

ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี

STUDY AND DESIGN CONTEMPORARY PRODUCTS FROM LOPBURI
ANCIENT ARTS



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2562

KMITL-2019-ED-M-222-071

ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี

STUDY AND DESIGN CONTEMPORARY PRODUCTS FROM LOPBURI
ANCIENT ARTS



ธิดาพร จันทรเทียง
TIDAPORN JANTIANG

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตรอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และ พ.ศ.2562

KMITL-2019-ED-M-222-071

STUDY AND DESIGN CONTEMPORARY PRODUCTS FROM LOPBURI
ANCIENT ARTS



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL EDUCATION
IN TECHNOLOGY OF INDUSTRIAL PRODUCT DESIGN

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION AND TECHNOLOGY
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานานาชาติ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ในประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และตัดทอนข้อความอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2019

KMITL-2019-ED-M-222-071



เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินของสถาบันฯ ที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาและวิจัยเท่านั้น ไม่ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ หากมีการนำเอกสารฉบับนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากสถาบันฯ ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

COPYRIGHT 2019

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี
นักศึกษา	นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง
รหัสประจำตัว	58603066
ปริญญา	ครุศาสตรบัณฑิต สาขาการออกแบบผลิตภัณฑ์
สาขาวิชา	เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ.	2562
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลาย 2) เพื่อออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรีและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย 3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น

การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรีมีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักโบราณคดีประจำสำนักศิลปากรที่ 4 ลพบุรี ใช้รูปแบบเจาะจงตามคุณสมบัติประสบการณ์ จำนวนทั้งหมด 3 คน เพื่อสำรวจและข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์ความรู้สร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลาย โดยทำแบบร่างจากแนวคิดเบื้องต้นเพื่อนำเสนอผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลาย จำนวนทั้งหมด 3 คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวนทั้งหมด 3 คน โดยแสดงข้อเสนอแนะโดยอิสระ จนเป็น ต้นแบบผลิตภัณฑ์ หลังจากนั้นจึงทำเครื่องมือการวิจัย คือ แบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ด้วยมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ศิลปะที่เกิดในสมัยลพบุรี มีลักษณะที่แตกต่างจากรูปแบบเขมรแท้ หรือรูปแบบอยุธยา พบเพียงลวดลายที่ ได้แก่ ลายบัวคว่ำ หรือ รูปกลีบบัว ลายหน้ากระดาน ลายสี่ดอก ลายแถวรูปหงส์ ลายกรวยเชิง และ ลายเฟืองอุบะ ผลการพัฒนาลวดลาย พบว่า ลวดลายสามอัตลักษณ์ดั้งเดิมอันเป็นที่จดจำของผู้คนเมื่อนึกถึงจังหวัดลพบุรี อันได้แก่ ดอกทานตะวัน พระปรารค์สามยอด และสิง โดยออกแบบใหม่ตามสไตล์ของผู้วิจัย ยังสามารถประยุกต์ใช้บนผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย เช่น ผ้า บรรจุภัณฑ์ ของใช้ตกแต่งบ้าน ของใช้ชีวิตประจำวันได้และเพิ่มโอกาสสร้างรายได้ให้กับชุมชนในการไปพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และผู้วิจัยได้นำลวดลายศิลปะสมัยลพบุรีนำมาออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย โดยผลการประเมินลวดลาย ในด้าน ความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ มีสร้างสรรค์ของลวดลาย มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ และรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะสมกับทุกยุคทุกสมัย ผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$, $SD. = 0.22$). ผู้วิจัยสอบถามความพึงพอใจด้านรูปแบบจากผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยศิลปะลพบุรี จำนวน 222 คน (ตามตารางค่าสำเร็จรูป Yamane ตามค่าความคาดเคลื่อน 5%) ในด้าน ความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึก

ของผู้บริโภค รูปลักษณ์ที่สวยงาม รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ความเหมาะสมในการใช้งาน ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยศิลปะลพบุรี ที่ได้รับความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือผลิตภัณฑ์แก้วเก็บความเย็น อยู่ในระดับความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.03$, $SD. = 0.87$). ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ซึ่งผู้คนในยุคนี้ต่างตระหนักถึงปัญหาภาวะโลกร้อนที่เกิดจากการใช้พลาสติก สิ้นเปลืองที่ใช้แล้วทิ้งเป็นหนึ่งในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์แก้วเก็บความเย็นนี้ มีความสะดวกสบายในการใช้งาน สามารถล้างแล้วนำกลับมาใช้ได้ใหม่ และด้วยลวดลายที่ได้รับการออกแบบ สีสีนที่กระตุ้นความรู้สึก ให้นึกถึงความในอดีต ความเป็นอัตลักษณ์ลพบุรี ได้อย่างลงตัว ผลิตภัณฑ์จี้แพชั่นสำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมืออยู่ในระดับความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$, $SD. = 0.86$). เนื่องจากมีความสวยงามแปลกตา ด้วยลวดลายที่พัฒนาจากศิลปะลพบุรี ที่คงไว้ด้วยเสน่ห์ อัตลักษณ์ ความงดงามที่ร่วมสมัย เกิดเป็นลูกเล่นที่ทำให้เครื่องประดับชุดนี้มีความสมบูรณ์ สวยงาม น่าซื้อหา โดยผู้ประกอบการร้านค้าหรือกลุ่มชุมชน ผู้ผลิตต่างๆ สามารถนำไปประยุกต์ต่อยอด เป็นวัสดุอื่นๆหรือรูปแบบอื่นๆได้ตามเหมาะสม และอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแพชั่น อยู่ในระดับความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$, $SD. = 0.85$) เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้หลากหลาย เหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน มีความสวยงามแปลกใหม่เหมาะแก่การซื้อใช้เองหรือนำไปเป็นของขวัญของที่ระลึก ตามวาระโอกาสต่างๆจึงเป็นที่น่าสนใจและสามารถบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดลพบุรีได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: ศิลปะลพบุรี, ลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์, ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis Title	Study And Design Contemporary Products From Lopburi Ancient Arts
Student	Miss Tidaporn Jantiang
Student ID	58603066
Degree	Master of Science in Industrial Education
Program	Technology of Industrial Product Design
Year	2019
Thesis Advisor	Assoc.prof.Dr. Chaturong Louhapensang
Thesis Co-Advisor	Asst.prof.Dr. Somchai Seviset

ABSTRACT

This research has the objectives as this following 1) To study the information on Lopburi art for collecting knowledge and creating guidelines for applied designs 2) To design patterns to promote identity in Lopburi Province and develop joint products 3) To study the level of satisfaction of consumer samples towards contemporary products that have been developed

The group and the sample are scholars of the Office of Fine Arts 4, Lopburi, using 3 models based on many experience features to explore and information. To design a total of 3 design professionals Analyze too much information.

The research found that Art born in the Lopburi period Not a true Khmer style Or Ayutthaya Found only patterns that include the pattern of lotus inverted lotus leaf or lotus leaf pattern, four flower patterned stripes, swan-shaped stripes, swampy patterns and stripes. The result of the pattern development showed that the original three-identity pattern that was recognized by people when thinking of Lopburi, including sunflower, Phra Prang Sam Yod and monkey, was redesigned according to the researcher's style. Can also be applied on a variety of products, such as fabric, packaging, home decoration Can be used in daily life and increase the opportunity to generate income for the community in developing local products And the researcher has applied Lopburi art patterns to design and develop contemporary products By the result of the evaluation of the pattern of identity A valuable symbol Different types of identity-promoting patterns With the creation of patterns Is beautiful that can be applied to the product And the pattern can be used for a long time, suitable for every age The evaluation results were at the highest level ($\bar{X} = 4.76$, SD. = 0.22).

The researcher questioned the satisfaction of the form from the consumer on the contemporary Lopburi Art product in the amount of 222 people (according to Yamane finished table according to the value 5% moving expectation in terms of attractiveness by stimulating consumer feelings Beautiful appearance Contemporary product styles Suitability for use Product image after use found that the satisfaction of consumers who use contemporary art products Lopburi Which is most popular with the sample group is Cold storage glass products, In the level of satisfaction at a high level ($\bar{X} = 4.03$., SD. = 0.87). That can meet the needs of consumers in this era which people are aware of the problem of global warming caused by the use of disposable plastic Is one of the factors. Cold storage glass product is comfortable in use. Can be washed and reused again. And with designs that have been designed sensual colors, feel like you are in the past. This is the identity of Lop Buri perfectly. fashion pendant products for necklaces and bracelets in the level of satisfaction at a high level ($\bar{X} = 3.95$., SD. = 0.86). With patterns developed from Lopburi art That remains with the charm, identity, contemporary beauty It is a gimmick that makes this jewelry complete with beautiful, beautiful, and attractive to buy by the shop operators or various community groups. As other materials or other forms as appropriate And another product is Fashion scarf products In the level of satisfaction at a high level ($\bar{X} = 3.96$., SD. = 0.85) because it is a product that can be used in a variety of applications Suitable for everyday use There are beautiful, exotic, suitable for buying, using yourself or bringing as souvenirs. According to various occasions, it is interesting and able to identify the identity of Lopburi Province as well.

Keywords: Lopburi art, identity promotion pattern, contemporary products.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี ครั้งนี้ ได้รับความกรุณาจาก รศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ช่วยให้ คำปรึกษา และ ผศ.ดร.สมชาย เศษวิเศษ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ข้อเสนอแนะแก้ไข วิเคราะห์ กระบวนการต่างๆ ตลอดจนสรุปผลการวิจัย ให้ความรู้ประสบการณ์ที่ดีในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้จน สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะลพบุรีและนักโบราณคดีประจำสำนัก ศิลปากรที่ 4 ลพบุรี สำหรับข้อมูลด้านศิลปะลพบุรี ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการ ออกแบบลวดลายที่ช่วยประเมินคัดเลือกแบบร่างลวดลาย ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ช่วยประเมินคัดเลือกแบบร่างผลิตภัณฑ์ และขอขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิ รศ.ดร.กาญจนา บุญศักดิ์ ผศ.ดร.บุญจันทร์ สีสันต์ ผศ.ดร.กฤษณา คิตติ ผู้ตรวจสอบ คุณภาพของเครื่องมือแบบสอบถาม ตลอดจนข้อเสนอแนะในการแก้ไขปรับปรุงผลงานจนสำเร็จ

สุดท้ายต้องขอขอบพระคุณ นางระเบียบ จันท์เที่ยง และ นายทองคำ จันท์เที่ยง ย่าและปู่ ของข้าพเจ้า ที่ช่วยสนับสนุนทุกอย่างทั้งกำลังใจ กำลังทรัพย์ ตลอดจนให้คำปรึกษาที่ดีเสมอมาและ ขอขอบคุณ นายสามารถ จันทนา พี่ชายของข้าพเจ้าที่ช่วยสนับสนุนทั้งกำลังใจและให้คำปรึกษามา โดยตลอด

นางสาวธิดาพร จันท์เที่ยง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญภาพ.....	XII
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.5 วิธีดำเนินการวิจัย.....	7
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับในการวิจัย.....	9
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ศึกษาประวัติและความเป็นมาของจังหวัดลพบุรี.....	11
2.2 ศึกษาศิลปะลพบุรี.....	23
2.3 ศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นและต้นทุนทางวัฒนธรรม.....	49
2.4 ศึกษาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี.....	55
2.5 ศึกษาแผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี.....	73
2.6 ศึกษาหลักการออกแบบลวดลายและการสร้างอัตลักษณ์.....	80
2.7 ศึกษาหลักการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	88
2.8 ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย.....	95
2.9 ศึกษาความพึงพอใจ.....	99

เอกสารนี้เป็นเอกสาร 2.10 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 100
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	105
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย.....	107
3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย.....	110
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	116
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	118
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์ความรู้ และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลาย.....	122
4.2 ผลการออกแบบลวดลายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วย ลวดลายที่ประยุกต์จากศิลปะสมัยลพบุรี.....	133
4.3 ผลการประเมินความพึงพอใจ.....	194
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	203
5.2 อภิปรายผล.....	207
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	207
บรรณานุกรม.....	208
ภาคผนวก.....	212
ประวัติผู้เขียน.....	298

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงผลการรวบรวมข้อมูลและถอดทลวดลาย.....	123
4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาทลวดลายลึงลพบุรี รูปแบบที่ 1.....	160
4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาทลวดลายลึงลพบุรี รูปแบบที่ 2.....	161
4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาทลวดลายลึงลพบุรี รูปแบบที่ 3.....	162
4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาทลวดลายทานตะวัน รูปแบบที่ 1.....	163
4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญ ในการประเมินผลการพัฒนาทลวดลายทานตะวัน รูปแบบที่ 2.....	164
4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาทลวดลายทานตะวัน รูปแบบที่ 3.....	165
4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาทลวดลายปรางค์ 3 ยอด รูปแบบที่ 1.....	166
4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาทลวดลายปรางค์ 3 ยอด จำ รูปแบบที่ 2.....	167
4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาทลวดลายปรางค์ 3 ยอด รูปแบบที่ 3.....	168
4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ผ้าไหม.....	170
4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทลวดลายทอผ้าไหม.....	171
4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ลายพิมพ์ผ้า.....	172
4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์โคมไฟ.....	173

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของใช้ส่วนตัวแก้วน้ำ.....	174
4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของใช้สำนักงานแท่นวางมือถือ.....	175
4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นาฬิกาข้อมือ.....	176
4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จี๊แพชั่นสำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมือ.....	177
4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการ ประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ยางรัดผม กีบติดผม ที่คาดผม.....	178
4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ปลาสมัฟัก.....	179
4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ไข่เค็มดินสอพอง.....	180
4.22 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์เมล็ดทานตะวันอบแห้ง.....	181
4.23 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายการค้ากลุ่มจักสานตำบลมหาสอน.....	182
4.24 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ เสื้อกักบ้านทำดินดำ.....	183
4.25 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์กระเป๋าเชือกมัดฟาง.....	184
4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เสื้อยืดที่ระลึกจังหวัดลพบุรี.....	185
4.27 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฝาพันคอแพชั่น.....	186

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.28 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมวกที่ระลึก จ.ลพบุรี.....	187
4.29 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์พวงกุญแจที่ระลึกทองเหลือง.....	188
4.30 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์แก้วเบญจรงค์.....	189
4.31 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ลวดลายแก้วเบญจรงค์ร่วมสมัย.....	190
4.32 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ร้านกาแฟจุดชมทิวทัศน์.....	191
4.33 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตกแต่งรถรางชมเมืองลพบุรี.....	192
4.34 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โลโก้เพจเรารักลพบุรี.....	193
4.35 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมิน ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ผ้าไหม.....	194
4.36 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมิน ความพึงพอใจต่อของใช้ส่วนตัวแก้วน้ำ.....	195
4.37 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมิน ความพึงพอใจต่อจี้แฟชั่นสำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมือ.....	196
4.38 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมิน ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มดินสอพอง.....	197
4.39 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมิน ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ เสื้อกักบ้านทำดินดำ.....	198
4.40 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมิน ความพึงพอใจต่อผ้าพันคอแฟชั่น.....	199

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่นๆ
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.41 แสดงแสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมิน ความพึงพอใจต่อลวดลายแก้วเบญจรงค์ร่วมสมัย.....	200
4.42 แสดงแสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมิน ความพึงพอใจต่อร้านกาแฟจุดชมทิว ทานตะวัน.....	



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แผนที่อาณาเขตติดต่อและอำเภอในจังหวัดลพบุรี.....	12
2.2 แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรี.....	17
2.3 งานแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์.....	18
2.4 เทศกาลโตะจีนลิง.....	18
2.5 ดอกทานตะวัน.....	19
2.6 เทศกาลกระท้อนหวาน.....	19
2.7 อนุสาวรีย์สมเด็จพระนารายณ์มหาราช.....	20
2.8 เจ้าพ่อพระกาฬ.....	21
2.9 วิธีชีวิตคนกับลิง.....	21
2.10 พระปราสาทสามยอด.....	22
2.11 ท่งทานตะวัน.....	22
2.12 ระบายลพบุรี.....	23
2.13 ปราสาทประธาน พระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี.....	26
2.14 แผนผังวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี.....	26
2.15 พระปราสาทสามยอด จังหวัดลพบุรี.....	29
2.16 ภาพลายเส้นปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี.....	30
2.17 ลวดลายประดับบัวรดเกล้า ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ.....	31
2.18 ลายดอก 4 กลีบ.....	32
2.19 ลายหน้ากระดาน.....	32
2.20 ลายกรวยเชิงประดับเรือนธาตุ.....	33
2.21 ลายกรวยเชิงประดับเรือนธาตุ.....	34
2.22 ลายกรวยเชิงประดับตรีมุข.....	35
2.23 ลายเฟื้องอุบะประดับตรีมุข.....	35
2.24 ลวดลายบัวประดับฐานบัวคว่ำบัวหงาย.....	36
2.25 ทับหลัง พระกฤษณะ และช้าง 3 ตัว.....	37
2.26 รูปเล่าเรื่องนารายณ์บรรทมสินธุ์ ที่ผนังตรีมุขด้านทิศเหนือ.....	38
2.27 ลายแก้วรูปหงส์.....	39

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.28	ครูชประดับที่ขึ้นบัวรดเกล้า..... 39
2.29	การประดับรูปเทวดาแทรกในลวดลายที่เรือนธาตุ..... 40
2.30	การประดับพระพุทธรูปในซุ้มเรือนแก้วที่เรือนธาตุและที่เสาศ..... 40
2.31	ลายกลีบบัว ปรากฏประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี..... 43
2.32	ปรากฏหมายเลข 16 ค. วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี..... 44
2.33	เจดีย์ทรงปราสาท วัดนครโกษา..... 47
2.34	ประเภทผลิตภัณฑ์ OTOP จากภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี..... 55
2.35	ผลิตภัณฑ์ทองเหลืองบ้านท่ากระยาง..... 56
2.36	งานทองเหลืองประเภทต่างๆของชมรมช่างหล่อทองเหลืองบ้านท่ากระยาง..... 58
2.37	อุปกรณ์ในการผลิตทองเหลืองบ้านท่ากระยาง..... 58
2.38	การผลิตทองเหลืองบ้านท่ากระยาง..... 59
2.39	การตกแต่งชิ้นงานทองเหลือง..... 61
2.40	ผ้าทอมัดหมี่ กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน..... 62
2.41	การมัดหมี่ กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน..... 62
2.42	อุปกรณ์ทอผ้ามัดหมี่บ้านพวน..... 65
2.43	การมัดหมี่ กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน..... 65
2.44	การทอผ้าไหมมัดหมี่ที่กระตูก บ้านพวน..... 66
2.45	ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานหวายมหาสอน..... 68
2.46	วัสดุและอุปกรณ์จักสานหวายตำบลมหาสอน..... 69
2.47	การจักสาน เครื่องจักสานจากหวาย..... 71
2.48	แผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์..... 75
2.49	MOC Master Plan 75
2.50	แผนการวิเคราะห์ SWOTS จังหวัดลพบุรี..... 78
2.51	แผนการวิเคราะห์ SWOTS จังหวัดลพบุรี (ต่อ)..... 79
2.52	แปรงขัดห้องน้ำ ของธีรชัย ศุภเมธีกุลวัฒน์..... 97
2.53	ที่กั้นประตู ของธีรชัย ศุภเมธีกุลวัฒน์..... 98
3.1	แผนภูมิแสดงขั้นตอนการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี..... 120
3.1	(ต่อ) แผนภูมิแสดงขั้นตอนการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี 121

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายบัวคว่ำ หรือ รูปกลีบบัว.....	129
4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายหน้ากระดาน.....	130
4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสี่ดอก.....	131
4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายแถวรูปหงส์.....	131
4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายกรวยเชิง.....	132
4.6 ทานตะวันหมายเลข 1.....	133
4.7 ทานตะวันหมายเลข 2.....	134
4.8 ทานตะวันหมายเลข 3.....	134
4.9 ทานตะวันหมายเลข 4.....	134
4.10 ทานตะวันหมายเลข 5.....	135
4.11 ทานตะวันหมายเลข 6.....	135
4.12 ทานตะวันหมายเลข 7.....	135
4.13 ทานตะวันหมายเลข 8.....	136
4.14 ทานตะวันหมายเลข 9.....	136
4.15 ทานตะวันหมายเลข 10.....	136
4.16 ทานตะวันหมายเลข 11.....	137
4.17 ทานตะวันหมายเลข 12.....	137
4.18 ทานตะวันหมายเลข 13.....	137
4.19 ทานตะวันหมายเลข 14.....	138
4.20 ทานตะวันหมายเลข 15.....	138
4.21 ทานตะวันหมายเลข 16.....	138
4.22 ทานตะวันหมายเลข 17.....	139
4.23 ทานตะวันหมายเลข 18.....	139
4.24 ทานตะวันหมายเลข 19.....	139
4.25 ทานตะวันหมายเลข 20.....	140
4.26 ทานตะวันหมายเลข 21.....	140
4.27 ทานตะวันหมายเลข 22.....	140
4.28 ทานตะวันหมายเลข 23.....	141

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.29 ทานตะวันหมายเลข 24.....	141
4.30 ทานตะวันหมายเลข 25.....	141
4.31 ลิงหมายเลข 1.....	142
4.32 ลิงหมายเลข 2.....	142
4.33 ลิงหมายเลข 3.....	142
4.34 ลิงหมายเลข 4.....	143
4.35 ลิงหมายเลข 5.....	143
4.36 ลิงหมายเลข 6.....	143
4.37 ลิงหมายเลข 7.....	144
4.38 ลิงหมายเลข 8.....	144
4.39 ลิงหมายเลข 9.....	144
4.40 ลิงหมายเลข 10.....	145
4.41 ลิงหมายเลข 11.....	145
4.42 ลิงหมายเลข 12.....	145
4.43 ลิงหมายเลข 13.....	146
4.44 ลิงหมายเลข 14.....	146
4.45 ลิงหมายเลข 15.....	146
4.46 ลิงหมายเลข 16.....	147
4.47 ลิงหมายเลข 17.....	147
4.48 ลิงหมายเลข 18.....	147
4.49 ลิงหมายเลข 19.....	148
4.50 ลิงหมายเลข 20.....	148
4.51 ลิงหมายเลข 21.....	148
4.52 ลิงหมายเลข 22.....	149
4.53 ลิงหมายเลข 23.....	149
4.54 ลิงหมายเลข 24.....	149
4.55 ลิงหมายเลข 25.....	150

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.56 ปรากฏสามยอดหมายเลข 1.....	150
4.57 ปรากฏสามยอดหมายเลข 2.....	151
4.58 ปรากฏสามยอดหมายเลข 3.....	151
4.59 ปรากฏสามยอดหมายเลข 4.....	151
4.60 ปรากฏสามยอดหมายเลข 5.....	152
4.61 ปรากฏสามยอดหมายเลข 6.....	152
4.62 ปรากฏสามยอดหมายเลข 7.....	152
4.63 ปรากฏสามยอดหมายเลข 8.....	153
4.64 ปรากฏสามยอดหมายเลข 9.....	153
4.65 ปรากฏสามยอดหมายเลข 10.....	153
4.66 ปรากฏสามยอดหมายเลข 11.....	154
4.67 ปรากฏสามยอดหมายเลข 12.....	154
4.68 ปรากฏสามยอดหมายเลข 13.....	154
4.69 ปรากฏสามยอดหมายเลข 14.....	155
4.70 ปรากฏสามยอดหมายเลข 15.....	155
4.71 ปรากฏสามยอดหมายเลข 16.....	155
4.72 ปรากฏสามยอดหมายเลข 17.....	156
4.73 ปรากฏสามยอดหมายเลข 18.....	156
4.74 ปรากฏสามยอดหมายเลข 19.....	156
4.75 ปรากฏสามยอดหมายเลข 20.....	157
4.76 ปรากฏสามยอดหมายเลข 21.....	157
4.77 ปรากฏสามยอดหมายเลข 22.....	157
4.78 ปรากฏสามยอดหมายเลข 23.....	158
4.79 ปรากฏสามยอดหมายเลข 24.....	158
4.80 ปรากฏสามยอดหมายเลข 25.....	158
4.81 ภาพแสดงประเภทการออกแบบลวดลายประยุกต์จากศิลปะลพบุรี.....	159
4.82 ภาพแสดงการตัดรูปแบบลายเหลือ 3 รูปแบบ.....	159
4.83 ภาพแสดงลายลิ่งรูปแบบที่ 1.....	160

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.84 ภาพแสดงลายลึงรูปแบบที่ 2.....	161
4.85 ภาพแสดงลายลึงรูปแบบที่ 3.....	162
4.86 ภาพแสดงลวดลายทานตะวันรูปแบบที่ 1.....	163
4.87 ภาพแสดงลวดลายทานตะวันรูปแบบที่ 2.....	164
4.88 ภาพแสดงลวดลายทานตะวันรูปแบบที่ 3.....	165
4.89 ภาพแสดงลวดลายพระปรารค์ 3 ยอด รูปแบบที่ 1.....	166
4.90 ภาพแสดงลวดลายพระปรารค์ 3 ยอด รูปแบบที่ 2.....	167
4.91 ภาพแสดงลวดลายพระปรารค์ 3 ยอด รูปแบบที่ 3.....	168
4.92 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ CPOT ลพบุรี.....	169
4.93 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ผ้าไหม.....	170
4.94 ภาพแสดงลวดลายทอผ้าไหม.....	171
4.95 ภาพแสดงลายพิมพ์ผ้า.....	172
4.96 ภาพแสดงเฟอร์นิเจอร์ไม้.....	173
4.97 ภาพแสดงของใช้ส่วนตัว แก้วน้ำ.....	174
4.98 ภาพแสดงของใช้สำนักงานแทนวางมือถือ.....	175
4.99 ภาพแสดงนาฬิกาข้อมือ.....	176
4.100 ภาพแสดงจีแพ้นสำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมือ.....	177
4.101 ภาพแสดงยางรัดผม กีบติดผม ที่คาดผม.....	178
4.102 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์พลาสติก.....	179
4.103 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มดินสอพอง.....	180
4.104 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์เมล็ดทานตะวันอบแห้ง.....	181
4.105 ภาพแสดงเครื่องหมายการค้า กลุ่มจักสานตำบลมหาสอน.....	182
4.106 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ เสื้อกักบ้านทำดินดำ.....	183
4.107 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์กระเป๋าเชือกมัดฟาง.....	184
4.108 ภาพแสดงเสื่อยัด ที่ระลึกจังหวัดลพบุรี.....	185
4.109 ภาพแสดงผ้าพันคอแพ้น.....	186
4.110 ภาพแสดงหมวกที่ระลึก จ.ลพบุรี.....	187
4.111 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์พวงกุญแจที่ระลึกทองเหลือง.....	188

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.112 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์แก้วเบญจรงค์.....	189
4.113 ภาพแสดงลวดลายแก้วเบญจรงค์ร่วมสมัย.....	190
4.114 ภาพแสดงร้านกาแฟจุดชมทิวทัศน์ตะวัน.....	191
4.115 ภาพแสดงตกแต่งรกรางชมเมืองลพบุรี.....	192
4.116 ภาพแสดงโลโก้เพจเรารักลพบุรี.....	193
4.117 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ผ้าไหม.....	194
4.118 ภาพแสดงของใช้ส่วนตัว แก้วน้ำ.....	195
4.119 ภาพแสดงจี้แฟชั่นสำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมือ.....	196
4.120 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มดินสอพอง.....	197
4.121 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ เสื้อกักบ้านทำดินดำ.....	198
4.122 ภาพแสดงผ้าพันคอแฟชั่น.....	199
4.123 ภาพแสดงลวดลายแก้วเบญจรงค์ร่วมสมัย.....	200
4.124 ภาพแสดงร้านกาแฟจุดชมทิวทัศน์ตะวัน.....	201

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนถือเป็นแนวทางในการผลักดันการขยายตัวของเศรษฐกิจประเทศไทยให้ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้การรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มศักยภาพให้แข็งแกร่งร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน สำหรับเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป โดยใช้แนวทางในการดำเนินเศรษฐกิจให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและสร้างอัตลักษณ์ความเป็นอาเซียนให้เป็นที่รู้จักต่อนานาประเทศมากยิ่งขึ้น จากกลยุทธ์ในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมของแต่ละประเทศมาสร้างเป็นจุดเด่นสำหรับภาพลักษณ์ของกลุ่ม ให้มีความน่าสนใจและสร้างความเป็นตัวตนที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นในภูมิภาคต่างๆของโลก โดยทุนทางวัฒนธรรมนี้มีความสำคัญในการเป็นองค์ประกอบของการสร้างรากฐานให้กับทุนทางสังคม ถือเป็นจุดแข็งที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่ทุนทางเศรษฐกิจอันเป็นพลังขับเคลื่อนให้เกิดการกินดีอยู่ดีร่วมกันของคนในชาติ นอกจากนี้ทุนทางวัฒนธรรมยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทุนมนุษย์ของประเทศให้มีความเข้มแข็ง ซึ่งภาครัฐให้ความสำคัญและส่งเสริมการพัฒนาคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมนี้ ในการสร้างสรรค์ต่อยอดให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าในทางเศรษฐกิจและสังคม (กองบรรณาธิการและสำนักมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.2555)

ประเทศไทยเรียกได้ว่าเป็นแหล่งอารยธรรมที่สำคัญของมนุษยชาติอีกแห่งหนึ่งมาตั้งแต่อดีตกาล ตลอดระยะเวลาอันยาวนาน บรรพบุรุษคนไทยได้ก่อร่างสร้างถิ่นฐานและก่อตั้งอาณาจักรขึ้นหลายอาณาจักร ซึ่งมีรูปแบบของอารยธรรมที่ต่างกันอย่างกระจายออกไปตามภูมิภาคต่างๆของประเทศ อันได้แก่ อารยธรรมทวารวดี ศรีวิชัย ลพบุรี ล้านนา สุโขทัย และอยุธยา ซึ่งยังมีหลักฐานทางโบราณคดี ทั้งโบราณสถานและโบราณวัตถุต่างๆ เช่น ปราสาทหินพิมาย ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง พระธาตุพนม เทวรูปพระวิฆเนสกุลช่างสุโขทัย หรือเจดีย์วัดพระศรีสรรเพชญ์ อันเป็นประจักษ์พยานแห่งความรุ่งเรือง และความมั่งคั่งของอารยธรรมไทย ที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ รักษาและสืบทอดไว้ให้เป็นมรดกของลูกหลานชาวไทยสืบมาจวบจนปัจจุบัน (วัชรภาพร ศรีเมืองบุญ.2554)

เมืองลพบุรีนับเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และมีพัฒนาการของการอยู่อาศัยอย่างต่อเนื่องมายาวนาน โดยได้พบหลักฐานทางด้านโบราณคดีและงานศิลปกรรมที่มีการอยู่อาศัย มาตั้งแต่ในสมัยก่อนประวัติศาสตร์จนถึงปัจจุบัน จากหลักฐานของความเป็นเมืองที่มีฐานะทางประวัติศาสตร์เทียบเท่ากับศูนย์กลางทางการเมืองและอาณาจักรสมัยวัฒนธรรมทวารวดีในช่วงพุทธศตวรรษที่ 12-16 วัฒนธรรมเขมรระหว่างพุทธศตวรรษที่ 16ถึงกลางพุทธศตวรรษที่ 18 จนมาถึงสมัยหมดยุคอาณาจักรของอาณาจักรกัมพูชาโบราณและก่อนการสถาปนากรุงศรีอยุธยา เมืองลพบุรียังคงมีความสำคัญในฐานะเมืองลูกหลวงในสมัยอยุธยาตอนต้น จนมาในฐานะเปรียบเสมือนเมืองหลวงแห่งที่ 2 ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช และมาฟื้นฟูอีกครั้งหนึ่งในสมัยรัชการที่ 4 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ (ศักดิ์ชัย สายสิงห์.2559:3)

ศิลปะลพบุรี คือศิลปะที่เกิดขึ้นในเมืองลพบุรีหรือเมืองละโว้ ราวกลางพุทธศตวรรษที่ 18 จนถึงสิ้นสุดที่ พ.ศ.1893 โดยในช่วงเวลาดังกล่าวเมืองลพบุรีมีความสำคัญในฐานะศูนย์กลางการปกครอง

หรือในฐานะเป็นอาณาจักรหนึ่ง ซึ่งเกิดขึ้นภายหลังจากที่วัฒนธรรมเขมรหมดอำนาจลงแล้วและเป็นช่วงเวลารอยต่อก่อนการสถาปนาก่อตั้งกรุงศรีอยุธยาขึ้นเป็นราชธานี โดยศิลปะลพบุรีนั้นรับเอาอิทธิพลศิลปะเขมรที่เคยเฟื่องฟูในเมืองลพบุรีในช่วงเวลาก่อนหน้ามาพัฒนาให้มีเอกลักษณ์รูปแบบที่มีความเฉพาะเป็นของตนเองและสืบทอดต่อไปยังศิลปะไทยสมัยอยุธยา อันปรากฏหลักฐานทางโบราณคดีที่ถูกค้นพบในเมืองลพบุรี ได้แก่ ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ จังหวัดลพบุรี ปราสาทหมายเลข 16ค. วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ และปราสาทวัดนครโกษา ซึ่งมีรายละเอียดด้านลวดลาย ตกแต่ง รูปทรง ที่แสดงถึงการพัฒนาเป็นลักษณะเฉพาะที่เด่นชัด รวมถึงพระพุทธรูปต่างๆ ที่ถูกค้นพบด้วย(ศักดิ์ชัย สายสิงห์.2559:6-10)

ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี อารยธรรมของแต่ละท้องถิ่นที่มีความหลากหลายและแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่นั้น ถือได้ว่าเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าและเป็นต้นทุนที่สร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับชุมชนนั้นๆ ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเพื่อสร้างหรือเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและเพื่อผลักดันให้เป็นสินค้าคุณภาพที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของประเทศ อันเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมที่จะสร้างจุดเด่นให้แก่สินค้าให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ(เฉลิมศรี จันทสิงห์.2549:87)

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดลพบุรี ปี พ.ศ.2562-2564 ด้านการพัฒนาศักยภาพชุมชนและศักยภาพการท่องเที่ยวและบริการ ให้ความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีกำลังใช้จ่ายสูงและนักท่องเที่ยวที่มักจะท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับที่นิยมมาท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรีในช่วงเทศกาล และเร่งผลักดันสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกจังหวัดลพบุรีในฐานะผลิตภัณฑ์ OTOP เข้าสู่ตลาดของประคมอาเซียน ตามนโยบายภาครัฐ ในการดำเนินยุทธศาสตร์ประเทศ เกี่ยวกับด้านศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม โดยให้ความสำคัญในการส่งเสริมด้านการบูรณาการความร่วมมือและส่งเสริมสนับสนุนบทบาทของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนให้มีส่วนร่วมในการสืบค้นรากวัฒนธรรม นำสู่การสืบสาน ต่อยอด เพื่อการอนุรักษ์ การศึกษา การท่องเที่ยวและการสร้างสรรค์ พร้อมทั้งผลักดันการนำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยมาใช้ในการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของประเทศบนฐานวัฒนธรรม ด้วยการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมสร้างสรรค์อย่างครบวงจร (แผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี ปี พ.ศ.2562-2564)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยเป็นการนำเอาความงดงาม คุณค่า หรือความรู้สึกของบางสิ่งบางอย่างที่เคยมีมาในอดีต นำกลับมาร่วมยุคสมัยกับปัจจุบัน ให้มีกลิ่นไอหรือความรู้สึกที่บ่งบอกถึงยุคนั้นๆ อาจสื่อสารออกมาผ่านวัสดุที่ใช้ผลิต เทคนิคกรรมวิธีผลิต ความงามทางศิลปะ อารมณ์ความรู้สึก รูปแบบต่างๆ นำมาประยุกต์เข้ากับค่านิยมหรือวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน ผสมผสานรูปแบบการใช้งานที่เข้ากับสภาพแวดล้อมและสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนยุคนี้ โดยจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานไว้ซึ่งอดีตและปัจจุบัน เรียกได้ว่าเป็นการอนุรักษ์ สืบสาน และเผยแพร่สู่คนรุ่นใหม่โดยการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมอันมีค่าให้เกิดประโยชน์สูงสุด

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ผู้วิจัยจึงเกิดแนวคิดในการศึกษาศิลปะสมัยลพบุรีเพื่อประยุกต์ในการออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรีสำหรับนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ที่จะมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นเข้ากับบริบทของสังคมปัจจุบันด้วยความเป็นตัวตนจากลวดลายที่ประยุกต์จากศิลปกรรมท้องถิ่น อันเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดลพบุรี ที่ผ่านการพัฒนาและออกแบบให้มีการบ่งบอกอัตลักษณ์จังหวัดในมุมมองที่แปลกใหม่ ทั้งยังเป็นฐานข้อมูลด้านลวดลายอัตลักษณ์ที่จะสร้างจุดเด่นและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ประเภท

อื่นๆของจังหวัดลพบุรี สำหรับขยายผลสู่กลุ่มผู้ผลิตชุมชนนำไปเป็นทางเลือกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนในอนาคตต่อไป สอดคล้องกับการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนจากต้นทุนทางวัฒนธรรม ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดลพบุรีและนโยบายรัฐบาลที่เตรียมผลักดันสินค้าชุมชนสู่ตลาดอาเซียน เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตในชุมชนและเพิ่มโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยการส่งเสริมช่องทางสำหรับการพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาและถ่ายทอดเพื่อยกระดับศิลปะลพบุรีอันเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นจังหวัดลพบุรีให้เป็นที่รู้จักแก่ชนรุ่นหลัง นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลาย

1.2.2 เพื่อออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรีและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย

1.2.3 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น

1.3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี ประกอบด้วยกรอบแนวความคิดดังต่อไปนี้

1.3.1 เพื่อศึกษาข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลาย

ศึกษาศิลปะสมัยลพบุรี จากแหล่งข้อมูลและโบราณสถานโบราณวัตถุที่หลงเหลืออยู่ เพื่อเรียบเรียงความเป็นมาในอดีตที่ส่งผลให้เกิดศิลปะสมัยลพบุรี โดยอ้างอิงเอกสารและโบราณวัตถุจากแหล่งต่างๆ โดยมุ่งเน้นการรับรู้คุณค่าของงานศิลปกรรม อันเป็นศิลปะคู่ท้องถิ่นที่บรรพบุรุษสร้างไว้ตามแนวทางการศึกษาคุณค่าศิลปะไทย (ศักราช ฟ้าขาว.2551) 4 ด้าน ดังนี้

1.3.1.1 คุณค่าทางความเชื่อ ในการศึกษาเชิงประวัติศาสตร์ศิลปะของศิลปะลพบุรีที่พัฒนามาจากศิลปะเขมร เกิดเป็นรูปแบบเฉพาะและส่งต่อไปยังศิลปะไทยสมัยอยุธยา โดยศิลปกรรมเหล่านี้เชื่อมโยงเข้ากับความเชื่อความศรัทธาทางศาสนาอันเป็นแรงขับเคลื่อนหลักในการสร้างสรรค์ศิลปกรรมที่สะท้อนออกมาในรูปแบบของโบราณสถานและโบราณวัตถุที่ถูกค้นพบในจังหวัดลพบุรี

1.3.1.2 คุณค่าทางความงามหรือสุนทรียะ ในการศึกษาความงามเชิงศิลปะที่สามารถรับรู้และสัมผัสได้ในงานศิลปกรรมสมัยลพบุรีจากร่องรอยทางโบราณคดีที่หลงเหลืออยู่ ในด้านของลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ ลวดลายที่โดดเด่น ความละเอียดประณีต ตลอดจนองค์ประกอบทางศิลปะที่ปรากฏ

1.3.1.3 คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย ในการศึกษาคุณค่าของงานศิลปกรรมสมัยลพบุรีที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อรับใช้ความศรัทธาและความเชื่อ ที่แสดงออกมาในลักษณะของศาสนสถาน

อันได้แก่ทิวสถาน พระปราสาท ปราสาทต่างๆ และศาสนวัตถุที่เป็นองค์ประกอบตกแต่งสถาปัตยกรรมที่มาจากอุดมคติความเชื่อของอารยธรรมเขมร รวมถึงเทวรูปต่างๆที่ใช้เคารพบูชาตามความเชื่อความศรัทธาในยุคนั้น

1.3.1.4 คุณค่าทางความรู้สึก ในการศึกษาคุณค่าทางความรู้สึกในงานศิลปกรรมสมัยลพบุรีอันเป็นศิลปกรรมที่อยู่คู่กับท้องถิ่นมาตั้งแต่แรกเริ่ม และเป็นสิ่งแสดงถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมา ความเจริญรุ่งเรือง วิถีชีวิต และความเชื่อความศรัทธาของบรรพบุรุษของชาวลพบุรีในอดีต โดยในปัจจุบัน

1.3.2 เพื่อออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรีและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย

การออกแบบประยุกต์ลวดลายผู้วิจัยอาศัยแนวความคิดในการออกแบบอัตลักษณ์ของ (สุมิตรา ศรีวิบูลย์.2547:74-80) มีทั้งหมด 11 ด้านโดยผู้วิจัยหยิบยกมาเป็นแนวทาง 6 ด้านดังนี้

1. มีลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness) โดยผู้วิจัยนำเอาลวดลายที่ได้แรงบันดาลใจจากศิลปกรรมสมัยลพบุรี มาประยุกต์เข้ากับอัตลักษณ์ความตัวตนของจังหวัดด้านอื่นๆ ให้เกิดความเฉพาะตัวในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำและรับรู้ได้ถึงความแตกต่าง

2. เป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า (Value) นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบโดยคำนึงถึงคุณค่า ความมีพลังของรูปลักษณ์ที่จะสามารถดึงดูดให้ผู้พบเห็นสะดุดตาและเกิดความสนใจ ใคร่อยากรู้อิงที่มาและความหมายของลวดลายที่ปรากฏ

3. มีความแตกต่าง (Differentiate) นำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ลวดลายให้เกิดความแตกต่างจากประโยชน์หน้าที่เดิม เป็นรูปแบบลวดลายใหม่ที่มีความแปลกตา แต่ยังคงเค้าความเป็นอัตลักษณ์ที่บ่งบอกความเป็นลพบุรีอย่างเด่นชัด ไม่ซ้ำซากจำเจ และสามารถแยกออกจากรูปแบบโดยทั่วไปได้อย่างชัดเจน

4. สื่อสารแตกต่างกัน (Tone of Voice) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ลวดลายที่สามารถ สื่อสารหรืออธิบาย ถึงความหมายภายในตัวลวดลายเอง โดยอาศัยคุณลักษณะของลวดลายที่นำมาเป็นแรงบันดาลใจและประยุกต์ผสมผสานเข้ากับอัตลักษณ์ด้านอื่นๆของจังหวัดให้สามารถบอกเล่าเรื่องราวและความหมายแฝง เป็นการสร้างจุดเด่นให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปประยุกต์ใช้

5. มีความงามเป็นเลิศ (Graphic Excellence) พัฒนาลวดลายโดยคำนึงถึงความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย มีความเหมาะสม และเป็นฐานข้อมูลด้านลวดลายให้แก่องค์กรในท้องถิ่นสามารถนำไปประยุกต์ใช้และพัฒนาให้เข้ากับผลิตภัณฑ์ของชุมชนของตนได้

6. ใช้งานได้นาน เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย(Longevity) นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาลวดลายให้มีความร่วมสมัย ไม่ยึดติดกับกระแสค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีความเป็นตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์เข้าได้กับทุกยุค และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดกับหลายผลิตภัณฑ์

และด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยผู้วิจัยอาศัยแนวคิดในการออกแบบเกี่ยวกับอารมณ์(Emotional Design) ของ (Donald A. Norman.2547) โดยผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาทั้งหมด 3 ด้านดังนี้

1. ด้านความน่าดึงดูดใจ (Attractiveness) นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ให้มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภคจากรู้สึกแรกเห็นผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบ โดยมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้น่าดึงดูดใจจาก 4 อารมณ์ความรู้สึก คือ

ความน่าประทับใจ ความประหลาดใจ ความซาบซึ้งใจ และความตกชบขัน

2. ด้านลักษณะการใช้งาน (Functional) เป็นการกระตุ้นอารมณ์ผู้บริโภคจากความรู้สึกเมื่อได้มองและจับต้องหรือใช้งานผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค (Behavior) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางการออกแบบโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความสำคัญควบคู่ไปกับความสวยงามและความน่าสนใจ โดยผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่จะออกแบบนี้ต้องใช้สอยได้อย่างมีประสิทธิภาพตามรูปแบบของการใช้งานผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นๆ มีความเหมาะสม สะดวกสบาย เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค

3. ด้านภาพลักษณ์ (Image) อันเป็นสิ่งที่จะสร้างความรู้สึกเชื่อมั่นให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน (Reflection) และทำให้เกิดความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบโดยให้ความสำคัญกับความแข็งแรงทนทาน ไม่เป็นอันตราย และเข้ากับบริบทการใช้งานในยุคปัจจุบัน

1.3.3 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น

ผู้วิจัยได้นำแนวทางการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P ของ (Philip Kotler, 2549) มีทั้งหมด 4 ด้าน ดังนี้

1.3.3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น ว่าตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด ทั้งในด้านความดึงดูดใจ ด้านประโยชน์ใช้สอยหรือการใช้งาน และด้านภาพลักษณ์หรือความไว้วางใจต่อผลิตภัณฑ์ สามารถนำเอาลวดลายอัตลักษณ์ที่ประยุกต์จากศิลปะลพบุรีมาผสมผสานลงในผลิตภัณฑ์ได้อย่างสวยงาม เหมาะสม ลงตัว และควรปรับปรุงแก้ไขในด้านใดเพื่อลดข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์

1.3.3.2 ราคา (Price) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคยอมจ่ายได้หรือไม่ พึงพอใจอยู่ในระดับใด และราคาที่เหมาะสมนั้นควรปรับให้อยู่ที่ประมาณเท่าไร

1.3.3.3 สถานที่ (Place) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ว่ามีความเหมาะสมและเข้าถึงผู้บริโภคได้มากน้อยเพียงใด

1.3.3.4 การส่งเสริมสินค้า (Promotion) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น ซึ่งกิจกรรมนี้จะสิ่งที่จะช่วยส่งเสริมในการสร้างยอดขายและทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เพื่อสื่อสารและดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ โดยจะนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาว่าผู้บริโภคพึงพอใจต่อการส่งเสริมสินค้าอยู่ในระดับใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้แบ่งขอบเขตของการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน โดยแบ่งออกเป็นด้านต่างๆดังต่อไปนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยเรื่องศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรีนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ทฤษฎี เอกสาร ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 และได้กำหนดเนื้อหาของการวิจัยดังนี้

1.4.1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยมีขอบเขตดังนี้

ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับศิลปะลพบุรีจาก เอกสาร ตำรา หนังสือ สื่อต่างๆในด้านของประวัติศาสตร์ศิลปะสมัยลพบุรีโดยรวมและจากการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล สัมภาษณ์และถ่ายภาพ รวมถึงสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญและเจ้าหน้าที่ประจำโบราณสถานในท้องถิ่นที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวศิลปะลพบุรีและสามารถให้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ลวดลายจากศิลปกรรมเบื้องต้นได้

1.4.1.2 ขอบเขตด้านเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

(1) ผู้วิจัยทำการออกแบบและพัฒนาลวดลายโดยนำแรงบันดาลใจจากศิลปะลพบุรีและอัตลักษณ์โดดเด่นต่างๆของจังหวัด ที่ผ่านกระบวนการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิที่เก็บรวบรวมมาได้ เพื่อนำมาพัฒนาออกแบบให้เกิดลวดลายที่แปลกใหม่ สวยงาม น่าสนใจและสะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ที่แตกต่างของตน สร้างความน่าจดจำให้แก่ผู้พบเห็นและผู้บริโภค เป็นการสรุปองค์ความรู้และเป็นฐานข้อมูลด้านลวดลายให้แก่ชุมชนไว้เป็นแนวทางในการนำไปเป็นทางเลือกในการประยุกต์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนต่อไปในอนาคต เพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนและสามารถยืนหยัดด้วยตนเองต่อไปได้

(2) ผู้วิจัยทำการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยโดยประยุกต์ลวดลายที่ออกแบบขึ้นให้สะท้อนถึงตัวตนของจังหวัดลพบุรี จากต้นทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยผ่านกระบวนการวิเคราะห์เพื่อออกแบบจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิที่เก็บรวบรวมมาได้ เป็นการอนุรักษ์ถ่ายทอดศิลปะท้องถิ่น ยกย่องศิลปะลพบุรีให้เป็นที่รู้จักและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์โดยสร้างสรรค์ให้เป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้มากยิ่งขึ้น

(3) ขอบเขตด้านเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

สำรวจระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาขึ้น

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่และกำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ให้สอดคล้องกับปัจจัยการศึกษาด้านศิลปะลพบุรี โดยกำหนดขอบเขตพื้นที่ในการศึกษา คือ ปรารงค์ประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ จังหวัดลพบุรี ปรารงค์หมายเลข 16ค. วัดพระพระศรีรัตนมหาธาตุ จังหวัดลพบุรี และวัดนครโกษาตามพื้นที่กรณีศึกษาศิลปะลพบุรีของ อาจารย์ศักดิ์ชัย สายสิงห์ ที่กล่าวในหนังสือ “ลพบุรีหลังวัฒนธรรมเขมร” โดยนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์หารายละเอียดสำหรับประยุกต์ออกแบบลวดลาย และ ด้านการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่พัฒนาขึ้น

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่สาม ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ศึกษาคือร้านจำหน่ายหนังสือและของที่ระลึกภายในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี

1.4.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ ดังนี้

1.4.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 มีดังนี้

ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับศิลปะลพบุรีจากโบราณสถานและโบราณวัตถุที่หลงเหลืออยู่รวมถึงการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ศิลปะสมัยลพบุรี และนักโบราณคดีประจำสำนักศิลปากรที่ 4 ลพบุรี จำนวนทั้งหมด 3 คน ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์และวิเคราะห์ผลด้วยตนเอง

1.4.3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ซึ่งผู้วิจัยกำหนดประชากรการระดมตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ตามปัจจัยการออกแบบที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย คือ ด้านการออกแบบลวดลายและด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ดังนี้

(1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างด้านการออกแบบประยุกต์ลวดลาย คือ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบลวดลายและผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะลพบุรี 3 คน ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามความคิดเห็นสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิที่มีผลต่อที่มีผลต่อลวดลายที่พัฒนาขึ้นโดยออกแบบการประเมินตามแบบมาตรฐานประเมินค่าระดับ (Rating Scale) 5 ระดับ

(2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย คือ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ 3 คน ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามความคิดเห็นสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิที่มีผลต่อรูปแบบและความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต้นแบบโดยออกแบบการประเมินตามแบบมาตรฐานประเมินค่าระดับ (Rating Scale) 5 ระดับ

(3) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

โดยประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาแล้วจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจ โดยออกแบบการประเมินตามแบบมาตรฐานประเมินค่าระดับ (Rating Scale) 5 ระดับ

1.4.4 ตัวแปรที่ศึกษา

ในการศึกษาศิลปะสมัยลพบุรีเพื่อประยุกต์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ส่งเสริมอัตลักษณ์ร่วมสมัยจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปร ที่ใช้ในงานวิจัย ดังนี้

ตัวแปรต้น คือ ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ประยุกต์จากลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรี

ตัวแปรตาม คือ ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

1.5.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกสิ่งนี้ไปและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ศึกษาประวัติและความเป็นมาจังหวัดลพบุรี
- ศิลปะศิลปะสมัยลพบุรี
- ศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นและต้นทุนทางวัฒนธรรม

- ศึกษาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี
- ศึกษา แผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี
- ศึกษาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
- ศึกษาหลักการออกแบบลวดลายและการสร้างอัตลักษณ์
- ศึกษาหลักการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
- ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย

1.5.2 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.5.3 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1.5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.5.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ จากการสำรวจ สัมภาษณ์ และสอบถาม

- (1) การสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ศิลปะและเจ้าหน้าที่ประจำโบราณสถานในท้องถิ่น
- (2) การสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบลวดลาย
- (3) การสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์
- (4) การสังเกตและจดบันทึก กระบวนการและกรรมวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น

1.5.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ จากการค้นคว้าและวิเคราะห์เอกสาร บทความ หนังสือ สื่อออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.5.5 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาแนวคิดในการพัฒนาลวดลาย

1.5.5.1 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการประยุกต์ลวดลาย

1.5.5.2 วิเคราะห์ความเป็นไปได้และความเหมาะสมในการออกแบบ

1.5.5.3 กำหนดแนวทางในการออกแบบ

1.5.6 ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาลวดลาย

1.5.6.1 แบบร่างลวดลายครั้งที่ 1 ตามแนวทางการออกแบบที่ตั้งไว้

1.5.6.2 แบบร่างลวดลายครั้งที่ 2 โดยนำแบบร่างลวดลายครั้งที่ 1 มาพัฒนาต่อให้

สมบูรณ์

1.5.6.3 คัดเลือกลวดลายที่พัฒนาสมบูรณ์แล้วพร้อมนำไปประยุกต์ใช้งาน

1.5.6.4 จัดเก็บเป็นฐานข้อมูลด้านลวดลายสำหรับผู้ผลิตในชุมชนนำไปเป็นทางเลือกใน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.5.7 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์

1.5.7.1 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการออกแบบ

1.5.7.2 วิเคราะห์คุณสมบัติของวัสดุเพื่อนำไปใช้ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

1.5.7.3 กำหนดแนวทางในการออกแบบ

1.5.8 ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนา

- 1.5.8.1 แบบร่างครั้งที่ 1 ตามแนวทางการออกแบบที่ตั้งไว้
- 1.5.8.2 แบบร่างครั้งที่ 2 โดยนำแบบร่างครั้งที่ 1 มาพัฒนาต่อให้สมบูรณ์
- 1.5.8.3 คัดเลือกแบบร่างเพื่อนำไปสร้างเป็นแบบจำลอง
- 1.5.8.4 สร้างแบบจำลองเพื่อทดสอบความเป็นไปได้ในด้านต่างๆ
- 1.5.8.5 สรุปผลเพื่อนำไปสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

1.5.9 ขั้นตอนการทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

1.5.10 ประเมินระดับความพึงพอใจ ของผู้บริโภคที่สนใจซึ่งมีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

1.5.11 สรุปผลและชี้แจงข้อเสนอแนะ

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับในการวิจัย

1.6.1 ได้รับองค์ความรู้ทางประวัติศาสตร์ศิลปะในสมัยลพบุรี อันเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมที่อยู่คู่ท้องถิ่น สะท้อนถึงความรุ่งเรืองในอดีตและภูมิปัญญาอันชาญฉลาดของบรรพบุรุษ จากการศึกษา รากวัฒนธรรม นำสู่การสืบสาน ต่อยอด เพื่อการอนุรักษ์ การศึกษา การท่องเที่ยวและการสร้างสรรค์ ตามนโยบายของภาครัฐ

1.6.2 ได้แนวทางในการพัฒนาจากการนำเอาความรู้ด้านศิลปะมาประยุกต์ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น

1.6.3 ได้เผยแพร่และถ่ายทอดศิลปะสมัยลพบุรี เพื่อเป็นการยกระดับศิลปะท้องถิ่นให้ชนรุ่นหลัง นักท่องเที่ยวและผู้สนใจได้รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น

1.6.4 เป็นฐานข้อมูลด้านลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรี ที่ประยุกต์จากตัวตนท้องถิ่น และศิลปกรรมอันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่บรรพบุรุษสร้างสรรค์ไว้ สำหรับเป็นแนวทางหรือทางเลือกให้กับองค์กรที่เกี่ยวข้องหรือผู้ผลิตในท้องถิ่นสามารถนำไปประยุกต์ สร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆของตนได้

1.6.5 ได้ทราบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่สนใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ประยุกต์จากลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรี ที่ได้รับการพัฒนาขึ้น

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

1.7.1 การศึกษา หมายถึง ขั้นตอนการแสวงหาความรู้ โดยค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่างๆในการวิจัยได้แก่ การค้นคว้าหนังสือ ตำรา การลงพื้นที่สำรวจโบราณสถาน สอบถาม และสัมภาษณ์

1.7.2 ศิลปะลพบุรี หมายถึง ศิลปกรรมแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในเมืองลพบุรี ช่วงกลางพุทธศตวรรษที่ 18 ถึง พ.ศ.1893 หลังวัฒนธรรมขอมและก่อนสมัยอยุธยา มีลักษณะเฉพาะตนที่พัฒนามาจากศิลปะเขมร และพัฒนาส่งต่อไปยังศิลปะไทยสมัยอยุธยา มีหลักฐานหลงเหลืออยู่เป็นประติมากรรมและสถาปัตยกรรมที่มีลักษณะสวยงามเป็นเอกลักษณ์ ทรงคุณค่าแก่การศึกษาและอนุรักษ์

1.7.3 อัตลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะอันเป็นตัวตน ที่แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะที่แตกต่างของแต่ละพื้นที่ แต่ละภูมิภาค หรือแต่ละชุมชน ที่มีไม่เหมือนกัน เป็นผลให้เกิดข้อได้เปรียบแก่ท้องถิ่นนั้นๆ ที่สามารถนำความแตกต่างนี้มาใช้ประโยชน์ในการสร้างความโดดเด่น ความน่าสนใจ ให้แก่ท้องถิ่น เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างอาชีพ ตลอดจนยังสามารถดึงดูดมาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ ผลิตภัณฑ์ หรือบริการของชุมชนได้อีกด้วย

1.7.4 ทู่นวัตกรรม หมายถึง มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติที่บรรพบุรุษได้สั่งสมและสร้างสรรค์ไว้จนสืบทอดมาเป็นมรดกวัฒนธรรมให้แก่อนุชนได้นำมาศึกษาเรียนรู้และซาบซึ้งในสุนทรียะแห่งความงดงามของเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย

1.7.5 ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงความความงาม คุณค่า หรือความรู้สึกที่เคยมีมาในอดีต มาผสานร่วมยุคกับปัจจุบัน ให้ตอบสนองความต้องการของสภาพชีวิตในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป คงไว้ซึ่งกลิ่นไอของอดีตและมีประโยชน์ใช้สอยเข้ากับบริบทในปัจจุบัน

1.7.6 ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชื่นชอบของผู้บริโภคที่สนใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ประยุกต์จากกลยุทธ์ส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาศิลปะลพบุรีเพื่อประยุกต์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ส่งเสริมอัตลักษณ์ร่วมสมัยจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งการลงพื้นที่สำรวจเพื่อเก็บข้อมูลปฐมภูมิและการค้นคว้ารวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งที่มา อันเป็นประโยชน์และสนับสนุนงานวิจัยนี้สู่แนวทางการออกแบบและพัฒนาที่มีประสิทธิภาพโดยมีรายละเอียดตามลำดับต่อไปนี้

- 2.1 ศึกษาประวัติและความเป็นมาของจังหวัดลพบุรี
- 2.2 ศึกษาศิลปะลพบุรี
- 2.3 ศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นและต้นทุนทางวัฒนธรรม
- 2.4 ศึกษาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี
- 2.5 ศึกษาแผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี
- 2.6 ศึกษาหลักการออกแบบลวดลายและการสร้างอัตลักษณ์
- 2.7 ศึกษาหลักการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 2.8 ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย
- 2.9 ศึกษาความพึงพอใจ
- 2.10 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ศึกษาประวัติและความเป็นมาของจังหวัดลพบุรี

2.1.1 ความเป็นมาของจังหวัดลพบุรี

เมืองลพบุรี ละครหรือละโว้ เมืองเก่าแก่ที่เคยรุ่งเรืองในอดีต ผ่านกาลเวลามาหลายยุคหลายสมัย เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานนับตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ ด้วยลักษณะภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการตั้งถิ่นฐานดินแดนแห่งนี้มีความอุดมสมบูรณ์ทั้ง ทรัพยากรธรรมชาติ ที่ครอบคลุมเหมาะสมต่อการเพาะปลูก และมีการถือกำเนิดของชุมชนยุคก่อนประวัติศาสตร์เกิดขึ้นมานานแล้วหลายพันปี จากหมู่บ้านขนาดเล็กขยายสู่ชุมชนขนาดใหญ่ มีการติดต่อสัมพันธ์กันเกิดเป็นสังคมขึ้น และรู้จักการประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้ตลอดจนเครื่องปั้นดินเผาสำหรับการอำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิตอย่างชาญฉลาด ทั้งยังมีความเชื่อความศรัทธาในการประกอบพิธีศพของคนในยุคนั้น อันเห็นได้จากหลักฐานทางโบราณคดีที่ถูกขุดค้นพบขึ้น ณ แหล่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาว ตำบลห้วยขุนราม อำเภอพัฒนานิคม ที่แสดงถึงอารยธรรมการอยู่อาศัยของมนุษย์ที่มีมาไม่น้อยกว่า 3,000-4,000 ปีก่อนประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ยังมีการค้นพบหลักฐานทางโบราณคดีของยุคต่อมา เอกสารพงศาวดาร และศิลาจารึกต่างๆ ที่กล่าวถึงเมืองลพบุรีในช่วงพุทธศตวรรษที่ 11-15 จากพงศาวดารเหนือกล่าวถึงพระยาภาววรรัตนดิศได้ให้พราหมณ์ยกพลมาสร้างเมืองละโว้ตั้งแต่ พ.ศ.1002 นอกจากนี้ยังมีตำนานชินกาลมาลีปกรณ์กล่าวถึงการสร้างเมืองหริภุญไชยใน พ.ศ.1204 ต่อมาอีก 2 ปี คือ พ.ศ.1206 ได้ส่งทูตล่องลำน้ำปิงไปเมืองลพบุรีขอลงชื่อสายกษัตริย์แห่งลพบุรีให้ไปปกครอง กษัตริย์ลพบุรีจึงได้พระราชทานพระนางจามเทวี พระราชธิดา ให้ไปครองเมืองหริภุญไชย ชื่อเมืองลพบุรีในตำนานชินกาลมาลีปกรณ์เป็นที่ยอมรับว่าเป็นที่ยอมรับว่าเป็นเมืองลพบุรีในปัจจุบัน จึงสรุปได้ว่าลพบุรีคงเป็น

เมืองสำคัญเมืองหนึ่งแคว้นแคว้นอื่นจึงได้ยอมรับและขอเชื้อสายไปปกครอง

ในระยราชพุทธศตวรรษที่ 16-18 ละโว้หรือลพบุรีได้ตกอยู่ภายใต้อำนาจทางการปกครองของอาณาจักรกัมพูชาเป็นครั้งคราว อันเป็นยุคเรืองอำนาจของอาณาจักรขอมผู้ทรงแสงยานุภาพที่สุดแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในยุคนั้น ที่มีการแผ่ขยายอำนาจมายังพื้นที่บางส่วนของประเทศไทยและประเทศใกล้เคียง จึงได้มีการถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมขอมและเทคโนโลยีของยุคนั้น เช่น การก่อสร้างสถาปัตยกรรม ระบบชลประทานต่างๆ มายังประเทศไทยในบางพื้นที่ อันได้แก่ที่ราบลุ่มภาคกลาง ภาคอีสานและภาคตะวันออก รวมถึงเมืองละโว้ซึ่งตั้งอยู่บนที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาในภาคกลางปลายพุทธศตวรรษที่18 เกิดความอ่อนแอในอาณาจักรกัมพูชาทำให้รัฐต่างๆ ที่เคยอยู่ใต้อาณาจักรปลีกตัวเป็นอิสระ รวมทั้งละโว้ด้วย ในราวพุทธศตวรรษที่ 19 ปรากฏหลักฐานว่าเมืองลพบุรีน่าจะเป็นเมืองที่พระเจ้าอู่ทองเคยครองราชย์มาก่อนที่จะย้ายไปสถาปนาอาณาจักรอยุธยาและในสมัยกรุงศรีอยุธยาเมืองที่ลพบุรีเจริญรุ่งเรืองที่สุด เพราะสมเด็จพระนารายณ์มหาราช (ครองราชย์ พ.ศ.2199-2231) ได้สถาปนาลพบุรีเป็นราชธานีที่สอง หลังแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราชแล้วลพบุรีขาดความสำคัญลงมากจนกระทั่งถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 4 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ได้โปรดสถาปนาเมืองลพบุรีเป็นที่ประทับอีกแห่งหนึ่ง หลังจากนั้น เมื่อถึงสมัย จอมพลป. พิบูลย์สงครามขึ้นเป็นนายกรัฐมนตรี ได้สร้างเมืองลพบุรี ให้กลายเป็นเมืองทหาร ดังคำขวัญประจำจังหวัดลพบุรีที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดลพบุรีเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ความหลากหลายและต่อเนื่องทางวัฒนธรรมที่ยาวนานกว่า 3,000 ปี ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์จวบจนปัจจุบัน ว่า

“วังนารายณ์คู่บ้าน ศาลพระกาฬคู่เมือง ปรางค์สามยอดลือเลื่อง เมืองแห่งดินสอพอง เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์เกริกก้อง แผ่นดินทองสมเด็จพระนารายณ์ ”

(สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.2556)

2.1.2 ลักษณะโดยทั่วไปของจังหวัดลพบุรี

2.1.2.1. ลักษณะทางภูมิศาสตร์

(1) ที่ตั้งและอาณาเขต จังหวัดลพบุรีตั้งอยู่ในภาคกลางของประเทศไทย ระหว่างเส้นรุ้งที่ 47 องศา 37 ลิปดาเหนือและเส้นแวงที่ 100 องศา 25 ลิปดาตะวันออก อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไปทางเหนือตามเส้นทางหลวงหมายเลข 1 ถนนพหลโยธิน ประมาณ 155 กิโลเมตร หรือทางรถไฟสายเหนือประมาณ 133 กิโลเมตร มี พื้นที่ 6,586.67 ตารางกิโลเมตร แบ่งออกเป็น 11 อำเภอและมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดต่างๆ 8 จังหวัดดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้นำไปเผยแพร่ในสื่อออนไลน์หรือสื่อใดๆที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.1 แผนที่อาณาเขตติดต่อและอำเภอในจังหวัดลพบุรี

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี.2557

- ทิศเหนือติดต่อกับเพชรบูรณ์และนครสวรรค์
- ทิศใต้ติดต่อกับพระนครศรีอยุธยาและสระบุรี
- ทิศตะวันออกติดต่อกับนครราชสีมาและชัยภูมิ
- ทิศตะวันตกติดต่อกับสิงห์บุรีและอ่างทอง

(2) ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดลพบุรีแบ่งออกเป็น2ส่วนใหญ่ๆคือ

- ที่ราบลุ่ม มีพื้นที่ 1,170 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ราบตอนกลางของอำเภอเมืองลพบุรีบริเวณหมู่บ้านสะพานอิฐและหมู่บ้านหินสองก้อนจะมีดินสีขาวยที่สามารถนำมาทำดินสอพองได้และดินสอพองของจังหวัดลพบุรีได้ชื่อว่าเป็นดินสอพองที่ดีที่สุดของเมืองไทย
- ที่ราบสลับเนินเขาและภูเขาเนื้อที่ 4,816.67ตารางกิโลเมตร

2.1.2.2. ลักษณะภูมิอากาศ

สภาพโดยทั่วไปมีภูมิอากาศแบบร้อนชื้น มีอุณหภูมิเฉลี่ย 28.3 องศาเซลเซียส มีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยปีละประมาณ 1,147.6 มิลลิเมตรสำหรับมีฤดูกาลต่างๆมี 3 ฤดู คือ

- ฤดูร้อน ระหว่างเดือน มีนาคม-พฤษภาคม อากาศจะร้อน และแห้งแล้ง
- ฤดูฝน ระหว่างเดือนมิถุนายน-ตุลาคม อากาศจะชุ่มชื้นในเดือนกันยายน
- ฤดูหนาว ระหว่างเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ อากาศจะหนาวเย็นกับร้อน

2.1.3 ประชากรในพื้นที่

ผู้คนในจังหวัดลพบุรีส่วนใหญ่เป็นชาวไทยภาคกลาง และมีชนเชื้อสายจีนปะปนอยู่ทั่วไป นอกจากนี้ยังมีชนเชื้อสายลาว ลาวพวน ส่วนใหญ่อยู่ในท้องที่อำเภอบ้านหมี่ ชนเชื้อสายมอญอาศัยอยู่ในเขตท้องที่ตำบลบางขันหมาก อำเภอเมืองลพบุรี ซึ่งชนเชื้อสายต่างๆ นี้ยังคงรักษาวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ประเพณี ภาษาพูดที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง แต่ก็สามารถปรับตัวให้เข้ากับประชากรส่วนใหญ่ได้ดี จังหวัดลพบุรีมีประชากร รวมทั้งสิ้น 839,397 คน

2.1.4 ประเพณีและวิถีชีวิต

ประเพณีและวิถีชีวิตท้องถิ่นของชาวลพบุรีนั้นมีหลากหลายรูปแบบแตกต่างกันไปตามความเชื่อของคนแต่ละพื้นที่ที่มีเชื้อสายที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็น ชาวไทยพวน ยวน มอญ ลาวเงี้ยว และไทยเบิ้ง ซึ่งต่างก็มีที่มาจากหลากหลายถิ่น อพยพมาตั้งรกราก ได้หอบนำเอาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของตนติดตัวมาพร้อมทั้งสืบทอดสู่รุ่นลูกรุ่น หลานและรักษาไว้จวบจนปัจจุบัน ซึ่งมีเอกลักษณ์ที่มีเสน่ห์และน่าสนใจ ดังต่อไปนี้

2.1.4.1 ประเพณี

(1) ประเพณีกำฟ้า เป็นประเพณีสำคัญที่ชาวไทยพวนทุกแห่งได้ยึดถือปฏิบัติต่อเนื่องกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ คำว่า"ประเพณีกำฟ้า" มีความหมายดังนี้คำว่า "กำ" ในภาษาพวนหมายถึง การนับถือสักการะคำว่า "ฟ้า" หมายถึงเจ้าฟ้า เจ้าแผ่นดิน หรือผู้ที่อยู่สูงเทียมฟ้า คือเทวดา และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ไม่อาจมองเห็นได้ คำว่า "กำฟ้า" หมายถึงการนับถือฟ้า สักการบูชาฟ้า เป็นงานบุญพื้นบ้านอย่างหนึ่งของชาวไทยพวนโดยเชื่อกันว่า เมื่อได้มีการทำบุญประกอบพิธีกรรมตั้งบายศรีและประกาศขอพรจากเทวดาผู้รักษาผากฟ้า แล้วเทวดาจะบันดาลให้ฝนตกต้องตามฤดูกาล

(2) ประเพณีตักบาตรดอกไม้ คือการนำดอกไม้ รูป เทียน ถวายพระก่อนที่พระเข้าโบสถ์ในวันเข้าพรรษา มีความเป็นมาจากพุทธตำนาน กล่าวถึงสมัยพุทธกาล พระพุทธเจ้า ได้เสด็จโปรดสัตว์ในกรุงพาราณสี วันหนึ่งได้เสด็จพระราชดำเนินมาถึงอุทยานพระเจ้าพิมพิสารมีคนสวนหลวง

ผู้หนึ่ง บังเกิดความเลื่อมใสจึงถวายดอกไม้ที่เก็บจากสวนหลวงทั้งหมด ให้แก่มหาบุรุษโดยมิได้ทราบมาก่อนคือ พระพุทธเจ้า อาณิสสแห่งการถวายดอกไม้แก่ผู้มีพระภาคเจ้าทำให้เกิดสิ่งมงคลแก่ชีวิตคนสวนมากมาย

(3) ประเพณีใส่กระจาด เป็นประเพณีหนึ่งของชาวไทยพวนในอำเภอบ้านหมี่ วันที่กำหนดโดยจะจัดขึ้นพร้อมกับทำบุญพระเวส บุญมหาชาติ หรือในงานเทศน์มหาชาติ หลังวันออกพรรษา ทางวัดก็จะส่งหนังสือกัณฑ์เทศน์ไปตามวัดต่างๆ เพื่อให้วัดต่างๆ ส่งพระมาร่วมเทศน์ ก่อนวันเทศน์ 1 วัน เรียกว่า "วันตั้ง" คือ "วันใส่(เสื่อ)กระจาด" ก่อนถึงวันใส่กระจาด 1 วัน เรียกว่า "วันตอนสาว" บ้านไหนที่จะทำพิธีใส่กระจาดเจ้าของบ้านจะชวนลูกสาว หลานสาวของเพื่อนบ้านที่คุ้นเคยมาช่วยกันทำขนม ห่อข้าวต้ม ต้มข้าวปุ้น(ขนมจีน) และต้อนรับแขกที่จะมาในงานบุญใส่กระจาดที่บ้าน วันนี้ช่วงเย็นๆ จะมีหนุ่มๆ หมู่บ้านใกล้เคียง และหนุ่มในหมู่มบ้านเดียวกันมาช่วยกันทำขนมจีนกันอย่างสนุกสนาน เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้หนุ่มสาวได้พบปะพูดคุย และช่วยกันเตรียมอาหารสำหรับเลี้ยงแขกในวันรุ่งขึ้น

(4) ประเพณีกวนข้าวทิพย์ เป็นประเพณีที่สืบเนื่องมาตั้งแต่สมัยพุทธกาลก่อนที่สัมมาสัมพุทธเจ้าจะตรัสรู้ โดยนางสุชาดา ธิดาของเศรษฐีหมู่บ้านเสนานิคม ได้นำอาหารซึ่งกวนด้วยข้าวมธุปายาส ไปบวงสรวงเทพยดาที่ใต้ต้นนิโครธ ในวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำ เดือน 6 ได้พบพระพุทธองค์ประทับอยู่ใต้ต้นนิโครธเข้าใจว่าเป็นเทพยดา จึงได้ข้าวมธุปายาสไปถวาย เมื่อพระพุทธองค์ทรงเสวยเสร็จแล้ว ได้ทรงนำถาดทองที่ใส่ข้าวมธุปายาสนั้นไปลอยน้ำ และทรงอธิษฐานว่า ถ้าหากพระองค์จะได้ตรัสรู้ก็ขอให้ถาดทองนั้นลอยทวนน้ำขึ้นไป เมื่อพระองค์ทรงวางถาดลงในน้ำ ก็ปรากฏว่า ถาดทองลอยทวนน้ำขึ้นเหนือน้ำดังคำอธิษฐาน ซึ่งพระองค์ทรงถือว่าภักตอาหารมือนั้นได้มีส่วนทำให้พระองค์ได้สำเร็จและตรัสรู้ร้อยสี่ 4 ได้

(5) ประเพณีรำผีโรง ผีโรง เป็นผีประจำต้นตระกูลซึ่งจะอยู่ที่บ้านของผู้นำตระกูลตระกูลหนึ่งจะมีผีโรงตนหนึ่ง การรำถวายผีโรงจะทำทุก 4 ปี ถือเป็นกรรรมญาติพี่น้อง ก่อนจะทำพิธีรำผีโรงจะต้องตระเตรียมไม้ไผ่มาสร้างโรงเลี้ยงผีกลางลานบ้าน ใช้แฝกมุงหลังคา 103 ตับ ใช้ฝือกทำเป็นชั้นสำหรับวางสิ่งของเพื่อส่งเวรแสดงความเคารพต่อผีโรง เตรียมทำอาหารคาวหวานที่จะใช้เป็นเครื่องสังเวยให้เสร็จ อาทิ ขนมต้มแดง ขนมต้มขาว มะพร้าวผ่าซีก กล้วย กล้วย กล้วย กล้วย ฯลฯ อาหารที่จัดไว้ อาจมีตั้งแต่ 12-50 จาน ที่สำคัญต้องจัดเตรียมของใช้สำหรับผีโรงให้เรียบร้อย ซึ่งประกอบด้วย เสื้อผ้า ผ้าขาวม้า มีดดาบ ถ้าสิ่งของเหล่านี้ชำรุดให้ซ่อมแซมให้เสร็จสมบูรณ์ก่อนวันงาน

(6) การละเล่นผีนางกวั๊ก จะเล่นในยามค่ำคืนระยะเดือน 6 เช่นเดียวกับผีชะนาก อุปรกรรมมีส้มปลา เสื่อ ไม้คาน และกระดิ่ง ซึ่งต้องเป็นของแม่หม้าย ผู้หญิง 2 คนจะแต่งส้มปลาใส่เสื่อแล้วสวมไม้คานนำออกไปเรียกผีนอกบ้าน บริเวณลานบ้านจะเตรียมกระดิ่งใส่ข้าวเปลือกหรือทรายไว้ เมื่อผีเข้าส้มหรือกวั๊กแล้วจะนำเข้ามาตั้งข้างๆ กระดิ่ง คนที่ล้อมวงเข้ามาจะตั้งคำถามให้ผีนางกวั๊กทำนายทายทักเช่นปีนี้ น้ำจะดีไหม ข้าวปลาจะบริบูรณ์ดีไหม หรืออาจจะถามเรื่องส่วนตัว เรื่องเนื้อคู่ เป็นต้น กวั๊กจะทำนาย โดยการเขียนบอกบนข้าวเปลือก หรือบนทรายเป็นการละเล่นในยามว่าง และคำทำนายจะช่วยสร้างขวัญกำลังใจ ให้แก่ชาวบ้านในการประกอบอาชีพ และการดำรงชีพได้ทนทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีก 2.1.4.2 วิถีชีวิต

(1) พวน ชาวพวน หรือไทยพวน เป็นกลุ่มชนที่มีอยู่กระจัดกระจายหลายจังหวัดในประเทศไทย ถิ่นฐานดั้งเดิมของชาวพวนอยู่ที่เมืองพวน ซึ่งอยู่ทางด้านเหนือของเมืองเชียงขวาง

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ชาวพวนได้อพยพเข้ามาอยู่ในประเทศไทยหลายครั้งด้วยกัน คือ สมัยกรุงธนบุรีตอนปลาย สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก สมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวในครั้งที่ไทยยกทัพไปปราบฮ่อ ซึ่งชาวพวนที่อพยพมาแต่ละครั้งจะกระจายไปอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ เช่น สุพรรณบุรี สระบุรี นครนายก ปราจีนบุรี ลพบุรี ราชบุรี สุโขทัย ฉะเชิงเทรา เป็นต้น สำหรับชาวพวนที่เข้าไปตั้งรกราก ในจังหวัดลพบุรีนั้น จะตั้งรกรากอยู่ที่ตำบลบ้านเช่า อำเภอสนามแจง ซึ่งต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอบ้านหมี่ ชาวพวนในอำเภอบ้านหมี่นั้นอพยพเข้ามาอยู่ในประเทศไทยสมัยโดยยากที่จะกำหนดให้แน่ชัดได้ แต่ชาวไทยพวนบ้านหมี่ที่สูงอายุบอกเล่าต่อกันมาถึงเหตุที่อพยพมาเพราะหนีพวกฮ่อ และพวกแกว และจากหลักฐานด้านวัตถุประกอบคำบอกเล่าดังกล่าว ทำให้ทราบว่าชาวไทยพวนอพยพเข้ามาในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้า มากที่สุด และรองลงไปคือ สมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว

(2) ลาวแง้ว คือ กลุ่มพูดภาษาลาวที่มีถิ่นฐานเดิมอยู่ที่เวียงจันทน์และหลวงพระบางและได้อพยพเข้ามาอาศัยอยู่ในภาคกลางประเทศไทยนานนับศตวรรษก่อน โดยการถูกกวาดต้อนรวมทั้งสมัครใจโยกย้ายถิ่นฐาน ครั้งสำคัญของการย้ายถิ่นฐานน่าจะเป็นคราวสงครามกับเจ้าอนุวงศ์เวียงจันทน์ (พ.ศ. 2369-2371) ที่ได้มีการกวาดต้อนชาวลาวจากหัวเมืองพวน เมืองเชียงขวาง เมืองเวียงจันทน์ เมืองหลวงพระบางเข้ามาตั้งถิ่นฐานที่ลพบุรี สระบุรี สุพรรณบุรีและจังหวัดอื่นๆ มากมาย มีลาวแง้วถูกกวาดต้อนมาในคราวนั้นเป็นจำนวนมากด้วย

(3) ชาวมอญ ตั้งถิ่นฐานกระจัดกระจายอยู่ทั่วไปในเขตภาคกลางและภาคเหนือบางส่วน ในลพบุรีก็มีชาวมอญตั้งถิ่นฐานอยู่ แต่ไม่ใช่กลุ่มใหญ่เมื่อเทียบกับชุมชนมอญแถบอำเภอบางกรวด สามโคก หรือบ้านโป่ง โพธาราม แต่สิ่งหนึ่งที่เป็นลักษณะร่วมกันคือ ชาวมอญมักอยู่อาศัยตามริมแม่น้ำ ชาวมอญที่ลพบุรียึดสองฝั่งลำน้ำลพบุรีเป็นที่ตั้งชุมชนมีชื่อว่า "มอญบางชันหมาก" เชื่อกันว่าอพยพมาจากอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี และอำเภพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยเดินเรือจากแม่น้ำเจ้าพระยาขึ้นมาตามลำน้ำลพบุรี "จากการศึกษาของ เทิดศักดิ์ มหาเรือนทรง เรื่อง "เรือนมอญที่ลพบุรี" พบว่า ชาวมอญได้อพยพมาตั้งถิ่นฐานอยู่ที่บางชันหมากก่อน พ.ศ. 2393 หรือเมื่อเกือบ 150 ปีมาแล้ว "

(4) ยวน คนกลุ่มนี้พื้นเพเดิมอยู่แถบล้านนาไทย และมีไทยยวนกลุ่มหนึ่งถูกกวาดต้อนมาอยู่แถบลุ่มน้ำป่าสักตอนล่าง คือไทยยวนจากเมืองเชียงแสน (ปัจจุบันอยู่ในจังหวัดเชียงราย) ถูกกวาดต้อนมาโดยกองทัพสยามใน พ.ศ. 2347 ตรงกับรัชกาลพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ให้มาตั้งบ้านเรือนที่ริมแม่น้ำป่าสักที่อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรีและมีชาวไทยยวนบางกลุ่ม ได้กระจายตัวไปตามลำแม่น้ำป่าสักตอนบน ขึ้นไปตั้งบ้านเรือนปะปนอยู่กับหมู่ชาวไทยลาว

(5) ไทยเบ็ง ไทยเทิงหรือไทยโคราช เป็นกลุ่มชนอีกท้องถิ่นหนึ่ง ที่ตั้งบ้านเรือนอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำป่าสัก และยังตั้งถิ่นฐานกระจัดกระจายอยู่ในจังหวัดอื่นๆ ไทยเทิงหรือไทยโคราชกลุ่มนี้มีชื่อเรียกหลายชื่อ แต่เป็นกลุ่มเดียวกันจึงมีคำจำกัดความไว้สำหรับคนไทยกลุ่มนี้ว่า "เป็นกลุ่มที่ใช้ภาษาไทยภาคกลางเพี้ยน เหน่อ น้ำเสียงห้วนสั้น ภาษาที่นิยมพูดจะลงท้ายประโยคด้วยคำว่า 'เบ็ง' ชาวไทยเบ็งมีขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมคล้ายกลุ่มชนไทยภาคกลาง แต่ยังมีลักษณะบางอย่าง ที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชน เช่น ภาษา ความเชื่อ เพลงพื้นบ้าน เครื่องมือเครื่องใช้ ในการประกอบอาชีพ การทอผ้ารวมทั้งการละเล่นต่างๆ

2.1.5 สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

สภาพทางเศรษฐกิจ ประชากรส่วนใหญ่ของจังหวัดลพบุรีประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรม ทำนา ทำไร่ แต่มีแนวโน้มพัฒนาด้านเศรษฐกิจเป็นอุตสาหกรรมมากขึ้น มีการตั้งโรงงานผลิตชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร เช่น โรงงานผลิตเมล็ดพันธุ์พืชและอบเมล็ดพันธุ์พืช โรงงานผลิตอาหารสัตว์ โรงงานผลิตน้ำตาลทรายขาว โรงงานฆ่าและชำแหละไก่ โรงงานฟักไข่ ทำให้ประชากรมีแนวโน้มเปลี่ยนจากเกษตรกรเป็นอาชีพรับจ้างมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามอาชีพเกษตรกรรมยังนับเป็นอาชีพพื้นฐานของจังหวัดอยู่โดยประชากรในจังหวัดลพบุรีประมาณร้อยละ 70 ประกอบอาชีพเกษตรกรรมหลายสาขา เช่น การกสิกรรม การเลี้ยงสัตว์ และการประมง เป็นต้น การกสิกรรม คืออาชีพการทำนาทำไร่ ปลูกพืชผักผลไม้ทั่วไปซึ่งสามารถแบ่งประเภทกสิกรรมได้แก่ การทำนา การทำไร่ และการทำสวน การปศุสัตว์ สัตว์ที่พบทั่วไปในจังหวัดลพบุรีส่วนใหญ่เลี้ยงเป็นเชิงธุรกิจมีการทำฟาร์มขนาดใหญ่ และขนาดเล็ก สัตว์ที่เลี้ยงได้แก่ ไก่ โค สุกร นอกจากนี้และการเลี้ยงไก่ การประมง ส่วนใหญ่เป็นการประมงน้ำจืดจากแหล่งน้ำธรรมชาติ เช่น แม่น้ำลพบุรี แม่น้ำป่าสัก แม่น้ำบางขามลำน้ำสนธิ แต่ปริมาณที่ได้ไม่พองเพียงพอ จึงมักมีการเลี้ยงปลาเศรษฐกิจในนาข้าว ในกระชังและในบ่อเลี้ยง

หัตถกรรมพื้นบ้าน จากการสร้างสรรค์ข้าวของเครื่องใช้ต่างๆขึ้นใช้สอยด้วยมือของคนในท้องถิ่น แสดงถึงสัมพันธ์เชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ สังคม ขนบธรรมเนียมประเพณีและความ เป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น หัตถกรรมพื้นบ้านของจังหวัดลพบุรีมีการสร้างอยู่ทั่วไปบางชนิดใช้วัตถุดิบ ที่มีอยู่มากในพื้นที่มาสร้างสรรค์เป็นข้าวของเครื่องใช้ และแปรเป็นรายได้จุลเจือครอบครัว และบาง ชนิดนั้นต้องนำเข้าวัตถุดิบมาจากที่อื่น หัตถกรรมพื้นบ้านที่สำคัญของจังหวัดลพบุรี มีดังนี้

2.1.5.1 งานหัตถกรรมประเภทเครื่องจักสาน มีการทำทั่วไปทุกอำเภอ ทั้งนี้เพราะวัสดุที่ใช้ทำงานจักสานมีอยู่ทั่วไป ส่วนแหล่งผลิตที่มีชื่อคือที่ อำเภอบ้านหมี่ ที่สามารถผลิตเครื่องจักสาน ที่มีลวดลายงดงาม ประณีต สิ่งที่ผลิต ได้แก่ ตะกร้าเครื่องจักสานต่างๆ แต่งานส่วนใหญ่ เป็นงานที่มีผู้สั่งทำหรือสั่งจองแล้วทั้งสิ้น

2.1.5.2 งานหัตถกรรมประเภททอเสื่อกก มีทำเฉพาะที่บ้านท่าดินดำ อำเภอย้ายบาตล จังหวัดลพบุรี เนื่องจากที่หมู่บ้านนี้ปลูกต้นกกกันมากและด้วยการที่ชาวบ้านในหมู่บ้านนี้ได้อพยพมาจากภาคอีสาน จึงนำเอาวิชาการทอเสื่อกกจาก จังหวัดมหาสารคาม ติดตัวมาด้วยและถ่ายทอดกรรมวิธีการผลิตและการทอแก่คนอื่นๆในชุมชนและลูกหลานจากรุ่นสู่รุ่น สร้างอาชีพเสริมโดยใช้เวลาว่างหลังจากการทำไร่ มาทอเสื่อกกและทำผลิตภัณฑ์จากกกขึ้นจำหน่าย

2.1.5.3 งานหัตถกรรมประเภททอผ้า มีการทำในเขตอำเภอเมือง อำเภอโคกสำโรง และอำเภอบ้านหมี่ แต่แหล่งที่ทอผ้าพื้นเมืองมากที่สุดได้แก่ อำเภอบ้านหมี่ โดยเฉพาะในเขต ตำบลบ้านกล้วย บ้านทราย บ้านหินปัก ผู้ที่ทอผ้าในเขตอำเภอบ้านหมี่ มักเป็นชาวบ้านที่มีเชื้อสายมาจากลาวพวน งานทอผ้าที่นับว่าเจริญก้าวหน้า จนสามารถทำเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน

2.1.5.4 งานหัตถกรรมประเภทเจียรไนพลอย มีการทำกันมากในเขตอำเภอบ้านหมี่ พลอยที่นำมาเจียรไน ส่วนใหญ่นำมาจากจังหวัดจันทบุรี

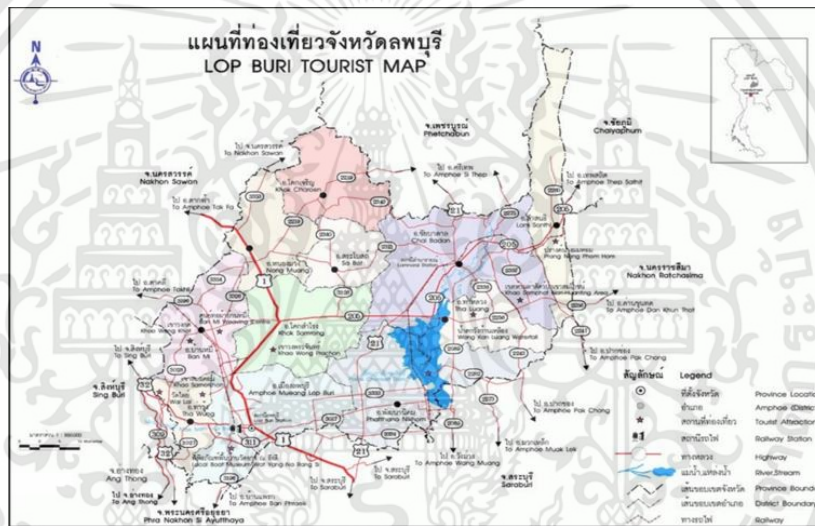
2.1.5.5 งานหัตถกรรมประเภทหล่อโลหะ "เครื่องทองเหลืองบ้านท่ากระยาง" บ้านช่างหล่อทองของลพบุรี ตั้งอยู่บริเวณหลังวัดตองปุ เขตบ้านท่ากระยาง ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี เป็นแหล่งผลิตทองเหลืองที่เก่าแก่มาก งานหล่อรุ่นแรก ทำกันแต่พระชนาตหน้าตัก 5 นิ้ว ราคา 12 บาท สมัยก่อนมีชาวบ้านทำกันเพียง 5-6เจ้าเท่านั้น แต่ปัจจุบันนิยมทำมากขึ้น และนิยม

หล่อพระพุทธรูป เทวรูป งานที่ทำส่วนมากจะเป็นการหล่อพระพุทธรูปปางต่างๆ ทั้งพระประจำวัน พระสมัยเชียงแสน สมัยสุโขทัย และพุทธรูปลักษณะอื่นๆ ตลอดจนเครื่องใช้ทองเหลืองบางประเภท เช่น หม้อน้ำมนตร์ ชาวบ้านทำกระยารงนั้นส่วนมากจะทำส่งร้านในกรุงเทพฯ และบางส่วนส่งร้านพุทธธรรม ในตลาดลพบุรี

อุตสาหกรรมในจังหวัดลพบุรีนั้นมีโรงงานอุตสาหกรรมตั้งอยู่จำนวนมาก โรงงานอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่มีทั้งขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่ซึ่งมีทั้งอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยมีหมวดอุตสาหกรรมที่มีมากที่สุด คือ หมวดอุตสาหกรรมบริการ รองลงมา อุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมแปรรูปไม้ และอุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้น อุตสาหกรรมภายในจังหวัดลพบุรี (แผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี ปี พ.ศ.2557-2560.2557:2-77)

2.1.6 การท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรี

2.1.6.1 แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ



ภาพที่ 2.2 แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรี

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี.2557

จากแผนที่แสดงเส้นทางการท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรี แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดลพบุรีจำแนกเป็นรายประเภท ดังนี้

(1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ

(2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุและศาสนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา

(3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต อนุรักษ์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่ สวน พืช ผัก ผลไม้และเหมืองแร่ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมไปมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ พระปรางค์สามยอดและศาลพระกาฬ พระนารายณ์ราชนิเวศน์

2.1.6.2 งานเทศกาลที่สำคัญของจังหวัดลพบุรี

(1) งานแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราช



ภาพที่ 2.3 งานแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์

ภาพโดย : ประภาพรรณ จันทร์เที่ยง. 2558

ณ บริเวณพระนารายณ์ราชนิเวศ อ.เมือง จ.ลพบุรี เป็นงานประจำปีที่จังหวัดลพบุรีจัดขึ้นเพื่อรำลึกถึงสมเด็จพระนารายณ์มหาราช จะจัดขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ของทุกๆ ปี เพราะถือว่าเป็นเดือนกุมภาพันธ์ เป็นเดือนทรง "พระราชสมภพของสมเด็จพระนารายณ์" ได้เชิญชวนให้ประชาชนผู้ร่วมงานแต่งกายย้อนยุค ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์ มีการจัดขบวนแห่รอบตัวเมืองลพบุรี รำลึกเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ สมัยสมเด็จพระนารายณ์ ซึ่งเรียกความสนใจและความประทับใจ ต่อผู้มาชมงานเป็นอย่างมาก

(2) งานเลี้ยงโต๊ะจีนลิง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลง **ภาพที่ 2.4 เทศกาลโต๊ะจีนลิง** เอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี.2557

จัดขึ้นทุกวันอาทิตย์ สัปดาห์สุดท้ายของเดือนพฤศจิกายน ณ บริเวณศาลพระกาฬและพระ
ปราสาทสามยอดมีฝูงลิงอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก

(3) เทศกาลท่องเที่ยวทุ่งทานตะวันและเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์



ภาพที่ 2.5 ดอกทานตะวัน

ภาพโดย : แผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี.2557

เป็นเทศกาลมีการปลูกทานตะวันมากที่สุดในประเทศไทย คือ ประมาณ 200,000 - 300,000
ไร่ ดอกทานตะวันจะบานสะพรั่งในช่วงเดือนพฤศจิกายน-มกราคม โดยเชิญนักท่องเที่ยวสัมผัสกับ
ความงดงามของธรรมชาติในทุ่งทานตะวันเหลืองอร่ามนับหมื่นไร่ พร้อมๆ กับการเที่ยวเขื่อนป่าสัก
ชลสิทธิ์ ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระราชทานชื่อให้ กับเขื่อนแห่งนี้ สร้างภายใต้โครงการ
พัฒนาลุ่มแม่น้ำป่าสัก อันเนื่องมาจากพระราชดำริ เป็นเขื่อนแกดินเหนียวที่ยาวที่สุดในประเทศไทย

(4) งานเทศกาลกระท้อนหวานและของดีเมืองลพบุรี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปล **ภาพที่ 2.6 เทศกาลกระท้อนหวาน** เอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพโดย : สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. 2559

จังหวัดลพบุรี จัดงานงานเทศกาลกระท้อนหวานเมืองลพบุรีประจำปี ในช่วงเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม ของทุกปี ณ บริเวณ หน้าที่ว่าการอำเภอเมืองลพบุรี

2.1.7 ภาพลักษณ์จังหวัดลพบุรี

ภาพลักษณ์ (Image) ในมุมมองที่ทุกคนรับรู้และเข้าใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันว่า คือ จังหวัดลพบุรี ทั้งในมุมมองของคนในพื้นที่และคนจังหวัดอื่นๆตลอดจนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้าใจตรงกัน โดยสะท้อนออกมาในรูปแบบทรัพยากรจังหวัด ทั้งทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรโบราณสถาน ทรัพยากรสิ่งมีชีวิต (ลิง) รวมไปถึงทรัพยากรทางเศรษฐกิจภาคการเกษตร เป็นต้น สิ่งต่างๆเหล่านี้ถือเป็นอัตลักษณ์บ่งชี้ความเป็นจังหวัดลพบุรี ให้เกิดความแตกต่างและสร้างความน่าสนใจให้แก่จังหวัด ช่วยสนับสนุนด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของจังหวัดให้เจริญเติบโตไปในทิศทางที่ดี ได้แก่



ภาพที่ 2.7 อนุสาวรีย์สมเด็จพระนารายณ์มหาราช

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2559

สมเด็จพระนารายณ์มหาราช พระมหากษัตริย์ลำดับที่ 27 แห่งกรุงศรีอยุธยา ผู้ทรงนำพาความรู้เรื่องมาสู่ลพบุรี ในฐานะราชธานีแห่งที่สอง โดยทรงโปรดให้สร้าง พระราชวัง ชั้นบริเวณริมฝั่งแม่น้ำลพบุรี ตลอดจนโปรดประทับอยู่ ณ เมืองลพบุรีนี้ พระองค์จะแปรพระราชฐานมาอยู่ที่ราชธานีแห่งนี้ในฤดูหนาว ส่วนในฤดูร้อนก็จะแปรพระราชฐานไปอยู่ที่กรุงศรีอยุธยา เมืองลพบุรี จึงเป็นเมืองอนุสรณ์ทางประวัติศาสตร์ของสมเด็จพระนารายณ์มหาราช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.8 เจ้าพ่อพระกาฬ

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง. 2559

เทวรูปเก่าแก่ ตั้งแต่ยุคขอมเข้ามาปกครองเมืองลพบุรี สันนิษฐานว่าอาจเป็นพระวิษณุ หรือพระโพธิสัตว์อวโลกิเตศวร ศิลปะลพบุรี แต่เดิมเจ้าพ่อพระกาฬ มีพระกายสีดำ ไม่มีพระเศียร และพระกรทั้งหมด กล่าวกันว่า เจ้าพ่อพระกาฬได้ไปเข้าฝันผู้ประสงคืท่านหนึ่ง นัยว่าขอพระเศียรและพระกรเท่าที่จะหามาได้ ซึ่งได้มีผู้ศรัทธาได้จัดหาเศียรพระศิลาทรายศิลปะสมัยอยุธยา ส่วนพระกรนั้นได้เพียงสองข้างจากทั้งหมดสี่ข้าง ถือเป็นสิ่งศักดิ์คู่บ้านคู่เมืองจังหวัดลพบุรี ผู้ปกป้องรักษาเมืองละโว้แห่งนี้ให้อยู่เย็นเป็นสุข ชาวลพบุรีถือเป็นลูกเจ้าพ่อพระกาฬ และมักนิยมนำกราบไหว้ขอพร และบนบานศาลกล่าวขอสิ่งต่างๆกัน



ภาพที่ 2.9 วิถีชีวิตคนกับลิง

ภาพโดย : บริษัท มีเดีย สตูดิโอ จำกัด.2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานานาชาติ ไม่อนุญาตให้นำไปแจ้งประโยชน์ด้านการศึกษา
 สำหรับวิถีชีวิตลิงที่อยู่ร่วมกับคนนั้น ถือเป็นเรื่องปกติที่ชาวจังหวัดลพบุรีคุ้นเคยดี จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่นี่ สันนิษฐานว่าลิงเหล่านี้เคยอยู่ที่บริเวณนี้มาช้านาน เพราะพื้นที่บริเวณจังหวัดลพบุรีคือป่าอันอุดมสมบูรณ์ก่อนจะมีการสร้างเมือง และกลายเป็นชุมชนของผู้คนดังเช่นปัจจุบัน แต่

เพราะความชาญฉลาดและการปรับตัวเก่งของลิง ทำให้พวกมันสามารถอาศัยอยู่ร่วมกับสังคมมนุษย์ได้ เป็นที่ตื่นตาตื่นใจและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนเป็นอย่างมาก



ภาพที่ 2.10 พระปรางค์สามยอด

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559

สถาปัตยกรรม สมัยลพบุรี ร่วมสมัยขอมแบบบายน ที่ได้รับความเชื่อทางศาสนาพุทธนิกายมหายาน มาสร้างเป็นศาสนสถาน อันโดดเด่นเป็นสง่า มีลักษณะ คือ พระปรางค์ศิลาสามองค์วางเรียงกันโดยมีมุขกระสันหรือทางเดินเชื่อมถึงกัน ตั้งอยู่ริมรางรถไฟ ใกล้กับศาลพระกาฬ เป็นที่อยู่อาศัยของฝูงลิง เรียกได้ว่าเป็นโบราณสถานคู่บ้านคู่เมืองที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด



ภาพที่ 2.11 ทุ่งทานตะวัน

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ของจังหวัดลพบุรี มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะต่อการทำเกษตรกรรม ทั้งพื้นที่ลุ่มสำหรับทำนาและพื้นที่ดอนอันเหมาะกับการเพาะปลูกพืชไร่ ทานตะวันเป็นอีกหนึ่งพืชเศรษฐกิจที่ได้รับความนิยมปลูกมากในอำเภอพัฒนานิคม กลายเป็นพื้นที่แหล่งอร่าม สวยงาม สมกับคำว่าแผ่นดินทอง เมื่อ

ยามถึงพฤศจิกายนและธันวาคม มักมีนักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวชมและถ่ายรูปเป็นจำนวนมาก ต่อมา จึงมีการจัดเป็นงานเทศกาลขึ้นเพื่อ ส่งเสริมรายได้ให้เกษตรกร



ภาพที่ 2.12 ระเบบาลพบุรี

ภาพโดย : ประภาพรรณ จันทร์เที่ยง.2557

ระเบบาลพบุรี ถูกคิดค้นขึ้นโดยผู้เชี่ยวชาญนาฏศิลป์ไทยจากกรมศิลปากร เป็นระบำโบราณคดี เพลงหนึ่ง โดยนำลักษณะของท่าทางเทวรูป ภาพแกะสลัก รูปปั้น รูปหล่อโลหะและภาพศิลาสลัก ทับหลังเหนือกรอบประตู จากโบราณสถาน ของสมัยลพบุรีมาประยุกต์เป็นท่าร่ายรำที่มีความเป็นเอกลักษณ์แฝงไว้ด้วยกลิ่นไออิทธิพลของมรดกของบพทเพลงที่ไพเราะ ชูดนางรำที่งามดุจตั้งนาง อักษรบพทสลัก สื่อถึงประวัติศาสตร์ที่ยาวนานและความรุ่งเรืองของลพบุรีในอดีตได้อย่างชัดเจน (สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.2556)

2.2 ศึกษาศิลปะลพบุรี

ศิลปะลพบุรี หรือ ศิลปะสมัยลพบุรี นั้นหมายถึง ศิลปกรรมที่เกิดขึ้นในเมืองลพบุรีช่วงกลางพุทธศตวรรษที่ 18 – ปี พ.ศ.1893 หลังจากอำนาจทางวัฒนธรรมเขมรหมดไปจากประเทศไทย โดยเป็นช่วงเวลารอยต่อ ก่อนการสถาปนาก่อตั้งกรุงศรีอยุธยาขึ้นเป็นราชธานี โดยศิลปะยุคนี้เป็นงานศิลปกรรมที่มีความสำคัญมากต่อพัฒนาการทางศิลปะของสมัยอยุธยาตอนต้น เป็นรูปแบบงานศิลปกรรมที่ผสมผสานกลิ่นไอของศิลปะเขมรที่พบในประเทศไทยโดยประยุกต์และพัฒนารูปแบบขึ้นเป็นลักษณะเฉพาะตน ทั้งงานสถาปัตยกรรมและงานประติมากรรม ตลอดจนวัสดุที่ใช้และกรรมวิธีการสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้น รวมระยะเวลากว่า 100 ปี ที่เมืองลพบุรีมีฐานะเป็นศูนย์กลางทางการเมือง การปกครองและเป็นแหล่งกำเนิดงานศิลปกรรมหรืออาจเป็นเมืองหลวงของอาณาจักรละโว้ ตามหลักฐานจากจดหมายเหตุจีน ที่ระบุว่า มีการส่งราชทูตจากเมืองละโว้ไปเจริญสัมพันธไมตรีกับเมืองจีน อันเป็นการแสดงให้เห็นถึงสถานะทางการเมืองที่มีการปกครองด้วยระบอบกษัตริย์ และอาจหมายถึง การเป็นรัฐหรือเป็นอาณาจักรหนึ่งด้วย รวมถึงหลักฐานทางศิลปกรรมที่ปรากฏในสมัยอยุธยาตอนต้น โดยเฉพาะกลุ่มวัดที่มีขนาดใหญ่และวัดสำคัญใจกลางเมือง ได้แก่ งานสถาปัตยกรรมที่นิยมสร้างเจดีย์

ทรงปรากฏเป็นพระประธานของวัด ระบบของแผนผังลั้วนสี่บทอดไปจากวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี รวมทั้งงานประติมากรรมพระพุทธรูป และงานปูนปั้นประเภทลวดลายระยະแรกของอยุธยาที่ สืบทอดมาจากลพบุรีทั้งสิ้น จึงสอดคล้องกับข้อสันนิษฐานที่ว่า ลพบุรีน่าจะเป็นศูนย์กลางที่สำคัญก่อน การสถาปนากรุงศรีอยุธยา

2.2.1 การกำหนดชื่อเรียกศิลปะลพบุรี

คำว่า “ศิลปะลพบุรี” เดิมที หมายถึง ศิลปะเขมรที่พบในประเทศไทย คือ ช่วงพุทธศตวรรษที่ 12-18 แต่เนื่องจากไม่สามารถครอบคลุมระยะเวลาที่พบงานศิลปกรรมทั้งหมดได้ เพราะในช่วงพุทธ ศตวรรษที่ 12 นั้น เมืองลพบุรียังจัดเป็นวัฒนธรรมทวารวดีอยู่ และความไม่สมเหตุสมผลด้าน ภูมิศาสตร์ ที่ต้องครอบคลุมไปถึงภาคอีสาน ทั้งอีสานเหนือและใต้ ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับเมืองลพบุรีทั้งสิ้น รวมทั้งลักษณะทางศิลปกรรมที่พบในอีสานนั้นยังเป็นเรื่องของวัฒนธรรมเขมรอย่างแท้จริง แม้ว่าจะ เป็นเรื่องของท้องถิ่นอยู่บ้าง ดังนั้นในส่วนที่เป็นศิลปะเขมรจึงควรเรียกงานศิลปะว่า “ศิลปะเขมรที่พบ ในประเทศไทย” จะมีความเหมาะสมและครอบคลุมมากกว่า ส่วน “ศิลปะลพบุรี” หรือ “สมัยลพบุรี” ควรใช้เรียกศิลปะที่พบที่เมืองลพบุรีและบริเวณใกล้เคียง ระหว่างช่วงกลางพุทธศตวรรษที่ 18 ถึง พ.ศ.1893 โดยศิลปะจากเมืองลพบุรีเหล่านี้มีความสำคัญแก่ศิลปะสมัยอยุธยาจากหลักฐานทาง ศิลปกรรมได้พบว่า เมืองลพบุรีถือเป็นเมืองที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนต้น โดย เป็นเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมเขมร ปรับเปลี่ยนจนเป็นแบบเฉพาะของตัวเองและสืบทอดมายังสมัย อยุธยาตอนต้น งานศิลปกรรมที่พบในระยะแรกของกรุงศรีอยุธยาล้วนรับแบบอย่างมาจากเมืองลพบุรี ทั้งสิ้น ตั้งแต่รูปแบบของปราสาทระบบแผนผัง พระพุทธรูป และงานปูนปั้นประดับศาสนสถาน จาก หลักฐานทางศิลปกรรมดังกล่าวทำให้เกิดข้อสมมติฐานอย่างหนึ่งว่าสมเด็จพระเจ้าอู่ทองหรือกลุ่มคน ที่มาสถาปนากรุงศรีอยุธยานั้นน่าจะมาจากเมืองลพบุรีก็อาจเป็นไปได้ รวมทั้งเมื่อมีการสถาปนากรุงศรี อยุธยาเป็นราชธานีแล้ว ลพบุรีก็ยังเป็นเมืองสำคัญในฐานะเมือง

2.2.1.1 ข้อตกลงเรื่องชื่อเรียกศิลปะสมัยลพบุรีกับศิลปะเขมรที่พบในประเทศไทย

ชื่อเรียก “ศิลปะลพบุรี” มีการใช้ครั้งแรกในพระราชนิพนธ์เรื่อง “ตำนานพระพุทธรูปเจดีย์” ของ สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาถนอมพิทยายุทธ พิมพ์ครั้งแรกเมื่อ พ.ศ.2469 พระองค์ทรงกำหนดเรียกชื่อศิลปะ ว่า “สมัยลพบุรี” ชื่อนี้จึงเป็นที่รู้จักและใช้สืบเนื่องมาในตำราเรียนประวัติศาสตร์ศิลปะ ใน “ศิลปะใน ประเทศไทย” และ “ศิลปะสมัยลพบุรี” ของศาสตราจารย์ หม่อมเจ้าสุภัททิศ ดิศกุล โดยหมายถึง โบราณวัตถุสถานเขมรที่ค้นพบในประเทศไทย รวมถึงโบราณวัตถุที่สร้างขึ้นในประเทศไทย แต่ทำ เลียนแบบศิลปะขอมในประเทศกัมพูชาทรงกำหนดว่าเป็นศิลปะที่พบในท้องที่ภาคกลาง ภาค ตะวันออก และตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ลักษณะทางศิลปกรรมที่มีความคล้ายกับ ศิลปกรรมขอมในประเทศกัมพูชา โดยสาเหตุที่เรียกว่าเป็น “ศิลปะลพบุรี” เพราะเชื่อว่าเมืองละโว้ หรือลพบุรีเป็นเมืองสำคัญในระยະเวลานั้น คือ ระหว่างพุทธศตวรรษที่ 16-18

การศึกษาศิลปะเขมรที่พบในประเทศไทยในปัจจุบัน นักวิชาการทางด้านประวัติศาสตร์ศิลปะ ส่วนใหญ่จึงเปลี่ยนมาเรียกว่า “ศิลปะเขมรหรือขอมที่พบในประเทศไทย” (ศิลปะลพบุรี) ตาม ความเห็นของศาสตราจารย์ หม่อมเจ้าสุภัททิศ ดิศกุล เช่น ในหนังสือ “ประวัติศาสตร์ศิลปะไทย (ฉบับย่อ) การเริ่มต้นและการสืบเนื่องงานช่างในศาสนา” ของศาสตราจารย์ ดร.สันติ เล็กสุขุม ใช้คำว่า “ศิลปะขอมในประเทศไทยหรือศิลปะลพบุรี” เป็นต้น

2.2.1.2 การกำหนดความแตกต่างกันเรื่องขอบเขตทางวัฒนธรรม

ลักษณะศิลปกรรม และระยะเวลา จึงควรแยกออกจากกันระหว่าง “ศิลปะเขมรที่พบในประเทศไทย” และ “ศิลปะสมัยลพบุรี” โดยเสนอว่าศิลปะในวัฒนธรรมเขมรควรเรียกว่า “ศิลปะเขมรที่พบในประเทศไทย” ด้วยเหตุผลประการแรกคือ เรื่องขอบเขตของระยะเวลาที่ได้พบวัฒนธรรมเขมรเก่าไปถึงพุทธศตวรรษที่ 12 ถ้ากำหนดว่า “ศิลปะลพบุรี” ในความหมายเดิมเพียงพุทธศตวรรษที่ 16 จะไม่ครอบคลุม ประการที่ 2 ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 12-16 เมืองลพบุรีมีหลักฐานเกี่ยวกับวัฒนธรรมทวารวดี ยังมีส่วนที่เป็นวัฒนธรรมเขมรอยู่น้อยมาก จึงทำให้เกิดความเข้าใจไม่ตรงกันหรือเกิดความสับสนได้ ประการที่ 3 เรื่องพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ถ้าใช้คำว่า “ศิลปะลพบุรี” หรือ “สมัยลพบุรี” ในฐานะทั้งลพบุรีเป็นศูนย์กลางของเขมรช่วงเวลาหนึ่ง (เฉพาะทางภาคกลางช่วงพุทธศตวรรษที่ 16-18) แต่ด้วยเหตุที่หลักฐานทางศิลปกรรมที่เป็นศิลปะเขมรส่วนใหญ่อยู่ในภาคอีสานโดยเฉพาะอีสานใต้ และมีอายุเก่าไปถึงพุทธศตวรรษที่ 12 พบมากระหว่างพุทธศตวรรษที่ 16-18 มากกว่าแถบภาคกลางโดยเฉพาะที่เมืองลพบุรี ดังนั้นการกำหนดเรียกศิลปะลพบุรีกับศิลปะเขมรที่พบในภาคอีสานจึงไม่ครอบคลุมพื้นที่ทางวัฒนธรรมอย่างยิ่ง

2.2.1.3 ชื่อกำหนดเรื่องระยะเวลา

ควรมีการแบ่งงานศิลปะออกเป็น 2 ช่วงระยะเวลา กล่าวคือ การเรียกชื่อ “ศิลปะเขมรที่พบในประเทศไทย” นั้นอยู่ในช่วงวัฒนธรรมเขมรและสมัยที่เขมรมีบทบาท อาจจะใช้ทั้งการเมืองและศิลปกรรมในช่วงพุทธศตวรรษที่ 12 ลงมาถึงกลางพุทธศตวรรษที่ 18 คือ ในสมัยบายนของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 แต่เมื่อหมดอำนาจทางการเมืองของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 แล้ว อำนาจทางการเมืองและอิทธิพลทางศิลปะของเขมรได้ลดน้อยลง โดยเฉพาะในภาคกลางของประเทศไทยที่เมืองลพบุรี ในช่วงหลังสมัยบายนและก่อนการสถาปนากรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี อย่างน้อยเป็นเวลา 100 ปี ประกอบกับการได้ค้นพบหลักฐานทางศิลปกรรมที่มีรูปแบบเฉพาะที่เกิดขึ้นอย่างใหม่ แม้ว่าจะอยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรมเขมร เช่น ปรากฏประธาน ปรากฏหมายเลข 16ค วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี และ ปรากฏวัดนครโกษา เป็นต้น หรือกลุ่มพระพุทธรูปที่มีพัฒนาการต่างจากพระพุทธรูปเขมรแล้ว และได้พบหลักฐานว่าเมืองละโว้เคยส่งทูตไปยังเมืองจีนระหว่าง พ.ศ.1832-1842 แสดงให้เห็นถึงสภาพของความเป็นรัฐอิสระด้วย ด้วยเหตุนี้จึงขอเสนอให้มีการเรียกชื่อศิลปะในช่วงนี้ใหม่ เช่น อาจเรียกเป็น “ศิลปะลพบุรี” (ที่เมืองลพบุรี) และกำหนดระยะเวลาที่อยู่ในช่วงระหว่างการสิ้นสุดอำนาจทางการเมืองของเขมรและก่อนการสถาปนากรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี (ระหว่างกลางพุทธศตวรรษที่ 18 ถึงปลายพุทธศตวรรษที่ 19)

จากหลักฐานสำคัญที่ปรากฏในเอกสารของล้านนา ได้แก่ ชินกาลมาลีปกรณ์ที่แต่งขึ้นในพุทธศตวรรษที่ 21 และในพงศาวดารโยนกที่รวบรวมตำนานต่างๆของล้านนาไว้ด้วยกัน ได้ปรากฏข้อความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธรูปลพบุรีหรือพระพุทธรูปอยุธยา ในเอกสารได้กล่าวว่าพระเจ้าติโลกราชโปรดให้หล่อพระพุทธรูปขึ้นให้เหมือนกับพระลวะปุระ ใน พ.ศ.2020 ซึ่งพระพุทธรูปองค์นี้มีลักษณะรูปแบบที่เปรียบเทียบกับพระพุทธรูปแบบอุทองรุ่นที่ 2 ลักษณะที่สำคัญ คือ พระพักตร์สี่เหลี่ยม มีขอบพระเศวต พระขมเป็นสัน (ข้างคม) ซึ่งพบว่ามีการสร้างมาถึงสมัยอยุธยาตอนต้น และการปรากฏในเอกสารกล่าวถึงการสร้างของพระเจ้าติโลกราช ว่า พระองค์มีพระประสงค์ให้เหมือนกับ “พระลวะปุระ” จากข้อความดังกล่าว และรูปแบบพระพุทธรูปทำให้เกิดข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับชื่อเรียกศิลปะได้ดังนี้คือ ตามความเข้าใจของชาวล้านนาในช่วงต้นพุทธศตวรรษที่ 21 มีการกำหนดชื่อเรียกลักษณะทางศิลปกรรม หรือชื่อของศิลปะแล้ว และได้กำหนดเรียกชื่อพระพุทธรูปใน

กลุ่มพระพักตร์สี่เหลี่ยม พระขงฆ์เป็นสัน ที่มีอิทธิพลของศิลปะเขมร หรือที่เราเรียกกันในปัจจุบันนี้ว่า พระพุทธรูปแบบอุทธรุ่นที่ 2 นี้ว่า “พระลวะปุระ” ซึ่งน่าจะเป็นกลุ่มที่ได้รับความนิยมอยู่ที่เมืองลพบุรี จนกระทั่งกำหนดเป็นชื่อเรียกลักษณะ และพระพุทธรูปกลุ่มนี้น่าจะยังคงทำสืบเนื่องมาถึงสมัยอยุธยาตอนต้น เพราะได้พบอยู่โดยทั่วไปในสมัยนี้ จนกระทั่งต้นพุทธศตวรรษที่ 21 ในสมัยของพระเจ้าติโลกราช ซึ่งตรงกับรัชสมัยของสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถแห่งอยุธยา พระพุทธรูปแบบนี้ก็น่าจะยังคงมีการสร้างและยังเรียกว่าเป็นพระพุทธรูปแบบลวะปุระอยู่ ด้วยประเด็นนี้เองจึงอาจจะนำมาใช้ในการกำหนดชื่อเรียกศิลปะลวะปุระหรือศิลปะลพบุรีได้ และถ้าเป็นเช่นนั้นน่าจะถือได้ว่าเป็นการกำหนดชื่อศิลปะที่ปรากฏครั้งแรกในเอกสารของประเทศไทย(ศักดิ์ชัย สายสิงห์.2559:3-15)

2.2.2 งานสถาปัตยกรรมในศิลปะลพบุรี

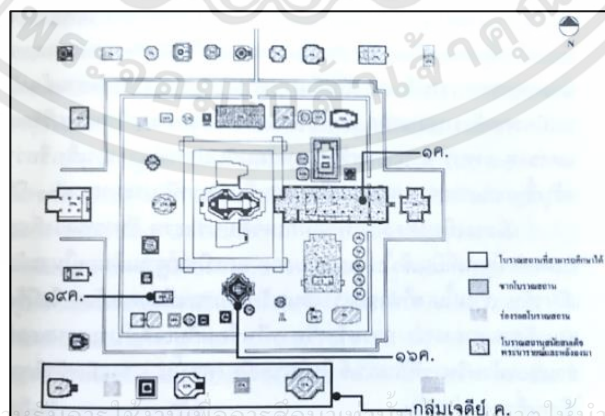
2.2.2.1 กรณีศึกษาปรากฏการณ์ วัตถุประสงค์ ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี



ภาพที่ 2.13 ปรากฏการณ์ ประธาน พระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559

(1) แผนผังวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่สามารถนำออกจำหน่ายหรือเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากทางมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทบุรี

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ **ภาพที่ 2.14** แผนผังวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี

ที่มา : กรมศิลปากร อ้างในหนังสือลพบุรีหลังวัฒนธรรมเขมร.2559

สภาพทั่วไปเกี่ยวกับแผนผังวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรีแสดงให้เห็นถึงการก่อสร้างซ้ำซ้อนหลายสมัยซึ่งสามารถลำดับได้ คือ

ระบบแผนผังประกอบด้วย ปรากฏประธานที่เป็นปรากฏ 3 หลังคือมีปีกปรากฏทั้ง 2 ข้าง มีตรีมุขที่มีทางขึ้นทั้ง 3 ทาง มีระเบียงคด (ชั้นใน) รอบปรากฏประธาน มีวิหารหลวง (หมายเลข 1ค.) ด้านหน้า (หันหน้าไปทางทิศตะวันออก) ทำวิหารยื่นเข้าไปในระเบียงคด ด้านหลังเจดีย์ประธาน (ทิศตะวันตก) มีพระอุโบสถหันหน้าไปทางทิศตะวันตก (หมายเลข 19ค.) ซึ่งอยู่ในแนวแกนหลัก มีข้อสังเกตคือระบบแผนผังมีส่วนใหญ่มีเจดีย์ประธานเป็นทรงปรากฏ ระเบียงคดล้อมรอบเจดีย์ประธาน มีวิหารหลวงอยู่ด้านหน้า มีพระอุโบสถอยู่ด้านหลัง และทำวิหารยื่นเข้าไปในระเบียงคด ระบบแผนผังนี้ต่อมาได้ปรากฏหลักฐานว่าเป็นลักษณะสำคัญที่ใช้เป็นข้อกำหนดว่าเป็นระบบแผนผังในศิลปะสมัยอยุธยาตอนต้น อย่างไรก็ตามที่วัดนี้มีการสร้างระเบียงคด 2 ชั้นที่เป็นการเพิ่มขึ้นใหม่ เพราะระเบียนนี้ไม่ปรากฏในสมัยอยุธยาตอนต้น ระหว่างระเบียงคดชั้นในกับชั้นนอก มีเจดีย์รายและวิหารเติมที่ (กลุ่มเจดีย์ในรหัส ค.) จากรูปแบบและตำแหน่งที่ตั้งของเจดีย์ทั้งที่สมมาตรและไม่สมมาตรกัน แสดงให้เห็นถึงการสร้างต่างยุคสมัยกัน เช่น เจดีย์หมายเลข 16ค. เป็นเจดีย์ทรงปรากฏที่อาจสร้างขึ้นพร้อมกับเจดีย์ประธานหรือหลังกว่าเพียงเล็กน้อย ส่วนหมายเลข 10ค. 13ค. 14ค. 15ค. 17ค. ที่อยู่ในแนวเดียวกัน และมีรูปแบบศิลปกรรมในสมัยอยุธยาตอนปลายแล้ว น่าจะเป็นงานที่สร้างขึ้นในคราวเดียวกันและอาจอยู่ในสมัยของสมเด็จพระนารายณ์

นอกจากนี้ชั้นนอกมีแนวเจดีย์และวิหาร 3 ด้าน คือด้านทิศเหนือ ตะวันตก และทิศใต้ ดูจากแผนผังโดยรวมแล้วส่วนหนึ่งมีระบบการสร้างแบบเกือบสมมาตรกัน แต่อีกส่วนหนึ่งอาจเป็นงานที่สร้างเพิ่มเติมภายหลัง (กลุ่มเจดีย์ในรหัส ข.) จากรูปแบบศิลปกรรมที่ปรากฏ เช่น ลักษณะของปรากฏทรงกลีบมะเฟือง และลวดลายที่ประดับเจดีย์บางองค์สามารถกำหนดอายุในขั้นต้นได้ว่าเจดีย์ในกลุ่มรหัสหมายเลข ข. นี้อยู่ในสมัยอยุธยาตอนต้น

(2) แผนผังวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ต้นแบบของแผนผังวัดในสมัยอยุธยาตอนต้น

จากข้อสังเกตเบื้องต้นพบว่าแผนผังในยุคแรกของวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรีนี้ มีระบบการก่อสร้างที่มีเจดีย์ประธาน มีระเบียงคดล้อมรอบ วิหารอยู่ด้านหน้า และพระอุโบสถอยู่ด้านหลัง ซึ่งถือเป็นแผนผังที่ปรากฏในสมัยอยุธยาตอนต้นดังได้กล่าวแล้ว ดูจากหน้าที่การใช้งานและแบบแผนที่สืบทอดมาจากวัฒนธรรมเขมร ระเบียงคดย่อมสร้างขึ้นพร้อมเจดีย์ประธาน และการสร้างศาสนสถานของเขมรตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 15 เป็นต้นมา ส่วนใหญ่ปราสาทประธานต้องมีระเบียงคดล้อมรอบเสมอ เพราะฉะนั้นระเบียงคดของวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี จึงน่าจะสร้างขึ้นพร้อมกับปรากฏประธานซึ่งเชื่อว่าสร้างขึ้นก่อนการสถาปนากรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานีประมาณ 100 ปี เมื่อระเบียงคดมีมาพร้อมกับเจดีย์ประธาน วิหารหลวงที่อยู่ด้านหน้ามีฐานที่ยื่นเข้าไปในระเบียงคด และมีรากฐานเดิมอยู่ในระดับเดียวกัน ส่วนนี้เองก็อาจจะสร้างขึ้นพร้อมกับระเบียงคดด้วย จึงมีข้อสมมติฐานตามมาว่า การสร้างวิหารที่พร้อมกับเจดีย์ประธานและมีส่วนของทำวิหารที่ยื่นเข้าไปในระเบียงคดนั้น น่าจะมีหน้าที่การใช้งานที่สอดคล้องกัน

ประการแรกคือการมีวิหารเพื่อทำพิธีกรรมอันน่าจะเป็นพิธีกรรมของพุทธศาสนาแบบเถรวาทแล้ว กล่าวคือการใช้วิหารในการทำพิธีกรรมระหว่างพระสงฆ์กับชาวบ้านในวิหาร เช่น การทำบุญ ใส่บาตร ฟังธรรมเมื่อทำบุญเสร็จแล้วก็ออกมาทางทำวิหารเพื่อเดินประทักษิณรอบเจดีย์ ดังนั้นการที่ต้องมีทำวิหารยื่นเข้าไปในระเบียงคดจึงสร้างขึ้นด้วยวัตถุประสงค์นี้

ส่วนพระอุโบสถที่อยู่ด้านหลังตามแนวแกนหลัก และหันหน้าไปอีกด้านหนึ่งคือด้านทิศตะวันตก นั้นเป็นส่วนเฉพาะสำหรับพระสงฆ์ใช้ในการทำพิธีกรรม เช่น การบวช การสวดพระปาติโมกข์ เป็นต้น ด้วยเหตุของหน้าที่การใช้งานนี้เองที่แสดงให้เห็นว่าเป็นเรื่องของพุทธศาสนาแบบเถรวาทแล้ว จึงน่าจะเป็นเรื่องของกลุ่มคนในภาคกลางที่สร้างงานศิลปกรรมในพุทธศาสนาแบบเถรวาทเป็นของตัวเองแล้วและแบบแผนนี้เองที่ถือเป็นต้นแบบที่สำคัญให้กับศิลปกรรมสมัยอยุธยาตอนต้น มีข้อสังเกตประการหนึ่งเกี่ยวกับแผนผังคือ ด้านหลังของปราสาทประธานมีซากปราสาทหลังหนึ่งที่ก่อด้วยหินทราย ปัจจุบันเหลือเฉพาะส่วนฐาน (แต่เดิมจะไม่ปรากฏในแผนผัง) มีผู้เคยสันนิษฐานว่าปราสาทหลังนี้เป็นปราสาทเขมร และกำหนดอายุจากทับหลังที่เคยพบที่วัดพระศรีรัตนมหาธาตุแผนหนึ่ง ว่าจะน่าจะได้แบบอย่างหรือเลียนแบบมาจากทับหลังที่มีมาก่อนของปราสาทที่ตั้งอยู่ด้านหลังปราสาทประธานปัจจุบันเหลือเพียงส่วนฐาน โดยเชื่อว่ามีอายุอยู่ในสมัยบาปวน เกี่ยวกับฐานบัวลูกของปราสาทเขมรที่พบในประเทศไทยซึ่งส่วนใหญ่ก่อด้วยศิลาแลง เท่าที่มีการศึกษาแล้วพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในสมัยบายุนเท่านั้น แต่ในประเทศกัมพูชาพบว่ามีมาก่อนหน้านั้นแล้วสำหรับปราสาทหลังนี้ก่อด้วยหินทรายและส่วนฐานของปราสาทยังจมอยู่ใต้ดินแสดงให้เห็นว่าเป็นงานที่มีมาก่อนการสร้างปราสาทประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุและถ้าพิจารณาจากหลักฐานที่พบว่าเคยพบทับหลังที่อยู่ในสมัยบาปวนที่วัดแห่งนี้ ดังนั้นปราสาทหลังนี้อาจเก่าไปถึงสมัยบาปวนก็ได้

จากระบบของแผนผังที่มีเจดีย์ทรงปราสาทเป็นประธาน มีระเบียงคดล้อมรอบ มีวิหารหลวงอยู่ด้านหน้า มีอุโบสถอยู่ด้านหลัง และมีทำวิหารยื่นล้ำเข้าไปในระเบียงคด เพราะหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานนี้เองได้พบว่ามีการใช้เป็นระเบียบแบบแผนสำคัญของวัดที่ปรากฏหลักฐานว่ามีการสร้างในสมัยอยุธยาตอนต้น เช่น วัดพุทไธศวรรย์ วัดมหาธาตุ วัดพระราม วัดราชบูรณะ พระนครศรีอยุธยา

(3) ปราสาท 3 หลังกับการสืบทอดรูปแบบจากวัฒนธรรมเขมร และถ่ายทอดมายังสมัยอยุธยาตอนต้น การสร้างปราสาท 3 หลังปรากฏหลักฐานที่เมืองลพบุรีแล้วที่เทวสถานปราสาทแขกจัดอยู่ในวัฒนธรรมเขมรในราวพุทธศตวรรษที่ 15 ซึ่งถือว่าเป็นปราสาทเขมรที่มีอายุเก่าที่สุดในภาคกลางของประเทศไทย และที่สำคัญคือการเป็นต้นแบบให้กับพระปราสาทวัดพระศรีรัตนมหาธาตุคือพระปราสาทสามยอด (ความจริงต้องเรียกว่าปราสาทสามยอด) เพราะเกิดขึ้นในที่แห่งเดียวกันและเป็นช่วงระยะเวลาที่สืบเนื่องกัน อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะเป็นงานที่สืบเนื่องจากพระปราสาทสามยอดแต่มีข้อสังเกตที่สำคัญในเรื่องของแผนผังคือไม่ได้ถ่ายแบบมาทั้งหมดประการแรกคือปีกปราสาททั้ง 2 ข้างมีขนาดเล็กกว่าปราสาทประธานอย่างมาก

การสร้างปราสาท 3 หลังได้สืบทอดไปยังสมัยอยุธยาตอนต้นปรากฏอย่างน้อย 3 วัด ได้แก่ วัดพุทไธศวรรย์ วัดพระราม และวัดราชบูรณะ แผนผังของวัดที่ใกล้เคียงกับวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรีมากที่สุดได้แก่ วัดพุทไธศวรรย์ เพราะอยู่ในระบบเดียวกันคือมีปราสาทประธานองค์ใหญ่อยู่ตรงกลาง มีปีกปราสาทขนาดเล็กขนาดด้านข้างดังนั้น จากข้อสันนิษฐานที่ว่าวัดพุทไธศวรรย์ น่าจะสร้างขึ้นในสมัยของสมเด็จพระเจ้าอู่ทองประมาณ พ.ศ.1896 ก่อนวัดอื่นๆ ในเกาะพระนครศรีอยุธยาที่น่าจะมีความเป็นไปได้มากเพราะมีระบบแผนผังที่ใกล้เคียงกัน ในขณะที่วัดอื่นนั้นได้มีพัฒนาการไปบ้างแล้ว แต่เป็นที่น่าเสียดายว่าวัดพุทไธศวรรย์ได้รับการบูรณะครั้งใหญ่ในสมัยรัชกาลที่ 5 โดยการเปลี่ยนแบบปีกปราสาทเป็นมณฑปแล้วจึงไม่สามารถศึกษารูปแบบได้ วัฒนาการของปีกปราสาทที่วัดพระรามยังมีปีกปราสาทที่มีตำแหน่งและขนาดแบบเดียวกันกับวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรีมีระบบของการใช้เจดีย์ประจำมุมมาประกอบด้วย ซึ่งลักษณะดังกล่าวปรากฏที่วัดมหาธาตุ พระนครศรีอยุธยา อันมีที่มาจาก การสร้างปราสาท 5 หลังอยู่บนฐานเดียวกันที่มีปราสาทประธานอยู่ตรงกลางและมีปราสาทประจำมุม

ทั้ง 4 มุม แต่ที่วัดมหาธาตุไม่ปรากฏปีกปรางค์



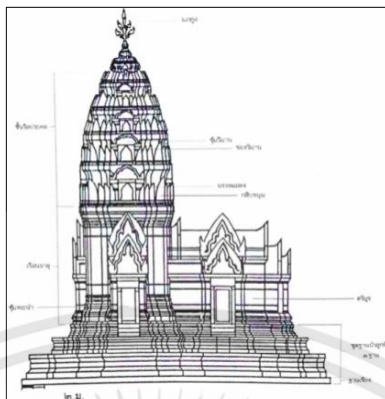
ภาพที่ 2.15 พระปรางค์สามยอด จังหวัดลพบุรี

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559

ดั่งนั้นที่วัดพระรามจึงเป็นตัวอย่างของการผสมผสานแผนผังที่ 2 แบบเข้าด้วยกัน ส่วนที่วัดราชบูรณะ (สร้างขึ้นในปี พ.ศ.1976) ถือเป็นารสร้างปีกปรางค์แห่งสุดท้ายที่เหลือหลักฐานอยู่ ปีกปรางค์มีขนาดเล็กมากไม่ได้อยู่ติดกับปรางค์ปรางค์ประธาน ด้านทิศเหนือหายไปแล้วแต่ในแผนผังเดิมที่เขียนโดยกรมศิลปากรประมาณ พ.ศ.2505 (แผนผังที่ 2) ยังปรากฏหลักฐานอยู่ ปีกปรางค์ที่ด้านทิศใต้นั้นเหลือเพียงส่วนฐาน เพราะส่วนบนได้รับการดัดแปลงเป็นมณฑปซึ่งพังทลายแล้วจากการกำหนดอายุส่วนฐานที่มีปูนปั้นรูปยักษ์แบก ที่มีความอวบอ้วนมีการคาดเชือกที่หน้าอก ใช้เทคนิคการปั้นลายที่มีความนูนและการใช้เครื่องมือที่อากดลาย สามารถกำหนดอายุได้ว่าเป็นงานที่สร้างขึ้นในสมัยอยุธยาตอนต้น เปรียบเทียบได้กับที่ปรากฏในเหล่าทหารและพลยักษ์ในสมัยบายัน เหล่ามารที่ลายปูนปั้นปราสาทวัดพระพายหลวงฐานเจดีย์หมายเลข 16 วัดมหาธาตุ สุโขทัย เป็นต้น จากตัวอย่างที่วัดราชบูรณะแสดงให้เห็นถึงความสำคัญหรือหน้าที่ของปีกปรางค์ที่ลดความสำคัญลง ซึ่งน่าจะค่อยๆ หดไปจากระบบแผนผัง ปีกปรางค์จึงเป็นส่วนหนึ่งในการลำดับวิวัฒนาการและอายุสมัยของการสร้างปรางค์ในสมัยอยุธยาตอนต้นระดับหนึ่ง กล่าวคือวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี เป็นตัวสืบทอดมาจากพระปรางค์สามยอดและถ่ายแบบมายังวัดพุทไธสวรรย์ วัดพระราม วัดราชบูรณะ และหมดไปในที่สุดใสมัยอยุธยาตอนกลาง เช่น ที่วัดวรเชตุเทพบำรุงน่าจะเป็นแห่งสุดท้ายที่ปรากฏหลักฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) การสืบทอดปราสาทแบบเขมร และต้นแบบของเจดีย์ทรงปราสาทในสมัยอยุธยาตอนต้น ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี



ภาพที่ 2.16 ภาพลายเส้นปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี
ที่มา : สันติ เล็กสุขุม อ่างในหนังสือลพบุรีหลังวัฒนธรรมเขมร.2559

องค์ประกอบของปราสาท

ส่วนฐาน ประกอบด้วยฐานเขียง (ปัจจุบันจมอยู่ใต้ดิน) ถัดขึ้นมาเป็นฐานบัวลูกฟัก 3 ฐานรองรับส่วนเรือนฐานและตรีมุข การทำฐานบัวลูกฟัก 3 ฐานกันนี้ถือเป็นพัฒนาการอย่างหนึ่ง ที่ต่างจากปราสาทเขมรในสมัยบายนที่มีฐานบัวลูกฟักเพียงฐานเดียวและที่สำคัญคือ ลูกฟักที่ประดับท้องไม้ของแต่ละฐานมีขนาดเล็กลงต่างจากศิลปะเขมรในสมัยบายนที่มีขนาดใหญ่เต็มท้องไม้ จากพัฒนาการของส่วนฐานที่เพิ่มเป็น 3 ชั้นนี้จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ปราสาทสูงชะลูดขึ้นและเป็นต้นแบบสืบทอดไปยังสมัยอยุธยาตอนต้น

และที่สำคัญคือ ลูกฟักที่ประดับท้องไม้ของแต่ละฐานมีขนาดเล็กลงต่างจากศิลปะเขมรในสมัยบายนที่มีขนาดใหญ่เต็มท้องไม้ จากพัฒนาการของส่วนฐานที่เพิ่มเป็น 3 ชั้นนี้จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ปราสาทสูงชะลูดขึ้นและเป็นต้นแบบสืบทอดไปยังสมัยอยุธยาตอนต้น

ส่วนกลาง คือส่วนของเรือนธาตุและตรีมุข ส่วนเรือนธาตุเป็นห้องยกสูงมาก แนวผนังตั้งฉากกับแนวระนาบ ผนังมีระบบการเพิ่มมุมที่มุมประธานมีขนาดใหญ่กว่ามุมประกอบอย่างมาก อันเป็นลักษณะที่ยังใกล้เคียงกับปราสาทเขมร และมีข้อสังเกตที่สำคัญคือ เรือนธาตุของปราสาทวัดพระศรีรัตนมหาธาตุนี้กลับไปนำแบบอย่างที่มีความใกล้เคียงกับปราสาทหินพิมายมากกว่าจะสืบทอดมาจากพระปราสาทสามยอด เช่น การทำเรือนธาตุเพียงชั้นเดียวทรงสูง ในขณะที่พระปราสาทสามยอดจะมีเรือนธาตุ 2 ชั้นอันเป็นลักษณะเฉพาะปราสาทสมัยบายน นอกจากนี้ การทำชั้นประดับลวดลายได้แก่ลายบัวเชิงและลายบัวรัดเกล้ารวมทั้งรายละเอียดของลวดลายก็สามารถนำไปเปรียบเทียบกับปราสาทหินพิมาย

ส่วนยอด เป็นเรือนชั้นตามระเบียบของปราสาทเขมร ที่เป็นเรือนชั้นซ้อน 5 ชั้น อันเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นปราสาทหรือเรือนฐานันดรสูง จากลักษณะโดยรวมของส่วนยอดยังคงแบบแผนของปราสาทเขมรอย่างเคร่งครัด เช่น มีเรือนชั้นซ้อน 5 ชั้น ชั้นล่างสุด (ชั้นเชิงบาตร) ส่วนมุมประธานยังมีขนาดใหญ่ ประดับด้วยครุฑแบกชั้นประกอบเป็นลายนาคปัก (หรือกลีบขนุนปราสาท) การทำหลังคาซ้อนชั้นยังมีระเบียบโดยรวมใกล้เคียงกับปราสาทเขมร กล่าวคือแต่ละชั้นมีช่องวิมาน

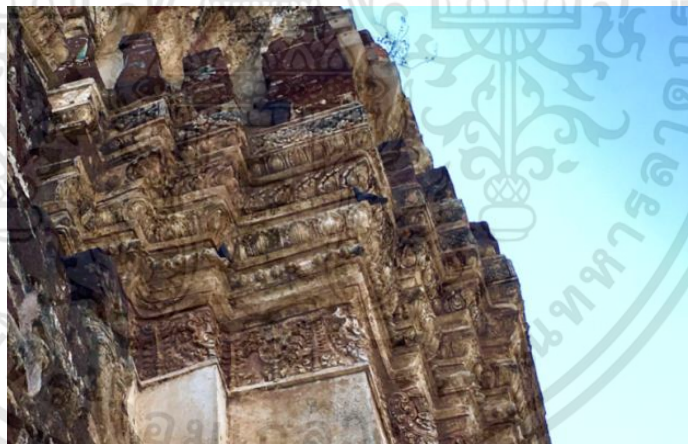
(ช่องประตูที่มีลักษณะเดียวกับเรือนธาตุแต่ลดรูปเป็นสัญลักษณ์เรือนชั้นอยู่บนบน) เหนือขึ้นไปเป็นซุ้มวิมาน มีบรรพแถลงปิดด้านหน้าช่องวิมาน ที่มุมของแต่ละชั้นประดับนาคปักษ์หรือกลีบขนุนปรางค์ อันมีที่มาจากปราสาทที่เป็นที่สถิตของเทพเจ้าในแต่ละชั้นหรือเทพประจำทิศในปราสาทเขมร ต่อมากลายเป็นงานประดับในเจดีย์ทรงปรางค์นิยมประดับลวดลาย จึงเรียกว่ากลีบขนุนหรือกลีบขนุนปรางค์ (เพราะมีลักษณะคล้ายกับผลของขนุนเมื่อผ่าแบ่งเป็น 4 ส่วน) อย่างไรก็ตาม การทำเรือนชั้นซ้อนของปรางค์วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรีคงได้รับการบูรณะแล้วหลายครั้ง ทำให้ระเบียนที่สำคัญบ่งบอกถึงการสืบทอดลักษณะของปราสาทเขมรไม่ชัดเจน คือการทำเรือนชั้นได้รับการปรับเปลี่ยนเป็นแบบคอดล่างผายบน ซึ่งเป็นลักษณะของปรางค์ในสมัยหลัง ตามระเบียบแล้วในยุคนี้จนถึงสมัยอยุธยาตอนต้นยังคงรักษาวิธีแบบเขมรคือระบบผนังตั้งฉากกับแนวระนาบ เช่น รูปแบบยังปรากฏชัดเจนที่ปรางค์หมายเลข 16ค. ปรางค์วัดนครโกษา มีข้อสังเกตเกี่ยวกับตรีมุขด้านหน้าเรือนธาตุที่น่าจะพัฒนาและลดรูปมาจากมณฑปและอันตรายละในปราสาทเขมร

2.2.2.2 ลวดลายประดับปรางค์ประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี ลักษณะลวดลาย

ประดับปรางค์ที่ใกล้เคียงกับต้นแบบปราสาทเขมรมากที่สุด

ในการศึกษาวิเคราะห์ลวดลายปูนปั้นประดับปรางค์ประธานได้มีผู้ศึกษาและวิเคราะห์ไว้อย่างละเอียด และได้มีการกำหนดอายุไว้แล้วในที่นี้จึงขอยกตัวอย่างเฉพาะลวดลายสำคัญที่ใช้ในการกำหนดอายุ และแสดงให้เห็นถึงการรักษาระเบียบลายแบบเขมร รวมทั้งได้เพิ่มเติมลวดลายประดับบางอย่างที่ยังไม่ได้รับการกล่าวถึงไว้มากนัก ได้แก่ ปูนปั้นเล่าเรื่องบนทับหลังและผนังทิศเหนือของตรีมุข เป็นต้น

(1) ลวดลายประดับฐานบัว บัวเชิง และบัวรัดเกล้า



ภาพที่ 2.17 ลวดลายประดับบัวรัดเกล้า ปรางค์ประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559

ดังได้กล่าวแล้วว่าโครงสร้างของปรางค์ประธานนั้นยังมีความใกล้เคียงอย่างมากกับปราสาทเขมร โดยเฉพาะปราสาทหินพิมาย อาจมีความแตกต่างกันอยู่บ้างในส่วนของความลาดเอิน ดังนั้นลักษณะลวดลายประดับส่วนต่างๆ ของฐานบัว บัวเชิง และบัวรัดเกล้า จึงมีแบบแผนเดียวกัน จะต่างกันที่เทคนิคหรือวัสดุที่ใช้ ในวัฒนธรรมเขมรเป็นงานสลักหิน แต่ที่วัดพระศรีรัตนมหาธาตุเป็นงานปูนปั้นเท่านั้น

(2) ลาย 4 ดอก หรือ ดอก 4 กลีบ บริเวณเส้นลวดกลางท้องไม้



ภาพที่ 2.18 ลายดอก 4 กลีบ

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง.2559

ลวดลายที่มีลักษณะเป็นกรอบสี่เหลี่ยมภายในทำเป็นลายดอกไม้ 4 ดอกหรือเป็น 4 กลีบที่หันปลายชนกันตรงกลางลวดลายนี้มีความสำคัญอย่างมากตรงที่เป็นลักษณะของลายเขมรที่ประดับอยู่ที่ลูกแก้วส่วนนี้โดยเฉพาะ เช่น ในสมัยนครวัด เป็นต้นดังนั้นการมาปรากฏที่ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรีจึงเป็นตัวอย่างสำคัญของการสืบทอดลวดลายเขมรและลวดลายนี้มีปรากฏในปราสาทสมัยอยุธยาตอนต้นเท่านั้น เช่น ที่ปราสาทวัดส้มปราสาทหมายเลข 8 วัดมหาธาตุพระนครศรีอยุธยา ซึ่งได้พบหลักฐานเป็นแห่งสุดท้าย หลังจากนั้นลายนี้ก็ไม่ปรากฏอีกเลย แสดงให้เห็นว่าไม่เป็นที่รู้จักแล้วในงานศิลปกรรมไทย

(3) ลายหน้ากระดาน



ภาพที่ 2.19 ลายหน้ากระดาน

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง.2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ลายหน้ากระดานหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “ลายดอกซีกดอกซ้อน” ประกอบด้วยแถวลายสี่เหลี่ยมเท่าตาหมากรุก สลับด้วยรูปครึ่งของสี่เหลี่ยม ในตัวลายสี่เหลี่ยมประกอบด้วยดอกกลมอยู่กึ่งกลางมีก้านออกทั้ง 4 ด้าน ระหว่างก้านมีกระหนก 2 ห่วง (เรียกดอกซ้อน) ส่วนลายครึ่งของ

สี่เหลี่ยมภายในมีลักษณะเดียวกันแต่ถูกตัดครึ่ง (เรียกดอกซีก) รวมแล้วจึงเรียกลายอีกอย่างหนึ่งว่า ลายดอกซีกดอกซ้อนซึ่งจัดเป็นลายแบบแผนอย่างหนึ่งของศิลปะเขมร เช่น ที่ปราสาทหินพิมาย เป็นต้น และลักษณะวิวัฒนาการที่สำคัญของลวดลายนี้ตัวลายสี่เหลี่ยมจะยึดออกด้านข้างจนเป็นลักษณะของสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนการแสดงรายละเอียดของลายน้อยลง เช่น ที่ปราสาทหมายเลข 16ค. ในวัดเดียวกัน จนไปถึงสมัยอยุธยาตอนต้น ลายของหน้ากระดานนี้มีวิวัฒนาการสายหนึ่งเป็นดอกกลมกลับสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน กับอีกสายวิวัฒนาการหนึ่งกลับไปทำเป็นลายประจำยามก้ามปู ซึ่งมีมาแล้วตั้งแต่สมัยทวารวดีอีกครั้งหนึ่ง

(4) ลายกรุยเชิงประดับเรือนธาตุ



ภาพที่ 2.20 ลายกรุยเชิงประดับเรือนธาตุ

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559

ตัวลายกรุยเชิงประดับเรือนธาตุประกอบด้วยแม่ลายมีทรงสามเหลี่ยม ลายแทรกเป็นก้าน ปลายก้านเป็นพุ่ม โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มหนึ่งปลายก้านเป็นทรงพุ่มธรรมดา ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งปลายก้านมีดอกไม้ชูช่อออกทั้ง 2 ด้าน มีข้อสังเกตประการสำคัญเกี่ยวกับลายกรุยเชิงประดับเรือนธาตุของวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี คือ ตามปกติในการประดับลายกรุยเชิงและลายเฟื้องอุบะในส่วนของเรือนธาตุและตรีมุขของปราสาทในสมัยก่อนอยุธยา หรือในสมัยอยุธยาตอนต้น หรือรวมทั้งปราสาทเขมรส่วนใหญ่จะเป็นลายแบบเดียวกันแต่ที่วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรีนี้ ลายกรุยเชิงประดับเรือนธาตุจะมีลักษณะที่แตกต่างจากที่อื่น ไม่เหมือนกับลายเฟื้องอุบะเรือนธาตุและลายกรุยเชิงและเฟื้องอุบะประดับตรีมุข และเป็นแบบเฉพาะที่เกิดขึ้นไม่ปรากฏในศิลปะเขมร และไม่ปรากฏว่ามีการทำสืบต่อมาในสมัยอยุธยา อย่างไรก็ตาม มีรายละเอียดของการประดับลวดลายบางอย่าง เช่น ลายช่อดอกไม้ที่ปลายก้านลายแทรกทำให้นักถึงลายดอกไม้ในศิลปะสมัยสุโขทัย และลายส่วนล่างของลายมีแถวลายเม็ดกลมมาปิดแนวลายตลอดทั้งแนว ลักษณะนี้อาจเป็นงานที่เกิดขึ้นในสมัยของสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 ราชวงศ์อโยธยา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(5) ลายเฟืองอุบะประดับเรือนธาตุ



ภาพที่ 2.21 ลายกรุยเชิงประดับเรือนธาตุ

ที่มา : หนังสือลพบุรีหลังวัฒนธรรมเขมร.2559

ลายเฟืองอุบะประดับเรือนธาตุประกอบด้วยแม่ลายและลายแทรก ตัวแม่ลายทรงสามเหลี่ยม ประกอบด้วยกระหนกงอโค้งหลายตัวเป็นกรอบ ภายในเป็นลายวงโค้งปลายเป็นหัวกระหนกต่อกัน เป็นกรอบในอีกชั้นหนึ่ง แกนกลางเป็นลายก้านต่อกันตรงมาที่ปลายลาย ตัวลายแทรกและแม่ลายมีความสัมพันธ์กัน ทั้งแม่ลายและลายแทรกแขวนห้อยจากเส้นศูนย์กลางกับเป็นราว และมีลักษณะพิเศษคือตรงโคนส่วนกลางของแกนลายบางลายประดับด้วยลายหน้ากาล ดังปรากฏแล้วที่พระปรางค์สามยอด ลายเฟืองอุบะประดับเรือนธาตุมีลักษณะที่ใกล้เคียงกับปราสาทเขมรมากที่สุดทั้งระเบียบของลาย ขนาด และประการสำคัญคือลักษณะลายที่ใกล้เคียงกับธรรมชาติที่เรียกว่า “พวงสด” ปรากฏในงานประดับปราสาทเขมรโดยเฉพาะสมัยบายน เช่น ที่ปราสาทพระปาล์โลย์ เมืองพระนคร ในประเทศกัมพูชา เจดีย์ทรงปรางค์ในประเทศไทยพบอีกเพียงแห่งเดียวเท่านั้นที่ทาลายเฟืองอุบะเป็นแบบพวงสดได้แก่ ปรางค์วัดจุฬามณี เมืองพิษณุโลก การประดับเฟืองอุบะและลายกรุยเชิงที่มีลักษณะลายคนละลายนี้ปรากฏที่เรือนธาตุของปรางค์วัดพระศรีรัตนมหาธาตุองค์นี้เป็นแห่งเดียวเท่านั้น เพราะต่อจากนี้ไปแล้วลายกรุยเชิงและลายเฟืองอุบะจะเป็นลายเดียวกันทั้งหมด และเป็นลายที่มีวิวัฒนาการไปอีกแบบหนึ่งแล้ว แม้แต่ที่ตรีของปรางค์องค์เดียวกันนี้ ปรางค์หมายเลข 16ค. และปรางค์ในสมัยอยุธยาตอนต้น

ประเด็นที่น่าสนใจคือ ได้พบว่าลายกรุยเชิงบางลายโดยเฉพาะทางด้านทิศเหนือของปรางค์ได้ปรากฏลายดอกโบตั้นแทรกอยู่กับลายแทรกที่ส่วนปลายก้านออกเป็นช่อดอกไม้ ซึ่งน่าจะเป็นลายดอกโบตั้นที่ได้รับอิทธิพลมาจากศิลปะจีน อันเป็นลวดลายธรรมชาติต่างจากวัฒนธรรมเขมรที่ไม่นิยมลายธรรมชาติ ซึ่งเหมือนกับลายดอกไม้ (โบตั้น) ลายจารบนแผ่นหินเพดานอุโมงค์วัดศรีชุม มีปรากฏแล้วเช่นกันในศิลปะเขมร สมัยนครวัด เช่น ลายประดับผนังปราสาทนครวัด ส่วนที่ปรากฏในประเทศไทยนั้นถือตามอายุที่พบแล้ว ณ ตอนนี คือ ปรางค์วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรีเก่าสุดในศิลปะในประเทศไทย ภายหลังจึงเริ่มมาปรากฏในศิลปะสุโขทัยและสมัยอยุธยาตอนต้น และมาเริ่มพบมากขึ้นในศิลปะอยุธยาและล้านนาช่วงพุทธศตวรรษที่ 21

จากลักษณะของลายกรุยเชิงประดับเรือนธาตุที่ยังรักษาระเบียบลายแบบเขมรไว้มากที่สุดและปรากฏอยู่เพียงแห่งเดียวเท่านั้น จึงน่าจะเป็นตัวสำคัญในการกำหนดอายุปรางค์แห่งนี้ที่อยู่กึ่งกลาง

ระหว่างวัฒนธรรมเขมร ก่อนที่จะไปปรากฏเป็นระเบียบแบบแผนเดียวกันในสมัยอยุธยาตอนต้น นับเป็นหลักฐานสำคัญอย่างหนึ่งในการกำหนดอายุที่เชื่อว่าปราสาทแห่งนี้สร้างขึ้นก่อนการสถาปนากรุงศรีอยุธยาประมาณ 100 ปี อย่างไรก็ตาม ข้อสังเกตอย่างหนึ่งที่ว่าลายกรุยเชิงของปราสาทวัดพระศรีรัตนมหาธาตุนี้มีลักษณะที่ต่างออกไปจากระเบียบแบบแผนของเขมร ทั้งลักษณะลายและงานประดับ อาจเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นท้องถิ่น หรืออีกประการหนึ่งเป็นงานที่ซ่อมขึ้นในสมัยหลังก็อาจเป็นไปได้

(6) ลายกรุยเชิงและลายเฟืองอุบะประดับตรีมุข



ภาพที่ 2.22 ลายกรุยเชิงประดับตรีมุข

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง.2559



ภาพที่ 2.23 ลายเฟืองอุบะประดับตรีมุข

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง.2559

ลายกรุยเชิงและลายเฟืองอุบะประดับส่วนผนังและเสาตรีมุขเป็นลายแบบเดียวกันแล้ว ประกอบด้วยแม่ลายและลายแทรก ตัวแม่ลายแบ่งภายในเป็น 3 ส่วน ส่วนแกนกลางเป็นลายประธาน และ 2 ข้างเป็นส่วนประกอบ ส่วนกลางยังแบ่งออกเป็น 3 ส่วนประกอบด้วยด้านข้างมกรกระหนกตัวเหงา ประกอบโดยรอบ ตัวแทรกมีลักษณะเดียวกับแกนประธานของแม่ลาย ลายกรุยเชิงและลายเฟืองอุบะแห่งนี้ถือเป็นการที่สืบทอดระเบียบลายมาจากเขมรเช่นเดียวกัน แต่มีลักษณะและเทคนิคของการ

ประดิษฐ์ลายที่เปลี่ยนไปจากเดิมของเขมรที่เป็นงานสลักหินมาเป็นงานปูนปั้นจึงถือเป็นแบบอย่างของช่างลพบุรีที่คิดค้นขึ้นอย่างใหม่ โดยการปั้นลายและไปกดติด ทำให้เกิดความตื่นลึกลักษณะใหม่ที่ไม่ปรากฏในงานสลักหิน รูปแบบและเทคนิคนี้ได้ปรากฏในการสร้างที่เชื่อว่าเกิดขึ้นยุคเดียวกันคือปราสาทหมายเลข 16ค. ปราสาทวัดนครโกษา และให้อธิปไตยไปยังปราสาทในสมัยอยุธยาตอนต้น ซึ่งจะมีวิวัฒนาการสืบต่อไป

(7) ลายกลีบบัวประดับฐานบัวคว่ำ-บัวหงาย



ภาพที่ 2.24 ลวดลายบัวประดับฐานบัวคว่ำ-บัวหงาย

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง.2559

ลวดลายอย่างแรกที่ใกล้เคียงกับลายในวัฒนธรรมเขมรได้แก่ การทำฐานบัวคว่ำ-บัวหงายเดี่ยวๆ มีท้องไม่เป็นเส้นลวดนูนขึ้นมาคล้ายลูกแก้ว ส่วนบัวคว่ำ-บัวหงายปั้นลายกลีบบัวที่มีความนูนสูง ตัวลายกลีบบัวแบ่งเป็น 3 ส่วนแบบเขมรอย่างชัดเจน กรอบลายกลีบบัวทำเป็นตัวกระหนกล้อมรอบ ลักษณะดังกล่าวนี้ปรากฏอยู่ในลวดลายของเขมรโดยทั่วไปในสมัยนครวัด เช่น ที่ประสาธหินพิมายจนมาถึงสมัยบาเยน เช่น ที่ปราสาทสามยอด เป็นต้น แต่พอไปถึงสมัยอยุธยาตอนต้นลักษณะของการทำฐานบัวคว่ำ-บัวหงายเดี่ยวๆ จนหมดไป และการทำลายกลีบบัวในส่วนของการแบ่งลายออกเป็น 3 ส่วนยังคงปรากฏอยู่แต่กรอบนอก จะไม่ทำเป็นตัวกระหนกล้อมรอบแล้ว เปลี่ยนเป็นการกดหรือขีดเป็นเส้น

(8) ลวดลายประดับอื่นๆ ที่บ่งบอกถึงงานสืบทอดมาจากเขมร

นอกจากลวดลายที่เป็นงานประดับต่างๆไปแล้วที่ปราสาทแห่งนี้ยังมีงานประดับที่แสดงสัญลักษณ์และรูปเล่าเรื่องบางอย่างที่แสดงให้เห็นถึงงานที่สืบทอดหรือถ่ายแบบมาจากเขมร เช่น ทับหลัง หรือรูปเล่าเรื่องประดับผนังที่ยังเหลือหลักฐานที่ตรึงขุด้านเหนือ หรือการมีรูปเทวดาที่แทรกอยู่ในลวดลายกรวยเชิง แกวพระพุทธรูปในซุ้มประดับตามเรือนธาตุ แกวลายหงส์ หรือครุฑแบกที่ชั้นรัดประคด เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8.1 ทับหลัง พระกฤษณะ และช้าง 3 ตัว



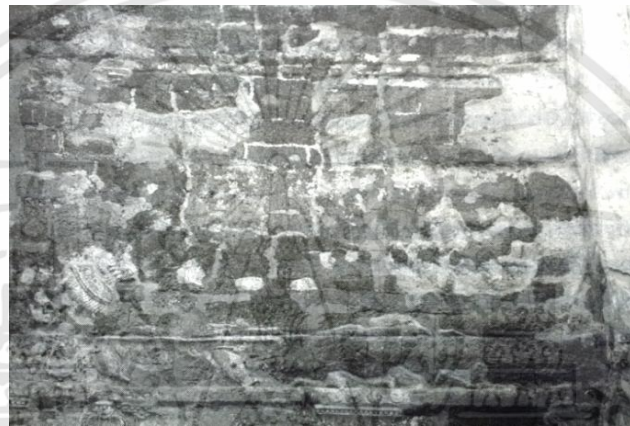
ภาพที่ 2.25 ทับหลัง พระกฤษณะ และช้าง 3 ตัว

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง.2559

งานปูนปั้นเล่าเรื่องบนทับหลังประดับตรีมุขปราสาทประธานที่เหลือด้านทิศใต้อยู่เพียงชิ้นเดียว ลักษณะทับหลังประกอบด้วยลวดลายที่ใกล้เคียงอย่างมากกับศิลปะเขมรสมัยบาปวน กล่าวคือ ส่วนกลางของทับหลังเป็นรูปเล่าเรื่อง มีท่อนพวงมาลัยแยกออกมาทั้ง 2 ข้างเหนือท่อนพวงมาลัยเป็นลายกระหนกที่พัฒนามาจากลายใบไม้ม้วน ปลายม้วนออก ด้านล่างเป็นลายใบไม้ม้วน จากโครงสร้างของลวดลายแบบบาปวนยังปรากฏในปราสาทไทย ซึ่งเกิดขึ้นหลังกว่าราว 150 ปี คงเพราะคำถามนี้เองจึงทำให้มีผู้สันนิษฐานไว้ว่าทับหลังชิ้นนี้เคยประดับอยู่ปราสาทหลังหนึ่งที่อยู่ทางทิศตะวันตกของปราสาทประธานที่มีแผนผังแบบบาปวน แต่ปราสาทหลังดังกล่าวซึ่งเหลือเพียงซากฐานก่อด้วยหินทราย จึงไม่มีเหตุผลอย่างอื่นที่จะสร้างทับหลังด้วยปูนปั้น เพราะในวัฒนธรรมเขมรนิยมสลักลวดลายบนทับหลังด้วยหินทรายเสมอ ตามความเห็นของศาสตราจารย์ ฌอง บวสเชอเลียร์ ที่กล่าวถึงทับหลังที่ประดับตรีมุขด้านทิศใต้ที่เหลืออยู่ทำเป็นปูนปั้นศิลาแลงแล้วปราสาทองค์นี้จึงไม่เก่าไปกว่า พ.ศ. 1800 จึงมีประเด็นใหม่ที่ว่าทับหลังชิ้นนี้ควรสร้างเพื่อประดับปราสาทพระศรีรัตนมหาธาตุโดยตรงโดยมิได้ขนย้ายมาจากที่อื่น แต่ประเด็นศึกษาไม่ได้อยู่เพียงเท่านั้น จากการสังเกตอย่างละเอียดกลับพบประเด็นใหม่ที่น่าสนใจมากกว่าคือรูปเล่าเรื่องที่อยู่ตรงกลาง ซึ่งมีผู้สันนิษฐานไว้ว่าเป็นรูปพระกฤษณะที่กำลังจับสัตว์ฟาดซ้ายฟาดขวาอยู่เหนือสิงห์ 3 ตัว จากการศึกษาค้นคว้าได้พบว่าภาพดังกล่าวมีการสร้างซ้อนทับกันอยู่อย่างน้อย 2 ครั้งคือ ชั้นในเป็นรูปบุคคลกำลังจับสัตว์ทั้ง 2 ข้างสร้างคร่าวเดียวกันกับลายท่อนพวงมาลัยและลายใบไม้ม้วน จากภาพถ่ายเก่าเมื่อ พ.ศ. 2514 ส่วนเศียรของรูปบุคคลยังปรากฏอยู่ส่วนอีกคราวหนึ่งปั้นทับบนภาพเล่าเรื่องเดิมแต่ส่วนใหญ่หลุดกะเทาะไปเกือบหมด ซึ่งเป็นรูปของช้าง 3 ตัว ไม่ใช่สิงห์ 3 ตัว ดังมีผู้สันนิษฐานไว้ข้างต้น และที่สำคัญคือพระกฤษณะอยู่เหนือสิงห์ 3 ตัวไม่ปรากฏว่าเคยพบในงานศิลปะเขมร ขนาบทางซ้ายและขวาของช้าง 3 ตัวมีร่องรอยของรูปบุคคลซึ่งเหลือเฉพาะครึ่งท่อนล่างที่เป็นส่วนของขี้นาง น่าจะหมายถึงเทวดาที่กำลังพนมมือไหว้บุคคลที่อยู่เหนือช้าง 3 ตัว ส่วนนี้เองที่เป็นหลักฐานชัดเจนว่าปั้นทับลงบนลวดลายของเดิม เพราะมีส่วนที่กระเทาะออกจนเห็นว่ามีลายท่อนพวงมาลัยอยู่ด้านใต้ รูปเล่าเรื่องดังกล่าวจึงสามารถแยกได้เป็น 2 เรื่องคือ รูปบุคคลกำลังจับสัตว์ฟาดทั้ง 2 ข้าง ลักษณะของสัตว์ดังกล่าวน่าจะเป็นสิงห์หรือคชสีห์ (อาจจะคชสีห์มากกว่าเพราะมีงวง) บุคคลดังกล่าวนี้จึงน่าจะหมายถึงพระกฤษณะอย่างไม่ต้องสงสัย เพราะเป็นภาพที่ได้รับความนิยมอย่างมากในงานประดับทับหลังของศิลปะเขมรสมัยบาปวน

และบาปวน-นครวัด อันเป็นตอนที่พระกฤษณะปราบ (ประลองกำลัง) กับสิงห์หรือคชสีห์ที่พระยาแกงส์ส่งมาทำร้าย อนึ่ง จากใต้รูปเล่าเรื่องดังกล่าวส่วนที่เป็นลวดลายเดิมอาจเป็นลายหน้ากาลหรือเกียรติมุขซึ่งคายท่อนพวงมาลัย หรือไม่ก็เป็นเพียงลายไปไม้ฉนวนเท่านั้น ซึ่งองค์ประกอบลายดังกล่าวนี้เองเป็นระเบียบของลายที่นิยมอย่างมากในศิลปะเขมรสมัยบาปวนหรือบาปวน-นครวัดตัวอย่างที่พบ เช่นที่ปราสาทเมืองต่ำ ปราสาทสระกำแพงใหญ่ ปราสาทหินพิมายและพนมรุ้ง เป็นต้น ส่วนนี้เองที่ถูกรูปช้าง 3 ตัวทับอยู่เหนือรูปช้าง 3 ตัวซึ่งหักหายไปคงเคยมีรูปบุคคลประกอบทั้ง 2 ช้างน่าจะเป็นเทวดาในอิริยาบถยืน คงแสดงนมัสการบุคคลตรงกลาง มีความเป็นไปได้ของบุคคลทรงช้าง 3 ตัวในภาพนี้จึงน่าจะหมายถึงพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณอย่างไม่ต้องสงสัย

2.8.2 รูปเล่าเรื่องนารายณ์บรรทมสินธุ์ ที่ผนังตรีมุขด้านทิศเหนือ



ภาพที่ 2.26 รูปเล่าเรื่องนารายณ์บรรทมสินธุ์ ที่ผนังตรีมุขด้านทิศเหนือ

ที่มา : หนังสือลพบุรีหลังวัฒนธรรมเขมร.2559

เป็นภาพเล่าเรื่องปูนปั้นประดับผนัง ปัจจุบันอยู่ในสภาพชำรุดอย่างมาก เหลือเฉพาะร่องรอยและเค้าโครงเท่านั้น แต่ยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้สันนิษฐานได้ว่าน่าจะเป็นรูปเล่าเรื่องพระนารายณ์บรรทมสินธุ์ประกอบด้วยพญานาคนอนทอดตัวเป็นแนวยาว ยกเศียรทั้งเจ็ดขึ้นแผ่ในลักษณะปรกคลุมเหนือพญานาคมีร่องรอยของรูปบุคคลแต่หลุดหายไปหมดแล้ว ส่วนปลายหางมีบุคคลที่เป็นสตรีอยู่ในท่าพนมมือ 2-3 คน ใต้ฐานพญานาคมีสัญลักษณ์ของสายน้ำและมีแนวของปลาประดับอยู่ลักษณะของภาพเล่าเรื่องดังกล่าวสอดคล้องกับรูปพระนารายณ์บรรทมสินธุ์อย่างมาก เพราะไม่เคยปรากฏว่ามีรูปเล่าเรื่องในลักษณะนี้อีกทั้งในพุทธศาสนาและศาสนาฮินดู แต่เป็นที่น่าเสียดายว่ารูปเล่าเรื่องดังกล่าวส่วนสำคัญของภาพคือพระนารายณ์สูญหายไป จึงทำให้ข้อสันนิษฐานยังไม่อาจกล่าวได้อย่างเต็มที่นัก และถ้าเป็นพระนารายณ์บรรทมสินธุ์จริงก็ต้องมีคำถามตามมา เช่นเดียวกับรูปทับหลังเรื่องพระกฤษณะ ว่าแต่เดิมศาสนสถานแห่งนี้เคยเป็นศาสนสถานในศาสนาฮินดูมาก่อนหรืออาจจะเป็นเพียงงานประดับที่เลียนแบบมาจากวัฒนธรรมเขมร ดังได้กล่าวแล้วข้างต้น

อย่างไรก็ตาม รูปเล่าเรื่องรูปนี้ก็เป็นตัวอย่างที่สำคัญแสดงให้เห็นถึงงานของช่างท้องถิ่นที่สืบทอดมาจากวัฒนธรรมเขมร สิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นท้องถิ่นคือ การใช้ปูนปั้นเป็นภาพเล่าเรื่องและอาจเป็นภาพเล่าเรื่อง และอาจเป็นเพียงงานประดับที่เลียนแบบมา หรือเกี่ยวข้องกับศาสนาในยุคนี้ประการสำคัญคือการประดับเช่นนี้ไม่ปรากฏให้เห็นอีกเลยในสมัยอยุธยาตอนต้น

2.8.3 ลายแถวรูปหงส์



ภาพที่ 2.27 ลายแถวรูปหงส์

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559

การประดับแนวหงส์ประดับบัวเชิงเรือนธาตุและตรีมุข ซึ่งเป็นแนวเดียวกัน อยู่เหนือฐานบัว ก่อนที่จะถึงลายกรวยเชิง การทำลายแถวรูปหงส์ประดับเป็นแนวตลอดองค์ปราสาทคงเป็นคติที่สืบทอดมาจากวัฒนธรรมเขมร อาจปรับเปลี่ยนตำแหน่งจากแถวรูปหงส์ที่บวรวัดเกล้าปราสาทหินพิมาย การประดับแถวรูปหงส์แสดงถึงสัญลักษณ์ว่าเหนือแนวชั้นหงส์ขึ้นไปหมายถึงชั้นสวรรค์ การประดับแนวของหงส์ในส่วนของบัวเชิงนี้พบไม่มากนักในกลุ่มปราสาท เพราะระยะหลังส่วนนี้ประดับเพียงลายกระหนกองค์แทนแนวหงส์อาจเปลี่ยนตำแหน่งไปอยู่ที่ชั้นบวรวัดเกล้าแทน เช่น ที่ปราสาทวัดนครโกษา เป็นต้น มีเพียงปราสาทวัดจุฬามณีที่มีการประดับแนวหงส์ที่บัวเชิงเช่นเดียวกับวัดพระศรีรัตนมหาธาตุแห่งนี้ อย่างที่กล่าวแล้วตั้งแต่ต้นว่าปราสาทวัดจุฬามณีมีลักษณะสำคัญหลายประการที่คล้ายกัน

2.8.4 การประดับครุฑที่ชั้นบวรวัดเกล้า



ภาพที่ 2.28 ครุฑประดับที่ชั้นบวรวัดเกล้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับก...
 ที่มา : หนังสือลพบุรีหลังวัฒนธรรมเขมร.2559
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกสิ่งนี้ไป และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีการประดับครุฑขนาดตัวเล็กๆ อยู่ที่ชั้นบัวรดเกล้าที่มุมประธานชั้นล่างสุด (หรือเรียกชั้นเชิงบาตร) ซึ่งแต่เดิมของปราสาทเขมรส่วนนี้มักประดับด้วยครุฑขนาดขนาดใหญ่ ในลักษณะของนาคปักจึงมักเรียกชั้นนี้ว่าชั้นเชิงบาตรครุฑแบก เช่น ที่ปราสาทหินพิมายจะทำเป็นครุฑขนาดใหญ่อยู่ตรงกลาง ส่วนที่มีขนาดเล็กมากแทรกอยู่กับลายกลีบบัว ซึ่งเป็นความพยายามในการถ่ายทอดรูปแบบและแนวความเชื่อมาจากเขมรแต่มีขนาดเล็กลง ลักษณะดังกล่าวปรากฏเช่นกันที่พระปรางค์สามยอด จึงน่าจะมีความเกี่ยวข้องกันทางด้านรูปแบบ

2.8.5 การประดับรูปเทวดาแทรกในลวดลายที่เรือนธาตุ



ภาพที่ 2.29 การประดับรูปเทวดาแทรกในลวดลายที่เรือนธาตุ
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559

ได้พบว่านอกเหนือจากลวดลายดังกล่าวแล้วที่ปรางค์วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ยังมีการประดับลวดลายรูปบุคคลเล็กๆ ซึ่มีอาจเป็นเทวดา แทรกอยู่กลางลวดลายกรวยเชิงตามด้านและมุมต่างๆ ทั้งที่เรือนธาตุและตรีมุข น่าเสียดายที่เทวดาเหล่านี้ไม่มีลักษณะหรือสัญลักษณ์ใดๆ ที่บ่งบอกได้ว่าเป็นอะไร อาจจะเป็นเทพประจำทิศ หรือเป็นเพียงงานประดับศาสนสถานเท่านั้นก็ได้ นอกจากนี้ส่วนรองรับชายคาตรีมุขยังมีการประดับแนวเทพนมอีกด้วย อาจเป็นงานที่สร้างขึ้นพร้อมกัน หรืออาจซ่อมขึ้นในระยะหลัง เพราะมีการพบที่ปรางค์วัดจุฬามณีเช่นเดียวกัน และที่สำคัญเทพนมบางส่วนที่แสดงครึ่งตัวนั้นส่วนล่างรองรับด้วยดอกบัว ลักษณะดังกล่าววิพบอยู่ในงานศิลปะสมัยสุโขทัยด้วย

2.8.6 การประดับพระพุทธรูปในซุ้มเรือนแก้วที่เรือนธาตุและที่เสา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ... นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแบบลงนิตยสาร และต้องขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.30 การประดับพระพุทธรูปในซุ้มเรือนแก้วที่เรือนธาตุและที่เสา

ที่มา : หนังสือลพบุรีหลังวัฒนธรรมเขมร.2559

ผนังเรือนธาตุและเสาประตูหลอกของเรือนธาตุมีการเจาะช่องเป็นแถวของซุ้มเรือนแก้ว (วงโค้งยอดแหลมซ้อนกัน 2 ชั้น ปลายซุ้มทำเป็นกระหนก) ประดิษฐ์ฐานพระพุทธรูป ลักษณะดังกล่าวนี้ปรากฏแล้วที่ปราสาทสมัยบายัน จึงน่าจะมีความเกี่ยวข้องกันด้วย ในสมัยหลังไม่ปรากฏให้เห็นอีกเลย แต่เป็นที่นี้เสียตายว่าพระพักตร์และพระพุทธรูปส่วนใหญ่สูญหายไปหมดแล้ว ส่วนรูปเล่าเรื่องที่หน้าบันซึ่งเหลือเฉพาะหน้าบันด้านทิศใต้ เป็นพระพุทธรูปประวัติตอนตรัสรู้ มีพระอินทร์และพระพรหมมาเฝ้าในท่านั่งชันเข่า ลักษณะดังกล่าวเป็นที่นิยมและพบอยู่โดยทั่วไปในศิลปะบายันทั้งในเขมรและที่พบในประเทศไทย เช่น ที่เหลือหลักฐานที่วัดพระพายหลวง เมืองสุโขทัย เป็นต้น ส่วนรูปแบบและข้อคิดเห็นทางด้านศิลปะดูได้ในเรื่องพระพุทธรูปดังจะได้กล่าวถึงต่อไป

จากการวิเคราะห์รูปแบบของปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี ส่วนหนึ่งแสดงให้เห็นถึงงานที่สืบเนื่องมาจากวัฒนธรรมเขมร ได้แก่ การสร้างปราสาทที่มีที่มาจากปราสาทแบบเขมร ตั้งแต่ระบบแผนผังที่มีระเบียงคดล้อมรอบ ลักษณะปราสาท 3 หลัง ส่วนของเรือนธาตุที่ยังใช้ระบบใกล้เคียงกับปราสาทเขมร เช่น การเพิ่มมุมที่มีมุมประธานขนาดใหญ่มาก เรือนธาตุตั้งฉากกับแนวระนาบ ชั้นหลังคาที่มีระบบการประดับนาคปีกหรือกลีบขนุนปราสาท บรรพแถลง ลักษณะของซุ้มวิมานที่เป็นซุ้มโค้งเข้าโค้งออกลักษณะเดียวกับปราสาทเขมรและมีการประดับลวดลายที่ยังรักษาระเบียบแบบแผนลายที่ใกล้เคียงกับแม่แบบในวัฒนธรรมเขมรอยู่อย่างมาก ในส่วนที่มีวิวัฒนาการจากวัฒนธรรมเขมร ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญในการกำหนดอายุรูปแบบศิลปกรรม ได้แก่ ประการแรก ส่วนฐานของปราสาทที่มีฐานบัวลูกฟักจากเดิมที่เคยมีเพียงฐานเดียวเพิ่มเป็น 3 ฐาน ลูกฟักมีขนาดเล็กลง ประการที่ 2 ส่วนเรือนธาตุและหลังคามีวิวัฒนาการสูงขึ้นกว่าของปราสาทเขมรที่นิยมเป็นทรงพุ่มเตี้ยและป้อม ทั้งนี้เกิดจากการขยายเรือนธาตุให้สูงขึ้นหลังคาชั้นซ้อน แต่ละชั้นขยายสูงขึ้นตามจนทำให้มีลักษณะคล้ายฝักข้าวโพด ประการที่ 3 แผนผังที่มีปราสาท 3 องค์ แม้จะสืบทอดมาจากเขมรก็ตามแต่ปีกปราสาทมีขนาดเล็กกว่าปราสาทประธานอย่างมาก ต่างจากในวัฒนธรรมเขมรที่มีขนาดและสัดส่วนที่ลดหลั่นและมีขนาดที่ใกล้เคียงกัน รวมทั้งมีวิวัฒนาการที่สืบทอดไปยังปราสาทในสมัยอยุธยาตอนต้นที่มีขนาดเล็กลง ความสำคัญของปีกปราสาทค่อยๆหมดไปในสมัยอยุธยาตอนต้น ที่วัดราชบูรณะจึงแสดงให้เห็นถึงการใช้งานที่สัมพันธ์กับศาสนาพุทธแบบเถรวาทที่ให้ความสำคัญกับพระพุทธรูปเจ้าเพียงพระองค์เดียว ดังนั้นจึงไม่จำเป็นต้องใช้งานทั้ง 3 องค์ ปีกปราสาทจึงหมดไปในที่สุด ประการที่ 4 ตรีมุขเป็นการลดรูปมาจากส่วนของมณฑปและอันตรายละ จนเกิดเป็นแบบแผนอย่างใหม่ในปราสาทแบบไทยและให้อิทธิพลไปยังปราสาทในสมัยอยุธยาตอนต้น ประการที่ 5 งานประดับลวดลายปูนปั้น ถือเป็นปราสาทแห่งเดียวที่แสดงให้เห็นถึงการรักษาระเบียบแบบแผนของศิลปะเขมรและการปรับเปลี่ยนเป็นระเบียบของตัวเอง จนกลายเป็นต้นแบบให้กับงานในระยะหลัง งานปูนปั้นที่สำคัญได้แก่ ทับหลังที่มีความพยายามทำลวดลายและรูปเล่าเรื่องแบบเขมรในสมัยบาปวน แต่สิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความเปราะบางคือการใช้ปูนปั้น ซึ่งไม่เคยปรากฏในงานช่างเขมรที่มีเฉพาะงานสลักหินเท่านั้น นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงการหมดหน้าที่การใช้งานของทับหลังที่อาจเหลือเป็นเพียงงานประดับ และที่ปรากฏในปราสาทเพียงแห่งเดียวเท่านั้น มีอีกแห่งหนึ่งที่เป็นเพียงลักษณะใกล้เคียงกับทับหลังที่วัดสัมพรนครศรีอยุธยา ในสมัยอยุธยาตอนต้นจากนั้นไม่เคยปรากฏในปราสาทสมัยอยุธยาอีกเลย ส่วนรูปเล่าเรื่องที่อาจเป็นพระนารายณ์บรรทมสินธุ์ หรืองานประดับพระพุทธรูปในซุ้มประดับเรือนธาตุเหล่านี้เป็นงานที่สืบทอดมาจากเขมรและปรากฏอยู่เพียงแห่งเดียวเท่านั้นในเจดีย์ทรงปราสาท ไม่พบในการสร้างปราสาทสมัยอยุธยาตอนต้นอีกต่อไป ส่วนรายละเอียดของลวดลายโดยรวมเป็นงานที่สืบทอดมาจากกระเบื้องและลักษณะลายโดยรวมเป็นงานที่สืบทอดมาจากกระเบื้องและลักษณะลายที่ใกล้เคียง

กับแม่แบบในศิลปะเขมร เช่น ลายกรวยเชิง ลายเฟืองอุบะ ลายกลีบบัว ลายดอก 4 กลีบ หรือ 4 ดอก ข้อที่ทำให้เห็นว่ามี ความแตกต่างได้แก่เทคนิคในการทำที่เป็นงานปูนปั้นต่างจากงานสลักหินในวัฒนธรรมเขมร จุดนี้เองที่เริ่มทำให้เกิดความแตกต่าง เป็นที่มาของงานที่เรียกว่างานช่างท้องถิ่นอย่างแท้จริง และถือเป็นต้นแบบและวิวัฒนาการต่อมาในสมัยอยุธยาตอนต้น ปรากฏประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี จึงเปรียบเสมือนตัวแทนของการสืบต่องานศิลปกรรมเขมรภายหลังจากที่เขมรหมดอำนาจไปจากดินแดนแถบนี้แล้ว การเริ่มต้นคิดค้นลักษณะงานที่เป็นแบบแผนอย่างใหม่ของตัวเอง และเป็นต้นแบบสำคัญให้กับศิลปะสมัยอยุธยาตอนต้นอย่างแท้จริง

บทสรุปในการกำหนดอายุปรากฏประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ

แนวความคิดหลักเกี่ยวกับการกำหนดอายุปรากฏประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุของนักวิชาการท่านแรกที่ได้เสนอไว้ ยังเป็นแนวความคิดที่มักได้รับการอ้างถึงเสมอจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ ข้อคิดเห็นของศาสตราจารย์ ฌอง บวสเซอลีร์ ที่ได้เสนอว่าทรวดทรงของปรากฏที่มีวิวัฒนาการสูงขึ้น และลวดลายที่ประดับที่พัฒนาไปจากศิลปะเขมรและได้ใช้ข้อสันนิษฐานทางประวัติศาสตร์ที่เชื่อว่าช่วงระยะเวลาดังกล่าวภายหลังจากเขมรหมดอำนาจไปจากเมืองลพบุรี เมืองลพบุรีน่าจะมีฐานะทางประวัติศาสตร์ที่เทียบเท่าอาณาจักร หรือมีพระมหากษัตริย์เพราะมีเอกสารจีนที่กล่าวถึงการส่งคณะทูตไปยังจีนอย่างน้อย 3 ครั้งจึงกำหนดอายุปรากฏวัดพระศรีรัตนมหาธาตุว่าไม่เกินกลางพุทธศตวรรษที่ 18 ก่อนการสถาปนากรุงศรีอยุธยาประมาณ 100 ปี และควรจัดเป็นปรากฏองค์แรกอย่างแท้จริง

นักวิชาการที่ได้ทำการศึกษารูปปรากฏประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุอย่างละเอียดและมีการอ้างอิงถึงแนวความคิดไว้มากที่สุดอีกผู้หนึ่ง คือ ศาสตราจารย์ ดร. ไชริ่ม วุฒวารัต จูเนียร์ ซึ่งได้วิเคราะห์รูปแบบศิลปกรรม โดยได้เสนอประเด็นสำคัญที่ใช้ในการกำหนดอายุ ได้แก่วิวัฒนาการของแผนผังปรากฏ 3 หลัง ประกอบด้วยพระพุทธรเจ้า 3 พระองค์ วิวัฒนาการของรูปแบบปรากฏที่สืบทอดมาจากเขมร โดยเฉพาะการกล่าวถึงว่ามีความใกล้เคียงกับปราสาทหินพิมาย และการศึกษาเปรียบเทียบกับปราสาทเขมรสมัยหลังบายนในเมืองพระนคร และเปรียบเทียบว่ามีพัฒนาการที่มีมาก่อนพระปรากฏในสมัยอยุธยาตอนต้น ประเด็นสำคัญที่เป็นตัวบ่งบอกถึงอายุสมัยที่นำมาใช้ได้แก่วิวัฒนาการของลวดลาย ซึ่งได้วิเคราะห์เปรียบเทียบอย่างละเอียด ทั้งลายที่เปรียบเทียบได้กับปราสาทหินพิมาย ลวดลายที่ปรากฏในสมัยพิมายและหลังบายนในเมืองพระนคร เช่น ลายกรวยเชิง ลายเฟืองอุบะ และงานประดับต่างๆ เช่น แกวรูปหงส์ นอกเหนือจากวิวัฒนาการของลวดลายแล้ว ศาสตราจารย์ ดร. ไชริ่ม วุฒวารัต จูเนียร์ ยังให้ความสำคัญกับการใช้วัสดุที่มีการปรับเปลี่ยนจากการสลักหินมาเป็นปูนปั้นอีกด้วย แต่ส่วนหนึ่งของแนวความคิดที่ศาสตราจารย์ ดร. ไชริ่ม วุฒวารัต จูเนียร์ ได้เสนอไว้และยังไม่มีผู้ใดกล่าวถึงการกำหนดอายุ คือ การปรากฏอิทธิพลของศิลปะพุกามร่วมอยู่ด้วย เช่น ลายเฟืองอุบะที่มีหน้ากาลอยู่แกนกลางปรากฏแล้วที่พระปรากฏสามยอด ลักษณะของแถวหงส์ที่คล้ายกับเจดีย์วิหารที่ตีโลมินโล เป็น ในการกำหนดอายุที่สำคัญ ศาสตราจารย์ ดร.ไชริ่ม วุฒวารัต จูเนียร์ ได้ให้ความสำคัญกับลวดลายกลีบบัวบางลายที่เปรียบเทียบได้กับลายที่ปรากฏที่พระแท่นมิ่งคติลาอาสน์ โดยเชื่อว่าสร้างขึ้นใน พ.ศ.1835 จึงได้เชื่อมโยงกับข้อมูลทางประวัติศาสตร์ที่กล่าวถึงละโว้ได้ส่งคณะทูตไปจีนระหว่างปี พ.ศ. 1832-1842 แสดงให้เห็นถึงช่วงที่ลพบุรีมีอำนาจ ดังนั้นการกำหนดอายุพระปรากฏวัดพระศรีรัตนมหาธาตุจึงน่าจะอยู่ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ที่ลพบุรีน่าจะมีทรัพยากรมากพอที่จะสร้างศาสนสถานเช่น วัดมหาธาตุได้

ศาสตราจารย์ ดร.สันติ เล็กสุขุม ให้ความสำคัญกับวิวัฒนาการของชั้นประดับลวดลายปูนปั้นขององค์ปรากฏ โดยการศึกษาวินิจฉัยการของลวดลายในแต่ละประเภท ที่สำคัญคือ ลายกลีบบัว ลาย

กรวยเชิง ลายเฟืองอุษะ ลายดอก 4 กลีบ เป็น โดยการเปรียบเทียบกับต้นแบบในศิลปะเขมร และ พัฒนาการไปยังศิลปะอยุธยาตอนต้น ในการกำหนดอายุจากวิวัฒนาการของลวดลายเสนอว่า น่าจะ อยู่ในราวต้นพุทธศตวรรษที่ 19 สอดคล้องกับแนวความคิดของนักวิชาการทั้ง 2 ท่านที่กล่าวแล้ว ข้างต้น ในการศึกษาได้แสดงให้เห็นถึงลำดับวิวัฒนาการของลวดลายลายชัดเจนขึ้น รวมทั้งได้มี ข้อเสนอที่น่าสนใจแสดงให้เห็นการสืบเนื่องจากวัฒนธรรมเขมรที่ปรับเปลี่ยนมาเป็นลวดลายอย่าง ปรากฏไทยและเป็นแม่แบบให้กับลายในสมัยอยุธยาตอนต้น เช่น การปรับเปลี่ยนจากเทคนิคการสลัก หินมาเป็นงานปูนปั้นที่ทำให้เกิดลักษณะลายอย่างใหม่ขึ้น

ส่วนลายกลีบบัวที่ศาสตราจารย์ ดร.ไฮรัม วูดวาร์ด จูเนียร์ นำมาใช้ในการกำหนดอายุและ เปรียบเทียบกับลายกลีบบัวของพระแท่นศิลาอาสน์นั้น ศาสตราจารย์ ดร.สันติ เล็กสุขุม ไม่เห็นด้วย เพราะว่าลายดังกล่าวมีองค์ประกอบของการแบ่งลายภายในที่เป็นลายประธานกับตัวประกอบ 2 ข้าง ต่างกัน แม้ว่าทั้ง 2 แบบนี้จะมีระเบียบใกล้เคียงกับเขมร แต่มีการทำลวดลายภายในกลีบบัวซึ่งไม่ ปรากฏในวัฒนธรรมเขมรที่มีเพียงการแบ่งลายเป็น 3 ส่วนเท่านั้น ลักษณะดังกล่าวน่าจะเป็นอิทธิพล ศิลปะจีน



ภาพที่ 2.31 ลายกลีบบัว ปรากฏที่ประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี
ภาพโดย : ธิติพร จันทร์เที่ยง.2559

ส่วนในการศึกษาครั้งนี้ไม่พบประเด็นใหม่ทางวิชาการในการกำหนดอายุนอกเหนือไปจาก นักวิชาการหลักทั้ง 3 ท่านที่ได้เสนอไว้จากการตรวจสอบข้อมูลทางด้านรูปแบบศิลปกรรมแล้ว ส่วนที่ เพิ่มเติม ได้แก่ ข้อคิดเห็นเรื่องทับหลังปูนปั้นรูปบุคคลเหนือช้าง 3 ตัว และรูปเกี่ยวกับแนวความคิด เล่าเรื่องประดับผนังตรีมุขด้านทิศเหนือที่อาจเป็นรูปของพระนารายณ์บรรทมสินธุ์ มีข้อคิดเห็น ประการสำคัญเกี่ยวกับแนวความคิดของศาสตราจารย์ ดร.ไฮรัม วูดวาร์ด จูเนียร์ ในเรื่องอิทธิพล ศิลปะพุกามที่ปรากฏในวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ที่กล่าวถึงคือ ลวดลายหน้ากาลประดับที่แกนกลาง เฟืองอุษะ พบแล้วที่พระปรากฏสามยอด ศาสตราจารย์ ดร.ไฮรัม วูดวาร์ด จูเนียร์ เชื่อว่ารับมาจาก พุกามเพราะไม่มีในศิลปะเขมร แต่จากการตรวจสอบใหม่แล้วพบว่าปรากฏอยู่ในศิลปะเขมร เช่น ที่ ปราสาทพระโค ปราสาทบางเค็ง ดังนั้นแนวความคิดเรื่องอิทธิพลศิลปะพุกามที่เมืองลพบุรีอาจต้องมีการทบทวนใหม่

2.2.2.3 ปรากฏหมายเลข 16ค. วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี ต้นแบบของปรากฏสมัย ลพบุรี ที่เมืองลพบุรี ที่ยังคงแบบแผนครบถ้วนสมบูรณ์



ภาพที่ 2.32 ปรากฏหมายเลข 16 ค. วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559

ตำแหน่งที่ตั้ง

ปรากฏหมายเลข 16ค. ตั้งอยู่ด้านทิศใต้ เยื้องขึ้นไปทางตะวันออกของปรากฏประธาน อันเป็นตำแหน่งที่ไม่ได้อยู่ในลักษณะสมมาตร (Symetry) กับเจดีย์องค์ใดเลยในบริเวณวัดเดียวกัน เพราะตำแหน่งที่สมมาตรกันทางทิศเหนือของปรากฏประธาน ปัจจุบันมีอาคารที่สร้างขึ้นใหม่โดยราชบัณฑิต จึงทำให้ไม่ทราบว่าจะเดิมบริเวณนี้มีสิ่งก่อสร้างอยู่หรือไม่ ถึงแม้แต่ ตำแหน่งดังกล่าวก็ไม่เคยปรากฏมาก่อนเช่นกันจึงทำให้ได้ข้อสังเกตในขั้นต้นจากแผนผัง ว่าปรากฏหมายเลข 16ค. อาจสร้างขึ้นหลังปรากฏประธาน จากตำแหน่งที่ตั้งจึงไม่อยู่ในระบบแบบแผนใดเลย อย่างไรก็ตามจากลักษณะของปรากฏที่ยังคงระเบียบการก่อสร้างเปรียบเทียบกับปึกปรากฏหลังเหนือ (จากภาพถ่ายเก่า) และงานประดับลวดลายที่ยังมีความใกล้เคียงกับต้นแบบคือเขมรอยู่มากและใกล้เคียงกับปรากฏประธาน นักวิชาการเสนอความเห็นที่น่าจะสร้างขึ้นพร้อมๆกับปรากฏประธานหรือสร้างขึ้นภายหลังเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

แผนผังและรูปแบบปรากฏ

ลักษณะแผนผังปรากฏเป็นระบบของการทำเพิ่มมุม กล่าวคือมีมุมประธานขนาดใหญ่และมุมประกอบขนาดเล็กกว่า อันแสดงลักษณะที่ใกล้เคียงกับต้นแบบในศิลปะเขมรที่มีการทำเพิ่มมุมตั้งแต่วราชพุทธศตวรรษที่ 15 เป็นต้นมา ส่วนของมุมประธานขนาดใหญ่เป็นโครงสร้างเดิมของตัวเรือนธาตุ มุมประกอบกันเพิ่มขึ้นเพื่อออกรับกับเสาของจระนำ ด้านหน้าของเจดีย์มีมุขยื่นออกมาเล็กน้อย มีบันไดทางขึ้น และมีห้องครรภคฤหะที่สามารถเดินเข้าไปภายในได้ ส่วนอีก 3 ด้านนำเป็นประตูหลอกเช่นเดียวกับปราสาทเขมรโดยทั่วไป

รูปแบบปรากฏ

ส่วนฐาน ประกอบด้วยฐานบัวลูกฟักซ้อนกัน 2 ฐาน ตามระเบียบควรเป็น 3 ฐาน เพราะปัจจุบันเกิดการทับถมสูงมากจนทำให้ฐานบัวลูกฟักและฐานเชิงจมอยู่ใต้ดิน เพราะอยู่สูงกว่าระดับ

พื้นของปราสาทประธาน และถ้าคำนวณจากความสูงของฐานบัวลูกฟัก และฐานเชิงแล้วจะได้ระดับความสูงพอดีกับระดับฐานของปราสาทประธาน โดยรูปแบบของปราสาทในกลุ่มนี้ถ้าเทียบกับปราสาทประธานและปราสาทสมัยอยุธยาตอนต้นแล้วจะมีฐานบัวลูกฟัก 3 ฐานเสมอและเป็นรูปแบบเฉพาะที่เกิดขึ้นของปราสาทแบบไทยระยะแรก ในขณะที่ศิลปะเขมร เรือนธาตุมีประตูทางเข้าด้านหน้า ส่วนด้านอื่น ๆ มีประตูหลอกมีซุ้มลด ลักษณะซุ้มที่เป็นแบบโค้งเข้าโค้งออกตามรูปแบบของปราสาทเขมร

ส่วนยอด นับเป็นส่วนสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความใกล้เคียงกับต้นแบบปราสาทเขมร คือ การทำหลังคาแบบซ้อนชั้นที่ยังใช้ระบบเสาตั้งคานทับ ที่ยังแสดงลักษณะของเรือนธาตุที่ย่อส่วนมาเป็นเรือนชั้นซ้อนอย่างชัดเจนที่สุด มีผนังของเรือนธาตุตั้งฉาก แต่ละชั้นมีช่องวิมานด้านหน้าช่องวิมานถูกปิดด้วยบรรพแถลง แต่ละมุมประดับด้วยกลีบขนุนปราสาท ส่วนยอดมีกลีบบัวและกลศ (กะ-ละ-สะ หมายถึงหมอน้ำมนต์) ตามแบบของปราสาทเขมรโดยทั่วไป ความสำคัญของปราสาทหมายเลข 16ค. คือ ถือเป็นปราสาทต้นแบบที่ยังมีลักษณะของการทำหลังคาแบบซ้อนชั้นที่ชัดเจนและใกล้เคียงมากที่สุดกับปราสาทเขมร ลักษณะเดียวกับปราสาทวัดนครโกษาในขณะที่ปราสาทประธานน่าจะได้รับการซ่อมในสมัยหลัง เพราะแต่ละชั้นแปลงเป็นระบบคอดล่างผายบน เกิดขึ้นในระยะหลังของปราสาทสมัยอยุธยาตอนต้น เช่น ที่ปราสาทประธานวัดราชบูรณะ พระนครศรีอยุธยา

นอกจากนี้งานประดับชั้นหลังคาอื่นๆ ได้แก่ บรรพแถลง กลีบขนุนปราสาท ยังตั้งประดับห่างจากผนังเรือนธาตุ และยังมีรูปแบบที่ใกล้เคียงปราสาทเขมรอยู่อย่างมาก เช่น กลีบขนุนปราสาท คล้ายกับนาคปักยังมีเค้าของส่วนเสาและหลังคาที่เป็นซุ้มอันแสดงให้เห็นถึงสัญลักษณ์ของปราสาทจำลองอย่างชัดเจน ก่อนที่ส่วนนี้จะปรับเปลี่ยนไปเป็นงานประดับเฉพาะลดทอนในสมัยอยุธยาตอนต้น ยกเว้นชั้นล่างสุด (ชั้นเชิงบาตรครุฑแบก) ที่ยังมีการประดับนาคปักและเทวดาหรือยักษ์ที่มุมประธานและด้านต่างๆ

2.2.2.4 ลวดลายประดับปราสาทหมายเลข 16ค. วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ

การจัดลำดับวิวัฒนาการของชั้นประดับลวดลายในงานวิจัยของศาสตราจารย์ ดร.สันติ เล็กสุขุม ได้แบ่งการศึกษาออกเป็นชั้นประดับลวดลาย ทั้งลายบัวเชิง บั้วรัตเกล้า และลวดลายประดับที่สำคัญในการบอกถึงลำดับวิวัฒนาการได้ โดยใช้ตัวอย่างลายที่สำคัญในการศึกษาเปรียบเทียบ ได้แก่ ลายกระหนก ลายหน้ากระดาน ลานกลีบบัว ลายกรวยเชิง ลายเฟืองอุบะ และลาย 4 ดอก เป็นต้น โดยสรุปผลจากตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาแล้วได้แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม โดยกำหนดว่าปราสาทหมายเลข 16ค. อยู่ในกลุ่มที่ 1 ร่วมสมัยกับปราสาทประธานมีลักษณะลายที่พัฒนามาจากปราสาทประธานเล็กน้อย อยู่ในกลุ่มก่อนการสถาปนาราชบุรีอยุธยา ช่วงต้นพุทธศตวรรษที่ 19 ราว พ.ศ.1835 ส่วนกลุ่มที่ 2 ถึงกลุ่มที่ 5 นั้นเป็นงานในสมัยต้นอยุธยาตอนต้น โดยมีข้อสังเกตของวิวัฒนาการลวดลายของปราสาทหมายเลข 16ค. เปรียบเทียบกับปราสาทอื่นๆ ตามลำดับ โดยเริ่มต้นที่ปราสาทประธานที่ใกล้เคียงกับวัฒนธรรมเขมรมากที่สุด ปราสาทหมายเลข 16ค. ปราสาทวัดนครโกษา จากนั้นจึงเข้าสู่สมัยอยุธยาตอนต้นระยะแรก เช่น ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ราชบุรี ปราสาทหมายเลข 8 วัดพระศรีรัตนมหาธาตุพระนครศรีอยุธยา ปราสาทวัดส้ม จนไปถึงสมัยอยุธยาตอนต้น ระยะหลังที่วัดราชบูรณะ

ข้อสังเกตที่สำคัญที่เป็นตัวแบ่งระหว่างลายสมัยก่อนอยุธยาที่ปราสาทประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ปราสาทหมายเลข 16ค. ปราสาทวัดนครโกษาก่อนอยุธยาตอนต้น ได้แก่ ลายสมัยก่อนอยุธยาจะมีแม่ลายกับลูกลายแยกกันอย่างชัดเจน ใกล้เคียงกับศิลปะเขมร ในขณะที่เมื่อเริ่มต้นอยุธยา แม่ลายกับลูกลายแยกกันอย่างชัดเจน ใกล้เคียงกับศิลปะเขมร ในขณะที่เมื่อเริ่มต้นอยุธยา แม่ลายกับลูกลายมี

ลักษณะที่สอดคล้องกันเกือบแยกไม่ออก วิวัฒนาการของลวดลายกรวยเชิงและลายเฟื่องอุบะจึงเป็นลายที่สำคัญที่สุดลายหนึ่งที่ใช้ในการกำหนดอายุและแบ่งยุคสมัย งานศิลปกรรมที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างปราสาทแบบไทยในสมัยก่อนอยุธยาและอยุธยาตอนต้นได้แก่ จิตรกรรมที่ผนังภายในห้องเรือนธาตุ ที่เขียนเป็นภาพพระอดีตพุทธเจ้ากับพระอัครสาวกซ้ายขวา เขียนผิวพระพุทธรูปเจ้าด้วยสีนวล จีวรสีแดง บนพื้นขาวสีนวล การเขียนภาพพระพุทธรูปเจ้าดังกล่าวได้พบหลักฐานลักษณะและรูปแบบเดียวกันที่ปราสาทวัดนครโกษา ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ราชบุรี ปราสาทประธานวัดพระราม พระนครศรีอยุธยา และในกรุพระปราสาทวัดราชบูรณะ ที่ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี ก็น่าจะเคยมีและน่าจะเป็นแบบแผนที่ยอมรับเขียนในเจดีย์ทรงปราสาทสมัยอยุธยาตอนต้นด้วยเพียงแต่ว่าเสื่อมสลายไปตามกาลเวลา ในการกำหนดอายุการเขียนจิตรกรรมที่ปราสาทหมายเลข 16ค. ยังไม่อาจจะสรุปได้ว่าเป็นงานที่สร้างขึ้นในสมัยลพบุรีสมัยก่อนอยุธยาหรือไม่ เพราะเปรียบเทียบจากรูปแบบและคตินิยมในการเขียนภาพพระอดีตพุทธเจ้าแล้ว น่าจะสัมพันธ์กับทางศิลปะพุกามมากกว่าทางวัฒนธรรมเขมร โดยได้พบความนิยมดังกล่าวส่งมาให้ศิลปะล้านนาในระยะแรกศิลปะสุโขทัย และพบในพระปราสาทสมัยอยุธยาตอนต้นดังนั้นการเขียนภาพดังกล่าวอาจเป็นงานที่อยู่ในสมัยอยุธยาตอนต้นแล้ว ข้อเสนอในการกำหนดอายุปราสาทหมายเลข 16ค. จากแนวการกำหนดอายุของศาสตราจารย์ ดร. ไชริ่ม วุฒวารัต จูเนียร์ ได้ใช้วิวัฒนาการของลวดลายเปรียบเทียบฝีมือช่าง และเสนอข้อคิดเห็นไว้อย่างน่าสนใจ ที่ปราสาทพระปาล์ไฉนในเขมรเปรียบเสมือนรุ่นลูก ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุเป็นรุ่นพ่อส่วนปราสาทหมายเลข 16ค. เป็นรุ่นลูก และปราสาทวัดนครโกษาเป็นรุ่นหลาน แสดงให้เห็นพัฒนาการของงานช่างอย่างชัดเจนที่สุดส่วนในการศึกษาลำดับวิวัฒนาการของชั้นประดับลวดลายและลวดลายของศาสตราจารย์ ดร. สันติ เล็กสุขุม แสดงความเห็นด้วยกับแนวความคิดของศาสตราจารย์ ดร. ไชริ่ม วุฒวารัต จูเนียร์ แต่จากลวดลายยังเชื่อว่างานที่ปราสาทหมายเลข 1ค. นั้นสร้างขึ้นพร้อมกับปราสาทประธาน ส่วนปราสาทวัดนครโกษานั้นเป็นเป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อกับอยุธยาตอนต้น

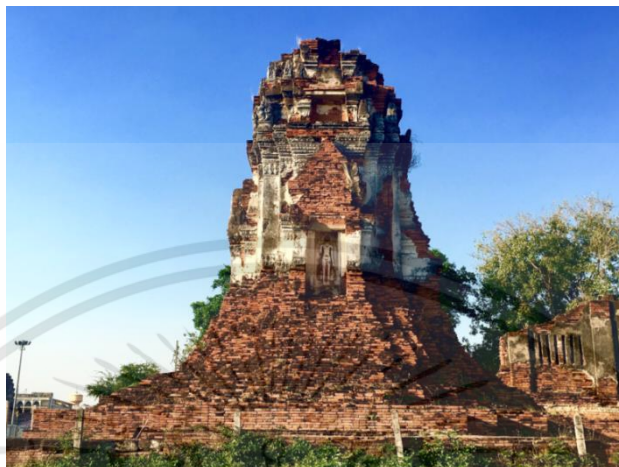
จากการศึกษาจึงมีข้อเสนอเพิ่มเติมดังนี้คือ จากตำแหน่งที่ตั้งที่อยู่นอกกำแพงแก้วของปราสาทประธาน ลักษณะการประดับชั้นลวดลายและลวดลายที่เป็นแบบแผนเดียวกันกับปราสาทประธานในส่วนของตรีมุขทั้งลายกรวยเชิง ลายเฟื่องอุบะ ลายกลีบบัว ลาย 4 ดอก และการปั้นปูนที่แสดงถึงความมีปริมาตร แสดงให้เห็นถึงกลุ่มงานช่างที่เป็นฝีมือเดียวกันกับปราสาทประธาน ในขณะที่วัดนครโกษาเป็นระเบียบลายเดียวกันแต่ฝีมือช่างต่างออกไปเล็กน้อย จนไปถึงอยุธยาตอนต้นชั้นประดับลวดลายและลายได้พัฒนาไปอีกแบบหนึ่ง ทำให้เห็นว่าการสร้างปราสาทหมายเลข 16ค. สร้างภายหลังจากปราสาทประธานอาจจะเป็งานที่สืบเนื่องจากเมื่อสร้างตรีมุขเสร็จ และน่าจะเป็นฝีมือช่างกลุ่มเดียวกัน เพราะเป็นลวดลายในชั้นครู ก่อนที่จะมีพัฒนาการไปที่ปราสาทวัดนครโกษาและอยุธยาตอนต้นต่อไป

2.2.2.5 เจดีย์ทรงปราสาท วัดนครโกษา หนึ่งในสามของปราสาทที่จัดอยู่ในสมัยลพบุรี

ตำแหน่งที่ตั้ง

ปราสาทวัดนครโกษาดั้งอยู่บริเวณมุมด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเจดีย์ประธานวัดนครโกษา โดยตำแหน่งและรูปแบบของเจดีย์แล้วเกือบจะไม่มีความสัมพันธ์ใดๆกับเจดีย์ประธานและแผนผังวัดนครโกษาโดยรวมเลย ซึ่งวัดนครโกษานี้ถือเป็นวัดที่มีความสำคัญมากวัดหนึ่งในเมืองลพบุรี ที่ได้พบหลักฐานว่า ฐานเดิมของเจดีย์ประธานนั้นเป็นเจดีย์สมัยทวารวดีมาก่อนที่จะมีการบูรณะสร้างครอบหลายยุคหลายสมัย ตั้งแต่วัฒนธรรมเขมร ได้รับการปรับเปลี่ยนเป็นเจดีย์ในสมัยอยุธยาตอนต้นจนมาถึงอยุธยาตอนปลาย มีการสร้างอาคารหลังคาคลุมที่มีการเจาะช่องหน้าต่างรูปกลีบบัวแบบที่พบ

โดยทั่วไปที่เมืองลพบุรี คงเป็นงานบูรณะในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช เจดีย์ทรงปราสาทองค์นี้ จึงเป็นตัวอย่างสำคัญของวัดนี้ที่แสดงให้เห็นถึงช่วงเวลาที่เป็นสมัยลพบุรี ในจำนวน 3 แห่งที่เหลือหลักฐานอยู่



ภาพที่ 2.33 เจดีย์ทรงปราสาท วัดนครโกษา

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559

รูปแบบปราสาท

ลักษณะโดยรวมของปราสาทและลวดลายประดับเจดีย์ทรงปราสาทวัดนครโกษาใกล้เคียงอย่างมากกับปราสาทหมายเลข 16ค. วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ดั้งได้กล่าวแล้วข้างต้น ในที่นี้จึงจะขอกล่าวเฉพาะลักษณะสำคัญที่แตกต่างจากปราสาทหมายเลข 16ค. และข้อสังเกตเพิ่มเติมเท่านั้น

ส่วนฐาน พังทลายและได้รับการบูรณะใหม่แล้วไม่สามารถศึกษารูปแบบได้ เพราะการบูรณะขาดความเข้าใจในการศึกษารูปแบบทั้งนี้อาจเกิดจากสภาพก่อนการบูรณะที่พังทลายลงอย่างมากนั่นเองอย่างไรก็ตามจากรูปแบบปราสาท สัดส่วนความสูงจากระดับฐานล่างจนถึงเรือนธาตุ และรูปแบบโดยรวมของปราสาทวัดนครโกษาใกล้เคียงกับเจดีย์หมายเลข 16ค. วัดพระศรีรัตนมหาธาตุลพบุรี ทำให้กล่าวได้ว่าฐานของปราสาทองค์นี้เป็นฐานบัวลูกฟัก 3 ฐาน ตามระเบียบของปราสาทสมัยลพบุรีและสมัยอยุธยาตอนต้น

ส่วนกลาง เป็นเรือนธาตุที่มีลักษณะเดียวกับปราสาทหมายเลข 16ค. และยังรักษาระเบียบของปราสาทขอมไว้ได้เป็นอย่างดี ที่สำคัญคือการทำเพิ่มมุมที่มีมุมประธานขนาดใหญ่ เรือนธาตุตั้งฉากกับระดับระนาบ มีมุมและทางเข้าภายในด้านหน้า ส่วนอีก 3 ด้านเป็นการเจาะช่องจรระนำเพื่อประดิษฐานพระพุทธรูป

ส่วนยอด เป็นเรือนชั้นซ้อนซึ่งเหลือชั้นซ้อนประมาณ 2-3 ชั้น เหนือชั้น เหนือขึ้นไปพังทลายมาหมดแล้ว ระเบียบของการทำเรือนชั้นซ้อนเป็นแบบเดียวกับปราสาทหมายเลข 16ค. คือเป็นชั้นซ้อนที่มีเสาตั้ง คานทับ ผนังตั้งฉากกับแนวระนาบ ลักษณะของเสาและช่องวิมาน บรรพแถลง รวมทั้งการประดับกลีบนูนปราสาทยังรักษาระเบียบของปราสาทขอมไว้ได้อย่างใกล้เคียงมากที่สุด โดยเฉพาะการประดับกลีบนูนปราสาทชั้นล่างสุด (ชั้นเชิงบาตรครุฑแบก) ที่มีมุมประธานยังทำครุฑแบก ส่วนมุมประกอบเป็นเทวดาหรือยักษ์ยืนถือกระบอง ส่วนชั้นที่ 2 ที่มีมุมประธานซึ่งสำคัญมากที่สุดนั้นมีการ

ประติมากรรมปูนปั้นที่มีจีบหน้านางและลักษณะคล้ายการก้าวเดิน โดยรวมแล้วคล้ายกับพระพุทธรูปลีลา ซึ่งลักษณะดังกล่าวคล้ายกับงานประดับปราสาทพระป่าเลย์ ที่เมืองพระนคร สมัยบายน (ราวครึ่งหลังพุทธศตวรรษที่ 18) เป็นพระลีลาที่หน้าบัน จึงได้ข้อสังเกตประการหนึ่งคือในระยะเวลาดังกล่าวนี้มีการทำพระพุทธรูปก้าวเดินที่ประดับศาสนสถานแล้วในเขมร ดังนั้นที่วัดนครโกษานี้ น่าจะได้แรงบันดาลใจที่สำคัญมาจากเขมรเช่นกันและพบหลักฐานที่เหลืออยู่ที่นี่เพียงแห่งเดียวเท่านั้น และขอให้สังเกตว่า เป็นคนละรูปแบบและวัฒนธรรมกับพระลีลาสมัยสุโขทัยที่รับรูปแบบมาจากลังกาและส่วนใหญ่ใช้ในความหมายของปางเสด็จลงจากดาวดึงส์นอกจากการประดับรูปที่กลีบขนุนปราสาทชั้นที่ 2 ที่ไม่เคยปรากฏหลักฐานให้เห็นในปราสาทไทยแล้ว เรายังไม่พบว่าปราสาทไทยในชั้นที่ 2 นี้มีการประดับรูปบุคคลโดยทั่วไปจะเป็นลายกระหนกที่กรอบลายเท่านั้นภายในไม่ประดับรูปบุคคลแต่ในสมัยอยุธยาจะเปลี่ยนเป็นงานประดับลวดลายแทน ดังนั้นลักษณะการประดับชั้นปราสาทวัดนครโกษาและปราสาทหมายเลข 16ค. ก็เป็นรูปแบบที่สำคัญแสดงให้เห็นถึงช่วงกลางของการสืบต่อจากวัฒนธรรมเขมรมายังอยุธยาตอนต้นตามสมมติฐานที่เป็นงานหลังจากวัฒนธรรมเขมรหมดไปละเป็นการเริ่มต้นปราสาทแบบไทย ช่วงหลังพุทธศตวรรษที่ 18 ในการกำหนดอายุให้แน่ชัดลงไปอีกนั้นกำหนดได้จากวิวัฒนาการของลวดลาย

ลวดลายประดับ ดังได้กล่าวแล้วว่าลักษณะของลวดลายประดับที่วัดนครโกษานี้มีลักษณะใกล้เคียงอย่างมากกับปราสาทหมายเลข 16ค. ดังได้เปรียบเทียบลำดับวิวัฒนาการที่มีผู้ศึกษาไว้แล้วคือ ศาสตราจารย์ ดร.ไฮรัม วูดวาร์ด จูเนียร์ ที่กล่าวว่าลวดลายปูนปั้นที่เป็นงานในชั้นหลาน กล่าวคือปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุเป็นงานรุ่นพ่อ ปราสาทหมายเลข 16ค. เป็นรุ่นต่อมา สอดคล้องกับการจัดลำดับวิวัฒนาการของชั้นประดับลวดลายและลวดลายของศาสตราจารย์ ดร.สันติ เล็กสุขุม ที่จัดเป็นวิวัฒนาการของลวดลายทุกแบบแล้วล้วนเป็นงานที่สืบต่อมาจากปราสาทหมายเลข 16ค.

จากระเบียบลายและเทคนิคการทำโดยการปั้นปูนที่ยังมีปริมาณมาก ลวดลายที่สำคัญเหมือนกันกับปราสาทหมายเลข 16ค. เช่น การประดับชั้นลวดลายบัวเชิงและบัวรัดเกล้า โดยเฉพาะบัวรัดเกล้าที่ยังมีการประดับด้วยแถวรูปหงส์เหมือนกัน ลายกลีบบัว ลายหน้ากระดานที่เป็นดอกซีกดอกซ้อน ลาย 4 ดอก เป็นต้น ส่วนที่มีความแตกต่างออกไปได้แก่เรื่องของฝีมือช่าง สังเกตได้จากการทำลายกรวยเชิงและลายเฟืองอุบะ แม้ว่าลายจะมีระเบียบเดียวกัน คือแม่ลายและลูกลายแยกกันภายในมีพื้นที่ว่าง ทำให้ดูแล้วลายไม่แน่นหรือละเอียดเหมือนกับปราสาทหมายเลข 16ค. และต่างจากสมัยอยุธยาตอนต้นที่แม่ลายกับลายแทรกจะมีพัฒนาการใกล้กันมากขึ้นละเอียดและแน่นจนเกือบแยกกันไม่ออกระหว่างแม่ลายกับลายแทรก ส่วนนี้เองที่แสดงให้เห็นว่าเป็นพัฒนาการต่อจากปราสาทหมายเลข 16ค. รวมทั้งลวดลายบางอย่างแสดงให้เห็นถึงงานซ่อมแซมในระยะหลังอีกด้วยหลักฐานที่สำคัญอีกหนึ่งสิ่งคือ จิตรกรรมฝาผนังในเรือนธาตุ ที่ยังเหลือหลักฐานเลือนรางมาก จิตรกรรมเขียนเรื่องพระอดีตพุทธเจ้าทั้ง 3 ด้าน คือ มีพระพุทธรูปเจ้าทั้ง 3 ด้าน คือ มีพระพุทธรูปเจ้าอยู่กลาง ด้านข้างเป็นพระสาวก ลักษณะและรูปแบบเป็นเช่นเดียวกับปราสาทหมายเลข 16ค. และวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ราชบุรี ข้อสันนิษฐานดังกล่าวเหมือนกับที่กล่าวไว้ข้างต้น(ศักดิ์ชัย สายสิงห์.2559:3-75)

2.2.3 คุณค่าของศิลปกรรมที่อยู่คู่ท้องถิ่น

ศิลปะสมัยลพบุรี ใช้ชื่อว่า ลพบุรี นั้นเป็นหลักฐานแน่ชัดว่าจังหวัดลพบุรีเคยรุ่งเรืองและเป็นเมืองสำคัญมาก่อนในอดีต แสดงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์รากเหง้าของชาวลพบุรีที่เคยอยู่อาศัยในดินแดนแห่งนี้ ได้มีการสร้างศิลปกรรมที่งดงามจากภูมิปัญญาอันชาญฉลาดของบรรพบุรุษในยุคนั้น ถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมให้ลูกหลานรุ่นใหม่ได้รับรู้และเกิดความภาคภูมิใจ เป็นต้นทุนของท้องถิ่นที่

สามารถสร้างความแตกต่างและเอกลักษณ์โดดเด่นให้กับจังหวัด ตลอดจนเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งชี้ว่าพื้นที่แห่งนี้คือลพบุรีเมืองแห่งอารยธรรมของชาวละโว้อย่างแท้จริง จากภารกิจการศึกษาประชาชาติได้รณรงค์ให้มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมของกลุ่มชนในแต่ละท้องถิ่น แสดงให้เห็นว่าองค์กรระดับโลกตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมและศิลปกรรมโบราณว่าเป็นสมบัติอันมีค่าที่ควรรักษาและเผยแพร่ไม่ให้ถูกลืมเลือน เป็นสิ่งที่ใช้แสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นหรือพื้นที่นั้นๆ ถือเป็นสมบัติของทุกคนที่ควรช่วยกันรักษา สืบทอด สืบสานให้กับคนทั่วไปได้รับรู้และยอมรับอย่างภาคภูมิใจ ศิลปกรรมเหล่านี้กำลังจะเลือนหายไปกับกาลเวลา เหลือเพียงแต่ซากหักพังของสถาปัตยกรรม หรือโบราณวัตถุเท่านั้น ซึ่งก็จะไร้ความหมายถ้าหากคนในท้องถิ่นในชุมชนเองไม่ตระหนักถึงคุณค่าของศิลปกรรมที่งดงามและสะท้อนความเป็นตัวตนของบรรพบุรุษ ที่ควรได้รับการอนุรักษ์และประยุกต์ให้เข้ากับสภาพวิถีชีวิตปัจจุบันของคนในยุคนี้ เพื่อให้ศิลปกรรมอันเป็นความน่าภาคภูมิใจเหล่านี้ยังคงอยู่ เพื่อเผยแพร่ให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจได้รับรู้ถึงความงดงามและเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้ไม่เพียงแต่วัตถุโบราณที่ถูกเก็บไว้ในพิพิธภัณฑ์อีกต่อไป

2.3 ศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นและต้นทุนทางวัฒนธรรม

2.3.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่น

2.3.1.1 ความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาเป็นสิ่งที่ทำให้ชาติและชุมชนผ่านพ้นวิกฤติและดำรงความเป็นชาติหรือชุมชนไว้ได้ เป็นองค์ความรู้ที่ทรงคุณค่าและความดีงามที่หล่อเลี้ยงชีวิตและวิถีชุมชนให้อยู่ร่วมกับธรรมชาติและสภาพแวดล้อมได้อย่างกลมกลืนและสมดุล ภูมิปัญญาเป็นพื้นฐานการประกอบอาชีพและเป็นรากฐานการพัฒนาที่เริ่มต้นจากพื้นฐานการพัฒนาเพื่อพึ่งพาตนเอง การพัฒนาเพื่อพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน การพัฒนาที่เกิดจากการผสมผสานองค์ความรู้สากลบนรากฐานภูมิปัญญาเดิม เพื่อเกิดเป็นภูมิปัญญาใหม่ที่เหมาะสมกับยุคสมัย ดังนั้นภูมิปัญญาจึงมีคุณค่าไม่เพียงแต่ต่อท้องถิ่นและผู้คนเท่านั้น ยังเอื้อประโยชน์ต่อการวางแผนของรัฐบาลในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

2.3.1.2 ความหมายของภูมิปัญญา ภูมิปัญญาหมายความว่า พื้น ชั้น พื้นเพ ปัญญา หมายความว่า ความรอบรู้ ความรู้ทั่ว ความฉลาดเกิดแต่การเรียนรู้และการคิด มีผู้รู้ให้ความหมายของภูมิปัญญาไว้มากมาย เช่น

ภูมิปัญญา (Wisdom) หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ความเชื่อ ความสามารถทางพฤติกรรมและความสามารถในการแก้ไขปัญหาของมนุษย์

ภูมิปัญญา เป็นเรื่องที่สั่งสมกันมาตั้งแต่อดีตและเป็นเรื่องของการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ คนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ โดยผ่านกระบวนการทางจารีตประเพณี วิถีชีวิต การทำมาหากินและพิธีกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความสัมพันธ์เหล่านี้

ภูมิปัญญา หมายถึง ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพ ในการศึกษาเล่าเรียน การที่ชาวไร่ รู้จักวิธีทำนา การไถนา การเอาควายมาใช้ในการไถนา การรู้จักนวดข้าวโดยใช้ควาย รู้จักสาน กระบุง ตะกร้า เอาไม้ไผ่มาทำเครื่องใช้ไม่สอยในชีวิตประจำวัน เรียกว่าภูมิปัญญาทั้งสิ้น ยกเว้นด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ภูมิปัญญา เป็นผลึกขององค์ความรู้ที่มีกระบวนการสั่งสม สืบทอด กลั่นกรอง กับมายาวนาน มีที่มาหลากหลายแต่ได้ประสบประสานกันจนเป็นเหลี่ยมกรณีที่จรัสแสงคงทนและทำทายตลอดกาลเวลา ความรู้อาจจะไม่ได้เป็นเอกภาพ แต่ภูมิปัญญาจัดว่าเป็นเอกลักษณ์

ดังนั้น อาจสรุปได้ว่า ภูมิปัญญา หมายถึง องค์ความรู้ ความเชื่อ ความสามารถของคนในท้องถิ่นที่ได้จากการสั่งสมประสบการณ์และการเรียนรู้มาเป็นระยะเวลายาวนาน มีลักษณะเป็นองค์รวม และมีคุณค่าทางวัฒนธรรม

2.3.1.3 องค์ประกอบของภูมิปัญญา

องค์ความรู้ที่ตกผลึกและหล่อหลอมเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดต่อกันมานั้น มีองค์ประกอบหลักรวมกันอยู่ 7 ประการ ตามที่ เอี่ยม ทองดี ได้กล่าวไว้ว่า ภูมิปัญญามีลักษณะเป็นนามธรรม อย่างน้อยต้องมีส่วนประกอบจากองค์ประกอบต่างๆเหล่านี้คือ

(1) ความคิด คือ สิ่งที่ติดตัวมนุษย์มาแต่กำเนิด มีชื่อเรียกว่า Cognitive System ซึ่งมีส่วนประกอบจาก ระบบประสาท ระบบสมอง และการทำงานของต่อมต่างๆ อันเป็นศูนย์กลางระบบความคิดให้แก่ทุกส่วนของร่างกาย และนักมานุษยวิทยาเชื่อว่า ระบบเหล่านี้ ทำงานอยู่นอกเหนืออำนาจการบงการของร่างกาย ทั้งส่วนที่เป็นการจินตนาการ และผลของการคิดวิเคราะห์ และสังเคราะห์จากสภาพแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม ความคิดดังกล่าวนี้จะเป็นแหล่งที่มาอันสำคัญของความรู้อันเป็นองค์ประกอบของภูมิปัญญาในลำดับต่อไป

(2) ความรู้ มีการนำมาใช้ในลักษณะต่างๆ เช่น องค์ความรู้ ภูมิรู้ ปรากฏอยู่ในแนวคิด ทฤษฎีญาณวิทยาที่ว่าด้วยทฤษฎีแห่งความรู้ การสืบค้นกำเนิดแหล่งความรู้ และธรรมชาติของความรู้ การสืบหาคำตอบว่าตรงกับความจริงหรือไม่ หรือว่าความรู้เป็นเพียงแค่การพิจารณาเทียบเคียงซึ่งไม่ตรงกับข้อเท็จจริง และยังมีการสืบค้นความรู้เรื่องกาลเวลา (Time) อวกาศ (Space) เนื้อสาร (Substance) สัมพันธภาพ(Relation) และความเป็นเหตุเป็นผล (Causality) องค์ความรู้เป็นหมวดๆ (Category) ความรู้หรือองค์ความรู้เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของภูมิปัญญาที่กล่าวข้างต้น

(3) ความเชื่อ เป็นพื้นฐานสำคัญยิ่งของสังคมมนุษย์ มนุษย์แต่ละกลุ่มมีความเชื่อที่แตกต่างกันไป ซึ่งความเชื่อนี้ก็คือความศรัทธาหรือยึดมั่นถือมั่น ซึ่งจะเป็นแกนสำคัญในการดำเนินชีวิตและความมั่นคงของสังคม ความเชื่อมีอยู่หลายระดับทั้งในการดำเนินชีวิตประจำวันอันเป็นความเชื่อโดยทั่วไปและความเชื่อเกี่ยวกับศาสนา ญาณวิทยา ภพภูมิ โลกนี้โลกหน้า ความดี ความชั่ว นรก สวรรค์ บาปบุญคุณโทษ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญยิ่งในภูมิปัญญา

(4) ค่านิยม คือสิ่งที่คนให้ความสนใจ เกิดความปรารถนาอยากจะได้อยากจะมี ปรารถนาจะเป็นที่ยกย่องสรรเสริญ หรือสิ่งที่บังคับต้องทำ ต้องปฏิบัติ มีความรักและมีความสุขเมื่อได้เห็นหรือได้สิ่งเหล่านั้นครอบครอง ค่านิยมจึงเป็นพื้นฐานการจัดรูปแบบพฤติกรรมที่ปรากฏอยู่ภายใน และแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมในลักษณะต่างๆ ทั้งทางกาย วาจาและความคิด โดยสรุปค่านิยมเป็นพื้นฐานสำคัญทางภูมิปัญญา เป็นบ่อเกิดของพฤติกรรมของบุคคลในแต่ละสังคม

(5) ความเห็น คือภาวะที่เกิดขึ้นหลังจากบุคคลหรือชุมชนได้พิจารณาและใคร่ครวญโดยรอบคอบแล้วจึงตัดสินใจว่าควรแสดงออกในลักษณะอย่างไร เช่น เห็นด้วย ทำตาม ยอมรับ ปฏิเสธ ร่วมมือ กระทำหรือดำเนินการ ด้วยเห็นว่าดี ชั่ว เหมาะสม ไม่เหมาะสม เป็นบาป เป็นบุญ ซึ่งความเห็นในลักษณะนี้เป็นภูมิปัญญาประการหนึ่งซึ่งเป็นผลประการสำคัญยิ่งที่แสดงมาทั้งกาย วาจา และจิตใจ

(6) ความสามารถ หมายถึง ศักยภาพและประสิทธิภาพที่มีอยู่ในตัวของแต่ละบุคคล เช่นชุมชนในการที่จะจัดการเรื่องใดเรื่องหนึ่งในลักษณะเดียวกันกับสิ่งที่เรียกว่า “พรสวรรค์” ซึ่งเป็นผลมาจากลักษณะทางกายและจิตใจร่วมกัน โดยแต่ละคนหรือชุมชนย่อมจะต้องมีแตกต่างกัน

ออกไป เช่น การที่บางคนสามารถปาฐกถาได้ดี ลำดับเนื้อหาและการแสดงทุกอย่างเป็นที่ชื่นชม ถือว่าเป็นผลมาจากความสามารถที่มีอยู่ในบุคคลนั้นๆ ฉะนั้นความสามารถจึงเป็นภูมิปัญญาอีกประการหนึ่ง

(7) ความฉลาด หมายถึง ทักษะที่ปรากฏอยู่ภายในจิตใจ หรือจิตวิญญาณเป็นสิ่งที่สามารถนำมาใช้ แก้ไข ป้องกัน ควบคุมเหตุการณ์ต่างๆไม่ให้เกิดเป็นปัญหาขึ้นหรือให้เป็นไปตามที่ตนเองหรือชุมชนต้องการ (เอี่ยม ทองดี.2541:49-72)

ดังนั้นองค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นปัจจัยในการก่อเกิดภูมิปัญญาโดยมีรากมาจากพื้นฐานสามัญสำนึกของมนุษย์ นั่นคือระบบความคิด อันเกิดจาก สมองและระบบประสาทที่มีความพิเศษ เป็นสิ่งที่แยกมนุษย์ให้ประเสริฐกว่าสิ่งมีชีวิตทั้งปวง ประกอบเข้ากับปัจจัยด้านอื่นๆ ทั้งองค์ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม ความคิดเห็น ความสามารถ และปัญญาอันชาญฉลาด มากล้นกรอง ลองผิดลองถูก จนสามารถตกผลึกเป็นองค์ความรู้อันเกิดจากการสังสมประสบการณ์ ที่เรียกว่าภูมิปัญญา และสามารถนำไปปรับใช้ในการแก้ไขปัญหาหรือปรับตัวให้เข้ากับวิถีชีวิตและสภาพแวดล้อมในสังคมนั้นๆ

2.3.1.4 ประเภทของภูมิปัญญา

(1) ภูมิปัญญาพื้นบ้าน เป็นองค์ความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่สั่งสมและสืบทอดกันมา เป็นความสามารถและศักยภาพในเชิงการแก้ปัญหา การปรับตัวเรียนรู้และสืบทอดไปสู่คนรุ่นต่อไป เพื่อการดำรงอยู่ของเผ่าพันธุ์ จึงเป็นมรดกทางวัฒนธรรมชาติ ของเผ่าพันธุ์หรือเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้าน

(2) ภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นวิธีการปฏิบัติของชาวบ้าน ซึ่งได้มาจากประสบการณ์ แนวทางแก้ปัญหาแต่ละเรื่อง แต่ละประสบการณ์ แต่ละสภาพแวดล้อม ซึ่งจะมีเงื่อนไขปัจจัยเฉพาะแตกต่างกันไป นำมาใช้แก้ไขปัญหาโดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่โดยชาวบ้านคิดเอง เป็นความรู้ที่สร้างสรรค์และมีส่วนเสริมสร้างการผลิต หรือเป็นความรู้ของชาวบ้านที่ผ่านการปฏิบัติมาแล้วอย่างโชกโชน เป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรม เป็นความรู้ที่ปฏิบัติได้มีพลังและสำคัญยิ่ง ช่วยให้ชาวบ้านมีชีวิตอยู่รอดสร้างสรรค์การผลิตและช่วยในด้านการทำงาน เป็นโครงสร้างความรู้ที่มีหลักการ มีเหตุ มีผลในตัวเอง

(3) ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในชีวิตของคน ผ่านกระบวนการศึกษา สังเกต คิดว่าวิเคราะห์จนเกิดปัญญาและตกผลึกเป็นองค์ความรู้ที่ประกอบกันขึ้นมาจากความรู้เฉพาะหลาย ๆ เรื่อง จัดว่าเป็นพื้นฐานขององค์ความรู้สมัยใหม่ที่จะช่วยในการเรียนรู้ การแก้ปัญหาจัดการและการปรับตัวในการดำเนินชีวิตของคนเรา ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้ที่มีอยู่ทั่วไปในสังคม ชุมชนและในตัวผู้รู้เอง จึงควรมีการสืบค้นรวบรวม ศึกษา ถ่ายทอด พัฒนาและนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวาง

(4) ภูมิปัญญาไทย หมายถึง องค์ความรู้ ความสามารถ ทักษะของคนไทยที่เกิดจากการส่งเสริมประสบการณ์ที่ผ่านกระบวนการการเลือกสรร เรียนรู้ปรุงแต่งและถ่ายทอดสืบทอดกันมา เพื่อใช้แก้ปัญหาและพัฒนาวิถีชีวิตของคนไทยให้สมดุลกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับยุคสมัย

2.3.1.5 ลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น พอสรุปได้ดังนี้

- (1) เป็นเรื่องของการใช้ความรู้ ทักษะ ความเชื่อและพฤติกรรม
- (2) แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง คนกับคน คนกับธรรมชาติ คนกับสิ่งเหนือ

ธรรมชาติ

- (3) เป็นองค์กรหรือกิจกรรมทุกอย่างในวิถีชีวิต
- (4) เป็นเรื่องของการแก้ไขปัญหา การจัดการ การปรับตัว การเรียนรู้เพื่อความอยู่รอดของบุคคล ชุมชนและสังคม
- (5) เป็นแกนหลักหรือกระบวนทัศน์ในการมองชีวิตเป็นพื้นความรู้ในเรื่องต่าง ๆ
- (6) มีลักษณะเฉพาะหรือมีเอกลักษณ์ในตัวเอง
- (7) มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อการปรับสมดุลในพัฒนาการทางสังคมตลอดเวลา
- (8) มีวัฒนธรรมเป็นฐาน ไม่ใช่วิทยาศาสตร์
- (9) มีบูรณการสูง
- (10) มีความเชื่อมโยงไปสู่นามธรรมที่ลึกซึ้งสูงส่ง
- (11) เน้นความสำคัญของจริยธรรมมากกว่าวัตถุธรรม(กรมส่งเสริมการเกษตร. 2553)

2.3.2 ต้นทุนทางวัฒนธรรม

2.3.2.1 ความหมายของต้นทุนทางวัฒนธรรม

ทุนทางวัฒนธรรม คือ มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติซึ่งกรมส่งเสริมวัฒนธรรมของกระทรวงวัฒนธรรมกำหนดไว้มี 7 สาขา คือ

- (1) ภาษา
- (2) วรรณกรรมพื้นบ้าน
- (3) ศิลปะการแสดง
- (4) แนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล
- (5) งานช่างฝีมือดั้งเดิม
- (6) ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล
- (7) กีฬา ภูมิปัญญาไทย

นอกจากนั้นยังควรหมายรวมถึงมรดกทางศิลปวัฒนธรรมในรูปแบบของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ภาษาวรรณกรรม เอกสารโบราณ จดหมายเหตุ ศิลปะการแสดง และงานศิลปกรรมต่าง ๆ ล้วนเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่บรรพบุรุษได้สั่งสมและสร้างสรรค์ไว้จนสืบทอดมาเป็นมรดกวัฒนธรรมให้แก่อนุชนได้นำมาศึกษาเรียนรู้และซาบซึ้งในสุนทรีย์แห่งความงดงามของเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยอย่างไม่ขาดสายกล่าวได้ว่ามรดกทางวัฒนธรรมของชาตินับเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศที่มีมรดกทางวัฒนธรรมอย่างมหาศาล ดังนั้นการธำรงรักษามรดกทางวัฒนธรรมของชาติ ให้คงอยู่อย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ โดยคำนึงถึงปัจจัยอันเป็นประโยชน์ที่ชุมชนและประชาชนจะได้รับอย่างเต็มที่ทั้งทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) กล่าวถึง การสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานการผลิต และการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักการพัฒนาพื้นที่ภารกิจและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคมไทย อันจะนำไปสู่การพัฒนาเพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของสังคมไทยตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ด้วยเหตุที่ทุนทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทุนทางสังคม และเป็นจุดแข็งที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่ทุนทางเศรษฐกิจและทุนอันเป็นทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้เป็นพลังขับเคลื่อน

การเสริมสร้างการกินดีอยู่ดีมีความสุขร่วมกันของคนในชาติ นอกจากนั้นทุนทางวัฒนธรรมยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทุนมนุษย์ของประเทศให้มีความเข้มแข็งอีกทางหนึ่งด้วย การพัฒนาคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมด้วยการสร้างสรรค์ต่อยอดให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมอย่างมีคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งแก่กรมศิลปากรเนื่องจากกรมศิลปากรเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ดูแลรักษาและสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมของชาติเป็นภารกิจหลัก ประกอบกับเป็นนโยบายของรัฐบาลด้วยเช่นกัน

กรมศิลปากรจึงกำหนดแนวทางในการส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์แก่ชุมชนด้วยการสร้างต้นแบบและต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์จากมรดกศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้นใหม่อีกหลายเส้นทาง เพื่อรักษาองค์ความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมที่กำลังจะสูญหายให้คงอยู่ในขณะเดียวกันก็ส่งเสริมให้ชุมชนนำองค์ความรู้จากมรดกทางศิลปวัฒนธรรมไปใช้ในการสร้างสรรค์ พัฒนาต่อยอดให้มีคุณภาพหรือศักยภาพตามความเหมาะสมต่อเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการสร้างต้นแบบและต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์จากทุนทางมรดกศิลปวัฒนธรรมให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างมีคุณค่าทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ดังมีรายละเอียดการสร้างสร้างสรรค์ต่อยอดผลิตภัณฑ์เป็น 3 ลักษณะ กล่าวคือ

(1) ส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์แก่ชุมชน โดยส่งเสริมชุมชนในการสร้างผลิตภัณฑ์อันเป็นมรดกภูมิปัญญาให้ท้องถิ่นเพื่ออนุรักษ์และสืบทอดฝีมือช่างพื้นถิ่นให้คงอยู่

(2) การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากมรดกศิลปวัฒนธรรม โดยนำมาประยุกต์ใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่ออนุรักษ์และสืบทอดมรดกศิลปวัฒนธรรมของชาติให้คงอยู่อย่างมีคุณค่า

(3) การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจากแหล่งมรดกศิลปวัฒนธรรม เป็นการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่บูรณาการแหล่งวัฒนธรรม มรดกศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเชื่อ ภาษา วรรณกรรม และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องตามเส้นทาง ซึ่งกรมศิลปากรได้กำหนดเส้นทางไว้เป็นเบื้องต้นแล้วกว่า 10 เส้นทาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพัฒนาสร้างสรรค์และต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มรายได้แล้ว ยังเป็นการเผยแพร่ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศ เพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทยให้ดำรงอยู่ยั่งยืนต่อไป(กองบรรณาธิการและสำนักมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.2555)

2.3.2.2 การส่งเสริมเศรษฐกิจจากต้นทุนทางวัฒนธรรม

ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมชุมชน เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตลาดค่อนข้างจำกัด เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีความล้ำสมัยไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ช่วยในการผลิตให้มีคุณภาพมาตรฐานมากขึ้น นอกจากนี้ ยังขาดความรู้ความเข้าใจการพัฒนากระบวนการผลิตที่ถูกต้อง และการบริหารจัดการที่ดี ขณะเดียวกัน ยังไม่สามารถนำภูมิปัญญาดั้งเดิมที่อยู่มาสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาด กระทรวงอุตสาหกรรม โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมให้เติบโตและแข่งขันได้จากการสนับสนุนปัจจัยที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจและการพัฒนาประสิทธิภาพองค์กร ผ่านการสนับสนุนเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ

ปีที่ผ่านมา โครงการการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมโดยใช้ ทุนทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญา (The Development of Industrial Business by Applying Cultural Heritage and Local Wisdom) คือ โครงการที่นำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่มีอยู่เดิม ได้แก่ บ้านเชียง ทวารวดี

และวัฒนธรรมศรีโคตรบูรณ์ – ล่້านซ้่าง มาพัฒนาก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยเพิ่มช่องทางการตลาดให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ตำบล (OTOP) และผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้มียอดขายที่สูงขึ้น สำหรับโครงการการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ยังเป็นโครงการที่มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญามาพัฒนาต่อยอดให้เกิดผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปดำเนินการได้ในเชิงพาณิชย์ เพื่อก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ ตามข้อมูลของกระทรวงวัฒนธรรมที่ได้มีการจำแนกวิถีวัฒนธรรมออกเป็น 8 วิถี ได้แก่ อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อ ศิลปะท้องถิ่น โดยที่ล่าสุด สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้เปิดตัวโครงการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา มุ่งเน้นการนำทุนทางภูมิปัญญาในท้องถิ่นที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมในยุคเฟื่องฟู เช่น อยุธยา ธนบุรี และรัตนโกสินทร์ มาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนความเป็นชนชาติไทยและสามารถแข่งขันประสบความสำเร็จได้ในระดับโลก นายอาทิตย์ วุฒิกะโร อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เปิดเผยว่า โครงการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา เป็นโครงการที่มุ่งเน้นการพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นแต่ละภูมิภาค โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ จากศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่รุ่งเรืองในอดีตมาสร้างสรรค์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ผ้า ผลิตภัณฑ์ของใช้ของตกแต่ง เป็นต้น นอกจากนี้มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ยังคงกลิ่นอายวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและสะท้อนความเป็นไทยในวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่นที่หลากหลายแล้ว ยังคำนึงถึงการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เต็มไปด้วยประโยชน์ใช้สอย เป็นที่ต้องการของตลาดและกลุ่มเป้าหมาย จุดมุ่งหมายเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นไทยทั้งจากกลุ่มวิสาหกิจในเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งตลาดในประเทศ รวมถึงการก้าวสู่ตลาดต่างประเทศ ทั้งในอาเซียนและระดับโลก ภายใต้แนวคิดการต่อยอดวัฒนธรรมสร้างสรรค์สู่ออนาคต (Creative Culture) วิถีแห่งวัฒนธรรมไทยที่จำแนกได้หลายประเภท เช่น อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อ ศิลปะท้องถิ่น เสน่ห์แห่งมรดกวัฒนธรรมไทยยังมีความหลากหลายประกอบด้วย 9 เส้นทางวัฒนธรรม ได้แก่

- (1) ชุมชนและผลิตภัณฑ์ OTOP ได้รับการพัฒนาและต่อยอดให้เข้าสู่สนามแข่ง
- (2) วัฒนธรรมบั้งเซียง ครอบคลุมพื้นที่ ๒ จังหวัด คือ อุตรดิตถ์และ

หนองบัวลำภู

- (3) วัฒนธรรมทวารวดี ครอบคลุมพื้นที่ ๑๑ จังหวัด คือ นครปฐม ราชบุรี สุพรรณบุรี เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ นครนายก ฉะเชิงเทรา ชัยภูมิ กาฬสินธุ์ ยโสธร มหาสารคาม

- (4) วัฒนธรรมศรีโคตรบูรณ์ – ล่້านซ้่าง ครอบคลุมพื้นที่ ๙ จังหวัด คือ ขอนแก่น นครพนม ร้อยเอ็ด อุบลราชธานี เลย หนองคาย มุกดาหาร อำนาจเจริญ

- (5) วัฒนธรรมลพบุรี ครอบคลุมพื้นที่ ๙ จังหวัด คือ ลพบุรี กาญจนบุรี เพชรบุรี ปราจีนบุรี สระแก้ว นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ

- (6) วัฒนธรรมศรีวิชัย ครอบคลุมพื้นที่ ๑๔ จังหวัด คือ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ภูเก็ต ชุมพร ตรัง พังงา กระบี่ ระนอง สตูล พัทลุง สงขลา ยะลา ปัตตานี นราธิวาส

- (7) วัฒนธรรมล้านนา ครอบคลุมพื้นที่ ๙ จังหวัด คือ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง น่าน แพร่ แม่ฮ่องสอน เชียงราย พะเยา ตาก

- (8) วัฒนธรรมสุโขทัย ครอบคลุมพื้นที่ ๖ จังหวัด คือ สุโขทัย กำแพงเพชร พิษณุโลก อุตรดิตถ์ พิจิตร อุทัยธานี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่สู่สาธารณะโดยไม่ได้รับอนุญาต

(9) วัฒนธรรมอยุธยา ครอบคลุมพื้นที่ ๘ จังหวัด คือ ชัยนาท สิงห์บุรี อโยธยา
ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร อ่างทอง สระบุรี

(10) วัฒนธรรมธนบุรี -รัตนโกสินทร์ ครอบคลุมพื้นที่ ๘ จังหวัด คือ กรุงเทพฯ
สมุทรปราการ นนทบุรี ปทุมธานี ชลบุรี จันทบุรี ระยอง ตราด (คอลัมน์อุตสาหกรรม หนังสือพิมพ์อี
คอนนิวส์ ปีที่ 26 ฉบับ 573 ประจำเดือนมีนาคม 2558.40)

2.4 ศึกษาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี

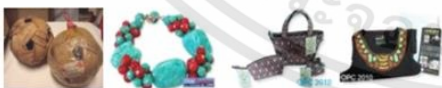
ผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้เองในแต่ละพื้นที่แต่ละครัวเรือนในอดีตจากองค์ความรู้อันชาญฉลาดได้พัฒนาเข้าสู่รูปแบบการค้าในปัจจุบัน เปลี่ยนจากภูมิปัญญาให้กลายเป็นรายได้และอาชีพ ภาครัฐมีนโยบายในการส่งเสริมภูมิปัญญาและ วิสาหกิจชุมชนมีการพัฒนาตามแนวทางโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมการขายและการตลาดมากขึ้นเป็นที่รู้จักมากขึ้น ดำเนินการจัดตั้งกลุ่มเริ่มจากจำนวนสมาชิกน้อยผลิตของชิ้นเล็ก ๆ และได้พัฒนาฝีมือขึ้นตามลำดับจนกระทั่งเป็นผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในจังหวัดลพบุรีเองและทั่วประเทศตลอดจนสินค้าบางประเภทยังมีการส่งออกไปยังต่างประเทศอีกด้วย

2.4.1 ลิขสิทธิ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นประเภทต่างๆ

มี 40 ประเภท เช่น งานประดิษฐ์จากดินปั้น ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินไทย หัตถกรรมจักสานเชือกมัดฟาง ผลิตภัณฑ์จักสานพลาสติก กรงนก กระเป๋าผ้าต่างๆ (ผ้ามัดหมี่ ผ้าบาติก) ตะกร้าจักสานก้านลานลายดอกทิวลิป กรงนกไม้ เครื่องสานจากพลาสติก ชุดเครื่องนอน



มี 21 ผลิตภัณฑ์ เช่น ตะกรอลายกระจับ ผ้ามัดหมี่ลายทิวลิปวงนารายณ์ สร้อยข้อมือ(เงิน) สร้อยข้อมือหวายแถว สร้อยเงินลายล้อแม็ก กระเป๋าผ้ามัดหมี่ เสื้อเชิ้ตชาย-หญิง เสื้อปักลูกบิดสร้อยคอ ผ้าถุงป้ายแหวนพลอย



มี 7 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ยาบำรุงร่างกายตราสิงห์แดง สมุนไพรกะลามะพร้าว สมุนไพรบวบก ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (ครีมบำรุงผิวขมิ้น,ครีมบำรุง) โรลออน สารส้ม แชมพูสมุนไพร ดินสอพองบริสุทธิ์



มี 33 ประเภท เช่น ปลาต้มพริก ข้าวกล้องหอมนิล ไข่เค็ม ดินสอพอง ข้าวธัญญาหารธำรา ผลิตภัณฑ์ดอกทานตะวัน ผักปลอดสารพิษเปลือกย่อย ข้าวโพดคั่วโบราณอบมะพร้าว ไอศกรีมนมสด น้ำมันมะพร้าวชนิดแคปซูล กวนเจียงปลา เครื่องดื่มน้ำข้าวโพด สาโท ตะเคียนคู่ น้ำเกลสดอกทานตะวัน สุรากลั่น



ภาพที่ 2.34 ประเภทผลิตภัณฑ์ OTOP จากภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี.2557

2.4.1.1 ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง และของที่ระลึก ได้แก่ เครื่องทองเหลือง,

จักสานหวายและก้านลาน,เสื่อกก,แกะสลักหินทราย,กรอรูปไม้, จานโซว์เบญจรงค์, โคมไฟกะลามะพร้าว, ตะกร้าเชือกมัดฟาง ,ตุ๊กตาขนมปังปั้น, ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินไทย,กระเป๋าผ้ามัดหมี่, ผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากกะลามะพร้าว ,หินสี, ข้างลายไทย, เครื่องปั้นดินเผา,กรงนกไม้มงคล เป็นต้น

2.4.1.2 ผลิตรภัณฑ์ประเภท ผ้าและเครื่องแต่งกาย ได้แก่ ผ้ามัดหมี่,ผ้ามัดหมี่ 4 ตะกรอ , เสื้อปักลูกปัด, ผ้าทอ 2 ตะกรอ, กระเป๋าจากผ้ามัดหมี่,สร้อยคอสร้อยข้อมือ (เงิน),สร้อยข้อมือลายล้อแม็ก(เงิน) ,แหวนพลอย, เสื้อผ้าสำเร็จรูป, ผ้านุ่งป้าย เป็นต้น

2.4.1.3 ผลิตรภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ ปลาสามฝัก,ปลาร้าสับสมุนไพร, น้ำผึ้งดอกทานตะวัน,ไข่เค็มดินสอพอง,มะม่วงแช่อิ่ม กวนเชียงปลา,เห็ดโคนน้อยในน้ำเกลือ,ขนมบ้าบิ่น,ขนมเปียะตุลาการ, ข้าวธัญญาหารธारा,กระหรีพัพ,ข้าวกลิ้งหอมนิล,ปลาชิวแก้วทอดกรอบสมุนไพร,ไหมทองธัญพืช,ข้าวโพดคั่วโบราณอบมะพร้าวและเมล็ดทานตะวันปรุงรส เครื่องดื่มน้ำนมข้าวโพด, สาโท, น้ำเกสรดอกทานตะวัน, สาโท 35 ดีกรี และสุรากลั่น เป็นต้น

2.4.2 ผลิตรภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ

นอกเหนือจากผลิตรภัณฑ์ทั้งหมดข้างต้นแล้ว จังหวัดลพบุรีนั้นยังมีของดีของเด่นเป็นที่เชิดหน้าชูตาให้แก่จังหวัด เป็นผลิตรภัณฑ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์และทรงคุณค่าในฐานะภูมิปัญญาที่เกิดขึ้นจากฝีมือชาวลพบุรี มีชื่อเสียงเป็นที่เป็นที่ต้องการและยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่

2.4.2.1 ทองเหลืองบ้านท่ากระยาง



ภาพที่ 2.35 ผลิตรภัณฑ์ทองเหลืองบ้านท่ากระยาง

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559

ผลิตรภัณฑ์ทองเหลืองของชมรมช่างหล่อทองเหลืองบ้านท่ากระยาง ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี เป็นที่รู้จักกันดี ว่าเป็นแหล่งผลิตเครื่องทองเหลืองที่ได้มาตรฐานและมีชื่อเสียงมายาวนานเป็นเวลากว่า 100 ปี สืบทอดต่อกันมาเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมในการผลิตทองเหลืองที่มีความประณีตละเอียดอ่อนจากรุ่นสู่รุ่น สืบทอดต่อกันมาถึงสามรุ่นในปัจจุบัน เริ่มมาตั้งแต่สมัย คุณยายฮวย พุ่มขจร ได้เล่าว่า เห็นการทำมาตั้งแต่เด็กโดยมีปู่ดำ (ไม่ทราบนามสกุล) ได้ทำการหล่อทองเหลืองอยู่ที่ท่าโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เป็นผู้ริเริ่มทำผลิตรภัณฑ์ทองเหลืองเป็นรายแรก โดยปู่ดำเป็นลุงของเพื่อนพี่สาวยายฮวย พุ่มขจร ตั้งแต่เด็ก ๆ คุณยายได้เห็นการหล่อทองเหลืองจึงได้ขอทดลองทำบ้าง อาชีพแรกคือการทำนา ต่อมาสนใจการหล่อทองเหลืองจึงหันมาฝึกอาชีพหล่อทองเหลืองโดยการหันมาหล่อทองเหลือง ในอดีตที่มีการหล่อทองเหลืองจะทำในแนวสังเคราพหุขา ได้แก่ การหล่อพระพุทธรูป การหล่อเทวรูป การหล่อพระเครื่อง การหล่อขัน-น้ำมนต์ การหล่อพระ

เกจิอาจารย์ การหล่อรูปเหมือน การหล่อสัตว์หิมพานต์ การหล่อสัตว์ต่าง ๆ ตั้งแต่ขนาดแขวนคอขนาดเล็ก ๆ ไปจนถึงการหล่อพระพุทธรูปองค์ใหญ่ และขยายกิจการสามารถตั้งโรงงานขนาดใหญ่โดยใช้แรงงานในชุมชน คุณยายฮวย พุ่มขจร ได้ผลิตทองเหลืองมาประมาณมากกว่า 50 ปี ปัจจุบันมีผู้ที่ได้รับการถ่ายทอดการหล่อทองเหลือง ได้แก่ นางบังอร เกื้อกระโทก ลูกสาว และ นายอุทัย เกื้อกระโทก ลูกเขย เป็นคนดูแลกิจการแทน ต่อมาได้มีวิวัฒนาการเจริญขึ้น นายอุทัย เกื้อกระโทก ลูกเขยคุณยายฮวย พุ่มขจร ได้เริ่มพัฒนารูปแบบต่าง ๆ ให้ทันสมัย

ชมรมช่างหล่อทองเหลืองบ้านท่ากระยาง มีประวัติทำการหล่อทองเหลืองมากกว่า 100 ปีมาแล้ว งานช่างหล่อทองเหลืองของหมู่บ้านท่ากระยาง คุณยาย จึงได้ประยุกต์ขึ้นใหม่โดยมีเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้น สามารถผลิตชิ้นงานรูปแบบใหม่ ๆ ขึ้นมาเพิ่ม แต่ในบางส่วนก็ยังคงอนุรักษ์รูปแบบเดิมอยู่ และนางงานหล่อทองเหลืองเพื่อเพิ่มคุณค่าให้เป็นที่รู้จักโดยจัดตั้งกลุ่มช่างหล่อทองเหลืองบ้านท่ากระยาง สินค้า OTOP ระดับ 5 ดาวของจังหวัดลพบุรี ส่งจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศจนเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงทางด้านคุณภาพและรูปแบบของงานหล่อทองเหลืองบ้านท่ากระยาง

ลักษณะเฉพาะของทองเหลืองบ้านท่ากระยาง

ในอดีตลักษณะเฉพาะของเครื่องทองเหลืองจะมีลักษณะเฉพาะคือ แนวสิ่งเคารพบูชา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อสนองความต้องการทางด้านขวัญและกำลังใจ ความเชื่อ สิ่งบวงสรวง การสืบทอดวัฒนธรรมของชาวบ้าน ซึ่งได้แก่ พระพุทธรูป เทวรูป และพระเกจิอาจารย์ต่าง ๆ แต่ในปัจจุบันเครื่องทองเหลืองจะมีหลากหลายขึ้น จะขึ้นอยู่กับประโยชน์การใช้สอย จะมีตั้งแต่ชิ้นเล็ก ๆ ที่มีราคาไม่ถึง 100 บาท จนถึงงานชิ้นใหญ่ ๆ ที่ราคา 100,000 บาทขึ้นไป ขึ้นอยู่กับความชอบของลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องทองเหลืองด้านความเป็นเอกลักษณ์ในอดีตงานหล่อเครื่องทองเหลืองจะมีลักษณะเฉพาะคือ แนวสิ่งเคารพ-บูชา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความเชื่อ สิ่งบวงสรวง ซึ่งได้แก่ พระพุทธรูป เทวรูป และพระเกจิอาจารย์ต่าง ๆ แต่ในปัจจุบันงานหล่อทองเหลืองจะมีรูปแบบที่หลากหลายขึ้น จะมีงานเป็นเครื่องประดับตกแต่งบ้านและสวนเพิ่มขึ้นมา ได้แก่ รูปหล่อทองเหลืองติดโคมไฟ รูปปั้นตักน้ำพุ รูปปั้นนางในวรรณคดี รูปปั้นสัตว์ในนิทาน รูปปั้นสัตว์ต่าง ๆ ขึ้นน้ำมันต์

ประเภทงานหล่อทองเหลือง

- | | | |
|------------------------------------|----------------------|--------------------|
| (1) พระพุทธรูป | (2) เทวรูปและเทพเจ้า | (3) พระเกจิอาจารย์ |
| (4) รูปคนเหมือน | (5) รูปเหมือนสัตว์ | (6) สัตว์หิมพานต์ |
| (7) สัตว์มงคล | (8) สัตว์ทั่วไป | (9) เครื่องใช้ |
| (10) เครื่องประดับตกแต่งบ้านและสวน | | |



ภาพที่ 2.36 งานทองเหลืองประเภทต่างๆของชมรมช่างหล่อทองเหลืองบ้านท่ากระยาง

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559



ภาพที่ 2.37 อุปกรณ์ในการผลิตทองเหลืองบ้านท่ากระยาง

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559

ขั้นตอนกระบวนการผลิต

ขั้นตอนเตรียมการ การทำแบบพิมพ์หล่อทองเหลืองมี 2 ชนิดคือ

- (1) แบบพิมพ์จากยางชิลิโคลน (2) แบบพิมพ์จากปูนซีเมนต์

เตรียมทำแบบพิมพ์จากยางชิลิโคลน

- (1) เลือกต้นแบบที่ต้องการ
- (2) ตัดต้นแบบลงบนแผ่นไม้อัดให้แน่น ไม่สามารถขยับได้
- (3) ใช้ดินน้ำมันกันรอบ ๆ ต้นแบบให้หน้าและสูงครึ่งหนึ่งของแบบ ด้านหนึ่งต้องทำกรวยสำหรับกรอกขี้ผึ้ง โดยปั้นดินน้ำมันลักษณะคล้ายจุกขวด ทาทั้ด้วยพาราฟินหรือน้ำมันบาง ๆ เพื่อกันยางติดแบบทำสลักกันแบบเคลื่อน
- (4) ผสมชิลิโคลนกับตัวเร่งแข็ง ในอัตราส่วน 20-30 กรัม ต่อตัวเร่งแข็ง 12-20 หยด
- (5) ทายางชิลิโคลน ลงทับต้นแบบ ปาดยางชิลิโคลนให้เต็มต้นแบบ และไล่ฟองอากาศออกทิ้งไว้ประมาณ 15-30 นาที ใช้ผ้าขาวบางมาติดกับวงบนยางชิลิโคลน เพื่อให้เกิดความแข็งแรง แล้วผสมยางทาทั้บอีกครั้งทิ้งไว้ 1-2 ชั่วโมง
- (6) เมื่อยางชิลิโคลนแห้งให้ตัดแต่งริมของยางชิลิโคลน
- (7) ประกบแบบแม่พิมพ์ที่ละส่วนสำหรับเทปูนปลาสเตอร์ เพื่อให้แบบคงรูปจากพาราฟินหรือน้ำมันบนตัวยางที่แห้งแล้ว
- (8) ผสมปูนปลาสเตอร์กับน้ำเทให้ท่วมต้นแบบพิมพ์ยางชิลิโคลนหนาประมาณ 2-4 เซนติเมตร

(9) รอให้ปูนปลาสเตอร์แห้ง แล้วพลิกทำอีกด้านหนึ่งเหมือนกัน แล้วถอดแบบออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในห้องปฏิบัติการเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นหรือมีข้อสงสัยเกี่ยวกับเนื้อหาไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.38 การผลิตทองเหลืองบ้านท่ากระยาง

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559

เตรียมทำแบบพิมพ์หล่อทองเหลืองจากปูนซีเมนต์

(1) นำต้นแบบมายึดติดกับแผ่นไม้ ล้อมด้วยดินน้ำมันครึ่งหนึ่งของแบบ ด้านหนึ่งต้องทำเป็นรูปกรวยสำหรับกรอกขี้ผึ้ง โดยปั้นดินน้ำมันลักษณะคล้ายจุกขวดทำสลักกันแบบเคลื่อน

(2) ทาด้วยน้ำมันซีโล้ทำให้ทั่วพิมพ์และดินน้ำมัน

(3) ผสมปูนซีเมนต์กับน้ำ ให้เข้ากันใช้แปรงจุ่มน้ำปูนซีเมนต์ทาให้ทั่วต้นแบบ

(4) ผสมปูนซีเมนต์กับน้ำให้ข้นกว่าเดิม แล้วนำมาพอกที่ต้นแบบให้หนาประมาณ 3 เซนติเมตร แล้วพักไว้ให้แห้ง

(5) เมื่อปูนซีเมนต์แห้ง จึงกลับอีกด้านหนึ่งทาด้วยพาราฟินหรือน้ำมันซีโล้แล้วทำเหมือนกลับซีกแรก ทิ้งไว้จนกว่าจะแห้ง

(6) แกะแบบออก ถ้าเป็นต้นแบบที่ได้จากหุ่นขี้ผึ้ง จะนำไปต้มในน้ำเดือดเพื่อให้ขี้ผึ้งที่อยู่ภายในละลายออกมา แล้วจึงแกะแบบออกเป็น 2 ชิ้น ก็จะได้แม่พิมพ์หล่อทองเหลืองจากปูนซีเมนต์ที่แข็งแรง

การทำแบบพิมพ์จากยางซิลิโคนมีความพิเศษมากกว่าปูนซีเมนต์เพราะสามารถเก็บรายละเอียดของงานได้ดีกว่าและใช้เวลาในการผลิตน้อยกว่าหลายเท่าขั้นตอนการผลิตก็ไม่ยุ่งยากนัก

เตรียมทำหุ่นขี้ผึ้ง

(1) เตรียมแบบพิมพ์ นำพิมพ์ลงแช่ในน้ำผสมผงซักฟอก แช่ทิ้งไว้ 2 ชั่วโมง

(2) การเคี้ยวขี้ผึ้งกับชัน ขี้ผึ้งกับชันมาผสมรวมกันในอัตราส่วน ขี้ผึ้ง 15 กิโลกรัม ต่อชัน 2 กิโลกรัม ตั้งเตาให้ความร้อนเคี่ยวจนใสและเทลงในภาชนะเพื่อให้คลายความร้อนลงก่อนนำเทลงในแบบพิมพ์

เตรียมทำหุ่นปูนปลาสเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ (1) ผสมปูนปลาสเตอร์ให้เหลวเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิ (2) เทปูนปลาสเตอร์เข้าไปในช่องว่างของหุ่นขี้ผึ้งจนเต็ม (3) ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(3) ปลอ่ยให้ปูนปลาสเตอร์แข็งตัว

(4) ตอกตะปูให้ปูนปาสเตอร์ยึดติดแน่น กับหุ่นขี้ผึ้งภายในการใช้ตะปูพิจารณาให้เหมาะสมกับชิ้นงาน

(5) นำดินนวลมาทากับหุ่นอีกครั้งหนึ่ง ด้วยขนแปรงกระจายจนเต็มหุ่น การทำให้ทาวนละครึ่งเป็นเวลา 2 วัน

(6) จะได้หุ่นขี้ผึ้งที่อยู่ในมีปูนปาสเตอร์บรรจุ

(7) ตัดชนวนสำหรับให้น้ำทองเหลืองไหลไปยังส่วนต่าง ๆ ได้ครบถ้วน

เตรียมทำดินพอกและการพอกหุ่น

(1) การทำดินพอกนำดินจอมปลวกมาผสมกับทุกรายละเอียดและนำมาคนให้เข้ากัน

(2) การพอกหุ่น นำดินพอกที่ผสมไว้ มาพอกบนหุ่นขี้ผึ้งให้ทั่วหุ่นให้ดินพอกมีความหนา 1 นิ้ว

การตัดชนวน นำเทียนแท่งชนวนมาติดที่ฐานหุ่นขี้ผึ้ง แล้วนำดินพอกมาพอกที่แท่งเทียนชนวนแล้วทิ้งไว้ให้แห้ง ใช้เวลา 2 วัน

การเคียนลวด นำลวดผูกเหล็กมาพันรวบหุ่นขี้ผึ้งทั้งแนวตั้ง และแนวนอน โดยใช้ระยะห่างกันประมาณ 1 นิ้ว รวบหุ่น แล้วจึงพอกดินอีกครั้งหนึ่ง

ขั้นการผลิต การหล่อทองเหลือง

(1) การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ก่อนการหล่อทองเหลือง ให้จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือดังนี้ หุ่นขี้ผึ้ง ทองเหลืองแท่ง เบ้าหลอม คีมจับหุ่น กระบวยตักทอง เตาลอม กระทะเหล็ก เลื่อยตัดเหล็ก ลูกทราย ลูกเชือก ลูกผ้า น้ำยารองพื้น น้ำยาขัดเงา

(2) การเผาหุ่นนำหุ่นขี้ผึ้งเข้าเตาเผาโดยให้ค้ำที่มีชนวน ค้ำล่างข้างล่าง แล้วให้ความร้อนเผาหุ่นประมาณ 2 ชั่วโมง

(3) การเคียวทองเหลือง ใช้ทองเหลืองประมาณ 20 กิโลกรัม ใส่ลงในเบ้าหลอมขนาดเบอร์ 200 เคียวบนเตาลอมระยะเวลาประมาณ 2 ชั่วโมง หรือจนทองเหลืองหลอม ใช้คีมจับหุ่นที่เผาอยู่ในเตาให้หงายขึ้น โดยให้แท่งชนวนพลิกอยู่ด้านบน

(4) การเททองเหลือง ใช้กระบวยตักทองเหลืองจากเบ้าหลอมเทลงทางช่องชนวนบนหุ่นขี้ผึ้งจนเต็มหุ่น ทิ้งไว้ให้เย็นประมาณ 3 ชั่วโมง ทุบดินแกะลวดเคียนออกจากหุ่น ได้รูปหล่อทองเหลืองตามต้องการ (กระบวยตักทองเหลืองจะต้องเผาให้ร้อนก่อน)

การตกแต่งชิ้นงาน มีขั้นตอนดังนี้

(1) ตัดชนวนออกจากชิ้นงานด้วยหินเจียรนัย

(2) ใช้หินเจียรนัย ตกแต่งภายนอกให้เรียบ

(3) ถ้ามีตำหนิให้เชื่อมประสาน ด้วยลวดทองเหลืองแล้วเจียรนัยให้เรียบ

(4) นำชิ้นงานไปขัดด้วยเครื่องเจียรตั้งพื้นด้วยลูกทราย

(5) นำชิ้นงานไปขัดด้วยลูกผ้าที่ทำด้วยน้ำยารองพื้น

(6) ขัดด้วยลูกเชือกในกรณีที่ลูกผ้าไม่สามารถขัดได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ห้ามเผยแพร่หรือใช้ซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกสิ่งนี้ไปเผยแพร่หรือใช้ซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต

(7) ซัดด้วยลูกผ้าอีกครั้งหนึ่งด้วยน้ำยาซัดเงาจนสวยงาม

(8) อาจมีการทำสีและสนิมตามที่ผู้ซื้อสั่งทำ (ชมรมช่างหล่อทองเหลืองท่ากระยาง.2551)



ภาพที่ 2.39 การตกแต่งชิ้นงานทองเหลือง

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559

2.4.2.2 ผ้าทอมัดหมี่บ้านพวน



ภาพที่ 2.40 ผ้าทอมัดหมี่ กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน

ที่มา : วนิตา รักพรหม. 2559

ผ้าทอมัดหมี่ กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน จังหวัดลพบุรี การทอผ้ามัดหมี่ถือเป็นภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวนอำเภอบ้านหมี่ ที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษที่อพยพมาจากแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เมื่อประมาณสองร้อยกว่าปีที่ผ่านมา ซึ่งนอกจากจะนิยมทอกันไว้ใช้ในชีวิตประจำวันสำหรับตนเอง และสมาชิกภายในครัวเรือนแล้ว ยังมีการทอขึ้นเพื่อใช้ในพิธีกรรม ประเพณีต่างๆ ความเชื่อทางศาสนาและสังคมด้วย คำว่า “ผ้ามัดหมี่” เป็นชื่อที่เรียกกรรมวิธีการทอผ้าอย่างหนึ่ง ที่นำเอาเส้นด้ายมามัดเป็นเปลาะๆ ตามลายแล้วนำไปย้อมสีให้เกิด

สีสัน และลวดลายตามที่ต้องการเรียกวิธีการมัดย้อมแบบบ้านหมี่ ต่อมาจึงเหลือเพียง “มัดหมี่” ผ้าที่ทอจากเส้นด้ายที่มัดหมี่ จึงเรียกว่า “ผ้ามัดหมี่” ซึ่งความงดงามและความเป็นเอกลักษณ์ของผ้ามัดหมี่คือ รอยสีที่ค่อย ๆ ซึมในเนื้อผ้าที่ติดกับลวดลาย ทำให้ได้ลวดลายที่แปลกตา เพิ่มความงดงามและความมีเสน่ห์ให้แก่ผ้ามัดหมี่ ในสมัยก่อนจะทอกันในเวลาที่ว่างเว้นจากฤดูทำนา ผ้าที่นำมาทอจะเป็นผ้าชั้นลายมัดหมี่ ผ้าขาวม้า และเครื่องนุ่งห่ม เพื่อใช้ในครัวเรือน



ภาพที่ 2.41 การมัดหมี่ กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน

ที่มา : วนิตา รักพรหม. 2559

จากการส่งเสริมประสบการณ์ที่ได้รับการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าจากบรรพบุรุษ และเรียนรู้จากรุ่นสู่รุ่นนั้น ได้เล็งเห็นถึงคุณค่าในความงามของผ้าที่ทอและต้องการอนุรักษ์ไว้ซึ่งภูมิปัญญาของชาวไทยพวน จึงได้มีการรวมกลุ่ม ตั้งชื่อกลุ่มว่า “กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน” เมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2543 เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนหรือหมู่บ้าน โดยแรกเริ่มมีสมาชิกก่อตั้ง จำนวน 30 คน ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งสิ้น 75 คน สมาชิกถือหุ้นๆ ละ 100 บาท ซึ่งในแต่ละปีจะมีการปันผลทุกวันที่ 27 มีนาคมของทุกปี การบริหารจัดการกลุ่มมีนางวนิตา รักพรหม เป็นประธาน ซึ่งกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวนได้ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 82 หมู่ที่ 10 ตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ปัจจุบันกลุ่มฯ ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ รวมทั้งพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับมาตรฐานต่างๆ และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ โดยได้มีแรงจูงใจในการอนุรักษ์ลายโบราณ และเป็นการสืบทอดเอกลักษณ์ ภูมิปัญญาของท้องถิ่นในการทอผ้ามัดหมี่ ซึ่งในปัจจุบันมีผู้นิยมใช้ผ้าไทยกันอย่างแพร่หลาย ตามนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ใช้ผ้าไทย กลุ่มฯ จึงได้มีการพัฒนา สร้างสรรค์ลวดลายให้มีความหลากหลายและทันสมัย แต่ยังคงคุณลักษณะผ้าทอพื้นเมืองแบบดั้งเดิมอยู่ โดยการผสมผสานลวดลายโบราณตามความเชื่อ ความศรัทธา ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของชาวไทยพวน และตามจินตนาการ ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าทออันประณีตและทรงคุณค่า อีกทั้งเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาควรรค่าแก่การอนุรักษ์ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ลักษณะเฉพาะของผ้าทอมัดหมี่บ้านพวน เป็นการแสดงภูมิปัญญาเดิมของบรรพบุรุษ กล่าวคือใช้วิธีการผลิตแบบดั้งเดิม ด้วยการทอด้วยมือ อันเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษชาวไทยพวน ผ้าทอมัดหมี่ของกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวนจะมีโดดเด่นโดยเน้นลวดลายโบราณ ซึ่งส่วนใหญ่เกิดแรง

บันดาลใจจากธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต ความเชื่อ และขนบธรรมเนียมประเพณี เช่น ลายตะวัน ลับฟ้า ลายบัวศรี ลายเหลื่อมสลับลาย ซึ่งเป็นลายโบราณที่ยังคงอนุรักษ์ไว้ อีกทั้งยังเน้นโทนสีที่มีความคลาสสิก และสีธรรมชาติ อีกทั้งมีลักษณะเด่น ดังต่อไปนี้

- (1) เนื้อผ้ามีความคงทน
- (2) สีสันทสวยงาม สีไม่ตก สวมใส่สบาย
- (3) ลวดลายและการทอมีความประณีต เรียบสม่ำเสมอทั่วทั้งผืน
- (4) การดูแลรักษาง่ายและสะดวกในการใช้

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมัดหมี่ อันเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างความภาคภูมิใจให้แก่ชุมชน เป็นผลงานที่สร้างขึ้นจากฝีมือที่ต้องอาศัยความประณีต ความอดทน ความพยายาม ความอดุสาหะ ซึ่งเห็นได้จากความงดงามของลวดลายที่ปรากฏอยู่บนผืนผ้า เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาการทางความรู้ และภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ และนับเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีค่ายิ่ง ความงาม ความซับซ้อนของลวดลาย จึงทำให้ผ้าทอมัดหมี่มีคุณค่างดงาม และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง นับเป็นคุณค่าของความงดงามที่ยังคงหลงเหลือที่คนในชุมชนตำบลหินปักได้ร่วมมือกันอนุรักษ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและส่งเสริมศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านให้ยังคงอยู่ต่อไป ซึ่งก่อให้เกิดความสัมพันธ์กับชุมชน ทำให้คนในชุมชน สมาชิกในกลุ่ม เกิดความรัก ความสามัคคี ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เกิดความซื่อสัตย์ เสียสละ มีความรับผิดชอบ มีความเห็นอกเห็นใจกัน เกิดความไว้วางใจ รวมถึงทำให้เกิดการทำงานร่วมกันในลักษณะเครือข่าย เชื่อมโยงงานซึ่งกันและกัน ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ไขปัญหา และร่วมกันรับผลประโยชน์ มีความเอื้ออาทร ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความรักใคร่ สามัคคี และมีความสมานฉันท์ของคนในชุมชน รวมทั้งมีความอดุสาหะในการประกอบอาชีพ ยอมรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของคนไทยพวน อีกทั้งเป็นการกระจายรายได้ให้กับสมาชิก และกลุ่มได้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการทอผ้ามัดหมี่ นอกจากนี้ยังส่งผลให้เศรษฐกิจฐานรากเกิดการแลกเปลี่ยนหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ

วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้

- (1) เส้นด้าย หรือมีชื่อเรียกในปัจจุบันว่า “ไหมประดิษฐ์”
- (2) เข็มหักหรือปอ ใช้สำหรับมัดหมี่ เพื่อจะทำการย้อม
- (3) มีดหรือกรรไกรสำหรับตัดเชือกมัดหมี่
- (4) สีย้อมผ้า
- (5) กระสวย
- (6) แป้งสำหรับทำให้ด้ายแข็งตัวมีความคงทน
- (7) แขนด้ายทอหรือหลอดด้ายทอ เป็นแกนที่ใช้สำหรับกรอด้ายเพื่อเตรียมไว้

สำหรับการทอเพื่อให้เกิดเป็นผืนผ้าต่อไป

- (8) กี่ทอผ้า (กี่กระตุก)
- (9) โส้หมี่
- (10) หลา เป็นอุปกรณ์ใช้สำหรับปั่นด้ายและเป็นเครื่องปั่นด้ายด้วยมือ
- (11) กง ใช้สำหรับชิงด้ายให้ตั้งทำด้วยไม้
- (12) อุปกรณ์ขึ้นด้าย (คิดประดิษฐ์โดยภูมิปัญญาท้องถิ่น) ครั้งที่มีการนำไปใช้

- รางตั้งหลอด เป็นรางตั้งหลอดใช้ในการนำหลอดด้ายมาตั้งให้อยู่ในตำแหน่งที่ตั้งเป็นแถวสำหรับ เดินด้ายยี่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในงานวิจัยเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิ (12) อุปกรณ์ขึ้นด้าย (คิดประดิษฐ์โดยภูมิปัญญาท้องถิ่น) ครั้งที่มีการนำไปใช้

- เพื่อ เป็นอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการคันด้ายยืน

(13) ฟืม ฟืมหรือฟันทวี คือส่วนที่กระทบให้ด้ายที่ทอเข้ากันแน่น มีลักษณะเป็นแผ่นทำด้วยเหล็ก หรือ สแตนเลสทำเป็นช่องถี่เล็กๆ เรียงต่อกัน ระหว่างช่องเหล่านี้ได้ใช้สำหรับสอดด้ายยืนทั้งหมดความยาวประมาณ 1.10 เมตร ขอบบนล่างอาจทำด้วยไม้หรือเหล็กก็ได้แต่ฟืมเหล็กเมื่อใช้งานไปนานๆ จะเกิดสนิม เวลาทอจะผิดและทำให้เครื่องด้ายขาดปัจจุบันจึงไม่ค่อยเป็นที่นิยม ส่วนใหญ่ใช้ฟืมที่ทำด้วยสแตนเลส มีลักษณะเป็นมันวาวทอลื่นสะดวก เส้นด้ายไม่ขาด

(14) ตะกอล ใช้สำหรับจับด้ายขึ้นลงสลับกันในการทอ

(15) โม่ไล่ เป็นอุปกรณ์ใช้สำหรับม้วนด้าย



ภาพที่ 2.42 อุปกรณ์ทอผ้ามัดหมี่บ้านพวน

ที่มา : วนิตา รักพรหม. 2559



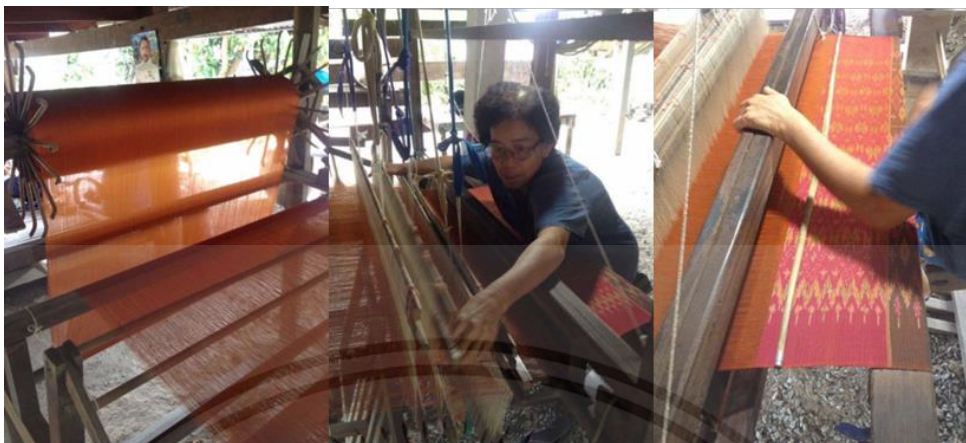
เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต การค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.43 การมัดหมี่ กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน

ที่มา : วนิตา รักพรหม. 2559

ขั้นตอนการทอผ้าด้วยกี่กระตุก



ภาพที่ 2.44 การทอผ้าไหมมัดหมี่ที่กระตุก บ้านพวน

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559

(1) การเตรียมเส้นด้ายยืน

(1.1) การลงแป้ง เส้นด้ายที่จะนำมาทำด้ายยืนต้องนำมาลงแป้งก่อน เพื่อให้เส้นด้ายเรียบ เหนียว แข็งไม่เป็นขน และทนทานในการทอ โดยใช้แป้งมันสำปะหลังผสมกับน้ำใส่ภาชนะตั้งไฟคนให้พอเหนียว เติมน้ำมันพืชลงไปเล็กน้อยจะทำให้เส้นด้ายลื่นมีความมัน คนให้เข้ากันและยกลงมาวางไว้ให้เย็นเอาเส้นด้ายใส่ลงไป พลิกเส้นด้ายกลับไปกลับมาให้แป้งติดทั่วถึงกัน ปิดพอหมาดแล้วนำไปตาก ขณะตากให้กระตุกเส้นด้ายบ่อย ๆ เพื่อให้เส้นด้ายแตกกระจายติดกัน ผึ่งจนแห้งสนิท

(1.2) การปั่นหลอดด้าย โดยการนำด้ายที่ลงแป้งมาปั่น

(1.3) การคั่นหูกหรือการคั่นด้ายยืน คือ การเตรียมเส้นด้ายยืน ปัจจุบันคั่นด้ายยืน 1 ครั้ง สามารถทอได้ 300 - 400 เมตร เครื่องมือที่ใช้คั่น เรียกว่า “เผื่อ” ตัวเผื่อกว้างประมาณ 3 เมตรเศษ ๆ ยาวประมาณ 9 เมตร ด้านกว้างทั้งสองจะมีหลักไม้สำหรับนำด้ายจากหลอดมาขึ้นใส่หลอดเผื่อ เพื่อให้ได้ความยาวตามต้องการ จำนวนของเส้นด้ายเรียกว่า “หลบ” หนึ่งหลบเท่ากับ 40 เส้น ส่วนมากจะนิยมเรียงทีละ 2 หลบ คือ 80 เส้น โดยการโยงด้ายจากหลอด 80 หลอดขึ้นใส่หลักเผื่อจากด้านหนึ่งไปอีกด้านหนึ่งจนครบทั้งสองด้าน ด้านหนึ่งมี 16 หลัก สองด้านมี 32 หลัก โยงด้าย 33 เที้ยว ยาวเที้ยวละ 9 เมตรจะได้ความยาว 300 เมตร จำนวนเส้นขึ้นอยู่กับเบอร์ของฟืมที่ใช้ เมื่อคั่นเสร็จแล้วนำไปทอที่เครื่องและม้วนเก็บในแกนที่เรียกว่า “โม้เล่”

(1.4) การสอดฟันหวี ฟันหวีที่ใช้ทำมาจากสแตนเลส วิธีการสอดฟันหวี โดยการนำเส้นด้ายที่คั่นไว้แล้วสอดเข้าไปในฟันฟืม โดยการเอาไม้ไผ่บาง ๆ เกี่ยวเส้นด้ายเข้าไปในฟันหวี และช่องจนเต็มหน้าฟืม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ (1.5) การเก็บตะกอ ตะกอมี่ชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “เขา” มีลักษณะเป็น
 ไม้ว่าจะมีได้ทั้งสามชั้นที่ม้วนที่ติดกับลงมือที่ และของของ ฟืมจึงมีของอีกชั้นหนึ่งซึ่ง
 เท่าเทียบเพื่อแยกเส้นด้ายยืนสำหรับสอดกระสวยเส้นด้ายพุ่ง

(1.6) การขึ้นกี่ คือการนำเครื่องขึ้นที่เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการเตรียมเส้นด้ายยืน เป็นการนำเครื่องที่สอดฟันพิมพ์แล้วไปกางบนกึ่งและเตรียมพร้อมที่จะทำการต่อไป

(2) การเตรียมเส้นด้ายพุ่ง

(2.1) การคั่นหมี่ คือ การนับจำนวนเส้นด้ายพุ่งตามลวดลายที่ได้ออกแบบไว้ทั้งผืน เพื่อเตรียมมัดลายและย้อมสี โบรมณนิยมใช้ด้ายสีดำ ปัจจุบันพัฒนาเป็นด้ายหลายหลากสี

(2.2) การมัดหมี่ เครื่องมือมัดหมี่ เรียกว่า “โสมมัดหมี่” มีความกว้างเท่ากับหน้ากว้างของผ้าที่ทอ นำด้ายที่คั่นแล้วมาใส่โสมมัดหมี่ เพื่อมัดลาย

(3) การทอผ้ามัดหมี่

(3.1) การกรอเส้นด้ายพุ่ง คือ การนำเส้นด้ายที่ย้อมสีแล้วมากรอใส่หลอดด้ายเล็ก ๆ สำหรับใส่กระสวย

(3.2) การย้อมสี เมื่อมัดหมี่เสร็จแล้วถอดด้ายออกจากโสมมัดหมี่ นำไปย้อมสี การย้อมแต่ละครั้งต้องย้อมหลาย หัว เพื่อไม่ให้เปลี่ยนสี ถ้าผ้าที่ออกแบบลวดลายหลายสีต้องย้อมหลายครั้ง (บริเวณที่เชือกฟางมัดไว้จะกลายเป็นลายของผ้ามัดหมี่) และนำหมี่ที่มัดและผ่านการย้อมสีตามความต้องการแล้วแกะเชือกฟางออก

(3.3) นำหลอดหมี่ที่กรอไว้มาพุ่งผ่านด้ายยืนที่กึ่งทอผ้า ทีละเส้นกลับไปกลับมา

(3.4) ขณะทอต้องระวังให้ลวดลายชัดเจนสวยงามจนกระทั่งเสร็จเป็นผืนผ้า

(4) การมัดลาย ต้องมัดลายให้ตรงกัน

(5) การปั่นด้าย ด้ายที่นำมาปั่นต้องแห้งสนิทเป็นด้ายที่มีคุณภาพดี ไม่ยัด

(6) การคั่นด้าย ต้องใช้แรงคั่นอย่างสม่ำเสมอจะทำให้ด้ายยึดตัวเท่าๆ กัน

(7) การขึ้นเครื่องด้าย ต้องขึ้นให้ด้ายมีความตึงเสมอกันทุกเส้น และขนาดความยาวของด้ายพุ่ง ที่กำหนดไว้แต่ละลาย ต้องมีความยาวเท่ากับหน้าผ้าพอดี

(8) การทอ ต้องทอให้น้ำหนักมือสม่ำเสมอโดยเฉพาะเมื่อทอผ้าได้ยาวได้ระดับหนึ่ง จะต้องม้วนผ้าเข้าแกน ม้วนผ้าระยะแรกต้องผ่อนแรง (ทั้งนี้แล้วแต่ความชำนาญและความเคยชินของช่างทอ)

ปัจจัยที่จะทำให้ผ้ามัดหมี่ลายสวย เนื้อเรียบขึ้นอยู่กับกระบวนการก่อนทอ กล่าวคือ

(1) การมัดลาย ต้องมัดลายให้ตรงกัน

(2) การปั่นด้าย ด้ายที่นำมาปั่นต้องแห้งสนิทเป็นด้ายที่มีคุณภาพดี ไม่ยัด

(3) การคั่นด้าย ต้องใช้แรงคั่นอย่างสม่ำเสมอจะทำให้ด้ายยึดตัวเท่าๆ กัน

(4) การขึ้นเครื่องด้ายต้องขึ้นให้ด้ายมีความตึงเสมอกันทุกเส้น และขนาดความยาวของด้ายพุ่ง ที่กำหนดไว้แต่ละลาย ต้องมีความยาวเท่ากับหน้าผ้าพอดี

(5) การทอ ต้องทอให้น้ำหนักมือสม่ำเสมอโดยเฉพาะเมื่อทอผ้าได้ยาวได้ระดับหนึ่ง จะต้องม้วนผ้าเข้าแกน ม้วนผ้าระยะแรกต้องผ่อนแรง (ทั้งนี้แล้วแต่ความชำนาญและความเคยชินของช่างทอ) (วนิดา รักพรหม,2559)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2.3 จักสานหวาย ตำบลมหาสอน



ภาพที่ 2.45 ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานหวายมหาสอน
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559

งานหัตถกรรมจักสาน ศิลปะจากภูมิปัญญาอันชาญฉลาดของบรรพบุรุษในแถบเอเชียอาคเนย์ ที่เรียนรู้การปรับตัวอยู่ร่วมกับธรรมชาติ มาแต่โบราณกาล มนุษย์ในภูมิภาคนี้รู้จักนำทรัพยากรรอบตัว จำพวก ไม้ไผ่และหวาย ที่มีคุณสมบัติ สามารถนำมาจักให้เป็นเส้น และสาน เข้าด้วยกันเป็นวัตถุ รูปทรงต่างๆ ที่สามารถนำมาใช้อำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิต ใช้จินตนาการสร้างสรรค์ประดิษฐ์ เครื่องมือเครื่องใช้ขึ้นมาใช้สอย ทั้งลองผิดลองถูก จากการสั่งสมประสบการณ์ จนกลายเป็น องค์ความรู้ที่สามารถถ่ายทอดให้แก่กันได้ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับแต่ละครอบครัว ชุมชนและพัฒนาสืบต่อกันมา จนเกิดความสวยงามเป็นงานหัตถศิลป์ที่ทรงคุณค่า บรรพบุรุษ ชาวตำบลมหาสอนก็เช่นกัน รู้จักการคิดค้น ประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆในชีวิตประจำวัน จากวัสดุใกล้มือในท้องถิ่น เช่น ไม้ไผ่และหวาย ซึ่งอยู่คู่กับชาวตำบลมหาสอน ที่มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบชนบท เรียบง่าย ประกอบอาชีพทำนา เมื่อว่างจากการทำนาจะรวมกลุ่มกันทำกิจกรรมด้านงานจักสานซึ่งได้รับการถ่ายทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษในอดีตมาจนถึงปัจจุบัน จากเครื่องจักสานธรรมดาเพื่อสร้างเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ก็ถูกพัฒนาตามกาลเวลา ปรับเปลี่ยนรูปทรงรูปร่าง และลวดลายให้มีความสวยงาม ละเอียดอ่อน เป็นงานฝีมือที่ต้องใช้เวลา ความเพียรพยายาม และทักษะฝีมือที่ถ่ายทอดวิชาความรู้กันจากรุ่นสู่รุ่น ใช้วิธีการฝึกหัดและบอกเล่าจากผู้ฝึกสอน โดยไม่มีการบันทึกหรือถ่ายทอดไว้เป็นตำราแต่อย่างใด อาศัยเพียงการจดจำของผู้ฝึกและถ่ายทอดให้ลูกหลานที่มีความสนใจไว้เป็นอาชีพเสริม สร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว ตามวิถีสังคมของตำบลมหาสอนอันเป็นสังคมที่ให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันตามแบบฉบับวิถีชีวิตของคนไทยในชนบท แต่เดิมคนในตำบลจะไม่นิยมแยกครอบครัวจากพ่อแม่ แต่ปัจจุบันนี้ เมื่อเยาวชนเรียนจบและประกอบอาชีพไปต่างถิ่นก็จะมี การแยกครอบครัวออกไปหรือเมื่อแต่งงานก็จะนิยมแยกครอบครัวไม่รวมอยู่เป็นครอบครัวใหญ่เหมือนแต่ก่อน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมหาสอน ก่อตั้งขึ้นโดย คุณ รุจี ตันวิวัฒน์ ประธานกลุ่มผู้รวบรวม ผู้มีความสามารถและทักษะฝีมือในการจักสานหวายในชุมชน หมู่ 5 ตำบลมหาสอน แห่งนี้ มาเข้าร่วมกลุ่มกัน เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาและสร้างอาชีพเสริมให้แก่คนในชุมชน โดยนำความรู้ที่บรรพบุรุษรุ่นก่อนๆ ถ่ายทอดมาให้เน้นมาต่อยอดสร้างรายได้และเผยแพร่ความงดงามของงานหัตถศิลป์เหล่านี้ให้เป็นที่ประจักษ์แก่สายตาคนมากขึ้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมหาสอนนี้ จัดตั้งเมื่อปี พ.ศ.2541 โดยสถานที่ตั้งของกลุ่ม อยู่ที่ 32 หมู่ 5 ต.มหาสอน อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี แต่เดิมที่นั่นผลิตภัณฑ์จักสานหวายสร้างชื่อเสียงให้แก่ชุมชนมาตั้งแต่ พ.ศ.2526 จากคนเฒ่าคนแก่ในชุมชน สอนเทคนิคและถ่ายทอดสู่รุ่นลูกหลาน ปัจจุบัน ผลิตผลงานเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปจนได้รับคัดสรรให้เป็นสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย สร้างความภาคภูมิใจและควำรางวัลให้แก่ชุมชนมากมายจวบจนเป็นผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาจากชาวบ้านตำบลมหาสอนที่เสี่ยงต่อการสูญหาย หรืออาจสูญหาย ได้

วัสดุที่ใช้ในการผลิต

- (1) หวายหอมอบแห้ง
- (2) ด้วงไม้ไผ่สีสุก (ตอกตั้ง)
- (3) ไม้ไผ่สีสุกสำหรับทำขอบ
- (4) น้ำมันโพลียูรีเทน



ภาพที่ 2.46 วัสดุและอุปกรณ์จักสานหวายตำบลมหาสอน

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง.2559

หวายหอม เป็นหวายลำเล็กๆ ผิวสวยสีขาว เหลืองนวลเป็นมัน เนื้อในขาว ละเอียดเป็นหวายที่เหนียวจักเหลาเกลาได้ง่าย ผิวริมนอกจักเจียนเป็นเส้น เหมาะสำหรับถักมัดผูก กับเนื้อในเรียกว่าซี่หวายเจียนเป็นเส้นกลมใช้สานเป็นสิ่งของต่างๆ ได้ และย้อมสีก็ได้ มีประโยชน์คือ หวายลำต้นโตส่วนมากใช้ผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์ แบบต่างๆ สำหรับที่มีขนาดลำต้นเล็กใช้จักเป็นตอกผลิตเป็นเครื่องใช้ต่างๆ เช่น ตะกร้า กระเป๋า ถาดผลไม้ เครื่องตกแต่งภายในบ้าน ปัจจุบันตะกร้าหวายเป็นสินค้าที่นิยมมาก เนื่องจากมีลักษณะเบาแข็งแรง

ไผ่สีสุก มีลักษณะเป็นไผ่ที่มีลำต้นสูงใหญ่ เนื้อหนา มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางลำ 7-10 เซนติเมตรปล้องยาวประมาณ 30 เซนติเมตร ปนทรายหรือดินร่วนในพื้นที่ราบต่ำ ริมแม่น้ำลำคลอง ปลูกง่าย จะพบว่าปลูกอยู่ทั่วไป ในภาคกลางและภาคใต้ มีประโยชน์คือ ลำต้น ใช้ในการก่อสร้างทำ

ส่วนต่างๆ ของบ้านเรือนทำเครื่องใช้สอยในครัวเรือน ทำเฟอร์นิเจอร์งานหัตถกรรมต่างๆ โคนไม้ไผ่ นิยมใช้ทำคานหามกันมาก เพราะเนื้อหนาและทนทานหน่อใช้ประกอบอาหาร

ด้ว (ตอกตั้ง) เป็นไม้ไผ่ชนิดเดียวกับไผ่สีสุกแต่เนื้ออ่อนกว่า

เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต

(1) แบบรองตะกร้าหรือแบบขึ้นรูปตะกร้า เป็นวัสดุที่ประดิษฐ์ขึ้นโดยภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำจาก กระจบองใส่ปูนซีเมนต์ เหล็กเส้น และแป้นไม้ที่สามารถเปลี่ยนขนาดได้ตามรูปทรง ตะกร้า ถ้าทรงเหลี่ยมข้างในจะกลวงทำด้วยไม้เนื้อแข็ง ถ้ารูปไข่ และทรงกลม ข้างในจะตันทำด้วยไม้ ก้ามปูหรือไม้เนื้ออ่อนอื่นๆ ใช้สำหรับเป็นโครงในการขึ้นรูปจักสานขึ้นลวดลาย กันตะกร้าและตัว ตะกร้า

(2) เลียด คือ เครื่องมือชักหวายให้ได้เส้นตามขนาดที่ต้องการ หรืออาจทำขึ้นเอง จากวัสดุที่ทำจาก สังกะสีหรืออลูมิเนียม เช่น จานกิโล, จานสังกะสี บ้างเรียกว่า ร้อยหวาย ทำด้วย เหล็ก นำมาเจาะรูขนาดต่างๆ ตามต้องการใช้สำหรับสอดร้อยหวายเข้าไป เพื่อลบความคมและช่วยให้ หวายมีขนาดเท่ากัน

(3) มีดโต้ เป็นมีดที่ใช้สำหรับตัดเส้นหวายให้ได้ความยาวตามแต่ละชิ้นงาน มี ขนาดใหญ่สันหนาหน้าหนักมาก ยาวประมาณ 40-50 เซนติเมตร มี 2 ชนิดคือ ชนิดสันโค้ง และสันตรง

(4) มีดตอกเป็นมีดทรงเรียวยาวแหลม คมมีดโค้งมน เพื่อให้เหมาะกับการใช้งานส่วนใหญ่ช่างจักสานมักต่อด้ามยาวออกไปประมาณ 60 ซม. เพื่อสามารถสอดเข้าไปขัดไว้ในซอกแขนช่วย ให้การบังคับคมมีดดีขึ้นมีดจักตอกมักมีน้ำหนักเบา ค่อนข้างบาง ใช้จักตอกให้เป็นเส้น ช่างจักสานมัก ใช้เป็นมีดประจำตัว

(5) หินลับมีด เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้มีดคมอยู่เสมอ ซึ่งมีความสำคัญมากในการ จักตอก

(6) กระจดาษทราย เป็นแผ่นเนื้อคายเป็นเหมือนทราย ไว้สำหรับขัดหวายที่เป็นขนให้ หลุด เพื่อความสวยงามในการสาน

(7) ตะปูเข็ม คือตะปูตัวเล็กที่สุด เหมาะที่จะใช้งานตอกหวายติดกับไม้สักเพื่อใส่ ด้ว (ตอกตัว) ให้ติดแน่นไม่หลุดและมีอายุการใช้งานได้นาน

(8) เหล็กหมาด มีลักษณะเป็นเหล็กแหลมยาวประมาณ 4 นิ้ว มีด้ามขนาดเหมาะ มือที่ทำหน้าที่เจาะรู และประกอบการจักสาน อาจจะทำจากเหล็กเส้น หรือลวดที่มีความแข็ง ซีล้อ ลวดจักรยานโครมรม ที่ใช้แล้ว นำมาฝนให้แหลม เหล็กหมาด 2 ชนิด คือ ชนิดปลายแหลมและชนิด ปลายแบนชนิดปลายแหลมใช้เจาะเพื่อร้อยเส้นหวายส่วนชนิดปลายแบนใช้เจาะเพื่อร้อยเส้นตอก

(9) ค้อนหงอน ค้อนขนาดเล็กเหมาะสมสำหรับการจักสาน ใช้ตอกตะปูถอนตะปู หรือตอกไม้เวลาประกอบชิ้นงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนกระบวนการผลิต / วิธีทำ



ภาพที่ 2.47 การจักสาน เครื่องจักสานจากหวาย

ภาพโดย : ที่มา:ธิดาพร จันทรเที่ยง.2559

ขั้นตอนเตรียมการ

- (1) ดิ้ว (ตอกตั้ง) ทำด้วยไม้ไผ่ เหลาให้เหล็กตามขนาดของหวายที่ใช้สาน
- (2) เตรียมแบบตะกร้า (รองตะกร้า) สร้างขึ้นด้วยไม้ตามแบบที่ต้องการ
- (3) ผ่าหวายให้ได้ความยาวที่เหมาะสมต่อขนาดของตะกร้าหรือชิ้นงานที่จะสาน
- (4) จักเส้นหวายด้วย เลียด ทีละเส้น โดยขนาดขึ้นอยู่กับความละเอียดของ ลวดลายและชิ้นงาน
- (5) ขอบตะกร้าใช้ไม้ไผ่ เหลาตามขนาดของตะกร้าโค้งตามรูปทรง ใส่ขอบและมัด เพื่อให้อยู่ตัวไม่หลุดพังง่าย
- (6) เตรียมไม้สำหรับทำพื้นตะกร้าซึ่งจะใช้ไม้เนื้ออ่อน ส่วนใหญ่ใช้ไม้สัก
- (7) วงตะกร้า ทำด้วยลวดเส้นใหญ่ตามขนาดของตะกร้า
- (8) มือจับตะกร้า (สำหรับใช้มือจับหิ้ว)

ขั้นการผลิต

(1) รูปแบบตะกร้า (รองตะกร้า) สร้างขึ้นด้วยไม้ตามแบบที่เราต้องการ ถ้าทรง เหลี่ยมข้างในจะกลวงทำด้วยไม้เนื้อแข็ง ถ้ารูปไข่ และทรงกลม ข้างในจะตันทำด้วยไม้ก้ามปูหรือไม้เนื้ออ่อนอื่นๆ

(2) เหลาหวายและดิ้วเป็นการทำให้หวาย และไม้ไผ่มีขนาดพอเหมาะที่จะใช้ในการสานตะกร้า หวายเหลาเป็นเส้นยาว เล็กและยาว ไม้ไผ่เหลาเล็กบางพอดีกับหวายเรียกว่า ดิ้ว ใช้สำหรับทำตอกตั้งในการสานตะกร้าควรมีความพยายามและความรับผิดชอบจึงจะได้หวายและดิ้วที่มีคุณภาพ เพียงพอที่จะสานตะกร้าได้สำเร็จ

(3) นำหวายมาเหลาให้เป็นเส้น

(4) นำเข้าเครื่องจักหวาย หรือ เลียด เพื่อให้เป็นตามขนาดที่ต้องการ หรือใช้ ฝานหรือจางสังกะสี นำมาเจาะรูไล่ขนาดเล็ก ใหญ่ ขนาดใหญ่เท่ากับเส้นหวาย ไล่ลำดับขนาด เล็ก ลงไปจนเท่ากับเส้นด้าย

(5) นำไม้ไผ่สีสุก เหลาให้ได้ขนาดตามที่ต้องการ (เรียกว่าตัว) นำไปต้มเพื่อขย้อมสี (สีที่ใช้เป็นสีจากธรรมชาติ) คือ ขมิ้น ผิวมะกรูด ประมาณ 1 ลูก ขมิ้นทุบรากยอ ให้สีเหลือง เปลือกลำต้นคาง (ต้ม) ให้สีน้ำตาล ส่วนผสมของสี ได้แก่ เกลือ 1 กำมือ มะกรูด 2-3 ลูก น้ำ ประมาณ 2 ชัน ขมิ้นทุบ ประมาณ ½ กก. ต้มให้เดือด น้ำสีจะออกมา ใส่เส้นตัวลงไปต้มนาน ½ ชั่วโมง

(6) นำเส้นตัวไปล้างให้สะอาด จนน้ำใสกันสีตก จากนั้นนำไปตากแห้ง

(7) นำไม้ขนาดที่เราต้องการหาประมาณ 0.5 เซนติเมตร เลื่อยตามรูปทรงของ ตะกร้าทำเป็นก้นตะกร้า จากนั้นนำเส้นหวายมาตอกตะปู ติดกันได้ก้นตะกร้าโดยรอบ

(8) นำปั่นจั่น หรือ หลัก (ทำขึ้นเอง ใช้ต่อกับแบบหรือรองเพื่อยึดรูปทรงตะกร้า ตามแบบ)

(9) นำเส้นตัวมาเสียบกับก้นตะกร้าโดยรอบ

(10) นำเส้นหวายมาจักสานตามลายที่เราต้องการ

รูปทรง

- | | | |
|-------------------|---------------|---------------|
| (1) แบบขาแมงมุม | (2) แบบทงวง | (3) แบบทรงกลม |
| (4) แบบสี่เหลี่ยม | (5) แบบทรงแปล | (6) แบบแปดมุม |
| (7) แบบรูปไข่ | | |

ลวดลาย

- | | | |
|----------------------|----------------------------------|-----------------------|
| (1) ลายดอกทานตะวัน | (2) ลายไทยเล็ก | (3) ลายไทยใหญ่ |
| (4) ลายมาลัยเกรียว | (5) ลายโบราณ | (6) ลายมะลิซ้อน |
| (7) ลายคุณนายตื่นสาย | (8) ลายมะลิวัลย์ | (9) ลายทานตะวันลพบุรี |
| (10) ลายโบว์ | (11) ลายคชกรีซ | (12) ลายผีเสื้อ |
| (13) ลายมะลิซ้อน | (14) ลายบานชื่น | (15) ลายดาวเรือง |
| (16) ลายบานไม่รู้โรย | (17) ลายพิกุลล้อม | (18) ลายผ้าสไบ |
| (19) ลายดอกชบา | (20) ลายจีน | (21) ลายหยกมณี |
| (22) ลายเม็ดพริกไทย | (23) ลายใบตำลึง | (24) ลายกนก |
| (25) ลายพาน | (26) ลายดอกรักทักษิณ | (27) ลายดอกเข็ม |
| (28) ลายนกเขาคู่ | (29) ลายไทยใหญ่ประยุกต์ผสมลายขีด | |

การทาน้ำมันยูรีเทนเคลือบ

(1) การทาน้ำมันเคลือบครั้งที่ 1 เมื่อยังอยู่ในร่อง เพื่อให้อยู่ทรงทาพอดๆ ก็เอาออกจากกรองปล่อยให้ให้น้ำมันแห้งไม่ได้ แล้วนำไปตากแดดให้แห้ง รับประทานและใส่ไว้เลยไม่ทิ้งไว้นาน จะทำให้เนื้อตะกร้าหลุดออกมาได้ แปรงที่ใช้ทาน้ำมันเมื่อใช้แล้วควรล้างด้วยทินเนอร์

(2) การทาน้ำมันครั้งที่ 2 เมื่องานทุกอย่างเสร็จเรียบร้อยแล้ว พร้อมทั้งจะนำไปจำหน่ายการทาน้ำมันนอกจากจะทำให้อยู่ทรงแล้ว ยังช่วยป้องกันเชื้อรา และมอดกัดแทะ ช่วยรักษาเนื้อไม้ หวายให้มีความแข็งแรงทนทาน และสวยงามมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

การใส่ขอบตะกร้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ผู้ใช้งานเป็นผู้รับผิดชอบหากเกิดความเสียหายจากเอกสารทุกครั้งที่มีภาระนำไปใช้

เหลาไม้แล้ววัดเนื้อตะกร้าใช้ดินสอขีดไว้ ให้เท่ากันทุกด้านใส่ขอบในก่อนแล้ว จึงเอาขอบนอก ทาบน้ำคิมลือคช่วยจับไว้ใช้ลวดเบอร์เล็กสุดมัดไว้ให้แน่น ทำโดยรอบก็สำเร็จเป็นรูปลายตะกร้า การ

ใส่ขอบระวางอย่าให้ข้อไม้ไผ่ตรงกับมุมตะกร้า เมื่อใช้คีมบีบโค้งทำมุมจะทำให้ขอบหักได้ควรหลีกเลี่ยงแต่ถ้าตะกร้าเป็นรูปไข่หรือทรงกลมต้อง เหลาและโค้งไว้ก่อนเพื่อให้ใส่ขอบตะกร้าได้ง่ายขึ้น การถักตะกร้าใช้หน่วย 1 เส้นถัก มีหน่วยวางบนขอบตะกร้า 2 เส้น เพื่อให้ลายขอบบนสวยงาม

ขั้นตอนการผลิต

- (1) หวายถักสอดระหว่างขอบนอกและขอบใน
- (2) แหวงทะลุพื้น 1 รอบ ช่อมหวยกลมที่อยู่บนขอบเส้น 1 ยกเส้น 2 (2 ครั้ง)
- (3) นำไปสอดหลังหยาที่พื้น 1 รอบมาทะลุหลังเส้นหน้าแล้วช่อมเส้น 1 ยกเส้น 2

ใช้นิ้วหัวแม่มือช่วยกดหยาเส้นไว้ให้มีระยะเท่ากัน การใส่วงตะกร้า ขึ้นอยู่กับรูปแบบและขนาดของตะกร้า เลือกรูปแบบการทำวงตะกร้าและขนาดลวดตามความเหมาะสม นำลวดไปขีดกับแผ่นสำหรับโค้งลวดตามต้องการการนำปลายลวดไปขีดกับแผ่นสำหรับโค้งลวดตามต้องการนำปลายลวดไปตีด้วยค้อนหงอนกับแผ่นเหล็กดัดให้ลวดแบนใช้เหล็กหมัดเจาะรูที่ก้นตะกร้าเป็นจุดที่เราใส่ลวดวงตะกร้า ลงไปแล้วใช้คีมบีบลวดให้งอเข้า ไปด้วยในจะได้ไม่หลุด การพันวงตะกร้า คือ การนำหยามาพันรอบเส้นลวด (วงตะกร้า) พันวงตรงเนื้อตะกร้า ประมาณ 3 ที่เป็นระยะจนพันเนื้อตะกร้า พันให้ครบทุกวงพันเสร็จ 1 วงนำกระดาษขาวติดไว้ไม่ให้หยาที่พันไว้หลุด การเหลาไม้ทำมือจับ ใช้ไม้ไผ่สีสุกที่เป็นไม้แก่ เพื่อความทนทาน เหลาไม้มีขนาดเหมาะสมกับตะกร้า วางทาบบนวงที่กำหนดไว้ให้เป็นมือจับ นำหยามาพันทับไม้ให้เห็นไม้แล้วถักหยาบนมือจับให้สวยงาม (โชติรส โสมภีร์.2551)

2.5 ศึกษาแผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี

2.5.1 นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

องค์การการค้าและพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Conference on Trade and Development : UNCTAD) กล่าวถึงเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในภาพกว้างว่า เป็นแนวทางในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์

องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก(World Intellectual Property Organization : WIPO) ให้คำนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทความสำคัญทางทรัพย์สินทางปัญญาว่า เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์คือ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยอุตสาหกรรม ซึ่งรวมผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและศิลปะทั้งหมด ทั้งในรูปแบบสินค้าและบริการที่ต้องอาศัยความพยายามในการสร้างสรรค์งาน มุ่งจะเป็นการทำขึ้นมาในทันทีในขณะนั้นหรือผ่านกระบวนการผลิตมาก่อน

องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) อ้างคำนิยามโดยกระทรวงวัฒนธรรมสื่อและกีฬาแห่งสหราชอาณาจักร (United Kingdom's Department of cultural, Media and Sport: DCMS) ว่า เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ คือ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยอุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ความชำนาญ และความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงาน และความมั่งคั่งโดยการผลิต และใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (Office of the National Economic and Social Development Board) ได้ให้คำนิยาม“เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์”ว่า

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) คือ การสร้างมูลค่าสินค้าหรือบริการที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ สำหรับสาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะเรียกว่า “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” (Creative Industry) ซึ่งหมายถึง กลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งสำคัญ

“เศรษฐกิจสร้างสรรค์” คือ แนวคิดขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellect property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้ได้รับความนิยมและมีการนำไปใช้อย่างจริงจังในทั่วประเทศทั่วโลก เช่น สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย จีน เกาหลีใต้ สิงคโปร์ โดยสหราชอาณาจักรนั้นถือว่าเป็นผู้นำนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจากได้เริ่มมีการดำเนินการและสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และกลุ่มคนที่มีแนวคิดสร้างสรรค์มากกว่า 10 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ซึ่งเป็นปีก่อนตั้ง Creative Task Force ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรมสื่อ และการกีฬา (Department of Culture, Media and Sport : DCMS) เพื่อรับผิดชอบดูแลอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งต่อมาใน พ.ศ.2548 ได้พัฒนาต่อเนืองกลายเป็นโครงสร้างเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (The Creative Economy Program) เนื่องจากสหราชอาณาจักรได้ตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศสูงถึงร้อยละ 7.3 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ มีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 5 ต่อปี ซึ่งคิดเป็น 2 เท่าของอุตสาหกรรมอื่น และมีการจ้างงานในอุตสาหกรรมดังกล่าวถึง 1.8 ล้านคน

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยยึดกรอบของ UNCTAD โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม 15 สาขาดังนี้

(1) กลุ่มงานมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Cultural Heritage)

- งานฝีมือ
- การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์
- ธุรกิจอาหารไทย
- การแพทย์แผนไทย

(2) กลุ่มศิลปะ (Arts)

- ศิลปะการแสดง
- ทัศนศิลป์

(3) กลุ่มสื่อ (Media)

- ภาพยนตร์
- สิ่งพิมพ์
- กระจายเสียง
- เพลง

(4) กลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation)

- งานออกแบบ
- แฟชั่น
- สถาปัตยกรรม
- โฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาของ สศช. พบว่าใน พ.ศ.2549 มูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยสูงถึง 840,621 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) โดยกลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงานมีสัดส่วนสูงสุด รองลงมาเป็นกลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม กลุ่มสื่อ กลุ่มศิลปะ ทั้งนี้ เมื่อแบ่งตามกลุ่มย่อยพบว่า กลุ่มการออกแบบมีมูลค่าสูงสุด ทำรายได้ 304,990 ล้านบาท รองลงมาเป็นกลุ่มงานฝีมือและหัตถกรรม ตามด้วยกลุ่มแฟชั่น ซึ่งกลุ่มย่อยทั้ง 3 กลุ่มนี้มีมูลค่ารวมกันคิดเป็นประมาณร้อยละ 9.5 ของ GDP ดังนั้น การออกแบบเป็นส่วนหลักที่มีความสำคัญในการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นอย่างยิ่ง (สมบัติ กุสุมาวลี.2553 อ้างใน อรรถ วานิขกร.2559:23-26)

2.5.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดลพบุรี ประจำปี พ.ศ.2557-2560

การขับเคลื่อนจังหวัดให้ก้าวต่อไปภายใต้การตอบรับนโยบายจากภาครัฐ ซึ่งเร่งพัฒนาและให้ความสำคัญในทุกๆด้านเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชาวจังหวัดลพบุรีให้ดีขึ้นและก้าวหน้าต่อไป

2.5.2.1 แผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ.2555-2564



ภาพที่ 2.48 แผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์.2557



ภาพที่ 2.49 MOC Master Plan

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์.2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ข้อมูลเท่านั้น มิได้ผูกมัดให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีเนื้อหาที่เปลี่ยนแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดลพบุรี

การวิเคราะห์ศักยภาพ จุดแข็ง-จุดอ่อน-โอกาส-อุปสรรคของจังหวัดลพบุรี(SWOT Matrix)ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ 4 ปี (พ.ศ. 2557-2560) นี้ จังหวัดลพบุรีได้ระดมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญและประชาชนเกี่ยวกับสถานภาพ และคุณลักษณะที่จัดว่าเป็นจุดแข็ง และจุดอ่อนของพื้นที่ อีกทั้งได้ประเมินปัจจัยภายนอกที่สะท้อนถึงโอกาสในการพัฒนา และประเด็นที่จัดว่าเป็นภัยคุกคาม หรืออุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้การวิเคราะห์สะท้อนทิศทางการพัฒนาในองค์รวม ซึ่งการวิเคราะห์และทบทวนปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการแปลงแผนพัฒนาจังหวัด ไปสู่การดำเนินงานโครงการต่างๆ ภายใต้แผนปฏิบัติการราชการจังหวัดได้อย่างมีคุณภาพ ทั้งนี้ สามารถสรุปสาระสำคัญภายใต้หัวข้อต่างๆ ได้ ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)

(1) เป็นฐานทางการเกษตรที่มีคุณภาพ มีการปลูกพืชเศรษฐกิจและปศุสัตว์หลายชนิด และขีดความสามารถในการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารเพื่อส่งเสริมความมั่นคงด้านอาหารในประเทศ และยกระดับขีดความสามารถในการส่งออก โดยพิจารณาศักยภาพจาก GPP ที่มีสัดส่วนครึ่งหนึ่งของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดโดยมีเกษตรอุตสาหกรรมเป็นสาขาหลัก

(2) เป็นหนึ่งในแหล่งผลิตวัตถุดิบทางการเกษตรที่มีศักยภาพด้านการผลิตพลังงานทดแทนที่สำคัญของประเทศเนื่องจากมีวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรที่สามารถสร้างศักยภาพพลังงานทดแทนได้

(3) อุตสาหกรรมการแปรรูปเกษตรและอาหารในพื้นที่ที่มีความเข้มแข็งและครบวงจร มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง

(4) เป็นแหล่งทรัพยากรแร่แคลไซต์ที่มีคุณภาพสูง และแหล่งสินแร่เพอร์ไรท์เพียงแห่งเดียวในประเทศไทย ซึ่งเป็นวัตถุดิบพื้นฐานที่จำเป็นต่ออุตสาหกรรมต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมกระดาษ อุตสาหกรรมสี และอุตสาหกรรมปุ๋ยซึ่งมีปริมาณมากที่สุดของภาคกลางตอนบน

(5) มีโครงข่ายการคมนาคมที่ครอบคลุมทั่วพื้นที่ และเชื่อมต่อกับเส้นทางสายสำคัญ ของประเทศ สนับสนุนขีดความสามารถในการกระจายสินค้าเกษตร สินค้าอุตสาหกรรม และขยายฐานลูกค้าในสาขาบริการ โดยจังหวัดลพบุรีมีภูมิประเทศอยู่ศูนย์กลางของประเทศไทย และภูมิภาคอาเซียน

(6) มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานในการยกระดับคุณภาพประชากร ในเรื่องการศึกษาซึ่งมีสถาบันการศึกษาเป็นศูนย์กลางการศึกษาของภาคกลางตอนบน

(7) มีความโดดเด่นด้านมรดกโบราณสถาน วัฒนธรรมประเพณี ที่ควรค่าแก่การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตชุมชน อีกทั้งยังมีความหลากหลายทางธรรมชาติที่มีศักยภาพต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และเป็นต้นแบบด้านการผลิตพลังงานทดแทนซึ่งเหมาะที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ให้แก่ผู้สนใจทั่วไป

(8) ชุมชนมีความเข้มแข็งในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของจังหวัด

(9) มีการอนุรักษ์ สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายในระดับชุมชนและท้องถิ่น สามารถต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ เช่น ผ้าทอ มัดหมี่ และพืชสมุนไพรเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุกเพื่อสนับสนุนการเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น

จุดอ่อน (Weakness)

(1) ความพร้อมด้านแรงงานทั้งในส่วนของปริมาณแรงงาน และคุณภาพทักษะแรงงานยังไม่เพียงพอ ซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มจำนวนแรงงานต่างด้าว ที่อาจก่อให้เกิดปัญหาด้านสังคมในอนาคต

(2) ตลาดกลางการซื้อขายมีน้อย ไม่ครบทุกพื้นที่ ทำให้อำนาจในการต่อรอง และการเชื่อมโยงภาคการผลิตทางการเกษตรและภาคอุตสาหกรรมมีน้อยกว่าที่ควรจะเป็น

(3) เกษตรกรได้รับความรู้ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมไม่ทั่วถึง ส่งผลให้ได้ผลผลิตไม่เต็มประสิทธิภาพและต้นทุนการผลิตสูง

(4) โครงข่ายระบบชลประทาน แม้ว่าจะมีปริมาณมากพอสมควร แต่ยังไม่ครอบคลุมพื้นที่ทางการเกษตร และยังขาดการบริหารจัดการที่ดี

(5) ขาดการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุกของจังหวัด

(6) การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

(7) ขาดการบูรณาการในส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงเครือข่ายองค์กรด้านการท่องเที่ยวระหว่างภาครัฐและเอกชนยังด้อยประสิทธิภาพ

(8) ขาดการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนา และเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์

(9) ข้อมูลสารสนเทศยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์และมีการเชื่อมโยงบูรณาการข้อมูลที่มีความสอดคล้องสัมพันธ์กันค่อนข้างน้อย ทำให้ไม่สามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการจัดทำแผนพัฒนาในด้านต่างๆ หรือใช้เป็นฐานข้อมูลให้ผู้บริหารใช้ในการตัดสินใจ แก้ไขปัญหา และพัฒนา ด้านเศรษฐกิจ สังคม มั่นคง และบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพเพียงพอ

(10) ปัญหาด้านสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาอาชญากรรม ยาเสพติด และปัญหาวัยรุ่น ยังคงมีความหลากหลายและซับซ้อน ยากแก่การแก้ไข รวมถึงปัญหาสุขภาพ ปัญหาสภาพแวดล้อม ชีวิตครอบครัว/ชุมชน และชีวิตการทำงาน

(11) เกษตรกรยังใช้ทรัพยากรเหลือใช้ทางการเกษตรไม่คุ้มค่า หรือเกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่าที่ควร และบางส่วนยังคงทำลายวัสดุเหลือใช้ทำการเกษตรด้วยวิธีที่ผิดที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

(12) โรงงาน คริวเรือน ชุมชน สถานศึกษา สถานประกอบการ ส่วนใหญ่ยังมีระบบการลดมลพิษจากแหล่งกำเนิดไม่พอเพียง เช่น ระบบบำบัดน้ำเสีย และการกำจัดขยะ

(13) มีการบุกรุกทางระบายน้ำสาธารณะและพื้นที่ป่าเนื่องจากการเติบโตของเมืองที่ไม่มีระบบจนไม่สามารถรองรับปริมาณน้ำที่จำนวนมากในฤดูฝนได้

(14) เครือข่ายภาคเกษตร และภาคประชาสังคมยังไม่มีความเข้าใจที่ถูกต้องถึงแก่นหรือแนวความคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง หรือการประยุกต์ใช้แนวคิดตามพระราชดำรินำมาปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

(15) ขาดการสนับสนุนการต่อยอดผลงานวิจัยและพัฒนาด้านเกษตรที่จังหวัดมีอยู่ให้เกิดผลประโยชน์แก่พื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม

เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเชียงใหม่ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้ง **โอกาส (Opportunity)** ลงมือหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1) ศักยภาพด้านเกษตรปลอดภัยและพลังงานของจังหวัด นำสู่การกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ส่งเสริมให้เกิดความสมดุลและมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน อันเป็นหนึ่งในแนวทาง

หลักของยุทธศาสตร์ระดับชาติ โดยเฉพาะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวทางยุทธศาสตร์ระดับสาขา ทั้งแผนพัฒนาการเกษตร และแผนพลังงานทดแทน

(2) กระแสความต้องการบริโภคอาหารปลอดภัยจากสารเคมีที่กำลังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงแนวโน้มการเติบโตด้านอุปสงค์ และการขยายฐานการตลาดสำหรับสินค้าเกษตรปลอดภัย และเกษตรอินทรีย์ของจังหวัด

(3) เชื้อเพลิงจากชีวมวลถือเป็นหนึ่งในพลังงานหมุนเวียนที่รัฐบาลให้ความสนใจ และผลักดันให้เกิดผลเป็นรูปธรรมด้วยนโยบายจูงใจ อาทิ การรับซื้อไฟฟ้าจากผู้ผลิตไฟฟ้าขนาดเล็ก และการให้ส่วนเพิ่มราคารับซื้อกระแสไฟฟ้ากับผู้ผลิตกระแสไฟฟ้าที่ใช้ชีวมวลเป็นวัตถุดิบ

(4) โอกาสในการพัฒนาและเข้าถึงตลาดใหม่ที่เพิ่มขึ้นจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558

อุปสรรค (Threat)

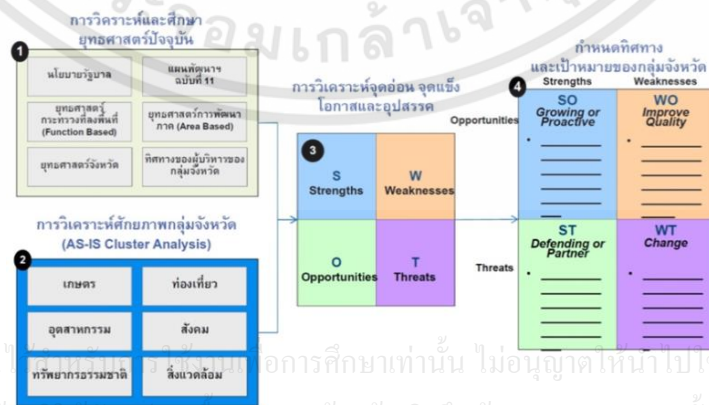
(1) การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในรูปแบบประชาคมอาเซียนอาจส่งผลกระทบต่อ การเคลื่อนย้ายฐานการลงทุนจากต่างประเทศไปยังพื้นที่อื่นหากฐานทางเกษตร/อุตสาหกรรมในพื้นที่ ไม่สามารถปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้และอาจส่งผลให้เกิดการเคลื่อนย้าย แรงงานที่มีฝีมือสู่พื้นที่อื่น

(2) มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ระบบภาษี (Non-tariff barriers หรือ NTB) เช่น มาตรการสุขอนามัยด้านอาหารและความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) ของตลาดส่งออกมีความเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรและผู้ผลิตในจังหวัดต้องปรับตัวและพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง

(3) สภาพแวดล้อม และภูมิอากาศที่มีความผันผวนสูงส่งผลให้เกิดปัญหาภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย ภัยแล้ง ส่งผลต่อผลผลิตทางเกษตรของจังหวัดโดยตรง

(4) โรค/แมลงระบาดในบางพื้นที่ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและมีสายพันธุ์ที่หลากหลาย ยากต่อการแก้ไขและป้องกันได้อย่างทั่วถึง

(5) วิถีชีวิตแบบคนเมืองจากที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านเทคโนโลยีต่างๆ ในปัจจุบัน อาจเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิถีชีวิตของเยาวชนในพื้นที่ส่งผลต่อการลดจำนวนทายาทเกษตรกร และ ปัญหาสังคมอื่นๆ อาทิ ยาเสพติด มีบุตรก่อนวัยอันควร เยาวชนติดเกม เป็นต้น



ภาพที่ 2.50 แผนการวิเคราะห์ SWOTS จังหวัดลพบุรี

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี.2557

	จุดแข็ง	จุดอ่อน
โอกาส	<p>ทิศทางเชิงรุก (S-O Strategy)</p> <ul style="list-style-type: none"> • การเกษตรเข้มแข็ง แหล่งผลิตอาหารแปรรูป VS กระแสความต้องการด้านเกษตรปลอดภัย เกษตรอินทรีย์ เติบโตต่อเนื่อง (1) • มีวัตถุดิบเกษตร เพื่อนำไปผลิตเป็นพลังงานทดแทน VS การสร้างความมั่นคงทางอาหารและพลังงาน (2) 	<p>ทิศทางเชิงแก้ไข (W-O Strategy)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ปัญหาภัยธรรมชาติ โรค และศัตรูพืชระบาด ตลาดซื้อขายผลผลิตการเกษตรมีไม่เพียงพอ โครงข่ายระบบชลประทานยังไม่ครอบคลุม และขาดการสนับสนุนการต่อยอดผลงานวิจัยและพัฒนาด้านเกษตร VS กระแสความต้องการด้านเกษตรปลอดภัย เกษตรอินทรีย์ เติบโตต่อเนื่อง (1) • อุตสาหกรรมส่วนใหญ่เป็นการแปรรูปขั้นต้นจากสินค้าเกษตร แต่ยังคงขาดการสร้างมูลค่าเพิ่ม ในขณะที่แรงงานไม่เพียงพอ ทั้งปริมาณและคุณภาพ VS การใช้ประโยชน์ (Take advantage) จากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ประชาคมอาเซียน) (1) • มีการขยายตัวของการท่องเที่ยวในวิถีชุมชน ธรรมชาติและประวัติศาสตร์ VS ขาดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงรุก (3)
อุปสรรค	<p>ทิศทางเชิงป้องกัน (S-T Strategy)</p> <ul style="list-style-type: none"> • การเกษตรเข้มแข็ง แหล่งผลิตอาหารแปรรูป VS มาตรการด้านอาหาร และ Food Safety ของตลาดส่งออกที่เพิ่มขึ้น และ SMEs และเกษตรกร ในอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น จะได้รับผลกระทบเชิงลบจากประชาคมอาเซียน (1) 	<p>ทิศทางเชิงรับ (W-T Strategy)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ค่าแรงขั้นต่ำเพิ่มขึ้น VS ในขณะที่อุตสาหกรรมการผลิตส่วนใหญ่ยังเป็นการแปรรูปขั้นต้นจากสินค้าเกษตร แต่ขาดการสร้างมูลค่าเพิ่ม (1) • ปัญหาด้านสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาอาชญากรรม ยาเสพติด และปัญหาวัยรุ่น ยังคงมีความหลากหลายและซับซ้อน ยากต่อการแก้ไข VS เทคโนโลยีต่างๆ ในปัจจุบันอาจเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิถีชีวิต และสร้างปัญหาสังคมอื่นๆ (4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับภาพที่ 2.51 แผนการวิเคราะห์ SWOTs จังหวัดลพบุรี (ต่อ) ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี.2557 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2.5 สรุปรูปแบบการพัฒนาจังหวัด (Development model)

วิสัยทัศน์ “ฐานการผลิตอาหารปลอดภัย ท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เมืองน่าอยู่สู่ประชาคมอาเซียน”
พันธกิจ (Missions)

- (1) เมืองแห่งการผลิตอาหารปลอดภัยตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- (2) อนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น พร้อมเสริมสร้างศักยภาพคน ครอบครัว ชุมชนและสังคม
- (3) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับวิถีชีวิตสมัยใหม่
- (4) บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่มีความหลากหลายทางชีวภาพและสิ่งแวดล้อม ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชนที่ยั่งยืน
- (5) วางแผนและเตรียมพร้อมรับผลกระทบจากกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- (6) การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และการศึกษา ศีลธรรมรวมถึงการสาธารณสุขมีความพร้อมให้บริการประชาชน

เป้าประสงค์รวม (Goals)

- (1) ประชาชนในจังหวัดมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตดีขึ้น
- (2) ประชากรมีคุณภาพ สมานฉันท์เอื้ออาทร ชุมชนเข้มแข็ง
- (3) นักท่องเที่ยวคุณภาพที่เข้ามาท่องเที่ยวเป็นประจำ
- (4) การใช้ทรัพยากรและคุณภาพสิ่งแวดล้อมอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
- (5) ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจและมีการปรับตัวให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของโลก
- (6) จังหวัดลพบุรีเป็นเมืองน่าอยู่ (แผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี.2557:135-141)

2.6 ศึกษาหลักการออกแบบและพัฒนาตลาดและการสร้างอัตลักษณ์

2.6.1 หลักการออกแบบตลาดหลาย

2.6.1.1 ความหมายของการออกแบบตลาดหลาย การออกแบบเป็นสาขาที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงการนำสุนทรียะทางศิลปะเข้ามาประยุกต์ ซึ่งสิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งของการออกแบบคือต้องมีความงาม สุนทรียศาสตร์เหล่านี้เองที่ต้องอาศัยแรงบันดาลใจจากความงามที่มีอยู่รอบกาย จากสิ่งที่สัมผัสอยู่เป็นประจำ จากความรู้ จากทักษะและจากการสังสมประการณ์ นำมาผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์และสังเคราะห์สร้างสรรค์ออกมาเป็นสิ่งใหม่ จากนั้นจึงมีการปรับเปลี่ยนไปตามสภาพของสังคมให้เป็นไปตามความต้องการทั้งด้านจิตใจ และด้านประโยชน์ใช้สอย โดยมีจุดมุ่งหมายเป็นเงื่อนไขที่กำหนดขึ้นจากมนุษย์เอง สำหรับในทางปฏิบัติการทำงานออกแบบสิ่งที่จะช่วยเสริมให้งานออกแบบมีคุณค่าน่าสนใจ ที่นอกเหนือจากประโยชน์ใช้สอยก็คือความงามทางศิลปะที่แฝงอยู่ในงานออกแบบนั้น กล่าวคือความจำเป็นที่จะต้องนำหลักการทางศิลปะมาใช้ในการออกแบบด้วย เช่น หลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ หลักการทางทฤษฎีสี หลักการนำทัศนธาตุไปใช้อย่างเหมาะสม รวมถึงการเลือกใช้ วัสดุ อุปกรณ์ที่เข้ากับยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ซึ่งผู้ออกแบบต้องทำการศึกษาให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงหลักการทางศิลปะเหล่านี้เสียก่อน จะต้องรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของวัสดุของแต่ละยุค

สมัยที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ถึงแม้จะไม่มีทักษะทางด้านศิลปะ เพราะปัจจุบันนี้มีระบบคอมพิวเตอร์และโปรแกรมช่วยในการทำงานด้านนี้ โดยขึ้นอยู่กับการเรียนรู้และเลือกมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมเท่านั้นเอง ซึ่งประเด็นหลักของการออกแบบคือจะต้องมีกระบวนการวางแผน มีความคิดสร้างสรรค์สัมพันธ์กับอุปกรณ์ และมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนของงานออกแบบนั้น หรือกล่าวได้ว่า การออกแบบ คือการประมวลผลความคิดต่อกิจกรรมที่วางแผนไว้ แล้วถ่ายทอดกระบวนการนั้น จัดทำให้เกิดการสร้างสรรครูปแบบใหม่ โดยอาศัยหลักการทางศิลปะและหลักจิตวิทยา ให้สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอยและความงามตามจุดมุ่งหมาย เมื่อพูดถึงการออกแบบนั้นจึงมีความหมายที่กว้างขวางมาก และแตกแขนงออกไปหลากหลายสาขา ขึ้นอยู่กับลักษณะงานที่จะออกแบบและกระบวนการวางแผนการออกแบบนั้นๆ

สำหรับความหมายของการออกแบบลวดลายจึงหมายถึงแขนงการออกแบบที่มุ่งเน้นการออกแบบเฉพาะรูปแบบของลวดลาย ซึ่งการเกิดลวดลายได้นั้นต้องมีส่วนประกอบ อันได้แก่ ทัศนธาตุ เช่น จุด เส้น รูปทรง สี มาจัดให้เกิดจังหวะ ลีลา ที่สอดคล้องสัมพันธ์กัน อย่างลงตัว เกิดความงามตามจุดมุ่งหมายของการนำไปใช้ โดยส่วนใหญ่การออกแบบลวดลายมักจะมีจุดมุ่งหมายเพื่อเป็นส่วนประกอบหรือตกแต่งชิ้นงาน ให้เกิดความสวยงาม ประณีตยิ่งขึ้น เช่น ใช้ประดับอาคาร สถาปัตยกรรม งานประติมากรรม ผลิตภัณฑ์ของใช้ ฯลฯ จึงเป็นงานที่ต้องใช้ความคิด ความประณีตละเอียดอ่อนด้วยตัวของชิ้นงานเอง และต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์กับงานที่จะนำไปตกแต่งด้วย (ชูศักดิ์ ไทพาณิชย์.2556:31-35)

2.6.1.2 แนวคิดในการออกแบบลวดลาย

ลวดลายถือเป็นว่าเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยเสริมให้งานงานศิลปะหรืองานออกแบบนั้นเกิดความโดดเด่น ละเอียดลออ ประณีต สร้างความน่าสนใจชวนมองให้แก่ผลงานมากยิ่งขึ้น การออกแบบลวดลายจึงต้องอาศัยแนวคิด เพื่อวิเคราะห์ถึงความงดงาม และความเหมาะสมกับการนำไปประยุกต์ใช้กับผลงาน เพราะลวดลายสามารถสร้างความแปลกใหม่ และปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เกิดความน่าสนใจ เป็นประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ จึงเป็นส่วนประกอบสำคัญที่เปรียบได้กับการเพิ่มรสชาติให้กับชิ้นงาน หากเราสังเกตธรรมชาติสิ่งแวดล้อมที่เป็น แร่ธาตุ สัตว์ พืชพรรณไม้ จะปรากฏลวดลายประกอบอยู่ในนั้นเสมอ หรือสิ่งของเครื่องใช้ที่มนุษย์สร้างขึ้นก็จะต้องมีการนำลวดลายมาประกอบกับชิ้นงานเพื่อดึงดูดความน่าสนใจ โดยเฉพาะงานประณีตศิลป์ ดังนั้นการออกแบบที่ประสบผลสำเร็จได้ย่อมต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลวดลายที่ปรากฏอยู่ทั้งในอดีตและปัจจุบัน เพื่อนำมาเป็นแนวคิดในการออกแบบลวดลายให้มีความงามและเหมาะสมกับการใช้งาน หากมองย้อนกลับไปในอดีตตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์มาจนถึงยุคประวัติศาสตร์ ลวดลายที่สื่อออกมาในรูปแบบต่างๆที่มนุษย์คิดสร้างสรรค์ขึ้นมาทั้งที่ปรากฏอยู่ในงานศิลปะ หรืองานช่าง ผลิตภัณฑ์ สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ นั้นย่อมเกิดจากแรงบันดาลใจที่มีความเชื่อ ความศรัทธา การเรียนรู้จากธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตเป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาเป็นสื่อแนวคิดสร้างสรรค์ สนองความต้องการของผู้สร้าง โดยวิเคราะห์แนวคิดด้านเนื้อหาแล้วสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

(1) เนื้อหาด้านพิธีกรรม ความเชื่อและศาสนา มนุษย์ทั้งชนชาติตะวันตกและตะวันออก ต่างก็รู้จักการสร้างลวดลายมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ โดยมีแรงบันดาลใจจากพิธีกรรม ความเชื่อและศาสนาในการสร้างสรรค์ลวดลาย เช่น การเขียนลวดลายบนผนังถ้ำของมนุษย์ยุคก่อนประวัติศาสตร์ การออกแบบลวดลายเครื่องปั้นดินเผาของศิลปะบ้านเชียง มีการพัฒนาสืบต่อมาถึงยุคประวัติศาสตร์และปัจจุบันที่ยังมีการออกแบบลวดลายเพื่อการประดับตกแต่งงานศิลปะ ทั้ง

งานจิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรมและงานประดิษฐ์ต่างๆเพื่อสร้างความยิ่งใหญ่อลังการ แสดงการเคารพบูชาต่อศาสนาและความเชื่อที่ตนศรัทธา เช่น การออกแบบลวดลายลายเขียนบน ภาชนะใช้สอยในงานจิตรกรรม การออกแบบสลักลวดลายบนบานประตูหน้าต่างในงานประติมากรรม การออกแบบบัวบนหัวเสาในงานสถาปัตยกรรมต่างๆ เป็นต้น

(2) เนื้อหาเกี่ยวกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม เป็นลวดลายที่สื่อถึงธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัวของมนุษย์โดยอาศัยการเรียนรู้ และประสบการณ์ที่ได้พบเห็นสิ่งต่างๆเช่นพืช พรรณไม้ต่างๆแร่ธาตุ แร่ธาตุ สสาร สัตว์ สิ่งของ เครื่องใช้ต่างๆ และนำความประทับใจเหล่านั้น มาเป็นต้นแบบในการสร้างสรรค์ลวดลายโดยการดัดแปลง ลด สกัด ตัดทอน หรือเพิ่มเติมสร้างสรรค์ ให้เกิดลวดลายใหม่ขึ้น เช่น

(2.1) แนวคิดการสร้างลวดลายจากพืชพรรณไม้เป็นการสังเกตรูปแบบ ความงามส่วนต่างๆของพืชพรรณไม้แล้วนำมาเป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์ลวดลาย เช่น ลายใบเทศ ของไทย ที่มีลักษณะรูปแบบของใบเทศมาดัดแปลง ลด สกัด ตัดทอนหรือเพิ่มเติมสร้างสรรค์ให้เกิด ลวดลายใหม่ หรือการนำรูปแบบของใบมะขามมาเป็นลวดลายประกอบหน้าคนเป็นความงามที่แปลก ตา น่าสนใจ

(2.2) แนวคิดการสร้างลวดลายจากแร่ธาตุ สสาร สัตว์ สิ่งของเครื่องใช้ ต่างๆ เป็นการนำรูปแบบความงามหรือความทรงจำ จากที่ได้เห็นแร่ธาตุ สสาร สัตว์ สิ่งของเครื่องใช้ ต่างๆ มาเป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์ ลวดลายในรูปแบบต่างๆโดยการดัดแปลง ลด สกัด ตัดทอน หรือเพิ่มเติมสร้างสรรค์ให้เกิดลวดลายใหม่ขึ้น

(3) เนื้อหาด้านวิถีชีวิต เป็นการวิเคราะห์การออกแบบลวดลายที่มีการนำไปพืช พรรณไม้เข้ามาเป็นแนวคิดในการแบบที่เกี่ยวข้องกับ วิถีชีวิตของมนุษย์ในด้านปัจจัยสี่ ลงบน ผลิตภัณฑ์ สิ่งของเครื่องใช้ที่เกี่ยวกับการบริโภค ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และการสื่อ เพื่อศึกษารูปแบบของลวดลายที่นำมาประกอบกับชิ้นงานเหล่านั้นว่ามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และสิ่งของ เครื่องใช้ในวิถีชีวิตอย่างไร เพราะการออกแบบลวดลายกับการนำไปใช้มีองค์ประกอบที่ต้องพิจารณา หลายประการที่นอกเหนือจากความสวยงามแล้ว ยังต้องคำนึงถึงรูปแบบของลวดลายที่ปรากฏอยู่กับ ผลิตภัณฑ์นั้นว่าสามารถใช้งานได้จริงหรือไม่ มีความเหมาะสมกับกระบวนการผลิต และความคงทน ต่อประโยชน์ใช้สอย ความเหมาะสมต่อยุคสมัย เนื่องจากผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดย่อมมีรูปแบบและ วัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ที่แตกต่างกัน การออกแบบลวดลายอันเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ย่อมมีส่วนช่วยเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นด้วย โดยลวดลายของสิ่งต่างๆที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตแบ่ง ออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

(3.1) ลวดลายที่เกี่ยวกับอาหาร คือลวดลายที่มีความเฉพาะเจาะจงไปที่ของ กินโดยเฉพาะซึ่งมีความสัมพันธ์กับการดำรงชีวิตของมนุษย์โดยตรง เดิมทีมนุษย์หาอาหารการกินได้ จากธรรมชาติ ต่อมาเมื่อโลกวิวัฒนาการขึ้น มีการแข่งขันทางด้านธุรกิจอาหารมากขึ้น การออกแบบ จึงเข้ามามีบทบาทเพื่อสร้างจุดเด่น ความน่าสนใจ และมูลค่าเพิ่ม เช่น การแกะสลักลวดลายบนผัก ผลไม้ การทำขนมด้วยแม่พิมพ์ลวดลาย การแต่งหน้าเค้ก นอกจากนี้ยังมีการออกแบบลวดลายภาษา เช่น ถ้วยชามใส่อาหาร เครื่องถ้วยต่างๆและเครื่องเบญจรงค์ เป็นต้น

(3.2) ลวดลายที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างที่อยู่อาศัย ในลักษณะนี้ถือว่า ลวดลายเป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าพื้นที่ว่างเปล่าที่ไม่มีรูปใดๆปรากฏ หากพิจารณา ลวดลายที่ปรากฏอยู่ในธรรมชาติและมนุษย์สามารถรับรู้ได้ถึงความงามตามธรรมชาตินั้น เช่น พืช

พรรณไม้ ก็กลายมาเป็นแรงบันดาลใจ มาเป็นแนวคิดในการออกแบบลวดลายในงานศิลปะต่างๆ เพื่อเป็นสิ่งกระตุ้นเร้าความสนใจ เช่นงานสถาปัตยกรรม ลายพันธ์พฤกษาใบเสมาวัด ลายลายพันธ์พฤกษาประดับตกแต่งบ้านเรือนไทย เป็นต้น

(3.3) ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์และสิ่งของเครื่องใช้ ซึ่งจะออกมาในลักษณะของ ลวดลายสิ่งพิมพ์และสัญลักษณ์บนผลิตภัณฑ์ ลวดลายบนเครื่องจักสาน ลวดลายบนสิ่งทอ ลวดลายบนเครื่องประดับตกแต่ง เนื่องจากบรรจุภัณฑ์และสิ่งของเครื่องใช้เหล่านั้นจะเน้นที่ความคงทน สะดวก ปลอดภัย ต่อการนำไปใช้ จึงมีรูปลักษณะที่แตกต่างกันไปตามประโยชน์ใช้สอยและวัสดุที่ใช้ผลิตด้วยการออกแบบที่ต้องส่งเสริมรูปลักษณะให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การใช้ เช่น การออกแบบลวดลายบนกล่อง หีบห่อ การออกแบบลวดลายบนผลิตภัณฑ์จักสาน การออกแบบลวดลายบนบล็อกพิมพ์ผ้าการออกแบบลวดลายสร้อยคอ การออกแบบลวดลายกาแลคตกแต่งสถาปัตยกรรม เป็นต้น (ชูศักดิ์ ไทพานิชย์.2556:75-84)

2.6.1.3 หลักการการออกแบบลวดลาย

(1) ทิศนธาตุสำหรับการออกแบบ ได้แก่ จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง สี พื้นผิวเมื่อนำส่วนประกอบเหล่านี้มาจัดองค์ประกอบเข้าด้วยกันโดยอาศัยแนวคิด และประสบการณ์ ก็จะเป็นลวดลายที่สวยงาม โดยที่ทิศนธาตุเหล่านี้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบลวดลาย

(1.1) จุด (Points) เป็นทิศนธาตุหนึ่งที่มีลักษณะกลม จุดที่ปรากฏบนพื้นระนาบ เมื่อนำมาเรียงต่อเนื่องกันไปตามทางยาวไม่มีปริมาตร

(1.2) เส้น (Line) เกิดจากการเอาจุดหลายๆจุดมาเรียงต่อกัน ได้แก่ เส้นตรง เส้นนอน เส้นประ เส้นเฉียง เส้นฟันปลา เส้นโค้ง เส้นคลื่น เส้นก้นหอย เส้นอิสระ ซึ่งเส้นแต่ละชนิดสามารถสื่ออารมณ์ได้แตกต่างกัน

(1.3) รูปร่างรูปทรง (Shape and Form) รูปร่าง หมายถึง การสื่อให้เห็นขอบเขตของวัตถุหรือสิ่งต่างๆที่เป็นลักษณะ 2 มิติหรือมีความกว้างและความยาว รูปทรง หมายถึง การสื่อให้เห็นเป็นลักษณะ 3 มิติ คือ มีความกว้าง ความยาว ความหนา หรือความลึก สามารถมองเห็นเป็นมิติ ประเภทของรูปร่างรูปทรง ได้แก่ รูปร่างรูปทรงธรรมชาติ (Natural Form) รูปร่างรูปทรงพื้นฐาน (Basic Form) รูปร่างรูปทรงอิสระ (Free Form)

วิธีการสร้างรูปร่างรูปทรงในเชิงวิเคราะห์และสังเคราะห์

วัตถุหรือสิ่งของใดๆล้วนแล้วแต่เกิดจากรูปร่างรูปทรง ดังนั้นเมื่อเรามองเห็นวัตถุแล้ว เราจะสามารถวิเคราะห์ออกมาเป็นรูปร่างหรือรูปทรงย่อยๆหลายๆรูปหลายๆลักษณะประกอบกันอยู่แต่เมื่อมองภาพรวมกลับเห็นเป็นรูปร่างหรือรูปทรงเป็นเส้นล้อมรอบอยู่ เรียกว่า เส้นรอบนอก (Outline) การมองเส้นรอบนอกของวัตถุนี้ทำให้เกิดการรับรู้และจดจำ และรูปร่างรูปทรงจากเส้นนี้ไปต่อเติมออกแบบ ให้เกิดเป็นสิ่งใหม่ได้อย่างเหมาะสม สัมพันธ์ด้วยจินตนาการ เป็นประโยชน์ในการออกแบบ

(1.4) สี (Colour) สีในความหมายทางศิลปะคือทิศนธาตุที่เอาไว้ใช้สร้างสรรค์งานศิลปะ สามารถสื่ออารมณ์ได้ มีผลต่อการรับรู้

(1.5) พื้นผิว (Texture) หมายถึง บริเวณพื้นผิวของวัตถุที่ปรากฏให้เห็น และสามารถรับรู้ด้วยการสัมผัสทางสายตาและทางกาย เช่น หยาบ ละเอียด มันวาว เรียบ ขรุขระ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความรู้สึก เป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการเพิ่มคุณค่าของผลงาน การสร้างพื้นผิวในงานศิลปะจำแนก 2 ลักษณะ คือ พื้นผิวแท้กับพื้นผิวลวงตา

(2) หลักการจัดองค์ประกอบลวดลาย คือ การนำตัวลายที่ได้ออกแบบไว้ตั้งแต่สองตัวขึ้นไปมาจัดวางให้เกิดรูปแบบของลวดลายใหม่ โดยอาศัยหลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ (Composition) เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ กลมกลืนเป็นรูปลักษณะที่เหมาะสมลงตัวกันดี โดยองค์ประกอบเหล่านั้นได้แก่

(2.1) ความเป็นเอกภาพของลวดลาย (Unity) คือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันประสานกันอย่างเหมาะสมของหน่วยย่อยรวมตัวเป็นหน่วยใหญ่ที่เป็นชนิดเดียวกันเรื่องเดียวกัน ซึ่งมีส่วนสำคัญในขั้นตอนการผูกลาย คือ ทิศทาง (Director) เป็นสิ่งกำหนดให้สิ่งใดหรือหลายสิ่งเคลื่อนที่ไปในแนวที่วางไว้ให้เกิดความงามและความรู้สึกแตกต่างกัน ในการออกแบบลวดลายจึงต้องกำหนดทิศทางให้เกิดเอกภาพทางความงามดังนี้

- การเรียงตัว (Translation in Steps) เป็นการนำตัวลายมาวางเรียงลำดับหน้ากระดานในลักษณะซ้ำๆกัน อาจเรียงแถวเดียวหรือสองแถวบนและล่างให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือสลับกลับซ้ายขวา

- การหมุนรอบจุด (Rotation about a point) เป็นการวางตัวลายรอบจุดศูนย์กลางในลักษณะหมุนรอบตัว

- การเรียงลำดับสลับจังหวะ (Reflection and alternate translation) เป็นการนำตัวลายมาเรียงลำดับสลับฟันปลา

- การซ้ำจังหวะเท่ากัน เป็นการจัดวางตัวลายตั้งแต่สองตัวขึ้นไป ให้มีระยะห่างระหว่างลายเท่าๆกัน

- การซ้ำจังหวะไม่เท่ากัน การจัดวางตัวลายในลักษณะนี้สามารถทำได้หลายลักษณะ เช่น การซ้ำจังหวะไม่เท่ากันโดยเกิดจากตัวลายที่มีขนาดต่างกัน

- การซ้ำจังหวะไม่เท่ากันเกิดจากช่องว่างระหว่างลายไม่เท่ากันในแต่ละช่วงจังหวะสลับกันไป

- การซ้ำจังหวะไม่เท่ากันจากจำนวนตัวลายและขนาดของตัวลายแต่ละตำแหน่งไม่เท่ากัน

- การซ้ำจังหวะให้เกิดความแตกต่าง เป็นการเลือกตัวลายที่มีความแตกต่างกันในด้านรูปแบบที่ต่างกันมาผสมผสานกัน ขนาดและสัดส่วนต่างกันมาจัดวางในลักษณะซ้ำกัน ซึ่งอาจจะจัดในลักษณะสลับกันเป็นชุดๆก็จะทำให้เกิดรูปแบบของลวดลายที่แตกต่างกันและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

- การซ้ำจังหวะให้เกิดความคาบเกี่ยวกัน เป็นการจัดจังหวะให้ซ้ำกันในลักษณะคาบเกี่ยวกันหรือลดหลั่นกันทิศทางเดียวกันหรือต่างทิศทางกันก็จะทำให้ได้ลวดลายที่หลากหลายขึ้น

- การลดหลั่นกันไปในทิศทางเดียวกันโดยขนาดไม่เท่ากัน

(2.2) ความสมดุลของลวดลาย (Balance) เป็นการจัดน้ำหนักของหน่วยวัตถุ สิ่งของภายในภาพให้มีความพอดีเหมาะสมให้ความรู้สึกที่ไม่หนักไปข้างใดข้างหนึ่ง สามารถแบ่งได้ 2 วิธี คือ

- สมดุลแบบสองข้างเท่ากัน เป็นการจัดให้มีจำนวนหน่วยนับเท่ากันและเหมือนกันทั้งสองข้างเมื่อแบ่งกึ่งกลางของภาพออกเป็นสองส่วน

- สมดุลแบบสองข้างไม่เท่ากัน เป็นการจัดวางที่มีจำนวนหน่วยทั้งสองข้างไม่เท่ากัน ทั้งตำแหน่งและขนาดไม่เหมือนกัน แต่เท่ากันด้วยความรู้สึก โดยดูน้ำหนักส่วนรวมของภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

(2.3) จุดเด่นหรือจุดสนใจ (Dominance or Interesting Point) หมายถึง การเน้นหน่วยใดหน่วยหนึ่งภายในภาพให้เกิดจุดเด่นที่แตกต่างจากหน่วยอื่น จุดเด่นจะอยู่ตรง

ตำแหน่งใดของภาพขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ซึ่งไม่จำเป็นจะต้องอยู่ตรงกลางภาพเสมอไป การสร้างจุดเด่นหรือจุดสนใจของภาพนี้มีหลายลักษณะ ได้แก่

- จุดเด่นที่ขนาด เป็นการเน้นขนาดให้ใหญ่กว่าส่วนอื่นๆ ทำให้ดูน่าสนใจขึ้น
- จุดเด่นที่สี เป็นการใช้สีที่สดใสแปลกกว่าส่วนอื่นๆ
- จุดเด่นที่ลวดลาย เป็นการเพิ่มลวดลายในส่วนที่เป็นลายละเอียดให้แปลกกว่าส่วนอื่นๆ

(3) เทคนิคการผูกสาย

การลอกสายจัดว่าเป็นวิธีการหนึ่งในการผูกสาย เนื่องจากการออกแบบลวดลายส่วนมากมักเป็นลายที่ต่อเนื่อง เป็นลายที่ซ้ำกัน การลอกสายจึงนับว่าเป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถลดขั้นตอนในการออกแบบลวดลายที่มีลักษณะซ้ำๆกันได้ ซึ่งจะใช้วิธีการลอกสายแบบใดนั้นขึ้นอยู่กับรูปแบบของลายที่ต้องการพิจารณารูปแบบและชนิดของลวดลายต้นแบบว่าเป็นอย่างไร

(3.1) ลวดลายที่เหมือนกันซ้ำกันทั้งซ้ายและขวา ลักษณะลวดลายคือถ้าแบ่งครึ่งภาพจะเท่ากันทั้งซ้ายขวา เราสามารถคัดลอกเพียงครึ่งเดียว จะคัดลอกด้านซ้ายหรือด้านขวาก็ได้ โดยใช้กระดาษไขหรือกระดาษลอกสายที่มีความโปร่งแสงสามารถมองเห็นลายต้นแบบได้ชัดเจน โดยวางทับบนลายต้นแบบ กำหนดตำแหน่งให้แน่นอนแล้วใช้ดินสอวาดตามเส้น และใช้ด้านที่ลอกสายด้วยดินสอนี้คว่ำลงตำแหน่งที่วางสายได้ต่อเนื่องกันแล้วใช้นิ้วมีดลูกรางๆลายจะติดลงบนกระดาษ

(3.2) ลวดลายที่มีบางส่วนซ้ำกัน ลักษณะลวดลายแบบนี้ค่อนข้างจะอิสระ แต่ยังมีบางส่วนของลายที่ซ้ำกัน ให้เราสังเกตลักษณะของลายที่ซ้ำกันแล้วใช้กระดาษลอกสายลอกส่วนที่ซ้ำกันไว้ตามวิธีเดิม แล้วนำไปลอกสายในส่วนที่ซ้ำกัน วิธีนี้นิยมใช้กับการออกแบบลวดลายหรือการลอกสายบนพื้นที่ที่มีขนาดใหญ่ เช่นการเขียนจิตรกรรมฝาผนังในสมัยโบราณจะใช้วิธีนี้เวลาเขียนภาพ คน สัตว์ สิ่งก่อสร้าง ดอกไม้ ลวดลายที่ซ้ำกัน เพื่อประหยัดเวลาและได้ภาพที่เหมือนกันเป็นระเบียบสวยงาม

(3.3) ลวดลายอิสระที่ไม่มีส่วนหนึ่งส่วนใดซ้ำกัน การลอกลวดลายแบบนี้ต้องลอกลวดลายทั้งหมดเพราะเป็นลายที่ไม่ซ้ำกันเลย เมื่อต้องการนำลายไปใช้ วิธีการลอกสายมีอยู่ด้วยกัน 3 วิธีคือ

- ใช้กระดาษก๊อปปี้นำกระดาษก๊อปปี้วางไว้ตรงกลางระหว่างลายต้นแบบกับกระดาษที่ต้องการจะลอกสายแล้วเขียนตามลายต้นแบบด้วยการกดแรงๆลายจะผ่านกระดาษก๊อปปี้ไปติดที่กระดาษ แต่ข้อเสียคือลายจะสีตรงข้ามกับพื้นหลังและลอกได้เพียงครั้งเดียว

- ปรุลายต้นแบบ คือการฉลุลายให้เป็นรูเล็กๆเรียงกันไปตามลายต้นแบบโดยใช้เข็มหมุดฉลุ เมื่อต้องการลอกสายก็เพียงแคว่งลายต้นแบบลงบนพื้นที่ที่ต้องการจะลอก ใช้สีฝุ่นทำเป็นลูกประคบหรือเทสีฝุ่นลงบนต้นแบบนั้น (ควรเลือกสีฝุ่นที่ตรงข้ามกับพื้นที่ที่ต้องการลอกสาย) จากนั้นยกแผ่นลายต้นแบบออกแล้วเขียนลายตามรอยฉลุนั้นให้ชัดเจนอีกครั้ง วิธีนี้นิยมใช้เขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังของคนโบราณ ซึ่งสามารถทำได้ทั้งลวดลายและรูปภาพ ช่วยทำงานได้รวดเร็วประหยัดเวลาและสามารถนำไปใช้ลอกสายได้ตลอดเวลาเมื่อต้องการ

- ตัดเจาะลายต้นแบบ ถ้าเป็นลายหรือรูปภาพหยาบๆไม่ต้องการรายละเอียดมากอาจใช้วิธีการตัดเจาะเป็นรูปร่างลวดลายหรือรูปภาพแล้วตัดเจาะตามรูนั้นเมื่อนำไปใช้ก็เพียงพ่นสีสเปรย์ลงบนลายต้นแบบ (ชูศักดิ์ ไทพาณิชย์.2556:48-73)

2.6.2 การออกแบบสร้างอัตลักษณ์

อัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity: CI) หมายถึงการแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ (Image) ที่ปรากฏต่อสายตาผู้อื่น พร้อมกับหมายถึงความเป็นอัตลักษณ์ (Identity) ขององค์กรนั้น โดยอาศัยองค์ประกอบกราฟฟิกหรือกล่าวให้เข้าใจง่ายๆ ก็คือ หมายถึงการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กร อย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เพื่อสร้างความเป็นอัตลักษณ์และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รวมถึงความเข้าใจอันดีให้เกิดแก่องค์กร บุคลากร ตลอดจนบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับองค์กร โดยเฉพาะในโลกที่มีการแข่งขันกันอย่างมากเช่นปัจจุบัน

คำว่า “Corporate Identity” นี้ เดิมทีจะเป็นคำที่ใช้เกี่ยวกับการวางระบบอัตลักษณ์องค์กร เท่านั้น แต่ในปัจจุบันการวางระบบเอกลักษณ์องค์กรมิได้ใช้เฉพาะองค์กรหรือบริษัทห้างร้านอีกต่อไป แต่มีการใช้ต่อเนื่องไปถึงตราสินค้า (Brand) ด้วย เนื่องจากองค์กรบางแห่งอาจให้ความสำคัญกับตราสินค้ามากกว่าชื่อขององค์กร จึงเป็นที่มาของการสร้างระบบอัตลักษณ์ให้กับสินค้า (Brand Identity) ดังนั้นจึงพบว่าบางคนใช้คำว่า “Brand Identity” แทนคำว่า “Corporate Identity” ในความหมายของอัตลักษณ์องค์กรเช่นกัน

เนื่องจากโครงการเหล่านั้นต่างก็มีความต้องการที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งโครงการ เช่นกัน การสร้าง CI ก็เปรียบเสมือนกับการที่คนเรารู้จักปรุงแต่งรูปร่างหน้าตา การแต่งกายให้สวยงาม เหมาะสมกับบุคลิภาพตน เพื่อดึงดูดความสนใจใคร่อยากรู้ เช่นเดียวกับองค์กรที่มี CI ที่ดี ได้รับการออกแบบที่ดี ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการมีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ก็จะสามารถดึงดูดหรือก่อให้เกิดความสนใจใคร่ลองใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ ยิ่งถ้ามีคุณภาพดีด้วยแล้ว ก็จะทำให้สินค้าหรือบริการนั้นประสบความสำเร็จในการเพิ่มยอดขายยิ่งขึ้น เราต้องยอมรับความจริงที่ว่า สินค้าที่วางจำหน่ายโดยใช้ชื่อผู้ผลิตที่แตกต่างกันนั้น ในความเป็นจริงแล้วคุณภาพของสินค้าเหล่านั้นค่อนข้างใกล้เคียงกัน ดังนั้นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อคือความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ ซึ่งเกิดขึ้นจากการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สินค้าหรือบริษัทผู้ผลิต นั่นก็คือการสร้าง CI ที่ดีนั่นเอง

ขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบสร้างอัตลักษณ์

2.6.2.1 ขั้นตอนการพัฒนาความคิดและออกแบบ ประกอบด้วย

(1) ขั้นตอนความคิดสร้างสรรค์ (Creative Process) ดังที่ทราบกันดีว่าความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคลที่ใช้แก้ปัญหาในการออกแบบนั้นขึ้นอยู่กับคุณสมบัติส่วนตัวของบุคคลนั้น เช่น ความสามารถในการรับรู้ต่อสิ่งที่มองเห็น (Perceptual Awareness) ความสามารถในการวิเคราะห์ (Intellectual Analysis) การตอบสนองทางอารมณ์ (Emotional Responses) รวมถึงความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ แล้วสรุปให้กลายเป็นแนวความคิดเพียงอันเดียว อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการคิดวิเคราะห์หรือความรู้สึกละเอียดต่อขั้นตอนความคิดสร้างสรรค์มากนักก็ตาม แต่ท้ายที่สุดสิ่งที่เป็นตัวตัดสินก็คือความสามารถของนักออกแบบและลักษณะปัญหานั้นๆ นั่นเอง โดย Sigmund (Freud Hurlburt, 1981, หน้า 10-13) ได้แบ่งกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

- การวิเคราะห์ (Analysis) ขั้นตอนนี้นับว่าเป็นขั้นที่สามารถเข้าใจได้ง่ายที่สุด เนื่องจากเกี่ยวข้องกับระดับที่มีการตระหนักรู้ ซึ่งเป็นการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นเหตุเป็นผล ขั้นตอนนี้จะเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจกับข้อมูลทั้งหมด แม้ว่าความจริงในข้อมูลนั้นจะทำให้ไม่สามารถหาข้อสรุปสุดท้ายได้ก็

ตาม นักออกแบบที่มีประสบการณ์จะรู้ว่า ควรจะหาข้อมูลใดเพิ่มเติม และนำข้อมูลที่ได้มาผนวกเข้ากับสิ่งที่รู้อยู่แล้ว เพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างสรรค์ การวิจัยเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลา จึงมีบางครั้งที่นักออกแบบจำเป็นต้องสรุปแนวทางในการออกแบบให้ได้ แม้จะมีข้อมูลที่จำกัด โดยอาศัยประสบการณ์หรือแนวทางการแก้ปัญหาที่ผ่านมาในอดีต อย่างไรก็ตามก็ตักนักออกแบบสามารถสร้างแนวทางในการออกแบบ โดยใช้การวิเคราะห์ที่เป็นเหตุเป็นผลเพียงอย่างเดียวได้ แต่แนวทางที่น่าสนใจมักจะมาจากการวิเคราะห์ที่ลึกลงไป ซึ่งจะนำไปสู่มุมมองที่แปลกใหม่และไม่ซ้ำแบบใคร

- การพัฒนาความคิด (Incubation) ขั้นตอนนี้เป็นช่วงเวลาของการพัฒนาแนวคิดจากขั้นตอนแรกเพื่อให้อิสระแก่จิตใจและให้พ้นจากความกดดันในขั้นตอนการวิเคราะห์โดยเป็นการคิดที่ไม่ต้องอาศัยความเป็นเหตุเป็นผล และยอมให้พลังแห่งการรับรู้ที่มีอยู่ในตัวของแต่ละบุคคลมีส่วนร่วมกับระดับที่พร้อมจะรับรู้ เพื่อร่วมกันหาแนวทางการแก้ปัญหาบ่อยครั้งที่แนวคิดใหม่ๆ ที่นำมาใช้แก้ปัญหา นั้น เกิดขึ้นในช่วงที่นักออกแบบเลิกสนใจต่อการคิดที่ต้องอาศัยเหตุผล

- การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) ขั้นตอนนี้เป็นจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ เป็นขั้นตอนที่อาจกล่าวได้ว่าสำคัญที่สุดและยากที่สุด ซึ่งจะอธิบายให้กระจ่างถึงวิธีที่จะสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดขึ้นได้ แต่สำหรับผู้ที่มีมองหาความคิดที่สดใหม่ ขั้นตอนนี้จะเบี่ยงเบนไปจากที่จำเป็นที่สุด เนื่องจากการนำจินตนาการการรับรู้และความเข้าใจ มาผสมผสานเข้ากับการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล เพื่อสังเคราะห์ให้ได้แนวคิดที่มีคุณค่าในการออกแบบต่อไป

- การตรวจสอบแนวความคิด (Verification) เป็นขั้นตอนที่ขังน้ำหนักระหว่างแนวคิดกับวัตถุประสงค์และความเป็นจริงของปัญหาว่านักออกแบบจะให้น้ำหนักกับสิ่งใดมากกว่า เป็นการสรุปเพื่อหาสิ่งที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดในการนำเสนอแบบสุดท้าย ซึ่งอาจครอบคลุมต่อเนื่องไปจนถึงความรับผิดชอบต่อการใช้งานต่อไปด้วย นอกเหนือจากความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้มากที่สุดดังได้กล่าวไว้แล้วนั้น ยังมีอีกประเด็นหนึ่งที่นักออกแบบต้องคำนึงถึงก็คือขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อและการสื่อความหมายที่แตกต่างกันไปในแต่ละเชื้อชาติ สิ่งเหล่านี้จะมีอิทธิพลทำให้งานออกแบบนั้นๆเปลี่ยนแปลงไปได้

(2) หาข้อสรุปในการออกแบบ หลังจากที่ได้ให้เวลากับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ มาพอสมควร ก็ถึงเวลาที่นักออกแบบจะต้องตัดสินใจว่ารูปแบบใดจะเหมาะกับองค์กรนั้นมากที่สุด โดยพิจารณาจากข้อมูลต่างๆดังที่ได้กล่าวข้างต้นบางครั้งอาจพบว่าเราตัดสินใจไม่ได้ว่าแบบใดเหมาะสมกว่ากัน นักออกแบบควรทดลองตรวจสอบถึงความเป็นไปได้ในการใช้งานต่างๆ ด้วยการร่างภาพอย่างหยาบๆ ที่เรียกว่า Thumbnail Sketch เพื่อเปรียบเทียบการใช้งานสัญลักษณ์นั้นกับสิ่งพิมพ์ธุรกิจหรือสื่ออื่นๆ

นักออกแบบจะต้องตัดสินใจว่า จะคัดเลือกแบบเพื่อนำเสนอลูกค้าจำนวนกี่แบบ บางคนจะไม่นิยมการเสนอแบบร่างในขั้นตอนนี้ แต่จะเลือกแบบที่เห็นว่าเหมาะสมให้ลูกค้าในขั้นตอนสุดท้ายเพียงครั้งเดียว ซึ่งทั้งสองวิธีนี้ต่างมีข้อได้เปรียบเสียเปรียบกันคนละอย่าง เนื่องจากทำให้เราได้ทราบถึงแนวทางที่จะเข้าเลือกตั้งแต่ต้นโดยไม่เสียเวลากับแนวทางอื่นที่ลูกค้าไม่ต้องการ แต่การเสนอแบบร่างก็มีข้อเสียเช่นกัน เนื่องจากลูกค้าอาจเลือกแบบที่นักออกแบบไม่ประสงค์เช่นกัน

(3) ตรวจสอบแนวทางที่เลือก ขั้นตอนนี้เกิดขึ้นหลังจากการที่นักออกแบบได้ออกแบบ CI ขององค์กรเสร็จเรียบร้อยแล้ว ไม่มีข้อกำหนดแน่นอนตายตัวว่า ควรจะต้องมีการตรวจสอบ CI ขององค์กรก่อนนำออกใช้จริงหรือไม่ ลูกค้าที่เป็นองค์กรขนาดเล็กส่วนมากมักไม่ขอให้ทำการตรวจสอบ เนื่องจากจะต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามก็ตักการตรวจสอบแบบจะใช้วิธีการ

สำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย หรือนักออกแบบอาจตรวจสอบเองอย่างไม่เป็นทางการด้วยการถามบุคคลรอบข้าง ตั้งแต่สมาชิกในครอบครัวจนถึงกลุ่มเพื่อนฝูงหรือคนที่พบปะทั่วไปเพื่อให้ทราบถึงความรู้สึกที่มีต่อผลงานว่าสื่อสารให้คนเข้าใจตามที่นักออกแบบต้องการหรือไม่ และต้องปรับปรุงอย่างไร

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าการตรวจสอบแบบเป็นประโยชน์ต่อนักออกแบบในการที่จะได้ตรวจสอบแบบของตนก่อนที่จะนำไปใช้ ซึ่งจะช่วยให้นักออกแบบได้เข้าใจถึงสภาพความเป็นจริงและสามารถแก้ไขได้ทันทั่วทั้ง แต่ในขณะเดียวกันนักออกแบบควรใช้วิจารณญาณในการตัดสินใจที่จะเลือกรูปแบบที่เหมาะสมอันก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรนั้น (สุมิตรรา ศรีวิบูลย์.2547:97-101)

2.7 ศึกษาหลักการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.7.1 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์มีสิ่งที่จะต้องคำนึงถึง พื้นฐาน 10 ประการ ที่นิยมใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาสร้างสรรค์ผลงานเชิงอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ และเป็นตัวกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ได้แก่

2.7.1.1 หน้าที่ใช้สอย (Function) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีหน้าที่ใช้สอยอย่างเดียวหรือหลายหน้าที่ก็ได้ แต่หน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่ดีนั้น ต้องใช้งานไประยะหนึ่งถึงจะทราบข้อบกพร่อง

2.7.1.2 ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีรูปทรง ขนาด สี สีสันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดี เพราะความสวยงามเป็นความพึงพอใจแรกที่คนเราสัมผัสได้ก่อนมักเกิดมาจากรูปร่างและสีเป็นหลัก การกำหนดรูปร่างและสีในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ไม่เหมือนกับการกำหนดรูปร่างและสีในงานจิตรกรรม ซึ่งสามารถที่จะแสดงหรือกำหนดรูปร่างและสีได้ตามความนึกคิดของจิตรกร แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานของรูปร่างและสี สัน ระหว่างทฤษฎีทางศิลปะและความพึงพอใจของผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ถึงแม้ว่ามนุษย์แต่ละคนมีการรับรู้และพึงพอใจในเรื่องของความงามได้ไม่เท่ากัน และไม่มีกฎเกณฑ์การตัดสินใจใดๆ ที่เป็นตัวชี้ขาดความถูกความผิด แต่คนเราส่วนใหญ่ก็มีแนวโน้มที่จะมองเห็นความงามไปในทิศทางเดียวกันตามธรรมชาติ

2.7.1.3 ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องเข้าใจกายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับขนาด สัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะต่างๆ ของผู้ใช้ การเกิดความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งทางด้านจิตวิทยา (Psychology) และสรีระวิทยา (Physiology) ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะเพศ เผ่าพันธุ์ ภูมิภาค และสังคมแวดล้อมที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นข้อบังคับในการออกแบบ การวัดคุณภาพทางด้าน กายวิภาค

เชิงกล(ergonomics) พิจารณาได้จากการใช้งานได้อย่างกลมกลืนต่อการสัมผัส ปัจจัยประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีก 2.7.1.4 ความปลอดภัย (Safety) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของมนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในตัว การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตราย

ต่อผู้ใช้หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้ชัดเจนและมีคำอธิบายการใช้แนบมากับผลิตภัณฑ์ด้วย

2.7.1.5 ความแข็งแรง (Construction) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความแข็งแรงในตัว ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่กำหนดโครงสร้างมีความเหมาะสมตามคุณสมบัติของวัสดุ ขนาด แรงกระทำในรูปแบบต่างๆจากการใช้งาน

2.7.1.6 ราคา(Cost) ก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นกลุ่มใด อาชีพอะไร ฐานะเป็นอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้นักออกแบบสามารถกำหนดแบบผลิตภัณฑ์และประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ใกล้เคียงมากขึ้น การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมนั้น ส่วนหนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้ชนิด หรือเกรดของวัสดุ และวิธีการผลิตที่เหมาะสมผลิตได้ง่ายและรวดเร็ว แต่ในกรณีที่ประมาณราคาจากแบบสูงกว่าที่กำหนดก็อาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่างๆ กันใหม่เพื่อลดต้นทุน แต่ทั้งนี้ต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

2.7.1.7 วัสดุ (Materials) การออกแบบควรเลือกวัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่างๆ ได้แก่ ความใส ผิวมันวาว ทนความร้อน ทนกรดด่างไม่ลื่น ฯลฯ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นๆ นอกจากนั้นยังต้องพิจารณาถึงความง่ายในการดูแลรักษา ความสะดวกรวดเร็วในการผลิต สั่งซื้อและคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกในการรณรงค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ (recycle) ก็เป็นสิ่งที่นักออกแบบต้องตระหนักถึงในการออกแบบร่วมด้วย เพื่อช่วยลดกันลดปริมาณขยะของโลก

2.7.1.8 กรรมวิธีการผลิต (Production) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม และควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีอะไรที่จะลดต้นทุนได้รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าการประหยัดเพราะการผลิตที่ละมาก ๆ

2.7.1.9 การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถบำรุงรักษา และแก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้น ง่ายและสะดวกต่อการทำความสะอาดเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งควรมีค่าบำรุงรักษา และการสึกหรอต่ำ การออกแบบที่ดีนั้นจะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้น เพื่อที่จะได้ออกแบบส่วนของฝาครอบบริเวณต่างๆ ให้สะดวกในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ได้โดยง่าย นอกจากนั้นการออกแบบยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆ ร่วมด้วย

2.7.1.10 การขนส่ง (Transportation) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนส่ง ระยะทาง เส้นทางขนส่ง (ทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ) การกินเนื้อที่ในการขนส่ง (มิติความจุ กว้าง ' ยาว ' สูง ของรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกทั่วไป ตู้บรรทุกสินค้า ฯลฯ) ส่วนการบรรจุหีบห่อต้องสามารถป้องกันไม่ให้เกิดการชำรุดเสียหายของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย กรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบนั้นมีขนาดใหญ่ อาจต้องออกแบบให้ชิ้นส่วนสามารถถอดประกอบได้ง่าย เพื่อให้หีบห่อมีขนาดเล็กลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

2.7.2 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีเหตุผลบางประการที่จำเป็นต้องแจ้งเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8.2.1 การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องพิจารณาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นประการแรกเพื่อที่จะได้ออกแบบให้ได้ความคงทน

ถาวรหรือการออกแบบให้เหมาะสมกับการใช้เพียงชั่วคราวของผลิตภัณฑ์นั้นเพราะการออกแบบจะต้องคำนึงถึงวัสดุและเวลาในการผลิตไปพร้อมๆกัน ถ้าหากออกแบบโดยไม่ได้ศึกษาถึงคุณภาพตามเป้าหมายของการผลิตแล้ว ก็ไม่สามารถออกแบบที่เหมาะสมได้

2.7.2.2 การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต ในที่นี้ใคร่ขอชี้ทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยตรงด้วยการผลิตสิ่งของเครื่องใช้หรือผลิตภัณฑ์ในรูปแบบสินค้าในปัจจุบันนี้ กำลังในการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์จำนวนมาก มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต เช่นเครื่องจักรกลหรือเครื่องทุ่นแรงต่างๆย่อมเหมาะสมกับวัสดุอย่างหนึ่ง ทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตไปพร้อมๆกัน เช่น การออกแบบโคมไฟซึ่งผลิตด้วยเครื่องจักรที่ต้องใช้วัสดุพลาสติกในการผลิต โคมไฟควรจะต้องมีรูปทรงง่ายๆ ไม่ต้องมีโครงสร้างยื่นออกไปเหมือนโคมไฟที่ผลิตด้วยมือ

2.8.2.3 การออกแบบที่สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอย หน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นเป็นสิ่งที่จำเป็นที่ผู้ออกแบบจะต้องพิจารณา แม้การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีจักรกลซับซ้อน ผู้ออกแบบจะไม่รู้ระบบการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นทั้งหมดแต่ก็ควรจะรู้การทำงานของผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบหรือแม้แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับเครื่องกลไก ผู้ออกแบบก็จำเป็นต้องทำความเข้าใจกับหน้าที่ใช้สอยเป็นประการสำคัญเช่นการออกแบบชุดกาแฟ ควรรู้ปริมาณความจุของถ้วยที่ไม่มากไม่น้อย หูจับที่ถนัดมือหรือตกได้ง่าย จานรองที่กระชกกันแก้ว ไม่ลื่นไปมาได้ง่าย ความหนาบางที่ควรเก็บความร้อนได้ระยะหนึ่ง เป็นต้น

2.7.2.4 การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค อาจจะพิจารณาได้สองแง่คือ ความต้องการที่สอดคล้องกับชีวิตความเป็นอยู่ และความต้องการที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ ความต้องการที่ตรงกับชีวิตความเป็นอยู่เป็นความต้องการที่เหมาะสมกับสภาพวัฒนธรรม รสนิยมและการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ เช่นการออกแบบเตาที่มีวิธียุ่งยาก มีเตาอบ มีที่ย่างเนื้อสัตว์ มีเตาอุ่น เตาในลักษณะนี้อาจไม่สอดคล้องกับสภาพวัฒนธรรมและรสนิยมของคนไทย เป็นต้น นอกจากนี้ความต้องการของผู้บริโภคยังเกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจโดยตรงอีกด้วย ถ้าสภาพสังคมที่กำลังมีเศรษฐกิจที่ตกต่ำ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คุณภาพสูง ราคาสินค้าฟุ่มเฟือย หรือเน้นความงามทางการออกแบบมากจนผลิตภัณฑ์นั้นราคาสูง การออกแบบเช่นนี้ อาจจะไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค การออกแบบที่มีคุณค่าทางความงาม ต้องมีความเด่นชัด ร่วมสมัย และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์แฝงอยู่ในงานออกแบบแต่ละชิ้นนอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงความประณีตบรรจงในการออกแบบหรือในผลิตภัณฑ์ยังเป็นคุณค่าส่วนหนึ่งของความงามอีกด้วย

2.7.3 แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

แนวคิดที่นำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนให้เกิดการพัฒนานั้น ขอหยิบยกมา 3 ด้านคือ ด้านการออกแบบ ด้านการผลิตและด้านการตลาด

2.7.3.1 แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบ

การดำเนินชีวิตประจำวันในทุกๆวันที่เรากำลังดำเนินอยู่นี้จะเห็นได้ว่าทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบๆตัวที่เราต้องมีปฏิสัมพันธ์ร่วม ล้วนแล้วแต่สัมพันธ์กับการออกแบบทั้งสิ้น เช่น ตั้งแต่ตื่นนอนเราต้องสัมผัสผ้าฝ้ายปกคลุม โทรศัพท์มือถือ แปรงสีฟัน เสื้อผ้า รถยนต์ ตลอดจนหมอน ผ้าห่มเตียงนอน ทุกสิ่งเหล่านี้ล้วนถูกออกแบบมาแล้ว และการออกแบบนี้เองเป็นอีกหนึ่งปัจจัยเริ่มต้นในการทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถขายได้ ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ และสร้างความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์

การออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผนเป็นขั้นตอน และรู้จักเลือกใช้วัสดุ และวิธีการทำ ให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิด ตามความคิดสร้างสรรค์

การออกแบบ หมายถึง การปรับปรุงผลงาน หรือสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่แล้วให้เหมาะสม มีความแปลกใหม่เพิ่มขึ้น เช่น แก้วอึ้งที่ใช้มานานๆ เราสามารถปรับปรุง ให้เป็นรูปแบบใหม่ สวยงาม แปลกกว่าเดิม แต่ยังคงความสะดวกสบายในการใช้งาน เหมือนได้เดิมหรือดีกว่าเดิม เป็นต้น

การออกแบบ หมายถึง การรวบรวมหรือการจัดองค์ประกอบทั้งที่เป็น 2 มิติ และ 3 มิติเข้าด้วยกันอย่างมีหลักเกณฑ์โดยนำองค์ประกอบของการออกแบบมาคิด รวมกันและคำนึงถึง ประโยชน์ใช้สอย ความงามอันเป็นคุณลักษณะสำคัญของการออกแบบ การออกแบบเป็นศิลปะของมนุษย์ เกิดจากการสร้างค่านิยมทาง ความงามและสนองคุณประโยชน์ทางกายภาพให้แก่มนุษย์) (วงศ์ทอง เขียน วงศ์.2555)

ดังนั้นการออกแบบจึงมีความสำคัญในการสร้างผลิตภัณฑ์ การที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรนำเอา การออกแบบมาพัฒนาด้วยเพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ มีความน่าสนใจหรือครอบคลุมความต้องการของ ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ลดต้นทุนการผลิต ตลอดจนปรับปรุงข้อบกพร่องและเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่ ผลิตภัณฑ์

2.7.3.2 แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการผลิต

การผลิตเป็นการสร้างสรรค์สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการมนุษย์ ผู้ซึ่งมีความ ต้องการอย่างไม่สิ้นสุด แต่เนื่องจากการมีทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดนั้น อภินันท์ จันตะนี (2536:74) ให้ความหมายของการผลิต การทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่เป็นประโยชน์เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ เช่น เครื่องใช้ สิ่งของ ปัจจัย 4 สินค้าและบริการ เกิดขึ้นจากการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของ มนุษย์

จรัส ช่อไม้ทอง (2533:31) ให้ความหมายของการจัดการผลิตภัณฑ์ไว้ว่า การจัดการผลิตภัณฑ์ หมายถึงการจัดการเกี่ยวกับกระบวนการ การเปลี่ยนแปลงให้ปัจจัยการผลิตต่างๆ เช่น ที่ดิน แรงงาน เงินทุนและการจัดการ เพื่อผลิตเป็นสินค้าและบริการที่ต้องการ การจัดการการผลิตจึงครอบคลุมถึง กิจกรรมที่สำคัญหลายประการ เช่น การวางแผนการผลิต กำหนดทำเลที่ตั้ง การวางแผนการผลิต การออกแบบการผลิตและการวางแผนการผลิต การกำหนดมาตรฐานและการวัดงานการผลิต การ จัดการตารางการผลิต การควบคุมการผลิต

การผลิตสินค้าไม่ว่าจะเป็นประเภทใดๆ คุณภาพผลิตภัณฑ์ถือเป็นเรื่องสำคัญที่สุดที่ควรได้รับการจัดการให้เหมาะสมและการผลิตก็ยังมีส่วนในการกำหนดราคาหรือต้นทุนของสินค้าอีกด้วย หากมีการวางแผนที่ดีก็สามารถที่จะลดสิ่งที่ไม่จำเป็นลงเพื่อให้สามารถลดต้นทุนในการผลิตได้มากยิ่งขึ้น

2.7.3.3 แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการตลาด

การพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นควรนำกลไกด้านการตลาดเข้ามามีส่วนร่วมเป็นอย่างยิ่ง ทั้งในด้าน ราคาสินค้า การขาย วัตถุประสงค์ของตลาด การศึกษาตลาดและกลยุทธ์ การเจาะกลุ่มเป้าหมายจะมี ผลต่อวิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบ รวมถึงการผลิต และการขนส่ง รวมถึงมีผลต่อเนื่องไปถึงสายสัมพันธ์กับ ผู้ขาย ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรมีความเข้าใจและมีความชัดเจนในเรื่อง ส่วน ประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) เป็นเครื่องมือที่ประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนอง ความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย สิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัส

ไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการ และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะ เป็นสินค้า บริการสถานที่ บุคคลหรือความคิด

(2) ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่าย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือหมายถึง คุณค่า ผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเองราคา เป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของ ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้ กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

(3) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของ ช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไป ยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการ กระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัด จำหน่าย

(4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้าง ความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้ เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อและพฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อ สร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ทำการ ขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมี หลายประการ องค์การอาจใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสาร การตลาดแบบผสมผสานกัน (Integrated Marketing Communication หรือ IMC) โดย พิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือ การส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ(ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2546: 53-55)

Segmentation การแบ่งส่วนตลาด

STP Marketing ย่อมาจาก Segmentation, Targeting และ Positioning ซึ่ง Segmentation จะเป็นตัวแรกที่จะใช้ ก่อนที่จะไปกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting) และกำหนดจุดยืน (Positioning) ดังนั้นหากเราทำ Segmentation ได้ไม่ค่อยเหมาะสมนั้น ก็จะกระทบไปถึงเรื่องสำคัญ อื่นๆ เช่น Targeting และ Positioning รวมถึงกลยุทธ์การตลาดอื่นๆ ต่อไป

โดยหลักการแล้ว Segmentation เกิดขึ้นมา เพราะการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อม การตลาด จากยุคอดีตที่เน้นทำ Mass Market หรือตลาดมวลชน ที่ผลิตสินค้าขึ้นมา 1 อย่าง แล้วทำ ตลาดเจ้าสินค้านั้นกับทุกคน หรือ One Product fits all market เช่น ในอดีตน้ำอัดลม Coke ที่เน้น ขายกับทุกคนทั่วประเทศอเมริกา แต่ต่อมาด้วยสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคเริ่มมีอำนาจ ในการต่อรองมากขึ้น (หลังช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 - ปี 1945 เป็นต้นมา ที่สังคมและเศรษฐกิจเริ่มนิ่ง และดีขึ้น) พวกเขาเริ่มมองหาสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้อย่างเหมาะสม มากกว่าที่จะเลือกยอมรับสินค้าที่บริษัทหรือโรงงานคิดเอง ผลิตขึ้นมาเอง แล้วทำตลาดออกไป

หลักการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) จึงเกิดขึ้น จากเดิมที่มองทุกคนต้องการ เหมือนกันหมด นักการตลาดเริ่มเข้าใจว่า ผู้คนมีความต้องการที่แตกต่างกัน แต่หลักการนี้ ยังไม่ได้ลง ไปลึกแบบ One to One Marketing หรือการตลาดแบบหนึ่งต่อหนึ่ง ที่เน้นการตอบสนองความ ต้องการของแต่ละคน เพราะการทำตลาดแบบ One to One Marketing ก็มีข้อจำกัดหลายประการ

โดยเฉพาะเรื่องต้นทุนที่สูงต่อคนที่สินค้าหลายประเภทยังไม่สามารถทำได้ แต่ถ้าในอนาคตมีเทคโนโลยีที่ช่วยในการลดต้นทุนต่อคนได้ หลักการตลาด One to One Marketing จะมีความสำคัญในการทำตลาดแน่นอน

ดังนั้น ณ ปัจจุบัน Segmentation ยังคงถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย โดยเมื่อกำหนดตลาดได้แล้ว ก็จะมีการแบ่งส่วนตลาดออกเป็นกลุ่มๆ โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งนั้น มีอยู่ 4 ลักษณะที่สำคัญ

(1) Demographic Segmentation หรือ การแบ่งส่วนตลาดด้วยหลักประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ สถานะ (โสด-แต่งงาน) ครอบครัว (มีลูก กี่คน-ไม่มีลูก) เป็นต้น

(2) Psychographic Segmentation หรือ การแบ่งส่วนตลาดด้วยหลักจิตวิทยา เช่น ความชื่นชอบ ค่านิยม แนวทางการดำรงชีวิต (Lifestyles) บุคลิกภาพ ชนชั้นทางสังคม (Social Class) เป็นต้น

(3) Geographic Segmentation หรือ การแบ่งส่วนตลาดด้วยหลักภูมิศาสตร์ เช่น ที่ตั้ง (ประเทศ, จังหวัด, เขต) ขนาดของพื้นที่ (เมืองใหญ่-เล็ก) ลักษณะที่อยู่อาศัย (เมือง-ชนบท) เป็นต้น

(4) Behavioral Segmentation หรือ การแบ่งส่วนการตลาดด้วยหลักพฤติกรรมศาสตร์ เช่น อัตราการใช้ (ใช้มาก -ปานกลาง-น้อย) สถานะของผู้ใช้ (ไม่เคยใช้-ใช้ครั้งแรก-ใช้บ่อย) ผลประโยชน์ที่มองหา (เน้นประหยัด-เน้นคุณภาพ-เน้นความพึงพอใจ)โอกาสในการใช้/ซื้อ (ปกติ - พิเศษ) ช่วงเวลาที่ซื้อ ขนาดในการซื้อ เป็นต้น

นำหลักการไปประยุกต์ใช้

(1) เกณฑ์ในการแบ่งที่เหมาะสมกับตลาดและผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท บริษัทแต่ละแห่งควรจะมีการแบ่งส่วนตลาดที่มีลักษณะเป็นของตนเอง โดยปัจจัยสำคัญที่ใช้พิจารณาในการแบ่งคือ ความแตกต่างของกลุ่มที่น่าสนใจในตลาด (กลุ่มที่น่าสนใจคือ กลุ่มที่มีกำลังซื้อและมีโอกาสเป็นลูกค้าของเรา) ความต้องการของแต่ละกลุ่ม คู่แข่งในแต่ละกลุ่ม โอกาสและอุปสรรคในการทำตลาดของแต่ละกลุ่ม และจุดแข็งและจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์เราในแต่ละกลุ่ม การแบ่งนั้นไม่มีเกณฑ์ที่ตายตัว สามารถใช้ได้ทั้งเกณฑ์หลักหรือเกณฑ์ผสมผสาน ขึ้นอยู่กับบริษัทนั้นๆ จะเห็นว่าสมควรและเหมาะสมครับ โดยด้านแรกนี้ เราจะเรียกว่า Macro-Segmentation หรือการแบ่งส่วนตลาดแบบกว้างครับ

(2) การแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดย่อยที่เหมาะสม เมื่อกำหนดกลุ่มกว้างๆ ได้แล้ว ต่อมาต้องลงรายละเอียดเชิงลึกของกลุ่มกว้างๆ นี้ โดยเราจะเรียกขั้นตอนนี้ว่า Micro-Segmentation หรือการแบ่งส่วนการตลาดแบบย่อย จากตัวอย่างเดิม ธนาคารแบ่งส่วนแบ่งตลาดเป็น 3 กลุ่ม เราก็จะมาดูต่อว่า ใน 3 กลุ่มนี้ มีปัจจัยสำคัญอะไรบ้างในแต่ละกลุ่มที่ทำให้เกิดกลุ่มย่อยที่น่าสนใจและแตกต่างกัน เช่น รายได้ ที่อยู่อาศัย พฤติกรรมการทำธุรกรรม ความชื่นชอบในการทำธุรกรรม เป็นต้น แบ่งให้ลึกเท่าที่กลุ่มนั้นมีความน่าสนใจในการทำตลาด และแต่ละกลุ่มนั้นมีลักษณะและความต้องการที่แตกต่างกันก็พอสมควร

(3) ผู้กำหนดความเหมาะสมของการแบ่งส่วนตลาด คือตัวนักการตลาดเอง ที่ต้องมีความ Expert มีความเชี่ยวชาญและชั่วโมงบินมากพอ ที่จะเห็นว่า แบ่งแบบนี้เหมาะสมกับตลาด คู่แข่ง ลูกค้า และผลิตภัณฑ์ของเราแล้ว (ขออย่างเดียวว่า อย่าแบ่งออกมาแล้ว ได้ตามหลักวิชาการ แต่ไม่สามารถนำมาคิดวิเคราะห์ต่อยอด ทั้งในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และกลยุทธ์การทำ

ตลาดต่อไปได้ ก็พอ) สุดท้ายการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) ในแต่ละกลุ่มที่แบ่งมานั้น (Segments) จะต้องตอบให้ได้ว่า แต่ละกลุ่มมีความสำคัญกับเราอย่างไร (ถ้าเจอกลุ่มที่ไม่น่าสนใจเลย ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ก็ไม่ต้องแบ่งออกเพราะทำให้ เสียเวลาและสับสน) โดยบางกลุ่มอาจเน้น ภาพลักษณ์ บางกลุ่มอาจเน้นเงิน บางกลุ่มอาจเน้นกระแส เน้นการใช้แล้วบอกต่อ ซึ่งเราอาจจะเลือก ทำตลาดกับบางกลุ่มก่อน ไม่ต้องทำทั้งหมด หรืออาจจะเลือกทำตลาดกับทุกกลุ่มเลยก็ได้ (แต่ใช้กลยุทธ์การตลาดแตกต่างกันตามความต้องการของแต่ละกลุ่ม) สำคัญที่ว่า บริษัทมีความสามารถ (Capability) มากพอหรือไม่ และทำตลาดในแต่ละกลุ่มไปแล้ว สามารถตอบโจทย์การตลาดและธุรกิจของเราได้หรือไม่ นี่ต่างหากคือ สิ่งที่สำคัญที่สุดของการแบ่งส่วนตลาด(วิกิรานต์ มงคลจันทร์.2558)

2.7.4 นวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์

นวัตกรรม (Innovation) คือ ความคิด การปฏิบัติและการกระทำใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อนหรือ การพัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้ จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม โทมัส ฮิวส์ (Hughes, 1987) ให้ความหมายว่า เป็นการนำเอาวิธีการใหม่มาปฏิบัติหลังจากที่ได้ผ่านการทดลองและที่ได้รับการ พัฒนามาแล้วเป็นลำดับและมีความแตกต่างจากการปฏิบัติเดิมที่เคยปฏิบัติมา มอร์ตัน (Morton, 1971) ให้ความหมายว่า นวัตกรรมไม่ใช่การกำจัดหรือล้มล้างสิ่งเก่าให้หมดไปแต่จะเป็นการ ปรับปรุงเสริมแต่งและพัฒนาเพื่อความอยู่รอดของระบบ เพราะฉะนั้นความหมายโดยรวมของ นวัตกรรมคือการสร้างความแตกต่างจากวิธีเดิมและผ่านการทดลองซ้ำๆ จนเกิดความชำนาญและเป็น ผลงานที่สร้างความแปลกใหม่ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2547) องค์ประกอบของนวัตกรรม มี 5 ประการดังนี้

1. เป็นสิ่งใหม่
2. เน้นใช้ความรู้ความคิดสร้างสรรค์
3. เป็นประโยชน์ ต้องตอบได้ว่าสิ่งที่เราสร้างเป็นอย่างไร
4. เป็นที่ยอมรับ
5. มีโอกาสในการพัฒนา

"นวัตกรรม" มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศไทย ในการจะยืนอยู่บนเวทีโลกอย่างเข้มแข็ง โดยเฉพาะในด้านการจัดการทรัพยากรสินทางปัญญาและการบริหารจัดการภายใต้แนวคิดและรูปแบบ ใหม่ ทั้งในภาคอุตสาหกรรมและระดับท้องถิ่น โดยสร้างให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่าง ประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมจำนวนมากพอที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับเศรษฐกิจและสังคมของประเทศได้อย่างรวดเร็ว

นวัตกรรมในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม คือการออกแบบและการผลิตที่คำนึงถึงการแสดงออก ของการผสมผสานระหว่างขนมธรรมเนียมดั้งเดิมและความร่วมสมัย การประดิษฐ์และการสร้างสรรค์ วัสดุ รูปแบบและกระบวนการผลิตที่สร้างความแตกต่างและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์เอง และในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้านดังนี้

(1) การออกแบบ (Design) ส่วนใหญ่จะใช้หลักการ พื้นฐานในการออกแบบ

(1.1) ความงาม (Artistic & Aesthetic Value) ขนาดและสัดส่วน (Size & Proportion) ที่มีความเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์ เหมาะสมกับการใช้งาน เช่นของที่ระลึก ควรที่จะกะทัดรัดพกพาง่ายเพื่อเป็นของฝาก เป็นต้น รูปร่าง รูปทรง (Shape & Form) สร้างความแตกต่างและมีแนวคิดทางการออกแบบได้อย่างชัดเจนและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โครงสร้าง

(Structure) ความแข็งแรงของโครงสร้างที่สอดคล้องกับรูปแบบที่ออกแบบ สีสี (Color) สีของวัสดุแบบเดิม สีธรรมชาติ หรือการผสมผสานระหว่างวัสดุ ลวดลาย (Pattern) เกิดขึ้นจากพื้นผิวของวัสดุ หรือการสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่

(1.2) ประโยชน์ใช้สอย (Function Value) ใช้งานได้ง่าย สะดวกสบาย เหมาะสมกับราคา มีประโยชน์มากกว่าหนึ่งก็ยิ่งได้เปรียบคู่แข่งและเป็นทางเลือกให้ลูกค้า

(2) กระบวนการผลิต (Production Process)

(2.1) การสร้างสรรค์จากวัสดุเดิม โดยการเปลี่ยนแปลงกรรมวิธีการผลิต เทคนิควิธีการ เพื่อสร้างความแตกต่างในรูปลักษณะใหม่

(2.2) การผสมระหว่างวัสดุต่างชนิดและวัสดุดั้งเดิม รูปแบบดั้งเดิม กับวัสดุอื่นที่แตกต่าง ทั้งวัสดุเดิมกับวัสดุอื่น สรุปได้ว่าการสร้างนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรม ไม่ใช่สิ่งที่ไกลตัวสำหรับผู้ผลิตจนเกินไป ทุกกลุ่มทุกชุมชนสามารถสร้างนวัตกรรมได้ เพียงแค่สร้างความแตกต่างจากสิ่งที่มีอยู่ และการสร้างสรรค์ที่ผสมผสานระหว่างการออกแบบและกรรมวิธีการผลิต แต่ต้องคำนึงถึงที่มาของผลิตภัณฑ์อันแสดงถึงเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น การต่อยอดภูมิปัญญาเดิมที่มีอยู่ การอธิบายได้ถึงที่มาในการสร้างสรรค์ แต่ให้อยู่ในกรอบของสิ่งที่กล่าวมาข้างต้น อย่าพยายามสร้างสรรค์มากเกินไปจนดูเหมือนบิดเบือนและทำลายความงามและคุณค่า วัสดุเดิม หรือเอกลักษณ์ประจำถิ่น เพียงเท่านั้นก็สามารถสร้างนวัตกรรมให้กับผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมได้อย่างประสบผลสำเร็จในระดับหนึ่ง

2.8 ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย

2.8.1 การออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย Contemporary Design

เป็นรูปแบบการออกแบบร่วมสมัย ซึ่ง ได้แก่การนำเอางานออกแบบที่เป็นที่นิยมในรูปแบบปัจจุบันมาผสมอย่างกลมกลืนกับรูปแบบต่างๆ ในอดีตอีกอย่างน้อยหนึ่งรูปแบบโดยมีจุดประสงค์เพื่อการดึงเอาความรู้สึกหรืออารมณ์ จากรูปแบบในอดีตมาแต่งกลิ่น หรือเพิ่มรสให้กับงานออกแบบนั้นๆ และเป็นการทำให้งานออกแบบนั้นมีลักษณะข้ามกาลเวลา คือให้ความรู้สึกที่สมดุลกันทั้งสองยุค อย่างลงตัวและกลมกลืน โดยปกติแล้ว รูปแบบร่วมสมัยนี้ มักจะมีรูปแบบพื้นฐานเป็นงานออกแบบที่เรียบง่าย ไม่มี ลวดลายซับซ้อน จากนั้นจะตกแต่งให้สวยงามขึ้น หรือเพิ่มความรู้สึกหรือแต่งรสด้วยของประดับ ตกแต่ง บางบางจุดหรือบางส่วนให้เด่นขึ้นมาอย่างมีความพอเหมาะพอดี หากจะกล่าวอย่างจริงจัง รูปแบบร่วมสมัยจะเหมาะสมสำหรับผู้รักศิลปะในยุคต่างๆ ในอดีต แต่ไม่ต้องการนำมาใช้ทั้งหมด โดยอาจจะมี สาเหตุมาจากความไม่เหมาะสมในด้านประโยชน์ใช้สอย รวมทั้งการนำเอา รูปแบบในอดีตมาใช้ทั้งหมดอาจจะทำให้ดูมาก หรือ "ล้น" เกินไป จนขาดความรู้สึกที่พอดี งานออกแบบในรูปแบบร่วมสมัย จัดได้ว่าเป็นรูปแบบที่ ทำงานง่าย เนื่องจากแทบไม่มีข้อจำกัดใดๆ และยังสามารถปรับเปลี่ยน ได้ตามประโยชน์ใช้สอย แต่การออกแบบรูปแบบร่วมสมัยมาใช้ให้ดูดีกลับไม่ใช่ของง่ายเลยเนื่องจากการไร้ ข้อจำกัดของมันทำให้เหมือนกับการลอยเรือในทะเลหรือ มหาสมุทร หากไม่มีการกำหนดทิศทางหรือจุดมุ่งหมายให้ แน่นอ้นแล้ว นักออกแบบแทบจะทำงานออกแบบออกมาดูดีได้ยากและลำบากมาก ดังนั้น การออกแบบรูปแบบร่วมสมัยจะต้องมีการกำหนดจุดมุ่งหมายหรือทิศทางเสียก่อนว่าต้องการ ให้งานออกแบบตอบสนองต่อความต้องการใด จากนั้น จึงต้องมีการกำหนดรูปแบบหลักและ รูปแบบรองที่จะนำมาผสมกันโดยรูปแบบหนึ่ง ในสองรูปแบบนี้ จะต้องสามารถ

ตอบสนองหรือสร้างความรู้สึกตามจุดประสงค์หลักที่ได้วางไว้ในข้างต้นได้ โดยเน้นที่ความกลมกลืนกัน เป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยคือการหยิบยกเอากลิ่นอายความสวยงามของแบบในอดีตมาผสมผสานให้เข้ากับการใช้งานหรือสภาพวิถีชีวิตในยุคสมัยใหม่ให้เกิดความสมดุล แลดูไม่ย้อนยุคมากเกินไป โดยทั่วไปจะหยิบเอาความย้อนยุคในอดีตมาใช้เพียงแคหนึ่งอย่างเท่านั้นเพื่อไม่ให้ดูแปลกแยกออกจากกันจนเกินไปจากความล้นที่มาจากกรอบที่นำเอากลิ่นอายของอดีตจึงจะถูกตัดทอนลงไปที่เหลือความพอดีเล็กน้อย สอดแทรกอยู่ตามมุมต่างๆหรือส่วนต่างๆ ให้เกิดมิติที่สวยงามและน่ามอง ซึ่งในปัจจุบันนักออกแบบจะเน้นไปที่ความเรียบง่ายตามให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบันเน้นการใช้งานเป็นหลัก โดยคำนึงถึงหลักที่สามารถนำไปประยุกต์ในการออกแบบดังต่อไปนี้

2.8.2 การออกแบบเร้าอารมณ์ Emotional Design

ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นจากการออกแบบในลักษณะนี้ จะเป็นสินค้าจำพวก สินค้าที่ซื้อฉับพลัน (Impulse Goods) จะถูกซื้อโดยผู้บริโภคแบบไม่ได้วางแผนการซื้อล่วงหน้ามาก่อน เกิดจากความบังเอิญเจอสินค้าและรู้สึกชื่นชอบถูกใจ และตัดสินใจซื้อในทันทีทันใด เหตุการณ์แบบนี้มักเกิดขึ้นกับเพศหญิง เพราะเพศหญิงมักมีความอ่อนไหวทางอารมณ์มากกว่าเพศชาย การเลือกซื้อของนับได้ว่าเป็นกิจกรรมที่สร้างความสุข พบเห็นสิ่งใดก็เกิดจินตนาการ มีความฝันว่าจะกลายเป็นผู้นำแฟชั่น และมีความหวังอยากจะมีแม้ว่าจะยังไม่มีกำลังซื้อก็ตาม บางครั้งการเลือกซื้อของก็มีได้มีเป้าหมายที่ชัดเจนว่าจะซื้ออะไร ซึ่งต่างกับการซื้อของจำเป็น เช่น ข้าวสาร น้ำตาล น้ำยาซักผ้า ที่เมื่อนึกถึงก็รู้สึกถึงภาระรับผิดชอบที่จำเป็นต้องทำ จะไม่ทำก็ไม่ได้เพราะของมันจำเป็นต้องใช้ หากลองสังเกตห้างสรรพสินค้าทั่วไป ชั้นที่เป็นทางเข้าหลักมักจะเป็นสินค้าประเภทเครื่องสำอาง น้ำหอม กระเป๋า รองเท้าแบรนด์เนม ชั้นที่ติดกันก็อาจเป็นแฟชั่นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยจะนำของที่กระตุ้นความรู้สึกอยากได้มาต่อตาล่อใจ และยังเป็นสินค้าที่มีกำไรต่อหน่วยสูงกว่าสินค้าประเภทอื่นๆอีกด้วย และเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนเป็นหนี้บัตรเครดิต โดยมากมักเกิดจากการหลงกลใช้จ่ายไปกับของฟุ่มเฟือยหรือไม่สามารถควบคุมอารมณ์อยากซื้อได้ และถือเป็นโอกาสที่ดีหากสินค้าของผู้ผลิตหากสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายนั้นเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อด้วยอารมณ์ปรารถนา ยกตัวอย่างเช่น สินค้าแฟชั่น เครื่องแต่งกาย รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น ในการสร้างแรงปรารถนาอยากมีไว้ในครอบครองให้แก่ผู้บริโภคนั้น อาจใช้“การออกแบบ” เป็นปัจจัยประการหนึ่งที่ช่วยให้สินค้าดูมีเสน่ห์ดึงดูดได้ หากแต่สามารถประยุกต์แนวคิดนี้กับสินค้าประเภทอื่นๆ เช่น “แปรงขัดส้วม” ในชีวิตคนเราไม่ค่อยปรารถนาอยากได้แปรงขัดส้วม ทั้ๆที่เป็นของใกล้ตัวและมีประโยชน์ใช้สอยที่จำเป็นในระดับหนึ่งโดยไม่ได้หมายถึงความอยากได้เพราะอันเก่าชำรุด แต่หมายถึงความรู้สึกเหมือนเห็นกระเป๋าสักใบหรือรองเท้าสักคู่ที่ถูกใจจนอยากได้ไว้ครอบครอง หากแต่เหตุการณ์นี้เกิดขึ้นด้วยการซื้อด้วยความปรารถนาแปรงขัดส้วม เดิมทีพวกเขาไม่ได้มีความตั้งใจมาหาซื้อเลยด้วยซ้ำ แต่เป็นการเดินเลือกชมสินค้าทั่วไปแล้วมาสะดุดที่ของชิ้นหนึ่ง มองภายนอกเหมือนลูกเซอร์รีขนาดใหญ่ ก้านยาว ด้วยความสงสัยว่าสินค้าชิ้นนี้คืออะไรจึงยื่นมือไปจับก้านหยิบขึ้นมาดู และก็มีเสียงอุทาน โอ้ว!! ตามด้วยเสียงหัวเราะ มันคือแปรงขัดส้วมนั่นเอง ความรู้สึกของลูกค้าในตอนนั้นเหมือนได้พบเนื้อคู่ที่ตามหากันมานาน ลูกค้าบอกว่ายากมากที่จะเจอแปรงขัดส้วมที่สวยงามเข้ากับห้องน้ำที่มีดีไซน์ของเขา แล้วจึงซื้อกลับไปด้วยความรู้สึกชื่นชอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.52 แปรงขัดห้องน้ำ ของธีรชัย ศุภเมธีกุลวัฒน์

ที่มา : SME Club Thailand.2559

ซึ่งก็ตรงกับความตั้งใจในการออกแบบที่ต้องการให้ได้แปรงขัดส้วมซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ผู้ผลิตมักจะคิดว่าลูกค้าไม่ได้ให้ความสำคัญกับรูปแบบมากนัก ส่วนมากมักจะมาในรูปแบบเรียบๆ กลมกลืนไปกับห้องน้ำ กลายมาเป็นหนึ่งในอุปกรณ์ที่สามารถใช้ประดับตกแต่งให้ห้องน้ำสวยงามได้ แทนที่จะต้องวางแอปไวซ์่างโถส้วม หากเรามองว่าห้องน้ำก็เป็นห้องรับแขกห้องหนึ่งเหมือนกัน เราจะให้ความสำคัญในการออกแบบตกแต่งที่มากกว่าแค่ใช้งาน ซึ่งคนส่วนมากไม่ต้องการเห็นแปรงขัดส้วมเนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่ไม่สวยและรู้สึกสกปรก จึงแก้ปัญหาด้วยการวางหลบๆ หรือทำให้เรียบๆ แต่เราแก้ด้วยการทำให้ดูเป็นสิ่งอื่นไปเลย วิธีคิดที่ต่างก็ทำให้การออกแบบต่างไปด้วยเช่นกัน และอีกหนึ่งตัวอย่าง คือ “ที่คั่นประตู (Door Stopper)”



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกสิ่งนี้ไปและต้องแจ้งเจ้าของลิขสิทธิ์ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มา : SME Club Thailand.2559

เป็นอุปกรณ์ที่คนทั่วไปมักจะไม่เห็นความสำคัญในเรื่องรูปแบบ ไม่คิดว่าจะต้องจ่ายแพงขึ้น เพื่อให้ได้รูปแบบที่สวยงามขึ้น เพราะคิดว่าใช้งานที่พื้น ไม่มีใครสนใจอยู่แล้ว แต่เมื่อผ่านการออกแบบแล้ว สิ่งที่ถูกมองข้ามก็สามารถกลายเป็นจุดเด่น สร้างความประทับใจให้กับผู้มาเยือนตั้งแต่หน้าประตูได้ สามารถสะท้อนรสนิยม ความใส่ใจในรายละเอียดของเจ้าของบ้านได้ ราคาที่จ่ายเพิ่มจึงเป็นการซื้อภาพลักษณ์ไม่ใช่ฟังก์ชันการใช้งาน งานชิ้นนี้ชื่อ Autumn Door Stopper หรือ “ที่คั่นประตูฤดูใบไม้ร่วง” ได้แรงบันดาลใจในการออกแบบจากใบเมเปิ้ลที่ร่วงมาตามพื้นในฤดูใบไม้ร่วง จากตัวอย่างนี้จะเห็นได้ว่ายังมีโอกาสในการพัฒนาสินค้าอีกมาก โดยเฉพาะสินค้าที่ปกติไม่มีใครใส่ใจเรื่องรูปแบบสามารถสร้างความโดดเด่นได้ง่ายกว่าสินค้าแฟชั่นที่แข่งขันด้านการออกแบบอย่างหนักด้วยซ้ำไป ในการทำสินค้าที่ขายด้วยอารมณ์ นอกเหนือจากการออกแบบผลิตภัณฑ์จะต้องมีองค์ประกอบแวดล้อมอื่นๆ เช่น การสร้างเรื่องราวให้ผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบโฆษณา การจัดร้าน และที่แสดงสินค้า การถ่ายภาพ การเลือกสถานที่ขาย และรูปแบบการทำการตลาด ซึ่งทุกอย่างจะต้องบูรณาการให้สอดคล้องกันเพื่อสร้างบรรยากาศให้เกิดอารมณ์ทุกด้านแบบ 360 องศาด้วย ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น ยังมีวิธีการอีกมากมายในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้สร้างแรงบันดาลใจ ซึ่งจะแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ และมุมมองความคิดของผู้ออกแบบ การทำสินค้าให้ดึงดูดใจนั้นเหมือนการทำตัวให้มีเสน่ห์ ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อด้วยอารมณ์เหมือนการตกหลุมรัก ลูกค้าน่าจะมองข้ามสิ่งที่จะต้องพิจารณาขึ้นพื้นฐานในการซื้อไป (หรือคิดเอาเองว่าต้องมีอยู่แล้ว) เช่น การใช้งานที่ดี ความทนทาน คุณภาพ ในช่วงแรก เหมือนคนหลงใหลในความเท่ หล่อ สวย แต่เมื่อคบไปสักพักเมื่อความลุ่มหลงหมดไปแล้วพบว่าไม่ใช่คนเก่ง คนดี คนแข็งแรง ก็จะทำให้ผิดหวังได้ ดังนั้น การทำสินค้าให้ดึงดูดใจจะต้องไม่ลืมที่จะให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าด้วย มิฉะนั้นจะกลายเป็นสินค้าที่ฉาบฉวยไม่สามารถทำให้แบรนด์ ยั่งยืนได้ ที่สำคัญลูกค้าที่ใช้อารมณ์นอกจากเจ็บแล้วจำ ยังบอกต่อให้เสียหายอีกด้วย โดยนักรออกแบบควรจดจำไว้เสมอว่าลูกค้านั้น “ใช้อารมณ์” ในการตัดสินใจซื้อ (ธีรชัย ศุภเมธิกุลวัฒน์.2559)

2.9 ศึกษาความพึงพอใจ

2.9.1 ความหมายของของความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

ดิเรก (2528) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทศคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก ความสุขของบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข ความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและมีกำลังใจ มีความผูกพันกับหน่วยงาน มีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ และสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานส่งผลต่อถึงความก้าวหน้าและความสำเร็จขององค์กรอีกด้วย

เอ็กสาร์นี้เป็นเอก วิรุฬ (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

ฉัตรชัย (2535) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

2.9.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Michael Beer.1965 (อ้างถึงใน อารี สือกกลาง.2555:20) ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นทัศนคติของคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

- (1) V มาจากคำว่า Valance หมายถึง ความพึงพอใจ
- (2) I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อเครื่องมือวิธีทางนำไปสู่ความพึงพอใจ
- (3) E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึงความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้นๆ

ซึ่งบุคคลมีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้น จึงต้องกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ตั้งความหวังหรือคาดหวังเอาไว้บุคคลนั้นก็จะได้ความพึงพอใจ และในขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปเรื่อยๆ ซึ่งอาจจะแสดงในรูปสมการได้ดังนี้ $\text{แรงจูงใจ} = \text{ผลของความพึงพอใจ} + \text{ความพึงพอใจ}$ ซึ่งหมายถึง แรงจูงใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ต่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ต่อการประเมินผลงานขององค์กรที่เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของตน หรือแรงจูงใจที่บุคคลจะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรใดจะเป็นผลที่เกิดจากทัศนคติต่อองค์กรหรือการทำงานขององค์กรนั้นรวมกัน ความคาดหวังที่เขาคาดหมายไว้ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรต่อผลงานขององค์กรและได้รับการตอบสนองทั้งรูปธรรมและนามธรรมเป็นไปตามที่คาดหมายไว้แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพึงพอใจก็จะสูง แต่ในทางกลับกันถ้ามีทัศนคติในเชิงลบต่องานและการตอบสนองไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพอใจก็จะต่ำ ไปด้วย

มุลินส์ (Mullinss. 1985: 280 อ้างใน พิมานมาศ สิลเลิศวงศ์ภักดี.2552:9) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ หลายๆด้าน เป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงาน ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามจะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างเพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังที่มีอยู่และเมื่อบรรลุเป้าหมายนั้นแล้วจะเกิดความพอใจ เป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้น เป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้รับบริการ จึงเป็นหัวใจของธุรกิจที่ให้บริการสร้างความพึงพอใจที่จะมารับบริการอีกในครั้งต่อไป ธุรกิจหรือองค์กรใด ๆ ที่ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มารับบริการให้ได้แล้ว ในที่สุดก็จะถูกคู่แข่งขั้นก้าวข้ามไป หรือ ถูกลูกค้าเมินโดยไม่มีเยื่อใยเหลือไว้ให้อีกเลย

2.9.3 การวัดความพึงพอใจ

ภณิดา ชัยปัญญา (2541)การวัดระดับความพึงพอใจ สามารถกระทำ ได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

2.9.3.1 การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยการขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัดหรือให้แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนด

2.9.3.2 การสัมภาษณ์ ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ตอบคำถามตอบตามข้อเท็จจริง

2.6.3.3 การสังเกต เป็นการสังเกตพฤติกรรมทั้งก่อนการรับบริการ ขณะรับบริการและ หลังการรับบริการ การวัดโดยวิธีนี้จะต้องกระทำ อย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน

จะเห็นได้ว่า การวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้นสามารถกระทำ ได้หลายวิธีการ ขึ้นอยู่กับความสะดวก เหมาะสมตลอดจนจุดมุ่งหมายของการวัดด้วยจึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพ และน่าเชื่อถือได้

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.10.1 ด้านการศึกษาศิลปะสมัยลพบุรีและศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น

ทวีรัศมี พรหมรัตน์ (2553) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การหาคคุณค่าสุนทรียศาสตร์ในงาน ศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้าน จากบทคัดย่อกล่าวว่าการสร้างสรรค์ศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้าน ทั้งที่เป็นวัตถุ วัสดุและจิตวิญญาณเกิดจากฝีมือช่างชาวบ้านคือความพยายามในการสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อประโยชน์ใช้ สอยในชีวิตประจำวันโดยอาศัยประสบการณ์สัญชาตญาณและภูมิปัญญา มาเป็นแรงกระตุ้นในการ สร้างสรรค์เพื่อเข้าสู่ระดับขั้นทางความงามในเชิงสุนทรียศาสตร์ ส่วนงานศิลปะพื้นบ้านหลายๆชิ้น มักจะปรากฏความงามให้เราได้รับรู้อย่างลึกซึ้ง แต่ใน ขณะเดียวกันเรากลับไม่สามารถอธิบายหรือหา คำตอบได้ว่า ความงามปรากฏขึ้นได้อย่างไร ดังนั้นการค้นหาค่าความงามในเชิงสุนทรียศาสตร์ จึงมัก เริ่มต้นโดยการพิจารณาที่ตัววัตถุและปัจจัยที่ตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจเป็นหลักสำคัญ ใน การหาคคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์โดยการนำทฤษฎีของนักสุนทรียศาสตร์มาใช้เพื่อค้นหาค่าความงามใน งานศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้านนั้น หลักทฤษฎีที่ใช้ค้นหาค่าความงามทางสุนทรียศาสตร์จึงเป็นเครื่องมืออย่าง หนึ่งในหลักวิชาการด้านสุนทรียศาสตร์ที่สามารถหาคำตอบภายใต้เงื่อนไขด้านความงาม ซึ่งแฝงเร้น อยู่ในงานศิลปะหัตถกรรมได้

พรทิพย์ ชนะคำ (2547) ทำการศึกษา เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารภูมิปัญญาท้องถิ่นของปราชญ์ ชาวบ้านบุรีรัมย์ ได้ผลการศึกษาว่า มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคูณลักษณะ และบทบาทของปราชญ์ ชาวบ้านจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารในการเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นของปราชญ์ ชาวบ้านบุรีรัมย์ ซึ่งปราชญ์ชาวบ้านเหล่านี้มีความสำคัญยิ่งในการพัฒนาของชนบท ผลการวิจัยพบว่า ปราชญ์ชาวบ้านจังหวัดบุรีรัมย์มีคุณลักษณะของความเป็นผู้นำโดยธรรมชาติอย่างเด่นชัด ซึ่งความเป็น ผู้นำโดยธรรมชาตินี้มาจากคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของปราชญ์ชาวบ้านที่ทำให้ได้รับความเคารพนับ ถือจากชาวบ้าน คุณลักษณะเด่น ๆ เหล่านี้ ได้แก่ ความสามารถทางการเกษตร รวมทั้ง ความสามารถทางด้านอื่น ๆ อาทิ การบริหารหมู่บ้าน ความสามารถทางการสื่อสาร นอกจากนี้ ปราชญ์ชาวบ้านยังยอมรับความรู้และวิทยาการใหม่ ๆ แสวงหาความรู้อยู่เสมอ ไม่ยึดติดกับความคิด เก่า ๆ และนำความรู้เหล่านั้นมาพัฒนาตนเอง ครอบครัว หมู่บ้านด้วยหัวใจที่มุ่งในการพัฒนาส่วน บทบาทของปราชญ์ชาวบ้านจังหวัดบุรีรัมย์นั้นพบว่า ปราชญ์ชาวบ้านจังหวัดบุรีรัมย์มีบทบาทด้านต่าง ๆ อาทิ เป็นผู้ริเริ่มเกษตรกรรมทางเลือกใหม่ในหมู่บ้านและแนะแนวทางเกษตรกรรมทางเลือกให้แก่ ชาวบ้าน

2.10.2 ด้านการพัฒนาตลาด

สมบัติ ประจัญตานต์ (2558) ทำการวิจัยเรื่อง ลวดลายเรขศิลป์ส่วนประดับของปราสาทขอม บนผ้าไหมมัดหมี่ต่อการออกแบบเครื่องแต่งกาย ได้ผลการศึกษาว่า จากการวิจัยพบว่า ประชากร ตัวอย่างส่วนใหญ่ รับรู้ถึงความมีเอกลักษณ์ของลวดลายเรขศิลป์ เมื่อมีการ นำเสนอเรื่องราวที่มาของ แนวความคิดในการออกแบบ และภาพของลวดลายส่วนประดับของปราสาทขอม ประกอบแล้วทำให้

เกิดการรับรู้ได้ถึงลวดลายส่วนประดับ จากปราสาทขอมในระดับมาก แตกต่างจากงานวิจัยเดิม ที่ไม่มีการนำเรื่องราวที่มาของแนวความคิดในการ ออกแบบและภาพของลวดลายส่วนประดับของปราสาทขอมประกอบทำให้เกิดการรับรู้ ได้ในระดับน้อย (สมบัติ, 2555) ในการนำเสนอเรื่องราวที่มาของแนวความคิดใน การออกแบบและภาพของลวดลายส่วนประดับของ ปราสาทขอมประกอบเหล่านั้น เป็นการช่วยขยาย ประสบการณ์ส่วนบุคคลของผู้บริโภค เกิดเป็นเรื่องราวราว ประกอบผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์ได้ โดยง่าย ส่วนความสำคัญของการสื่อของลวดลายนั้น ยังคงได้ผลสอดคล้องกับงานวิจัยเดิม กล่าวคือ บางส่วน เห็นว่าการสื่อความหมายของลายมีความจำเป็นและมีผล ต่อการตัดสินใจซื้อแต่บางส่วนเห็นว่าไม่จำเป็นขอให้มีการออกแบบลายและสีที่ เหมาะสม ผู้บริโภค สามารถ สร้างความหมายใหม่ให้กับตนเองจากลวดลายผ้าซึ่งอาจ ไม่จำเป็นต้องตรงกับผู้ออกแบบต้องการให้ เป็นย่อมเป็นไปได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรสนิยมความพึงพอใจส่วนบุคคล (สมบัติ, 2555) แต่เน้นจุดสนใจที่องค์ประกอบศิลป์ โดย ภาพรวมของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับหนึ่ง นั้นหมายถึงการ จัดโครงสร้างระหว่างสีพื้นและลวดลาย ส่วนความชอบของแต่ละ เฉดสีเป็นภาวะส่วนบุคคล จากการวิจัยพบว่ากลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบสีสันทันโดยรวมของผลิตภัณฑ์ใน ระดับมากที่สุด เนื่องจากมีความสวยงามแตกต่างจาก ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสมบัติ และคณะ (2547) นอกจากเห็นลักษณะทางกายภาพแล้ว ประชากร ตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ถึงคุณค่าของงานหัตถศิลป์ มีคุณค่า เป็นงานฝีมือที่มีชิ้นเดียวในโลก ต่างจากการทอดด้วยเครื่องจักรที่ทำซ้ำได้ เหมือนกันทุกชิ้นและการใช้ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ทอมือทำให้เกิดความภาคภูมิใจ ในภูมิปัญญาบรรพบุรุษไทยอันเป็นความรู้สึกรวมหนึ่งที่ต้องการ แสดงอัตลักษณ์ของตนให้ ดำรงอยู่ท่ามกลางกระแส โลกาภิวัตน์ จึงทำให้ประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็นว่า ผลิตภัณฑ์จะได้ ได้รับความสนใจจากตลาดในระดับมาก เนื่องจากสินค้ามีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของจากการศึกษาของ สรรยงญา (2552) ที่รายงานว่าถ้ามีการออกแบบลวดลายร่วมสมัย ไม่ใช่ลายโบราณมีแนวโน้มเลือกซื้อมาใช้หลายคนที่ไม่ใช่ ผ้ามัดหมี่เพราะผ้าดังกล่าวอยู่ในภาพลักษณ์ผ้าถุงผ้าถุง สำหรับผู้เฒ่าผู้แก่ แม้แต่คนวัยทำงานอายุ 30 ปี ขึ้นไปยัง ต้องการภาพลักษณ์การสวมใส่เสื้อผ้าที่ ดูคล่องแคล่ว (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม,2546) และการศึกษาของศูนย์ หม่อมใหม่เฉลิมพระเกียรติฯ (2555) ที่รายงานว่า ผู้บริโภค ต้องการให้มีการพัฒนาลวดลายและสีให้เลือกหลากหลาย และมีการตัดสินใจซื้อผ้าไหมจากสีสันทันและลวดลาย สวยงามถูกใจ และสีสันทันความสวยงามของผลิตภัณฑ์มี ความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออย่างมี นัยสำคัญ และความหลากหลายด้านลวดลายมี ความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อภายในระยะเวลา 3 ปี ที่ ผ่านมาอย่างมีนัยสำคัญ (มาลีณี , 2549) ดังนั้นกลุ่ม ผู้ผลิตสามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้านการสร้างสรรค์ คุณค่า คือ การใช้ความได้เปรียบหรือจุดแข็งของผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาที่มีอยู่มาสนองความต้องการ ของผู้บริโภคอย่างเหมาะสม ยกต่อการลอกเลียนแบบ สามารถสร้างราคาให้สูงได้ตามความต้องการ ด้วยการ สร้างทัศนคติร่วมในคุณค่าแห่งผ้าไหมมัดหมี่ด้วยการยกระดับทางสังคม (เสรีและคณะ,2556)

สร้อยญา ภักดีสุวรรณ(2553) ทำการวิจัยเรื่อง การออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัดมหาสารคามในบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัย ได้ผลการศึกษาด้านการออกแบบพัฒนาลวดลายว่า การออกแบบลวดลายผ้าไหมที่ได้ทำตามกระบวนการออกแบบสากลให้สามารถออกแบบได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ที่สอดคล้องกับแนวคิดของนวนลน้อย บุญวงศ์ ที่ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการออกแบบอย่าเป็นระบบช่วยลดความผิดพลาดในการทำงานและมีความเหมาะสมในการแก้ปัญหาการออกแบบสมัยใหม่ (นวนลน้อย บุญวงศ์.2542:133)

2.10.3 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

นันทน์ภัส จันทะแจ่ม (2555) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากลวดลายภูมิปัญญาท้องถิ่น “ประเก้อม” อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ร่วมกับวัสดุอื่น ได้ผลการศึกษาว่า ลวดลายที่ใช้ในการออกแบบ ผู้วิจัยได้ใช้ลวดลายที่เรียนแบบธรรมชาติ ดอกไม้ใบไม้ที่พบในจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นประติมากรรมสมัยอาณาจักรเจนละ มีทั้งหมด 5 แบบนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบพัฒนาเครื่องเงิน อำเภอเขวาสินรินทร์ เนื่องจากเป็นลวดลายที่มาจากธรรมชาติ เป็นไปในทิศทางเดียวกับเครื่องประดับในสมัยพูน้น ทราวดีและตะเกา (ต่างหู) ประเก้อม (ลูกประคำ) ซึ่งตะเกาและประเก้อมเป็นเครื่องประดับเงินโบราณ ที่มีในอำเภอเขวาสินรินทร์ในปัจจุบัน ผู้วิจัยได้นำลวดลายทั้ง 5 แบบ มาแกะลาย เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ ผลปรากฏว่าศิลปะแบบปาวน เป็นลวดลายที่มีความเหมาะสมที่จะนำมาประยุกต์ใช้และแสดงความเป็นเอกลักษณ์มากที่สุด เนื่องจากมีลวดลายที่ละเอียดสวยงาม อ่อนช้อยลวดลายแสดงถึงจุดเริ่มจบของลายมีความต่อเนื่องกันช่างสามารถทำได้ วัสดุ กรรมวิธีการผลิต ผู้วิจัยได้ใช้วัสดุเงินที่ทางกลุ่มชาวบ้านอำเภอเขวาสินรินทร์ใช้ในการทำเครื่องเงิน ประเภทประเก้อม ใช้เทคนิคการฉลุเป็นหลัก เพื่อให้ได้ลวดลายที่ชัดเจน การจัดไว้กึ่งกลางกระเปาะเพื่อความสมดุล และสวยงาม มีการประดับตกแต่งด้วยเม็ดประเก้อมที่แกะลายลงคำอีกด้วย

โดยนักรอบแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ ธีระชัย สุขสด (2544:17-18) ดังนี้

2.10.3.1 ด้านกรรมวิธีการผลิต คือสามารถผลิตได้ตามความชำนาญของช่าง ใช้วิธีแบบดั้งเดิมผสมผสานกับการใช้เครื่องทุ่นแรงในการผลิตได้

2.10.1.2 ด้านการออกแบบ คือเป็นรูปแบบที่มีลักษณะเฉพาะถิ่นและการพัฒนารูปแบบตามความเหมาะสมตามความต้องการ มุ่งประโยชน์ใช้สอยและมีความสวยงามโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวหรือเป็นของที่ระลึก

สุคนธ์รัตน์ ศรีมงคล (2554) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกจากศิลปะพื้นบ้านกรณีศึกษาเพลงโคราช ได้ผลการศึกษาว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากศิลปะพื้นบ้านกรณีศึกษาเพลงโคราชนั้น ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้น 3 แบบ ซึ่งแบบที่ผ่านการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนั้นเป็นแบบที่มีลวดลาย มีความเป็นเอกลักษณ์ของศิลปะพื้นบ้านเพลงโคราช มีรูปทรงที่สามารถใช้วัสดุท้องถิ่นผลิตและตกแต่งได้ง่าย มีประโยชน์ใช้สอยโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ของธีระชัย สุขสด(2544:17-18) ที่กล่าวว่า ขอบเขตผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ด้านวัสดุ ใช้วัสดุที่เป็นทรัพยากรท้องถิ่น ด้านกรรมวิธีการผลิต พัฒนาจากวิธีดั้งเดิมของท้องถิ่น ใช้แรงงานและเครื่องทุ่นแรง ด้านการออกแบบ รูปแบบสืบทอดกันมา คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยโดยตรง รูปแบบมีลักษณะแสดงออกเฉพาะท้องถิ่น

Joong yeal Park (2013)ทำการวิจัยเรื่อง Journey of Jerrycan, Sustainable Local Product Design Development for SMEs Designers :A Case study from Kampala, Uganda ได้ผลการศึกษาว่า ผู้วิจัยทำการสร้างแบรนด์และผลิตภัณฑ์จาก วิถีชีวิตความเป็นอยู่ท้องถิ่นและตัวตนของ ชาว คัมปาลา ประเทศอูกันดา เพื่อส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ SMEs ในท้องถิ่นโดยกระบวนการออกแบบ ได้ผ่านการประเมินตามเกณฑ์ต่าง ๆ โดยขั้นตอนการออกแบบจะได้รับการวิเคราะห์ ด้านการใช้งาน ด้านอารมณ์ ด้านความหมาย และด้านผลการปฏิบัติงาน ซึ่งผล

การประเมินที่ได้นั้นเกิดความไม่แน่นอนจึงยากที่จะสรุปผลเป็นข้อมูลเชิงปริมาณเช่นเรื่องมุมมองของ ความสวยงามของคนในท้องถิ่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวอุยกูร์ตนเองแสดงปฏิกิริยาที่แตกต่างกันไป กับ กระเป่า ที่ออกแบบขึ้นนี้ อาจจะเกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้ที่มีพื้นฐานมุมมองที่แตกต่าง กัน โดยผลิตภัณฑ์ที่มีข้อเสนอแนะจากการสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในเรื่อง การใช้งานที่ต้องมุ่งเน้นความแข็งแรงมากขึ้น

Ran Liu (2013) ทำการวิจัยเรื่อง Emotional Design Research of Tableware in Chinese Restaurants A research on interrelationship of tableware, emotion and culture. ได้ผล การศึกษาว่า หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจ อารมณ์ และวัฒนธรรมนั้นมีอิทธิพลต่ออารมณ์ความรู้สึกของลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านอาหาร โดยลูกค้าจะ รู้สึกอ่อนไหวต่ออาหารที่จะได้รับประทานมาก(มีความรู้สึกเชิงบวก)ขึ้นหากเสิร์ฟมาในภาชนะและโต๊ะ อาหารที่มีการออกแบบโดยรวมให้มีความสวยงามเมื่อเทียบกับร้านที่ไม่ให้ความสำคัญเรื่องภาชนะ และโต๊ะอาหาร จากการศึกษาข้อมูลความต้องการของลูกค้าพบว่าลูกค้าประทับใจโต๊ะอาหารและภาชนะที่ออกแบบมากกว่าแบบดั้งเดิม โดย ผู้ตอบแบบสอบถามชาวจีนมีความเข้าใจและให้ความสำคัญ ในการออกแบบภาชนะและโต๊ะอาหารมากกว่าชาวอเมริกัน

2.10.4 ด้านการศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

กาญจน์ เรืองมนตรี (2543:1) ให้ความหมายว่าความรู้สึกเช่น ความรู้สึกรักความรู้สึกชอบ ภูมิใจ สุขใจ เต็มที่ ยินดี ประทับใจ เห็นด้วย อันจะมีผลให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน มีการเสียสละ อุทิศแรงกาย แรงใจและสติปัญญาให้แก่งานอย่างแท้จริง

อเนก สุวรรณบัณฑิตและภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2548, หน้า 172 - 173) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มี ผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการจะแสดงออกในทางบวกหรือลบต่อสิ่งที่ได้รับ จากการบริการและการนำเสนอการบริการโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ซึ่งสามารถ เปลี่ยนแปลงไปได้ตามปัจจัยแวดล้อมความพึงพอใจของผู้รับบริการนั้นสามารถแบ่งออกได้ 2 ระดับ

2.10.4.1 ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้อง จัดให้ มีตามความคาดหวังของผู้รับบริการและระวังไม่ให้เกิดสิ่งที่ต่างจากความคาดหวังนั้นได้เพื่อให้ ผู้รับบริการรู้สึกยินดีและมีความสุขในการมารับบริการนั้น ๆ

2.10.4.2 ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวังเป็นสิ่งที่ผู้บริการมุ่งหวังที่จะ สร้างให้มีเกินกว่าความคาดหวังของผู้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจ ในบริการที่ได้รับซึ่งเกินความคาดหวังที่ตั้งใจไว้

วนิดา แก้วเนตร (2545) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภท หัตถกรรมพื้นบ้าน ของนักท่องเที่ยวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในหมู่บ้านถวายเป็นอำเภอหางดงจังหวัด เชียงใหม่ โดยทำการสุ่มตัวอย่างมา 384 ราย โดยไม่จำกัดเพศ มีอายุระหว่าง 15 -60 ปี ทำการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาติ มีอายุ ระหว่าง 20 - 30 ปีครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อสินค้าประเภทของตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มากที่สุดเหตุผลในการเลือกซื้อ ไม้แกะสลักและผ้าทอ คือ ชอบในความประณีต สวยงาม นอกจากนี้เหตุผลในการเลือกซื้องาน หัตถกรรมอื่นไว้ว่า ซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมไทยเครื่องจักสานเพราะความหลากหลาย ทางรูปแบบ และซื้อเครื่องปั้นดินเผาเพราะชอบในงานหัตถกรรม ด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และสถานที่จัดจำหน่ายมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้บริโภคโดยปัจจัยผลิตภัณฑ์ที่มี

อิทธิพล 11 ได้แก่ ความหลากหลาย รูปแบบของสินค้า และคุณภาพ ความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย ตามลำดับ ส่วนปัจจัยสถานที่ ได้แก่ ความสะดวก ความน่าเชื่อถือและ ชื่อเสียง ส่วนประสมการตลาด ด้านราคาและการส่งเสริมทางการตลาด นั้นมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในระดับปานกลาง ปัจจัย การส่งเสริมทางการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ การประชาสัมพันธ์ของจังหวัดเชียงใหม่ การจัดทำ หน้าร้านค้า ส่วนปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคต้องการราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยใน ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิที่มีความเกี่ยวข้องและสนับสนุนงานวิจัยนี้เพื่อให้สอดคล้องต่อวัตถุประสงค์โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย
- 3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลาย ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และแนวการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ

ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญและเจ้าหน้าที่ประจำโบราณสถานที่เกี่ยวข้องและมีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับศิลปะสมัยลพบุรี อันเป็นศิลปะท้องถิ่นที่อยู่คู่กับวัฒนธรรมของชาวลพบุรี จำนวน 3 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการวิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (โสภากฤษสุวรรณ, 2555:66) จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ ความรู้ ตลอดจนสามารถวิเคราะห์แยกแยะคุณลักษณะ ความแตกต่างของประวัติศาสตร์และศิลปะไทยในลพบุรีได้อย่างซ้ำซ้อน มีกลุ่มตัวอย่างดังนี้

- (1) อาจารย์ กวิฏ ตั้งจรัสวงศ์
อาจารย์ประจำภาควิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ
คณะโบราณคดี
มหาวิทยาลัยศิลปากร
- (2) ร้อยเอก บุญยฤทธิ์ ฉายสุวรรณ
หัวหน้ากลุ่มโบราณคดี
สำนักศิลปะกรรมที่ 4 ลพบุรี
- (3) คุณเจตน์กมล วงษ์ท้าว
นักโบราณคดี
สำนักศิลปะกรรมที่ 4 ลพบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบลวดลายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย โดยผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ตาม

ปัจจัยการออกแบบที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อนี้ คือ ด้านการออกแบบประยุกต์ลวดลาย และด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

3.1.2.1 ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลาย 3 คน เพื่อประเมินแบบร่างลวดลาย ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (โสภา เกตุสุวรรณ.2555:66) จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ คลุกคลีในวงการศิลปะและการศึกษาศิลปะ ตลอดจนสามารถวิเคราะห์ลวดลาย ในเชิงสุนทรียศาสตร์และความเหมาะสมในการนำลวดลายที่พัฒนาขึ้นไปประยุกต์ใช้ต่อ มีกลุ่มตัวอย่างดังนี้

- (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ยุทธนา นิมิเกตต์
อาจารย์ประจำภาควิชาภาควิชาศิลปกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กิตติ แสงแก้ว
อาจารย์ประจำภาควิชาภาควิชาศิลปกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- (3) อาจารย์ เจน ศรีเจริญศักดิ์
อาจารย์ประจำภาควิชาภาควิชาศิลปกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3.1.2.2 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ 3 คน ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามความคิดเห็นสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิที่มีผลต่อรูปแบบและความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (โสภา เกตุสุวรรณ. 2555:66) จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์การออกแบบผลิตภัณฑ์หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลพบุรีในด้านต่างๆที่สามารถวิเคราะห์ถึงความเหมาะสมของการนำลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ลพบุรีมาพัฒนาเข้ากับผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย มีกลุ่มตัวอย่างดังนี้

- (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณิชานันท์ สมบัติประธาน
อาจารย์ประจำภาควิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะอัญมณีศาสตร์และประยุกต์ศิลป์
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
- (2) ดร.จตุรัส อนุกุล
ผู้อำนวยการสำนักศิลปะและวัฒนธรรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
- (3) อาจารย์ อรุณี เจริญทรัพย์
อาจารย์ประจำสาขาศิลปกรรม
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาเท่านั้น มิได้อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ที่ผ่านการพัฒนาขึ้น ผู้วิจัยได้กำหนดแบ่ง

ดังต่อไปนี้

แหล่งข้อมูลประชากร คือ ผู้บริโภคผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ประยุกต์จากลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรี ภายในร้านจำหน่ายหนังสือและของที่ระลึกภายในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี เก็บข้อมูลเดือนกันยายน พ.ศ.2559 จำนวน 2,116 คน โดยเฉลี่ยจำนวนสัปดาห์ละ 529 คน ประกอบด้วยนักท่องเที่ยว 4 ประเภท ได้แก่ นักเรียนนักศึกษา ที่มาทัศนศึกษา คณะหน่วยงานต่างๆที่จัดมาศึกษาดูงาน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัว ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นจำนวนประชากร ตามหลักการแบ่งทางการตลาดของผู้บริโภคเป็นทั้ง 4 ประเภทนี้ โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane กำหนดให้สัดส่วนของกลุ่มประชากรที่สนใจ เท่ากับ 0.5 ระดับความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 222 คน (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ.2549: 47)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว ที่สนใจผลิตภัณฑ์ภูมิร่วมสมัยที่ประยุกต์จากลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรี ภายในร้านจำหน่ายหนังสือและของที่ระลึกภายในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี จำนวน 222 คน ในระยะเวลาหนึ่งสัปดาห์ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคด้วยการ สุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) (จุฑาทิพย์ ปุระมมงคล.2552:58)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลาย ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเพื่อศึกษา ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โดยใช้หลักการทางสถิติมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้โดยแบ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้กับประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกดังนี้

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 แบ่งออกเป็นสองส่วนตามปัจจัยการศึกษาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

3.2.1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับศิลปะลพบุรี

แบบสัมภาษณ์ ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับศิลปะลพบุรีจากโบราณสถานหรือโบราณวัตถุที่หลงเหลืออยู่รวมถึงสัมภาษณ์วิทยากรประจำโบราณสถานในท้องถิ่นผู้วิจัยกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยใช้ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยเป็นการสัมภาษณ์รายบุคคล (Individual Interview) (พรธณี ลีกิจวัฒน์.2558:180-181) ซึ่งกำหนดประเด็นที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัยในเรื่อง ศิลปะสมัยลพบุรี

เอกสารนี้เป็น คือ ความเป็นมาของศิลปะลพบุรี บริบทโดยรวม ความโดดเด่น เอกลักษณ์เฉพาะ ลวดลายเฉพาะ
ไม่ว่ากรณีใด และความเป็นมาของหลักฐานทางโบราณคดีที่หลงเหลืออยู่ โดยสอดคล้องกับแนวคิดในการศึกษา
คุณค่าศิลปะไทย (ศักราช ฟ้าขาว.2551) 4 ด้าน

- (1) คุณค่าทางความเชื่อ
- (2) คุณค่าทางความงามหรือสุนทรียะ
- (3) คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย
- (4) คุณค่าทางความรู้สึก

กล้องถ่ายภาพ สำหรับเก็บภาพโบราณสถานและโบราณวัตถุอันเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ อันแสดงถึงอารยธรรมของบรรพบุรุษ ที่หลงเหลืออยู่ เพื่อนำไปเป็นข้อมูลปฐมภูมิสำหรับวิเคราะห์หาแนวทางสร้างสรรค์และสังเคราะห์เป็นลวดลายที่แสดงอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรี

สมุดบันทึก สำหรับบันทึกข้อมูลต่างๆที่นอกเหนือจากแบบสัมภาษณ์ที่กำหนดคำถามมา เพื่อเป็นประโยชน์ในกระบวนการวิเคราะห์ต่อไป

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 กระบวนการออกแบบลวดลายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ดังนี้

3.2.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการออกแบบและพัฒนาลวดลาย

แบบสอบถามความคิดเห็น (Opinionnaire) หรืออีกชื่อหนึ่งคือ แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (พรรณี ลีกิจวัฒน์.2558:170) สำหรับถามความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบพัฒนาลวดลาย จำนวน 3 คน โดยพิจารณาร่วมกับภาพร่างลวดลายที่ผ่านการคัดเลือกจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้ว เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในขั้นตอนการคัดเลือกแบบร่างลวดลาย ที่เหมาะสมและการพัฒนาสู่ลวดลายที่สมบูรณ์ เพื่อเก็บผลการประเมินความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบลวดลาย พร้อมทั้งจะนำไปประยุกต์ใช้งานลงบนผลิตภัณฑ์ โดยแบบร่างลวดลายที่สร้างขึ้น โดยพิจารณาตามหลักแนวความคิดในการออกแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของ (สุมิตรา ศรีวิบูลย์.2547:74-80) มีทั้งหมด 11 ด้านโดยผู้วิจัยหยิบยกมาเป็นแนวทาง 6 ด้านดังนี้

(1) มีลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness) โดยผู้วิจัยนำเอาลวดลายที่ได้แรงบันดาลใจจากศิลปกรรมสมัยลพบุรี มาประยุกต์เข้ากับอัตลักษณ์ความตัวตนของจังหวัดด้านอื่นๆ ให้เกิดความเฉพาะตัวในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำและรับรู้ได้ถึงความแตกต่าง

(2) เป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า(Value) นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบโดยคำนึงถึงคุณค่า ความมีพลังของรูปลักษณ์ที่จะสามารถดึงดูดให้ผู้พบเห็นสะดุดตาและเกิดความสนใจ ใคร่อยากรู้ถึงที่มาและความหมายของลวดลายที่ปรากฏ

(3) มีความแตกต่าง (Differentiate) นำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ลวดลายให้เกิดความแตกต่างจากประโยชน์หน้าที่เดิม เป็นรูปแบบลวดลายใหม่ที่มีความแปลกตา แต่ยังคงเค้าความเป็นอัตลักษณ์ที่บ่งบอกความเป็นลพบุรีอย่างเด่นชัด ไม่ซ้ำซากจำเจ และสามารถแยกออกจาก รูปแบบโดยทั่วไปได้อย่างชัดเจน

(4) สื่อสารแตกต่างกัน (Tone of Voice) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ลวดลายที่สามารถ สื่อสารหรืออธิบาย ถึงความหมายภายในตัวลวดลายเอง โดยอาศัยคุณลักษณะของลวดลายที่นำมาเป็นแรงบันดาลใจและประยุกต์ผสมผสานเข้ากับอัตลักษณ์ด้านอื่นๆ ของจังหวัด ให้สามารถบอกเล่าเรื่องราวและความหมายแฝง เป็นการสร้างจุดเด่นให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปประยุกต์ใช้

(5) มีความงามเป็นเลิศ (Graphic Excellence) พัฒนาลวดลายโดยคำนึงถึงความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย มีความเหมาะสม และเป็นฐานข้อมูลด้านลวดลายให้แก่องค์กรในท้องถิ่นสามารถนำไปประยุกต์ใช้และพัฒนาให้เข้ากับผลิตภัณฑ์ของชุมชนของตนได้

(6) ใช้งานได้นาน เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย(Longevity) นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาลวดลายให้มีความร่วมสมัย ไม่ยึดติดกับกระแสค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีความเป็นตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์เข้าได้กับทุกยุค และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดกับหลายๆผลิตภัณฑ์

เครื่องบันทึกเสียง สำหรับบันทึกเสียงความคิดเห็นประกอบการสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งมีรายละเอียดเพิ่มเติมจากแบบสอบถาม และนำไปประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลให้มีความชัดเจนมากขึ้น

3.2.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย

(1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์หาแนวทางการออกแบบ

Mood Board หรือการสร้างผังภาพแสดงอารมณ์ นำหลักการนี้มาใช้ในการหาแรงบันดาลใจ และสร้างขอบเขตการออกแบบผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาและลงพื้นที่สำรวจโบราณสถานเกี่ยวกับศิลปะลพบุรี และอัตลักษณ์ด้านต่างๆของจังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นภาพที่เกี่ยวข้องและสรุปข้อมูล ที่ทำให้เกิดความประทับใจ ทราบซึ่งแรงบันดาลใจและสามารถเป็นแนวทางในการต่อยอดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ เป็นการปะติดปะต่อข้อมูลให้เป็นรูปธรรมเบื้องต้นสำหรับการคิดค้นออกแบบในขั้นตอนต่อไป

AHP: Analytic Hierarchical Process ทฤษฎีกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับขั้น Thomas L. Saaty (อ้างถึงใน อภิชาติ โสภางแดง.2552) มาใช้ในการแปลงข้อมูลด้านอัตลักษณ์ของจังหวัดลพบุรี ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถวัดค่าในเชิงปริมาณได้ นำมาวิเคราะห์โดยแผนภาพเพื่อหาคำตอบที่เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ว่าควรมุ่งเน้นไปที่อัตลักษณ์ด้านใด

Categorize การจัดกลุ่มความสำคัญ นำมาใช้ในการจัดจำแนกผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมจังหวัดลพบุรี 9 ด้าน ว่ามีอะไรบ้าง และมีระดับความสำคัญคิดเป็นร้อยละเท่าไร เพื่อหาแนวทางที่ชัดเจนจากด้านที่มีระดับความสำคัญมากมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย

Trend Forecaster นำมาใช้ในการกระบวนการวิเคราะห์หาความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่ชัดเจนของผลิตภัณฑ์ อันได้มาจากการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มาจากเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี โดยวิเคราะห์ในเรื่องของรสนิยม แนวคิด ค่านิยมและสีสันทัน ในกลุ่มผู้บริโภคหลักเหล่านี้ของผลิตภัณฑ์ที่จะพัฒนาขึ้น จากการคาดการณ์อย่างเป็นระบบ จะช่วยให้เกิดแนวคิดในการออกแบบที่ชัดเจนสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินคัดเลือกแบบร่าง

แบบสอบถามความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ใช้แบบสอบถามความคิดเห็น (Opinionnaire) (พรณี ลีกิจวัฒน์.2558:170) สำหรับสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในขั้นตอนการคัดเลือกแบบร่างที่ผ่านการคัดเลือกจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้ว เพื่อนำไปวิเคราะห์หารูปแบบที่เหมาะสมและการพัฒนาแบบร่างสู่ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

โดยพิจารณาตามหลักแนวคิดในการออกแบบด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยด้านการออกแบบเกี่ยวกับอารมณ์(Emotional Design) ของ (Donald A. Norman.2547) โดยผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาทั้งหมด 3 ด้านดังนี้

(1) ด้านความน่าดึงดูดใจ (Attractiveness) นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ให้มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภคจากรู้สึกแรกเห็นผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบ โดยมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้น่าดึงดูดใจจาก 4 อารมณ์ความรู้สึก คือ ความน่าประทับใจ ความประหลาดใจ ความซาบซึ้งใจ และความตกลงขบขัน

(2) ด้านลักษณะการใช้งาน (Functional) เป็นการกระตุ้นอารมณ์ผู้บริโภคจากรู้สึกเมื่อได้มองและจับต้องหรือใช้งานผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค (Behavior) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางการออกแบบโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความสำคัญควบคู่ไปกับความสวยงามและความน่าสนใจ โดยผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่จะออกแบบนี้ต้องใช้สอยได้อย่างมีประสิทธิภาพตามรูปแบบของการใช้งานผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นๆ มีความเหมาะสม สะดวกสบาย เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค

(3) ด้านภาพลักษณ์ (Image) อันเป็นสิ่งที่สร้างความรู้สึกรู้สึกเชื่อมั่นให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน (Reflection) และทำให้เกิดความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบโดยให้ความสำคัญกับความแข็งแรงทนทาน ไม่เป็นอันตราย และเข้ากับบริบทการใช้งานในยุคปัจจุบัน

3.2.3 เครื่องมือที่ใช้วิจัยตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 การประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ

แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ประยุกต์จากลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรี ใช้เกณฑ์การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นตามหลักส่วนประสมทางการตลาด 4P มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านรสสถานที่จำหน่าย ด้านราคา และด้านส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ตามแนวทางการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของ (Philip Kotler.2549) โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้พัฒนาขึ้นมา

3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์จากการศึกษาทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

3.3.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาข้อมูลด้าน

ศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารงานวิจัยที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์อื่นใดได้

เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยการใช้ แบบสัมภาษณ์

แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview)โดยเป็นการสัมภาษณ์รายบุคคล (Individual Interview)

(พรรณิ ลีกิจวัฒน์.2558:180-181) ข้อมูลศิลปะลพบุรีจากการสัมภาษณ์วิทยากรประจำ โบราณสถานในท้องถิ่น สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลในบริบททั่วไปของศิลปะในยุคนี้ ความเป็นมา ลักษณะหรือเอกลักษณ์เฉพาะ ของโบราณสถานและโบราณวัตถุอันเป็นหลักฐานหลงเหลือ โดยมีมี ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือการวิจัยดังนี้

ศึกษาทฤษฎี เอกสาร แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศิลปะลพบุรีเพื่อสรุปเป็นประเด็น สำหรับสัมภาษณ์โดยสอดคล้องกับแนวทางการศึกษาคุณค่าศิลปะไทย (ศักราช ฟ้าขาว.2551) 4 ด้าน คือ ด้านคุณค่าทางความเชื่อ ด้านคุณค่าทางความงามหรือสุนทรียะ ด้านคุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านคุณค่าทางความรู้สึก

สร้างแบบสัมภาษณ์ในการศึกษาศิลปะลพบุรี สำหรับนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ลวดลายที่บ่งบอกอัตลักษณ์จังหวัด

นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้วมาดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะลพบุรี

3.3.2 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรีและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย แบ่งเป็น 2 ชุด เครื่องมือตามปัจจัยในการออกแบบ ได้แก่

3.3.2.1 ด้านการออกแบบลวดลาย

สำหรับกระบวนการคัดเลือกแบบร่างลวดลาย ที่เหมาะสมและการพัฒนาสู่ลวดลายที่สมบูรณ์พร้อมที่จะนำไปประยุกต์ใช้งานลงบนผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบพัฒนาลวดลาย สำหรับสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในขั้นตอนการคัดเลือกแบบร่างลวดลาย โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้ ศึกษาทฤษฎี เอกสาร แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบลวดลายที่บ่งบอกอัตลักษณ์ เพื่อสรุปประเด็นสำหรับเป็นข้อพิจารณาในแบบสอบถามกรอบแนวคิดในการออกแบบอัตลักษณ์ของ (สุมิตรา ศรีวิบูลย์.2547:74-80) มีทั้งหมด 11 ด้านโดยผู้วิจัยหยิบยกมาเป็นแนวทาง 6 ด้านดังนี้

- (1) มีลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness)
- (2) เป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า(Value)
- (3) มีความแตกต่าง (Differentiate)
- (4) สื่อสารแตกต่างกัน (Tone of Voice)
- (5) มีความงามเป็นเลิศ (Graphic Excellence)
- (6) ใช้งานได้นาน เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย(Longevity)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับอ้างอิงงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สร้างแบบสอบถามในการคัดเลือกแบบร่างลวดลายที่บ่งบอกอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรีและการตัดลวดลายที่มีความเหมาะสมในการนำไปประยุกต์ใช้

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาความเหมาะสมเบื้องต้น

นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงความเหมาะสมแล้วมาตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Index Of Objective Congruence : IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ตรงกับวัตถุประสงค์ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน ได้แก่

(1) รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา บุญภักดิ์

อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญจันทร์ สีสันต์

อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา คิตติ

อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โดยผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 คน พิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา (Content Validity) และ ขอเสนอแนะ ดังนี้

+1 หมายถึง แนใจในคำถำมนั้นสอดคล้องกับนิยามศัพท์

0 หมายถึง ไม่น่าใจในคำถำมนั้นสอดคล้องกับนิยามศัพท์

-1 หมายถึง แนใจในคำถำมนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามศัพท์

จากคะแนนนำผลการพิจารณามาคำนวณจากสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{n}$$

IOC แทน ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ขอคำถำม IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปเป็นคำถำมที่ใช่ได้ ถำไม่ถึง 0.5 ต้องแก้ไข หรือตัดทิ้ง

นำแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง แล้วมาดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบและพัฒนาลวดลาย

โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะการจัดวางดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบและพัฒนาลวดลาย โดยใช้

แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา สูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายที่บ่งบอกอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรีและการตัดสินใจเลือกลวดลายที่มีความเหมาะสมในการนำไปประยุกต์ใช้ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย
- 1 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ตอน 3 เป็นคำถามปลายเปิด (Opened-Ended Questionnaire) โดยเป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาลวดลาย

3.3.2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์

สำหรับกระบวนการคัดเลือกแบบร่างผลิตภัณฑ์ ที่เหมาะสมและนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยใช้ แบบสอบถามความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ควบคู่กับแบบร่างที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ได้คัดเลือกแล้ว สำหรับสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในขั้นตอนการคัดเลือกแบบร่างที่เหมาะสมและการพัฒนาแบบร่างสู่ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ศึกษาทฤษฎี เอกสาร แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อสรุปประเด็นสำหรับเป็นข้อพิจารณาในแบบสอบถาม โดยคำนึงถึงกรอบแนวคิดในการออกแบบเกี่ยวกับอารมณ์(Emotional Design) ของ (Donald A. Norman,2547) โดยผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาทั้งหมด 3 ด้านดังนี้

- (1) ด้านความน่าดึงดูดใจ (Attractiveness)
- (2) ด้านลักษณะการใช้งาน (Functional)
- (3) ด้านภาพลักษณ์ (Image)

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาความเหมาะสมเบื้องต้น

นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงความเหมาะสมแล้วมาตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Index Of Objective Congruence : IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อปรับปรุงแก้ไข

เอกสารนี้เป็นแบบสอบถามให้ตรงกับวัตถุประสงค์ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน ได้แก่ ภาควิชาการศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ จังหวัดบุรีรัมย์ และอาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม

อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญจันทร์ สีสันต์

อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา คิตติ

อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โดยผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 คน พิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา (Content Validity) และ ขอเสนอแนะ ดังนี้

+1 หมายถึง แนใจในคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามศัพท์

0 หมายถึง ไม่น่าใจในคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามศัพท์

-1 หมายถึง แนใจในคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามศัพท์

จากคะแนนนำผลการพิจารณามาคำนวณจากสูตร

$$IOC = \frac{\Sigma R}{n}$$

IOC แทน ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์

ΣR แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ขอคำถาม IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปเป็นคำถามที่ใช่ได้ ถ้าไม่ถึง 0.5 ต้องแก้ไข หรือตัดทิ้ง

นำแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความ แล้วมาดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

ความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

โดยแบบสอบถามจะมีการวางลักษณะคำถามดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา

สูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ประยุกต์จากลวดลาย

ส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรี และการตัดสินใจคัดเลือกผลิตภัณฑ์ต้นแบบ มีลักษณะเป็นมาตราส่วน

ประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนน ดังนี้ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามใช้ข้อมูลของเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ตอน 3 เป็นคำถามปลายเปิด (Opened-Ended Questionnaire) โดยเป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบ และการผลิตผลิตภัณฑ์

3.3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

แบบสอบถามระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาแล้ว โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือการวิจัยดังนี้

ศึกษาทฤษฎี เอกสาร แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อสรุปประเด็นสำหรับเป็นข้อพิจารณาในแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น โดยใช้หลักส่วนประสมทางการตลาด 4P มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่จำหน่าย ด้านราคา และด้านส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ตามแนวทางการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของ (Philip Kotler,2549)

สร้างแบบสอบถามในสอบถามระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้ว นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาความเหมาะสมเบื้องต้น นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงความเหมาะสมแล้วมาตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Index Of Objective Congruence : IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ตรงกับวัตถุประสงค์ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน ได้แก่

- (1) รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา บุญภักดี
อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญจันทร์ สีสันต์
อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- (3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา คิตดี
อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรแจกจ่ายให้ผู้อื่นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้คำปรึกษาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งเพื่อการนำไปใช้
โดยผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 คน พิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา (Content

Validity) และ ข้อเสนอแนะ ดังนี้

+1 หมายถึง แนใจในคำถำนนั้นสอดคลองกับนียมคัพท

0 หมายถึง ไมแนใจในคำถำนนั้นสอดคลองกับนียมคัพท

-1 หมายถึง แนใจในคำถำนนั้นไมสอดคลองกับนียมคัพท

จากคะแนนนำผลการพิจารณามาคำนวณจากสูตร

$$IOC = \frac{\Sigma R}{n}$$

IOC แทน คาคดัชนีความสอดคลองระหว่างขอสอบกับจุดประสงค

ΣR แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผูเชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผูเชี่ยวชาญ

ขอคำถำน IOC ตั้งแต 0.5 ขึ้นไปเปนคำถำนที่ใช่ได้ ถ่าไมถึง 0.5 ตองแก้ไข หรือตัดทิ้ง

นำแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง แล้วมาดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้บริโภคที่สนใจ โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยถำนเกี่ยวกับ เพศ อายุ วุฒิการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้พัฒนาขึ้นใหม่ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย
- 1 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ตอน 3 เป็นคำถำนปลายเปิด (Opened-Ended Questionnaire) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ความพึงพอใจในรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ หรือ ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่สนใจต้องการแนะนำเพิ่มเติม

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ โดยการเก็บรวบรวมจากแหล่งเอกสารต่างๆ เพื่อนำมา

วิเคราะห์ถึงปัญหาและเป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งเป็นหัวข้อในการศึกษา เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เขียนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ต่างๆดังต่อไปนี้

1. ประวัติและความเป็นมาของจังหวัดลพบุรี
2. ศิลปะลพบุรี

3. ภูมิปัญญาท้องถิ่นและต้นทุนทางวัฒนธรรม
4. ผลกระทบจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี
5. แผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี
6. โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
7. หลักการออกแบบลวดลายและการสร้างอัตลักษณ์
8. หลักการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
9. การออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย
10. ความพึงพอใจ
11. วิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา ดังนี้

3.4.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 ดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และบันทึกเกี่ยวกับข้อมูลศิลปะลพบุรีจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญและเจ้าหน้าที่ประจำโบราณสถานในท้องถิ่นเพื่อเป็นแนวทางในการประยุกต์ลงในผลิตภัณฑ์

3.4.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 ดังต่อไปนี้

(1) การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบลวดลาย โดยในตอนต้นใช้การสอบถามสัมภาษณ์และบันทึกในการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากผู้ทรงคุณวุฒิและในตอนท้ายหลังการพัฒนาใช้แบบสอบถามสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิ ในการคัดเลือกแบบร่างลวดลายที่พร้อมนำไปประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์

(2) การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยในตอนต้นใช้การสัมภาษณ์และบันทึกในการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากผู้ทรงคุณวุฒิและในตอนท้ายหลังการพัฒนาใช้แบบสอบถามสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิ แบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านวัสดุ และแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต ในการคัดเลือกแบบร่างสู่ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

3.4.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบวัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 ดังต่อไปนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้านความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ประยุกต์จากลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรี ได้ข้อมูลระดับความพึงพอใจแล้วจึงนำมาสรุปผลเป็นข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเชิงปริมาณสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล การลงพื้นที่ สัมภาษณ์ สังเกต ถ่ายภาพ และจดบันทึก ทำให้ได้ข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ เป็นองค์ความรู้ที่กระจัดกระจาย หลังจากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์การวิจัย ตามปัจจัยที่ศึกษา คือ ข้อมูลด้านการศึกษาศิลปะสมัยลพบุรี และทำการเรียบเรียงเป็นข้อมูลที่สนับสนุนต่อการสร้างแนวทางการประยุกต์ออกแบบลวดลาย ซึ่งได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเพียงพอแล้ว จึงเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ถึงปัญหาและปัจจัยต่างๆแล้วจึงเข้าสู่กระบวนการทางความคิดในการออกแบบมาในรูปแบบของภาพร่างผลิตภัณฑ์

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2

ออกแบบลวดลายและพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ภายใต้คำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญให้ครบถ้วนให้ครบถ้วนเพื่อนำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ

3.5.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบและพัฒนาลวดลายที่มีต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบและพัฒนา ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยคือ

- 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

3.5.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประเมินความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบและพัฒนา ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยคือ

- 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

และนำค่าสถิติที่วิเคราะห์ได้มาประมวลเป็นข้อสรุปแบบร่างที่จะได้รับหรือรับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์

3.5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3

นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปให้กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ประยุกต์จาก ลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรี ประเมินระดับความพึงพอใจแล้วนำข้อมูลที่ได้จากการ ประเมินมาวิเคราะห์ค่าสถิติว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยหรือไม่และนำไปสรุปและอภิปรายผล การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ ต้นแบบที่ได้พัฒนาขึ้น ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมี เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย 5 ระดับคือ

4.51 – 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง

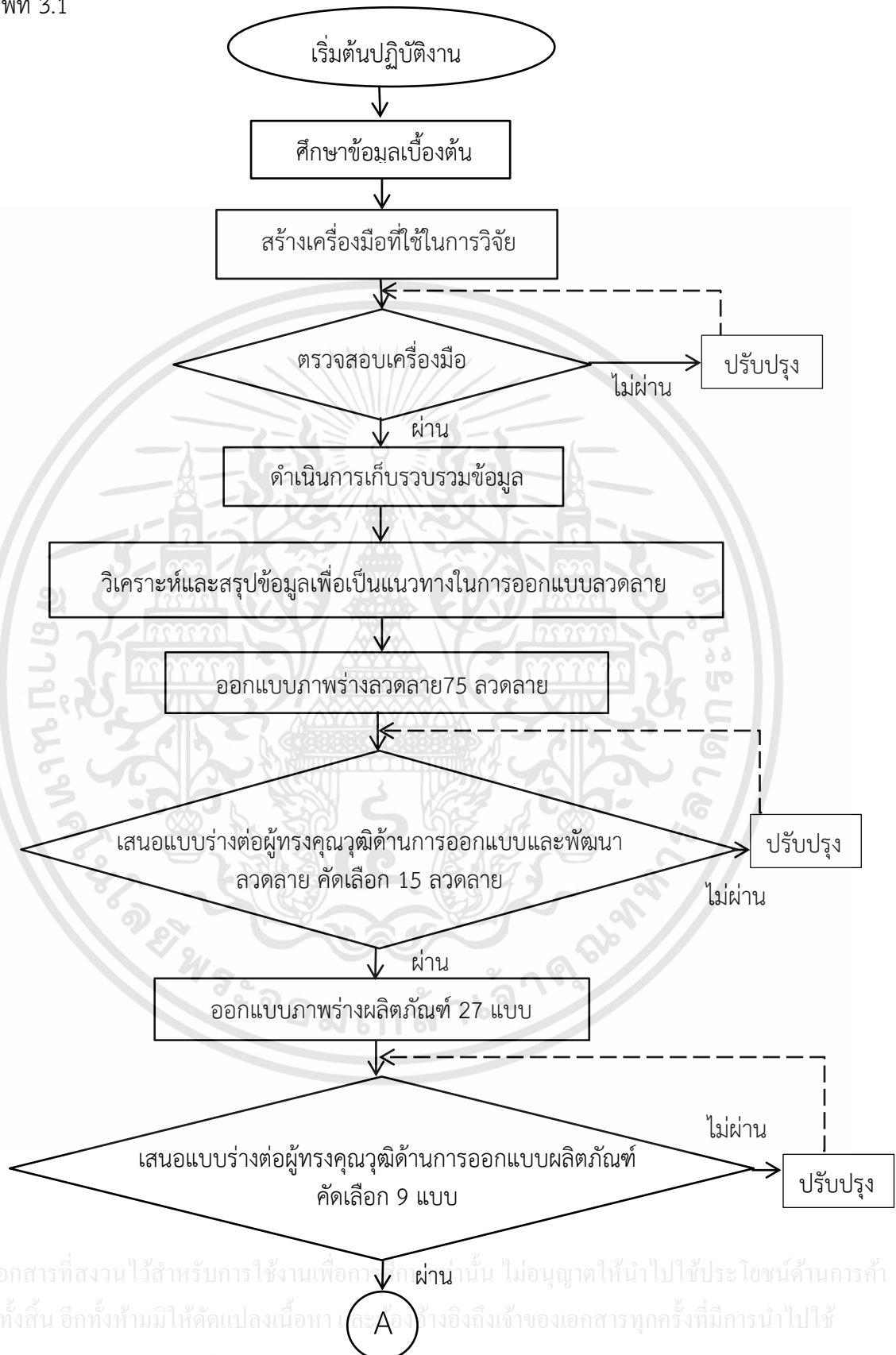
1.51 – 2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด



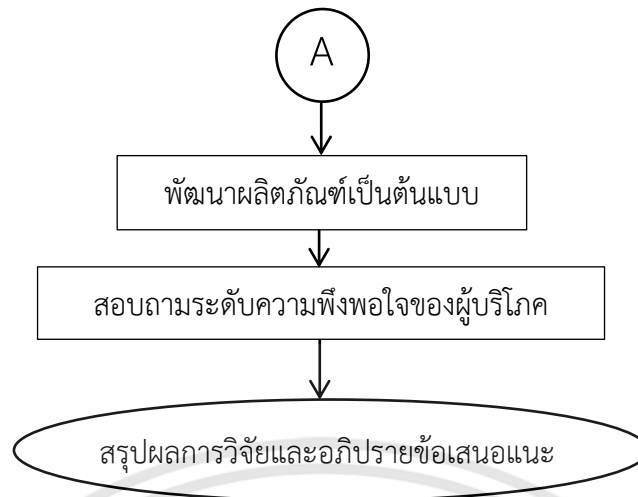
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้วิจัยได้ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดัง
ภาพที่ 3.1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา (A) ใดๆทั้งสิ้นถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.1 แผนภูมิแสดงขั้นตอนการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี



ภาพที่ 3.1 (ต่อ) แผนภูมิแสดงขั้นตอนการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษารวบรวมเอกสาร จากการศึกษาสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะลพบุรี การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดลพบุรี แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ส่งเสริมอัตลักษณ์ร่วมสมัยจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี จากนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำเสนอในรูปแบบของตารางและเรียงเรียงเป็นคำบรรยายในแต่ละขั้นตอนตามวัตถุประสงค์

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลาย

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรี และพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย

4.3 ผลการประเมินความพึงพอใจ

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลาย


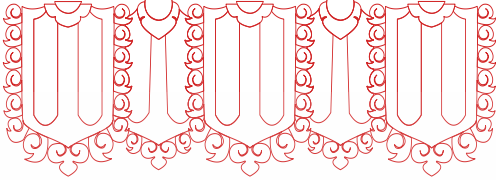



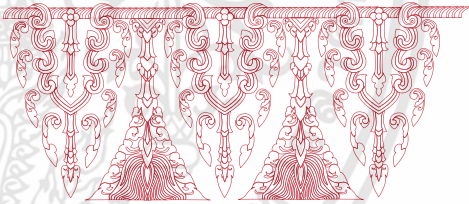
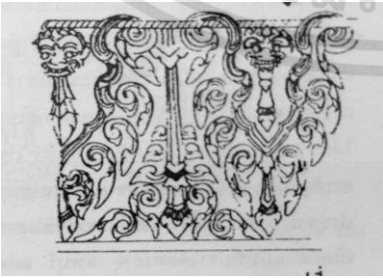
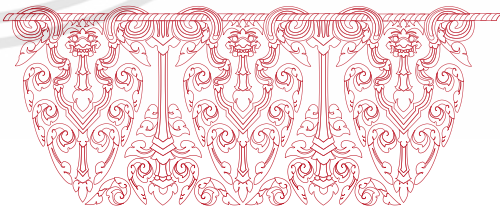
โดยการค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเพื่อทำการถอดลวดลาย และนำไปประกอบแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะลพบุรีเพื่อทำการวิเคราะห์ลวดลายที่ปรากฏในโบราณสถานในจังหวัดลพบุรี ได้แก่ ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ จังหวัดลพบุรี ปราสาทหมายเลข 16ค. วัดพระศรีรัตนมหาธาตุจังหวัดลพบุรี และวัดนครโกษา

4.1.1 ผลการศึกษาลวดลายจากศิลปะสมัยลพบุรี ที่พบจากโบราณสถานในจังหวัดลพบุรี ที่รวบรวมได้

จากการศึกษาข้อมูลศึกษาศิลปะสมัยลพบุรี จากแหล่งข้อมูลและโบราณสถานโบราณวัตถุที่หลงเหลืออยู่ เพื่อเรียบเรียงความเป็นมาในอดีตที่ส่งผลให้เกิดศิลปะสมัยลพบุรี โดยอ้างอิงเอกสารและโบราณวัตถุจากแหล่งต่างๆ โดยมุ่งเน้นการรับรู้คุณค่าของงานศิลปกรรม อันเป็นศิลปะคู่ท้องถิ่นที่บรรพบุรุษสร้างไว้ตามแนวทางการศึกษาคุณค่าศิลปะไทย (ศักราช ฟ้าขาว.2551) ลวดลายที่ใช้ในการตกแต่งสถาปัตยกรรม ที่ถูกสร้างขึ้นในสมัยลพบุรี มีรูปแบบที่คาบเกี่ยวกับศิลปะเขมร และ ศิลปะอยุธยา ซึ่งมีลักษณะพิเศษบางประการที่บ่งบอกถึงรูปลักษณะความเป็นศิลปะลพบุรี ผลการรวบรวมข้อมูลและถอดลวดลายเพื่อวิเคราะห์ ดังตารางสรุปต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการรวบรวมข้อมูลและถอดลวดลาย

ภาพลวดลายตกแต่งสถาปัตยกรรม ศิลปะลพบุรี	ภาพ Vector ลายเส้นที่แกะลวดลาย จากศิลปะลพบุรี
<p>ลายกลีบบัวคว่ำ ปรากฏที่ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	
<p>ลายเฟืองอุบะ ปรากฏหมายเลข 16ค. วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	
<p>ลายเฟืองอุบะ ประดับเรือนธาตุ ปรากฏที่ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	
<p>ลายเฟืองอุบะ ปรากฏที่ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	



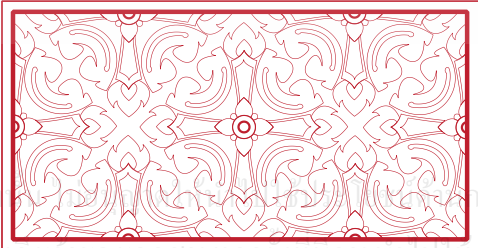
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ภาพลวดลายตกแต่งสถาปัตยกรรม ศิลปะลพบุรี	ภาพ Vector ลายเส้นที่แกะลวดลาย จากศิลปะลพบุรี
<p>ลายเฟืองอุบะ ปรากฏที่ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ มหาธาตุ</p> 	
<p>ลายประดับชั้นหน้ากระดาน ปรากฏหมายเลข 16ค. วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	
<p>ลายก้านดอกไม้ประกอบลายกรวยเชิง ปรากฏ ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	
<p>ลายก้านดอกไม้ประกอบลายกรวยเชิง ปรากฏ ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ภาพลวดลายตกแต่งสถาปัตยกรรม ศิลปะลพบุรี	ภาพ Vector ลายเส้นที่แกะลวดลาย จากศิลปะลพบุรี
<p>ลายกรวยเชิง ปรากฏที่ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	
<p>ลายดอกไม้กลม ปรากฏที่ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	
<p>ลายเฟืองอุบะ ปรากฏหมายเลข 16ค. วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	
<p>ลายดอก 4 เหลี่ยม ปรากฏที่ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ภาพลวดลายตกแต่งสถาปัตยกรรม ศิลปะลพบุรี	ภาพ Vector ลายเส้นที่แกะลวดลาย จากศิลปะลพบุรี
<p>ลายกรวยเชิง ปรากฏหมายเลข 16ค. วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	
<p>ลายดอกกลมสลับบั้ง ประดับส่วนชั้นหน้ากระดาน เจดีย์ทรงปราสาท วัดนครโกษา</p> 	
<p>ลายบัวหงาย และลายกนก เจดีย์ทรงปราสาท วัดนครโกษา</p> 	
<p>บัวปลายเสา ปรากฏประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ภาพลวดลายตกแต่งสถาปัตยกรรม ศิลปะลพบุรี	ภาพ Vector ลายเส้นที่แกะลวดลาย จากศิลปะลพบุรี
<p>ลายกรวยเชิง (ซำรุค) ปรารงค์ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	
<p>ลาย 4 ดอก ปรารงค์ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	
<p>ลายหงส์ ปรารงค์ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	
<p>ลายหงส์ ปรารงค์ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	

เอกสารนี้เป็น
ไม่ว่ากรณีใด


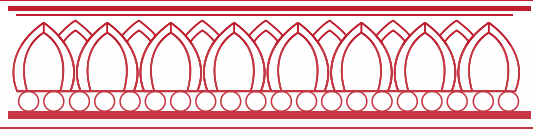
เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ทางอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ภาพลวดลายตกแต่งสถาปัตยกรรม ศิลปะลพบุรี	ภาพ Vector ลายเส้นที่แกะลวดลาย จากศิลปะลพบุรี
<p>ลายบัวหงาย ปรากฏที่ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	
<p>ลายสี่เหลี่ยม / ลายดอกสี่เหลี่ยม ปรากฏที่ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	
<p>ลายกลีบบัวตูม ลายเฟืองอุษะ ปรากฏที่ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	
<p>ลายกลีบบัว ปรากฏที่ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ</p> 	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ยกเว้นกรณีพิเศษและต้องขออนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ภาพลวดลายตกแต่งสถาปัตยกรรม ศิลปะลพบุรี	ภาพ Vector ลายเส้นที่แกะลวดลาย จากศิลปะลพบุรี
ลายกลีบบัวและลายเม็ดปะคำ ปรากฏที่ประธาน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ 	

จากตาราง 4.1 การค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากลวดลายต่างๆที่ใช้ตกแต่งสถาปัตยกรรมตามโบราณสถานที่ยังคงเหลืออยู่ในสมัยลพบุรี ก่อนนำมาถอดลวดลายเพื่อนำไปประกอบแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะลพบุรีเพื่อทำการวิเคราะห์ ลวดลาย หารูปแบบที่เป็นรูปแบบของสมัยลพบุรีที่แท้จริง จากลวดลายเก็บข้อมูลมาทั้งหมด โดยการศึกษาองค์ประกอบและคัดกรองความแตกต่างหรือลักษณะเฉพาะที่เกิดขึ้นในสมัยลพบุรี อันแตกต่างจากสมัยเขมรและอยุธยาตอนต้น โดยพิจารณาจากลักษณะลวดลาย รูปร่างรูปทรง และ ปริมาตรของลวดลาย วัสดุและเทคนิคในการสร้างสรรค์ ปรากฏว่า ลวดลายที่บ่งบอกลักษณะที่เกิดขึ้นในสมัยลพบุรี โดยไม่เกิดการซ่อมแซมในยุคหลัง และไม่ใช้รูปแบบของเขมรแท้ หรือแบบอยุธยา พบเพียงลวดลายที่ปรากฏ บริเวณประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ได้แก่ ลายบัวคว่ำ หรือ รูปกลีบบัว ลายหน้ากระดาน ลายสี่ดอก ลายแถวรูปหงส์ ลายกรวยเชิง และ ลายเฟืองอุบะ ซึ่งผู้วิจัยจะนำไปประกอบสร้างร่วมกับอัตลักษณ์โดดเด่นที่แสดงถึงจังหวัดลพบุรี ในด้านอื่นๆ เพื่อให้เกิดลวดลายแสดงอัตลักษณ์ที่มีความร่วมสมัย สวยงาม และสามารถนำไปประยุกต์ เพื่อเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดลพบุรีได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

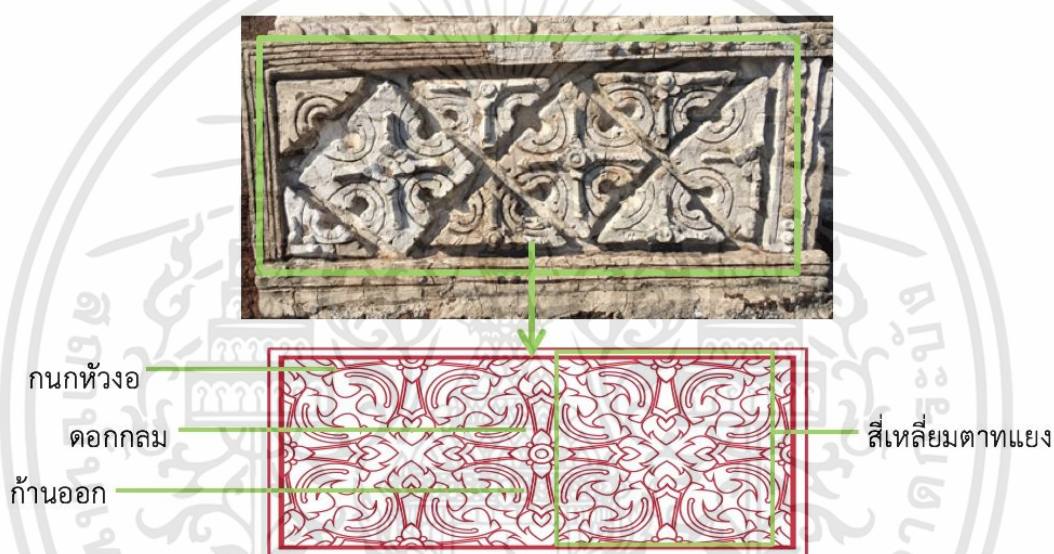


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายบัวคว่ำ หรือ รูปกลีบบัว

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

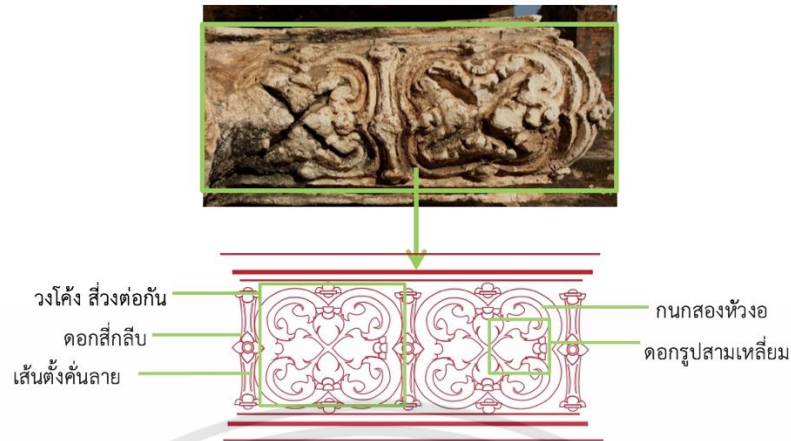
จากภาพ 4.1 ได้แสดง ชื่อลาย บัวคว่ำ หรือ รูปกลีบบัว จากปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุลพบุรี ตำแหน่งประดับ ส่วนฐาน บริเวณชุดลวดบัว ลายรูปกลีบบัวมักใช้ประดับชั้นประดับ ลวดลายซึ่งมีด้านตัดคล้ายด้านตัดของกลีบบัวในส่วนที่สองของบัวเชิงและบัวรัดเกล้า ลักษณะเฉพาะของลวดลายในสมัยลพบุรี บัวคว่ำของปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุลพบุรี ส่วนประธานของลวดลายมีขนาดเล็กกว่าแบบเขมร ขณะที่ส่วนประกอบขยายเนื้อที่มากยิ่งขึ้น กระบังที่ส่วนประธานเริ่มน้อยลง กกลายเริ่มนิยมมากขึ้นและมีขนาดใหญ่กว่าเดิม การแบ่งภายในเป็นแบบแปลกพิลึกพิลั่นตามการสร้างสรรค์ของช่าง แต่ความนูนหนายังคงเดิม รูปร่างรูปทรงของลวดลาย รูปทรงของกลีบบัวที่มีความเป็นธรรมชาติมากยิ่งขึ้นกว่าของเขมรที่เป็นลายประดิษฐ์ วัสดุและเทคนิคในการผลิต เทคนิคการสร้างสรรค์ในสมัยลพบุรีนั้น ได้มีการพัฒนาการปั้นปูนขึ้น จากเดิมสมัยเขมรเป็นการแกะสลักหินทราย ซึ่งการปั้นนี้ทำให้สามารถสร้างปริมาตรลวดลายได้มีมิติมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายหน้ากระดาน

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

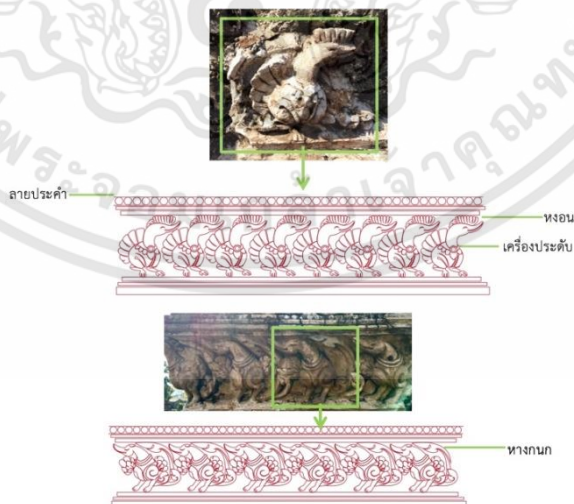
จากภาพ 4.2 ได้แสดง ชื่อลาย ลายหน้ากระดาน จากปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุลพบุรี ตำแหน่งประดับ ส่วนฐานหน้ากระดาน ระดับชั้นลายหน้ากระดานซึ่งอยู่ในส่วนที่ 1 ของบัวเชิงและบัวรัดเกล้า ชุดฐานพิค ด้านบัวหงายบัวคว่ำ ลักษณะเฉพาะของลวดลายในสมัยลพบุรี จากปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุลพบุรี เป็นลักษณะแถวลายสี่เหลี่ยมด้านเท่าตาทแยง สลับด้วยรูปครึ่งของสี่เหลี่ยม ดอกกลมกึ่งกลางรูปสี่เหลี่ยมมีก้านออกทั้งสี่ด้านระหว่างก้านมีกนกสองหัวองลายแบบนี้สืบทอดมาจากลายเขมร เช่น ปราสาทหินพิมาย รูปนอกสี่เหลี่ยมด้านเท่าอันเป็นแบบแผนได้ขยายออกด้านข้างเล็กน้อย เกือบเป็นขนมเปียกปูน แตกต่างจากของอยุธยาตอนต้นคือเป็นสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน รูปร่างรูปทรงของลวดลาย รูปทรงสี่เหลี่ยมตาทแยง และมีการเริ่มขยายเป็นสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน วัสดุและเทคนิคในการผลิต เทคนิคการปั้นปูนขึ้น โดยสร้างสรรค์ให้ปริมาตรในลายแบบเขมรเริ่มลดน้อยลงเป็นลำดับและเกือบหมดไป ตัดทอนให้ลายละเอียดและความวิจิตรลดน้อยลงและเรียบง่ายขึ้น



ภาพที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสี่ดอก

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

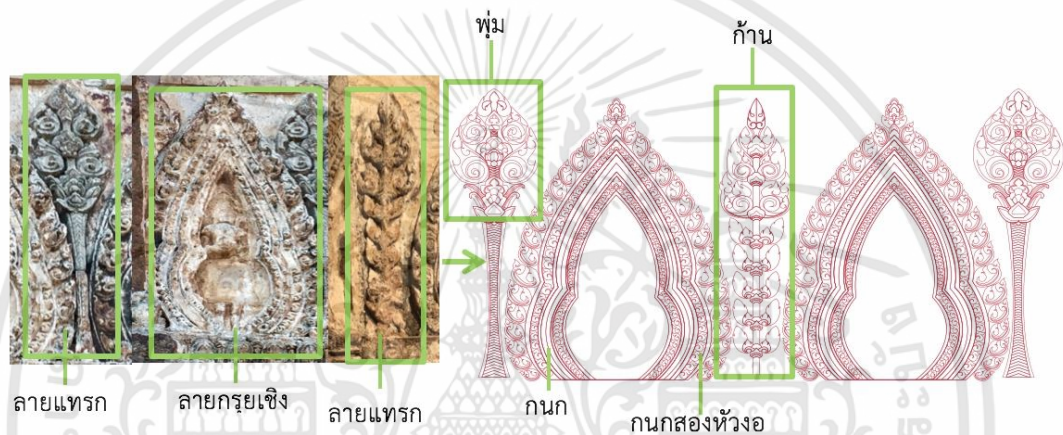
จากภาพ 4.3 ได้แสดง ชื่อลาย ลายสี่ดอก จากปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุลพบุรี ตำแหน่งประดับ ลายสี่ดอกใช้ประดับชั้นลูกแก้วอกไก่ซึ่งมีสันกลางนูนพื้นแนวระนาบและประดับฐาน ลักษณะเฉพาะของลวดลายในสมัยลพบุรี เส้นตั้งซึ่งคั่นระหว่างลายบางครั้งประดับด้วยดอกสี่กลีบและบางครั้งประดับด้วยวงกลม โดยแตกต่างจากลวดลายเขมรตรงลดความขึงขังซับซ้อนทั้งรูปแบบและความนูนอันเป็นปริมาตรจนเกือบหมดไป และต่างจากอยุธยาตรง อยุธยาจะมาความเพรียวบางและเรียบง่ายมากขึ้น รูปร่างรูปทรงของลวดลาย เป็นวงโค้งสี่เหลี่ยมต่อกันเป็นรูปลาย ส่วนในสุดของวงโค้งแต่ละวงจะเป็นกนกสองห้วงอ ซึ่งต่างเป็นส่วนของดอกรูปสามเหลี่ยม วัสดุและเทคนิคในการผลิตเทคนิคการปั้นปูนขึ้น โดยสร้างสรรค์ให้ปริมาตรในลายแบบเขมรเริ่มลดน้อยลงเป็นลำดับและเกือบหมดไป ตัดทอนให้ลายละเอียดและความวิจิตรลดน้อยลงและเรียบง่ายขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ **ภาพที่ 4.4** แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายแถวรูปหงส์ ครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

จากภาพ 4.4 ได้แสดง ชื่อลาย ลายแถวรูปหงส์ จากปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี ตำแหน่งประดับ ลายรูปหงส์ใช้ประดับชั้นบัวหงาย ลักษณะเฉพาะของลวดลายในสมัยลพบุรี เดิมทีลายรูปหงส์นี้เคยปรากฏบนตำแหน่งบัวรดเกล้าของปราสาทหินพิมายในรูปแบบของเขมร แต่ตำแหน่งที่พบในลพบุรีนั้นได้นำมาประดับชั้นบัวหงายซึ่งอยู่บริเวณฐานของปราสาท มีความนูนอันเป็น ปริมาณน้อยลงจนเกือบหมดไป และต่างจากอยุธยาตรง อยุธยาจะตัดทอนให้เรียบง่ายมากขึ้น รูปร่าง รูปทรงของลวดลาย เป็นรูปหงส์เต็มตัว ประกอบด้วยหัว หาง ลำตัวเท้า เรียงต่อกันในลักษณะยื่นเอียง ข้าง ด้วยท่าทางที่มีความอ่อนช้อย มีหางเป็นตัวกนกยาวคั่นระหว่างตัวหงส์ บางครั้งมีการสร้างหงอน บนหัวหงส์และมีเครื่องประดับตกแต่ง วัสดุและเทคนิคในการผลิต เทคนิคการปั้นปูนขึ้น โดย สร้างสรรค์ให้ปริมาณในลายแบบเขมรเริ่มลดน้อยลงเป็นลำดับและเกือบหมดไป ตัดทอนให้ลาย ละเอียดและความวิจิตรลดน้อยลงและเรียบง่ายขึ้น



ภาพที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายกรวยเชิง

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเทียง (2562)

จากภาพ 4.5 ได้แสดง ชื่อลาย ลายกรวยเชิง จากปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุลพบุรี ตำแหน่งประดับ ลายกรวยเชิงประดับชั้นประดับลายในส่วนที่ 4 ของบัวเชิง ลักษณะเฉพาะของ ลวดลายในสมัยลพบุรี รูปแบบแม่ลายและลายแทรกเป็นแบบที่ไม่เคยพบในแบบเขมร แม่ลวดลายที่ ประกอบจะเป็นแบบเขมร เช่น กนกอม้วน ก็จะหายไปในเวลาต่อมา การทำลายแทรกเป็นก้านปลาย ก้านทรงพุ่มแหลมมีดอกไม้คล้ายดอกบัวบานแยกออกทั้งสองข้าง เป็นสิ่งที่ห่างจากแบบฉบับเดิมของ เขมร อย่างไรก็ตาม การแบ่งภายในแม่ลายและรายละเอียดบางประการของลายกรวยเชิงเรือนธาตุ ปราสาทมหาธาตุ ลพบุรี ไม่มีการสืบต่ออย่างชัดเจนในลวดลายแบบอยุธยา อย่างไรก็ตามมีลายเม็ดกลม ประดับที่เส้นลวดเหนือลายแบบเดียวกับลายแถวเม็ดกลมในปราสาทยอดกลีบมะเฟืองหมายเลข 6 ข ภายในบริเวณวัดเดียวกัน ลายเม็ดกลมลักษณะที่ปรากฏเป็นสิ่งที่เริ่มเป็นครั้งแรก และไม่ได้ได้รับความนิยมแพร่หลายจึงหายไปอย่างรวดเร็ว ในที่นี้ น่าเชื่อว่าลายเม็ดกลมเป็นสิ่งที่ทำขึ้นในสมัยสมเด็จพระ รามศวร เมื่อคราวมาครองเมืองลพบุรีเป็นครั้งแรก รูปร่างรูปทรงของลวดลาย ลายกรวยเชิงเรือน ธาตุ ปราสาทมหาธาตุ ลพบุรี เป็นแบบพิเศษแม่ลายมีทรงสามเหลี่ยมลายแทรกเป็นก้านปลายก้านเป็น รูปพุ่ม และอีกแบบหนึ่งปลายลายแทรกเป็นทรงพุ่มเช่นกัน แต่มีดอกไม้ชูช่อออกทั้งสองด้านปิด ช่องว่างที่เหลือ ลายดอกไม้ทำให้นึกถึงดอกไม้หรือดอกบัวแบบสุโขทัย ส่วนกลางของลายทั้งสองแบบมี แถวกลีบบัวรองรับใต้ล่างส่วนบนเหนือลายมีแถวเม็ดกลมในซิดเป็นกลีบเล็กๆ วัสดุและเทคนิคในการ

ผลิต เทคนิคการปั้นปูนขึ้น โดยสร้างสรรค์ให้ปริมาตรในลายแบบเขมรเริ่มลดน้อยลงเป็นลำดับและเกือบหมดไป แต่ยังคงเค้าความงามวิจิตรเป็นลักษณะพิเศษของลายกฤษเชิงประดับเรือนฐานซึ่งแตกต่างจากลายกฤษเชิงประดับซุ้ม โดยสมัยลพบุรีจะมีรูปลักษณะที่คล้ายธรรมชาติ

4.2 ผลการออกแบบลวดลายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยลวดลายที่ประยุกต์จากศิลปะสมัยลพบุรี

4.2.1 ผลการออกแบบลวดลายที่ประยุกต์จากศิลปะลพบุรี

การออกแบบประยุกต์ลวดลายจากลวดลายศิลปะสมัยลพบุรีที่ผ่านการวิเคราะห์ ว่าเป็นลวดลายที่มีลักษณะเด่นชัดว่าเป็นศิลปะที่เกิดขึ้นในช่วงสมัยลพบุรี มาประยุกต์เข้ากับ สามอัครลักษณะดั้งเดิมอันเป็นที่จดจำของผู้คนเมื่อนึกถึงจังหวัดลพบุรี อันได้แก่ ดอกทานตะวัน พระปรางค์สามยอด และลิง นำมาสร้างลวดลายใหม่เพื่อให้เกิดลวดลายแสดงอัตลักษณ์ที่มีความร่วมสมัย สวยงาม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้หลากหลายรูปแบบ

4.2.1.1 ลวดลายดอกทานตะวัน

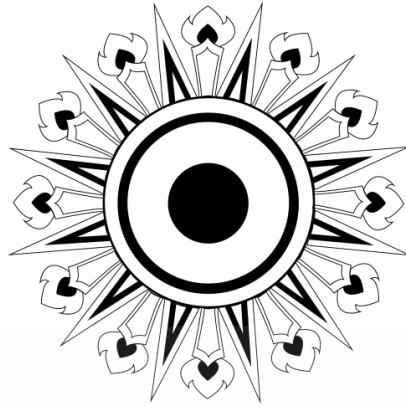
การออกแบบประยุกต์ลวดลายดอกทานตะวันร่วมกับลวดลายศิลปะสมัยลพบุรี ผลการออกแบบทั้งหมด 25 ลวดลาย มีดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.6 ทานตะวันหมายเลข 1

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



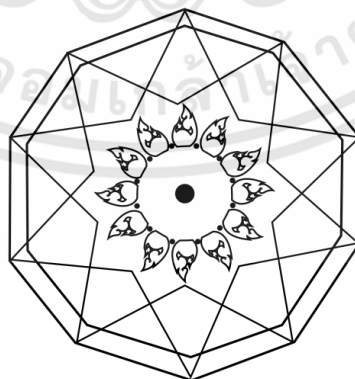
ภาพที่ 4.7 ทานตะวันหมายเลข 2

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.8 ทานตะวันหมายเลข 3

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



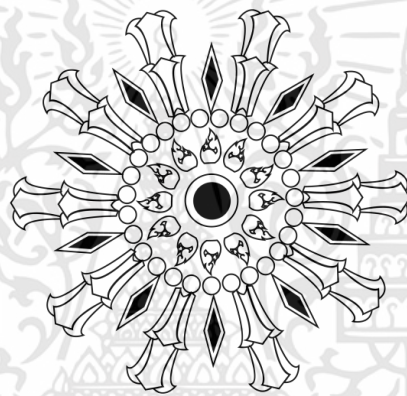
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.9 ทานตะวันหมายเลข 4
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.10 ทานตะวันหมายเลข 5

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.11 ทานตะวันหมายเลข 6

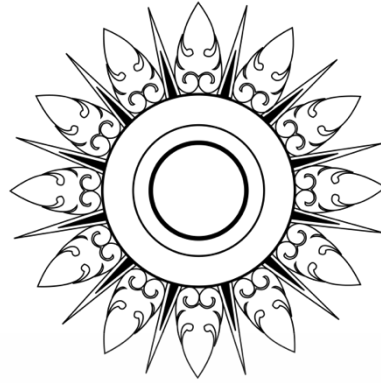
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.12 ทานตะวันหมายเลข 7

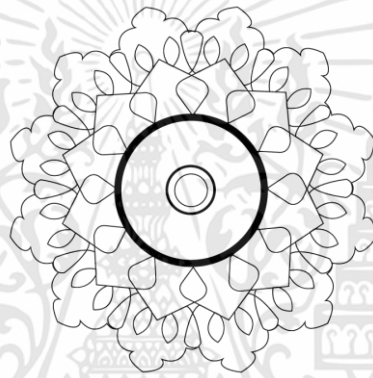
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆก็ตาม หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อผู้จัดทำและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.13 ทานตะวันหมายเลข 8

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



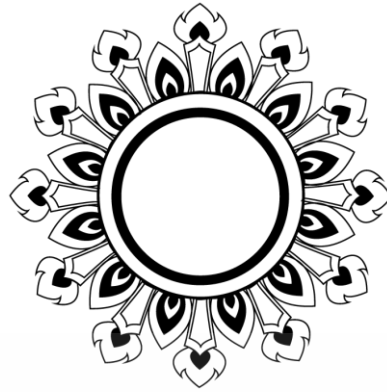
ภาพที่ 4.14 ทานตะวันหมายเลข 9

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



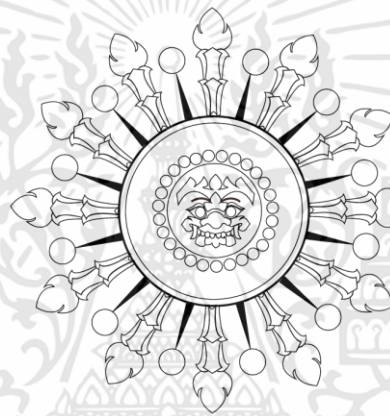
ภาพที่ 4.15 ทานตะวันหมายเลข 10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานหรือการที่ผู้อื่นได้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแบบลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.16 ทานตะวันหมายเลข 11

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.17 ทานตะวันหมายเลข 12

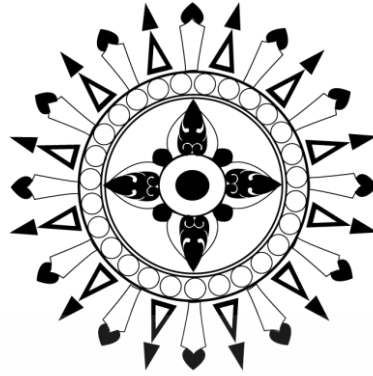
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.18 ทานตะวันหมายเลข 13

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาร่วมกัน ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ หากมีข้อสงสัย กรุณาติดต่อฝ่ายวิชาการและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



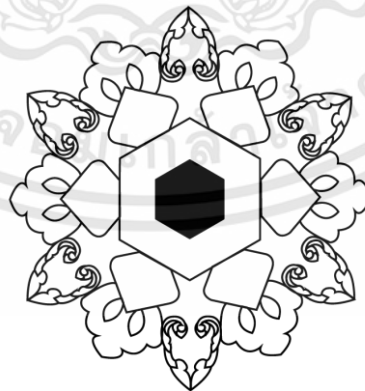
ภาพที่ 4.19 ทานตะวันหมายเลข 14

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

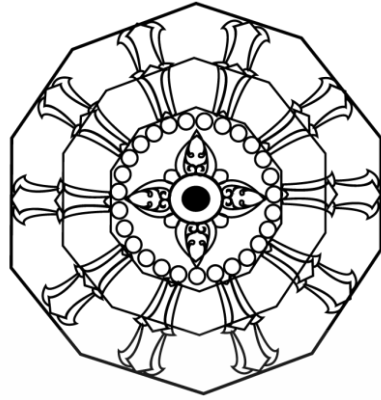


ภาพที่ 4.20 ทานตะวันหมายเลข 15

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการภาพที่ 4.21 ทานตะวันหมายเลข 16 คิให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562) และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.22 ทานตะวันหมายเลข 17

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.23 ทานตะวันหมายเลข 18

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.24 ทานตะวันหมายเลข 19

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิใช่ผู้ใดให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุผลแบบสงวนเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.25 ทานตะวันหมายเลข 20

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.26 ทานตะวันหมายเลข 21

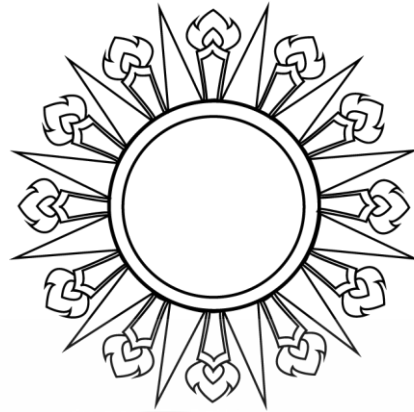
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.27 ทานตะวันหมายเลข 22

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานที่เป็นการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.28 ทานตะวันหมายเลข 23

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.29 ทานตะวันหมายเลข 24

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ภาพที่ 4.30 ทานตะวันหมายเลข 25
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น ถือว่าห้ามมิให้รับไปเผยแพร่และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
 ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

4.2.1.2 ลวดลายลิง

การออกแบบประยุกต์ลวดลายลิงอันเป็นหนึ่งในสามสิ่งที่คุณนึกถึงจังหวัดลพบุรีนำมาออกแบบประยุกต์ร่วมกับลวดลายศิลปะสมัยลพบุรี ผลการออกแบบทั้งหมด 25 ลวดลาย มีดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.31 ลิงหมายเลข 1

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.32 ลิงหมายเลข 2

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.33 ลิงหมายเลข 3

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.34 ลิงหมายเลข 4

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.35 ลิงหมายเลข 5

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.36 ลิงหมายเลข 6

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

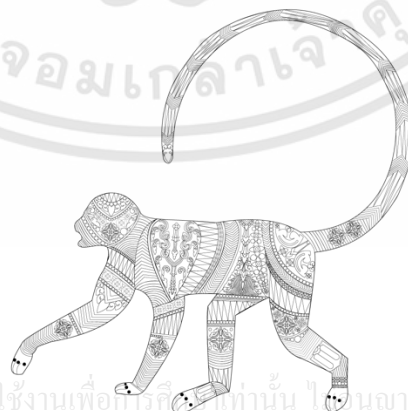
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



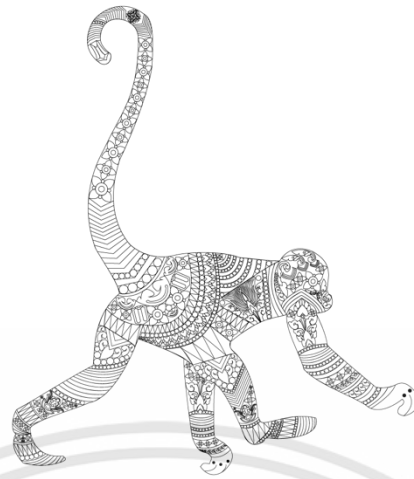
ภาพที่ 4.37 ลิงหมายเลข 7
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเทีย (2562)



ภาพที่ 4.38 ลิงหมายเลข 8
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเทีย (2562)

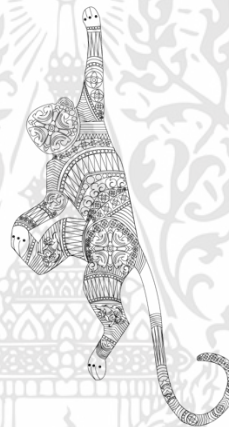


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงนี้ **ภาพที่ 4.39** ลิงหมายเลข 9
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเทีย (2562)



ภาพที่ 4.40 ลิงหมายเลข 10

ภาพโดย : ชิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

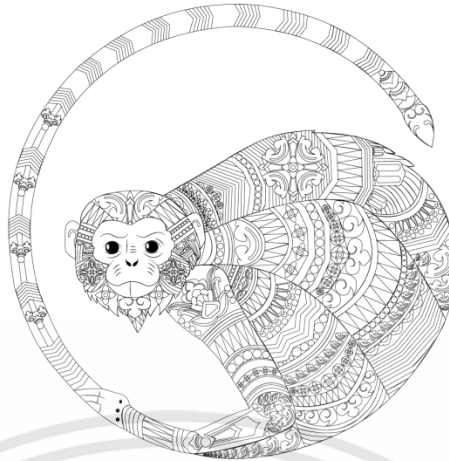


ภาพที่ 4.41 ลิงหมายเลข 11

ภาพโดย : ชิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลง **ภาพที่ 4.42** ลิงหมายเลข 12 เอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
ภาพโดย : ชิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.43 ลิงหมายเลข 13

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.44 ลิงหมายเลข 14

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.45 ลิงหมายเลข 15

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามนำไปดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.46 ลิงหมายเลข 16

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.47 ลิงหมายเลข 17

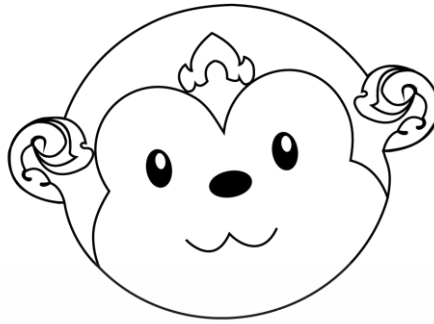
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.48 ลิงหมายเลข 18

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานที่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีเหตุผลบางประการ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.49 ลิงหมายเลข 19

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเทียะ (2562)



ภาพที่ 4.50 ลิงหมายเลข 20

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเทียะ (2562)



ภาพที่ 4.51 ลิงหมายเลข 21

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเทียะ (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงหรือทำซ้ำเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



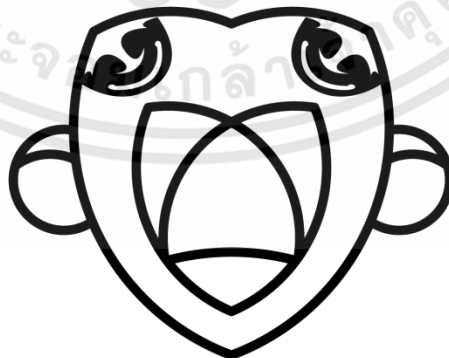
ภาพที่ 4.52 ลิงหมายเลข 22

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.53 ลิงหมายเลข 23

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

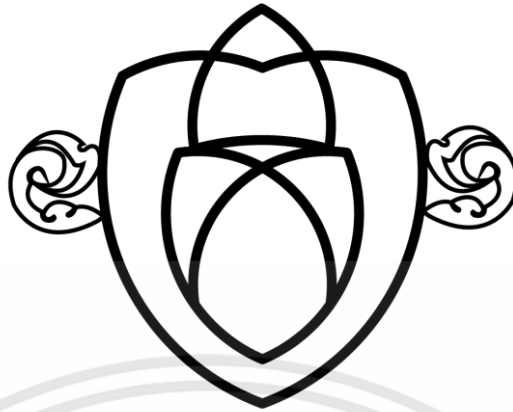


ภาพที่ 4.54 ลิงหมายเลข 24

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

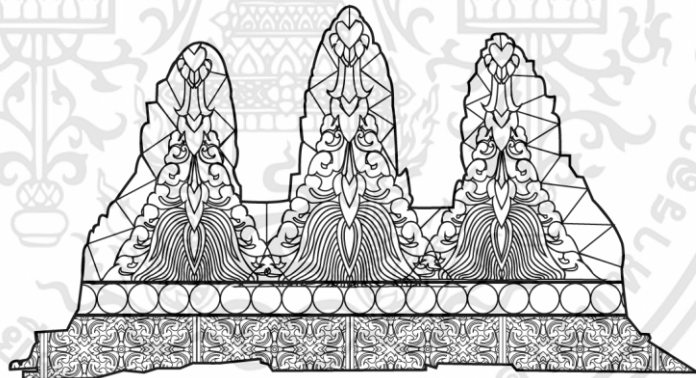


ภาพที่ 4.55 ลิงหมายเลข 25

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

4.2.1.3 ลวดลายปราสาทสามยอด

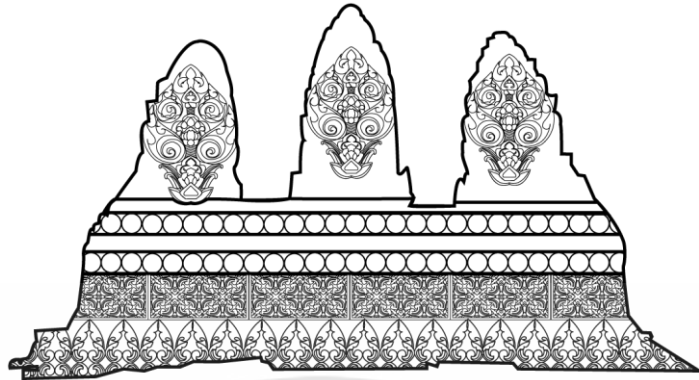
การออกแบบประยุกต์ลวดลายปราสาทสามยอดโบราณสถานคู่บ้านคูเมืองนำมาออกแบบประยุกต์ร่วมกับลวดลายศิลปะสมัยลพบุรี ผลการออกแบบทั้งหมด 25 ลวดลาย มีดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.56 ปราสาทสามยอดหมายเลข 1

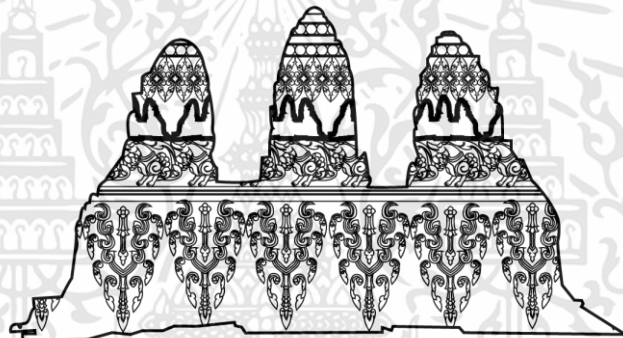
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



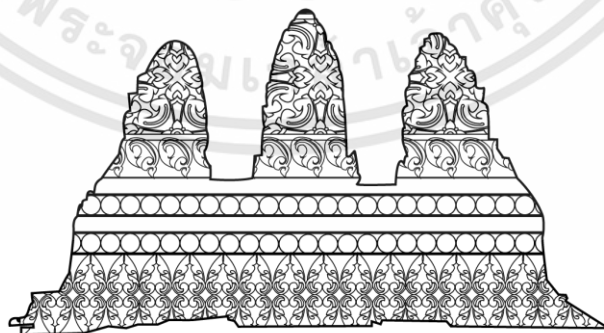
ภาพที่ 4.57 ปรากฏสามยอดหมายเลข 2

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.58 ปรากฏสามยอดหมายเลข 3

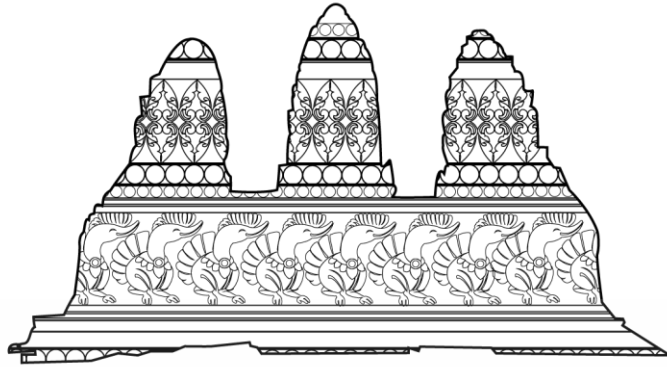
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



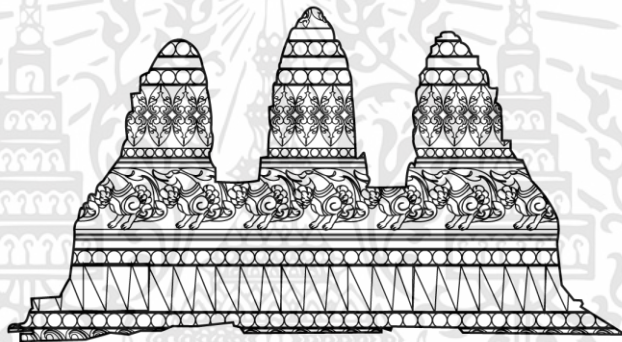
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากทางมหาวิทยาลัยราชภัฏ

ภาพที่ 4.59 ปรากฏสามยอดหมายเลข 4

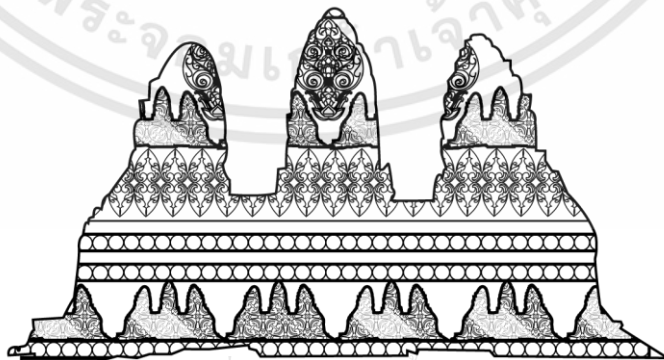
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.60 ปรางค์สามยอดหมายเลข 5
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

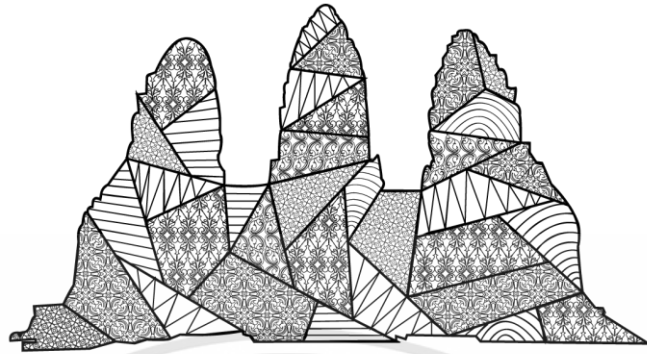


ภาพที่ 4.61 ปรางค์สามยอดหมายเลข 6
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

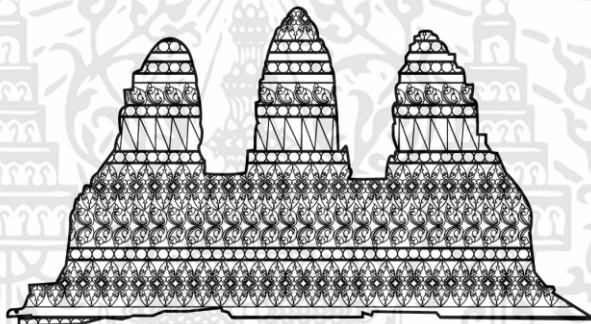


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

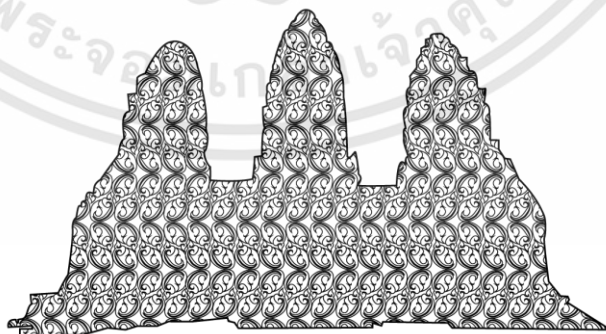
ภาพที่ 4.62 ปรางค์สามยอดหมายเลข 7
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)



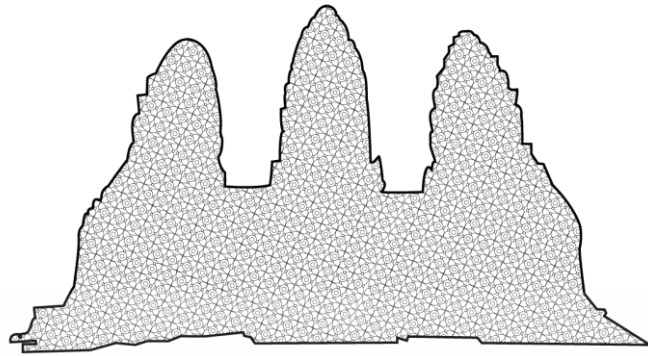
ภาพที่ 4.63 ปรางค์สามยอดหมายเลข 8
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเทียะ (2562)



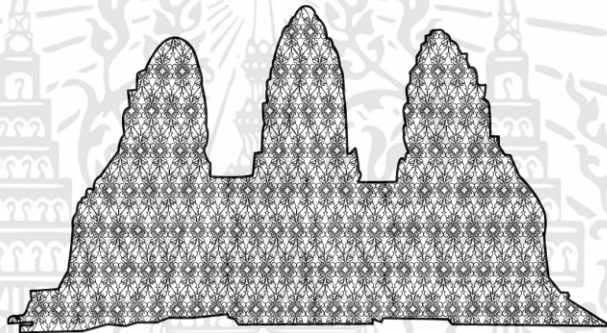
ภาพที่ 4.64 ปรางค์สามยอดหมายเลข 9
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเทียะ (2562)



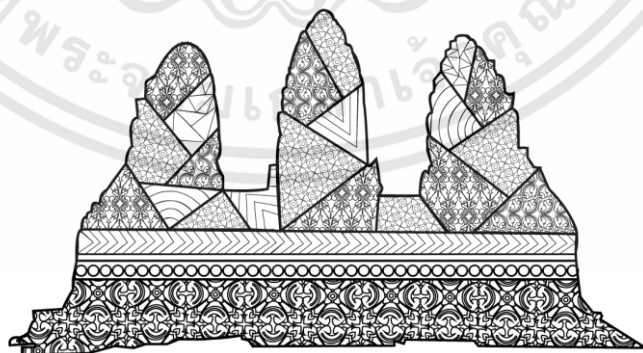
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกภาพที่ 4.65 ปรางค์สามยอดหมายเลข 10 ารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเทียะ (2562)



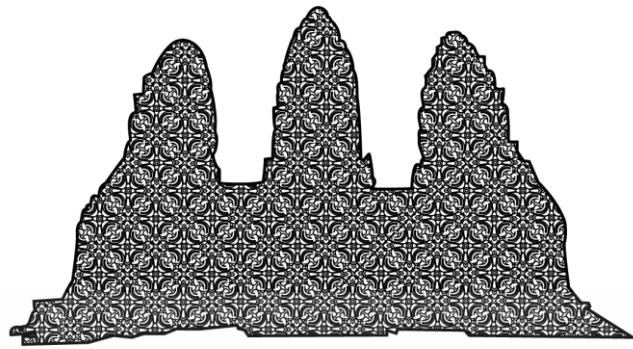
ภาพที่ 4.66 ปรากฏสามยอดหมายเลข 11
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.67 ปรากฏสามยอดหมายเลข 12
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

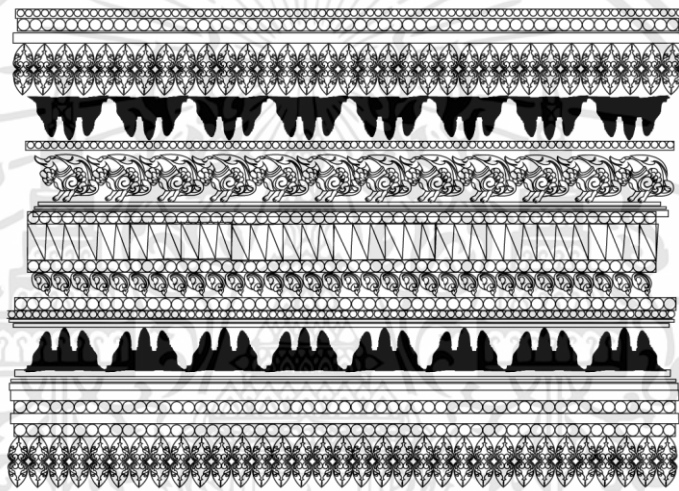


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
ภาพที่ 4.68 ปรากฏสามยอดหมายเลข 13
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)



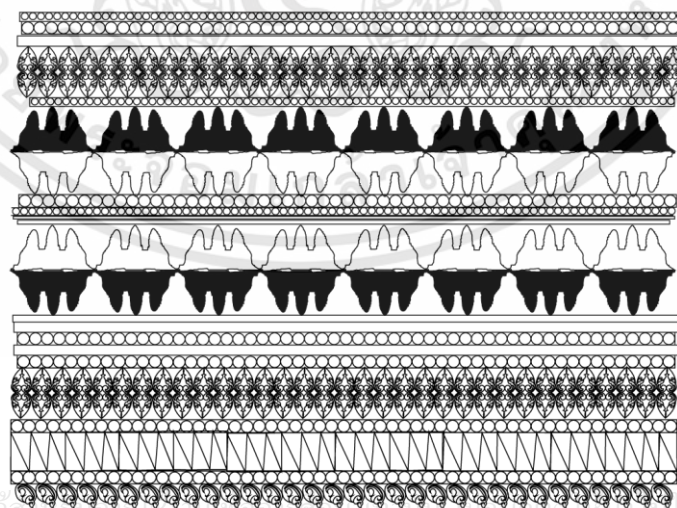
ภาพที่ 4.69 ปรากฏสามยอดหมายเลข 14

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเทียง (2562)



ภาพที่ 4.70 ปรากฏสามยอดหมายเลข 15

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเทียง (2562)

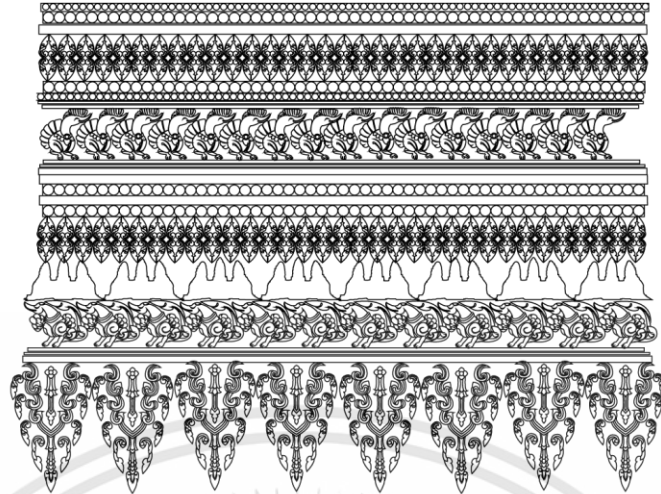


ภาพที่ 4.71 ปรากฏสามยอดหมายเลข 16

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเทียง (2562)

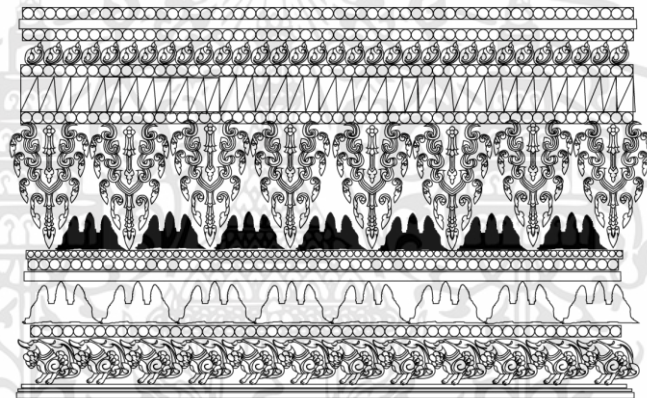
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ใช้สำหรับกิจกรรมการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์



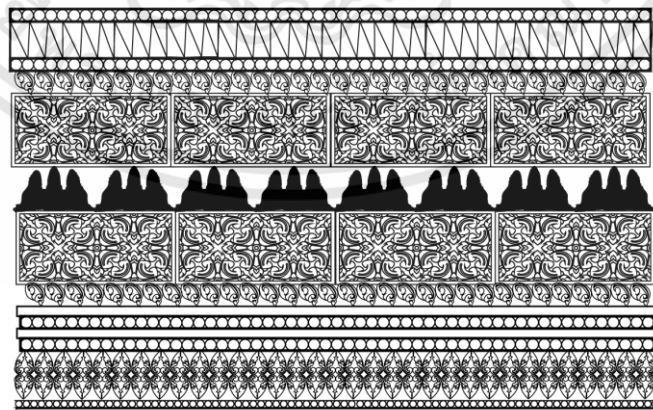
ภาพที่ 4.72 ปรารงค์สามยอดหมายเลข 17

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.73 ปรารงค์สามยอดหมายเลข 18

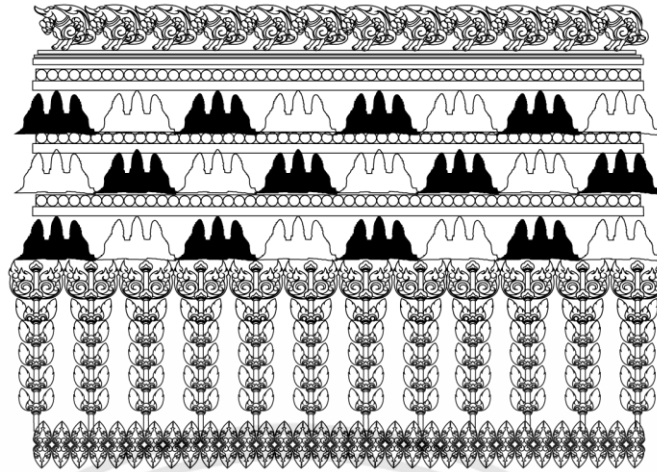
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.74 ปรารงค์สามยอดหมายเลข 19

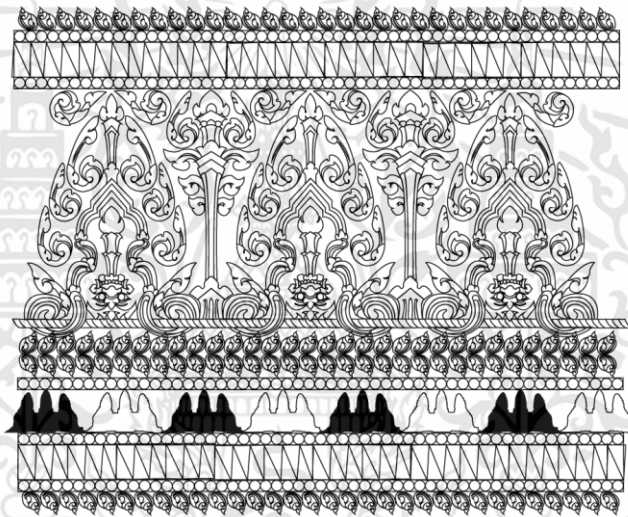
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ หากมีข้อสงสัย กรุณาติดต่อฝ่ายวิชาการและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



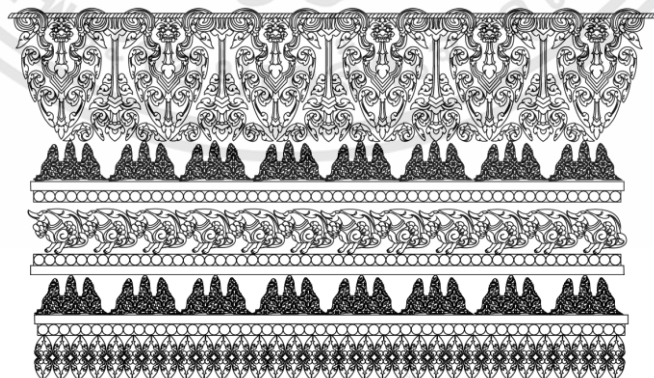
ภาพที่ 4.75 ปรารงค์สามยอดหมายเลข 20

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.76 ปรารงค์สามยอดหมายเลข 21

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

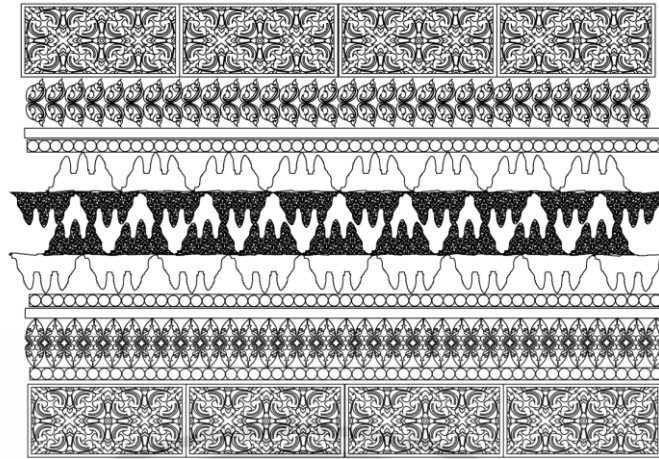


ภาพที่ 4.77 ปรารงค์สามยอดหมายเลข 22

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

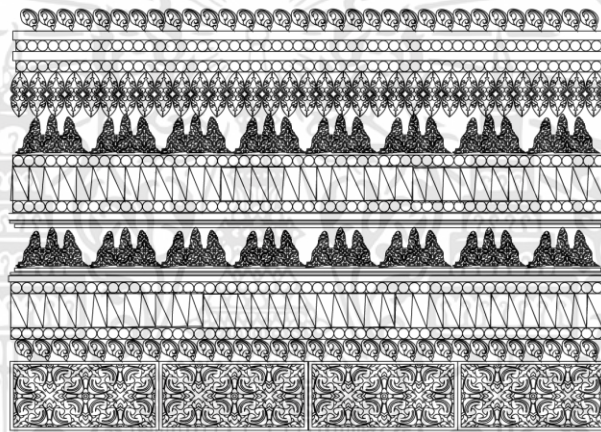
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



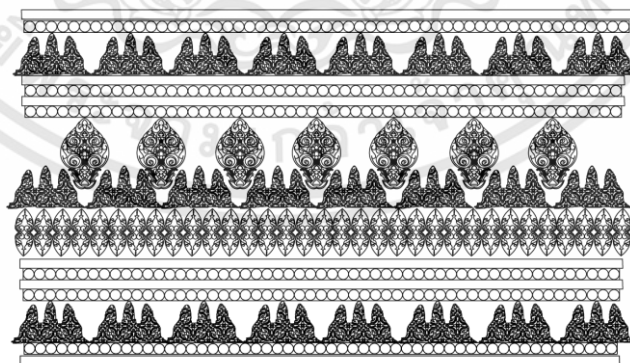
ภาพที่ 4.78 ปรารค์สามยอดหมายเลข 23

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.79 ปรารค์สามยอดหมายเลข 24

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.80 ปรารค์สามยอดหมายเลข 25

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

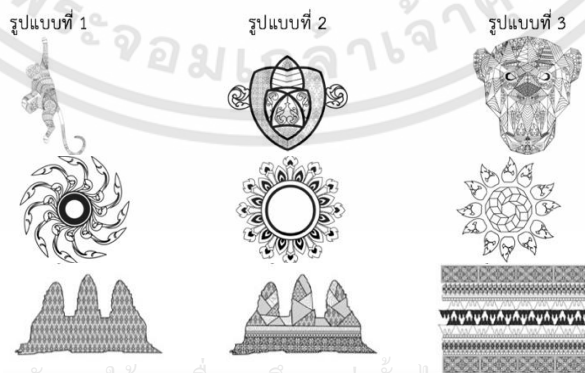
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมาไว้สำหรับใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการออกแบบลวดลายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยลวดลายที่ประยุกต์จากศิลปะสมัยลพบุรี ผลการออกแบบลวดลายที่ประยุกต์จากศิลปะลพบุรี การออกแบบประยุกต์ลวดลายจากลวดลายศิลปะสมัยลพบุรีที่ผ่านการวิเคราะห์ว่าเป็นลวดลายที่มีลักษณะเด่นชัดว่าเป็นศิลปะที่เกิดขึ้นในช่วงสมัยลพบุรี มาประยุกต์เข้ากับ สามอัครลักษณะดั้งเดิมอันเป็นที่จดจำของผู้คนเมื่อนึกถึงจังหวัดลพบุรี อันได้แก่ ดอกทานตะวัน พระปรางค์สามยอด และลิง

ประเภทการออกแบบลวดลายประยุกต์จากศิลปะลพบุรี			
	ประยุกต์	ประยุกต์ร่วมกับเรขาคณิต	ตัดทอน
ลิง			
ทานตะวัน			
ปรางค์สามยอด			

ภาพที่ 4.81 ภาพแสดงประเภทการออกแบบลวดลายประยุกต์จากศิลปะลพบุรี
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

จากภาพ 4.81 ได้แสดงประเภทการออกแบบลวดลายประยุกต์จากศิลปะลพบุรี โดยแบ่งประเภทการออกแบบลวดลายศิลปะลพบุรี โดยแบ่งเป็น ประยุกต์ ประยุกต์ร่วมกับเรขาคณิต และรูปแบบการตัดทอน เพื่อเป็นแนวทางในการนำลวดลายไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบลายในการประเมินรูปแบบทั้ง 3 กลุ่มของลวดลาย ลิง ดอกทานตะวัน และปรางค์สามยอด โดยคัดเลือกจากความเหมาะสมจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำลวดลายไปพัฒนาเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้นำไปเผยแพร่ในสื่อออนไลน์หรือสื่อใดๆที่มิได้มีการนำไปใช้
ภาพที่ 4.82 ภาพแสดงการคัดรูปแบบลายเหลือ 3 รูปแบบ

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)



ภาพที่ 4.83 ภาพแสดงรูปแบบที่ 1

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเทียง (2562)

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาลวดลายลึงลพบุรี จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 1

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 1		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1 ความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	4.20	0.84	มาก
2 ความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	4.80	0.45	มากที่สุด
3 ความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์	4.20	0.45	มาก
4 มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	3.80	0.45	มาก
5 ความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	5.00	0.00	มากที่สุด
1.6 มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	3.80	0.45	มาก
รวม	4.30	0.44	มาก

จากตารางที่ 4.2 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายศิลปะสมัยลพบุรีที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น ความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\bar{x} = 4.20$, $SD. = 0.84$). ความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\bar{x} = 4.80$, $SD. = 0.45$). มีความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ ($\bar{x} = 4.20$, $SD. = 0.45$). มีสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\bar{x} = 3.80$, $SD. = 0.45$). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 5.00$, $SD. = 0.00$). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\bar{x} = 3.80$, $SD. = 0.45$). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{x} = 4.30$, $SD. = 0.44$). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมาก



ภาพที่ 4.84 ภาพแสดงรูปแบบที่ 2

ภาพโดย : ธิตาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาลวดลายลึงลพบุรี จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 2

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 2		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1 ความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	3.40	0.89	ปานกลาง
2 ความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	3.20	0.84	ปานกลาง
3 ความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์	3.40	0.89	ปานกลาง
4 มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	3.20	0.84	ปานกลาง
5 มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	2.80	1.48	ปานกลาง
1.6 มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	3.40	0.55	ปานกลาง
รวม	3.23	0.92	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.3 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายศิลปะสมัยลพบุรีที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมกับขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น ความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\bar{x}=3.40.$, SD. = 0.89). ความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\bar{x}=3.20.$, SD. = 0.84). มีความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ ($\bar{x}=3.40.$, SD. = 0.89). มีสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\bar{x}=3.20.$, SD. = 0.84). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=2.80.$, SD. = 1.48). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\bar{x}=3.40.$, SD. = 0.55). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{x}=3.23.$, SD. = 0.92). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมปานกลาง



ภาพที่ 4.85 ภาพแสดงรูปแบบที่ 3

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาลวดลายลึงลพบุรี จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 3

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 3		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1 ความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	4.40	0.89	มาก
2 ความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	4.20	0.84	มาก
3 มีความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์	3.20	0.84	ปานกลาง
4 มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	3.80	0.45	มาก
5 มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	3.40	0.55	ปานกลาง
1.6 มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	3.80	0.84	มาก
รวม	3.80	0.73	มาก

จากตารางที่ 4.4 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายศิลปะสมัยลพบุรีที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมกับขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น ความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\bar{x}=4.40$., SD. = 0.89). ความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\bar{x}=4.20$., SD. = 0.84). มีความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ ($\bar{x}=3.20$., SD. = 0.84). มีสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\bar{x}=3.80$., SD. = 0.45). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=3.40$., SD. = 0.55). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\bar{x}=3.80$., SD. = 0.84). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{x}=3.80$., SD. = 0.73). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมาก

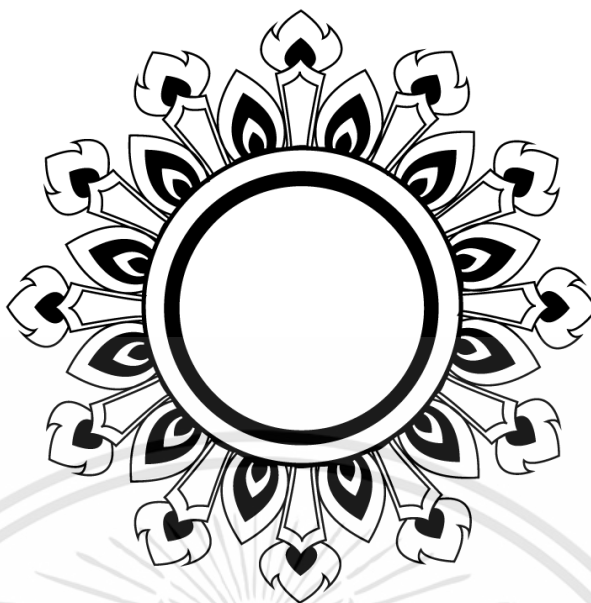


ภาพที่ 4.86 ภาพแสดงลายดอกทานตะวัน รูปแบบที่ 1
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาลวดลายดอกทานตะวัน จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 1

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 1		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	4.40	0.89	มาก
2 มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	4.20	0.45	มาก
3 มีความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์	3.80	1.10	มาก
4 มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	4.60	0.55	มากที่สุด
5 มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	4.60	0.55	มากที่สุด
1.6 มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	3.80	0.84	มาก
รวม	4.23	0.73	มาก

จากตารางที่ 4.5 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายศิลปะสมัยลพบุรีที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\bar{X}=4.40.$, SD. = 0.89). มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\bar{X}=4.20.$, SD. = 0.45). มีความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ ($\bar{X}=3.80.$, SD. = 1.10). มีสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\bar{X}=4.60.$, SD. = 0.55). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.60.$, SD. = 0.55). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\bar{X}=3.80.$, SD. = 0.84). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=4.23.$, SD. = 0.73). แผลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมาก



ภาพที่ 4.87 ภาพแสดงลายดอกทานตะวัน รูปแบบที่ 2
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาลวดลายดอกทานตะวัน จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 2

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 2		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	4.80	0.45	มากที่สุด
2 ความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	4.20	0.45	มาก
3 ความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์	4.40	0.55	มาก
4 มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	4.60	0.55	มากที่สุด
5 มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	4.60	0.55	มากที่สุด
1.6 มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	4.60	0.55	มากที่สุด
รวม	4.53	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายศิลปะสมัยลพบุรีที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\bar{X}=4.80.$, SD. = 0.45). ความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\bar{X}=4.20.$, SD. = 0.45). มีความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ ($\bar{X}=4.40.$, SD. = 0.55). มีสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\bar{X}=4.60.$, SD. = 0.55). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.60.$, SD. = 0.55). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\bar{X}=4.60.$, SD. = 0.55). .โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=4.53.$, SD. = 0.51). แผลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมาก

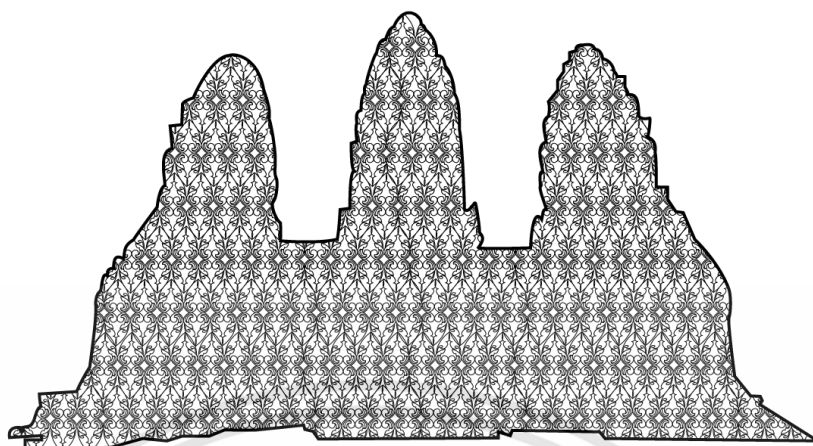


ภาพที่ 4.88 ภาพแสดงลายดอกทานตะวัน รูปแบบที่ 3
ภาพโดย : ธิตาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาลวดลายดอกทานตะวัน จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 3

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 3		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	3.20	1.10	ปานกลาง
2 มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	3.40	1.34	ปานกลาง
3 มีความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์	4.00	0.71	มาก
4 มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	3.40	0.89	ปานกลาง
5 มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	3.00	1.41	ปานกลาง
1.6 มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	3.80	1.10	มาก
รวม	3.47	1.09	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายศิลปะสมัยลพบุรีที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\bar{X}=3.20$, SD. = 1.10). มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\bar{X}=3.40$, SD. = 1.34). มีความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ ($\bar{X}=4.00$, SD. = 0.71). มีสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\bar{X}=3.40$, SD. = 0.89). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=3.00$, SD. = 1.41). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\bar{X}=3.80$, SD. = 1.10). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.47$, SD. = 1.09). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมปานกลาง

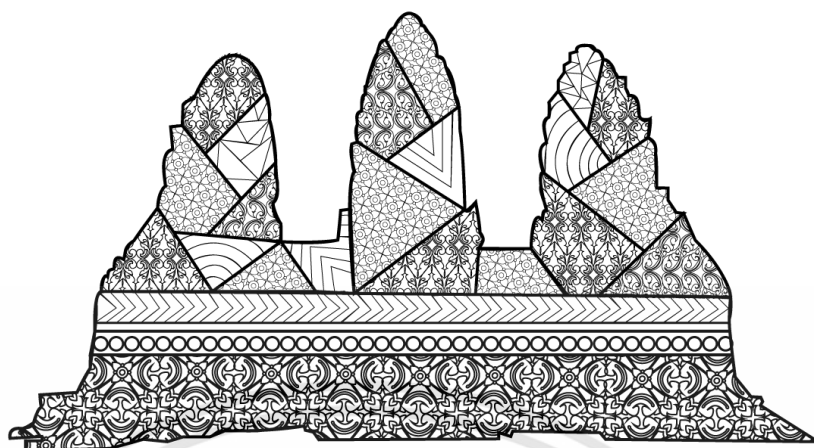


ภาพที่ 4.89 ภาพแสดงลวดลายพระปรางค์ 3 ยอด รูปแบบที่ 1
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเทีย (2562)

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาลวดลายพระปรางค์ 3 ยอด จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 1

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 1		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	4.20	0.84	มาก
2 ความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	4.80	0.45	มากที่สุด
3 ความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์	4.20	0.45	มาก
4 มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	3.80	0.45	มาก
5 ความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	5.00	0.00	มากที่สุด
1.6 มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	3.80	0.45	มาก
รวม	3.47	0.44	มาก

จากตารางที่ 4.8 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายศิลปะสมัยลพบุรีที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\bar{X}=4.20$, $SD. = 0.84$). ความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\bar{X}=4.80$, $SD. = 0.45$). มีความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ ($\bar{X}=4.20$, $SD. = 0.45$). มีสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\bar{X}=3.80$, $SD. = 0.45$). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=5.00$, $SD. = 0.00$). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\bar{X}=3.80$, $SD. = 0.45$). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.47$, $SD. = 0.44$). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมาก

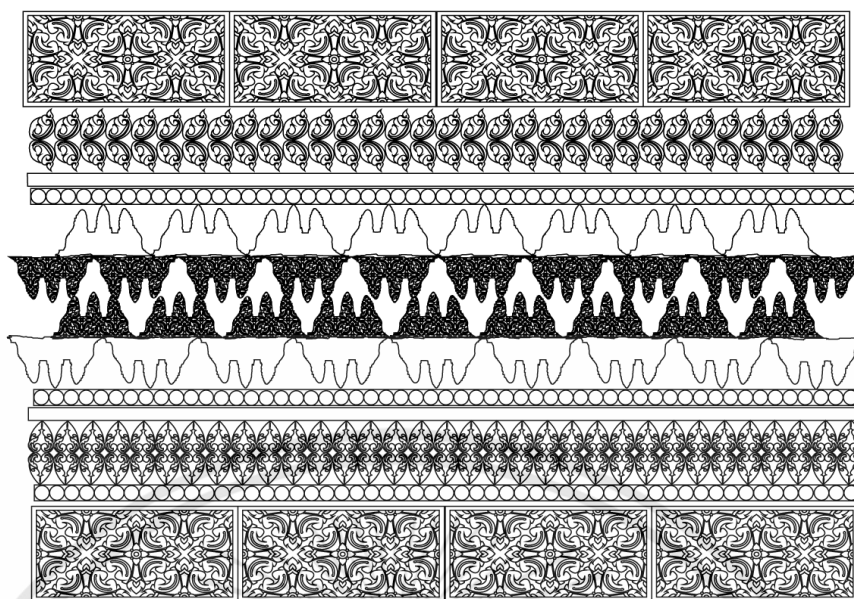


ภาพที่ 4.90 ภาพแสดงลวดลายพระปรางค์ 3 ยอด รูปแบบที่ 2
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาลวดลายพระปรางค์ 3 ยอด จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 2

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 2		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	3.20	1.10	ปานกลาง
2 มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	3.40	1.34	ปานกลาง
3 มีความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์	4.00	0.71	มาก
4 มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	3.40	0.89	ปานกลาง
5 มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	3.00	1.41	ปานกลาง
1.6 มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	3.80	1.10	มาก
รวม	3.47	1.09	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายศิลปะสมัยลพบุรีที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\bar{X}=3.20$, SD. = 1.10). มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\bar{X}=3.40$, SD. = 1.34). มีความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ ($\bar{X}=4.00$, SD. = 0.71). มีสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\bar{X}=3.40$, SD. = 0.89). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=3.00$, SD. = 1.41). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\bar{X}=3.80$, SD. = 1.10). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.47$, SD. = 1.09). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมาก



ภาพที่ 4.91 ภาพแสดงลวดลายพระปรารักษ์ 3 ยอด รูปแบบที่ 3

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล การพัฒนาลวดลายพระปรารักษ์ 3 ยอด จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 3

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 3		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	4.80	0.45	มากที่สุด
2 มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	4.20	0.45	มาก
3 มีความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์	4.40	0.55	มาก
4 มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	4.60	0.55	มากที่สุด
5 มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	4.60	0.55	มากที่สุด
1.6 มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	4.60	0.55	มากที่สุด
รวม	4.53	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายศิลปะสมัยลพบุรีที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\bar{X}=4.80.$, SD. = 0.45). มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\bar{X}=4.20.$, SD. = 0.45). มีความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ ($\bar{X}=4.40.$, SD. = 0.55). มีสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\bar{X}=4.60.$, SD. = 0.55). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.60.$, SD. = 0.55). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\bar{X}=4.60.$, SD. = 0.55). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=4.53.$, SD. = 0.51). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมากที่สุด

4.2.1 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย

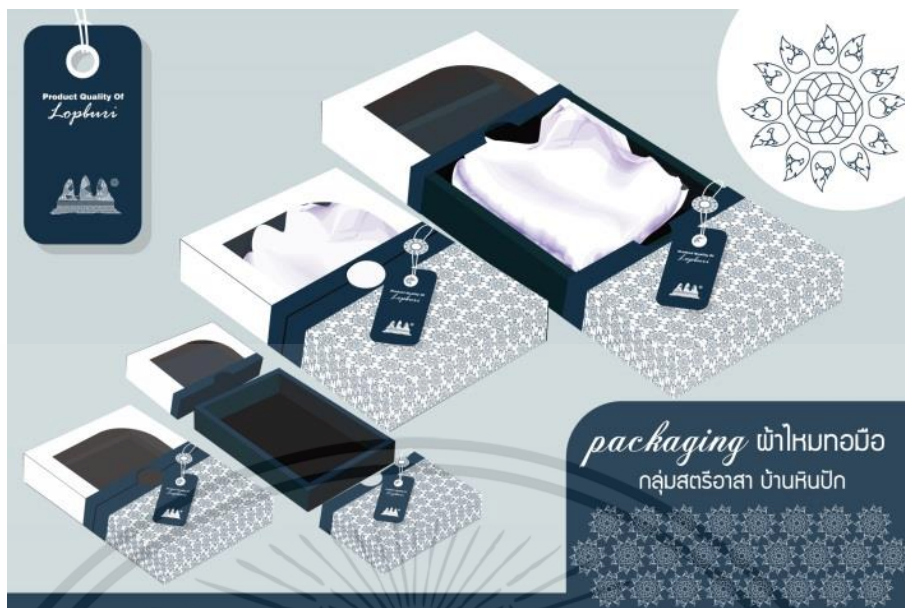
การออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยตามแนวทาง ศิลปะสมัยลพบุรีที่ผ่านการวิเคราะห์ ว่าเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยลวดลายที่ประยุกต์จากศิลปะสมัยลพบุรี การออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย โดยการนำ ลวดลายจากลวดลายศิลปะสมัยลพบุรีที่ผ่านการวิเคราะห์โดยผู้เชี่ยวชาญโดยพัฒนาผลิตภัณฑ์พัฒนาทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ได้ขับเคลื่อนโครงการส่งเสริมชุมชนคุณธรรมน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 4.92 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ CPOT ลพบุรี
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

จากภาพ 4.92 ได้แสดงผลิตภัณฑ์ CPOT ลพบุรี ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาต่อยอดมาจากวัฒนธรรมไทย มีคุณค่า ความหมาย เรื่องราว ด้านวัฒนธรรม อันเป็นรากเหง้าที่ได้รับการสืบสาน สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ บ่งบอก อัตลักษณ์ เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ สร้างเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ 1. อาหาร 2. ผ้า ผลิตภัณฑ์จากผ้า 3. เครื่องประดับ 4. ของใช้ ของตกแต่ง 5. ศิลปะการแสดง ศิลปะการต่อสู้ การละเล่น ให้มีการผลิตที่สร้างขึ้นโดยนำรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ตามสมัยนิยม สอดคล้องกับความต้องการของคนในสังคม และมีมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับศักยภาพของแต่ละชุมชนว่าสินค้าภูมิปัญญาเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.93 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ผ้าไหม

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ผ้าไหม จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าไหม		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	4.20	0.84	มาก
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	4.80	0.45	มากที่สุด
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.20	0.45	มาก
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	4.60	0.55	มากที่สุด
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.56	0.46	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ผ้าไหม จากศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X}=4.20$., SD. = 0.45). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X}=4.80$., SD. = 0.45). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X}=4.20$., SD. = 0.45). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X}=4.60$., SD. = 0.55). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน (\bar{X} ไม่ต่ำกว่า 5.00., SD. = 0.00). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=4.56$., SD. = 0.46). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมากที่สุด



ภาพที่ 4.94 ภาพแสดงลวดลายทอผ้าไหม

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ลวดลายทอผ้าไหม จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาลวดลายทอผ้าไหม		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	3.60	1.52	มาก
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	4.40	0.89	มาก
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	3.20	1.30	ปานกลาง
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	3.20	0.45	ปานกลาง
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	4.40	0.55	มาก
รวม	3.76	0.94	มาก

จากตารางที่ 4.12 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาลวดลายทอผ้าไหม จากศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X}=3.60.$, SD. = 1.52). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X}=4.40.$, SD. = 0.89). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X}=3.20.$, SD. = 1.30). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X}=3.20.$, SD. = 0.45). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน ($\bar{X}=4.40.$, SD. = 0.55). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.76.$, SD. = 0.94). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมาก



ภาพที่ 4.95 ภาพแสดงลายพิมพ์ผ้า

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ลายพิมพ์ผ้า จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาลายพิมพ์ผ้า		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	4.40	0.55	มาก
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	4.60	0.55	มากที่สุด
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.00	0.71	มาก
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	4.00	0.71	มาก
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน	4.80	0.45	มากที่สุด
รวม	4.36	0.59	มาก

จากตารางที่ 4.13 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ลายพิมพ์ผ้า จากศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X}=4.40$, SD. = 0.55). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X}=4.60$, SD. = 0.55). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X}=4.00$, SD. = 0.71). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X}=4.00$, SD. = 0.71). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน ($\bar{X}=4.80$, SD. = 0.45). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=4.36$, SD. = 0.59). แปลผล อยู่ใน ระดับ มีความเหมาะสมมาก



ภาพที่ 4.96 ภาพแสดงเฟอร์นิเจอร์โคมไฟ
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์โคมไฟ จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาเฟอร์นิเจอร์โคมไฟ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	3.40	1.52	ปานกลาง
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	3.00	0.71	ปานกลาง
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	3.40	1.34	ปานกลาง
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	3.20	0.84	ปานกลาง
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน	3.60	1.34	มาก
รวม	3.32	1.15	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์โคมไฟ จากศิลปะสมัย
ลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความ
คิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X} = 3.40.$, $SD. = 1.52$). มีรูปลักษณ์
ที่สวยงาม ($\bar{X} = 3.00.$, $SD. = 0.71$). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X} = 3.40.$, $SD. = 1.34$). มีความ
เหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X} = 3.20.$, $SD. = 0.84$). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน (\bar{X}
= 3.60., $SD. = 1.34$). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.32.$, $SD. = 1.15$). แปลผล อยู่ใน
ระดับ มีความเหมาะสมปานกลาง



ภาพที่ 4.97 ภาพแสดงของใช้ส่วนตัวแก้วน้ำ
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของใช้ส่วนตัวแก้วน้ำ จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาของใช้ส่วนตัวแก้วน้ำ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	4.20	0.84	มาก
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	4.80	0.45	มากที่สุด
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.20	1.45	มาก
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	4.60	0.55	มากที่สุด
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.56	0.46	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของใช้ส่วนตัวแก้วน้ำ จากศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X}=4.20.$, $SD. = 0.84$). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X} = 4.80.$, $SD. = 0.45$). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X}=4.20.$, $SD. = 1.45$). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.60.$, $SD. = 0.55$). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน ($\bar{X}=5.00.$, $SD. = 0.00$). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=4.56.$, $SD. = 0.46$). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมากที่สุด



ภาพที่ 4.98 ภาพแสดงของใช้สำนักงานแทนวางมือถือ
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของใช้สำนักงานแทนวางมือถือ จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาของใช้สำนักงานแทนวางมือถือ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	4.80	0.45	มากที่สุด
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	3.40	1.14	ปานกลาง
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	2.80	0.84	ปานกลาง
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	3.00	0.71	ปานกลาง
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	2.80	0.45	ปานกลาง
รวม	3.36	0.72	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.16 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของใช้สำนักงานแทนวางมือถือ จากศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X}=4.80.$, $SD. = 0.45$). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X} = 3.40.$, $SD. = 1.14$). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X}=2.80.$, $SD. = 0.84$). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X}=3.00.$, $SD. = 0.71$). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน ($\bar{X}=2.80.$, $SD. = 0.45$). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.36.$, $SD. = 0.72$). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมปานกลาง



ภาพที่ 4.99 ภาพแสดงนาฬิกาข้อมือ

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นาฬิกาข้อมือ จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	2.40	0.89	น้อย
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	2.80	0.84	ปานกลาง
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	2.80	0.84	ปานกลาง
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	3.00	1.00	ปานกลาง
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	2.80	0.84	ปานกลาง
รวม	2.76	0.88	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.17 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นาฬิกาข้อมือ จากศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{x}=2.40$, SD. = 0.89). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{x}=2.80$, SD. = 0.84). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{x}=2.80$, SD. = 0.84). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{x}=3.00$, SD. = 1.00). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน ($\bar{x}=2.80$, SD. = 0.84). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{x}=2.76$, SD. = 0.88). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมปานกลาง



ภาพที่ 4.100 ภาพแสดงจี้แพชั่นสำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมือ
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ จี้แพชั่นสำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมือ จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนา จี้แพชั่นสำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมือ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	4.20	1.30	มาก
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	4.40	0.89	มาก
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.40	0.55	มาก
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	4.40	0.55	มาก
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.48	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.18 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จี้แพชั่นสำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมือ จากศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.20$., SD. = 1.30). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X} = 4.40$., SD. = 0.89). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X} = 4.40$., SD. = 0.55). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.40$., SD. = 0.55). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน ($\bar{X} = 5.00$., SD. = 0.00). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.48$., SD. = 0.66). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมาก



ภาพที่ 4.101 ภาพแสดงยางรัดผม กีบติดผม ที่คาดผม
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ยางรัดผม กีบติดผม ที่คาดผม จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนา ยางรัดผม กีบติดผม ที่คาดผม		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	3.80	1.30	มาก
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	3.60	1.52	มาก
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	3.80	0.84	มาก
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	2.80	0.84	ปานกลาง
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	3.20	1.10	ปานกลาง
รวม	3.44	1.12	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.19 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ยางรัดผม กีบติดผม ที่คาดผม จาก
ศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดม
ความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X} = 3.80.$, SD. =
1.30) มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X} = 3.60.$, SD. = 1.52) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X} = 3.80.$, SD.
= 0.84) มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X} = 2.80.$, SD. = 0.84) มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภาย
หลังจากการใช้งาน ($\bar{X} = 3.20.$, SD. = 1.10) โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.44.$, SD. =
1.12). แผลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมปานกลาง



ภาพที่ 4.102 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ปลาส้มฟัก
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ปลาส้มฟัก จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนา บรรจุภัณฑ์ปลาส้มฟัก		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	3.40	1.52	ปานกลาง
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	3.00	0.71	ปานกลาง
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	3.40	1.34	ปานกลาง
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	3.20	0.84	ปานกลาง
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	4.00	1.41	มาก
รวม	3.40	1.16	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.20 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ปลาส้มฟัก จากศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมกับขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิดความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X} = 3.40$, SD. = 1.52). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X} = 3.00$, SD. = 0.71). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X} = 3.40$, SD. = 1.34). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X} = 3.20$, SD. = 0.84). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน ($\bar{X} = 4.00$, SD. = 1.41). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.40$, SD. = 1.16). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมปานกลาง



ภาพที่ 4.103 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มดินสอพอง
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ไข่เค็มดินสอพอง จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนา บรรจุภัณฑ์ไข่เค็มดินสอพอง		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	4.20	1.30	มาก
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	4.40	0.89	มาก
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.60	0.55	มากที่สุด
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	4.40	0.55	มาก
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.52	0.66	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.21 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ปลาสามพัก จากศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมกับขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิดความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.20$, $SD. = 1.30$). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X} = 4.40$, $SD. = 0.89$). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X} = 4.60$, $SD. = 0.55$). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.40$, $SD. = 0.55$). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน ($\bar{X} = 5.00$, $SD. = 0.00$). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.52$, $SD. = 0.66$). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมากที่สุด



ภาพที่ 4.104 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์เมล็ดทานตะวันอบแห้ง
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์เมล็ดทานตะวันอบแห้ง จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนา บรรจุภัณฑ์เมล็ดทานตะวันอบแห้ง		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	4.00	1.00	มาก
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	4.00	1.00	มาก
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.00	0.71	มาก
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	4.20	0.84	มาก
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	4.20	1.10	มาก
รวม	4.08	0.93	มาก

จากตารางที่ 4.22 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์พลาสติก จากศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมกับขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด
ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.00$, SD. = 1.00). มี
รูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X} = 4.00$, SD. = 1.00). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X} = 4.00$, SD. = 0.71). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.20$, SD. = 0.84). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจาก
การใช้งาน ($\bar{X} = 4.20$, SD. = 1.10). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.08$, SD. = 0.93).
แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมาก



ภาพที่ 4.105 ภาพแสดงเครื่องหมายการค้า กลุ่มจักสานท่าบลมหาสอน
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายการค้ากลุ่มจักสานท่าบลมหาสอน จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนา เครื่องหมายการค้า		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	3.40	1.52	ปานกลาง
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	2.80	0.84	ปานกลาง
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	3.40	1.34	ปานกลาง
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	3.00	1.00	ปานกลาง
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	3.00	1.22	ปานกลาง
รวม	3.12	1.18	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.23 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายการค้ากลุ่มจักสานท่าบลมหาสอน จากศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X} = 3.40$, $SD. = 1.52$). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X} = 2.80$, $SD. = 0.84$). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X} = 3.40$, $SD. = 1.34$). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X} = 3.00$, $SD. = 1.00$). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน ($\bar{X} = 3.00$, $SD. = 1.22$). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.12$, $SD. = 1.18$). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมาก



ภาพที่ 4.106 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ เลือกกบ้านท่าดินดำ
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ เลือกกบ้านท่าดินดำ จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนา บรรจุภัณฑ์ เลือกกบ้านท่าดินดำ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	4.20	1.30	มาก
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	4.40	0.89	มาก
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.40	0.55	มาก
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	4.40	0.55	มาก
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.48	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.24 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ เลือกกบ้านท่าดินดำ จากศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.20$, $SD. = 1.30$) มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X} = 4.40$, $SD. = 0.89$) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X} = 4.40$, $SD. = 0.55$) มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.40$, $SD. = 0.55$) มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน ($\bar{X} = 5.00$, $SD. = 0.00$) โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.48$, $SD. = 0.66$). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมาก



ภาพที่ 4.107 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์กระเป๋าดักเชือกมัดฟาง
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์กระเป๋าดักเชือกมัดฟาง จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนา บรรจุภัณฑ์กระเป๋าดักเชือกมัดฟาง		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	3.60	1.34	มาก
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	2.60	0.89	ปานกลาง
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	3.60	1.14	มาก
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	2.80	0.84	ปานกลาง
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	4.20	1.10	มาก
รวม	3.36	1.06	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.25 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์กระเป๋าดักเชือกมัดฟาง จากศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X}=3.60$, SD. = 1.34) มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X}=2.60$, SD. = 0.89) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X}=3.60$, SD. = 1.14) มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X}=2.80$, SD. = 0.84) มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน ($\bar{X}=4.20$, SD. = 1.10) โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.36$, SD. = 1.06). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมปานกลาง



ภาพที่ 4.108 ภาพแสดงเสื้อยืด ที่ระลึกจังหวัดลพบุรี

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เสื้อยืดที่ระลึกจังหวัดลพบุรี จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาเสื้อยืดที่ระลึกจังหวัดลพบุรี		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	3.40	1.52	ปานกลาง
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	2.80	0.84	ปานกลาง
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	3.40	1.34	ปานกลาง
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	3.00	1.00	ปานกลาง
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน	3.00	1.22	ปานกลาง
รวม	3.12	1.18	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.26 นำปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เสื้อยืดที่ระลึกจังหวัดลพบุรี ศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิดความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X}=3.40.$, SD. = 1.52). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X}=2.80.$, SD. = 0.84). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X}=3.40.$, SD. = 1.34). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X}=3.00.$, SD. = 1.00). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน ($\bar{X}=3.00.$, SD. = 1.22). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.12.$, SD. = 1.18). แพลตฟอร์มอยู่ในระดับ มีความเหมาะสมปานกลาง



ภาพที่ 4.109 ภาพแสดงผ้าพันคอแฟชั่น

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ้าพันคอแฟชั่น จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	\bar{X}	S.D.	รูปแบบพัฒนา ผ้าพันคอแฟชั่น
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	4.80	0.45	มากที่สุด
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	4.80	0.45	มากที่สุด
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	5.00	0.00	มากที่สุด
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	4.40	0.55	มาก
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.80	0.29	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.27 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ้าพันคอแฟชั่น ศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมกับขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X}=4.80.$, $SD. = 0.45$). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X}=4.80.$, $SD. = 0.45$). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X}=5.00.$, $SD. = 0.00$). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X}=4.40.$, $SD. = 0.55$). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน ($\bar{X}=5.00.$, $SD. = 0.00$). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=4.80.$, $SD. = 0.29$). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมากที่สุด



ภาพที่ 4.110 ภาพแสดงหมวกที่ระลึก จ.ลพบุรี

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.28 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมวกที่ระลึก จ.ลพบุรี จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาหมวกที่ระลึก จ.ลพบุรี		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	3.60	1.34	มาก
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	2.60	0.89	ปานกลาง
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	3.60	1.14	มาก
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	2.80	0.84	ปานกลาง
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	4.20	1.10	มาก
รวม	3.36	1.06	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.28 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมวกที่ระลึก จ.ลพบุรี ศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X}=3.60.$, $SD. = 1.34$). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X}=2.60.$, $SD. = 0.89$). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X}=3.60.$, $SD. = 1.14$). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X}=2.80.$, $SD. = 0.84$). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน ($\bar{X}=4.20.$, $SD. = 1.10$). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.36.$, $SD. = 1.06$). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมปานกลาง



ภาพที่ 4.111 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์พวงกุญแจที่ระลีกทองเหลือง
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.29 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์พวงกุญแจที่ระลีกทองเหลือง จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนา หมวกที่ระลีก จ.ลพบุรี		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	3.40	1.52	ปานกลาง
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	2.80	0.84	ปานกลาง
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	3.40	1.34	ปานกลาง
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	3.00	1.00	ปานกลาง
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	3.00	1.22	ปานกลาง
รวม	3.12	1.18	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.29 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์พวงกุญแจที่ระลีกทองเหลือง ศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X}=3.40$, SD. = 1.52). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X}=2.80$, SD. = 0.84). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X}=3.40$, SD. = 1.34). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X}=3.00$, SD. = 1.00). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน ($\bar{X}=3.00$, SD. = 1.22). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.12$, SD. = 1.18). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมปานกลาง



ภาพที่ 4.112 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์แก้วเบญจรงค์

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.30 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์แก้วเบญจรงค์ จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนา บรรจุภัณฑ์แก้วเบญจรงค์		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	4.80	0.45	มากที่สุด
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	3.40	1.14	ปานกลาง
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	2.80	0.84	ปานกลาง
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	3.00	0.71	ปานกลาง
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	2.80	0.45	ปานกลาง
รวม	3.36	0.72	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.30 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์แก้วเบญจรงค์ ศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.80$., $SD. = 0.45$). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X} = 3.40$., $SD. = 1.14$). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X} = 2.80$., $SD. = 0.84$). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X} = 3.00$., $SD. = 0.71$). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน ($\bar{X} = 2.80$., $SD. = 0.45$). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.36$., $SD. = 0.72$). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมปานกลาง



ภาพที่ 4.113 ภาพแสดงลวดลายแก้วเบญจรงค์ร่วมสมัย
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.31 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ลวดลายแก้วเบญจรงค์ร่วมสมัย จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนา ลวดลายแก้วเบญจรงค์ร่วมสมัย		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	5.00	0.00	มากที่สุด
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	4.80	0.45	มากที่สุด
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.80	0.45	มากที่สุด
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	4.40	0.55	มาก
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	4.80	0.45	มากที่สุด
รวม	4.76	0.38	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.31 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ลวดลายแก้วเบญจรงค์ร่วมสมัย ศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบพร้อมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X} = 5.00$, $SD. = 0.00$) มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X} = 4.80$, $SD. = 0.45$) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X} = 4.80$, $SD. = 0.45$) มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.40$, $SD. = 0.55$) มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน ($\bar{X} = 4.80$, $SD. = 0.45$) โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.76$, $SD. = 0.38$) แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมากที่สุด



ภาพที่ 4.114 ภาพแสดงร้านกาแฟจุดชมทุ่งทานตะวัน
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.32 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ร้านกาแฟจุดชมทุ่งทานตะวัน จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนา ร้านกาแฟจุดชมทุ่งทานตะวัน		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	4.80	0.45	มากที่สุด
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	3.80	0.45	มาก
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.80	0.45	มากที่สุด
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	4.40	0.55	มาก
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	4.40	0.89	มาก
รวม	4.44	0.56	มาก

จากตารางที่ 4.32 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ร้านกาแฟจุดชมทุ่งทานตะวัน ศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.80$, $SD. = 0.45$) มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X} = 3.80$, $SD. = 0.45$) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X} = 4.80$, $SD. = 0.45$) มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.40$, $SD. = 0.55$) มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน ($\bar{X} = 4.40$, $SD. = 0.89$) โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.40$, $SD. = 0.56$) แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมาก



ภาพที่ 4.115 ภาพแสดงตกแต่งรถรางชมเมืองลพบุรี
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.33 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตกแต่งรถรางชมเมืองลพบุรี จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนา ตกแต่งรถรางชมเมืองลพบุรี		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	4.80	0.45	มากที่สุด
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	3.40	1.14	ปานกลาง
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	2.80	0.84	ปานกลาง
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	3.00	0.71	ปานกลาง
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	2.80	0.45	ปานกลาง
รวม	3.36	0.72	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.33 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตกแต่งรถรางชมเมืองลพบุรี ศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมกับขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด
ความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.80$, $SD. = 0.45$). มี
รูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X} = 3.40$, $SD. = 1.14$). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X} = 2.80$, $SD. = 0.84$). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X} = 3.00$, $SD. = 0.71$). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจาก
การใช้งาน ($\bar{X} = 2.80$, $SD. = 0.45$). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.36$, $SD. = 0.72$).
แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมปานกลาง



ภาพที่ 4.116 ภาพแสดงโลโก้เพจเรารักลพบุรี

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.34 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โลโก้เพจเรารักลพบุรี จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนา แสดงโลโก้เพจเรารักลพบุรี		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	3.40	0.55	ปานกลาง
2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	3.20	0.45	ปานกลาง
3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	2.80	0.84	ปานกลาง
4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน	2.60	0.55	ปานกลาง
5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน	3.80	0.84	มาก
รวม	3.16	0.64	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.34 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แสดงโลโก้เพจเรารักลพบุรีศิลปะสมัยลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวความคิดจากการระดมความคิดความคิดเห็น มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X} = 3.40$, SD. = 0.55). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X} = 3.20$, SD. = 0.45). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X} = 2.80$, SD. = 0.84). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X} = 2.60$, SD. = 0.55). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งาน ($\bar{X} = 3.80$, SD. = 0.84). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.16$, SD. = 0.64). แปลผล อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมปานกลาง

4.3 ผลการประเมินความพึงพอใจ

หลังจากผู้วิจัยทำการสรุปแบบร่าง และสร้างหุ่นจำลองต้นแบบแล้ว ผู้วิจัยจึงนำหุ่นจำลองต้นแบบ ไปประเมินความพึงพอใจ จากผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จำนวน 225 คน (ตามตารางสำเร็จรูป Yamane ตามค่าความคาดเคลื่อน 5%) เพื่อสอบถามความพึงพอใจในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย โดยผลการประเมินความพึงพอใจ ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้



ภาพที่ 4.117 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ผ้าไหม

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.35 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ผ้าไหม

ประเมินผลการออกแบบ	n=222		
	รูปแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าไหม		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.29	1.18	มาก
2 มีความปลอดภัยในการใช้งาน	3.95	0.80	มาก
3 ใช้วัสดุที่เหมาะสม	3.24	0.81	ปานกลาง
4 มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม	3.89	0.76	มาก
5 มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.48	0.85	ปานกลาง
6.มีราคาที่เหมาะสม (ราคาอยู่ที่ 300-400 บาท)	4.64	0.49	มากที่สุด
รวม	3.77	0.88	มาก

จากตารางที่ 4.35 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อผู้บริโภคในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยศิลปะลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{x}=4.29$, SD. = 1.18). มีความปลอดภัยในการใช้งาน ($\bar{x}=3.95$, SD. = 0.80). ใช้วัสดุที่เหมาะสม ($\bar{x}=3.24$, SD. = 0.81). มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม ($\bar{x}=3.89$, SD. = 0.76). มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=3.48$, SD. = 0.85). มีราคาที่เหมาะสม ราคาอยู่ที่ 300-400 บาท ($\bar{x}=4.64$, SD. = 0.49). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{x}=3.77$, SD. = 0.88). แปลผล อยู่ในระดับ มีความพอใจในระดับมาก



ภาพที่ 4.118 ภาพแสดงของใช้ส่วนตัวแก้วน้ำ

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.36 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการประเมินความพึงพอใจต่อของใช้ส่วนตัวแก้วน้ำ

ประเมินผลการออกแบบ	n=222		
	รูปแบบพัฒนา ของใช้ส่วนตัวแก้วน้ำ		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.20	1.15	มาก
2 มีความปลอดภัยในการใช้งาน	3.96	0.82	มาก
3 ใช้วัสดุที่เหมาะสม	3.61	0.93	มาก
4 มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม	4.51	0.67	มากที่สุด
5 มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.86	0.78	มาก
6.มีราคาที่เหมาะสม (ราคาอยู่ที่ 200-300 บาท)	3.35	0.87	ปานกลาง
รวม	4.03	0.87	มาก

จากตารางที่ 4.36 นำมาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อผู้บริโภคในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยศิลปะลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X}=4.20$, SD. = 1.15) มีความปลอดภัยในการใช้งาน ($\bar{X}=3.61$, SD. = 0.93). วัสดุที่เหมาะสม ($\bar{X}=3.61$, SD. = 0.93). มีรูปร่างทรงที่สวยงาม ($\bar{X}=4.51$, SD. = 0.67). มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=3.86$, SD. = 0.78). มีราคาที่เหมาะสม ราคาอยู่ที่ 200-300 บาท ($\bar{X}=3.35$, SD. = 0.87). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=4.03$, SD. = 0.87). แปลผล อยู่ในระดับ มีความพอใจในระดับมาก



ภาพที่ 4.119 ภาพแสดงจี้แฟชั่นสำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมือ
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.37 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการประเมินความพึงพอใจต่อจี้แฟชั่นสำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมือ

ประเมินผลการออกแบบ	n=222		
	รูปแบบพัฒนาจี้แฟชั่น		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	3.87	0.85	มาก
2 มีความปลอดภัยในการใช้งาน	4.07	0.95	มาก
3 วัสดุที่เหมาะสม	3.70	0.96	มาก
4 มีรูปร่างทรงที่สวยงาม	3.62	0.94	มาก
5 มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์	4.52	0.60	มากที่สุด
6 มีราคาที่เหมาะสม (ราคาอยู่ที่ 500-600 บาท)	3.65	1.15	มาก
รวม	3.95	0.86	มาก

จากตารางที่ 4.37 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อผู้บริโภคในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยศิลปะลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{x}=3.87$, SD. = 0.85). มีความปลอดภัยในการใช้งาน ($\bar{x}=4.07$, SD. = 0.95). วัสดุที่เหมาะสม ($\bar{x}=3.70$, SD. = 0.96). มีรูปร่างทรงที่สวยงาม ($\bar{x}=3.62$, SD. = 0.94). มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=4.52$, SD. = 0.60). มีราคาที่เหมาะสม ราคาอยู่ที่ 500-600 บาท ($\bar{x}=3.65$, SD. = 1.15). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{x}=3.95$, SD. = 0.86). แปลผล อยู่ในระดับ มีความพอใจในระดับมาก



ภาพที่ 4.120 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มดินสอพอง

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.38 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มดินสอพอง

ประเมินผลการออกแบบ	n=222		
	รูปแบบพัฒนา บรรจุภัณฑ์ไข่เค็มดินสอพอง		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	3.89	0.95	มาก
2 มีความปลอดภัยในการใช้งาน	3.66	0.98	มาก
3 วัสดุที่เหมาะสม	3.90	1.05	มาก
4 มีรูปร่างทรงที่สวยงาม	3.86	1.01	มาก
5 มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.86	0.99	มาก
6.มีราคาที่เหมาะสม (ราคาอยู่ที่ 100-200 บาท)	3.98	0.90	มาก
รวม	3.83	1.00	มาก

จากตารางที่ 4.38 นำนํ้าปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อผู้บริโภคในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยศิลปะลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{x}=3.89$, SD. = 0.95). มีความปลอดภัยในการใช้งาน ($\bar{x}=3.66$, SD. = 0.98). ใช้วัสดุที่เหมาะสม ($\bar{x}=3.90$, SD. = 1.05). มีรูปร่างทรงที่สวยงาม ($\bar{x}=3.86$, SD. = 1.01). มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=3.86$, SD. = 0.99). มีราคาที่เหมาะสม ราคาอยู่ที่ 100-200 บาท ($\bar{x}=3.98$, SD. = 0.90).โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{x}=3.83$, SD. = 1.00). แผลผล อยู่ในระดับ มีความพอใจในระดับมาก



ภาพที่ 4.121 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ เลือกบ้านทำดินดำ

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.39 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ เลือกบ้านทำดินดำ

ประเมินผลการออกแบบ	n=222		
	รูปแบบพัฒนา บรรจุภัณฑ์ใช้เค็มดินสอพอง		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.01	1.01	มาก
2 มีความปลอดภัยในการใช้งาน	3.94	0.92	มาก
3 ใช้วัสดุที่เหมาะสม	3.48	1.33	ปานกลาง
4 มีรูปร่างทรงที่สวยงาม	3.48	1.42	ปานกลาง
5 มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.78	0.87	มาก
6 มีราคาที่เหมาะสม (ราคาอยู่ที่ 400-500 บาท)	3.84	0.97	มาก
รวม	3.74	1.11	มาก

จากตารางที่ 4.39 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อผู้บริโภคในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยศิลปะลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{x}=4.01$, SD. = 1.01). มีความปลอดภัยในการใช้งาน ($\bar{x}=3.94$, SD. = 0.92). วัสดุที่เหมาะสม ($\bar{x}=3.48$, SD. = 1.33). มีรูปร่างทรงที่สวยงาม ($\bar{x}=3.48$, SD. = 1.42). มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=3.78$, SD. = 0.87). มีราคาที่เหมาะสม ราคาอยู่ที่ 400-500 บาท ($\bar{x}=3.84$, SD. = 0.97). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{x}=3.74$, SD. = 1.11). แพลตฟอร์มอยู่ในระดับ มีความพอใจในระดับมาก



ภาพที่ 4.122 ภาพแสดงผ้าพันคอแฟชั่น

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.40 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการประเมินความพึงพอใจต่อผ้าพันคอแฟชั่น

ประเมินผลการออกแบบ	n=222		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.31	1.16	มาก
2 มีความปลอดภัยในการใช้งาน	3.97	0.78	มาก
3 วัสดุที่เหมาะสม	3.40	0.83	ปานกลาง
4 มีรูปร่างทรงที่สวยงาม	4.39	0.69	มาก
5 มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.74	0.81	มาก
6.มีราคาที่เหมาะสม (ราคาอยู่ที่ 300-400 บาท)	3.77	0.98	มาก
รวม	3.96	0.85	มาก

จากตารางที่ 4.40 นำปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อผู้บริโภคในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยศิลปะลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{x}=4.31$, SD. = 1.16). มีความปลอดภัยในการใช้งาน ($\bar{x}=3.97$, SD. = 0.78). ใช้วัสดุที่เหมาะสม ($\bar{x}=3.40$, SD. = 0.83). มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม ($\bar{x}=4.39$, SD. = 0.69). มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=3.74$, SD. = 0.81). มีราคาที่เหมาะสม ราคาอยู่ที่ 300-400 บาท ($\bar{x}=3.77$, SD. = 0.98). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{x}=3.96$, SD. = 0.85). แผลผล อยู่ในระดับ มีความพอใจในระดับมาก



ภาพที่ 4.123 ภาพแสดงลวดลายแก้วเบญจรงค์ร่วมสมัย

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.41 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการประเมินความพึงพอใจต่อลวดลายแก้วเบญจรงค์ร่วมสมัย

ประเมินผลการออกแบบ	n=222		
	รูปแบบพัฒนา		
	ลวดลายแก้วเบญจรงค์ร่วมสมัย		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	3.35	1.98	ปานกลาง
2 มีความปลอดภัยในการใช้งาน	4.00	0.82	มาก
3 ใช้วัสดุที่เหมาะสม	3.54	0.83	มาก
4 มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม	4.39	0.71	มาก
5 มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.85	0.80	มาก
6.มีราคาที่เหมาะสม (ราคาอยู่ที่ 200-300 บาท)	3.61	0.95	มาก
รวม	3.83	1.03	มาก

จากตารางที่ 4.41 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อผู้บริโภคในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยศิลปลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{x}=3.54$, SD. = 1.98). มีความปลอดภัยในการใช้งาน ($\bar{x}=4.00$, SD. = 0.82). ใช้วัสดุที่เหมาะสม ($\bar{x}=3.54$ SD. = 0.83). มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม ($\bar{x}=3.54$, SD. = 0.83). มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=4.39$, SD. = 0.71). มีราคาที่เหมาะสม ราคาอยู่ที่ 200-300 บาท ($\bar{x}=3.61$, SD. = 0.95). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{x}=3.83$, SD. = 1.03). แปลผล อยู่ในระดับ มีความพอใจในระดับมาก



ภาพที่ 4.124 ภาพแสดงร้านกาแฟจุดชมทิวทัศน์

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง (2562)

ตารางที่ 4.42 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการประเมินความพึงพอใจต่อร้านกาแฟจุดชมทิวทัศน์

ประเมินผลการออกแบบ	n=222		
	รูปแบบพัฒนา ร้านกาแฟจุดชมทิวทัศน์		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	3.57	1.46	มาก
2 มีความปลอดภัยในการใช้งาน	3.98	0.86	มาก
3 ใช้วัสดุที่เหมาะสม	3.66	1.23	มาก
4 มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม	3.93	1.19	มาก
5 มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.82	0.86	มาก
6.มีราคาที่เหมาะสม (ราคาอยู่ที่ 900-1,000 บาท)	3.63	0.99	มาก
รวม	3.79	1.12	มาก

จากตารางที่ 4.42 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อผู้บริโภคในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยศิลปะลพบุรี ที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็น มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X}=3.57$, SD. = 1.46). มีความปลอดภัยในการใช้งาน ($\bar{X}=3.98$, SD. = 0.86). ใช้วัสดุที่เหมาะสม ($\bar{X}=3.66$ SD. = 1.23). มีรูปร่างทรงที่สวยงาม ($\bar{X}=3.83$, SD. = 1.19). มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=3.82$, SD. = 0.86). มีราคาที่เหมาะสม ราคาอยู่ที่ 900-1,000 บาท ($\bar{X}=3.63$, SD. = 0.99). โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์นี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.79$, SD. = 1.12). แปลผล อยู่ในระดับ มีความพอใจในระดับมาก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษารวบรวมเอกสาร จากการศึกษาสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะลพบุรี การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดลพบุรี แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ส่งเสริมอัตลักษณ์ร่วมสมัยจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี จากนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำเสนอในรูปแบบของตารางและเรียงเรียงเป็นคำบรรยายในแต่ละขั้นตอนตามวัตถุประสงค์ ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และเสนอแนะข้อเสนอแนะเพื่อใช้ในการทำวิจัย ในครั้งต่อไป ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลการศึกษาด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลาย

ผลการศึกษา ศิลปะลพบุรี คือศิลปกรรมที่เกิดขึ้นในดินแดนอาณาจักรลพบุรี ในราวกลางพุทธศตวรรษที่ 1833.ศ.จนถึงสิ้นสุดที่ พ 18 คัดแย้งกับ“ศิลปะเขมรหรือขอมที่พบในประเทศไทย”คือ ศิลปะลพบุรี ตามความเห็นของศาสตราจารย์ หม่อมเจ้าสุภัทรดิศ ดิศกุล ในหนังสือ “ประวัติศาสตร์ศิลปะไทย (ฉบับย่อ) การเริ่มต้นและการสืบเนื่องงานช่างในศาสนา”ของศาสตราจารย์ ดร.สันติ เล็กสุขุม ใช้คำว่า “ศิลปะขอมในประเทศไทยหรือศิลปะลพบุรี” ที่ระบุว่าศิลปะลพบุรีเกิดขึ้นระหว่างพุทธศตวรรษที่ 16-18 การศึกษาศิลปะเขมรที่พบในประเทศไทยในปัจจุบัน นักวิชาการทางด้านประวัติศาสตร์ศิลปะส่วนใหญ่จึงเปลี่ยนมาเรียกว่า คำว่า “ลพบุรี” มาจากศัพท์ว่า ละโว้ ละโว้ปุระ เป็น ลพบุรี ตามลำดับแห่งการเพี้ยนมาตามยุคสมัย อยู่ที่บริเวณจังหวัดลพบุรี เกิดขึ้นหลังจากอิทธิพลทางการเมืองของอาณาจักรกัมพูชาหมดไป เกิดรัฐต่างๆ ที่มีบทบาทของตัวเองขึ้นทั่วไปในภาคเหนือและภาคกลางประเทศไทย ที่สำคัญคือรัฐพะเยา รัฐเชียงใหม่ รัฐสุโขทัย รัฐละโว้ รัฐต่างๆ เหล่านี้มีรูปการปกครองแบบนครรัฐ มีอาณาเขตในการปกครองไม่กว้างขวางมากนักและมีหลักฐานว่า ได้เป็นไมตรีกันใน ระยะแรกๆ เช่น ตำนานทางภาคเหนือกล่าวถึงการร่วมปรึกษาหารือกันในการสร้างเมืองเชียงใหม่ ระหว่างผู้ปกครอง รัฐพะเยา รัฐสุโขทัย และรัฐเชียงใหม่ ในพงศาวดารโยนกกล่าวถึงพระยารามเมืองและพระร่วงเคยไปเรียนในสำนักพระสุกทันต ฤๅษี ณ กรุงละโว้ เป็นต้น ลพบุรีในราวต้นพุทธศตวรรษที่ ๑๙ เป็นรัฐอิสระเช่นเดียวกับเชียงใหม่และสุโขทัย ทั้งนี้มีหลักฐานที่สำคัญคือในศิลา

จารึกสุโขทัย หลักที่ ๑ กล่าวถึงอาณาเขตสุโขทัยในรัชกาลพ่อขุนรามคำแหง (ครองราชย์ราว พ.ศ. ๑๘๒๒ - ราว ๑๘๔๒) ทางทิศใต้ว่ามีเมืองคณฑี (อยู่ใกล้กำแพงเพชร) เมืองพระบาง (นครสวรรค์) เมืองแพรก (สรรคบุรี) เมืองสุพรรณภูมิ (สุพรรณบุรีหรืออ่างทอง) เมือง เพชรบุรี และเมือง นครศรีธรรมราช จะเห็นได้ว่าเว้นกล่าวถึงเมืองลพบุรีเมืองใหญ่ซึ่งอยู่ทางใต้ มีผู้สันนิษฐานว่าอาจจะมี การทำสัญญาเป็นมิตรกันระหว่างสุโขทัยกับลพบุรี เช่นเดียวกับสุโขทัยได้ทำกับเมืองน่านใน พ.ศ. ๑๘๓๐ นอกจากนี้ในจดหมายเหตุจีนกล่าวถึงละโว้ส่งทูตไปจีนใน พ.ศ. ๑๘๓๒ และ พ.ศ. ๑๘๔๒ เป็น หลักฐานแสดงให้เห็นถึงความเป็นอิสระของรัฐลพบุรีในต้นพุทธศตวรรษที่ ๑๙ ศิลปะลพบุรีจึงแตกต่าง จากศิลปะเขมรในไทยที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะเขมรในยุคก่อนหน้า และยังคงเหลือ สถาปัตยกรรม อันเป็นจุดเด่นของจังหวัดลพบุรี คือ พระปรางค์สามยอด และสถาปัตยกรรมอื่นๆ ได้แก่ ศาลพระกาฬ และปรางค์แขก ซึ่งเป็นศิลปกรรมที่สร้างได้อย่างศรัทธามาก เพราะ สร้างโดยไม่มีโครงเหล็กและปูนโอบ จากการสันนิษฐาน ในยุคนั้นน่าจะใช้อย่างไม้ชนิดหนึ่งที่เรียกว่า “ยางบงมา” เพราะเป็นยางที่เหนียว มาก ศิลปะลพบุรีจึงได้รับกลิ่นไอความเป็นเขมรผสมผสานกับการสร้างลักษณะเฉพาะของตนและส่ง ต่อไปเป็นต้นแบบให้แก่ศิลปะไทยสมัยอยุธยาตอนต้น โดยพิจารณาจากโบราณสถานที่หลงเหลืออยู่ คือ ปรางค์ประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี ปรางค์หมายเลข 16 ค. วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ลพบุรี ปรางค์วัดนครโกษา และโบราณวัตถุที่ปรากฏตลอดจนองค์ประกอบที่ใช้ตกแต่งสถาปัตยกรรม จำพวกลวดลายปูนปั้น เมื่อพิจารณาจากลักษณะลวดลาย รูปร่างรูปทรงและปริมาณของลวดลาย วัสดุและเทคนิคในการสร้างสรรค์ ปรากฏว่า ลวดลายที่บ่งบอกลักษณะที่เกิดในสมัยลพบุรี โดยไม่เกิด การซ่อมแซมในยุคหลัง และไม่ใช้รูปแบบของเขมรแท้ หรือแบบอยุธยา พบเพียงลวดลายที่ปรากฏ บริเวณปรางค์ประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ได้แก่ ลายบัวคว่ำ หรือ รูปกลีบบัว ลายหน้ากระดาน ลายสี่ดอก ลายแถวรูปหงส์ ลายกรวยเชิง และ ลายเฟืองอุบะ

5.1.2 สรุปผลการพัฒนาลวดลาย

ผลการศึกษา พัฒนาลวดลาย ผู้วิจัยทำการร่างแบบร่างรูปแบบลวดลาย โดยนำลวดลายเรขาคณิตมาประยุกต์กับสาม เวกลักษณะดั้งเดิมของจังหวัดลพบุรี คือพระปรางค์ 3 ยอด ลิง และทานตะวัน อันเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดลพบุรี ได้ผลการศึกษาว่า ประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่ รับรู้ถึงความมีเอกลักษณ์ของลวดลายเรขาคณิต เมื่อมีการ นำเสนอเรื่องราวที่มาของแนวความคิดในการออกแบบ ทำให้เกิดการรับรู้ได้ถึงลวดลายในระดับมาก แตกต่างจากงานวิจัยเดิม ที่ไม่มีการนำเรื่องราวที่มาของ แนวความคิดในการ ออกแบบและภาพของลวดลายส่วนประดับของพระปรางค์ประกอบทำให้เกิดการรับรู้ ได้ในระดับน้อย สมบัติ), (2555) ในการนำเสนอเรื่องราวที่มาของแนวความคิดในการออกแบบ และภาพของลวดลายประกอบเหล่านั้นเป็นการช่วยขยาย ประสบการณ์ส่วนบุคคลของผู้บริโภค เกิด เป็นเรื่องราว ประกอบผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์ได้ โดยง่าย ส่วนความสำคัญของการ สื่อของลวดลายนั้น ยังคงได้ผลสอดคล้องกับงานวิจัยเดิม กล่าวคือ บางส่วน เห็นว่าการสื่อความหมาย ของลายมีความจำเป็นและมีผล ต่อการตัดสินใจซื้อแต่บางส่วนเห็นว่าไม่จำเป็นขอให้มี การออกแบบ ลายและสีที่ เหมาะสม ผู้บริโภค สามารถ สร้างความหมายใหม่ให้กับตนเองจากลวดลายซึ่งอาจ ไม่ จำเป็นต้องตรงกับผู้ออกแบบต้องการให้เป็นยอมรับได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรสนิยมความพึงพอใจส่วนบุคคล สมบัติ), (2555) แต่เน้นจุดสนใจที่องค์ประกอบศิลป์ โดย ภาพรวมของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ หนึ่ง นั้นหมายถึงการ จัดโครงสร้างสีพื้นและลวดลาย ส่วนความชอบของแต่ละ เฉดสีเป็นภาวะ ส่วนบุคคล จากการวิจัยพบว่ากลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบสีส้มโดยรวมของผลิตภัณฑ์ใน ระดับมากที่สุด เนื่องจากมีความสวยงามแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสมบัติ และ

คณะ,(2545) นอกจากเห็นลักษณะทางกายภาพแล้ว ประชากร ตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ถึงคุณค่าของ คุณต้องการให้มีการพัฒนาลวดลายและสีให้เลือกหลากหลาย และมีการตัดงานหัตถศิลป์ ผู้บริโภคใจ ซื่อจากสีสนและลวดลาย สวยงามถูกใจ และสีสนความสวยงามของผลิตภัณฑ์มี ความสัมพันธ์ กับ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออย่างมี นัยสำคัญ และความหลากหลายด้านลวดลายมี ความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการซื้อภายในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ดังนั้นกลุ่ม ผู้ผลิตสามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ด้านการสร้างสรรค์ คุณค่า คือ การใช้ความได้เปรียบหรือจุดแข็งของ ผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาที่มีอยู่ มาสนองความต้องการ ของผู้บริโภคอย่างเหมาะสม ยกต่อการลอกเลียนแบบ สามารถสร้างราคาให้ สูงได้ตามความต้องการ ด้วยการ สร้างทัศนคติร่วมในคุณค่าแห่งผ้าไหมมัดหมี่ด้วยการยกระดับทาง สังคม เสรีและคณะ),(2556)

5.1.3 สรุปผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย

ผลการศึกษา พัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย เป็นรูปแบบการออกแบบร่วมสมัย ซึ่ง ได้แก่การนำเอา งานออกแบบที่เป็นที่นิยมในรูปแบบปัจจุบันมาผสมอย่างกลมกลืนกับรูปแบบต่างๆ ในอดีตโดยมี จุดประสงค์เพื่อการดึงเอาความรู้สึกหรืออารมณ์ จากรูปแบบในอดีตมาแต่ก่อกัน หรือเพิ่มรสให้กับงาน ออกแบบนั้นๆ และเป็นการทำให้งานออกแบบนั้นมีลักษณะข้ามกาลเวลา คือให้ความรู้สึกที่สมดุลกัน ทั้งสองยุค อย่างลงตัวและกลมกลืน โดยปกติแล้ว รูปแบบร่วมสมัยนี้ มักจะมีรูปแบบพื้นฐานเป็นงาน ออกแบบที่เรียบง่าย ไม่มี ลวดลายซับซ้อน จากนั้นจะตกแต่งให้สวยงามขึ้น หรือเพิ่มความรู้สึกหรือ แต่งรสด้วยของประดับ ตกแต่ง บางบางจุดหรือบางส่วนให้เด่นขึ้นมาอย่างมีความพอเหมาะพอดี หาก จะกล่าวอย่างจริงจัง รูปแบบร่วมสมัยจะเหมาะสมสำหรับผู้รักศิลปะในยุคต่างๆ ในอดีต แต่ไม่ ต้องการนำมาใช้ทั้งหมด โดยอาจจะ มี สาเหตุมาจากความไม่เหมาะสมในด้านประโยชน์ใช้สอย รวมทั้ง การนำเอารูปแบบในอดีตมาใช้ทั้งหมดอาจจะทำให้ดูมาก หรือ เกินไป จนขาดความรู้สึกที่พอดี "ล้น" งานออกแบบในรูปแบบร่วมสมัย จัดได้ว่าเป็นรูปแบบที่ ทำงานง่าย เนื่องจากแทบไม่มีข้อจำกัดใดๆ และยังปรับเปลี่ยน ได้ตามประโยชน์ใช้สอย แต่การออกแบบรูปแบบร่วมสมัยมาใช้ให้ดูดีกลับไม่ใช่ของ ง่ายเลยเนื่องจากการไร้ ข้อจำกัดของมันทำให้เหมือนกับการลอยเรือในทะเลหรือ มหาสมุทร หากไม่มี การกำหนดทิศทางหรือจุดมุ่งหมายให้ แน่นนอนแล้ว นักออกแบบแทบจะทำให้งานออกแบบออกมาดูดี ได้ยากและลำบากมาก ดังนั้น การออกแบบรูปแบบร่วมสมัยจะต้องมีการกำหนดจุดมุ่งหมายหรือ ทิศทางเสียก่อนว่าต้องการ ให้งานออกแบบตอบสนองต่อความต้องการใด จากนั้น จึงต้องมีการ กำหนด รูปแบบหลักและ รูปแบบรองที่จะนำมาผสมกันโดยรูปแบบหนึ่ง ในสองรูปแบบนี้ จะต้อง สามารถตอบสนองหรือสร้างความรู้สึกตามจุดประสงค์หลักที่ได้วางไว้ในข้างต้นได้ โดยเน้นที่ความ กลมกลืนกันเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยคือการหยิบยกเอากลิ่นอายความสวยงามของแบบในอดีตมา ผสมผสานให้เข้ากับการใช้งานหรือสภาพวิถีชีวิตในยุคสมัยใหม่ให้เกิดความสมดุล แลดูไม่ย้อนยุคมาก จนเกินไป โดยทั่วไปจะหยิบเอาความย้อนยุคในอดีตมาใช้เพียงแค่นั้นอย่างเท่านั้นเพื่อไม่ให้ดูแปลก แยกออกจากกันจนเกินไปจากความล้นที่มาจากแบบที่นำเอากลิ่นอายของอดีตจึงจะถูกตัด ทอนลงไปให้เหลือความพอดีเล็กน้อย สอดแทรกอยู่ตามมุมต่างๆหรือส่วนต่างๆ ให้เกิดมิติที่สวยงาม และน่ามอง ซึ่งในปัจจุบันนักออกแบบจะเน้นไปที่ความเรียบง่ายตามให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบันเน้นการ ใช้งานเป็นหลักโดยคำนึงถึงหลักที่สามรณนำไปประยุกต์ในการออกแบบ Joong yeal Park เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่ควรนำไปใช้ประโยชน์อื่นใด

ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง(2013)Journey of Jerrycan, Sustainable Local Product Design Development for SMEs Designers :A Case study from Kampala, Uganda ได้ผลการศึกษาว่า ผู้วิจัยทำการสร้างแบรนด์และผลิตภัณฑ์จาก วิถีชีวิตความเป็นอยู่ท้องถิ่นและตัวตนของ ชาว คัมปาลา

ประเทศอุกันดา เพื่อส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ SMEs ในท้องถิ่นโดยกระบวนการ ออกแบบ ได้ผ่านการประเมินตามเกณฑ์ต่าง ๆ โดยขั้นตอนการออกแบบจะได้รับการวิเคราะห์ ด้าน การใช้งาน ด้านอารมณ์ ด้านความหมาย และด้านผลการปฏิบัติงาน ซึ่งผลการประเมินที่ได้นั้นเกิด ความไม่แน่นอนจึงยากที่จะสรุปผลเป็นข้อมูลเชิงปริมาณเช่นเรื่องมุมมองของความสวยงามของคนใน ท้องถิ่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวอุกันดาเองแสดงปฏิกิริยาที่แตกต่างกันไป กับกระเป่า ที่ออกแบบขึ้นนี้ อาจจะเกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้ที่มีพื้นฐานมุมมองที่แตกต่างกัน โดยผลิตภัณฑ์ที่มี ข้อเสนอแนะจากการสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในเรื่องการใช้งานที่ต้อง มุ่งเน้นความแข็งแรงมากขึ้น

5.1.4 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย

ผู้วิจัยสอบถามความพึงพอใจด้านรูปแบบจากผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยศิลปะลพบุรี จำนวน 225 คน (ตามตารางสำเร็จรูป Yamane ตามค่าความคาดเคลื่อน 5%) พบว่า ความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยศิลปะลพบุรี ที่มีต่อรูปแบบแสดงบรรจุภัณฑ์ผ้าไหม ทั้ง 3 รูปแบบ อยู่ในระดับความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.77.$, $SD. = 0.88$). ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัวแก้วน้ำ ทั้ง 3 รูปแบบ อยู่ในระดับความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.03.$, $SD. = 0.87$). ผลิตภัณฑ์จี๊แพชั่นสำหรับ สร้อยคอและสร้อยข้อมือ อยู่ในระดับความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.95.$, $SD. = 0.86$). ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ไซเค็มดินสอพอง อยู่ในระดับความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.83.$, $SD. = 1.00$). ผลิตภัณฑ์แสดงบรรจุภัณฑ์ เสื้ออกบ้านทำดินดำ อยู่ในระดับความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} =3.74.$, $SD. = 1.11$). ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแพชั่น อยู่ในระดับความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.96.$, $SD. = 0.85$). ผลิตภัณฑ์ลวดลายแก้วเบญจรงค์ร่วมสมัย อยู่ในระดับความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} =3.83.$, $SD. = 1.03$). ผลิตภัณฑ์แสดงร้านค้าแพจูดชมทุ่งทานตะวัน อยู่ในระดับความพึงพอใจใน ระดับมาก ($\bar{X}=3.79.$, $SD. = 1.12$). โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แก้วเก็บความเย็น อยู่ในระดับความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.03.$, $SD. = 0.87$). ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ซึ่งผู้คนในยุคนี้ต่างตะ หนักรถึงปัญหาภาวะโลกร้อนที่เกิดจากการใช้พลาสติกสิ้นเปลืองที่ใช้แล้วทิ้งเป็นหนึ่งปัจจัย ผลิตภัณฑ์แก้วเก็บความเย็นนี้ มีความสะดวกสบายในการใช้งาน สามารถล้างแล้วนำกลับมาใช้ได้ใหม่ และด้วยลวดลายที่ได้รับการออกแบบ สีเส้นที่กระตุ้นความรู้สึก ให้นึกถึงความเป็นอดีต ความเป็นอัต ลักษณ์ลพบุรี ได้อย่างลงตัว ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแพชั่น อยู่ในระดับความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} =3.96.$, $SD. = 0.85$). เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้หลากหลาย เหมาะสมกับการใช้งาน ในชีวิตประจำวัน มีความสวยงามแปลกใหม่เหมาะแก่การซื้อใช้เองหรือนำไปเป็นของขวัญของที่ระลึก ตามวาระโอกาสต่างๆจึงเป็นที่น่าสนใจและสามารถบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดลพบุรีได้ เป็นอย่างดี และอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์คือ ผลิตภัณฑ์จี๊แพชั่นสำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมือ ($\bar{X}=3.95.$, $SD. = 0.86$). เนื่องจากมีความสวยงามแปลกตา ด้วยลวดลายที่พัฒนาจากศิลปะลพบุรี ที่คงไว้ด้วย เส้นที่ อัตลักษณ์ ความงดงามที่ร่วมสมัย เกิดเป็นลูกเล่นที่ทำให้เครื่องประดับชุดนี้มีความสมบูรณ์ สวยงาม น่าซื้อหา โดยผู้ประกอบการร้านค้าหรือกลุ่มชุมชน ผู้ผลิตต่างๆ สามารถนำไปประยุกต์ต่อ ยอด เป็นวัสดุอื่นๆหรือรูปแบบอื่นๆได้ตามเหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สงวนไว้สำหรับงานวิจัยที่ดำเนินการจัดทำขึ้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี พบว่า ในการศึกษา ศิลปะสมัยลพบุรีเพื่อประยุกต์ในการออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรีสำหรับนำไป พัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ที่จะมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นเข้ากับบริบทของสังคม ปัจจุบันด้วยความเป็นตัวตนจากลวดลายที่ประยุกต์จากศิลปกรรมท้องถิ่น อันเป็นต้นทุนทาง วัฒนธรรมของจังหวัดลพบุรี ที่ผ่านการพัฒนาและออกแบบให้มีการบ่งบอกอัตลักษณ์จังหวัดใน มุมมองที่แปลกใหม่ ทั้งยังเป็นฐานข้อมูลด้านลวดลายอัตลักษณ์ที่จะสร้างจุดเด่นและสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้แก่ผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆของจังหวัดลพบุรี สำหรับขยายผลสู่กลุ่มผู้ผลิตชุมชนนำไปเป็นทางเลือก ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนในอนาคตต่อไป สอดคล้องกับการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนจากต้นทุน ทางวัฒนธรรม ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดลพบุรี โดยผลการออกแบบลวดลายที่ประยุกต์จาก ศิลปะลพบุรี การออกแบบประยุกต์ลวดลายจากลวดลายศิลปะสมัยลพบุรี พบว่า คือลวดลายที่มี ลักษณะเด่นชัดว่าเป็นศิลปะที่เกิดขึ้นในช่วงสมัยลพบุรี มาประยุกต์เข้ากับ สามอัตลักษณ์ดั้งเดิมอัน เป็นที่จดจำของผู้คนเมื่อนึกถึงจังหวัดลพบุรี อันได้แก่ ดอกทานตะวัน พระปราสาทสามยอด และลิง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย พบว่า การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสู่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน และต่อยอดให้ชุมชนคุณธรรมฯต้นแบบทั่วประเทศสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย หรือ (Cultural Product of Thailand : CPOT) ซึ่งพัฒนามาจาก วัฒนธรรมไทย มีคุณค่า ความหมาย เรื่องราว ด้านวัฒนธรรมบ่งบอก อัตลักษณ์ เพิ่มมูลค่าทาง เศรษฐกิจ สร้างเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ การออกแบบควรมีการต่อลวดลาย ให้เกิดความ ต่อเนื่อง มีเรื่องราวที่น่าสนใจของลวดลายไม่เช่นนั้นจะทำให้ลวดลายดูขาดไม่ต่อเนื่องเมื่อนำไปใช้บน ผลิตภัณฑ์อื่น และควรออกแบบในลักษณะลายเปิดที่สามารถให้สภาพแวดล้อมโดยรอบลวดลายมีส่วน ร่วมกับตัวลวดลาย เพื่อความสมบูรณ์ของลวดลายมากยิ่งขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป เนื่องจากลวดลายบางลายเกิดขึ้นจากความเชื่อ ความ ศรัทธา ความเลื่อมใสและจิตวิญญาณที่ดีของทางศาสนา ดังนั้นการนำลวดลายมาใช้เพื่อการออกแบบ ผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องคำนึงถึงประเภทผลิตภัณฑ์และการใช้งานให้เหมาะสม

5.3.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป เนื่องจากลวดลายที่พัฒนาขึ้นเป็นเพียงลวดลาย 2 มิติ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วการนำลวดลายไปประยุกต์อาจทำได้มากกว่าสองมิติ ดังนั้นในการออกแบบจึง ควรคำนึงถึง ความตื้นลึกของลวดลายที่พัฒนาขึ้นด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กระทรวงวัฒนธรรม.(2557).**แนวนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม.** [Online].Available:

http://www.ocac.go.th/document/information/information_2716.pdf

กรรณิการ์ พรจิตรสสุวรรณ.(2555). **วัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle).**

[Online].Available:<http://kantakannikar.blogspot.com/2012/09/product-life-cycle.html>

กาญจน์ เรืองมนตรี.(2543).**เอกสารประกอบการบรรยายในชั้นเรียน ภาควิชาการบริหาร**

การศึกษา.มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

กองบรรณาธิการและสำนักมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.(2555).**การเพิ่ม**

มูลค่าให้แก่ทุนทางวัฒนธรรม

[Online].Available:www.finearts.go.th/olddata/files/cultural.do

เฉลิมศรี จันทสิงห์.(2549). **โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมเพื่อ**

เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ.กรุงเทพฯ:ในสำนักศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย.ผลงานวิจัยของสำนักงาน
กระทรวงวัฒนธรรม

ชัย จาตุรพิทักษ์กุล.(2547).**บทความเรื่องซีเมนต์.กรุงเทพฯ:**

[Online].Available:<http://digital.lib.kmutt.ac.th/magazine/issue5/articles/article4.html#>

ชูศักดิ์ ไทพานิชย์.(2556).**การออกแบบลวดลาย.กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟฟิก**

จำกัด.160หน้า

โชติรส โสมภีร์.(2551).**สังคมและวัฒนธรรมบ้านขอม ตำบลมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัด**

ลพบุรี.[Online].Available:http://chotros.blogspot.com/2008/10/blog-post_6445.html

ดิเรก ฤกษ์หรัย.(2528).**แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งที่จำเป็นที่เพียงพอแก่การดำรงชีวิต.กรุงเทพฯ:**

สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

ทวีร์ศม์ พรหมรัตน์.(2553).**การหาคคุณค่าสุนทรียศาสตร์ในงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน.**

วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.พิษณุโลก:ฉบับที่ 1 วันที่ 1
เมษายน 2553-30 กันยายน 2553.61-75

ธีรชัย ศุภเมธีกุลวัฒน์.(2559).**การออกแบบเข้าอารมณ์ Emotional Design.กรุงเทพฯ:**

[Online].Available:<http://www.smethailandclub.com/knowledges-view.php?id=425&page=6>

ธำรง ช่อไม้ทอง.(2533). **การบริหารสินค้าของร้านค้าปลีก.นนทบุรี:เอกสารการสอนชุดวิชาการ**

บริหารธุรกิจขนาดย่อมและการค้าปลีก. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

นันทน์ภัส จันทะแจ่ม.(2555).การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากลวดลายภูมิปัญญาท้องถิ่น

“ประเก้อม” อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ร่วมกับวัสดุอื่น.วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต.

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม.สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พรทิพย์ ชนะค้า.(2547).กลยุทธ์การสื่อสารภูมิปัญญาท้องถิ่นของประชาชนชาวบ้านบุรีรัมย์.

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี.(2544).ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

แห่งชาติ. [Online].Available: <http://law.longdo.com/law/492/sub35612>

วนิดา แก้วเนตร. (2554). ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้าน

ของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่.

วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมกรรมการการ

ท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วัชรพร ศรีเมืองบุญ.(2554).มรดกโลกของไทย.[Online].Available:<http://www.waengnoi.com>

วัฒน์ จูฑะวิภาต.(2545).การออกแบบเครื่องประดับ.กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย

วิรุฬ พรรณเทวี.(2542).ความพึงพอใจของประชาชนต่อการใช้งานบริการของหน่วยงาน

กระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน.เชียงใหม่:วิทยานิพนธ์ปริญญา

ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ศักดิ์ชัย สายสิงห์.(2559).ลพบุรีหลังวัฒนธรรมเขมร.กรุงเทพฯ:มติชน.320หน้า

ศักราช ฟ้าขาว.(2551).คุณค่าศิลปะไทย.[Online]. Available:

<https://www.gotoknow.org/posts/65204>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.(2546).กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด.กรุงเทพฯ:วารสาร

สำนักงานห้องสมุดมหาวิทยาลัยสยาม

ศูนย์ข้อมูลข่าวสารจังหวัดลพบุรี.(2556).ข้อมูลทั่วไปจังหวัดลพบุรี.[Online].Available:

http://www.lopburi.go.th/information/general_data.php

สร้อยญา ภักดีสุวรรณ.(2553).การออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัดมหาสารคามใน

บริบทวัฒนธรรมร่วมสมัย.วารสารช่อพะยอม ปีที่ 21 พุทธศักราช 2553

สามารถ จันท์สุรีย์. (2534). ภูมิปัญญาชาวบ้านคืออะไร ภูมิปัญญาชาวบ้าน.กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุ

สภาลาดพร้าว.

สุคนธ์รัตน์ ศรีมงคล.(2554). การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากศิลปะพื้นบ้าน

กรณีศึกษาเพลงโคราช.วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต.สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร

ลาดกระบัง.174หน้า

สุมิตรา ศรีวิบูลย์.(2547).การออกแบบอัตลักษณ์:Corporate Identity.กรุงเทพฯ: เลิฟแอนด์

ลิฟเพรส.191หน้า

- สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.(2558).**สารสนเทศท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี**. [Online]. Available: <http://library.tru.ac.th/inlop.html>
- สำนักงานจังหวัดลพบุรี กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดลพบุรี. **แผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี ปี พ.ศ.2557-2560**.(2556).ลพบุรี:209หน้า
- สำนักหนังสือพิมพ์อีคอนนิวส์.(2558). **หนุนสร้างเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วย ทูททางวัฒนธรรม และปัญญา**.กรุงเทพฯ:คอลัมน์อุตสาหกรรม หนังสือพิมพ์อีคอนนิวส์ ปีที่26 ฉบับ 573ประจำเดือนมีนาคม 2558
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.(2547).**นวัตกรรม**. [Online]. Available: <http://www.nia.or.th/spring/index.php?page=faq>
- สมบัติ ประจัญสานต์.(2558).**ลวดลายเรขศิลป์ส่วนประดับของปราสาทขอมบนผ้าไหมมัดหมี่ต่อการออกแบบเครื่องแต่งกาย**.วารสารการพัฒนารวมชนและคุณภาพชีวิตปี 2558
- อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ.(2548). **จิตวิทยาการบริการ (Service Psychology Comprehension Strategies and Trend**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนดดีไซน
- อังกูล สมคะเนย์.(2535).**ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม**.กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว
- เอกวิทย์ ณ ถลาง. (2540). **ภูมิปัญญาชาวบ้าน 4 ภูมิภาค: วิถีชีวิตและกระบวนการเรียนรู้ของชาวบ้านไทย**.นนทบุรี:มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- เอี่ยม ทองดี.(2541).**มรดกธรรมชาติกับภูมิปัญญาพื้นบ้าน**.กรุงเทพฯ:วารสารภาษาและวัฒนธรรม. ปีที่ 17 ฉบับที่ 2 (ก.ค.- ธ.ค. 2541) หน้า 49-72.
- Donald A. Norman.(2547). **Emotional Design Why We Love (or Hate) Everyday Things**. New York: Published by Basic Books, A Member of the Perseus Books Group. 257 หน้า
- Joong yeal Park.(2013).**Journey of Jerrycan, Sustainable Local Product Design Development for SMEs Designers :A Case study from Kampala, Uganda**.finland:Creative Sustainability present in degree master Department of Design Muotoilun laito school of arts,design and architecture Aalto university.
- Ran Liu.(2013). **Emotional Design Research of Tableware in Chinese Restaurants A research on interrelationship of tableware, emotion and culture**.Arizona: A thesis presented in partial fulfillment of the requirements for the degree master of science in design of Arizona State University.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก.

หนังสือราชการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/ 3252



คณะคุศาสตรรุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

๕ สิงหาคม 2559

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษา

เรียน ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์

ด้วยนางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง มีความประสงค์ขอสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะสมัยลพบุรี เรื่อง ศิลปะสมัยลพบุรี
ด้านต่าง ๆ ทั้งหมด และขอถ่ายภาพ บันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์ ถ่ายภาพโบราณวัตถุ โบราณสถาน
เพื่อประกอบการจัดเตรียมทำหิ้วข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาศิลปะสมัยลพบุรีเพื่อประยุกต์
ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี"

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาดังกล่าวและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะ
ได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศรีพันธ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 090-234-5405

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 1061

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 เมษายน 2562

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษา

เรียน ร้อยเอก บุญฤทธิ์ ฉายสุวรรณ

นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์ขอสัมภาษณ์ท่าน เรื่อง ข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรี
สำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลายให้สอดคล้องกับ
วัตถุประสงค์และแนวการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและขอถ่ายภาพยนตร์สัมภาษณ์
เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์
ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และแนว
การศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ"

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษาดังกล่าวและหวังเป็นอย่างยิ่ง
ว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Simra N.
(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติภาระแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02-329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 090-234-0296

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 /1064 วันที่ 18 เมษายน 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบสวดลาย

เรียน ผศ.สุทธนา นิมเกตุ

ด้วย นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลา นิลทอดกรอบ" โดยมี รศ.ดร.จตุรงค์ เล่าหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย จะระวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบสวดลาย ของ นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

สมศรี ตรีพันธ์
(ดร.ราตรี ตรีพันธ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/1064

คณะกรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 เมษายน 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

เรียน ผศ.ณัฐชานันท์ สมบัติประธาน

ด้วย นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลา
นิลทอดกรอบ" โดยมี รศ.ดร.จตุรงค์ เสาหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย
ชะวณิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ของ นางสาว
ธิดาพร จันทร์เที่ยง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Smr
(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 090-234-0296

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/ 1064



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 เมษายน 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบลวดลาย

เรียน ดร.จุติรัช อนุกุล

ด้วย นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลา
นิลทอดกรอบ" โดยมี รศ.ดร.จตุรงค์ เล้าหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผศ.ดร.สมชาย
เชษฐวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบลวดลาย ของ นางสาวธิดาพร
จันทร์เที่ยง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Sinut Atma
(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02-329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 090-234-0296

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 1061

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 เมษายน 2562

เรื่อง ขอบขออนุญาตเผยแพร่ให้กับนักศึกษา

เรียน คุณเจตน์กมล วงษ์ท้าว

นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์ขอสัมภาษณ์ท่าน เรื่อง ข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรี
สำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลายให้สอดคล้องกับ
วัตถุประสงค์และแนวทางการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและขอถ่ายภาพขณะสัมภาษณ์
เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์
ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และแนว
ทางการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ"

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษาดังกล่าวและหวังเป็นอย่างยิ่ง
ว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

สมร นน
(ดร.ราตรี สิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02-329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 090-234-0296

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / 1064 วันที่ 18 เมษายน 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบสวดลาย

เรียน รศ.อลิตา จันฝังเพชร

ด้วย นางสาวธิดาพร จันทรเที่ยง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลา
นิลทอดกรอบ” โดยมี รศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผศ.ดร.สมชาย
เชยวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบสวดลาย ของ นางสาวธิดาพร
จันทรเที่ยง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

Smee Ah

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/1061

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 เมษายน 2562

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษา

เรียน อาจารย์กวิญ ตั้งจรัสวงศ์

นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์ขอสัมภาษณ์ท่าน เรื่อง ข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรี
สำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ตลอดสายให้สอดคล้องกับ
วัตถุประสงค์และแนวการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและขอถ่ายภาพขณะสัมภาษณ์
เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์
ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ตลอดสายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และแนว
การศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ"

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษาดังกล่าวและหวังเป็นอย่างยิ่ง
ว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 090-234-0296

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข.

ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

- ด้านออกแบบลดทลายส่งเสริมอัตลักษณ์
- ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย
- การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์

“ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี”

Study of Lopburi Ancient Arts for Applications in Contemporary Design

ผู้วิจัย นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง

โทร. 090-2340296 E-mail : beer_tidajan@hotmail.com

หลักสูตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ

นี้ได้รับเครื่องมือวันที่

เอกสารประกอบด้วย

- ส่วนที่ 1 เค้าโครงวิทยานิพนธ์
วัตถุประสงค์ของการวิจัย
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย
นิยามศัพท์เฉพาะ

- ส่วนที่ 2 แบบประเมินเกี่ยวกับด้านออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ จ.ลพบุรี
แบบประเมินเกี่ยวกับด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จ.ลพบุรี
แบบประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จ.ลพบุรี

เพื่อตรวจสอบหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ภายในเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่ไปโดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามนำข้อมูลไปใช้ในการโฆษณาหรือการค้าโดยไม่ได้รับอนุญาต

ส่วนที่ 1 คำโครงการวิทยานิพนธ์
วัตถุประสงค์ของการวิจัย
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย
นิยามศัพท์เฉพาะ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้วิจัย : นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง

รหัสประจำตัว : 58603066

ชื่อหัวข้อวิทยานิพนธ์ (ภาษาไทย) : ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี

ชื่อหัวข้อวิทยานิพนธ์ (ภาษาอังกฤษ) : Study of Lopburi Ancient Arts for Applications in Contemporary Design.

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลาย
- 2 เพื่อออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรีและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย
- 3 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น

กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรีและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ผู้วิจัยได้ประยุกต์กรอบแนวคิดในการพัฒนา โดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนในการพัฒนา ดังนี้

กรอบแนวคิด การออกแบบประยุกต์ลวดลาย ผู้วิจัยอาศัยแนวความคิดในการออกแบบอัตลักษณ์ของ (สุมิตรา ศรีวิบูลย์.2547:74-80) มีทั้งหมด 11 ด้านโดยผู้วิจัยหยิบยกมาเป็นแนวทาง 6 ด้านดังนี้

- (1) มีลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness) โดยผู้วิจัยนำเอาลวดลายที่ได้แรงบันดาลใจจากศิลปกรรมสมัยลพบุรี มาประยุกต์เข้ากับอัตลักษณ์ความตัวตนของจังหวัดด้านอื่นๆ ให้เกิดความเฉพาะตัวในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำและรับรู้ได้ถึงความแตกต่าง
- (2) เป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า(Value) นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบโดยคำนึงถึงคุณค่าความมีพลังของรูปลักษณ์ที่จะสามารถดึงดูดให้ผู้พบเห็นสะดุดตาและเกิดความสนใจ ใคร่อยากรู้ถึงที่มาและความหมายของลวดลายที่ปรากฏ
- (3) มีความแตกต่าง (Differentiate) นำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ลวดลายให้เกิดความแตกต่างจากประโยชน์หน้าที่เดิม เป็นรูปแบบลวดลายใหม่ที่มีความแปลกตา แต่ยังคงเค้าความเป็นอัตลักษณ์ที่บ่งบอกความเป็นลพบุรีอย่างเด่นชัด ไม่ซ้ำซากจำเจ และสามารถแยกออกจาก รูปแบบโดยทั่วไปได้อย่างชัดเจน
- (4) สื่อสารแตกต่างกัน (Tone of Voice) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ลวดลายที่สามารถ สื่อสารหรืออธิบาย ถึงความหมายภายในตัวลวดลายเอง โดยอาศัยคุณลักษณะของลวดลายที่นำมาเป็นแรงบันดาลใจและประยุกต์ผสมผสานเข้ากับอัตลักษณ์ด้านอื่นๆของจังหวัด ให้สามารถบอกเล่าเรื่องราวและความหมายแฝง เป็นการสร้างจุดเด่นให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปประยุกต์ใช้
- (5) มีความงามเป็นเลิศ (Graphic Excellence) พัฒนาลวดลายโดยคำนึงถึงความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย มีความเหมาะสม และเป็นฐานข้อมูลด้านลวดลายให้แก่องค์กรในท้องถิ่นสามารถนำไปประยุกต์ใช้และพัฒนาให้เข้ากับผลิตภัณฑ์ของชุมชนของตนได้

(6) ใช้งานได้นาน เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย(Longevity) นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนา ลวดลายให้มีความร่วมสมัย ไม่ยึดติดกับกระแสค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีความเป็นตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์เข้าได้กับทุกยุค และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดกับหลายๆผลิตภัณฑ์

กรอบแนวคิดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ผู้วิจัยอาศัยแนวคิดในการออกแบบเกี่ยวกับ อารมณ์(Emotional Design) ของ (Donald A. Norman.2547) โดยผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาทั้งหมด 3 ด้านดังนี้

(1) ด้านความน่าดึงดูดใจ (Attractiveness) นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ให้มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภคจากรู้สึกแรกเห็น ผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบ โดยมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้น่าดึงดูดใจจาก 4 อารมณ์ความรู้สึก คือ ความน่าประทับใจ ความประหลาดใจ ความซาบซึ้งใจ และความตลกขบขัน

(2) ด้านลักษณะการใช้งาน (Functional) เป็นการกระตุ้นอารมณ์ผู้บริโภค จากความรู้สึกเมื่อได้มองและจับต้องหรือใช้งานผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค (Behavior) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางการออกแบบโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยของ ผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความสำคัญควบคู่ไปกับความสวยงามและความน่าสนใจ โดยผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่จะ ออกแบบนี้ต้องใช้สอยได้อย่างมีประสิทธิภาพตามรูปแบบของการใช้งานผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นๆ มีความเหมาะสม สะดวกสบาย เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค

(3) ด้านภาพลักษณ์ (Image) อันเป็นสิ่งที่สร้างความรู้สึกเชื่อมั่นให้แก่ตัว ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน (Reflection) และทำให้เกิดความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผู้วิจัยนำมา เป็นแนวทางในการออกแบบโดยให้ความสำคัญกับความแข็งแรงทนทาน ไม่เป็นอันตราย และเข้ากับ บริบทการใช้งานในยุคปัจจุบัน

กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ที่ 3 ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น ผู้วิจัยได้นำแนวทางการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ จากทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด 4P ของ (Philip Kotler.2549) มีทั้งหมด 4 ด้าน ดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาระดับความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น ว่าตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากน้อย เพียงใด ทั้งในด้านความดึงดูดใจ ด้านประโยชน์ใช้สอยหรือการใช้งาน และด้านภาพลักษณ์หรือความ ใ้วางใจต่อผลิตภัณฑ์ สามารถนำเอาลวดลายอัตลักษณ์ที่ประยุกต์จากศิลปะบูรณาผสมผสานลงใน ผลิตภัณฑ์ได้อย่างสวยงาม เหมาะสม ลงตัว และควรปรับปรุงแก้ไขในด้านใดเพื่อลดข้อบกพร่องของ ผลิตภัณฑ์

(2) ราคา (Price) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคยอมจ่ายได้หรือไม่ พึงพอใจ อยู่ในระดับใด และราคาที่เหมาะสมนั้นควรปรับให้อยู่ที่ประมาณเท่าไร

(3) สถานที่ (Place) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มี ต่อความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ว่ามีความเหมาะสมและเข้าถึงผู้บริโภคได้มากน้อย เพียงใด

(4) การส่งเสริมสินค้า (Promotion) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาระดับความพึงพอใจ ของผู้บริโภคที่มีต่อการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น ซึ่งกิจกรรมนี้จะสิ่งที่จะช่วยส่งเสริมในการ

สร้างยอดขายและทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เพื่อสื่อสารและดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ โดยจะนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาว่าผู้บริโภคพึงพอใจต่อการส่งเสริมสินค้าอยู่ในระดับใด

นิยามศัพท์

นิยามศัพท์เฉพาะหรือคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	
การศึกษา	ขั้นตอนการแสวงหาความรู้ โดยค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่างๆในการวิจัย ได้แก่ การค้นคว้าหนังสือ ตำรา การลงพื้นที่สำรวจโบราณสถาน สอบถาม และสัมภาษณ์
ศิลปะลพบุรี	ศิลปกรรมแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในเมืองลพบุรี ช่วงกลางพุทธศตวรรษที่ 18 ถึง พ.ศ.1893 หลังวัฒนธรรมขอมและก่อนสมัยอยุธยา มีลักษณะเฉพาะตนที่พัฒนามาจากศิลปะเขมร และพัฒนาต่อไปยังศิลปะไทยสมัยอยุธยา มีหลักฐานหลงเหลืออยู่เป็นประติมากรรมและสถาปัตยกรรมที่มีลักษณะสวยงามเป็นเอกลักษณ์ ทรงคุณค่าแก่การศึกษาและอนุรักษ์
อัตลักษณ์	ลักษณะเฉพาะอันเป็นตัวตน ที่แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะที่แตกต่างของแต่ละพื้นที่ แต่ละภูมิภาค หรือแต่ละชุมชน ที่มีไม่เหมือนกัน เป็นผลให้เกิดข้อได้เปรียบแก่ท้องถิ่นนั้นๆ ที่สามารถนำความต่างนี้มาใช้ประโยชน์ในการสร้างความโดดเด่น ความน่าสนใจ ให้แก่ท้องถิ่น เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างอาชีพ ตลอดทั้งยังสามารถดึงดูดยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ ผลิตภัณฑ์ หรือบริการของชุมชนได้อีกด้วย
ทุนวัฒนธรรม	มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติที่บรรพบุรุษได้สั่งสมและสร้างสรรค์ไว้จนสืบทอดมาเป็นมรดกวัฒนธรรมให้แก่อนุชนได้นำมาศึกษาเรียนรู้และซาบซึ้งในสุนทรีย์แห่งความงดงามของเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย
ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย	ผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงความความงาม คุณค่า หรือความรู้สึกที่เคยมีมาในอดีต มาผสานร่วมยุคกับปัจจุบัน ให้ตอบสนองความต้องการของสภาพชีวิตในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป คงไว้ซึ่งกลิ่นไอของอดีตและมีประโยชน์ใช้สอยเข้ากับบริบทในปัจจุบัน
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	OTOP คือ ONE TAMBON ONE PRODUCT เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลักเป็นของตัวเอง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาทำการพัฒนาจนกลายเป็นสินค้าที่สามารถสร้างรายได้แก่ชุมชน
ความพึงพอใจ	ความรู้สึกชื่นชอบของผู้บริโภคที่สนใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ประยุกต์จากลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิยามศัพท์ (ต่อ)

นิยามศัพท์เฉพาะหรือคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	
ออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์	การออกแบบลวดลายที่ส่งเสริมอัตลักษณ์ จ.ลพบุรี
ความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	การออกแบบลวดลายที่ได้แรงบันดาลใจจากศิลปกรรมสมัยลพบุรี มาประยุกต์เข้ากับอัตลักษณ์ความตัวตนของจังหวัดด้านอื่นๆ ให้เกิดความเฉพาะตัวในรูปแบบใหม่ๆ
ความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	การออกแบบโดยคำนึงถึงคุณค่า ความมีพลังของรูปลักษณ์ที่จะสามารถดึงดูดให้ผู้พบเห็นสะดุดตาและเกิดความสนใจ ใคร่อยากรู้ถึงที่มาและความหมายของลวดลายที่ปรากฏ
ความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์	การออกแบบลวดลายให้เกิดความแตกต่างจากประโยชน์หน้าที่เดิม เป็นรูปแบบลวดลายใหม่ที่มีความแปลกตา แต่ยังคงเค้าความเป็นอัตลักษณ์ที่บ่งบอกความเป็นลพบุรีอย่างเด่นชัด
การสร้างสรรค์ของลวดลาย	การออกแบบลวดลายที่สามารถ สื่อสารหรืออธิบาย ถึงความหมายภายในตัวลวดลายเอง โดยอาศัยคุณลักษณะของลวดลายที่นำมาเป็นแรงบันดาลใจและประยุกต์ผสมผสานเข้ากับอัตลักษณ์ด้านอื่นๆของจังหวัด
ความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	การออกแบบลวดลายโดยคำนึงถึงความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย มีความเหมาะสม และเป็นฐานข้อมูลด้านลวดลายให้แก่องค์กรในท้องถิ่นสามารถนำไปประยุกต์ใช้และพัฒนาให้เข้ากับผลิตภัณฑ์ของชุมชนของตนได้
รูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	การออกแบบลวดลายให้มีความร่วมสมัย ไม่ยึดติดกับกระแสนิยมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีความเป็นตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์เข้ากับทุกยุค
ความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	การติดตั้งผลิตภัณฑ์จากเศษแก้วต้องมีความสะดวกสบายต่อการนำไปใช้งาน
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย	ผลิตภัณฑ์ ที่ส่งเสริมอัตลักษณ์ จ.ลพบุรี
ความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	ผลิตภัณฑ์ ที่ส่งเสริมอัตลักษณ์ จ.ลพบุรี ด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภคจากความรู้สึกแรกเห็นผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบ โดยมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้น่าดึงดูดใจ
มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมอัตลักษณ์ จ.ลพบุรี ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีรูปทรง ขนาด สี สันสวยงาม นำใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย
รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมอัตลักษณ์ให้มีความร่วมสมัย ไม่ยึดติดกับกระแสนิยมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีความเป็นตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์เข้ากับทุกยุค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งาน
ไม่ว่ากรณีใดๆ

นียมศัพท์ (ต่อ)

นียมศัพท์เฉพาะหรือคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	
ความเหมาะสมในการใช้งาน	ผลิตภัณฑ์กระตุ้นอารมณ์ผู้บริโภค จากความรู้สึกเมื่อได้มอง และจับต้องหรือใช้งานผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค
ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน	ผลิตภัณฑ์สร้างความรู้สึกรู้สึกเชื่อมั่นให้แก่ตัว ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน (Reflection) และทำให้เกิดความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 แบบประเมินเกี่ยวกับด้านออกแบบลดความเสี่ยงอัตรากษณ์ จ.ลพบุรี
แบบประเมินเกี่ยวกับด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จ.ลพบุรี
แบบประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จ.ลพบุรี
เพื่อตรวจสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินข้อคำถาม เพื่อหาความเที่ยงตรง (IOC)

ของเครื่องมือสำหรับการวิจัย เรื่อง

“ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี”

ผู้วิจัย นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง ใ้ผู้ทรงคุณวุฒิแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเมินข้อคำถามแบบสอบถามเกี่ยวกับการ
ด้านออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ จ.ลพบุรี โดยมีหลักเกณฑ์การประเมินดังนี้

1 หมายถึง แน่ใจการประเมินมีความสอดคล้องของข้อคำถาม

0 หมายถึง ไม่แน่ใจในการประเมินว่ามีความสอดคล้องของข้อคำถาม

-1 หมายถึง แน่ใจว่าการประเมินไม่สอดคล้องกับข้อคำถาม

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องรายการประเมินแต่ละข้อความความคิดเห็นของท่านพร้อมกับ

เขียน ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เพื่อให้ตัวผู้วิจัยนำไปปรับปรุงต่อไป

ชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ตำแหน่ง.....

สังกัด/หน่วยงานของผู้ทรงคุณวุฒิ

รายละเอียด : แบบประเมินมีทั้งหมด 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบประเมินด้านออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ จ.ลพบุรี

เป็นรูปแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมี

เกณฑ์การประเมิน ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ ข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยในครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับงานที่อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิได้มอบหมายให้ไปใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษา
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการประเมิน	ความคิดเห็น			หมายเหตุ
	มีความ สอดคล้อง +1	ไม่แน่ใจ ว่ามีความ สอดคล้อง 0	ไม่มี สอดคล้อง -1	
1. ด้านออกแบบลดรายส่งเสริมอัตลักษณ์				
1.1 มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว				
1.2 มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า				
1.3 มีความแตกต่างของลดรายส่งเสริมอัตลักษณ์				
1.4 มีโครงสร้างของลดราย				
1.5 มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์				
1.6 มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย				

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ

(.....

ผู้ทรงคุณวุฒิ

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่งผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินข้อความ เพื่อหาความเที่ยงตรง (IOC)

ของเครื่องมือสำหรับการวิจัย เรื่อง

“ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี”

ผู้วิจัย นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.จตุรงค์ เลาะห์เพ็ญแสง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.สมชาย เศษวิเศษ

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง ใ้ผู้ทรงคุณวุฒิแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเมินข้อความแบบสอบถามเกี่ยวกับการ
ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จ.ลพบุรี โดยมีหลักเกณฑ์การประเมินดังนี้

- 1 หมายถึง แน่ใจการประเมินมีความสอดคล้องของข้อความ
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจในการประเมินว่ามีความสอดคล้องของข้อความ
- 1 หมายถึง แน่ใจว่าการประเมินไม่สอดคล้องกับข้อความ

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องรายการประเมินแต่ละข้อความความคิดเห็นของท่านพร้อมกับ

เขียน ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เพื่อให้ตัวผู้วิจัยนำไปปรับปรุงต่อไป

ชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ตำแหน่ง.....

สังกัด/หน่วยงานของผู้ทรงคุณวุฒิ

รายละเอียด : แบบประเมินมีทั้งหมด 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบประเมินด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จ.ลพบุรี

เป็นรูปแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมี

เกณฑ์การประเมิน ดังนี้

- | | | |
|---|---------|-------------------------|
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยระดับมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วยระดับมาก |
| 3 | หมายถึง | เห็นด้วยระดับปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | เห็นด้วยระดับน้อย |
| 1 | หมายถึง | เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด |

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ ข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยในครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับงานที่อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิได้มอบหมายให้ไปใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษา
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการประเมิน	ความคิดเห็น			หมายเหตุ
	มีความ สอดคล้อง +1	ไม่แน่ใจ ว่ามีความ สอดคล้อง 0	ไม่มี สอดคล้อง -1	
1. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย				
1.1 มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้น ความรู้สึกของผู้บริโภค				
1.2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม				
1.3 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย				
1.4 มีความเหมาะสมในการใช้งาน				
1.5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังจาก การใช้งาน				

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ

(.....

ผู้ทรงคุณวุฒิ

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่งผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินข้อคำถาม เพื่อหาความเที่ยงตรง (IOC)

ของเครื่องมือสำหรับการวิจัย เรื่อง

“ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี”

ผู้วิจัย นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.จตุรงค์ เลาะห์เพ็ญแสง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง ใ้ผู้ทรงคุณวุฒิแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเมินข้อคำถามแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินการศึกษาระดับความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น โดยมีหลักเกณฑ์การประเมินดังนี้

- 1 หมายถึง แน่ใจการประเมินมีความสอดคล้องของข้อคำถาม
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจในการประเมินว่ามีความสอดคล้องของข้อคำถาม
- 1 หมายถึง แน่ใจว่าการประเมินไม่สอดคล้องกับข้อคำถาม

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องรายการประเมินแต่ละข้อความความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียน ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เพื่อให้ตัวผู้วิจัยนำไปปรับปรุงต่อไป

ชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ตำแหน่ง.....

สังกัด/หน่วยงานของผู้ทรงคุณวุฒิ

รายละเอียด : แบบประเมินมีทั้งหมด 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบประเมินด้านการศึกษาระดับความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น

เป็นรูปแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

- | | | |
|---|---------|-------------------------|
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยระดับมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วยระดับมาก |
| 3 | หมายถึง | เห็นด้วยระดับปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | เห็นด้วยระดับน้อย |
| 1 | หมายถึง | เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด |

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ ข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยในครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานานาชาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกหรือทำซ้ำเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านพิจารณาเลือก

รายการประเมิน		ความคิดเห็น			หมายเหตุ
		มีความ สอดคล้อง +1	ไม่แน่ใจ ว่ามีความ สอดคล้อง 0	ไม่มี สอดคล้อง -1	
1.	การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย				
	1.1 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย				
	1.2 มีความปลอดภัยในการใช้งาน				
	1.3 ใช้วัสดุที่เหมาะสม				
	1.4 มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม				
	1.5 มีความเหมาะสมของสถานที่ จำหน่ายผลิตภัณฑ์				
	1.6 มีราคาที่เหมาะสม				

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ

(.....)

ผู้ทรงคุณวุฒิ

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่งผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ค.

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- แบบสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะลพบุรี
- แบบประเมินการออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ลพบุรี ที่ประยุกต์จากศิลปะลพบุรี จากความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลาย
- แบบประเมินผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเมินข้อความแบบสอบถาม สอบถามเกี่ยวกับการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จ.ลพบุรี
- แบบประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่พัฒนาขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะลพบุรี
เรื่อง ศิลปะสมัยลพบุรีและการวิเคราะห์ลวดลายตกแต่งสถาปัตยกรรมสมัยลพบุรี
 หัวข้อการวิจัยเรื่อง ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี
 สัมภาษณ์โดย นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง
 นักศึกษาปริญญาโท สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

.....
การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลาย
2. เพื่อออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรีและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย
3. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการ

การ

พัฒนาขึ้น

แบบสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะลพบุรี เรื่องศิลปะสมัยลพบุรีและการวิเคราะห์ลวดลาย
ตกแต่งสถาปัตยกรรมสมัยลพบุรี

แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์
- ตอนที่ 2 ข้อมูลความเป็นมาของศิลปะสมัยลพบุรี
- ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ลวดลายตกแต่งสถาปัตยกรรมสมัยลพบุรี
- ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ให้สัมภาษณ์

สถานที่

สัมภาษณ์.....

.....

ทำการสัมภาษณ์ เมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ..... เวลา.....น. ถึง

.....น.

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1.1 ชื่อ -

นามสกุล.....

1.2 อายุ.....ปี

1.3 เพศ () ชาย () หญิง

1.4 ตำแหน่ง.....

1.5 ประสบการณ์เกี่ยวกับศิลปะสมัยลพบุรี () 1-5 ปี () 6-10 ปี () มากกว่า 10 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารทึ่งส่วน เว้นสำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 ท่านได้รับการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับศิลปะสมัยลพบุรีมาอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลความเป็นมาของศิลปะสมัยลพบุรี

2.1 นิยามทั่วไปของศิลปะสมัยลพบุรี

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2.2 ประวัติความเป็นมาของศิลปะยุคนี้โดยรวม

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2.3 ความโดดเด่นหรือลักษณะเฉพาะของศิลปกรรมสมัยลพบุรี

.....
.....
.....
.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้ซึ่งห้ามมิให้ทำซ้ำหรือเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ยกเว้นห้ามมิให้คัดลอกแบบสงวนเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

.....
.....

2.4 คุณค่าทางศิลปะที่อยู่คู่กับท้องถิ่น

2.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบถึงความเป็นมาของศิลปะลพบุรีหรือไม่

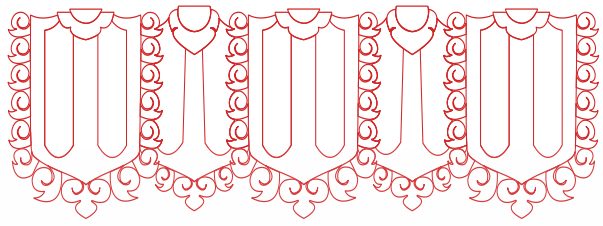
2.6 เยาวชนหรือผู้คนในท้องถิ่นทราบถึงความเป็นมาของศิลปะลพบุรีและตระหนักถึงคุณค่าหรือไม่
อย่างไร

2.7 ผู้ให้สัมภาษณ์มีแนวทางหรือแนวความคิดอย่างไรในการส่งเสริมหรือเผยแพร่ศิลปะลพบุรีให้เป็นที่
รู้จักแก่นักท่องเที่ยว ผู้ที่สนใจ เยาวชนและผู้คนในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้ใช้เฉพาะงานเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ยกเว้นทำมาเพื่อเผยแพร่และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ลวดลายตกแต่งสถาปัตยกรรมสมัยลพบุรี

3.1 ลวดลายที่ 1 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ..... ประดับส่วน.....
คุณค่าทางความเชื่อ.....

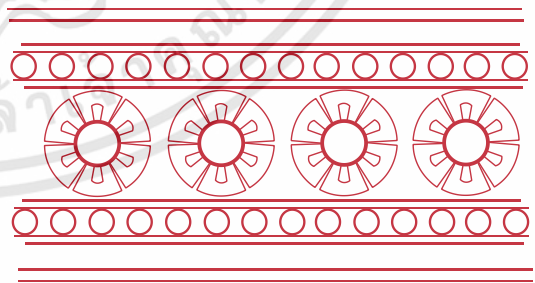
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม.....

3.2 ลวดลายที่ 2 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ..... ประดับส่วน.....
คุณค่าทางความเชื่อ.....

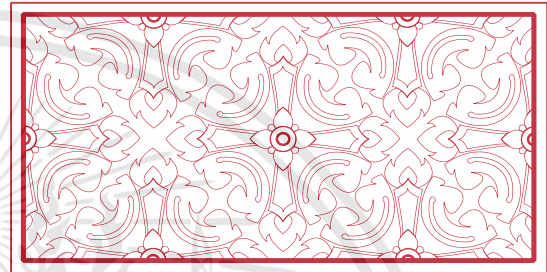
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่ไว้แก่ผู้เกี่ยวข้องเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำหรือจำหน่าย
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุผลเชิงลบเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.3 ลวดลายที่ 3 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ.....ประดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

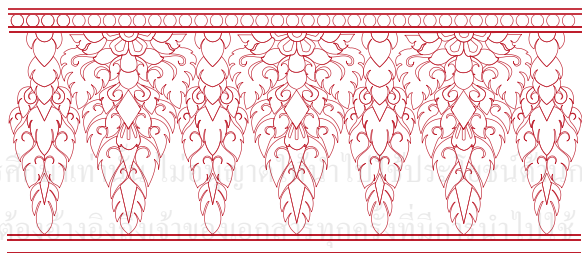
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย

คุณค่าทางความรู้สึก

เพิ่มเติม

3.4 ลวดลายที่ 4 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ.....ประดับส่วน.....

เอกสารนี้เป็น
ไม่ว่ากรณีใด

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษา
และการวิจัยเท่านั้น

คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.5 ลวดลายที่ 5 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ.....ประดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุผลแบบสงวนเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ ไปใช้

3.6 ลวดลายที่ 6 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ.....ประดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

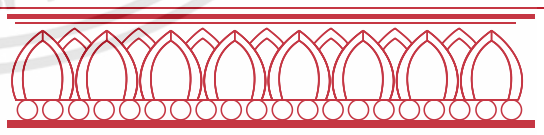
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม.....

3.7 ลวดลายที่ 7 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ.....ประดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่ในโครงการวิจัยเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปยังหน่วยงานอื่นที่นอกเหนือจากนี้

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น หากท่านมีเหตุสงสัยประการใด กรุณาติดต่ออาจารย์ ดร. อรุณรัตน์ งามเมือง โทร. 081-081-081

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.8 ลวดลายที่ 8 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ.....ประดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.9 ลวดลายที่ 9 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ.....ประดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดเบี่ยงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.10 ลวดลายที่ 10 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ..... ประดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

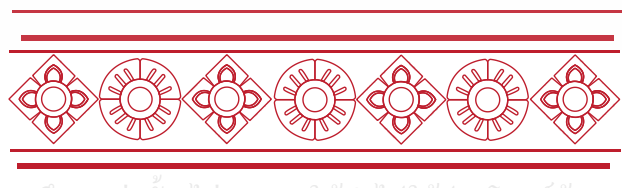
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.11 ลวดลายที่ 11 ชื่อลาย.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ..... ประดับส่วน.....

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทางสำนักพิมพ์ไม่รับผิดชอบเนื้อหา และข้อมูลอ้างอิงของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.12 ลวดลายที่ 12 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ..... ประดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.13 ลวดลายที่ 13 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ..... ประดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

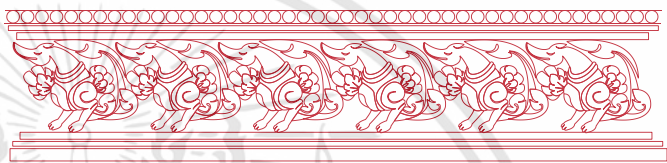
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึกร.....

เพิ่มเติม

3.14 ลวดลายที่ 14 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ..... ประดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึกร.....

เพิ่มเติม

3.15 ลวดลายที่ 15 ชื่อลาย.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ..... ประดับส่วน.....

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และของอ้างอิงของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.16 ลวดลายที่ 16 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ.....ประดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

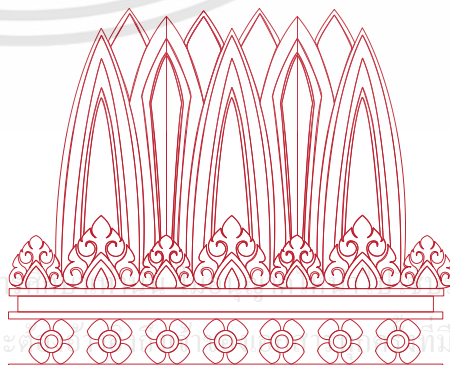
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.17 ลวดลายที่ 17 ชื่อลาย.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ จ.นนทบุรี การนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย

ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ.....ประดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

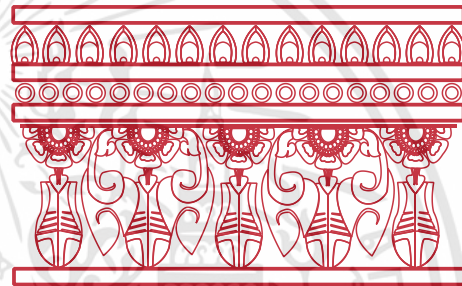
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.18 ลวดลายที่ 18 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปรารักษ์หมายเลข 16ค. วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ.....ระดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.19 ลวดลายที่ 19 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปรารักษ์หมายเลข 16ค. วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ.....ระดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

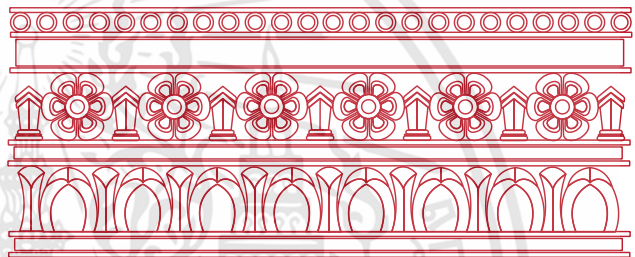
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.22 ลวดลายที่ 22 ชื่อลาย.....



ที่มา.....เจดีย์ทรงปราสาท วัดนครโกษา.....ระดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

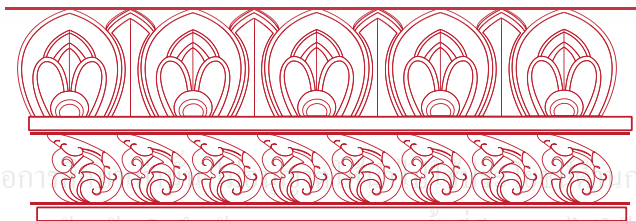
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.23 ลวดลายที่ 23 ชื่อลาย.....



ที่มา.....เจดีย์ทรงปราสาท วัดนครโกษา.....ระดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

เอกสารนี้เป็น

เอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มาไปใช้

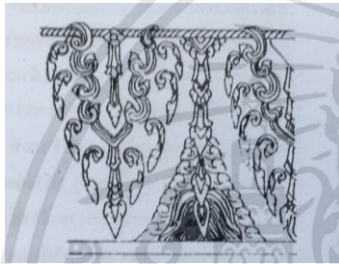
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.24 ลวดลายที่ 22 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ.....ประดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

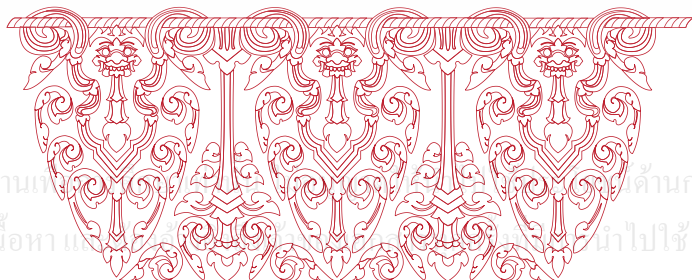
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.25 ลวดลายที่ 22 ชื่อลาย.....



ที่มา.....ปราสาทประธานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ.....ประดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรีย์.....

คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม

3.24 หากมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยเพื่ออนุรักษ์และเผยแพร่ศิลปะสมัยลพบุรีให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวและเยาวชนรุ่นหลัง โดยนำเอาเอกลักษณ์ของศิลปะบ้านคูเมืองนี้มาสร้างจุดเด่นให้แก่ผลิตภัณฑ์ ท่านคิดว่าควรออกมาในลักษณะใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ของตกแต่งบ้าน เช่น โคมไฟ ตุ๊กตา งานประติมากรรม กรอบรูป ตะค้อแขวน เป็นต้น
- () 2. เครื่องประดับ เช่น แหวน สร้อยข้อม กำไล ต่างหู นาฬิกา เป็นต้น
- () 3. ของใช้ เช่น ชัน ถาด จาน ชาม ทัพพี ที่เปิดขวด เป็นต้น
- () 4. ของที่ระลึก เช่น พวงกุญแจ ที่ทับกระดาษ ถุงผ้า เสื้อยืด ชุดเครื่องเขียน เป็นต้น
- () 5. อื่นๆ.....

3.33 ข้อเสนอแนะหรือสิ่งที่ต้องการการพัฒนาหรือการสนับสนุนเพิ่มเติมในด้านการออกแบบ

ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ให้สัมภาษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมี หีดดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอขอบคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล

แบบประเมินการออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ลพบุรี ที่ประยุกต์จาก
ศิลปะลพบุรี จากความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
ลวดลาย

หัวข้อวิทยานิพนธ์

“ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี”

Study of Lopburi Ancient Arts for Applications in Contemporary
Design

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์ลวดลาย
2. เพื่อออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรีและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย
3. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่
ผ่าน
การพัฒนาขึ้น

ผู้วิจัย นางสาวธิดาพร จันทรเทียง

โทร. 090-2340296 E-mail : beer_tidajan@hotmail.com

หลักสูตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ

ทหารลาดกระบัง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินการออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ลพบุรี ที่ประยุกต์จากศิลปะลพบุรี
จากความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลาย
หัวข้อวิทยานิพนธ์ ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี
โดย นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง

แบบประเมินแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบประเมินการออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ลพบุรีที่ประยุกต์จากศิลปะลพบุรี ด้าน มีลักษณะเฉพาะตัว เป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า มีความแตกต่าง สื่อสารแตกต่างกัน มีความงามเป็นเลิศ ใช้งานได้นาน

คำชี้แจง ให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลายแสดงความคิดเห็นด้วยการประเมินเกี่ยวกับออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ลพบุรี ว่าแต่ละรูปแบบอยู่ในระดับใด โดยกำหนดน้ำหนักประมาณค่าความเหมาะสม 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง เหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง เหมาะสมมาก
- 3 หมายถึง เหมาะปานกลาง
- 2 หมายถึง เหมาะสมน้อย
- 1 หมายถึง เหมาะน้อยที่สุด

โดยใส่เครื่องหมาย ลงในช่องรายการประเมินแต่ละข้อความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียน ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เพื่อให้ตัวผู้วิจัยนำไปปรับปรุงต่อไป

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะในการออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ลพบุรี




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 แบบประเมินการออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ลพบุรี

การออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ลพบุรี
อันได้แก่ ปรากฏสามยอด ทานตะวัน และลิง มาออกแบบประยุกต์ร่วมกับลวดลายศิลปะลพบุรีที่
ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่หนึ่ง โดยแบ่งรูปแบบ เป็น 3 ประเภท ได้แก่
การประยุกต์ การประยุกต์ร่วมกับลวดลายเรขาคณิต และการตัดทอน เพื่อให้ได้ลวดลายที่มีความร่วม
สมัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เข้ากับบริบทของการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน

ลวดลาย ลิง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบลวดลาย ส่งเสริมอัตลักษณ์ลพบุรี	แบบร่างลวดลายที่ 1 ลวดลายลิงประยุกต์					แบบร่างลวดลายที่ 2 ลวดลายลิงจากการตัดทอน					แบบร่างลวดลายที่ 3 ลวดลายลิงประยุกต์ร่วมกับลวดลายเรขาคณิต				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ความพึงพอใจต่อแบบร่างลวดลาย															
1. ความเป็นลักษณะเฉพาะตัว															
2. ความเป็นสัญลักษณ์อื่นทรงคุณค่า															
3. ความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์															
4. มีสร้างสรรค์ของลวดลาย															
5. มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์															
6. มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย															

<p>ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบลาวตลาย ส่งเสริมอัตลักษณ์ลพบุรี</p>	 <p>แบบร่างลาวตลายที่ 4 ลาวตลายทานตะวันจากการตัดทอน</p>					 <p>แบบร่างลาวตลายที่ 5 ลาวตลายทานตะวันประยุกต์</p>					 <p>แบบร่างลาวตลายที่ 6 ลาวตลายทานตะวันประยุกต์ร่วมกับลาวตลายเรขาคณิต</p>					
	ความพึงพอใจต่อแบบร่างลาวตลาย	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว																
2.มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า																
3.มีความแตกต่างของลาวตลายส่งเสริมอัตลักษณ์																
4.มีสร้างสรรค์ของลาวตลาย																
5.มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์																
6.มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย																

ลวดลาย ปรำงค์สามยอด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์บุรี	แบบร่างลวดลายที่ 7 ลวดลายปรำงค์สามยอดจากการตัดทอน					แบบร่างลวดลายที่ 8 ลวดลายปรำงค์สามยอดประยุกต์ร่วมกับลวดลายเรขาคณิต					แบบร่างลวดลายที่ 9 ลวดลายปรำงค์สามยอดประยุกต์				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ความพึงพอใจต่อแบบร่างลวดลาย															
1.มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว															
2.มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า															
3.มีความแตกต่างของลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์															
4.มีสร้างสรรค์ของลวดลาย															
5.มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์															
6.มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย															

ตอนที่ 2 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ให้สัมภาษณ์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี จากความคิดเห็น
ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์

“ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี”

Study of Lopburi Ancient Arts for Applications in Contemporary
Design

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์สวดลาย
2. เพื่อออกแบบสวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรีและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย
3. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น

ผู้วิจัย นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง

โทร. 090-2340296 E-mail : beer_tidajan@hotmail.com

หลักสูตร วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร

ลาดกระบัง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.สมชาย เเซววิเศษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**แบบประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี จากความคิดเห็น
ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์
หัวข้อวิทยานิพนธ์ ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี
โดย นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง**

แบบประเมินแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี จากความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านความน่าดึงดูดใจ ด้านลักษณะการใช้งาน และด้านภาพลักษณ์มีลักษณะเฉพาะตัว

คำชี้แจง ให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลายแสดงความคิดเห็นด้วยการประเมินเกี่ยวกับออกแบบลวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์ลพบุรี ว่าแต่ละรูปแบบอยู่ในระดับใด โดยกำหนดน้ำหนักประมาณค่าความเหมาะสม 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง เหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง เหมาะสมมาก
- 3 หมายถึง เหมาะปานกลาง
- 2 หมายถึง เหมาะสมน้อย
- 1 หมายถึง เหมาะน้อยที่สุด




โดยใส่เครื่องหมาย ลงในช่องรายการประเมินแต่ละข้อความคิดเห็นของท่านพร้อมกับเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เพื่อให้ตัวผู้วิจัยนำไปปรับปรุงต่อไป

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี

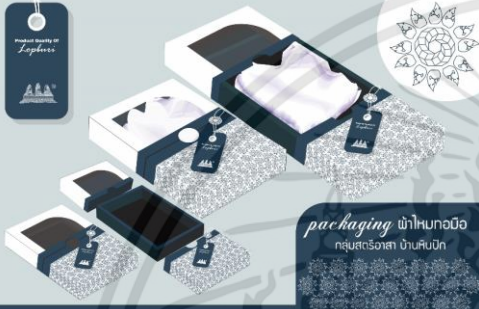


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 แบบประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี




แบบร่างผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้า

ความคิดเห็นด้านการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จ.ลพบุรี	 เฟอร์นิเจอร์โคมไฟ แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่งแบบที่ 1 เฟอร์นิเจอร์โคมไฟ					 Cold Cup แก้วเก็บความเย็น แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่งแบบที่ 2 ของใช้ส่วนตัว แก้วน้ำ					 Lopburi ซองใช้สำหรับงาน แก้ววางมือถือ แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่งแบบที่ 3 ของใช้สำนักงานแทนวางมือถือ				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
ความพึงพอใจต่อแบบร่าง ผลิตภัณฑ์															
1.มีความน่าสนใจด้วยการ กระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค															
2.มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม															
3.มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย															
4.มีความเหมาะสมในการใช้ งาน															
5.มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภาย หลังจากการใช้งาน															

แบบร่างผลิตภัณฑ์ ประเภทของใช้ของตกแต่ง

<p>ความคิดเห็นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จ.ลพบุรี</p>	 <p>packaging ผ้าไหมทอโอทอป กลุ่มสาระฯ ปานศษ.01ก</p>					 <p>Lopburi ลวดลายทอผ้าไหม</p>					 <p>Lopburi ลายพิมพ์ผ้า</p>				
	<p>แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าแบบที่ 1 บรรจุภัณฑ์ผ้าไหม</p>					<p>แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าแบบที่ 2 ลวดลายทอผ้าไหม</p>					<p>แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าแบบที่ 3 ลายพิมพ์ผ้า</p>				
<p>ความพึงพอใจต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์</p>	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
<p>1.มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค</p>															
<p>2.มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม</p>															
<p>3.มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย</p>															
<p>4.มีความเหมาะสมในการใช้งาน</p>															
<p>5.มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน</p>															




แบบร่างผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องประดับ

<p>ความคิดเห็นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จ.ลพบุรี</p>	 <p>นาฬิกาข้อมือ</p>					 <p>จี้แฟชั่น</p>					 <p>เครื่องประดับตกแต่งผม ยาวรัดผม กีบติดผม ที่คาดผม</p>				
	แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับแบบที่ 1 นาฬิกาข้อมือ					แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับแบบที่ 2 จี้แฟชั่น สำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมือ					แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับแบบที่ 3 ยางรัดผม กีบติดผม ที่คาดผม				
ความพึงพอใจต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค															
2.มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม															
3.มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย															
4.มีความเหมาะสมในการใช้งาน															
5.มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน															




แบบร่างผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหาร

ความคิดเห็นด้านการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จ.ลพบุรี	 <p>แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารแบบที่ 1 บรรจุภัณฑ์ปลาสามพีค</p>					 <p>แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารแบบที่ 2 บรรจุภัณฑ์ไข่เค็มดินสอพอง</p>					 <p>แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารแบบที่ 3 บรรจุภัณฑ์เมล็ดทานตะวันอบแห้ง</p>					
	ความพึงพอใจต่อแบบร่าง ผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.มีความน่าสนใจด้วยการ กระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค																
2.มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม																
3.มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย																
4.มีความเหมาะสมในการใช้ งาน																
5.มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภาย หลังจากการใช้งาน																




แบบร่างผลิตภัณฑ์ ประเภทที่ตัดเย็บ

ความคิดเห็นด้านการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จ.ลพบุรี	 <p>แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทหัตถกรรมแบบที่ 1 เครื่องหมายการค้า กลุ่มจักสานตำบลมหาสอน</p>					 <p>แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทหัตถกรรมแบบที่ 2 บรรจุภัณฑ์ เสื้อกักบ้านทำดินดำ</p>					 <p>แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทหัตถกรรมแบบที่ 3 บรรจุภัณฑ์ กระเป๋าถือเชือกมัดฟาง</p>					
	ความพึงพอใจต่อแบบร่าง ผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.มีความน่าสนใจด้วยการ กระตุ้นความรู้สึของผู้บริโภค																
2.มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม																
3.มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย																
4.มีความเหมาะสมในการใช้ งาน																
5.มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภาย หลังจากการใช้งาน																

แบบร่างผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องแต่งกาย

<p>ความคิดเห็นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จ.ลพบุรี</p>	 <p>แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องแต่งกายแบบที่ 1 เลือยัด ที่ระลึกจังหวัดลพบุรี</p>					 <p>แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องแต่งกายแบบที่ 2 ผ้าพันคอเฟี้ยว</p>					 <p>แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องแต่งกายแบบที่ 3 หมวก ที่ระลึกจังหวัดลพบุรี</p>				
	<p>ความพึงพอใจต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์</p>	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2
<p>1.มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึของผู้บริโภค</p>															
<p>2.มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม</p>															
<p>3.มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย</p>															
<p>4.มีความเหมาะสมในการใช้งาน</p>															
<p>5.มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน</p>															

แบบร่างผลิตภัณฑ์ ประเภทงานหัตถ์ศิลป์

ความคิดเห็นด้านการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จ.ลพบุรี	 <p>บรรจุภัณฑ์ พวงกุญแจที่ระลึกทองเหลือง</p>					 <p>บรรจุภัณฑ์ แก้วเบญจรงค์</p>					 <p>ลวดลาย เบญจรงค์ ร่วมสมัย</p>				
	แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทงานหัตถ์ศิลป์แบบที่ 1 บรรจุภัณฑ์พวงกุญแจที่ระลึกทองเหลือง					แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทงานหัตถ์ศิลป์แบบที่ 2 บรรจุภัณฑ์แก้วเบญจรงค์					แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทงานหัตถ์ศิลป์แบบที่ 3 ลวดลายเบญจรงค์ร่วมสมัย				
ความพึงพอใจต่อแบบร่าง ผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. มีความน่าสนใจด้วยการ กระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค															
2. มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม															
3. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย															
4. มีความเหมาะสมในการใช้ งาน															
5. มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภาย หลังจากการใช้งาน															

แบบร่างผลิตภัณฑ์ ประเภทงานชุมชนท่องเที่ยว

<p>ความคิดเห็นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จ.ลพบุรี</p>															
	<p>แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทชุมชนท่องเที่ยวแบบที่ 1 ร้านกาแฟ และจุดชมทิวทัศน์</p>					<p>แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทชุมชนท่องเที่ยวแบบที่ 2 ตกแต่งรถรางชมเมืองลพบุรี</p>					<p>แบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทชุมชนท่องเที่ยวแบบที่ 3 โลโก้เพจเรารักลพบุรี</p>				
<p>ความพึงพอใจต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์</p>	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
<p>1.มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึของผู้บริโภค</p>															
<p>2.มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม</p>															
<p>3.มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย</p>															
<p>4.มีความเหมาะสมในการใช้งาน</p>															
<p>5.มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน</p>															

ตอนที่ 2 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ให้สัมภาษณ์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่พัฒนาขึ้น

หัวข้อวิทยานิพนธ์

“ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี”

Study of Lopburi Ancient Arts for Applications in Contemporary Design

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านศิลปะสมัยลพบุรีสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบประยุกต์สวดลาย
2. เพื่อออกแบบสวดลายส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดลพบุรีและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย
3. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่พัฒนาขึ้น

ผู้วิจัย นางสาวธิดาพร จันทรเทียง

โทร. 090-2340296 E-mail : beer_tidajan@hotmail.com

หลักสูตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ

ทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้นำไปลงพิมพ์ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ

**แบบประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี จากความคิดเห็น
ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์
หัวข้อวิทยานิพนธ์ ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากศิลปะลพบุรี
โดย นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง**

แบบประเมินแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบประเมินด้านการศึกษาระดับความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น ในด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมสินค้า

คำชี้แจง ให้ผู้บริโภคแสดงความคิดเห็นด้วยการประเมินเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่พัฒนาขึ้น ว่าแต่ ละรูปแบบอยู่ในระดับใด โดยกำหนดน้ำหนักประมาณค่าความเหมาะสม 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง เหมาะสมมากที่สุด

4 หมายถึง เหมาะสมมาก

3 หมายถึง เหมาะปานกลาง

2 หมายถึง เหมาะสมน้อย

1 หมายถึง เหมาะน้อยที่สุด

โดยใส่เครื่องหมาย ลงในช่องรายการประเมินแต่ละข้อความคิดเห็นของท่านพร้อมกับเขียน ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เพื่อให้ตัวผู้วิจัยนำไปปรับปรุงต่อไป

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 ชื่อ – นามสกุล.....

1.2 อายุ.....ปี

1.3 เพศ () ชาย () หญิง

1.4 ตำแหน่ง.....

1.5 ประสบการณ์เกี่ยวกับศิลปะสมัยลพบุรี () 1-5 ปี () 6-10 ปี () มากกว่า 10 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 แบบประเมินด้านการศึกษาระดับความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น
แก้วเก็บความเย็น



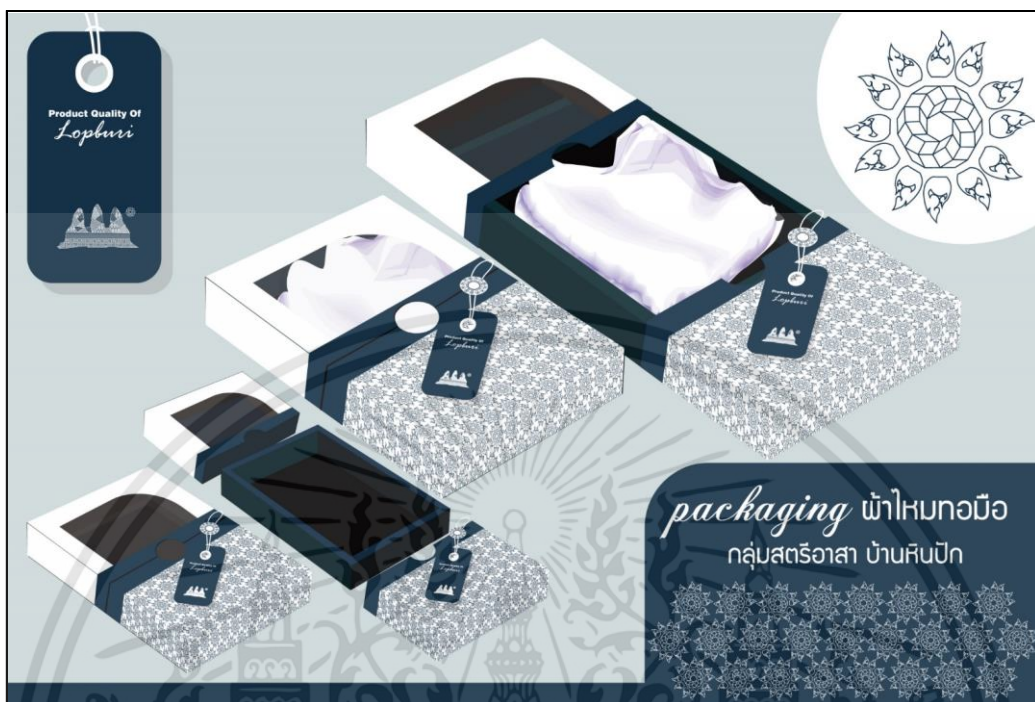
ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น	5	4	3	2	1
1. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
3. ใช้วัสดุที่เหมาะสม					
4. มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม					
5. มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์					

ราคาที่เหมาะสม ต่อชิ้น

100-200 บาท	200-300 บาท	300-400 บาท	400-500 บาท	600-700 บาท	800-900 บาท	900 -ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ



ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น	5	4	3	2	1
1. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
3. ใช้วัสดุที่เหมาะสม					
4. มีรูปร่างทรงที่สวยงาม					
5. มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์					

ราคาที่เหมาะสม ต่อชิ้น

100-200 บาท	200-300 บาท	300-400 บาท	400-500 บาท	600-700 บาท	800-900 บาท	900 -ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ้าพันคอแฟชั่น



ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น	5	4	3	2	1
1.มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
2.มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
3.ใช้วัสดุที่เหมาะสม					
4.มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม					
5.มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์					

ราคาที่เหมาะสม ต่อชิ้น

100-200 บาท	200-300 บาท	300-400 บาท	400-500 บาท	600-700 บาท	800-900 บาท	900 -ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ไข่เค็มดินสอพอง



ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น	5	4	3	2	1
1. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
3. ใช้วัสดุที่เหมาะสม					
4. มีรูปร่างทรงที่สวยงาม					
5. มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์					

ราคาที่เหมาะสม ต่อชิ้น

100-200 บาท	200-300 บาท	300-400 บาท	400-500 บาท	600-700 บาท	800-900 บาท	900 -ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์เลือก



ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น	5	4	3	2	1
1.มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
2.มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
3.ใช้วัสดุที่เหมาะสม					
4.มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม					
5.มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์					

ราคาที่เหมาะสม ต่อชิ้น

100-200 บาท	200-300 บาท	300-400 บาท	400-500 บาท	600-700 บาท	800-900 บาท	900 ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดร้านกาแฟส่งเสริมธุรกิจของคนในท้องถิ่น



ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น	5	4	3	2	1
1. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
3. ใช้วัสดุที่เหมาะสม					
4. มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม					
5. มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์					

ราคาที่เหมาะสม ต่อชิ้น

100-200 บาท	200-300 บาท	300-400 บาท	400-500 บาท	600-700 บาท	800-900 บาท	900 -ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แก้วน้ำ



ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น	5	4	3	2	1
1. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
3. ใช้วัสดุที่เหมาะสม					
4. มีรูปร่างทรงที่สวยงาม					
5. มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์					

ราคาที่เหมาะสม ต่อชิ้น

100-200 บาท	200-300 บาท	300-400 บาท	400-500 บาท	600-700 บาท	800-900 บาท	900 -ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านกวดค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จี้แฟชั่น สำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมือ



ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผ่านการพัฒนาขึ้น	5	4	3	2	1
1. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
3. ใช้วัสดุที่เหมาะสม					
4. มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม					
5. มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์					

ราคาที่เหมาะสม ต่อชิ้น

100-200 บาท	200-300 บาท	300-400 บาท	400-500 บาท	600-700 บาท	800-900 บาท	900 -ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง.

ภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ผลิตขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 แก้วเก็บความเย็น

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง. 2562



ภาพที่ 2 บรรจุภัณฑ์ผ้าไหม

ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง. 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 จี้แฟชั่นสำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมือ
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2562



ภาพที่ 4 บรรจุภัณฑ์ไข่เค็มดินสอพอง
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5 บรรจุภัณฑ์เสื่อกก บ้านท่าดินดำ
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง. 2562



ภาพที่ 6 ลวดลายเบญจรงค์ร่วมสมัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง. 2562
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7 ผ้าพันคอแฟชั่น

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2562



ภาพที่ 8 แบรินด์ร้านกาแฟ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2562

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกไปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล โรงงานทองเหลือง บ้านท่ากระยาง
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2559



ภาพที่ 2 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ศูนย์จำหน่ายทองเหลือง
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล กลุ่มจักสานหวาย
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2559



ภาพที่ 4 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล กลุ่มจักสานหวาย

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกิจกรรมการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล กลุ่มทอผ้าไหม
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2559



ภาพที่ 6 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล กลุ่มทอผ้าไหม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่รวบรวมไว้ใช้สำหรับการเรียน เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2559
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล กลุ่มทอผ้าไหม
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง. 2559



ภาพที่ 8 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ร้านจำหน่ายสินค้า
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง. 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 9 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2559



ภาพที่ 10 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 11 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง. 2559



ภาพที่ 12 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง. 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 13 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2562



ภาพที่ 14 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่นำมาใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2562
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 15 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง. 2562



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูในโรงเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ภาพที่ 16 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ
ไม่ว่ากรณีใดๆก็ตาม อีเมลที่ปรากฏในเอกสารนี้เป็นของมหาวิทยาลัยและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
ภาพโดย : ธิดาพร จันทรเที่ยง. 2562



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 การเข้าร่วมการประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ
ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2562



ภาพที่ 2 การเข้าร่วมการประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ

ภาพโดย : ธิดาพร จันทร์เที่ยง. 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวธิดาพร จันทร์เที่ยง
วัน-เดือน-ปีเกิด	4 มกราคม 2535
สถานที่เกิด	จังหวัดลพบุรี
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 83 หมู่ 4 ตำบลช่องสาธิต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี 15220
ประวัติการศึกษา	ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สายวิทย์-คณิต โรงเรียนวินิตศึกษาในพระราชูปถัมภ์ฯ จังหวัดลพบุรี จบปีการศึกษา.2552 ระดับปริญญาตรี (ศิลปกรรมศาสตร์) สาขาศิลปกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จบปีการศึกษา 2557
ประวัติการทำงาน	กราฟฟิคดีไซน์เนอร์ บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด ตั้งแต่ปี 2560-ปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้