในเขตฯ ให้สามารถสื่อความหมายกับบุคคลทั่วไปได้

6) งานควบคุมวัสดุ ครุภัณฑ์ มีหน้าที่ควบคุมรับผิดชอบการจัดทำทะเบียนครุภัณฑ์ทั้งหมดของสำนักงานเขตฯ ควบคุมการใช้ ดูแล บำรุงรักษา วัสดุ ครุภัณฑ์ รวมทั้งยานพาหนะ ให้เป็นไปตามระเบียบและคำสั่งของทางราชการที่เกี่ยวข้องโดยเคร่งครัด

2.6.5.2 ฝ่ายป้องกันและปราบปราม

มีการแบ่งงานและอำนาจหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) งานป้องกันและปราบปราม มีหน้าที่ประสานงานกับทุกส่วนฯ เพื่อติดตาม และให้การสนับสนุนการลาดตระเวนตรวจปราบปรามการกระทำผิด ตามพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องทุกฉบับอย่างมีประสิทธิภาพ สืบหาข่าว ตลอดจนประชาสัมพันธ์ให้ราษฎรมีจิตสำนึกและให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า

2) งานคดีและของกลาง มีหน้าที่ควบคุมรับผิดชอบงานด้านคดี การติดตามผลคดี การดำเนินการเกี่ยวกับไม้ของกลาง ตรวจสอบหลักฐานของกลางในคดีให้ถูกต้องครบถ้วนทุกคดี รวมทั้งจัดทำสารคดีและรายงานแบบต่างๆ ให้เป็นไปตามระเบียบและคำสั่งของทางราชการที่เกี่ยวข้อง

3) งานจัดการประชากร มีหน้าที่ควบคุมรับผิดชอบการจัดทำทะเบียนราษฎรที่ถือครองพื้นที่ทำกิน ภายในเขตฯ และบริเวณพื้นที่กันชน จัดทำแผนแก้ไขปัญหาราษฎรที่ถือครองที่ทำกิน ในเขตฯ โดยการผลักดันให้ออกจากพื้นที่เขตฯ ตลอดจนประชาสัมพันธ์ควบคุมราษฎรมิให้บุกรุกทำลายป่าเพิ่มเติมอีกอย่างเด็ดขาด

4) งานควบคุมไฟฟ้า มีหน้าที่ควบคุมรับผิดชอบการป้องกันไฟฟ้า มิให้เกิดการลุกลามภายในเขตฯ โดยออกปฏิบัติหน้าที่ทันทีที่ได้รับรายงานการพบไฟฟ้า ตลอดจนประสานงานกับศูนย์ปฏิบัติการไฟฟ้าอุทยานฯ อย่างใกล้ชิดในการติดตามความเคลื่อนไหวของการดับไฟฟ้า และแจ้งหน่วยพิทักษ์ป่าใกล้เคียงส่งกำลังสนับสนุนการดับไฟฟ้า ในจุดเกิดเหตุทันทีที่ได้รับแจ้งเหตุ

2.6.5.3 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริการ และสวัสดิการ

มีภาระงานและอำนาจหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

1) งานประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ควบคุมรับผิดชอบการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจ ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และให้ความรู้ความเข้าใจถึงความสำคัญของพื้นที่ป่ามรดกโลก จัดทำโครงการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อชี้แจงแก้ไขปัญหาราษฎร รวมทั้งปลูกจิตสำนึกแก่ราษฎรที่อาศัยอยู่รอบๆ พื้นที่เขตฯ ให้ร่วมมือกับทางราชการ ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสัตว์ป่าให้ยั่งยืน

2) งานฝึกอบรม มีหน้าที่ควบคุมรับผิดชอบการจัดทำโครงการฝึกอบรมแก่เจ้าหน้าที่เขตฯ ตามหลักสูตรต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

3) งานศึกษารวมชาติ มีหน้าที่กำหนดวางแผน จัดทำโครงการเส้นทางเดินศึกษารวมชาติภายในบริเวณที่เหมาะสม ให้ประชาชนได้เข้าไปทัศนศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ

4) งานบริการ ควบคุมรับผิดชอบการเข้าใช้สถานที่ราชการภายในบริเวณสำนักงานเขตฯ การจัดหาคารบ้านพัก, ห้องประชุมและสถานที่ทำกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งการจัดสถานที่กางเต็นท์

2.6.5.4 ฝ้ายวิชาการ

มีการแบ่งงานและอำนาจหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

- 1) งานสำรวจปรับปรุงแหล่งน้ำและอาหารสัตว์ป่า มีหน้าที่ควบคุมรับผิดชอบการสำรวจตลอดจนการปรับปรุงแหล่งน้ำแหล่งอาหารของสัตว์ป่าให้เป็นไปตามความเหมาะสม
- 2) งานวิจัย มีหน้าที่ควบคุมรับผิดชอบการสำรวจและศึกษาวิจัยด้านต่างๆ ภายในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง รวมทั้งทำหน้าที่ติดตามและรวบรวมรายงานข้อมูลวิชาการตลอดจนผู้ได้รับอนุญาตเข้ามาศึกษาวิจัยในพื้นที่อย่างใกล้ชิด
- 3) งานสำรวจสัตว์ป่า มีหน้าที่รับผิดชอบในการวางแผนการสำรวจและดำเนินการเก็บข้อมูลสัตว์ป่ารวมทั้งพันธุ์ไม้ต่างๆ ทั้งชนิด จำนวนความหลากหลาย พฤติกรรม และปัจจัยอื่นๆ เก็บรวบรวมข้อมูลจัดทำรายงานเพื่อใช้ประกอบการวางแผนการปฏิบัติงานป้องกันและปราบปราม

2.6.6 ลักษณะภูมิประเทศ

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งครอบคลุมพื้นที่ส่วนหนึ่งของเทือกเขาดงพญาเย็น ประกอบด้วยสันเขาน้อยใหญ่หลายสันเขาด้วยกัน โดยเฉพาะทางตอนเหนือของพื้นที่ สภาภูมิประเทศลาดเทไปทางตอนใต้และมีที่ราบไม่กว้างขวางมากนักริมสองฝั่งลำห้วยขาแข้ง มียอดเขาที่สำคัญ ยอดเขาอยู่บนทิวเขาสองเทือกเขาที่ขนานกัน ไปจากเหนือลงใต้ โดยมีลำห้วยขาแข้งเป็นแนวแบ่งตรงกลางพื้นที่ มีลำห้วยที่สำคัญ ได้แก่ ห้วยขาแข้ง มีความยาวประมาณ 100 กิโลเมตร ไหลลงสู่แม่น้ำแม่กลอง นอกจากนี้ลำห้วยหลักดังกล่าวแล้วยังมีห้วยแยกขนาดเล็กๆ อีกมากมาย แยกขึ้นรับน้ำจากทุกส่วนของพื้นที่หลายสายทำให้ลำห้วยขาแข้งมีน้ำไหลตลอดปี

2.6.7 ลักษณะภูมิอากาศ

โดยสภาพรวมทั้งเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งอยู่ในแนวเชื่อมต่อระหว่างภูมิอากาศในแถบร้อนกับภูมิอากาศในแถบกึ่งร้อน จึงแบ่งช่วงฤดูกาลเป็นช่วงใหญ่ๆ 2 ช่วงคือ ฤดูแล้ง ในระหว่างเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนเมษายน รวม 6 เดือน โดยเดือนเมษายนเป็นเดือนที่มีอากาศร้อนมากที่สุดและฤดูฝนตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ถึงเดือนตุลาคม รวม 6 เดือน ช่วงฤดูที่มีอากาศหนาวจะมีระยะเวลาที่สั้นมากไม่เกินเดือนครึ่งอยู่ระหว่างเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคมเท่านั้น โดยในเดือนมกราคมเป็นเดือนที่มีอากาศหนาวเย็นที่สุด ซึ่งในบางปีมักจะเป็นช่วงที่เริ่มต้นของการเกิดไฟป่าทำให้มีหมอกควัน ฝอยอยู่ทั่วบริเวณที่เกิดไฟไหม้

2.6.8 ลักษณะทางธรณีวิทยาและปฐพีวิทยา

หินอันเป็นต้นกำเนิดของดินในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งส่วนใหญ่เป็นหินอัคนี เกิดในยุคคาร์บอนิเฟอรัส หินอันเป็นต้นกำเนิดดังกล่าวพบเห็นได้ทั่วไปในพื้นที่ของลำห้วยยอดเขา และพื้นที่ที่ถูกกัดเซาะทุกแห่ง สำหรับดินในพื้นที่ค่อนข้างมีความผันแปรมาก ส่วนใหญ่เป็นดินที่เกิดในที่สูงชัน เป็นดินที่ค่อนข้างชื้น การก่อชั้นของดินไม่ค่อยสมบูรณ์ ในบางตอนมีหินที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นต้นกำเนิดของดินโคลนหรือผลมอยู่ค่อนข้างมาก ดังนั้นดินในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ไม่เหมาะที่จะเป็นดินเพื่อเกษตรกรรม เพราะดินโดยทั่วไปมีพืชอาหารน้อยเก็บความชื้นได้ไม่ดีเมื่อมีการทำลายป่าลงผิวดินจะถูกกัดเซาะอย่างรวดเร็วและแผ่นดินเคลื่อนเกิดขึ้นได้ง่ายจึงควรเก็บไว้เป็นป่าไม้และแหล่งอนุรักษ์ป่า

2.6.9 ทรัพยากรป่าไม้

พื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง เป็นแหล่งของพรรณไม้ถึง 3 ภูมิภาค คือ ภูมิภาค Indo-China ภูมิภาค Indo-Malaya ภูมิภาค Indo-Burma ลักษณะที่สำคัญของแต่ละพืชมัตังนี้

2.6.9.1 ป่าดงดิบเขา เป็นพืชที่กระจายในระดับสูง พบในพื้นที่ที่มีความสูง 1,000-1,554 เมตร จากระดับน้ำทะเลขึ้นไป เช่น บริเวณยอดเขาปลายห้วยขาแข้ง บริเวณเทือกเขาเขียว เทือกเขาใหญ่และเทือกเขาน้ำเย็น ป่าชนิดนี้มีอยู่ประมาณ 235,156.25 ไร่ (376.25 ตารางกิโลเมตร) ปัจจัยอันเป็นตัวกำหนดสังคม ได้แก่ ความหนาวเย็นและความชื้นอันเนื่องมาจากความสูงอุณหภูมิจึงค่อนข้างต่ำตลอดปี ปกติอุณหภูมิจะไม่เกิน 20 องศาเซลเซียส

2.6.9.2 ป่าดงดิบชื้น พบในบริเวณที่มีความชื้นสูง ปัจจัยที่สำคัญที่เป็นตัวกำหนดสังคมป่าชนิดนี้คือ ความชื้นในดินและอุณหภูมิที่ค่อนข้างร้อน ดินจะต้องเก็บความชื้นได้พอสำหรับการคงใบของพรรณไม้ตลอดปี ด้วยเหตุนี้ป่าดงดิบชื้นจึงพบเฉพาะในกลุ่มห้วย หรือที่ราบริมลำน้ำสายใหญ่ๆ ระดับดินดั้นในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง พบในหุบห้วยแถบเทือกเขา ด้านตะวันออก และด้านเหนือของพื้นดิน ส่วนใหญ่เป็นดินทรายร่วนหรือดินเหนียวปนทรายร่วนเนื่องจากป่าชนิดนี้ชอบอุณหภูมิที่ค่อนข้างร้อน จึงมีการกระจายอยู่ในช่วงความสูงไม่เกิน 1,000 เมตรจากระดับน้ำทะเล

2.6.9.3 ป่าดงดิบ พบกระจายในระดับเดียวกับป่าดงดิบชื้น แต่ขึ้นอยู่ในดินที่มีความชื้นน้อยกว่า เช่น บนสันเขาหรือหุบห้วยแห้งที่มีน้ำเฉพาะฤดูฝน ดินค่อนข้างตึกเป็นดินร่วนปนทราย ทรายร่วน หรือดินทรายร่วนปนดินเหนียว พบในระดับสูง 400-1,000 เมตร จากระดับน้ำทะเล พื้นที่ทั้งหมดของป่าชนิดนี้ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง มีอยู่ประมาณ 88,593.75 ไร่ (461.75 ตารางกิโลเมตร) ทางเทือกเขาตะวันออก ทางเหนือ และทางตะวันตกของพื้นที่ ดินมีความเป็นกรดระดับปานกลาง

2.6.9.4 ป่าผสมผลัดใบ มีพื้นที่ครอบคลุมประมาณ 731,937.50 ไร่ พบในบริเวณสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง ประมาณ 450-900 เมตร ปัจจัยกำหนดที่สำคัญ ได้แก่ ความลึกของดิน ช่วงความแห้งแล้งและระดับความสูงจากระดับน้ำทะเล พืชพรรณไม้เกือบทั้งหมดในสังคมจะผลัดใบทั้งในช่วงเดือนธันวาคม และออกใบใหม่ในช่วงเดือนเมษายน พรรณไม้เด่น ได้แก่ มะค่าโมง สมพง อินทนิลบก ก้านเหลือง เสลา ชูณ เป็นต้น และมีป่าไผ่ขึ้นผสมอยู่ด้วย

เนื่องจากป่าชนิดนี้ค่อนข้างโปร่งจึงมีเถาวัลย์ขนาดใหญ่ขึ้นผสมอยู่มากในฤดูฝนต้นป่าจะหนาแน่นไปด้วยลูกไม้และพืชล้มลุกผสมกับไม้พุ่มเตี้ย มีหญ้าปรากฏทั่วไปอย่างน้อย 11 ชนิด

2.6.9.5 ป่าเต็งรัง ป่าชนิดนี้มีอยู่ประมาณ 214,531.25 ไร่ (343.25 ตารางกิโลเมตร) พบในพื้นที่แห้งแล้ง ดินเก็บความชื้นได้ไม่นาน จึงปรากฏในที่ดินทรายจัด ดินตื้นและมีหินผสมอยู่มาก มีปรากฏในระดับความสูงตั้งแต่ 200 - 600 เมตร จากระดับน้ำทะเล

2.6.10 ทรัพยากรสัตว์ป่า

ห้วยขาแข้งตั้งอยู่ในเขตที่เป็นรอยต่อของภูมิภาคศาสตร์ 4 ภูมิภาคของเอเชีย คือภูมิภาคอินโด - หิมาลายัน อินโด-เบอร์มิส อินโด-จีน และซุนดาอิค จึงเป็นศูนย์รวมของพรรณพืชและพันธุ์สัตว์ทั้งถิ่นที่อยู่และแหล่งอาหารจึงมีความหลากหลายจากการสำรวจและรวบรวมจากข้อมูลดังนี้



ภาพที่ 2.26 แสดงรูปควายป่า

ที่มา: มล.ปริญญากร วรวรรณ, 2553.

ลักษณะ : ควายป่าเป็นสัตว์ชนิดเดียวกับ ควายบ้าน แต่มีลำตัวขนาดลำตัวใหญ่กว่า มีนิสัยว่องไว และดุร้ายกว่าควายบ้านมาก ตัวโตเต็มวัยมีความสูงที่ไหล่เกือบ 2 เมตร น้ำหนักมากกว่า 1,000 กิโลกรัม สีสันลำตัวโดยทั่วไปเป็นสีเทาหรือสีน้ำตาลดำ ขาทิ้ง 4 สีขาวแก่ หรือสีเทาคล้ายใส่ถุงเท้าสีขาว ด้านล่างของลำตัวเป็นลายสีขาวรูปตัววี (V) ควายป่ามีเขาทั้ง 2 เพศ เขามีขนาดใหญ่กว่าควายเลี้ยง วงเขากางออกกว้างโค้งไปทางด้านหลัง ด้านตัดขวางเป็นรูปสามเหลี่ยม ปลายเขาเรียวยาวแหลม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุปนิสัย : ควายป่าชอบออกหากินในเวลาเช้า และเวลาเย็น อาหารได้แก่ พวกใบไม้ หญ้า และหน่อไม้ หลังจากกินอาหารอิ่มแล้ว ควายป่าจะนอนเคี้ยวเอื้องตามพุ่มไม้ หรือนอนแช่ปรักโคลนตอนช่วงกลางวัน ควายป่าจะอยู่ร่วมกันเป็นฝูง ฤดูผสมพันธุ์อยู่ราวๆ เดือนตุลาคมและพฤศจิกายน

เขตแพร่กระจาย : ควายป่ามีเขตแพร่กระจายจากประเทศเนปาลและอินเดีย ไปสิ้นสุดทางด้านทิศตะวันออกที่ประเทศเวียดนาม ในประเทศไทยปัจจุบันมีควายป่าเหลืออยู่บริเวณเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

สถานภาพ : ปัจจุบันควายป่าที่เหลืออยู่ในประเทศไทยมีจำนวนน้อยมาก จนน่ากลัวว่าอีกไม่นานจะหมดไปจากประเทศ ควายป่าจัดเป็นสัตว์ป่าสงวนชนิดหนึ่งใน 15 ชนิดของประเทศไทย และอนุสัญญา CITES จัดควายป่าไว้ใน Appendix III

สาเหตุของการใกล้จะสูญพันธุ์ : เนื่องจากการถูกล่าเพื่อเอาเนื้อและเอาเขาที่สวยงาม และการสูญเสียพันธุ์ เนื่องจากไปผสมกับควายบ้าน ที่มีผู้เอาไปเลี้ยงปล่อยเป็นควายปละในป่า ในกรณีหลังนี้บางครั้งควายป่าจะติดโรคต่างๆ จากควายบ้าน ทำให้จำนวนลดลงมากยิ่งขึ้น

2.6.11 สัตว์ปีกหรือนก เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จัดได้ว่าเป็นแหล่งที่พบนกมากแห่งหนึ่งทางภาคพื้นเอเชีย จากการสำรวจและรวบรวมเอกสารพบว่า มีอยู่ถึง 412 ชนิดพันธุ์ ซึ่งมากกว่าหนึ่งในสามของนกทั้งหมดที่ค้นพบแล้วในประเทศไทย ในจำนวนนกที่ปรากฏในบัญชีรายชื่อของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าแห่งนี้ กลายเป็นนกที่กำลังจะสูญพันธุ์

2.6.12 ทรัพยากรน้ำ สิ้นแร่

2.6.12.1 ทรัพยากรน้ำ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งมีพื้นที่ทั้งหมดรองรับน้ำฝนได้ถึง 2,574.64 ตารางกิโลเมตร รับน้ำฝนที่ตกเฉลี่ยรายปีประมาณ 1,600 มิลลิเมตร น้ำที่ตกพื้นไหลลงสู่ลำน้ำสายสำคัญสายด้วยกัน คือ ห้วยทับเสลา และต่อไปสู่แม่น้ำสะแกกรัง อีกส่วนหนึ่งไหลลงสู่ลำน้ำห้วยขาแข้ง และไปเก็บไว้ในอ่างเก็บน้ำเขื่อนศรีนครินทร์ และต่อไปไหลสู่แม่น้ำแม่กลอง น้ำที่ตกในกลุ่มห้วยแม่ละมุ้งจะไหลขึ้นเหนือสู่ลำน้ำแม่ละมุ้ง และไหลสู่แม่น้ำแม่กลองในเขตอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก

2.6.12.2 ทรัพยากรสิ้นแร่ สิ้นแร่ต่างๆ ที่ปรากฏยังไม่มีการสำรวจชั้นรายละเอียดมาก่อน เท่าที่พบจากการที่ราษฎรเข้าไปเก็บหาก่อนที่จะประกาศเป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ได้แก่ แร่พลวง และแร่อย่างอื่นที่มีในเขตพื้นที่ได้แก่ ตะกั่วและดีบุก

2.6.13 แหล่งความงามตามธรรมชาติ

2.6.13.1 ลำน้ำห้วยขาแข้ง ได้ชื่อว่าเป็นลำน้ำที่มีความสวยงามตามธรรมชาติมากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย เป็นลำน้ำสายใหญ่ที่มีน้ำตลอดปีนอกจากจะมีน้ำที่ใสแล้ว บางตอนยังเกิดหาดทรายที่ขาวสะอาดทอดไปตามริมห้วยมีปลาชุกชุมมากรวมทั้งสัตว์ป่าและสัตว์ปีกที่อาศัยอยู่บริเวณริมน้ำ

- 1) โป่งนายสอ ตั้งชื่อตามพรานป่าซึ่งเสียชีวิตเพราะถูกแรดทำร้าย อยู่ทางฝั่งขวาของลำห้วยขาแข้งตอนกลางของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่ามีน้ำซับตลอดปีจึงมีสัตว์ป่าชุกชุมมาก
- 2) โป่งน้ำพุร้อน เป็นโป่งใหญ่อยู่ทางทิศเหนือทางฝั่งซ้ายของลำห้วยขาแข้ง มีบ่อน้ำพุร้อนอยู่ใกล้ๆ มีสัตว์ป่าชุกชุมมาก โดยเฉพาะกระทิง, วัวแดง, และกวาง
- 3) น้ำตกไชนเบอร์ ตั้งอยู่บริเวณหน่วยพิทักษ์ป่าไชนเบอร์ ในท้องที่อำเภอห้วยคต ห่างจากถนนลาดยาง 7 กิโลเมตร สายบ้านไร่ – ห้วยคตควาย สามารถเดินทางได้สะดวก

2.6.14 แหล่งโบราณคดี มีจุดที่เป็นหลุมฝังศพของคนในสมัยกรุงศรีอยุธยา ที่เรียกวงดีไก่ออยู่ทั่วไปในพื้นที่ที่คาดว่าจะเส้นทางเดินทัพผ่านยังพบเศษเครื่องใช้ เครื่องประดับ อาวุธ และของมีค่า รวมฝังกับเศษอิฐในภาชนะดินเผา โดยจะทำสัญลักษณ์เป็นก้อนหินที่สามารถหาได้ในบริเวณใกล้เคียงนำมาเรียงเป็นวงกลมใหญ่บ้างเล็กบ้างคล้ายวงดีไก่อ

2.6.15 สืบ นาคะเสถียร นักอนุรักษ์และนักวิชาการด้านทรัพยากรธรรมชาติคนสำคัญของไทยที่มีบทบาทและชื่อเสียง สืบได้ผลิตงานวิจัยเกี่ยวกับสัตว์ป่าออกมามากมาย ตั้งแต่การสำรวจติดตามชนิดและพฤติกรรมการทำรังของนก สำรวจแหล่งอาศัยของกวางผา ค้นหาและศึกษาพฤติกรรมของเงี้ยวผา มาจนถึงการสำรวจศึกษาสภาพทางนิเวศของป่าห้วยขาแข้งและทุ่งใหญ่นเรศวร และได้เป็นอาจารย์พิเศษ ประจำภาควิชาชีววิทยา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เช้ามีวันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2533 สืบ นาคะเสถียร ตัดสินใจจบชีวิตตัวเองลง สืบได้สั่งเสียลูกน้องคนสนิทและเขียนจดหมายสั่งเสีย 6 ฉบับ ชำระสะสางการรับผิดชอบ และทรัพย์สินส่วนตัวที่ค้างค้าง รวมถึงมอบหมาย เครื่องใช้ และอุปกรณ์ในการศึกษาวิจัยด้านสัตว์ป่า สองอาทิตย์ต่อมา บรรดาเจ้าหน้าที่ระดับสูงของกรมป่าไม้ รวมทั้งผู้ว่าราชการจังหวัด นายทหาร นายตำรวจชั้นผู้ใหญ่ นายอำเภอ ป่าไม้เขต และ เจ้าหน้าที่ป่าไม้ อีกนับร้อยคน ได้เปิดประชุมเพื่อหามาตรการป้องกันการบุกรุกป่าในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง โดย สืบ นาคะเสถียร ได้พยายามจัดตั้งการประชุมหลายสิบครั้งแต่ไม่มีการตอบรับจากเจ้าหน้าที่สักครั้งจนกระทั่งการเสียชีวิตของสืบ ทำให้มีข้อกล่าวหาว่า หาก ไม่มีเสียงปืนนัดนั้น การประชุมดังกล่าวก็คงไม่เกิดขึ้นเช่นกัน



ภาพที่ 2.27 อนุสาวรีย์สี่บ นาคะเสถียร ที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง
ที่มา : คุณามัญ บุญเจริญ, และคณะ 2552.



ภาพที่ 2.28 บ้านพักของสี่บในห้วยขาแข้งสถานที่ที่เขาเลือกที่จบชีวิตลง
ที่มา : คุณามัญ บุญเจริญ, และคณะ 2552.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.16 การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศึกษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี

2.6.16.1 การเดินทางโดยรถส่วนตัว การเดินทางจากกรุงเทพฯ ตามทางหลวงหมายเลข 32 ระยะทางประมาณ 230 กิโลเมตร การเดินทางจาก จ.อุทัยธานี โดยผ่าน อ.หนองขาหย่าง - อ.หนองฉาง - อ.ลานสัก และทางเข้าสำนักงานฯ ระยะทางรวมประมาณ 80 กิโลเมตร จากทางเข้า-สำนักงานเขตฯ ระยะทาง 14 กิโลเมตร

2.6.16.2 การเดินทางโดยรถประจำทาง เดินทางจากกรุงเทพมหานครโดยรถปรับอากาศจากสถานีขนส่งหมอชิต สายกรุงเทพฯ - อุทัยใช้เวลาเดินทางประมาณ 4 ชั่วโมง หรือรถตู้จากอนุสาวรีย์ชัยฯ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมง เดินทางมายัง อ.ลานสัก โดยรถโดยสารประจำทางสาย อุทัยธานี - ลานสัก ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง เดินทางมายัง สำนักงานเขตฯ โดยเหมารถต่อมายังสำนักงานเขตฯ ระยะทางประมาณ 35 กิโลเมตร

2.6.16.3 เดินทางโดยรถไฟ จากกรุงเทพฯ โดยรถไฟสายเหนือ มายังสถานีรถไฟนครสวรรค์ เดินทางมายัง อ.หนองฉาง โดยรถโดยสารประจำทาง สาย นครสวรรค์ - หนองฉาง ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง เดินทางต่อมายัง อ.ลานสัก โดยรถโดยสารประจำทาง สาย อุทัยธานี - ลานสัก หรือ รถสองแถว สาย หนองฉาง - ลานสัก ใช้เวลาเดินทาง ประมาณ 1 ชั่วโมงเดินทางมายังสำนักงานเขตฯ โดยเหมารถต่อมายังสำนักงานเขตฯ ระยะทางประมาณ 35 กิโลเมตร

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐริษา พริ้งสกุลชัย 2547 ปรินญานิพนธ์การศึกษากฎบัตรการสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สรุปผลงานวิจัยว่า การส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งที่ได้นำมาพิจารณาเพื่อเป็นสื่อในการส่งเสริมการตลาดขององค์กรต่างๆ เนื่องจากภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรย่อมสร้างความประทับใจกับบุคคลภายนอกจนอาจก่อให้เกิดความเชื่อถือ ไว้วางใจ ชื่นชม ศรัทธาในองค์กร ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาจึงควรให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์โดยอาศัยการสื่อสารทางการตลาดเป็นเครื่องมือ (Marketing Communication Tools) เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของตนเอง

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้จัดตั้งเป็นมหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การศึกษา วิจัย ส่งเสริมและให้บริการทางเทคโนโลยี วิทยาศาสตร์ และครุศาสตร์อุตสาหกรรม รวมทั้งทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมของชาติ เพื่อเป็นรากฐานต่อการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ในการดำเนินงานตามภารกิจของสถาบันฯ ได้ตระหนักถึงความต้องการ ของสังคมและประเทศทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยผลิตกำลังคนทางด้านวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีที่มีคุณภาพ และงานวิจัยเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ใหม่ สำหรับนำไปช่วยแก้ไขปัญหาสังคมและอุตสาหกรรม นอกจากนี้สถาบันฯ ได้กระจายโอกาสทางการศึกษาไปสู่

ภูมิภาคในรูปของวิทยาเขต จำนวน 2 วิทยาเขต คือ วิทยาเขตชุมพร และวิทยาเขตระยอง โดยมีเป้าหมายที่จะผลิตบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่นและชุมชน รวมทั้งให้บริการวิชาการและช่วยพัฒนาชุมชนให้มีความแข็งแกร่ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ต่อไป

รุ่งทิพ ว่องปฏิการ 2541 ปรินญาณิพนธ์ความเป็นจริงกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรมีต่อ ภูเก็ต วัตถุประสงค์ เพื่อให้ทราบถึงแหล่งสารที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการมีภาพลักษณ์เกี่ยวกับภูเก็ต และเพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อภูเก็ต ภายใต้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ทฤษฎีการให้ความหมายและการคิด และรายงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง สรุปผลงานวิจัยว่า แนวคิดด้านภาพลักษณ์ และทฤษฎีเกี่ยวกับการให้ความหมายและการคิดสามารถช่วยตรวจสอบการประเมินค่าด้วยการ ให้คะแนนคุณลักษณะ 17 รายการ และให้ข้อมูลในเชิงคุณภาพซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นภาพ ที่ชัดเจนเจาะลึกมากขึ้น ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลในทางสถิติพบว่า นักท่องเที่ยวที่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งสารที่แตกต่างกัน จะมีภาพลักษณ์ต่อภูเก็ตก่อนเดินทางมา แตกต่างกันไป และภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อภูเก็ตก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวจะผันแปรไปในทิศทางเดียวกันกับภาพลักษณ์ที่มีต่อประเทศไทยและกรุงเทพมหานคร หรืออีกนัยหนึ่ง หากภาพลักษณ์ที่มีต่อประเทศไทยหรือกรุงเทพมหานครเป็นบวก ภาพลักษณ์ที่มีต่อภูเก็ตก็จะ เป็นบวกด้วย แต่หากภาพลักษณ์ที่มีต่อประเทศไทยหรือกรุงเทพมหานครเป็นลบ ภาพลักษณ์ ที่มีต่อภูเก็ตก็จะเป็นลบด้วย ที่สำคัญคือการเดินทางมาท่องเที่ยวภูเก็ตซ้ำหลายครั้ง มิได้หมายความว่า นักท่องเที่ยวจะมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อภูเก็ตมากขึ้นเสมอไป และแม้ว่า ประสบการณ์ที่ประทับใจจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของภูเก็ตมากขึ้น

ศศิธร จารุมณีรัตน์,ศิริชัย ศิลปะอาษา 2548 วิจัยการศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเภทของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากมุมมองของเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ และ 2) เพื่อเสนอข้อแนะนำการสร้างภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน เพื่อพัฒนาจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก (World Class destination) สรุปผลการวิจัยว่า ภาพลักษณ์ดังกล่าวของจังหวัดภูเก็ตที่ดีน้อยกว่าจังหวัดกระบี่และพังงาในแง่ของสภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังเสื่อมโทรมและไม่ได้รับการดูแลเท่าที่ควร ความสงบและบรรยากาศที่น่าพักผ่อนของแหล่งท่องเที่ยว ความเหมาะสมต่อคนทุกเพศ ทุกวัย และความเป็นมิตรของผู้คน ความปลอดภัยในการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง ความรวดเร็วในการเดินทางในจังหวัดภูเก็ต สภาพถนนหนทาง ราคาค่าโดยสาร รวมถึงความสะอาดและการบริการของรถโดยสารประจำทาง และภาพลักษณ์ดังกล่าวก็สอดคล้องกับความคิดเห็นของเจ้าบ้าน ซึ่งเจ้าบ้านก็มีความคิดเห็นสอดคล้องกับผลวิจัยดังกล่าว

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินงานศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง โดยนำมาศึกษาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อสร้างสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ขั้นตอนการศึกษาและรวบรวมข้อมูลปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์และพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

3.1.1.1 ศึกษาปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ

1.1) เจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

1.2) นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง

อำเภอลานสัก จังหวัดอุทัยธานี เก็บข้อมูลจากเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2553 - มกราคม พ.ศ. 2554

2) กลุ่มตัวอย่าง คือ

2.1) เจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง อำเภอลานสัก จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 3 คน ดังต่อไปนี้

2.1.1 คุณบุญชู ชงนำชัยมา

หัวหน้าสถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าและพันธุ์พืช

ตำแหน่งนักวิชาการป่าไม้ชำนาญการ

2.1.2 คุณบุญยัง ศรีจันทร์

หัวหน้าวิจัยเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตำแหน่งนักวิชาการป่าไม้ปฏิบัติการ

2.1.3 คุณอมรรัตน์ ว่องไว

เจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง

ตำแหน่งนักวิชาการป่าไม้

2.2) นักท่องเที่ยวเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง อำเภอลานสัก จังหวัดอุทัยธานี เก็บข้อมูลจาก เดือนพฤศจิกายน พ.ศ 2553 - มกราคม พ.ศ 2554 จำนวน 100 คน เลือกประชากรตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

3.1.1.2 ขั้นตอนการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้ที่มีความรู้,ประสบการณ์,ความชำนาญ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อตรวจสอบและประเมินการออกแบบ จำนวน 5 ท่าน ดังรายชื่อต่อไปนี้

1) คุณสุนทร ฉายวิณะ

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง

ตำแหน่งนักวิชาการป่าไม้ชำนาญการ

2) คุณสุรชัย ศรีพลอย

ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยว

สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี อ.เมือง จ.อุทัยธานี

3) คุณนพรัตน์ นาคสถิตย์

ข้าราชการบำนาญ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

4) คุณวัฒน์โชติ ดุงคะเตชะ

ประธานกรรมการบริษัท ควอเทท คราฟติก จำกัด กรุงเทพมหานคร

5) คุณธวัช พะยิม

(ค.อ.ม) เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ออกแบบกราฟิก

อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

3.1.2 ขั้นตอนการศึกษาความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่งที่เกี่ยวข้องที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

แหล่งข้อมูล คือ นักท่งเกี่ยวชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแหล่งข้อมูล เก็บข้อมูลเดือนพฤศจิกายน พ.ศ 2553 – มกราคม พ.ศ 2554 เลือกประชากรตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้เป็นประชากร จำนวน 100 คน และเจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี เลือกแหล่งข้อมูลสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้เป็นประชากรจำนวน 3 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่งเกี่ยวชาวไทย จังหวัดอุทัยธานี จำนวน 100 คน และเจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี จำนวน 3 คน รวมกลุ่มตัวอย่างจำนวน 103 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลด้านปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์

3.2.1.1 เครื่องมือโดยผ่านผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามให้มีความสอดคล้อง ระหว่างคำถามกับนิยามศัพท์และวัตถุประสงค์ โดยการนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรง ให้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจสอบค่าคะแนนเพื่อนำแบบสอบถามที่ผ่านเกณฑ์ (Index of Item Objective Congruent : IOC) และใช้เป็นเครื่องมือสอบถามเพื่อสอบถามปัจจัยและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์กับนักท่งเกี่ยวและเจ้าหน้าที่ในขั้นตอนการวิจัย เลือกผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

- 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- 2) รองศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยโท พิชัย สดพิบาล
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- 3) ดร. ผดุงชัย ภูพัฒน์
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อพิจารณาความสอดคล้องคำถามกับนิยามศัพท์และวัตถุประสงค์ โดยเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

- +1 เมื่อแน่ใจว่าคำถามตรงตามนิยามศัพท์และวัตถุประสงค์ในการวิจัย
- 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าคำถามตรงตามนิยามศัพท์และวัตถุประสงค์ในการวิจัย
- 1 เมื่อแน่ใจว่าคำถามไม่ตรงตามนิยามศัพท์และวัตถุประสงค์ในการวิจัย

ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า .5 ขึ้นไป เป็นเกณฑ์ความหมายที่ใช้ได้ถ้าไม่ถึง .5 ต้องแก้ไข

3.2.1.2 แบบสอบถามนักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ เกี่ยวกับปัจจัยใดที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งความต้องการที่พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

3.2.1.3 แบบประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านสื่อประชาสัมพันธ์
- 2) ด้านผลิตภัณฑ์

มีลักษณะเป็นแบบมาตรประเมินค่า 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- | | | |
|---|---------|--------------------------------|
| 5 | หมายถึง | มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | มีความเหมาะสมในระดับมาก |
| 3 | หมายถึง | มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | มีความเหมาะสมในระดับน้อย |
| 1 | หมายถึง | มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด |

3.2.1.4 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ สำหรับใช้ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สอบถามความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี 2 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านสื่อประชาสัมพันธ์
- 2) ด้านผลิตภัณฑ์

มีลักษณะเป็นแบบมาตรประเมินค่า 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- | | | |
|---|---------|-------------------------------|
| 5 | หมายถึง | มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | มีความพึงพอใจในระดับมาก |
| 3 | หมายถึง | มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง |

- 2 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี โดยแบ่งขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.3.1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากงานบัณฑิตศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูลในการดำเนินการ

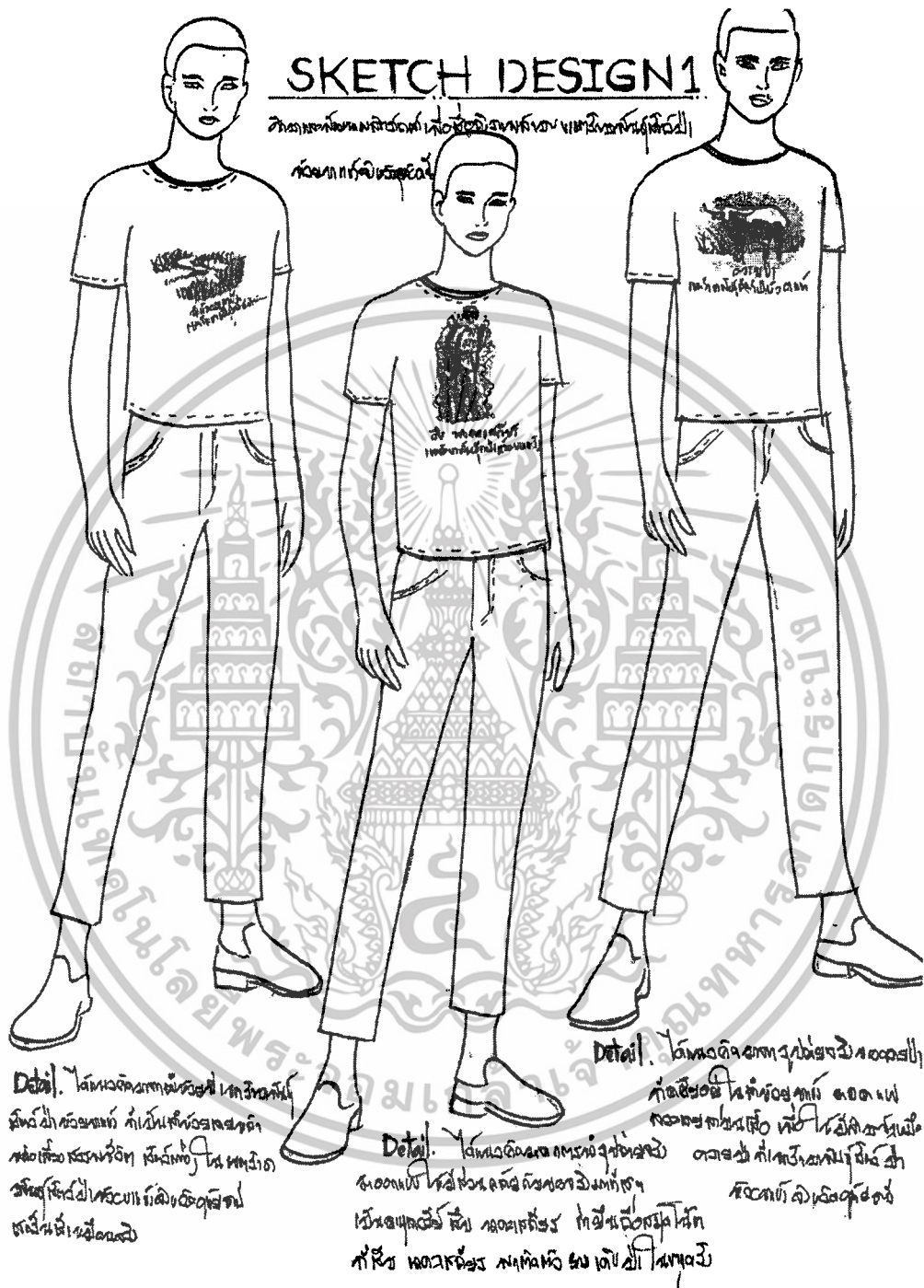
3.3.2 ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อหาข้อมูลเบื้องต้น เพื่อรวบรวมข้อมูลมาใช้ในการทำวิจัย

3.3.3 ศึกษาข้อมูลและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นพื้นฐานในการวิจัย

3.3.4 ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อสำรวจ ถ่ายภาพ และสอบถามเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว จำนวน 103 คน เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับใช้เป็นแนวทางในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

3.3.5 นำผลสรุปของการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล มาใช้กำหนดแนวคิดในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

3.4 วิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์

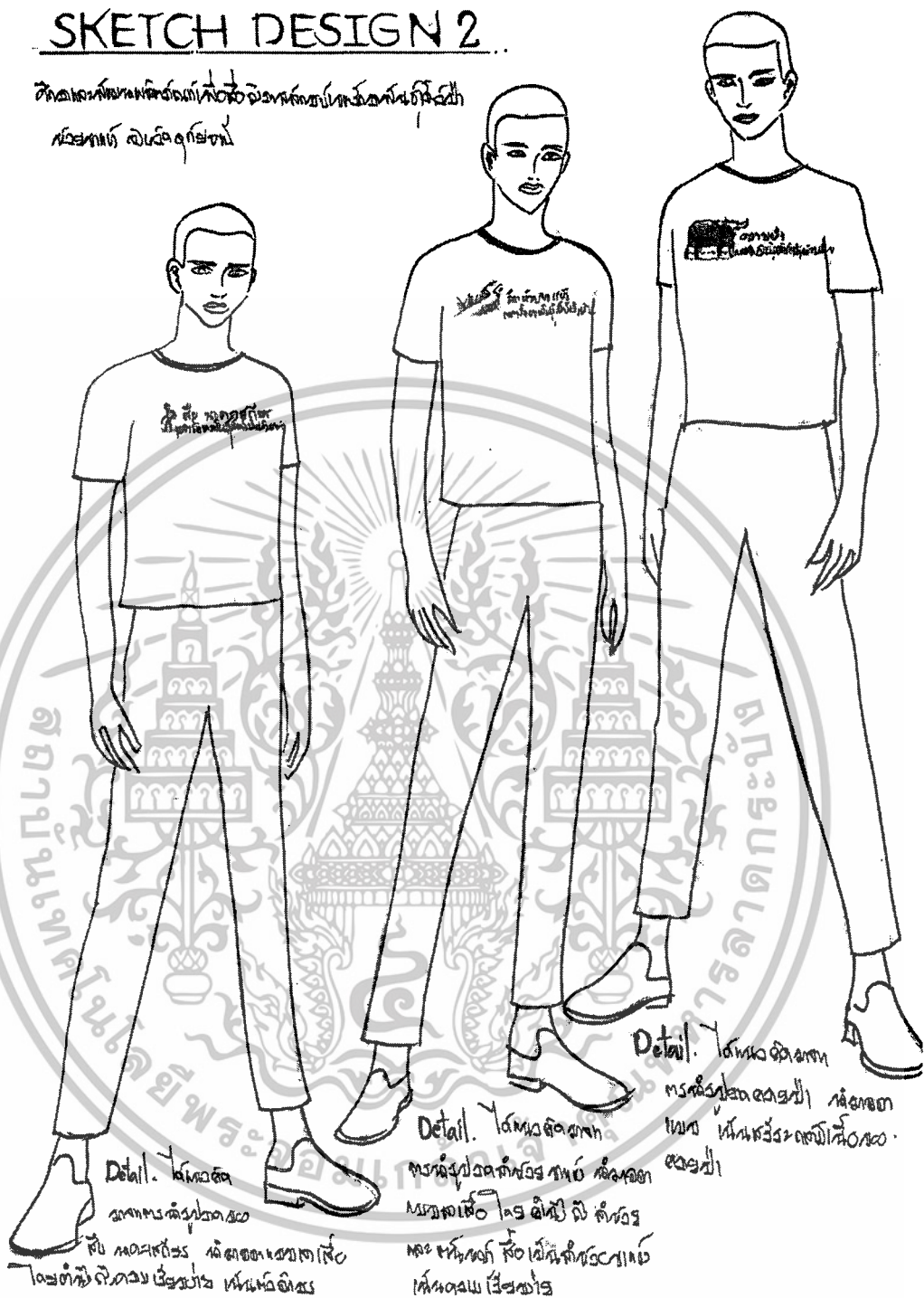


ภาพที่ 3.1 แบบร่างสื่อผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

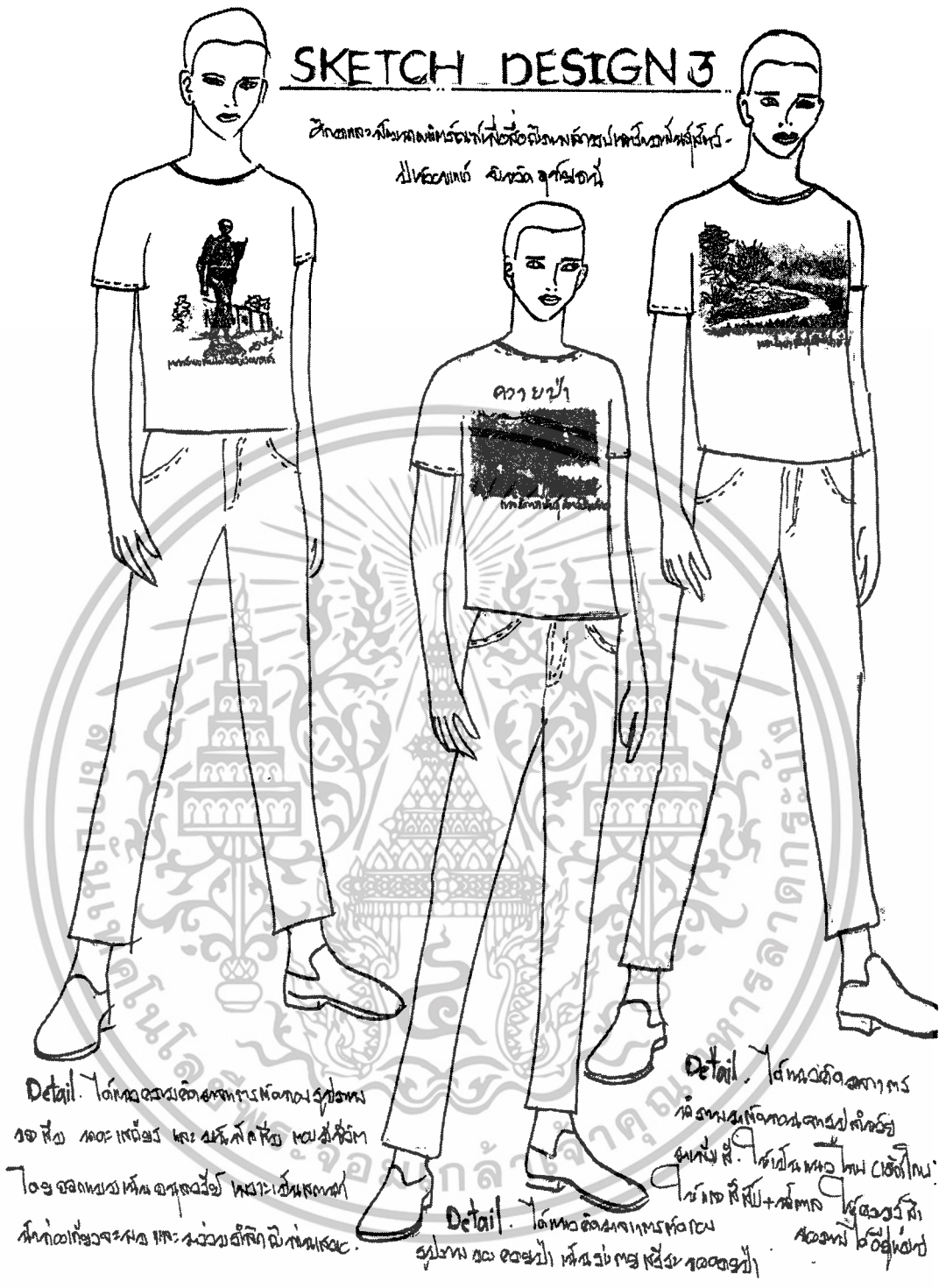
SKETCH DESIGN 2

ตัวแบบเสื้อแขนสั้นคอกลมสีฟ้า ตัวแบบกางเกงขายาวสีฟ้า
สีเข้ม และ สีน้ำเงินเข้ม



ภาพที่ 3.2 แบบร่างเสื้อผ้าผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ (โดยคุณามัญ บุญเจริญ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

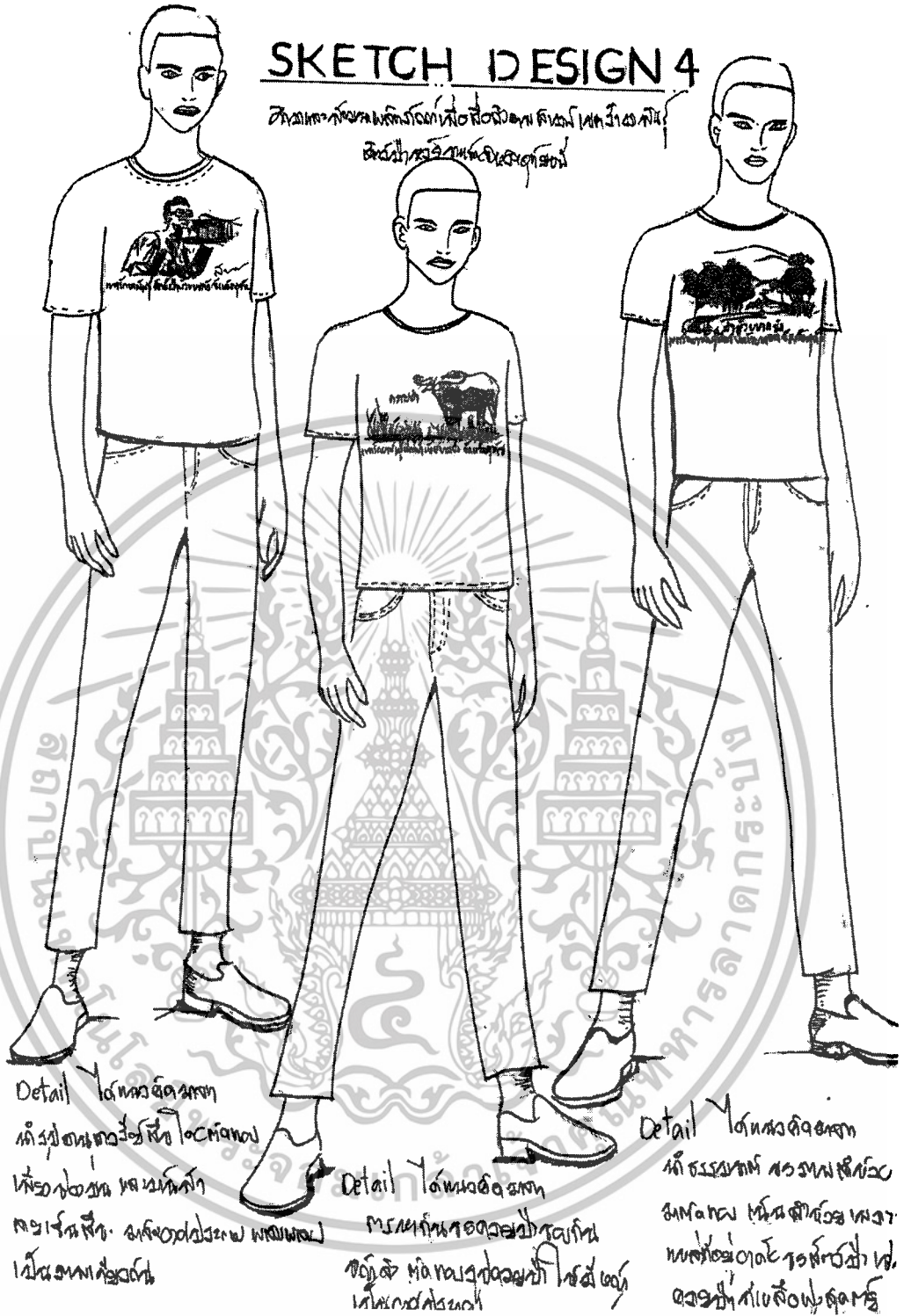


ภาพที่ 3.3 แบบร่างเสื้อผ้าผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ (โดยคุณามัญ บุญเจริญ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SKETCH DESIGN 4

ออกแบบเสื้อยืดคอกลมแขนสั้น สีสันลายกราฟิก
ใช้ผ้าคอตตอนคุณภาพดี



ภาพที่ 3.4 แบบร่างเสื้อผ้าผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ (โดยคุณามัญ บุญเจริญ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล มีรูปแบบการใช้สถิติและการแปรผลข้อมูลแบ่งออกเป็นกลุ่มตามขั้นตอนการศึกษาวิจัย 2 ขั้นตอน ดังนี้

3.5.1 ขั้นตอนศึกษาปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์และสร้างสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

วิธีดำเนินการในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำผลข้อมูลที่ได้จากการสอบถามแบบอย่างมีโครงสร้าง เข้าหน้าที่และนักท่งที่เกี่ยวข้องนำมาสังเคราะห์ความคิดเห็นของแบบสอบถามและทำการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.5.1.1 ขั้นตอนการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ นำข้อมูลที่ได้จากการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์เป็นรายชื่อเฉพาะด้าน โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

โดยกำหนดเกณฑ์การยอมรับในการหาค่าเฉลี่ยดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

3.5.2 ขั้นตอนการศึกษาความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่งที่เกี่ยวข้องที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน

3.5.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.5.3.2 ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่งที่เกี่ยวข้องที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ นำมาวิเคราะห์เป็นรายชื่อเฉพาะด้าน โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

โดยกำหนดเกณฑ์การยอมรับในการหาค่าเฉลี่ยดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด

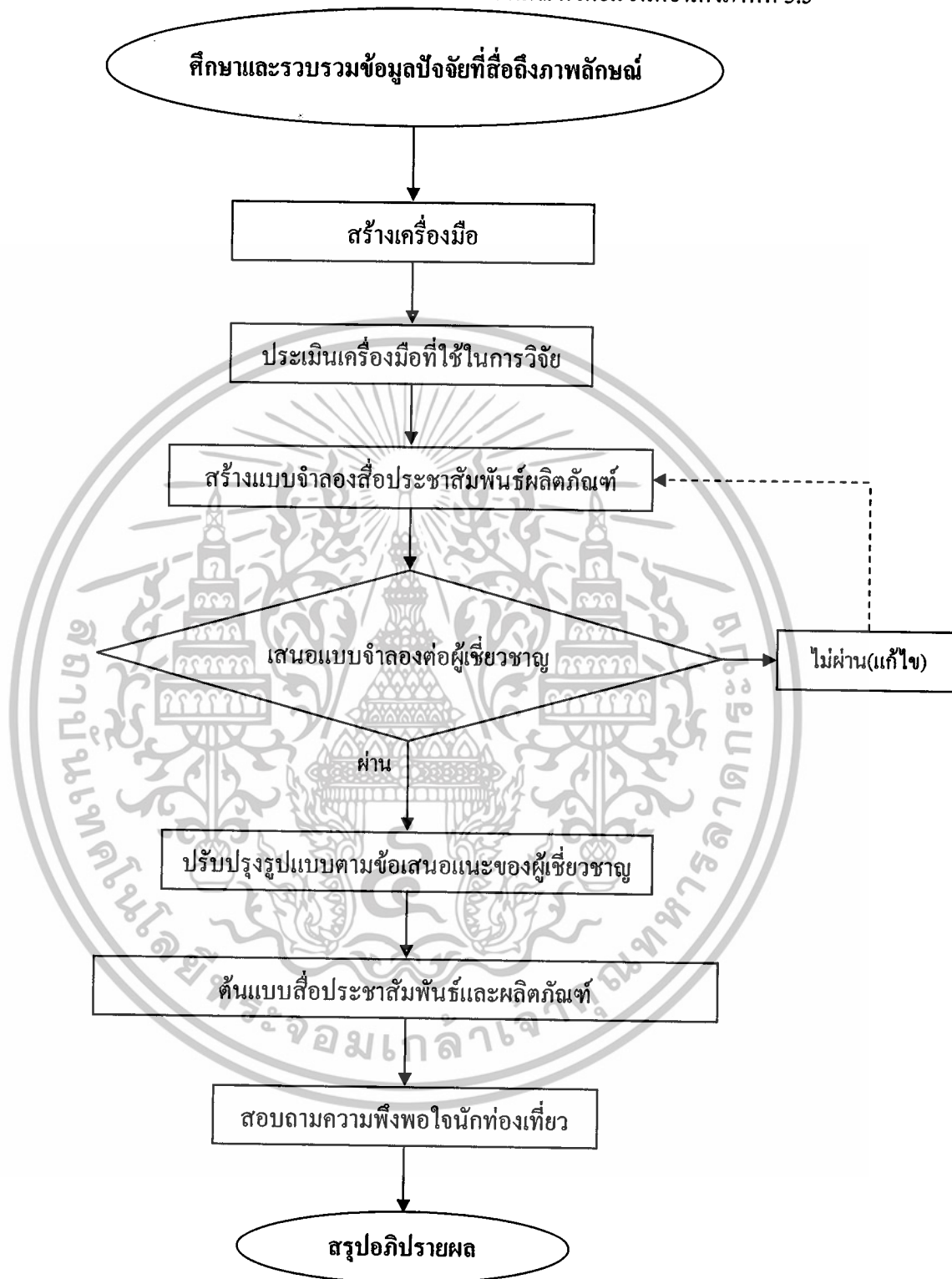
3.51 – 4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ โดยมีขั้นตอนดังภาพที่ 3.5



ภาพที่ 3.5 ขั้นตอนการศึกษาและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสอบถาม การประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ด้าน และความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์หลังได้รับการพัฒนาจากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางและเรียบเรียงโดยแบ่งเป็น 2 ตอน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

4.1 การศึกษาปัจจัยและสร้างสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

4.1.1 ผลวิเคราะห์การศึกษาปัจจัยและความต้องการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

4.1.2 ผลวิเคราะห์ในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์ 3 รูปแบบ โดยการประเมินตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์, ด้านผลิตภัณฑ์

4.2 การศึกษาความพึงพอใจเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

4.2.1 ผลการประเมินความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี

4.1 การศึกษาปัจจัยและสร้างสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

4.1.1 ผลวิเคราะห์การศึกษาปัจจัยและความต้องการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ การศึกษาและรวบรวมข้อมูลปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์ โดยการสอบถามเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ได้ผลการสรุปดังนี้

4.1.1.1 ปัจจัยทางด้านธรรมชาติ เป็นลำห้วยขาแข้ง ซึ่งลำห้วยขาแข้งเป็นลำน้ำสายหลักที่ไหลผ่านกลางป่าห้วยขาแข้ง ถือเป็นลำห้วยที่สำคัญ หล่อเลี้ยงสรรพชีวิตในพื้นที่ สายน้ำที่ไหลชอกชอนไปตามขุนเขา ก่อให้เกิดที่ราบริมฝั่งน้ำ บางช่วงมีหาดทรายทอดยาว มีป่าพงคดอ้อกว้างไปจนจดแนวป่าใหญ่ นับเป็นป่าริมลำน้ำซึ่งสมบูรณ์ที่สุดและหายากยิ่งในที่แห่งอื่นของประเทศไทย โดยเฉพาะบริเวณทางตอนล่างของลำห้วยขาแข้งเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยสำคัญของควายป่า สัตว์ป่าซึ่งใกล้สูญพันธุ์ไปจากประเทศไทย ขณะที่ลำน้ำเกือบทุกสายของประเทศไทยถูกรบกวนด้วยการตั้งถิ่นฐานของคน หรือการสร้างฝายและเขื่อน ส่งผลให้ลำน้ำหลายต่อหลายแห่งสูญสิ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้อย่างเก็บน้ำ ถ้าห้วยขาแข้งกลับยังคงความบริสุทธิ์และความสมบูรณ์ของลำห้วยไว้ได้ จึงนับเป็นสภาพธรรมชาติพิเศษสุดที่ผืนป่ามรดกโลกแห่งนี้ได้ปกป้องรักษาไว้

4.1.1.2 ปัจจัยทางด้านสัตว์ป่า ควายนก มีรูปร่างเหมือนกับควายบ้าน ต่างกันแต่เพียงควายนกมีขนาดใหญ่และปราดเปรียวกว่ามาก อาศัยอยู่รวมเป็นฝูงแต่ทุกวันนี้เหลือเพียงลำห้วยขาแข้งตอนล่าง โดยคาดว่ามิอยู่ไม่เกิน 50 ตัว ควายนกจึงอยู่ในสภาพที่เสี่ยงต่อการสูญพันธุ์อย่างยิ่ง

4.1.1.3 ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมห้วยน้ำดิบ นาคะเสถียร ท่านคือหัวหน้าเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ได้แสดงเจตนารมณ์อันแน่วแน่ ที่จะรักษาผืนป่านี้ไว้อย่างชัดเจน พยายามปกป้องผืนป่าห้วยขาแข้งอย่างเข้มแข็ง แต่ไม่อาจหยุดยั้งการบุกรุกของกลุ่มที่แสวงหาผลประโยชน์ได้ การดูแลผืนป่าขนาดหนึ่งล้านไร่ด้วยงบประมาณและกำลังคนที่จำกัด กลายเป็นภาระหนักอึ้งที่ตกอยู่กับของเขา ทั้งกัศกร่อนและบันทอนสร้างความตึงเครียดให้กับหัวหน้าสืบ อยู่ตลอดเวลา จนวันที่ 1 กันยายน 2533 ด้วยการอันติวิสัย ภายหลังการจากไปหน่วยงานต่างๆ ได้มาตระหนักถึงความสำคัญของป่าห้วยขาแข้งมากขึ้น และเดือนธันวาคม พ.ศ. 2534 คณะกรรมการมรดกโลกแห่งองค์การยูเนสโก มีมติให้เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง เป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ

1) ตัวอักษร เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งเป็นพื้นที่อนุรักษ์ทางธรรมชาติ นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมความเป็นธรรมชาติ รวมทั้งศึกษาระบบนิเวศวิทยา เคารพอนุสาวรีย์ สืบ นาคะเสถียร ตัวอักษรควรออกแบบให้รู้สึกถึงความเป็นอิสระ ส่วนโครงสร้างตัวอักษรสำเร็จรูปที่ใช้บนสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งมี 3 รูปแบบ ตามแนวคิดของ วรพงษ์ วิชาดิอุคตพงศ์ (2554:170-186) อ้างถึงในอมรรตน์ บุญสว่าง(2552:95) โดยมีรายละเอียดแต่ละรูปแบบดังนี้

ตัวอักษรลักษณะหัวตัด ให้ความรู้สึกเรียบง่าย สบายตา มีความแข็งแรง

ตัวอักษรลักษณะตัวเขียน มีความอ่อนช้อยและให้ความรู้สึกถึงความเป็นไทย

ตัวอักษรตัวประดิษฐ์ มีความอ่อนช้อยและให้ความรู้สึกสบายๆ ไม่เป็นทางการ

เบตราษาณบรูสัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี	เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี	เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี
---	--	--

ภาพที่ 4.1 แสดงตัวอักษรลักษณะหัวตัด(A) ตัวอักษรลักษณะตัวเขียน(B)

ตัวอักษรลักษณะตัวประดิษฐ์ (C)

จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบตัวอักษรสำหรับภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี พบว่า ตัวอักษรแบบประดิษฐ์มีความเหมาะสมมากที่สุด โดยมีรายละเอียดความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวอักษรแบบต่างๆ ดังตารางที่ 4.1

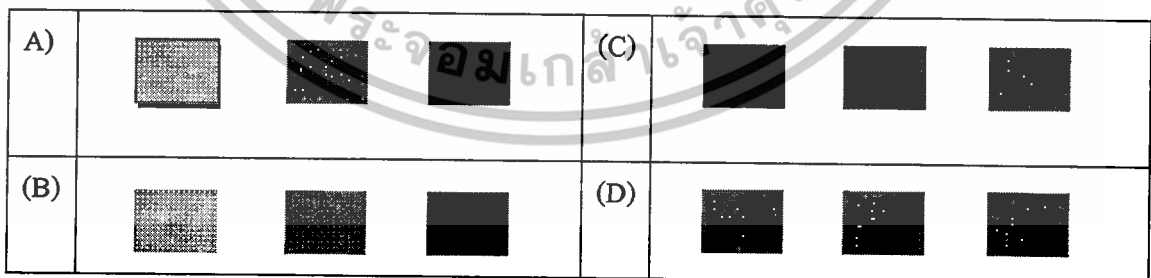
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบตัวอักษร (n=103)

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
ตัวอักษรลักษณะหัวตัด ให้ความรู้สึกเรียบง่าย สบายตา มีความแข็งแรง	17	16
ตัวอักษรลักษณะตัวเขียน มีความอ่อนช้อยและให้ความรู้สึกถึงความเป็นไทย	38	36
ตัวอักษรตัวประคิษฐ์ มีความอ่อนช้อยและให้ความรู้สึกสบายๆไม่เป็นทางการ	48	46
รวม	103	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบตัวอักษร พบว่า ตัวอักษรแบบประคิษฐ์ มีความสอดคล้องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมา คือ ตัวอักษรลักษณะตัวเขียน คิดเป็นร้อยละ 36 และ ตัวอักษรลักษณะหัวตัด คิดเป็นร้อยละ 17

2) สี คือ องค์ประกอบที่ใช้ในการเชื่อมโยงหน่วยต่างๆ ขององค์กรเข้าด้วยกัน สีที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ได้แก่กลุ่มสี ตามแนวคิดของรัชชัช ศรีสุภาพ (2535:38-90) อ้างถึงใน อมรรัตน์ บุญสว่าง(2552:96) ประกอบด้วยชุดสีต่างๆ ได้แก่ ชุดสี Beach พบบริเวณชายทะเล ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย ชุดสี Purpletone พบในสินค้าประเภทดอกไม้ ทำให้รู้สึกหรูหรา ชุดสี Earthtones พบในผลิตภัณฑ์ ทำให้รู้สึกอบอุ่น ธรรมชาติ ชุดสี Bluetone พบในบริเวณท้องฟ้า ทำให้รู้สึกสงบ ผ่อนคลาย



ภาพที่ 4.2 แสดงชุดสี Beach (A) ชุดสี Purpletone (B) ชุดสี Earthtones (C)ชุดสี Bluetone (D)
ที่มา: รัชชัช ศรีสุภาพ (2535:38-90) อ้างถึงใน อมรรัตน์ บุญสว่าง(2552:96)

เมื่อนำชุดสีดังกล่าวข้างต้น ไปศึกษาความคิดเห็นจากเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวพบว่า ชุดสี Earthtones มีความสอดคล้องมากที่สุด โดยมีรายละเอียดของความคิดเห็น เกี่ยวกับชุดสีต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสีที่สื่อถึงภาพลักษณ์ (n=103)

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
1) ชุดสี Beach	13	12
2) ชุดสี Purletone	21	20
3) ชุดสี Earthtones	54	52
4) ชุดสี Bluetone	15	14
รวม	103	100

จากตารางที่ 4.2 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสีที่สื่อถึงภาพลักษณ์ พบว่า ชุดสี Earthtones มีความสอดคล้องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมา คือชุดสี Purletone คิดเป็นร้อยละ 20 ชุดสี Bluetone คิดเป็นร้อยละ 14 และชุดสี Beach คิดเป็นร้อยละ 12

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยผลของการประเมินแบบสอบถาม เพื่อหาแนวทางการศึกษาปัจจัยและพัฒนาลือประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

ลักษณะที่ประเมินด้านปัจจัย	n = 103		ระดับความพึงพอใจ
	\bar{x}	S.D.	
1. ด้านปัจจัย			
1.1 ธรรมชาติ	3.54	0.66	มาก
1.1.1 จุดชมวิวนางรำ			
1.1.2 ป่าห้วยขาแข้ง	3.65	0.60	มาก
1.1.3 ลำห้วยทับเสลา	3.60	0.63	มาก
1.1.4 ลำห้วยขาแข้ง	4.67	0.52	มากที่สุด
1.1.5 ทุ่งหญ้าห้วยขาแข้ง	3.60	0.64	มาก
รวม	3.81	0.29	มาก
1.2 สัตว์ป่า			
1.2.1 ควายนางรำ	4.72	0.54	มากที่สุด
1.2.2 วัวแดง	3.66	0.71	มาก
1.2.3 สมเสร็จ	3.57	0.73	มาก
1.2.4 เสือโคร่งป่า	4.26	0.83	มาก
1.2.5 กวางป่า	3.55	0.57	มาก
รวม	4.00	0.29	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ลักษณะที่ประเมินด้านปัจจัย	n = 103		ระดับความพึงพอใจ
	\bar{x}	S.D.	
1.3 สภาพแวดล้อม			
1.3.1 ภายในสำนักงานอนุรักษ์	3.80	0.71	มาก
1.3.2 อนุสาวรีย์สี่ป นาคะเสถียรและบ้านพักสี่ป นาคะเสถียร	4.63	0.57	มากที่สุด
1.3.3 ป้ายมรดกโลก	3.69	0.73	มาก
1.3.4 นิทรรศการสัตว์ป่า	3.72	0.74	มาก
1.3.5 อนุสรณ์สถานผู้เสียสละ	3.73	0.65	มาก
รวม	3.92	0.31	มาก
2. สื่อประชาสัมพันธ์			
2.1 โปสเตอร์	4.43	0.69	มาก
2.2 แผ่นปลิวหรือใบปลิว	3.55	0.62	มาก
2.3 แผ่นพับ	3.70	0.62	มาก
2.4 แผ่นป้าย	3.60	0.56	มาก
2.5 หนังสือ	3.69	0.57	มาก
รวม	3.80	0.28	มาก
3. ผลิตภัณฑ์			
3.1 เสื้อกรีนลายห้วยขาแข้ง	4.55	0.65	มากที่สุด
3.2 ป้ายมรดกโลกห้วยขาแข้ง	3.78	0.73	มาก
3.3 ตุ๊กตาจากเปเปอร์มาเช่ เป็นรูป สัตว์ป่า	3.58	0.73	มาก
3.4 ตุ๊กตามาสคอตท์ เป็นรูป สัตว์ป่า	3.63	0.64	มาก
3.5 พวงกุญแจ เป็นรูป สัตว์ป่า	3.58	0.67	มาก
รวม	3.82	0.29	มาก

จากตารางที่ 4.3 ผลวิเคราะห์ในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์ โดยการประเมินตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านธรรมชาติพบว่า ปัจจัยและความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี พบว่า มีความพึงพอใจถ้าห้วยขาแข้งอยู่ในระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{x} = 4.67) รองลงมาป่าห้วยขาแข้งอยู่ในระดับค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 3.65) และถ้าห้วยทับเสลา, ห้วยน้ำห้วยขาแข้ง อยู่ในระดับค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 3.60) ด้านสัตว์ป่า พบว่า ระดับความพึงพอใจควายป่าอยู่ในระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{x} = 4.72) รองลงมาเสือโคร่งป่าอยู่ในระดับค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.26) และวัวแดงอยู่ในระดับค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 3.66) ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ระดับความพึงพอใจอนุสาวรีย์สี่ป นาคะเสถียร และบ้านพักของสี่ป นาคะเสถียร อยู่ในระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{x} = 4.63) รองลงมาภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักงานอนุรักษ์อยู่ในระดับค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.80$) และอนุรักษ์สถานผู้เสียสละอยู่ในระดับค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.73$)

4.1.2 ผลวิเคราะห์ในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์

3 รูปแบบ โดยการประเมินตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านผลิตภัณฑ์

4.1.2.1 สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 1

แบ่งแต่ละด้านดังนี้ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ โดยการนำภาพถ่ายจริงสร้างสรรค์รายละเอียดของภาพให้มีความสนใจมากขึ้น รับรู้และเข้าใจง่าย รูปลำห้วย มีต้นหญ้า ต้นไม้ ลำห้วยขาแข้งที่ชัดเจน และควายป่า ที่มีลักษณะลำตัวที่เน้นกล้ามเนื้อเขาควายที่โค้งรับกับลำตัว มองเห็นต้นหญ้าน้ำด้านหลังควายป่า และขึ้นในลักษณะหันหน้าตรง เอียงลำตัว ขาสองข้างอยู่ในน้ำ ซึ่งเป็นลักษณะการอยู่อาศัยของควายป่าที่ชอบอยู่ในน้ำช่วงกลางวัน ส่วนสีบ นาคะเสถียร ลักษณะภาพเป็นอนุรักษ์สถานที่สร้างขึ้นเพื่อรำลึกถึง สีบ นาคะเสถียร มีต้นจันทน์ผา ที่ปลูกอยู่ล้อมรอบอนุรักษ์สถาน มีก้อนหินสื่อให้เห็นว่า สีบ นาคะเสถียรตลอดระยะเวลาการทำงานได้มีการเดินทางแสวงหาหนทางที่มาช่วยสัตว์ป่าให้คงอยู่สืบต่อไป วัสดุที่ใช้เป็นกระดาษอาร์ตเคลือบผิวมัน 1 ด้านส่วนด้านหลังเป็นกระดาษสำหรับไว้เขียนข้อความ พิมพ์ด้วยระบบออฟเซต 4 สี เพราะให้คุณภาพงานพิมพ์สูง ด้านผลิตภัณฑ์มีลักษณะเด่น คือ ดึงส่วนที่สำคัญ มาเป็นภาพสกรีนลงที่เสื้อ เช่น ลำห้วย, ควายป่าสีบ นาคะเสถียร สีสกรีนที่ใช้คือสีดำ เพียงสีเดียวเพื่อประหยัดต้นทุนการผลิตจำนวนมาก ส่วนตัวอักษรเป็น สีฟ้า เขียว



ภาพที่ 4.3 แบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์
รูปแบบที่ 1 (โดยนางสาวคุณามัญ บุญเจริญ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลด้านการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ และผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 1 ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 ด้าน

รายการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง	สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 1		
	n = 5		ระดับความ เหมาะสม
	\bar{x}	S.D.	
1. สื่อประชาสัมพันธ์			
1.1 ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ได้ชัดเจน	4.00	0.00	มาก
1.2 สื่อดึงดูดความสนใจและสอดคล้องกับสื่อ ประชาสัมพันธ์	4.60	0.54	มากที่สุด
1.3 การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย	4.20	0.44	มาก
1.4 สื่อสารแพร่กระจาย สามารถส่งทางไปรษณีย์ได้	4.40	0.54	มาก
รวม	4.30	0.38	มาก
2. ผลิตภัณฑ์			
2.1 ดึงดูดความสนใจ	4.00	0.70	มาก
2.2 สื่อความหมายได้สอดคล้องกับปัจจัยที่สื่อถึง ภาพลักษณ์	4.20	0.44	มาก
2.3 สร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ	4.20	0.83	มาก
2.4 มีประโยชน์ทางการใช้สอย	4.40	0.54	มาก
รวม	4.20	0.62	มาก
รวมทั้ง 2 ด้าน	4.25	0.50	มาก

จากตารางที่ 4.4 แสดงการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง รูปแบบที่ 1 ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์, ด้านสื่อผลิตภัณฑ์, มีค่าเฉลี่ยรวมทั้งระดับของรายการประเมินได้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.25$) และมีค่าความแตกต่างที่ 0.50 โดยสื่อประชาสัมพันธ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ซึ่งเน้นธรรมชาติของลำห้วยขาแข้งที่เป็นภาพถ่ายจริง สัตว์ป่าที่เหลือน้อยป่าฝูงสุดท้ายในประเทศไทย ทางสภาพแวดล้อมกับรูปปั้นสืบ นาคะเสถียร โดยสื่อประชาสัมพันธ์มีการใช้ภาพถ่ายจริงได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ รูปแบบ ขนาด ตัวอักษร วัสดุและระบบการพิมพ์ มีความสอดคล้องกับสื่อประชาสัมพันธ์ และสื่อสารแพร่กระจาย ไปยังบุคคลอันเป็นที่เคารพ หรือตามความเหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านผลิตภัณฑ์ ดึงดูดต่อความสนใจมีความสวยงามถ่ายทอดภาพจากภาพถ่ายจริง รูปภาพสื่อความหมายถึงภาพลักษณะเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ตัวอักษร วัสดุและระบบการพิมพ์สามารถผลิตได้จำนวนมาก มีความชัดเจนต่อการให้รายละเอียดในการจัดวางองค์ประกอบที่สร้างความประทับใจเป็นที่น่าจดจำ

4.1.2.2 สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 2

แบ่งแต่ละด้านดังนี้ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ โดยการวาดระบายสี สามารถถ่ายทอดบรรยากาศได้ใกล้เคียงความเป็นจริง และยังสร้างสรรค์รายละเอียดของภาพให้มีความสนใจมากขึ้น รูปถ่ายห้วย มีต้นหญ้า ต้นไม้ ลำห้วยขาแข้งที่ชัดเจน และควายป่า ที่มีลักษณะลำตัวที่เน้นกล้ามเนื้อเขาควายที่โค้งรับกับลำตัว มองเห็นต้นหญ้าด้านหลังควายป่า และขึ้นในลักษณะหันหน้าตรง เอียงลำตัว ขาสองข้างอยู่ในน้ำ ซึ่งเป็นลักษณะการอยู่อาศัยของควายป่าที่ชอบอยู่ในน้ำช่วงกลางวัน ส่วนสี นาคะเสถียร ลักษณะภาพเป็นอนุสรณ์สถานที่สร้างขึ้นเพื่อรำลึกถึง สีบ นาคะเสถียร มีต้นจันทน์ผา ที่ปลูกอยู่ล้อมรอบอนุสรณ์สถาน มีก้อนหินสื่อให้เห็นว่า สีบ นาคะเสถียรตลอดระยะเวลาการทำงานได้มีการเดินทางแสวงหาหนทางที่มาช่วยสัตว์ป่าให้คงอยู่สืบต่อไป วัสดุที่ใช้เป็นกระดาษอาร์ตเคลือบผิวมัน 1 ด้าน ส่วนด้านหลังเป็นกระดาษสำหรับไว้เขียนข้อความ พิมพ์ด้วยระบบออฟเซต 4 สี เพื่อให้คุณภาพงานพิมพ์สูง ด้านผลิตภัณฑ์มีลักษณะเด่น คือ ดึงส่วนที่สำคัญ มาเป็นภาพสกรีนลงที่เสื้อ เช่น ลำห้วย, ควายป่า, สีบ นาคะเสถียร สีสกรีนที่ใช้คือสีดำ เพียงสีเดียวที่ภาพเพื่อประหยัดต้นทุนการผลิตจำนวนมาก ส่วนตัวอักษรเป็นการสกรีนเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม



ภาพที่ 4.4 แบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์
รูปแบบที่ 2 (โดยนางสาว คุณามัญ นุญเจริญ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลด้านการประเมินสื่อการเรียนรู้เพื่อการอนุรักษ์ เรื่องปลาตะเพียนसान รูปแบบที่ 2 ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 ด้าน

รายการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง	สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 2		
	n = 5		ระดับความ เหมาะสม
	\bar{x}	S.D.	
1. สื่อประชาสัมพันธ์			
1.1 ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ได้ชัดเจน	4.40	0.54	มาก
1.2 สื่อดึงดูดความสนใจและสอดคล้องกับสื่อ ประชาสัมพันธ์	4.60	0.54	มากที่สุด
1.3 การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย	4.40	0.89	มาก
1.4 สื่อสารแพร่กระจาย สามารถส่งทางไปรษณีย์ได้	4.40	0.54	มาก
รวม	4.45	0.62	มาก
2. ผลิตภัณฑ์			
2.1 ดึงดูดความสนใจ	4.40	0.89	มาก
2.2 สื่อความหมายได้สอดคล้องกับปัจจัยที่สื่อถึง ภาพลักษณ์	4.40	0.54	มาก
2.3 สร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ	3.60	0.54	มาก
2.4 มีประโยชน์ทางการใช้สอย	4.20	0.44	มาก
รวม	4.15	0.60	มาก
รวมทั้ง 2 ด้าน	4.30	0.61	มาก

จากตารางที่ 4.5 แสดงการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง รูปแบบที่ 2 ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์, ด้านสื่อผลิตภัณฑ์, มีค่าเฉลี่ยรวมทั้งระดับของรายการประเมินของรายการประเมินได้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.30$) และมีค่าความแตกต่างที่ 0.61 โดยสื่อประชาสัมพันธ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง มีความสอดคล้องกับการสื่อถึงภาพลักษณ์ ซึ่งเน้นธรรมชาติของลำห้วยขาแข้ง สัตว์ป่าที่เหลือน้อยป่าทุ่งสุดท้ายในประเทศไทย ทางสภาพแวดล้อมกับรูปปั้นสีบน นาคะเสถียร โดยสื่อประชาสัมพันธ์มีการใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ สื่อมีความดึงดูดความสนใจที่เหมือนภาพจริง รูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกานำไปใช้

ขนาดตัวอักษร วัสดุและระบบการพิมพ์ มีความสอดคล้องกับสื่อประชาสัมพันธ์ และสื่อสารแพร่กระจาย ไปยังบุคคลอันเป็นที่เคารพ หรือตามความเหมาะสมในโอกาสได้

ด้านผลิตภัณฑ์ ดึงดูดต่อความสนใจมีความสวยงามเหมือนจริง สีดึงดูดความสนใจและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ รูปภาพสื่อความหมายถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ตัวอักษร วัสดุและระบบการพิมพ์สามารถผลิตได้จำนวนมาก มีความชัดเจนต่อการให้รายละเอียด ในการจัดวางองค์ประกอบที่สร้างความประทับใจเป็นที่น่าจดจำได้สอดคล้องกับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง

4.1.2.3 สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 3

แบ่งแต่ละด้านดังนี้ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ โดยสามารถดัดทอนรายละเอียดของบรรยากาศและใช้เทคนิคของโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อสร้างภาพให้เกิดความสนใจมากขึ้น รูปลำห้วย มีต้นหญ้า ต้นไม้ ลำห้วยขาแข้งที่ชัดเจน และควายป่า ที่มีลักษณะลำตัวที่เน้นกล้ามเนื้อเขาควายที่โค้งรับกับลำตัว มองเห็นต้นหญ้าน้ำด้านหลังควายป่า และยืนในลักษณะหันหน้าตรง เอียงลำตัว ขาสองข้างอยู่ในน้ำ ซึ่งเป็นลักษณะการอยู่อาศัยของควายป่าที่ชอบอยู่ในน้ำช่วงกลางวัน ส่วนสืบ นาคะเสถียร ลักษณะภาพเป็นอนุสรณ์สถานที่สร้างขึ้นเพื่อรำลึกถึง สืบ นาคะเสถียร มีต้นจันทน์ผา ที่ปลูกอยู่ล้อมรอบอนุสรณ์สถาน มีก้อนหินสื่อให้เห็นว่า สืบ นาคะเสถียรตลอดระยะเวลาการทำงานได้มีการเดินทางแสวงหาหนทางที่มาช่วยสัตว์ป่าให้คงอยู่สืบต่อไป วัสดุที่ใช้เป็นกระดาษอาร์ตเคลือบผิวมัน 1 ด้านส่วนด้านหลังเป็นกระดาษสำหรับไว้เขียนข้อความ พิมพ์ด้วยระบบออฟเซต 4 สี เพื่อให้คุณภาพงานพิมพ์สูง ด้านผลิตภัณฑ์มีลักษณะเด่น คือ ดึงส่วนที่สำคัญ มาเป็นภาพสกรีนลงที่เสื้อ เช่น ลำห้วย, ควายป่า, สืบ นาคะเสถียร สีสกรีนที่ใช้เทียบเท่ากับสีธรรมชาติจริง ส่วนตัวอักษรเป็นสีดำ



ภาพที่ 4.5 แบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

รูปแบบที่ 3 (โดยนางสาว คุณามัญ บุญเจริญ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลด้านการประเมินสื่อการเรียนรู้เพื่อการอนุรักษ์ เรื่องปลาตะเพียนสถาน รูปแบบที่ 3 ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 ด้าน

รายการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง	สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 3		
	n = 5		ระดับความ เหมาะสม
	\bar{x}	S.D.	
1. สื่อประชาสัมพันธ์			
1.1 ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ได้ชัดเจน	4.60	0.54	มากที่สุด
1.2 สื่อดึงดูดความสนใจและสอดคล้องกับสื่อ ประชาสัมพันธ์	4.80	0.44	มากที่สุด
1.3 การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย	5.00	0.00	มากที่สุด
1.4 สื่อสารแพร่กระจาย สามารถส่งทางไปรษณีย์ได้	4.60	0.54	มากที่สุด
รวม	4.75	0.38	มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์			
2.1 ดึงดูดความสนใจ	4.60	0.55	มากที่สุด
2.2 สื่อความหมายได้สอดคล้องกับปัจจัยที่สื่อถึง ภาพลักษณ์	4.40	0.54	มาก
2.3 สร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ	4.40	0.54	มาก
2.4 มีประโยชน์ทางการใช้สอย	4.60	0.55	มากที่สุด
รวม	4.50	0.54	มากที่สุด
รวมทั้ง 2 ด้าน	4.62	0.46	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 แสดงการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง รูปแบบที่ 3 ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์, ด้านสื่อผลิตภัณฑ์, มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.62$) และมีค่าความแตกต่างที่ 0.46 โดยสื่อประชาสัมพันธ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง มีความสอดคล้องกับการสื่อถึงภาพลักษณ์ ซึ่งเน้นธรรมชาติของลำห้วยขาแข้ง สัตว์ป่าที่เหลือน้อยป่าทุ่งสุดท้ายในประเทศไทย ทางสภาพแวดล้อมกับรูปปั้นสีปั้น นาคะเสถียร โดยสื่อประชาสัมพันธ์มีการใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ สื่อมีความดึงดูดความสนใจที่เหมือนภาพจริง รูปแบบ ขนาดตัวอักษร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัสดุและระบบการพิมพ์ มีความสอดคล้องกับสื่อประชาสัมพันธ์ และสื่อสารแพร่กระจาย ไปยังบุคคลอันเป็นที่เคารพ

ด้านผลิตภัณฑ์ ดึงดูดต่อความสนใจมีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ รูปภาพสื่อความหมายถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ตัวอักษรมีความอ่อนช้อยและให้ความรู้ที่สนุกสนาน ไม่เป็นทางการ วัสดุและระบบการพิมพ์สามารถผลิตได้จำนวนมาก มีความชัดเจนต่อการให้รายละเอียดในการจัดวางองค์ประกอบที่สร้างความประทับใจเป็นที่น่าจดจำได้สอดคล้องกับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง และมีประโยชน์ในการใช้สอยได้หลากหลายโอกาส

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย ผลของการประเมินแบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 รูปแบบ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยพิจารณารูปแบบที่มีความเหมาะสม และข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาพัฒนาสร้างต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

รายการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ และผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์	สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เพื่อภาพลักษณ์					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
1. สื่อประชาสัมพันธ์	4.30	0.38	4.45	0.62	4.75	0.38
2. ผลิตภัณฑ์	4.20	0.62	4.15	0.60	4.50	0.54
รวมทั้ง 2 ด้าน	4.25	0.50	4.30	0.61	4.62	0.46

จากตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย ผลของการประเมินแบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 รูปแบบ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน มีค่าเฉลี่ยรวมทั้งระดับของรายการประเมินได้ว่าด้านสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.75$) และผลิตภัณฑ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.50$) ดังนั้น จึงเลือกนำสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 3 ไปพัฒนาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปประเมินความพึงพอใจเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวในขั้นตอนต่อไป

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 อ่านง่าย ดึงดูดความสนใจ รูปภาพคำห้วยขาแข้งควรเน้นคำห้วยให้ชัดเจน ควายป่าควรเน้นสีระก้ามเนื้อ สีผิวควายต้องดำและเขาควายป่าที่แตกต่างจากควายเลี้ยง สืบ นาคะเสถียร เน้นอนุสรณ์สถาน เพราะ นักท่องเที่ยวเดินมาเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งสิ่งแรกที่ประทับใจและเห็นชัดเจนคือ รูปปั้น สืบ นาคะเสถียร

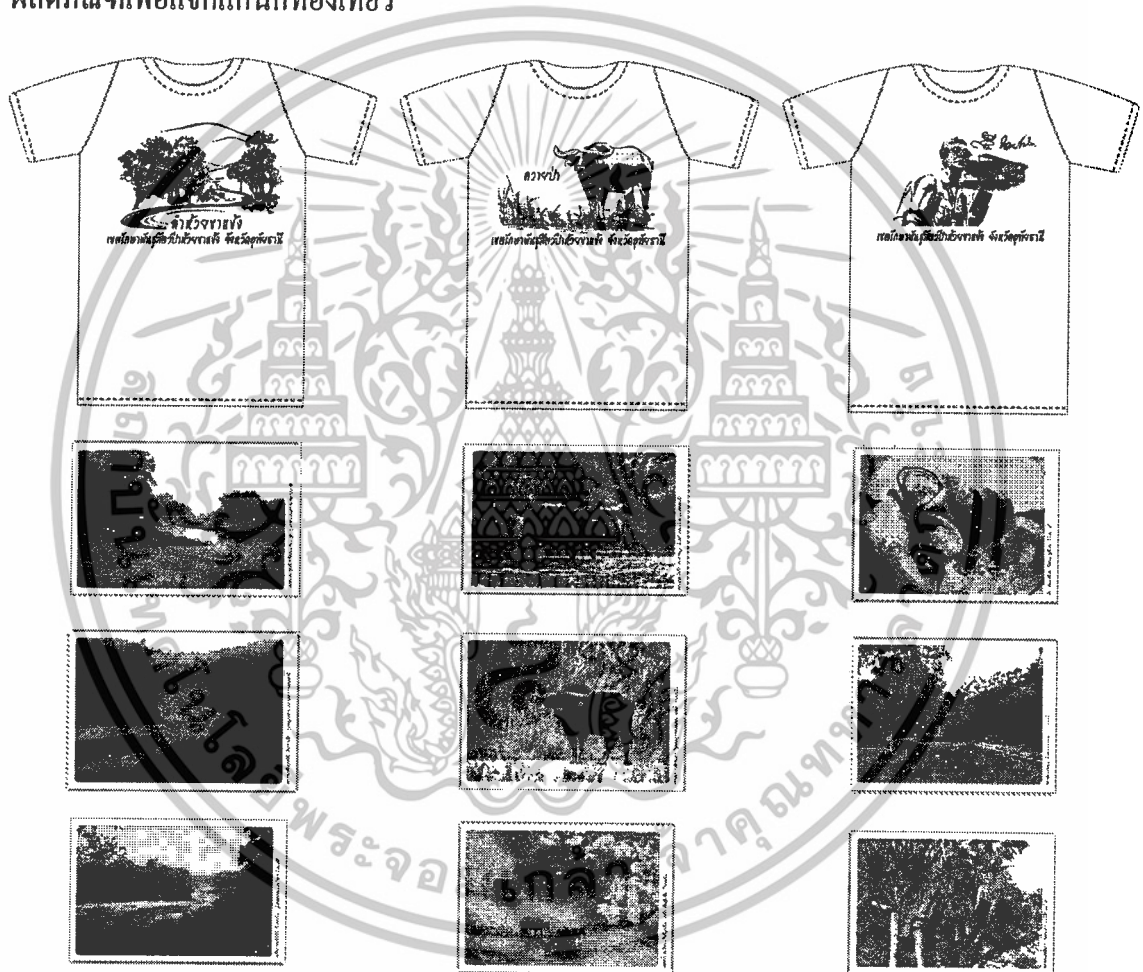
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 รูปแบบที่ 3 สามารถทำความเข้าใจได้ง่ายกว่ารูปแบบที่ 1 และรูปแบบที่ 2

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์สำหรับเพื่อแจกช่วยลดต้นทุนการผลิตปรับเปลี่ยนและเปลี่ยนเป็นสีเดียว

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4 พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นจากเดิม ให้เป็นชุดๆ

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5 ควรมี สื่อประชาสัมพันธ์ 3 ชุด ชุดละ 3 ใบ รวม 9 ใบ ส่วน สื่อ ควรปรับปรุงให้เป็นสีเดียว เพราะง่ายต่อขั้นตอนการผลิต ลดต้นทุน สำหรับเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อแจกแก่นักท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.6 ต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

ที่ได้รับการพัฒนาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

4.2 การศึกษาความพึงพอใจเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

4.2.1 ผลการประเมินความพึงพอใจเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 แสดงข้อมูลทั่วไปเจ้าหน้าที่และนักท่งเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	55	53.3
- หญิง	48	46.6
รวม	103	100
2. อายุ		
- 15-25 ปี	66	64.0
- 26-36 ปี	20	19.4
- 37-47 ปี	10	9.70
- 48-58 ปี	7	6.79
รวม	103	100
3. วุฒิการศึกษา		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	61	59.2
- ปริญญาตรี	35	33.9
- สูงกว่าปริญญาตรี	5	4.85
- อื่น ๆ	2	1.94
รวม	103	100
4. อาชีพ		
- นักเรียน/นักศึกษา	34	33.0
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	10.6
- พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท	27	26.2
- อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	30	29.1
- อื่น ๆ	1	
รวม	103	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่าเจ้าหน้าที่และนักท่งเที่ยวเป็น เพศชายมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 53.3 ช่วงอายุ 15-25 ปี อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.0 และมีวุฒิการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.2 โดยส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและข้อมูลด้านความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยงที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง

ลักษณะที่ประเมิน	n = 103		ระดับความพึงพอใจ
	\bar{x}	S.D.	
1. สื่อประชาสัมพันธ์			
1.1 ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ได้ชัดเจน	4.38	0.66	มาก
1.2 สื่อดึงดูดความสนใจและสอดคล้องกับสื่อประชาสัมพันธ์	4.25	0.81	มาก
1.3 การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย	4.20	0.75	มาก
1.4 สื่อสารแพร่กระจาย สามารถส่งทางไปรษณีย์ได้	4.69	0.53	มากที่สุด
รวม	4.39	0.33	มาก
2. ผลิตภัณฑ์			
2.1 ดึงดูดความสนใจ	3.81	0.72	มากที่สุด
2.2 สื่อความหมายได้สอดคล้องกับปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์	4.47	0.55	มาก
2.3 สร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ	4.44	0.69	มาก
2.4 มีประโยชน์ทางการใช้สอย	4.28	0.73	มาก
รวม	4.25	0.35	มาก
รวมทั้ง 2 ด้าน	4.32	0.34	มาก

จากตารางที่ 4.9 แสดงการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์, ด้านสื่อผลิตภัณฑ์, สามารถอธิบายแยกในแต่ละรูปแบบในแต่ละข้อของรายการประเมินได้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.32$) และมีค่าความแตกต่างที่ 0.34 โดยสื่อประชาสัมพันธ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง มีความสอดคล้องกับการสื่อถึงภาพลักษณ์ ซึ่งเน้นธรรมชาติของลำห้วยขาแข้ง สัตว์ป่าที่เหลือน้อยป่าฝูงสุดท้ายในประเทศไทย ทางสภาพแวดล้อมกับรูปปั้นสีบ นาคะเสถียร โดยสื่อประชาสัมพันธ์มีการใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ สื่อมีความดึงดูดความสนใจ รูปแบบ ขนาด ด้านผลิตภัณฑ์ ดึงดูดความสนใจ รูปภาพสื่อความหมายถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ระบบการพิมพ์สามารถผลิตได้จำนวนมาก สร้างความประทับใจเป็นที่น่าจดจำได้สอดคล้องกับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง และมีประโยชน์ในการใช้สอยได้หลากหลายโอกาส

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาและรวบรวมข้อมูลศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยได้สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัย ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอนตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

5.1.1 สรุปผลการศึกษาปัจจัยและรวบรวมข้อมูลความต้องการที่พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

ภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีให้เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ซึ่งภาพลักษณ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติตามสภาพแวดล้อม โดยที่สถาบันหรือองค์กร ไม่ได้ดำเนินการใดๆ กับภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ตามที่สถาบันหรือองค์กรต้องการให้เป็น ซึ่งภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติตามสภาพแวดล้อม โดยที่สถาบันหรือองค์กร ไม่ได้ดำเนินการใดๆ นี้ ได้สร้างความเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่สามารถหาภาพลักษณ์ใดๆ มาเปรียบเทียบกับได้ และได้กลายมาเป็นจุดแข็งที่ไม่สามารถจะลอกเลียนแบบได้ และอีกส่วนหนึ่งที่สำคัญ คือการกำหนดกรอบภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี เพื่อให้เกิดเป็นภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง โดยจากการที่นำทฤษฎีเรื่องข้อกำหนดการเป็นมรดกโลก มาใช้เป็นกรอบการหาปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์ เพราะ การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีบทบาทอย่างมากในการสื่อถึงภาพลักษณ์ โดยการสื่อถึงภาพลักษณ์ให้แก่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว เพราะการสื่อถึงภาพลักษณ์ที่ดีนั้น ต้องมีการสอบถามไปยังเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวตามลำดับขั้นตอนการวิจัย ถ้าปราศจากความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวแล้ว จะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ ทั้งนี้เพื่อเป็นการสื่อให้เห็นถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งให้ชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- จากการศึกษาปัจจัยและรวบรวมข้อมูลความต้องการที่พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี โดยการสอบถามเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ได้ผลการสรุปดังนี้ ปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์ ทางด้านธรรมชาติเป็นลำดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ทางด้านสัตว์ป่า เป็นควายป่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ทางด้านสิ่งแวดลอม เป็นสืบ นาคะเสถียร ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ทางด้านความต้องการที่พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นสื่อระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด และผลิตภัณฑ์ เป็นโปสเตอร์ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี ผสมกับข้อมูลและคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ ได้ 3 รูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ โดยการนำภาพถ่ายจริงสร้างสรรค์รายละเอียดของภาพให้มีความสนใจมากขึ้น รับรู้และเข้าใจง่าย รูปลำห้วย มีต้นหญ้า ต้นไม้ ลำห้วยขาแข้งที่ชัดเจน และควายป่า ที่มีลักษณะลำตัวที่เน้นกล้ามเนื้อเขาควายที่โค้งรับกับลำตัว มองเห็นต้นหญ้าน้ำด้านหลังควายป่า และยื่นในลักษณะหันหน้าตรง เอียงลำตัว ขาสองข้างอยู่ในน้ำ ซึ่งเป็นลักษณะการอยู่อาศัยของควายป่าที่ชอบอยู่ในน้ำช่วงกลางวัน ส่วนสืบ นาคะเสถียร ลักษณะภาพเป็นอนุสรณ์สถานที่สร้างขึ้นเพื่อรำลึกถึง สืบ นาคะเสถียร มีต้นจันทน์ผา ที่ปลูกอยู่ล้อมรอบอนุสรณ์สถาน มีก้อนหินสื่อให้เห็นว่า สืบ นาคะเสถียรตลอดระยะเวลาการทำงานได้มีการเดินทางแสวงหาหนทางที่ช่วยสัตว์ป่าให้คงอยู่สืบต่อไป วัสดุที่ใช้เป็นกระดาษอาร์ตเคลือบผิวมัน 1 ด้านส่วนด้านหลังเป็นกระดาษสำหรับไว้เขียนข้อความ พิมพ์ด้วยระบบออฟเซต 4 สี เพราะให้คุณภาพงานพิมพ์สูง ด้านผลิตภัณฑ์มีลักษณะเด่น คือ ดึงส่วนที่สำคัญ มาเป็นภาพสกรีนลงที่เสื้อ เช่น ลำห้วย, ควายป่าสืบ นาคะเสถียร สีสกรีนที่ใช้คือสีดำ เพียงสีเดียวเพื่อประหยัดต้นทุนการผลิตจำนวนมาก ส่วนตัวอักษรเป็น สีฟ้า เขียว

รูปแบบที่ 2 ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ โดยการวาดระบายสี สามารถถ่ายทอดบรรยากาศได้ใกล้เคียงความเป็นจริง และยังสร้างสรรค์รายละเอียดของภาพให้มีความสนใจมากขึ้น รูปลำห้วย มีต้นหญ้า ต้นไม้ ลำห้วยขาแข้งที่ชัดเจน และควายป่า ที่มีลักษณะลำตัวที่เน้นกล้ามเนื้อเขาควายที่โค้งรับกับลำตัว มองเห็นต้นหญ้าน้ำด้านหลังควายป่า และยื่นในลักษณะหันหน้าตรง เอียงลำตัว ขาสองข้างอยู่ในน้ำ ซึ่งเป็นลักษณะการอยู่อาศัยของควายป่าที่ชอบอยู่ในน้ำช่วงกลางวัน ส่วนสืบ นาคะเสถียร ลักษณะภาพเป็นอนุสรณ์สถานที่สร้างขึ้นเพื่อรำลึกถึง สืบ นาคะเสถียร มีต้นจันทน์ผา ที่ปลูกอยู่ล้อมรอบอนุสรณ์สถาน มีก้อนหินสื่อให้เห็นว่า สืบ นาคะเสถียรตลอดระยะเวลาการทำงานได้มีการเดินทางแสวงหาหนทางที่ช่วยสัตว์ป่าให้คงอยู่สืบต่อไป วัสดุที่ใช้เป็นกระดาษอาร์ตเคลือบผิวมัน 1 ด้านส่วนด้านหลังเป็นกระดาษสำหรับไว้เขียนข้อความ พิมพ์ด้วย

ระบบออฟเซต 4 สี เพราะให้คุณภาพงานพิมพ์สูง ด้านผลิตภัณฑ์มีลักษณะเด่น คือ ดึงส่วนที่สำคัญ มาเป็นภาพสกรีนลงที่เสื้อ เช่น ลำห้วย, ควายป่า, สืบ นาคะเสถียร ลีสกρινที่ใช้คือสีดำ เพียงสีเดียวที่ภาพเพื่อประหยัดต้นทุนการผลิตจำนวนมาก ส่วนตัวอักษรเป็นการสกรีนเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

รูปแบบที่ 3 ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ โดยสามารถคัดทอนรายละเอียดของบรรยากาศและใช้เทคนิคของโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อสร้างภาพให้เกิดความสนใจมากขึ้น รูปลำห้วย มีต้นหญ้า ต้นไม้ ลำห้วยขาแข้งที่ชัดเจน และควายป่า ที่มีลักษณะลำตัวที่เน้นกล้ามเนื้อขาควายที่โค้งรับกับลำตัว มองเห็นต้นหญ้านด้านหลังควายป่า และขึ้นในลักษณะหันหน้าตรง เอียงลำตัว ขาสองข้างอยู่ในน้ำ ซึ่งเป็นลักษณะการอยู่อาศัยของควายป่าที่ชอบอยู่ในน้ำช่วงกลางวัน ส่วนสืบ นาคะเสถียร ลักษณะภาพเป็นอนุสรณ์สถานที่สร้างขึ้นเพื่อรำลึกถึง สืบ นาคะเสถียร มีต้นจันทน์ผา ที่ปลูกอยู่ล้อมรอบอนุสรณ์สถาน มีก้อนหินสื่อให้เห็นว่า สืบ นาคะเสถียรตลอดระยะเวลาการทำงานได้มีการเดินทางแสวงหาหนทางที่มาช่วยสัตว์ป่าให้คงอยู่สืบต่อไป วัตถุประสงค์ใช้เป็นกระดาษอาร์ตเคลือบผิวมัน 1 ด้านส่วนด้านหลังเป็นกระดาษสำหรับไว้เขียนข้อความ พิมพ์ด้วยระบบออฟเซต 4 สี เพราะให้คุณภาพงานพิมพ์สูง ด้านผลิตภัณฑ์มีลักษณะเด่น คือ ดึงส่วนที่สำคัญ มาเป็นภาพสกรีนลงที่เสื้อ เช่น ลำห้วย, ควายป่า, สืบ นาคะเสถียร ลีสกรินที่ใช้เทียบเท่ากับสีธรรมชาติจริง ส่วนตัวอักษรเป็นสีดำ

5.1.2 สรุปผลการประเมินภาพจำลองสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ

ผลการประเมินภาพจำลองรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ ผลของการประเมินแบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์, ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งรูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นจึงเลือกนำสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 3 ไปพัฒนาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

5.1.3 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว จังหวัดอุทัยธานี

กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์และรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสื่อประชาสัมพันธ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีการใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ สามีความดึงดูดความสนใจ รูปแบบ ขนาดด้านผลิตภัณฑ์ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความน่าสนใจและดึงดูด รูปภาพสื่อความหมายถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ระบบการพิมพ์สามารถผลิตได้จำนวนมาก สร้าง

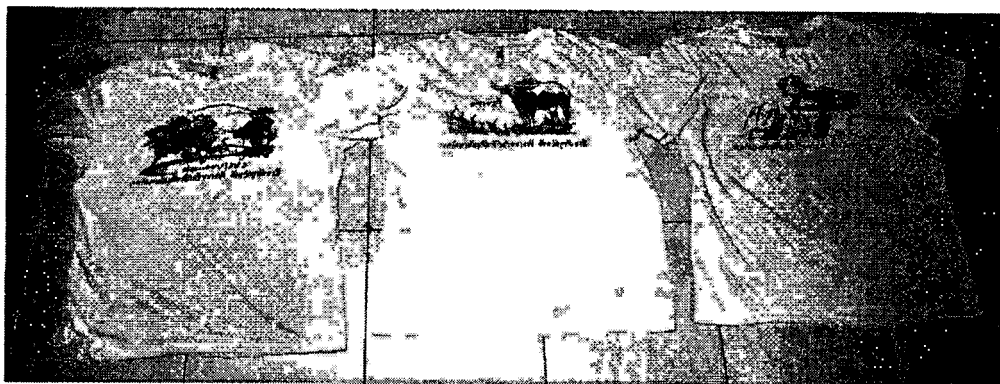
ความประทับใจเป็นที่น่าจดจำได้สอดคล้องกับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง และมีประโยชน์ในการใช้สอยได้หลากหลายโอกาส

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 จากผลสรุปในการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดจากความคิดเห็น ความประทับใจ ความรู้สึก ที่ปรากฏต่อนักท่องเที่ยวผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ ไม่ได้เป็นสิ่งที่สร้างภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง แต่เป็นเพียงสิ่งย้าเตือนให้ระลึกถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งเท่านั้น

ภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งสำคัญที่สร้างการจดจำหรือสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ทางด้านธรรมชาติ เป็นลำห้วยขาแข้ง ซึ่งลำห้วยขาแข้งเป็นลำน้ำสายหลักที่ไหลผ่านกลางป่าห้วยขาแข้ง ถือเป็นลำห้วยที่สำคัญที่หล่อเลี้ยงสรรพชีวิตในพื้นที่ สายน้ำที่ไหลชอกซอนไปตามขุนเขา นับเป็นลำห้วยที่มีความสมบูรณ์ที่สุดและหายากยิ่งในที่แห่งอื่นของประเทศ ทางด้านสัตว์ป่า ควายป่า มีรูปร่างเหมือนกับควายบ้านต่างกันแต่เพียงควายป่ามีขนาดใหญ่และปราดเปรียวกว่ามาก โดยคาดว่ามืออยู่ไม่เกิน 50 ตัว ควายป่าจึงอยู่ในสภาพที่เสี่ยงต่อการสูญพันธุ์อย่างยิ่ง ทางด้านสภาพแวดล้อม ห้วยน้ำสืบ นาคะเสถียร ท่านคือหัวหน้าเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ได้แสดงเจตนารมณ์อันแน่วแน่ ที่จะรักษาผืนป่านี้ไว้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับข้อกำหนดและหลักเกณฑ์การพิจารณาเป็นแหล่งมรดกโลกทางธรรมชาติ คณะกรรมการมรดกโลก ชานินทร์ เลิศนครินทร์ (2534: 15) สื่อประชาสัมพันธ์ คือ โปสเตอร์ ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา สีสันมีความกลมกลืน ตัวหนังสือการจัดวางอ่านได้ง่าย มีความชัดเจนของภาพลักษณ์ที่สื่อถึงเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเสรี วงษ์มณฑา (2542,292) ผลิตภัณฑ์ คือ เสื้อสกรีน ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง มีความดึงดูดความสนใจต่อนักท่องเที่ยว สื่อความหมายได้สอดคล้องกับปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำภาพลักษณ์ได้ และผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้สอยได้อย่างมีประโยชน์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ตติยาพร จารุมณีรัตน์,ศิริชัย ศิลปะอาษา. 2548. ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ พบว่าภาพลักษณ์ดังกล่าวของจังหวัดภูเก็ตที่ค่อนกว่าจังหวัดกระบี่และพังงาในแง่ของสภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังเสื่อมโทรมและไม่ได้รับการดูแลเท่าที่ควร ความสงบและบรรยากาศที่น่าพักผ่อนของแหล่งท่องเที่ยวความเหมาะสมต่อคนทุกเพศ ทุกวัย และความเป็นมิตรของผู้คน ทั้งนี้เพราะเนื้อหาส่วนมากจะเป็นเชิงนามธรรมที่ไม่สามารถถ่ายทอดด้วยคำพูดให้ฟังแต่อย่างเดียวได้ สื่อควรเป็นสิ่งที่ช่วยทำให้เห็นภาพชัดเจนขึ้น

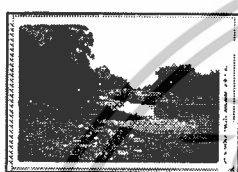
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



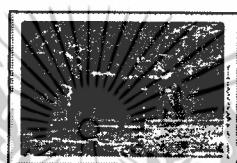
ปัจจัยทางด้านธรรมชาติ

ปัจจัยทางด้านสัตว์ป่า

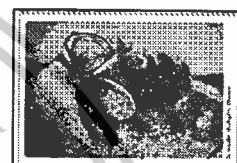
ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม



ลำห้วยขาแข้ง



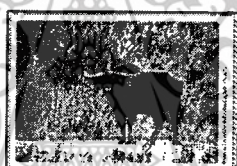
ควายป่า



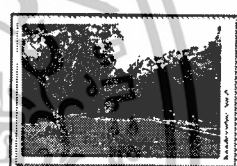
สืบ นาคะเสถียร



ลำห้วยขาแข้ง



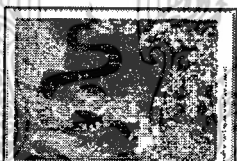
ควายป่า



บ้านพักสืบ นาคะเสถียร



ลำห้วยขาแข้ง



ควายป่า



อนุสาวรีย์สืบ นาคะเสถียร

ภาพที่ 5.1 สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ, 2554.

5.2.2 ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสื่อประชาสัมพันธ์มีพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเสรี วงษ์มณฑา (2542,292) ในด้านที่ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา สื่อมีความกลมกลืน ตัวหนังสือการจัดวางอ่านได้ง่าย มีความชัดเจนของภาพลักษณะที่สื่อถึงเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ด้านผลิตภัณฑ์มีพึงพอใจอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับ Jewler and Bonnie (1998 : 139) ผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาดังนี้ มีความดึงดูดความสนใจต่อนักท่องเที่ยว สื่อความหมายได้สอดคล้องกับปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักท่องเที่ยวก่อเกิดความประทับใจและจดจำภาพลักษณ์ได้ และผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้สอยได้อย่างมีประสิทธิภาพ การออกแบบมีความสำคัญเป็นลำดับ คือ ดึงดูดใจให้ผู้พบเห็นเกิดความสนใจ ถ่ายทอดข้อมูลที่สื่อสารอย่างชัดเจน และเหมาะสมแก่แก่นักท่องเที่ยว และสุดท้ายคือ สร้างความประทับใจ ทำให้สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เป็นที่จดจำ

5.3 ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี สามารถนำผลการวิจัยเผยแพร่ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวทั่วไปเข้าใจ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ให้เกิดภาพลักษณ์ ทางด้านธรรมชาติ สัตว์ป่า และสภาพแวดล้อมและได้สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏ ต่อสาขานักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยเรื่องการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

5.3.1.1 การนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและออกแบบสื่อ ประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ ประจำเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งให้นักท่องเที่ยวได้ผลิตภัณฑ์ ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งต้นฉบับอันแท้จริง เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจ และเกิดความรักหวงแหนต่อมรดกทางธรรมชาติ

5.3.1.2 การนำผลการวิจัยไปใช้ ควรมีการจัดทำในรูปแบบสื่อประเภทอื่นๆ เช่น จัดทำหนังสือรวบรวมภาพลักษณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจได้ดียิ่งขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยเรื่องการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในครั้งต่อไปดังนี้

5.3.2.1 การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาขั้นตอนการผลิตสื่อและโปสเตอร์ด ในระดับอุตสาหกรรมเนื่องจากต้องผลิตจำนวนมากเพื่อแจกแก่นักท่องเที่ยว

5.3.2.2 การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม เพื่อหาข้อ เปรียบเทียบความพึงพอใจ เนื่องจากจะได้เปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยว 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

5.3.2.3 ในขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจนักท่องเที่ยวควรมีการรวบรวม ข้อมูลเพื่อหาความพึงพอใจในนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อ ได้ศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กว้าง ขึ้น เพราะข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีทางเลือกและแนวคิดใหม่ๆให้พัฒนาทางด้านการ วิจัยด้านภาพลักษณ์ให้ทัดเทียมนานาชาติได้

บรรณานุกรม

- เกษม จันทร์น้อย.2537. สื่อประชาสัมพันธ์.กรุงเทพฯ: รุ่งแสงการพิมพ์ จำกัด.
- จารุพรรณ ทรัพย์ปรุง.2543.การออกแบบเครื่องแต่งกาย.กรุงเทพฯ : โอ เอส พรินติ้ง เฮ้าส์.
- จิตรภา กุณฑลบุตร. 2550.การวิจัยสำหรับนักวิจัยรุ่นใหม่. กรุงเทพฯ:สหธรรมิก.
- จุฑามาศ ศิริวรรณ และคณะ. 2548.คู่มือเส้นทางสุขใจไทยล้วน 10 ล้าน.กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
- ณัฐริษา พริ้งสกุลชัย.2547 “ การศึกษากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ดวงพร คำณวนวัฒน์,วาศนา จันทร์สว่าง 2536. ความหมายภาพลักษณ์.กรุงเทพฯ.
- ดวงแก้ว ดิงห์ทอง, 2551. “ การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เรื่องภาวะโลกร้อนสำหรับเด็กและเยาวชน” วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ศศิยาพร จารุณณิรัตน์,ศิริชัย ศิลปะอาษา.2548 “การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ จากมุมมองของนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน” สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ชานินทร์ เลิศนครินทร์. 2541. มรดกโลก Heritage. กรุงเทพฯ:เพื่อนพิมพ์.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ.2551.ตารางสำเร็จรูปหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง. กรุงเทพฯ:บิสซิเนสแอนด์ดี.
- ธีระชัย สุขสด. 2544. การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : โอเคียนสโตร์.
- นวลน้อย บุญวงษ์.2542.หลักการออกแบบ.พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นฤมล สมิตินันทน์.2553.พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. (Online)
Available : www.nesac.go.th/document/images06/06100014i.
- บุญชู ชงนำชัยมา.2540.สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง.ปทุมธานี.สยามทองกิจจำกัด.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธ์.2546. เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม(ต่อ)

ประณต กุลประสูติ.2552. เทคนิคงานสี.พิมพ์ครั้งที่ 5.กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
เป็ปซี่ .2554. (Online).

Available : <http://www.plapak.net/?paged=11>

ไพบรณีย์ไทย. 2540. งานไพบรณีย์แห่งชาติ ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : โอ เอส พรินติ้ง เฮ้าส์.

ไพบรณีย์ไทย.2554.แสดมปีวันเด็ก.(Online).

Available : <http://www.postemart.com/>

โปสการ์ดกำรรมแม่น้ำเจ้าพระยา.2554. (Online).

Available : <http://planet.kapook.com/armkrab/photo/album/317182>

มณฑิชา ปลั่งการ.2553. “การศึกษาพัฒนาราศาสตร์ลักษณะและสื่อประชาสัมพันธ์มูลนิธิคุณพ่อเรย์”
วิทยานิพนธ์. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

รุ่งทิพ ว่องปฏิการ.2541. “ความเป็นจริงกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรมีต่อ
ภูเก็ต” วิทยานิพนธ์. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ศิริพรณ์ ปีเตอร์.2549. การออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : โอเคียนสโตร์.

สมิตตรา ศรีวิบูลย์.2547. การออกแบบอัตลักษณ์. กรุงเทพฯ: คอร์ฟังก์ชั่น.

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. 2549. การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือสวนสุนันทา.

เสรี วงษ์มณฑา.2542. การประชาสัมพันธ์ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์
เสื้อยืดคอกกลม.2554. (Online).

Available : <http://onlineguru93.weebly.com/>

ภาวนา ไชสมบุญ.2549.การออกแบบสิ่งพิมพ์.(Online)

Available:<http://gotoknow.org/blog/graphicdesign>

อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. 2550. การออกแบบสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ : วิสคอมเซ็นเตอร์.

อมรรัตน์ บุญสว่าง.2552. “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับอัตลักษณ์ผ้าทอเกาะขอม”

วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

อรจิรา เข้มจินดา.2554.งานสกรีนเสื้อ.(Online).

Available : <http://www.pandascreen.com/main/>

Baskin, Otis.1997.Craig Aronoff and Dan Lattimore.**Public Relation: the profession and the
Practice.**4th ed. Chicago:Brown & Benchmark.

Craig, J. 1974. **Production for the graphic designer.** New York : Watson Guptill Publication.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม(ต่อ)

Gregory,Anne.1996.**Public Relation in Practice**. London: Kogan Page Limited.

Jewler,A. Jerome and Bonnie L. Drewniany.1998. **Creative Sterategy in Advertising** 6th ed.
California: Wadsworth.

Oxford Advanced Learne's Dictionary of current English.1974. 3rd .ed London:Oxford
University Press.

Rebel Without a Cause .2011(Online)

Available : <http://topicstock.pantip.com/siam/topicstock/F2615696/F2615696.html>

William F. Arens.2006. **Contemporary Advertising**. McGraw Hill:New York



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก.
หนังสือราชการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 0623

คณะครูศาสตราจารย์สุทธสาทรธรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๑ มีนาคม 2553

เรื่อง ขอดความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษา

เรียน อธิการบดีกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช

ด้วย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์จะขออนุญาตจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ขอข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมา และกรทำงานของนักอนุรักษ์สัตว์ป่าและพันธุ์พืช ขอเอกสารด้านประวัติความเป็นมาของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง สื่อประชาสัมพันธ์ ขอถ่ายภาพเกี่ยวกับธรรมชาติสัตว์ป่า สภาพแวดล้อม และขอถ่ายวิดีโอเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ สภาพแวดล้อม โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนต่อสัตว์ป่า เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี"

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษาดังกล่าว และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับ ความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรูญเสถียร ตรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร, 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร: 02- 326-4325

ติดต่อนักศึกษา โทร.080-688-9556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะกรรมการอุตสาหกรรมไฟฟ้า โทรคมนาคม
 เลขที่ 1364 เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 วันที่ 7 พค 2553 2092
 11.004 วันที่ 7 พค 2553
 เวลา 8.40 น.



ที่ ทส 0907.1/ 7565

กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
61 ถนนพหลโยธิน เขตจตุจักร
กรุงเทพมหานคร 10900

สาขาวิชาที่ส่งตัวคนออกกรมและกรมออกแบบ
 วันที่ 6 มิย 53
 วันที่ 10 มิย 53
 เวลา 14.50 น.

27 เมษายน 2553

เรื่อง ขออนุญาตเข้าไปทำการศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการในพื้นที่ป่าอนุรักษ์
 (นายอุดมศักดิ์ สาริบุตร : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง)
 เรียน อธิการบดีสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 อ้างถึง หนังสือคณะกรรมการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 ที่ ศช 0524.04/0807 ลงวันที่ 18 มีนาคม 2553

สิ่งที่ส่งมาด้วย เจื่อนใจประกอบการเข้าไปทำการศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการในพื้นที่ป่าอนุรักษ์
 ตามหนังสือที่อ้างถึง ส่งคำขออนุญาตเพื่อเข้าไปทำการศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการในพื้นที่ป่า-
 อนุรักษ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัด
 อุทัยธานี” ณ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง โดยมี นายอุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นหัวหน้าโครงการวิจัย
 ระยะเวลาศึกษาวิจัยตามข้อเสนอโครงการวิจัยตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2553 ถึงเดือนสิงหาคม 2553 เพื่อให้
 กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช พิจารณา นั้น

กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช พิจารณาแล้ว ขอเรียนว่า โครงการการศึกษาหรือวิจัย
 ทางวิชาการในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า
 ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี” ณ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง เป็นโครงการเพื่อประโยชน์ในการศึกษา
 หรือวิจัยทางวิชาการ ซึ่งต้องปฏิบัติตามโดยพนักงานเจ้าหน้าที่ ดังนั้น จึงอนุญาตให้หัวหน้าเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า
 ห้วยขาแข้ง ในฐานะพนักงานเจ้าหน้าที่เป็นผู้ปฏิบัติการ โดยมีหน้าที่ควบคุม กำกับ ดูแล การดำเนินการใดๆ
 ตามระเบียบซึ่งออกตามพระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2535 อย่างเคร่งครัด ภายใต้การสนับสนุน
 การดำเนินการศึกษาวิจัยของคณะกรรมการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร-
 ลาดกระบัง โดย นายอุดมศักดิ์ สาริบุตร หัวหน้าโครงการฯ และให้ปฏิบัติตามเจื่อนใจประกอบการเข้าไป
 ทำการศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ รายละเอียดปรากฏตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่
 มิถุนายน 2553 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2553 และก่อนคณะนักวิจัยเข้าไปดำเนินการศึกษาวิจัยในพื้นที่ โปรดแจ้ง

- 1. กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
- 2. กรมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 3. กรมป่าไม้
- 4. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- 5. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- 6. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- 7. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- 8. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- 9. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- 10. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

เป็นหนังสือ...

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-2-

เป็นหนังสือต่ออธิบดีกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ให้ทราบก่อนเข้าไปดำเนินการในพื้นที่อย่างน้อย 15 วัน พร้อมทั้งแจ้งพนักงานเจ้าหน้าที่ในพื้นที่ทราบก่อนทุกครั้งจึงเข้าไปดำเนินการได้ และเมื่อสิ้นสุดโครงการวิจัยแล้ว จะต้องส่งรายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ จำนวน 5 เล่ม พร้อมแผ่นบันทึกข้อมูล จำนวน 1 แผ่น ให้กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดทราบและพิจารณาแจ้งผู้วิจัยทราบ



สำนักวิจัยการอนุรักษ์ป่าไม้และพันธุ์พืช
 โทร. 0 2561 0777 , 0 2579 6666 ต่อ 1417
 และ 0 2579 8775
 โทรสาร 0 2579 8775 , 0 2579 9576

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศช 0524.04/0804



คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 มีนาคม 2553

เรื่อง ขออนุญาตให้นักศึกษาเข้าพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน อธิบดีกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช

สิ่งที่ส่งมาด้วย ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ

ด้วย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์จะขอทำวิทยานิพนธ์ ในระดับปริญญาโท เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.อภิศักดิ์ สันธุกต์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม และได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2553

คณะกรรมการอุดมศึกษา จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ เดินทางเข้าไปเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ และนำมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์สื่อประชาสัมพันธ์ให้กับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ในช่วงเดือนมิถุนายน 2553 เป็นต้นไป โดยยินดีที่จะปฏิบัติตามระเบียบของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช ทุกประการ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์พระวุฒิ สวรรณจันทร์)

คณบดี คณะครุศาสตรอุดมศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325

ติดต่อนักศึกษา โทร.080-688-9556


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



หนังสือตอบรับบทความ
วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับบทความ วิจัย เรื่อง ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี โดย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ เรียบร้อยแล้ว ตั้งแต่วันที่ ๒๐ เดือน เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๔

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจามา สุทธะพินทุ)
บรรณาธิการ วารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



หนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความ
วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ขอรับรองวาทความวิจัย

เรื่อง ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี
โดย นางสาวศุภมาณี บุญเจริญ

ได้ผ่านการประเมินจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
และตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๔)


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุทธะพินท์)
บรรณธิการ วารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



ประกาศคณะกรรมการอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เรื่อง ผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการอุตสาหกรรม โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ ขอประกาศรายชื่อหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ หลักสูตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซึ่งได้รับอนุมัติเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2553 ให้ดำเนินการดังนี้

นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ รหัสประจำตัว 51063601 ให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี) (Study and Development of Products for Mass Media Archives of Images From HuaiKhakhaeng Wildlife Sanctuary Uthaithanece Province)” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และดร.อภิศักดิ์ สีนรุฎัก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ทั้งนี้ให้นักศึกษาค้นคว้าและเขียนวิทยานิพนธ์ โดยปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้เสร็จสิ้นภายในเวลาที่กำหนดในระเบียบของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประกาศ ณ วันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2553

(รองศาสตราจารย์ ธีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

กณบดี



ที่ ศท 0524.04/ 0236

คณะกรรมการอำนวยการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๒๒ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อผลิตภัณฑ์เพื่อการวิจัย

เรียน นายสุนทร ฉายวัฒน์

ด้วย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.อภิสิทธิ์ สินธุภักดิ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการอำนวยการ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อผลิตภัณฑ์เพื่อการวิจัยของนางสาวคุณามัญ บุญเจริญ จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรูญศักดิ์ ศรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

ทพท. สำนักงานอุทัยธานี
รับที่ 062.วธว. 10.00
วันที่ 17 ธ.ค. 67



ที่ ศธ 0524.04/ 0236

คณะกรรมการอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉัตรทองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

21 มกราคม 2553

เรื่อง ขอบเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อผลิตภัณฑ์เพื่อการวิจัย

เรียน นายสุรชัย ศรีพลอย

ด้วย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี" โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สารีบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.อภิสิทธิ์ สีนุกฤต เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการพิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อผลิตภัณฑ์เพื่อการวิจัยของนางสาวคุณามัญ บุญเจริญ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรูญเสกข์ ตรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

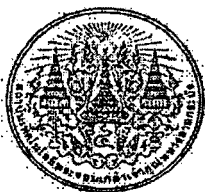
ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325

๓๗
18 ธ.ค. 67



ที่ ศท 0524.04/ 0624

คณะกรรมการอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

3 มีนาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อผลิตภัณฑ์เพื่อกรวิจัย

เรียน คุณพรตม นาคสถิตย์

ด้วย นางสาวคุณมัญญ บุญเจริญ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมภา
บัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาด
กระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์
สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี" โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ ถาวรบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
และ ดร.อภิสิทธิ์ สิมรูกัก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการอุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว
เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อผลิตภัณฑ์เพื่อกรวิจัยของนางสาวคุณมัญญ บุญเจริญ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรัสเสกข์ ตริมิตรสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป
โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 326-4325



ที่ ศธ 0524.04/ 2108

คณะกรรมการอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๒๓ กรกฎาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟฟิกเพื่อการวิจัย

เรียน คุณวัฒน์โชติ ตุงคะเดชะ

ด้วย นางสาวกานามัญ บุญเจริญ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรอุตสาหกรรมมหา
บัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาด
กระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์แบรนด์รักษาพันธุ์
สัตว์ป่าหายากแห่ง จังหวัดอุทัยธานี" โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
และ ดร.อภิศักดิ์ สินธุภัก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการอุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว
เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟฟิกเพื่อการวิจัยของ นางสาวกานามัญ บุญเจริญ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างอ้อมๆ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพฑูรย์ พิมพ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436



ที่ ศธ 0524.04/ 0236

คณะกรรมการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๑๑ มกราคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อผลิตภัณฑ์เพื่อการวิจัย

เรียน นายธวัช พะขันธ์

ด้วย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.อภิศักดิ์ สินธุภัก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อผลิตภัณฑ์เพื่อการวิจัยของนางสาวคุณามัญ บุญเจริญ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรูญเสถียร ศรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศช 0524.04/ 0236

คณะกรรมการอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนลาดกองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๑๒ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานีเพื่อการวิจัย

เรียน นายบุญชู ธงนำชัยมา

ด้วย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี" โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.อภิศักดิ์ สีนุกฤต เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการอุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานีเพื่อการวิจัยของนางสาวคุณามัญ บุญเจริญ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จระเสกข์ ดริเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325



ที่ ศบ 0524.04/ 0236

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๑๑ มกราคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานีเพื่อการวิจัย

เรียน นายบุญยัง ศรีจันทร์

ด้วย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สารินทร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ คร.อภิสิทธิ์ สีนุกัก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานีเพื่อการวิจัยของนางสาวคุณามัญ บุญเจริญ

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ


 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์จระเสกข์ ศรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศช 0524.04/ 0236

คณะกรรมการอำนวยการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๗๒ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานีเพื่อการวิจัย

เรียน นางสาวอมรรัตน์ ว่องไว

ด้วย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี" โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สารินุต เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.อภิศักดิ์ สันตุภักดิ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการอำนวยการ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานีเพื่อการวิจัยของนางสาวคุณามัญ บุญเจริญ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรูญเสกข์ ศรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 0236

วันที่ ๒๒ มกราคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน รศ.ว่าที่ร้อยโท พิชัย สดภิบาล

ด้วย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สารินุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.อภิศักดิ์ สิ้นธุภัก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของนางสาวคุณามัญ บุญเจริญ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรูญเสกข์ ตรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ ศร 0524.04 / 0236

วันที่ ๒๑ มกราคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน ผศ.ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม

ด้วย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.อภิศักดิ์ สันธูภัก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของนางสาวคุณามัญ บุญเจริญ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรัสเสกข์ ศรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 0236

วันที่ ๑๑ มกราคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน คร.ผดุงชัย ภูพัฒน์

ด้วย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สารินุคร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.อภิศักดิ์ สิ้นธุภัก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามตามที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของนางสาวคุณามัญ บุญเจริญ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ระเสกข์ ศรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี





แบบสอบถามปัจจัยและความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์

เรื่อง ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง

จังหวัดอุทัยธานี

โดย

นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิสักดิ์ สิ้นธุศักดิ์

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

1.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามข้อมูลความต้องการเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เรื่อง ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี

2. แบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1. แบบสอบถามทั่วไป

1. โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนตามความคิดเห็น

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ.....ปี

3. วุฒิการศึกษา.....

4. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ.....

5. ตัวอักษรสำหรับบนสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ควรเป็นรูปแบบใด

() ตัวอักษรลักษณะหัวตัด ให้ความรู้สึกเรียบง่าย สบายตา มีความแข็งแรง
เบตากรยาพันธู์สัตว์ป่าควายป่าแ่ง จังหวัดอุทัยธานี

() ตัวอักษรลักษณะตัวเขียน ให้ความอ่อนช้อยและให้ความรู้สึกถึงความเป็นไทย

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

() ตัวอักษรตัวประดิษฐ์ ให้ความรู้สึกสบายๆ ไม่เป็นทางการ

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

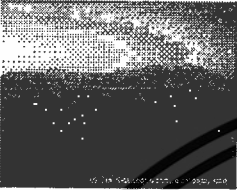
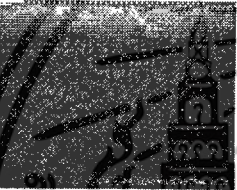


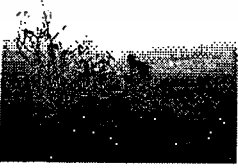
6. ควรใช้สีกลุ่มใดเพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

()    ()   

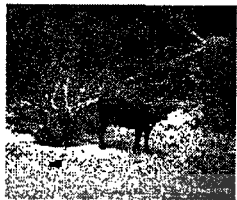
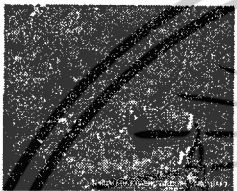

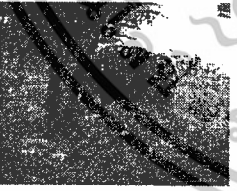

()    ()   

ตอนที่ 2 แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์


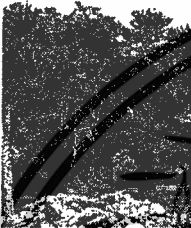

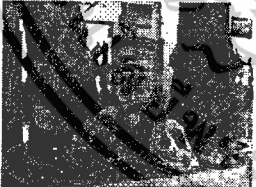
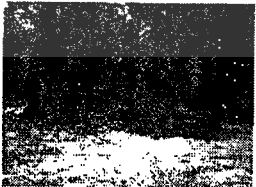
1. ปัจจัยใดต่อไปนี่ที่สื่อถึงภาพลักษณ์และสอดคล้องที่นำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์
เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี

รายการ	ค่าคะแนน					
	5	4	3	2	1	เสนอแนะ
1. ด้านธรรมชาติ  (ป่าห้วยขาแข้ง)						
 (ป่าห้วยขาแข้ง)						
 (ถ้ำห้วยทับเสลา)						
 (ถ้ำห้วยขาแข้ง)						
 (ป่าห้วยขาแข้ง)						
อื่นๆ โปรดระบุ.....						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการ	ค่าคะแนน					
	5	4	3	2	1	เสนอแนะ
<p>2. ด้านสัตว์ป่า</p>  <p>(ควายป่า)</p>						
 <p>(วัวแดง)</p>						
 <p>(สมเสร็จ)</p>						
 <p>(เสือโคร่งป่า)</p>						
 <p>(ควางป่า)</p> <p>อื่นๆ โปรดระบุ.....</p> <p>.....</p>						

เอกสารนี้เป็นเอกสารทสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการ	ค่าคะแนน					
	5	4	3	2	1	เสนอแนะ
<p>3. ด้านสภาพแวดล้อม</p>  <p>(บ้านพักสี่สิบ นาคะเสถียร)</p>						
 <p>(บ้านสวนวิสี่สิบ นาคะเสถียร)</p>						
 <p>(ป่ามรดกโลก)</p>						
 <p>(นิทรศการสี่สิบป่า)</p>						
 <p>(อนุสรณ์สถานผู้เสียสละ)</p> <p>อื่นๆโปรดระบุ.....</p> <p>.....</p>						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึง
ภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

รายการ	ค่าคะแนน					เสนอแนะ
	5	4	3	2	1	
1. ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์						
1. ไปสการ์ด ได้แก่ ธรรมชาติ สัตว์ป่า สภาพแวดล้อม						
2. แผ่นปลิวหรือใบปลิว ได้แก่ แผ่น ชักชวนท่องเที่ยว แผ่นบอกจุดที่ น่าสนใจที่น่าท่องเที่ยว แผ่นที่						
3. แผ่นพับ ได้แก่ แผ่นพับ ประเภท 2 มิติ แผ่นพับ ประเภท 3 มิติ						
4. แผ่นป้าย ได้แก่ ป้ายบอก แผ่นที่ ป้าย ป้ายบอกจุดที่กีด ป้ายบอกอาณาเขต						
5. หนังสือ ได้แก่ สภาพโดยรวมทางธรรมชาติ และสัตว์ป่า						
6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....						
1. ประเภทของผลิตภัณฑ์						
1. เสื้อสกรีน ได้แก่ เสื้อยืดสกรีนลายห้วยขาแข้ง ลายธรรมชาติและสัตว์ป่า						
2. งานหล่อเรซิน ได้แก่ งานหล่อป้าย มรดกโลกห้วยขาแข้ง						
3. งานเปเปอร์มาเช่ ได้แก่ สัตว์ป่า ป้าย ยูเนสโก						
4. ตุ๊กตามาสกอตท์ ได้แก่ รูปสัตว์ป่า						
5. พวงกุญแจ ได้แก่ รูปสัตว์ป่า						
6. อื่นๆ โปรดระบุ).....						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์สำหรับผู้เชี่ยวชาญ

หัวข้อวิทยานิพนธ์

เรื่อง ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง

จังหวัดอุทัยธานี

โดย

นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สารินบุตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิศักดิ์ สิ้นธุภัก

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามข้อมูลความต้องการเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เรื่อง ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

2. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลขตามความจริงโดยมีความหมายดังต่อไปนี้

5 หมายถึง เหมาะสมมากที่สุด

4 หมายถึง เหมาะสมมาก

3 หมายถึง เหมาะสมปานกลาง

2 หมายถึง เหมาะสมน้อย

1 หมายถึง เหมาะสมน้อยที่สุด

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

1.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และสื่อผลิตภัณฑ์สำหรับภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1. แบบสอบถามทั่วไป

1. โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนตามความคิดเห็น

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ.....ปี

3. วุฒิการศึกษา.....

4. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ.....

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า
ห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานีที่ได้รับการพัฒนา

คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. สื่อประชาสัมพันธ์					
1.1 ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ได้ชัดเจน					
1.2 สีดึงดูดความสนใจและสอดคล้องกับสื่อ					
1.3 การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย					
1.4 สื่อสารแพร่กระจาย สามารถส่งทางไปรษณีย์ได้					
2. ผลิตภัณฑ์					
2.1 ดึงดูดความสนใจ					
2.2 สื่อความหมายได้สอดคล้องกับปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์					
2.3 สร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ					
2.4 มีประโยชน์ทางด้านการใช้สอย					

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านอย่างสูง ที่กรุณาสละเวลาเพื่อให้ข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์สำหรับผู้เชี่ยวชาญ

หัวข้อวิทยานิพนธ์

เรื่อง ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง

จังหวัดอุทัยธานี

โดย

นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สารินบุตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิศักดิ์ สิ้นธุภัก

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามข้อมูลความต้องการเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เรื่อง ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

2. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลขตามความจริงโดยมีความหมายดังต่อไปนี้

5 หมายถึง เหมาะสมมากที่สุด

4 หมายถึง เหมาะสมมาก

3 หมายถึง เหมาะสมปานกลาง

2 หมายถึง เหมาะสมน้อย

1 หมายถึง เหมาะสมน้อยที่สุด

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

1.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ และสื่อผลิตภัณฑ์สำหรับภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1. แบบสอบถามทั่วไป

1. โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนตามความคิดเห็น

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ.....ปี

3. วุฒิการศึกษา.....

4. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ.....

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า
ห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานีที่ได้รับการพัฒนา

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. สื่อประชาสัมพันธ์					
1.1 ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ได้ชัดเจน					
1.2 สื่อดึงดูดความสนใจและสอดคล้องกับสื่อ					
1.3 การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย					
1.4 สื่อสารแพร่กระจาย สามารถส่งทางไปรษณีย์ได้					
2. ผลิตภัณฑ์					
2.1 ดึงดูดความสนใจ					
2.2 สื่อความหมายได้สอดคล้องกับปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์					
2.3 สร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ					
2.4 มีประโยชน์ทางด้านการใช้สอย					

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านอย่างสูง ที่กรุณาสละเวลาเพื่อให้ข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์สำหรับผู้เชี่ยวชาญ

หัวข้อวิทยานิพนธ์

เรื่อง ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง

จังหวัดอุทัยธานี

โดย

นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิสักดิ์ สิ้นธุศักดิ์

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามข้อมูลความต้องการเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เรื่อง ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

2. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลขตามความจริงโดยมีความหมายดังต่อไปนี้

5 หมายถึง เหมาะสมมากที่สุด

4 หมายถึง เหมาะสมมาก

3 หมายถึง เหมาะสมปานกลาง

2 หมายถึง เหมาะสมน้อย

1 หมายถึง เหมาะสมน้อยที่สุด

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

1.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และสื่อผลิตภัณฑ์สำหรับภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1. แบบสอบถามทั่วไป

1. โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนตามความคิดเห็น

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ.....ปี

3. วุฒิการศึกษา.....

4. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ.....

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า
ห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานีที่ได้รับการพัฒนา

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. สื่อประชาสัมพันธ์					
1.1 ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ได้ชัดเจน					
1.2 สื่อดึงดูดความสนใจและสอดคล้องกับสื่อ					
1.3 การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย					
1.4 สื่อสารแพร่กระจาย สามารถส่งทางไปรษณีย์ได้					
2. ผลิตภัณฑ์					
2.1 สื่อดึงดูดความสนใจ					
2.2 สื่อความหมายได้สอดคล้องกับปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์					
2.3 สร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ					
2.4 มีประโยชน์ทางด้านการใช้สอย					

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม.....

.....

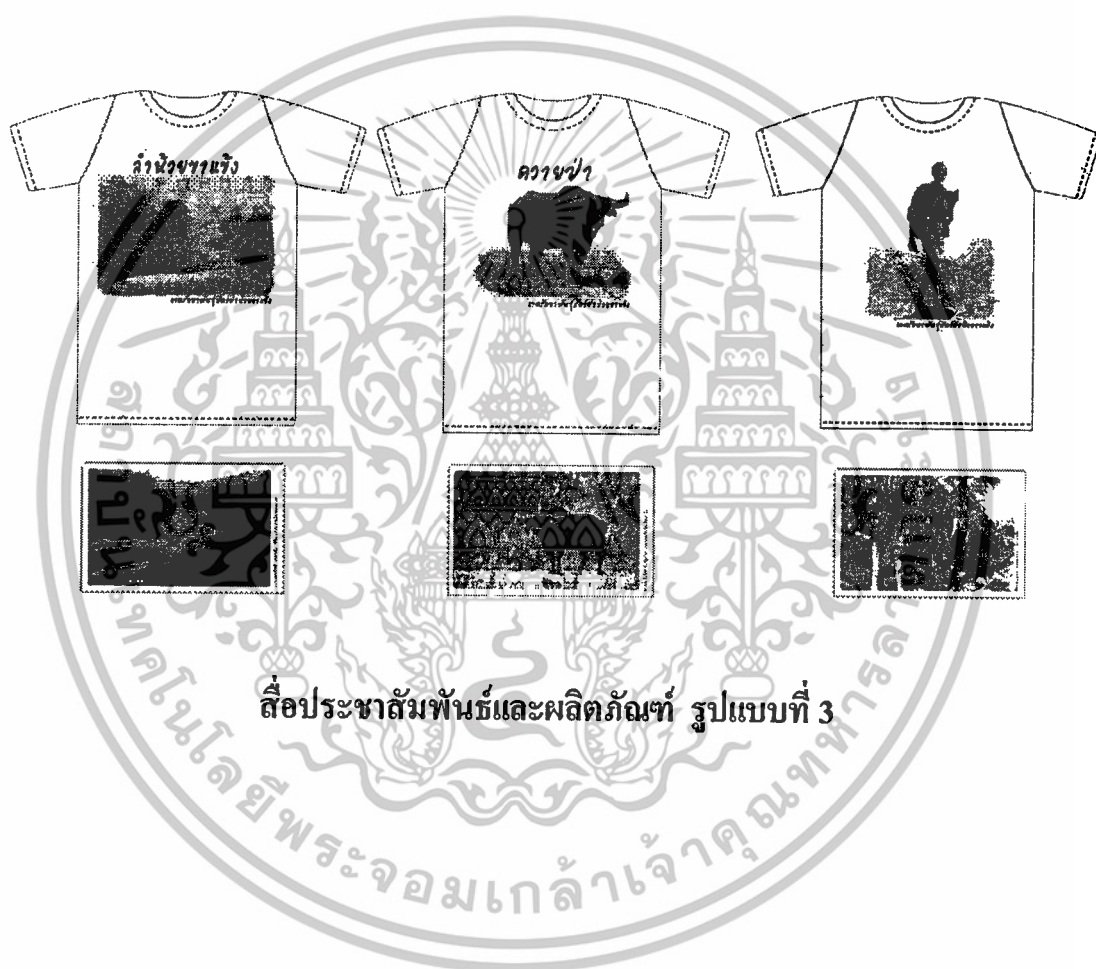
.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านอย่างสูง ที่กรุณาสละเวลาเพื่อให้ข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์สำหรับเจ้าหน้าที่

และนักท่องเที่ยว

หัวข้อวิทยานิพนธ์

เรื่อง ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง
จังหวัดอุทัยธานี

โดย

นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิสักดิ์ สิ้นธุศักดิ์

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามข้อมูลความต้องการเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เรื่อง ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

2. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลขตามความจริงโดยมีความหมายดังต่อไปนี้

5 หมายถึง เหมาะสมมากที่สุด

4 หมายถึง เหมาะสมมาก

3 หมายถึง เหมาะสมปานกลาง

2 หมายถึง เหมาะสมน้อย

1 หมายถึง เหมาะสมน้อยที่สุด

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

1.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์สำหรับภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

ตอนที่ 1. แบบสอบถามทั่วไป

1. โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนตามความคิดเห็น

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ.....ปี

3. วุฒิการศึกษา.....

4. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ.....

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า
ห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานีที่ได้รับการพัฒนา

คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. สื่อประชาสัมพันธ์					
1.1 ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ได้ชัดเจน					
1.2 สื่อดึงดูดความสนใจและสอดคล้องกับสื่อ					
1.3 การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย					
1.4 สื่อสารแพร่กระจาย สามารถส่งทางไปรษณีย์ได้					
2. ผลิตภัณฑ์					
2.1 ดึงดูดความสนใจ					
2.2 สื่อความหมายได้สอดคล้องกับปัจจัยที่สื่อถึงภาพลักษณ์					
2.3 สร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ					
2.4 มีประโยชน์ทางด้านการใช้สอย					

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านอย่างสูง ที่กรุณาสละเวลาเพื่อให้ข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง.

1. ผู้เชี่ยวชาญประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์
2. เจ้าหน้าที่และนักทองที่เกี่ยวข้องประเมินความพึงพอใจ
3. แบบเพื่อการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

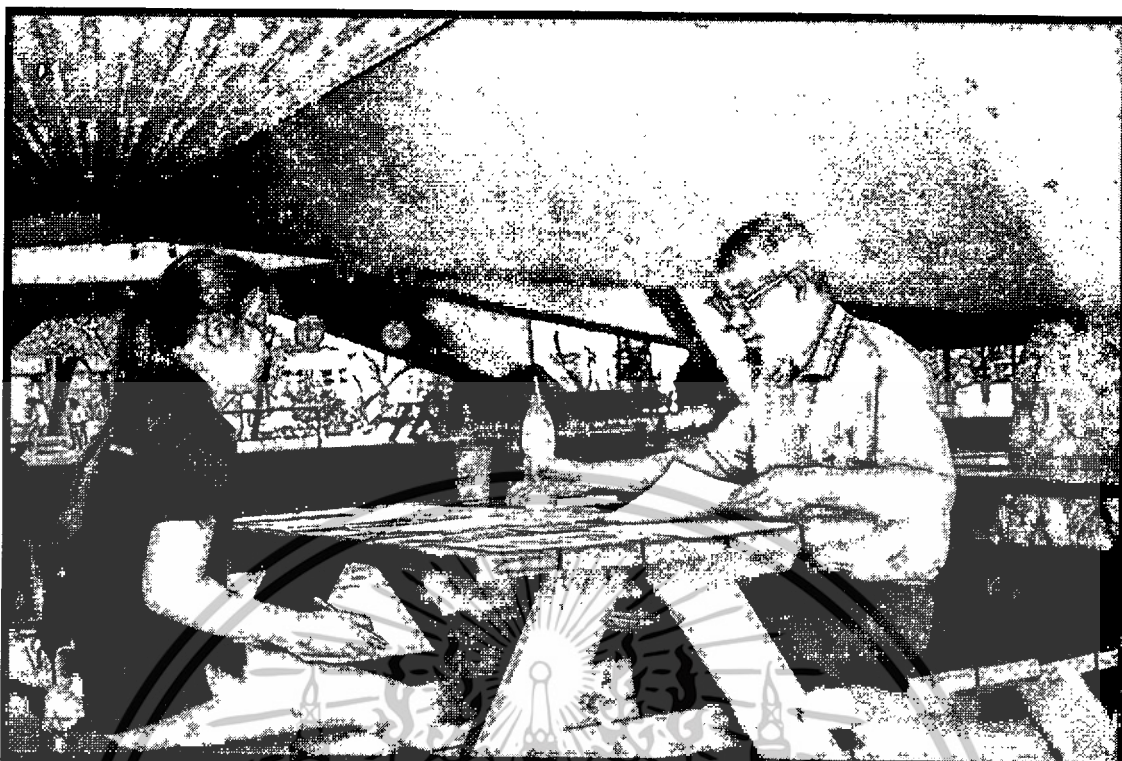
ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 24 ต.ค 53.



การประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

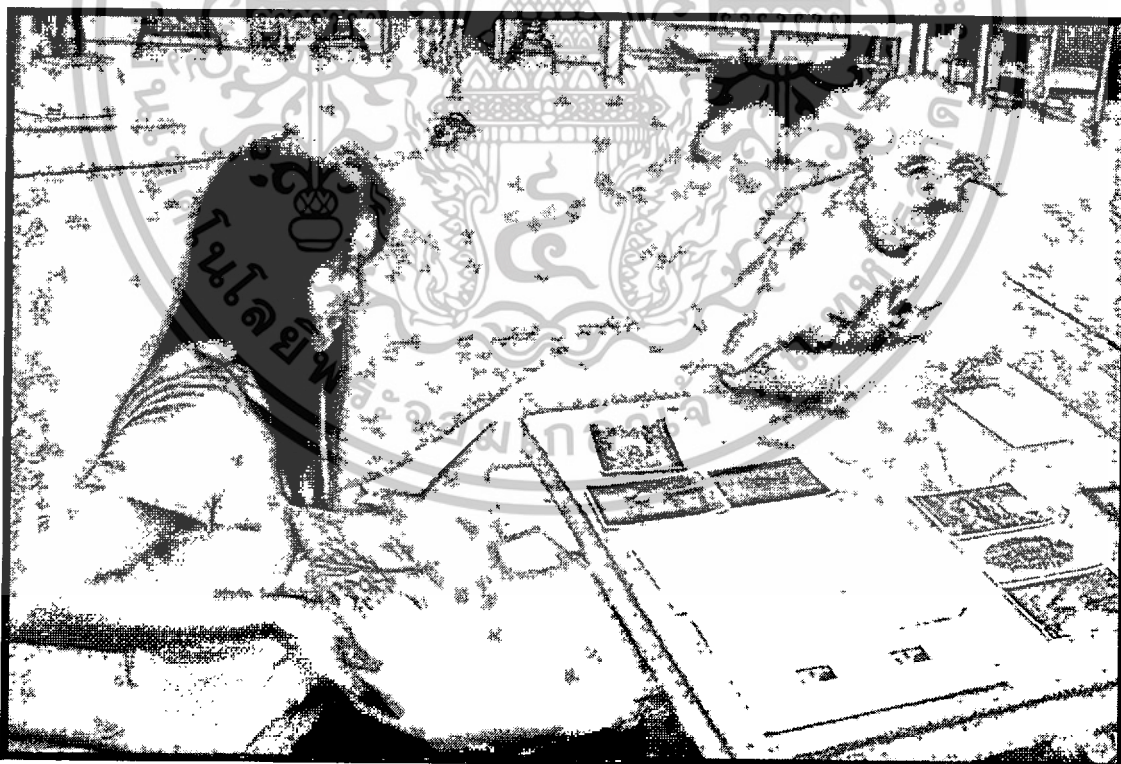
ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 24 ต.ค 53.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประชุมสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 25 ก.ย 53.



การประชุมสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 25 ต.ค 53.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 25 ต.ค 53.

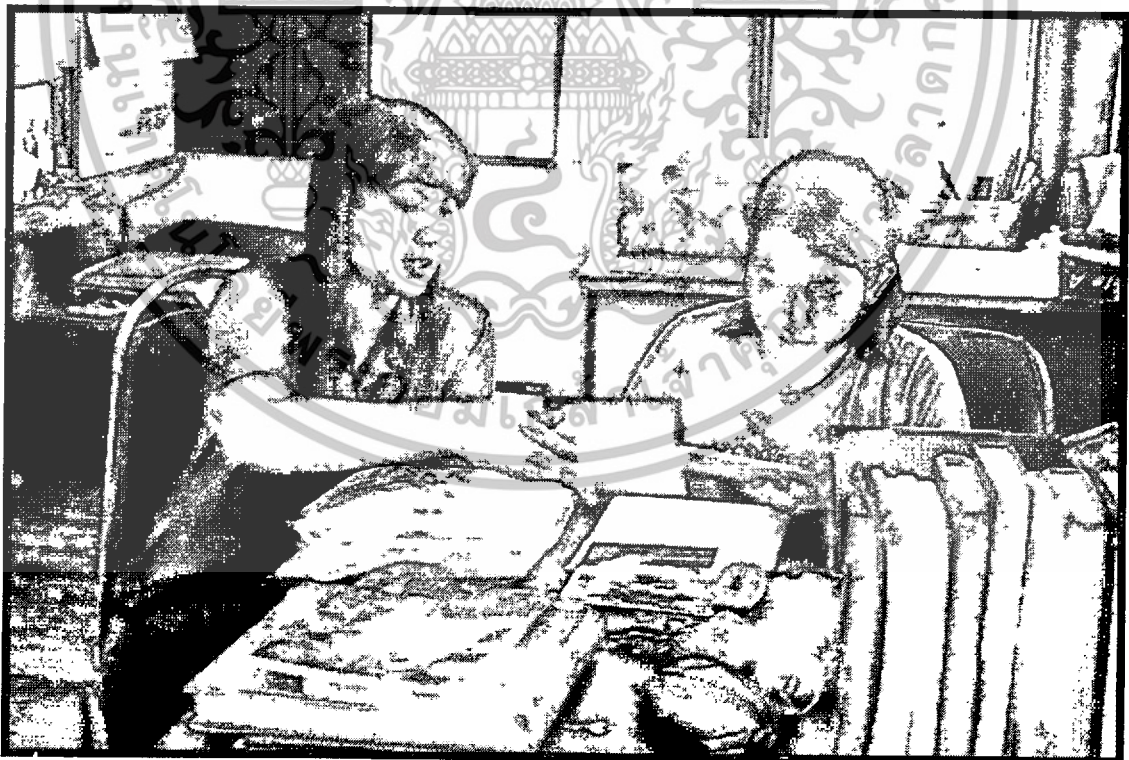


การประเมินความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์
ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 15 ม.ค 54.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์
ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 22 ม.ค 54.



การประเมินความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์
ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 22 ม.ค 54.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนิวมีตีสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 22 ม.ค 54.



การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนิวมีตีสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 22 ม.ค 54.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมอเตอร์ไซด์ต่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์
ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 22 ม.ค 54.



การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมอเตอร์ไซด์ต่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์
ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 22 ม.ค 54.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวมีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์
ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 22 ม.ค 54.



การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวมีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์
ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 22 ม.ค 54.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 22 ม.ค 54.



การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 22 ม.ค 54.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์
ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 22 ม.ค 54.



การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์
ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 23 ม.ค 54.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

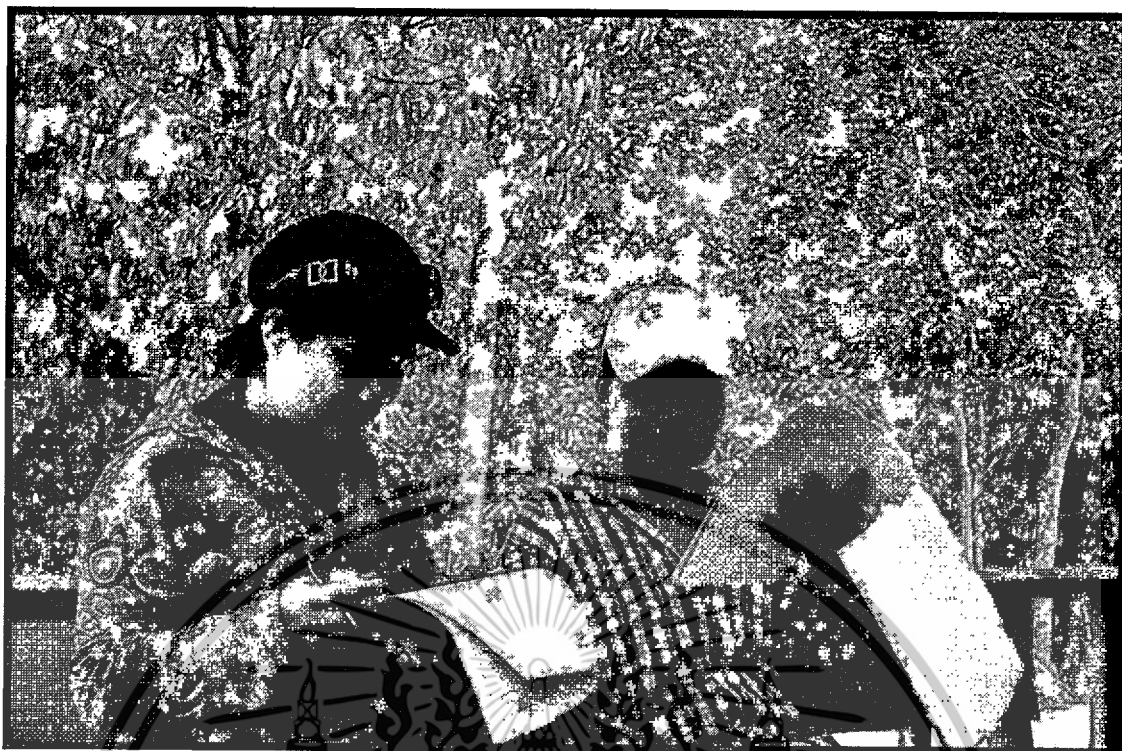


การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์
ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 21 พ.ย 53.



การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์
ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 21 พ.ย 53.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 21 พ.ย 53.



การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 20 พ.ย 53.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 21 พ.ย 53.



การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์

ภาพโดย : คุณามัญ บุญเจริญ และคณะ, 21 พ.ย 53.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

The image displays three t-shirt design templates, each with a different graphic and text. The templates are arranged vertically. The top template features a circular graphic with the text "สวัสดีปีใหม่ ๒๕๖๕" (Happy New Year 2022) and "มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง" (KMITL). The middle template features a circular graphic with the text "สวัสดีปีใหม่" (Happy New Year) and "มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง" (KMITL). The bottom template features a circular graphic with the text "สวัสดีปีใหม่" (Happy New Year) and "มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง" (KMITL). The background of the entire page is a large, faint watermark of the KMITL logo.

ภาพเวดดลอม

ตามแต่ทั่วไป

ตามธรรมเนียม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
ภาควิชาวิศวกรรมสถาปัตยกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อดุลย์ศักดิ์ สาริบุตร
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ สีนุรักษ์
หัวข้อ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี
จัดทำโดย นางสาวคุณมณี บุญเจริญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันพระมหากษัตริย์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สถาบันพระราชาคณะสงฆ์


สถาบันพระมหากษัตริย์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง


สถาบันพระราชาคณะสงฆ์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์สถาปัตยกรรม
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อดิศักดิ์ ศรีบุตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ สืบชูภักดิ์
หัวข้อ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์องค์กรกับวัสดุรีไซเคิลจากจังหวัดบุรีรัมย์
จัดทำโดย นางสาวศุภณัฐ บุญเจริญ


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สำนักบรรณคดี



คณบดีคณา



สภาพแวดล้อม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์และอุตสาหกรรม
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์คุณศักดิ์ สารีบุตร
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อธิศักดิ์ สีนมุกต์
หัวข้อ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงธุรกิจภายในชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์
จัดทำ โดย นางสาวคุณนงนุช บุญเจริญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สวนธรรมชาติ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบรุษย์
จังหวัดบุรีรัมย์


สวนสัตว์ป่า
มหาวิทยาลัยราชภัฏบรุษย์
จังหวัดบุรีรัมย์

ภาพวาดลอม
มหาวิทยาลัยราชภัฏบรุษย์
จังหวัดบุรีรัมย์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาวิทยาลัยเจ็ด
ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีศิลปกรรมอุตสาหกรรม
อาจารย์ที่มีปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปกรรม รุ่งเรืองศิลปกรรมศาสตร์ ศรีวิบูลย์
อาจารย์ที่มีปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปกรรม รุ่งเรืองศิลปกรรมศาสตร์ ศรีวิบูลย์
หัวข้อ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้เพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคม
จัดทำ โดย นางสาวศุภณีย์ บุญเจริญ

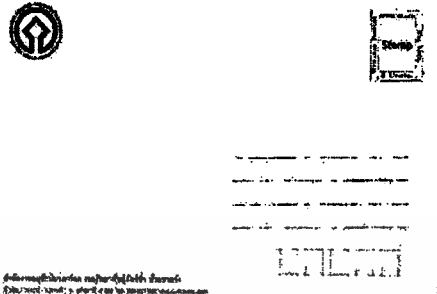
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

B-Front 1




Postcard 4x6"

A-Back




Postcard 4x6"

B-Front 2



Postcard 4x6"


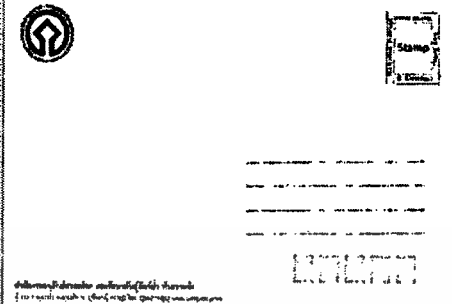

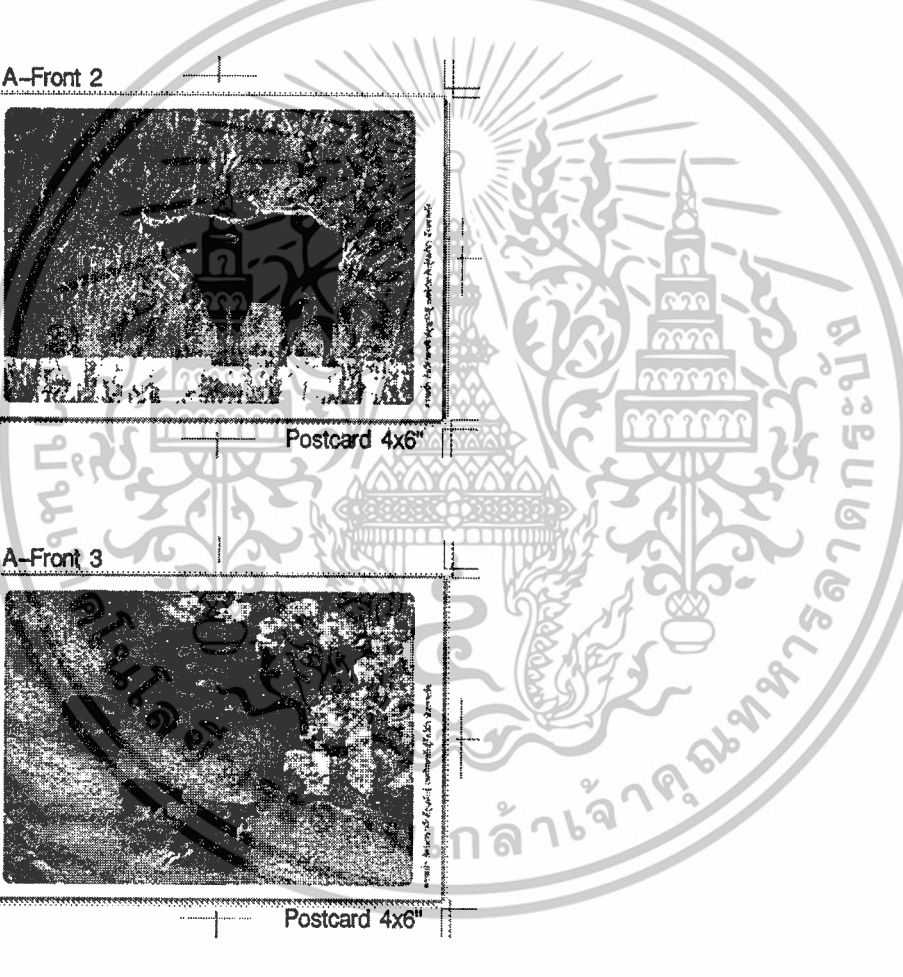

B-Front 3



Postcard 4x6"

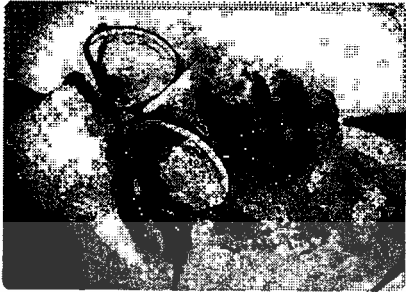
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมยานยนต์
ภาควิชาวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันวิศวกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. อภิศักดิ์ สาริบุตร
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิศักดิ์ สาริบุตร
หัวข้อ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี
จัดทำโดย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>A-Front 1</p>  <p style="text-align: center;">Postcard 4x6"</p>	<p>A-Back</p>  <p style="text-align: center;">Postcard 4x6"</p>						
<p>A-Front 2</p>  <p style="text-align: center;">Postcard 4x6"</p>							
<p>A-Front 3</p>  <p style="text-align: center;">Postcard 4x6"</p>							
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะวิศวกรรมศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต</td> </tr> <tr> <td>ภาควิชาวิศวกรรมสถาปัตยกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม</td> </tr> <tr> <td>อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร</td> </tr> <tr> <td>อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ สีนุภักดิ์</td> </tr> <tr> <td>หัวข้อ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี</td> </tr> <tr> <td>จัดทำโดย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ</td> </tr> </table>		สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะวิศวกรรมศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต	ภาควิชาวิศวกรรมสถาปัตยกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ สีนุภักดิ์	หัวข้อ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี	จัดทำโดย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะวิศวกรรมศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต							
ภาควิชาวิศวกรรมสถาปัตยกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม							
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร							
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ สีนุภักดิ์							
หัวข้อ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี							
จัดทำโดย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ							

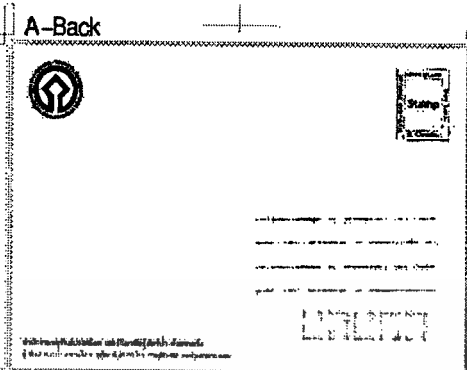
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

C-Front 1

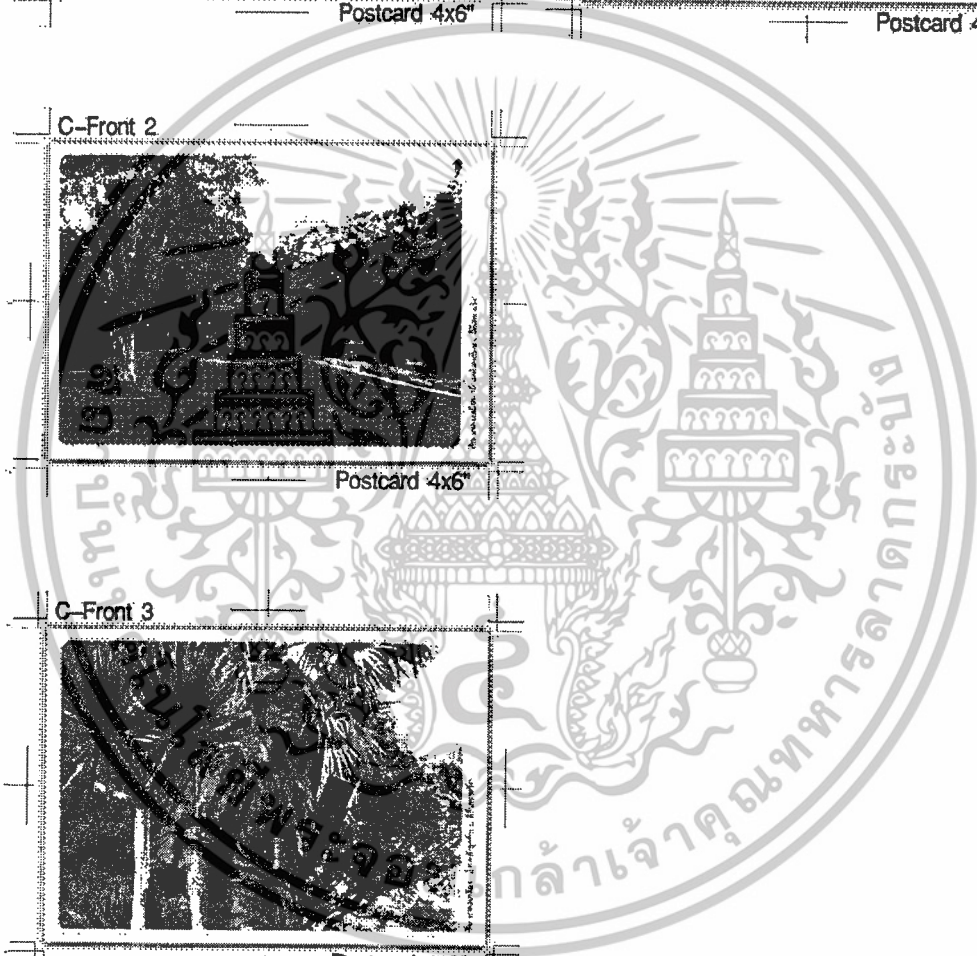


Postcard 4x6"


A-Back



Postcard 4x6"

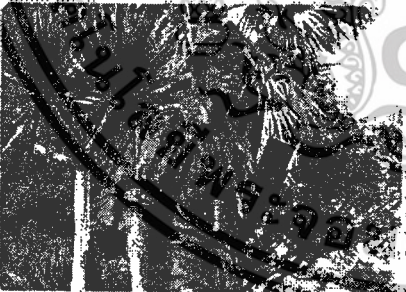


C-Front 2



Postcard 4x6"

C-Front 3



Postcard 4x6"

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อุคมศักดิ์ สารีบุตร
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ สินธุภักดิ์
หัวข้อ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี
จัดทำโดย นางสาวคุณามัญ บุญเจริญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก จ.
ขั้นตอนขออนุญาตกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางและขั้นตอนการขออนุญาตเข้าไปทำการศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการใน พื้นที่ป่าอนุรักษ์ ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

คุณสมบัติของผู้ขออนุญาต

1. นักวิจัยชาวไทย

- บุคคลทั่วไป ประสงค์จะขออนุญาตเข้าไปในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ เพื่อทำการศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการ ให้ยื่นคำขออนุญาตตามแบบฟอร์ม ต่ออธิบดีกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช โดยให้ดำเนินการตามนัย “ระเบียบกรมป่าไม้ว่าด้วยการเข้าไปศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการในพื้นที่ป่าไม้ พ.ศ. 2542” และต้องมีสถาบันทางวิชาการ หรือหน่วยงานราชการในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับสาขางาน ที่จะวิจัย ให้คำรับรองและร่วมรับผิดชอบ โครงการวิจัยนั้นก่อน

- นักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา ประสงค์จะขออนุญาตเข้าไปในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ เพื่อทำการศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการ ให้ยื่นคำขออนุญาตตามแบบฟอร์ม ต่ออธิบดีกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช โดยต้องให้สถาบันการศึกษาที่สังกัดอยู่ให้คำรับรอง และร่วมรับผิดชอบ โครงการวิจัยนั้นก่อน

2. นักวิจัยชาวต่างประเทศ

ชาวต่างประเทศ ประสงค์จะขออนุญาตเข้าไปในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ เพื่อทำการศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการ จะต้องปฏิบัติตามระเบียบสภากาชาดแห่งชาติ ว่าด้วยการอนุญาตให้นักวิจัยชาวต่างประเทศเข้ามาทำการวิจัยในประเทศไทย พ.ศ. 2525 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยต้องให้สถาบันทางวิชาการหรือหน่วยงานราชการในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับสาขางานที่จะวิจัย ให้คำรับรองและร่วมรับผิดชอบ โครงการวิจัยนั้นก่อนแล้วยื่นคำขออนุญาตต่ออธิบดีกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช โดยดำเนินการตามนัย “ระเบียบกรมป่าไม้ว่าด้วยการเข้าไปศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการในพื้นที่ป่าไม้ พ.ศ. 2542”

การยื่นคำขออนุญาต

ผู้ประสงค์จะขออนุญาตเข้าทำการศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ทุกประเภทให้จัดทำแบบคำขออนุญาตฯและเอกสารประกอบ ซึ่งประกอบด้วย

1. แบบคำขออนุญาตเพื่อเข้าไปทำการศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ พร้อมสำเนาบัตรประจำตัว ตามแบบ อส/ว - 01 หรือ DNP/T-01 (เอกสารตัวจริง 1 ชุด สำเนา 2 ชุด)
2. ประวัติผู้ร่วมศึกษาวิจัยทุกคน พร้อมสำเนาบัตรประจำตัว ตามแบบ อส/ว - 02 หรือ DNP/T-02(สำหรับแต่ละคนใช้เอกสารตัวจริง 1 ชุด สำเนา 2 ชุด)
3. แบบเสนอ โครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์ ซึ่งมีรายละเอียดอย่างน้อย ตามหัวข้อในแบบ อส/ว - 03 หรือDNP/T-03 (เอกสาร 7 ชุด)
4. หนังสือนำส่งจากสถาบันวิชาการ หน่วยงานราชการ หรือสถาบันการศึกษา ที่รับรองและร่วมรับผิดชอบ

ข้อควรทราบในการยื่นขออนุญาต

เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบกรมป่าไม้ว่าด้วยการเข้าไปศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการในพื้นที่ป่าไม้ พ.ศ.2542 ผู้ขออนุญาตต้องปฏิบัติดังนี้

- แบบคำขออนุญาตฯ พร้อมเอกสารประกอบอื่น ๆ ต้องยื่นต่ออธิบดีกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ก่อนเริ่มดำเนินการไม่น้อยกว่า 60 วัน

- สำหรับเอกสารในข้อ 1 และ 2 ต้องระบุการติดต่อกลับที่ชัดเจน (ที่อยู่ อีเมล และเบอร์โทรศัพท์ และโทรสาร) กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอโครงการวิจัยที่ไม่มีสถาบันวิชาการ หน่วยงานราชการ หรือสถาบันการศึกษารับรอง

- แบบเสนอโครงการวิจัยที่ขออนุญาต ต้องมีพนักงานเจ้าหน้าที่ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช เข้าร่วมดำเนินการด้วย

- แบบเสนอโครงการวิจัยเป็นภาษาอังกฤษต้องยื่นพร้อมคำแปลเป็นภาษาไทย
ยื่นเอกสารทั้งหมด ที่ ฝ่ายสารบรรณ ส่วนอำนวยการ สำนักบริหารงานกลาง กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช โทร. 0 2579 4304 หรือส่งทางไปรษณีย์ ที่

อธิบดีกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

61 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว

เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนการพิจารณาการขออนุญาตเข้าไปศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ (ประกอบแผนภูมิการพิจารณาการขออนุญาต)

1. ผู้ประสงค์จะขออนุญาตเข้าไปศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ ที่กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชรับผิดชอบ กำกับ ดูแลอยู่ ให้ยื่นเอกสารต่าง ๆ ดังนี้

1.1 แบบคำขออนุญาตเพื่อเข้าไปทำการศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ (แบบ อส/ว-01 หรือ DNP/T-01) พร้อมสำเนาบัตรประจำตัว (เอกสาร 3 ชุด)

1.2 ประวัติผู้ร่วมศึกษาวิจัยทุกคน (แบบ อส/ว-02 หรือ DNP/T-02) พร้อมสำเนาบัตรประจำตัว (เอกสาร 3 ชุด ต่อคน)

1.3 แบบเสนอโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์ (แบบ อส/ว-03) หรือ DNP/T-03 (จำนวน 7 ชุด)

1.4 หนังสือนำส่งจากสถาบันวิชาการ หน่วยงานราชการ หรือสถาบันการศึกษาที่สังกัด ให้การรับรองและร่วมรับผิดชอบ ยันต์อธิบดีกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

2. หน่วยงานรับหนังสือของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ส่งเอกสารแบบคำขออนุญาตฯ และเอกสารประกอบทั้งหมด ให้สำนักงานคณะกรรมการที่ปรึกษาด้านวิชาการ (กปว.)

3. สำนักงาน กปว. ตรวจสอบเอกสารแบบคำขออนุญาตและเอกสารประกอบตามที่ระบุฯ กำหนด ในความถูกต้องสมบูรณ์

3.1 กรณีไม่สมบูรณ์ สำนักงาน กปว. จะประสานกับผู้ขออนุญาตฯ ให้พิจารณาแก้ไขเพิ่มเติม และจัดหาเอกสารให้ครบถ้วนสมบูรณ์ ส่งกลับคืนมาที่สำนักงาน กปว. เมื่อแก้ไขสมบูรณ์แล้ว ดำเนินการตามข้อ 3.2

3.2 กรณีสมบูรณ์ จะทำเรื่องแจ้งเวียนให้คณะอนุกรรมการพิจารณาโครงการศึกษาวิจัยทางวิชาการในพื้นที่ป่าไม้ (สวป.) พิจารณาให้ความเห็นต่อการอนุญาต

4. คณะอนุกรรมการ สวป. พิจารณาเสนอความเห็นการอนุญาต แล้วแจ้งคืนสำนักงาน กปว.

4.1 กรณีมีข้อสังเกตหรือเงื่อนไขเพิ่มเติม สำนักงาน กปว. จะประสานกับผู้ขออนุญาตฯ ให้พิจารณาแก้ไขเพิ่มเติมและส่งคำชี้แจงแจ้งกลับมาที่สำนักงาน กปว. เมื่อแก้ไขสมบูรณ์แล้ว ดำเนินการตามข้อ 4.2

4.2 กรณีพิจารณาเสนอความเห็นการอนุญาตแล้ว สำนักงาน กปว. ประมวลผลความเห็นของคณะอนุกรรมการ สวป. และจัดทำเอกสาร เสนอต่ออธิบดีกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เพื่อพิจารณา


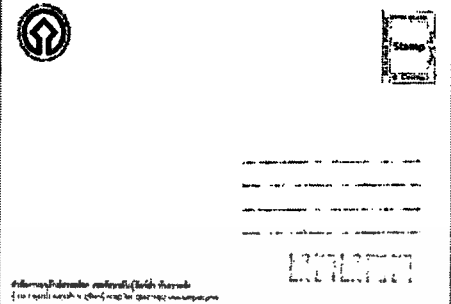



5. อธิบดีกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช พิจารณาการขออนุญาต เพื่อลงนามในเอกสารการขออนุญาต กรณีมีข้อแก้ไข สำนักงาน กปว. จะทำการแก้ไขเอกสารจนสมบูรณ์ แล้วเสนออธิบดีกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เพื่อพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. สำนักงาน กปว. จัดทำเอกสารแจ้งผลการพิจารณาการขออนุญาต ส่งให้ผู้ขออนุญาตทราบทางไปรษณีย์
7. สำนักงาน กปว. ส่งเอกสารการพิจารณาการขออนุญาตและเรื่องเดิมทั้งหมด ส่งให้หน่วยงานต้นสังกัด (ส่วนกลาง) และหน่วยงานในพื้นที่ทราบ

การดำเนินการของผู้ขออนุญาตหลังจากได้รับอนุญาต

1. โครงการศึกษาวิจัยที่ได้รับพิจารณาอนุญาต กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช จะมอบหมายให้พนักงานเจ้าหน้าที่ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ที่ร่วมดำเนินการวิจัยในโครงการดังกล่าวเป็นผู้ดำเนินการวิจัยในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ที่ขออนุญาต และเป็นผู้กำกับดูแลให้คณะผู้วิจัยปฏิบัติตามกฎ และระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเคร่งครัด
2. ในการเข้าดำเนินการศึกษาวิจัยในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ที่ได้รับอนุญาต คณะผู้วิจัยต้องประสานกับพนักงานเจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายในข้อ 1 และให้แจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และหน่วยงานในพื้นที่ทราบก่อนเข้าดำเนินการในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 15 วัน
3. การเก็บตัวอย่าง จะต้องอยู่ในการกำกับ ดูแล และควบคุม ของพนักงานเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานในพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตและพนักงานเจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายใน ข้อ 1
4. ในการเก็บตัวอย่างในแต่ละครั้ง ผู้ขออนุญาตต้องแบ่งตัวอย่างชนิดเดียวกันและเหลือตัวอย่างหัวเชื้อ(culture of isolates) ที่เก็บ ได้ให้กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช จำนวน 1 ชุด ทุกครั้ง ในกรณีที่มีเพียงตัวอย่างเดียว กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ขอสงวนสิทธิ์เป็นเจ้าของร่วมในตัวอย่างนั้น
5. ผู้ขออนุญาตต้องจัดทำรายงานความก้าวหน้าของโครงการศึกษาวิจัยที่ได้รับอนุญาตทุก ๆ 6 เดือน (จำนวน 3 ชุด พร้อมแผ่นบันทึกข้อมูล) และรายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ (จำนวน 5 ชุด พร้อมแผ่นบันทึกข้อมูล) เมื่อสิ้นสุดโครงการฯ แล้ว ส่งให้กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

<p>A-Front 1</p>  <p style="text-align: center;">Postcard 4x6"</p>	<p>A-Back</p>  <p style="text-align: center;">Postcard 4x6"</p>						
<p>A-Front 2</p>  <p style="text-align: center;">Postcard 4x6"</p>							
<p>A-Front 3</p>  <p style="text-align: center;">Postcard 4x6"</p>							
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ สีนชูภักดิ์</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">หัวข้อ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">จัดทำโดย นางสาวศุภมาณี บุญเจริญ</td> </tr> </table>		สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต	ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ สีนชูภักดิ์	หัวข้อ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี	จัดทำโดย นางสาวศุภมาณี บุญเจริญ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต							
ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม							
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร							
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ สีนชูภักดิ์							
หัวข้อ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งจังหวัดอุทัยธานี							
จัดทำโดย นางสาวศุภมาณี บุญเจริญ							

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวคุณามัญ นุญเจริญ
วัน เดือน ปีเกิด	31 มกราคม 2529
สถานที่เกิด	จ.อุทัยธานี
ที่อยู่ปัจจุบัน	443/6 หมู่ 2 ต.ลานสัก อ.ลานสัก จ.อุทัยธานี 61160
ประวัติการศึกษา	
ปีการศึกษา 2541	สำเร็จการศึกษา ระดับประถมศึกษา โรงเรียนบ้านป่าอ้อ จ.อุทัยธานี
ปีการศึกษา 2547	สำเร็จการศึกษา ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนลานสักวิทยา จ.อุทัยธานี
ปีการศึกษา 2551	สำเร็จการศึกษา เทคโนโลยีบัณฑิต สาขาออกแบบอุตสาหกรรม คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา วิทยาเขตตาก
ปีการศึกษา 2554	สำเร็จการศึกษา ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประวัติการทำงาน	
ปี พ.ศ.2551	พนักงานบริษัท Amway ประเทศไทย จำกัด
ปี พ.ศ.2553	พนักงานบริษัท Quark Systems co. ltd

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้