

ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

STUDY AND DEVELOPMENT OF MUAY THAI SOUVENIR

ณัฐชนันธุ์ธร เกษมธนะสมบุรณ์

NUTCHANANTHORN KASEMTHANASOMBOON

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2561

KMITL-2018-ED-M-222-009

ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

STUDY AND DEVELOPMENT OF MUAYTHAI SOUVENIR

ณัฐชนันธุ์ เกษมธนะสมบูรณ์

NUTCHANANTHORN KASEMTHANASOMBOON

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2561

KMITL-2018-ED-M-222-009

STUDY AND DEVELOPMENT OF MUAY THAI SOUVENIR

NUTCHANANTHORN KASEMTHANASOMBOON

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

2018

KMITL-2018-ED-M-222-009

COPYRIGHT 2018

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION AND TECHNOLOGY

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย
นักศึกษา	นายณัฐชนันธุระ เกษมธนะสมบูรณ์
รหัสประจำตัว	57603126
ปริญญา	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ.	2561
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย เซะวิเศษ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว 2) เพื่อพัฒนาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์มวยไทย 3) เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้จัดทำและผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยว ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย โดยศึกษาเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับมวยไทยที่ สนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยเวทีราชดำเนิน และตลาดน้ำอโยธยา สอบถามความต้องการและมุมมองในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกมวยไทยของ นักท่องเที่ยวชาวจีน ชาวยุโรป ชาวไทย สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเรื่องมวยไทย ด้านการแต่งกายมวยไทยในปัจจุบัน และสอบถามผู้เชี่ยวชาญเรื่องของที่ระลึก เกี่ยวกับความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลนำมาพัฒนาเขียนเป็นแบบร่างให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก เลือกแบบของที่ระลึกที่เหมาะสมที่สุด และนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เลือกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมที่สุด แล้วนำรูปแบบของที่ระลึกมวยไทยที่ออกแบบ ไปสร้างต้นแบบแล้วนำไปประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีน ชาวยุโรป ชาวไทย และ ผู้จัดทำ

ผลการวิจัย พบว่า การศึกษาเอกลักษณ์ของสนามมวยเวทีลุมพินีและราชดำเนิน คือ เครื่องแต่งกายมวยไทย ซึ่งมีความสอดคล้องกับ เอกลักษณ์ของตลาดน้ำอโยธยา คือ ชุด แต่งกายแบบ ไทยย้อนยุค สินค้าที่ระลึกมวยไทยที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด คือ เครื่องแต่งกายมวย ประกอบด้วย มงกุฎ ประเจียด กางเกงมวยไทย นวมหรือแป้คชก และ ผ้ารัดข้อเท้า มาเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยผลการออกแบบ ผู้วิจัยได้ร่างแบบของที่ระลึกมวยไทย 5 แบบ และ ร่างแบบ บรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย 3 แบบ นำมาพัฒนาและทำแบบประเมิน พบว่าผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก เลือกผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 1 จากแนวคิดการแต่งกายของนักมวยไทยในสมัยโบราณ มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31, S.D.=0.31$) และ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เลือกบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1 ซึ่งนำรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ได้คัดเลือกมาเป็นแนวทางในการออกแบบ มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33, S.D.=0.30$) ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้จัดทำ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55, S.D.=0.27$) นักท่องเที่ยวชาวจีน มีความ คิดเห็น อยู่ใน

ระดับมาก ($\bar{x}=4.34$, S.D.=0.69) นักท่องเที่ยวชาวยุโรป มีความ คิดเห็น อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.29$, S.D.=0.67) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.28$, S.D.=0.68)

Title	Study and development of Muay Thai souvenir
Student	Mr. Nuchananthorn Kasemthanasomboon
Student ID.	57603126
Degree	Master of Industrial Education
Program	Technology of Industrial Product Design
Year	2018
Thesis Advisor	Associate Professor Udomsak Saributr
Thesis Co-Advisor	Assistant Professor Dr. Somchai Seviset

ABSTRACT

This research has the objectives as this following: 1. To study about the souvenirs from the uniqueness of locations and tourist attractions and 2. To develop the souvenirs from the uniqueness of Muay Thai. 3. To evaluate the opinion of suppliers and tourists toward the Muay Thai souvenirs. Moreover, with the objective number 1 the researcher has applied the tools from the noticing and the questionnaires by surveying to study of the uniqueness for Muay Thai at Lumpinee boxing stadium , Ratchadamnoen boxing stadium and Ayothaya floating market. In addition, it has studied for the souvenirs of Muay Thai by using the notices , the interviews and the questionnaires classifying into groups , such as Chinese tourists , European tourists , Thai tourists , experts of souvenirs and experts of Muay Thai. On the same way, with the objective number 2 the researcher has made the summary of the surveying the area to develop as the drafts for being taken assessment by designing experts of souvenirs to choose for the most suitable one of souvenirs and designing package experts to choose for the most suitable one of package. And then apply the design of Muay Thai souvenirs as the model and ask the opinion of survey groups which are suppliers , Chinese tourists , European tourists and Thai tourists.

According to the result, it was found that the uniqueness of Lumpinee boxing stadium and Ratchadamnoen boxing stadium are the Muay Thai costumes. On the same way, the uniqueness of Ayothaya floating market are the ancient Thai costumes while the souvenir products of Muay Thai to gain most requirement for the tourists is the costumes of

Muay Thai. Thus, according to the interviewing it was found that the Muay Thai costumes are consisting of Muay Thai head band (Mongkol) , Muay Thai arm bands (Prajead) , Thai boxing shorts , Boxing gloves or Muay Thai bag gloves and ankle guard. Therefore, according to the result the researcher has brought this subject to analyze for creating the drafts of 5 patterns for designing of souvenirs. In this case, it should select the first pattern of the souvenir in Muay Thai Boran concept to have the suitability is good ($\bar{x}=4.31$, S.D.=0.31). Similarly, the experts in designing package should select the first pattern of the package from selected products to have the suitability is good ($\bar{x}=4.33$, S.D.=0.30). The result of the suppliers evaluation in the aspect of satisfaction is excellent ($\bar{x}=4.55$, S.D.=0.27). The result of the Chinese tourists evaluation in the aspect of satisfaction is good ($\bar{x}=4.34$, S.D.=0.69). The result of the European tourists evaluation in the aspect of satisfaction is good ($\bar{x}=4.29$, S.D.=0.67). And the result of the Thai tourists evaluation in the aspect of satisfaction is good ($\bar{x}=4.28$, S.D.=0.68).

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์และความช่วยเหลือจากบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่าน ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของงานวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างสูง

ขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร และ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย เศษวิเศษ ที่กรุณาต่อผู้วิจัย ให้การสนับสนุนช่วยเหลือแนะแนวทาง แก้ไขจุดบกพร่อง ด้วยความเอาใจใส่เสมอมา อีกทั้งยังมอบโอกาสและประสบการณ์อันเป็นประโยชน์ให้แก่ผู้วิจัย

ขอบพระคุณคณาจารย์ผู้เป็นคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ ภิรมย์การ และ รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิมวงศา ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ตลอดจนข้อชี้แนะอันเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย ให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางต่อผู้วิจัย ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้

ขอบพระคุณคณาจารย์ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่ให้ความรู้ คำแนะนำ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ค้นคว้า และเป็นแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จนสำเร็จลุล่วง

ขอบพระคุณบิดา มารดา และเพื่อนทุกคนที่ได้มอบกำลังใจ และให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัย ในทุกๆ เรื่อง จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

คุณค่าและประโยชน์อันพึงเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ บิดา มารดา ครู อาจารย์ ที่เคารพ ญาติพี่น้อง ตลอดจนเพื่อนทุกคน และ ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยิ่ง หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ณัฐชนันญธร เกษมธนะสมบูรณ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญภาพ.....	IX
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	2
1.4 ขอบเขตของงานวิจัย.....	4
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทย.....	10
2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของที่ระลึก.....	39
2.3 ศึกษาแนวคิดด้านบรรจุภัณฑ์.....	53
2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	78
2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างผลงานออกแบบที่น่าเชื่อถือและน่าสนใจ.....	90
2.6 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด.....	92
2.7 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการรับรู้.....	93
2.8 ศึกษาแนวคิดเรื่องเอกลักษณ์.....	96
2.9 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	98
2.10 ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น.....	100
2.11 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	103
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	111
3.1 เพื่อศึกษาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว.....	111
3.2 เพื่อพัฒนาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์มวยไทย.....	114
3.3 เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้จัดจำหน่ายและนักท่องเที่ยว ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย.....	117

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	121
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว....	121
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์มวยไทย.....	136
4.3 ผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของ ผู้จัดจำหน่ายและนักท่องเที่ยว ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย.....	159
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	168
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	168
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	171
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	174
บรรณานุกรม.....	176
ภาคผนวก.....	182
ประวัติผู้เขียน.....	274

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตารางแสดงหน้าที่ของบรรจุกภัณฑ์.....	57
2.2 ตารางแสดงการเปรียบเทียบของลอนลูกฟูก.....	62
2.3 ตารางแสดงการเปรียบเทียบคุณสมบัติของลอนกระดาศลูกฟูก.....	62
4.1 ผลการวิเคราะห์จากการสังเกต และ สัมภาษณ์ เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว.....	122
4.2 ผลการวิเคราะห์จากการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูล ความต้องการและมุมมองของผู้บริโภคในการเลือกซื้อ สินค้าที่ระลึกมวยไทยและความเห็นเกี่ยวกับเอกลักษณ์มวยไทย ของชาวจีน ชาวยุโรป และชาวไทย....	123
4.3 ส่วนประกอบของเครื่องแต่งกายมวยไทยที่สำคัญ.....	128
4.4 ผลการวิเคราะห์จากการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย...	130
4.5 ผลการประเมินแบบ 5 รูปแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก.....	143
4.6 ผลการประเมินแบบ 3 รูปแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุกภัณฑ์.....	153
4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของผู้จัดจำหน่าย ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย.....	161
4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย.....	162
4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย.....	164
4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย.....	165

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 การแต่งกายมวยไทยสมัยโบราณ.....	15
2.2 มงคล.....	16
2.3 ประเจียด.....	17
2.4 ผ้ายันต์.....	17
2.5 เสื้อยันต์.....	18
2.6 พระเครื่อง.....	18
2.7 ตะกรุด.....	19
2.8 พิสมร.....	19
2.9 พิรอด.....	20
2.10 ว่าน.....	20
2.11 ผ้าขาวม้า.....	21
2.12 คาดเชือก.....	21
2.13 ลักษณะการคาดเชือกของ มวยโคราช.....	22
2.14 ลักษณะการคาดเชือกของ มวยลพบุรี.....	22
2.15 รูปปั้นแสดงท่าแม่ไม้มวยไทย ที่วัดบางกุ้ง จังหวัดสมุทรสงคราม.....	24
2.16 สลับฟันปลา.....	25
2.17 ปักษาแหวกรัง.....	25
2.18 ขวาซัดหอก.....	26
2.19 อีเหนาแทงกฤษ.....	26
2.20 ยอเขาพระสุเมรุ.....	27
2.21 ตาเถรค้ำฟ้า.....	27
2.22 มอญยันหลัก.....	28
2.23 ปักลูกทอย.....	28
2.24 จระเข้ฟาดหาง.....	29
2.25 หักวงไอยรา.....	29
2.26 นาคาบิดหาง.....	30
2.27 วิรุณหกกลับ.....	30
2.28 ดับชวาลา.....	31
2.29 ขุนยักษ์จับลิง.....	31

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.30 หักคอเอราวัณ.....	32
2.31 สนามมวยเวทีลุมพินี.....	36
2.32 สนามมวยเวทีราชดำเนิน.....	37
2.33 ตลาดน้ำอโยธยา.....	38
2.34 การแต่งกายในตลาดน้ำอโยธยา.....	38
2.35 Single Face (กระดาศลูกฟูกสองชั้น).....	60
2.36 Single wall (กระดาศลูกฟูกสามชั้น).....	61
2.37 Double wall (กระดาศลูกฟูกห้าชั้น).....	61
2.38 กระดาศกราฟท์สีขาวสำหรับทำผิวกล่อง.....	63
2.39 กระดาศกราฟท์สีเหลืองทองสำหรับทำผิวกล่อง.....	63
2.40 กระดาศกราฟท์สีน้ำตาลอ่อนสำหรับทำผิวกล่อง.....	64
2.41 กระดาศกราฟท์สีน้ำตาลสำหรับทำผิวกล่อง.....	64
2.42 กระดาศกราฟท์สีน้ำตาลสำหรับทำผิวกล่อง ผลิตจากเยื่อ Recycled 100%.....	65
2.43 กระดาศกราฟท์สำหรับทำลอนลูกฟูก.....	65
2.44 เครื่องหมาย ออย.....	71
2.45 บาร์โค้ด.....	71
2.46 ภาพแสดงกระบวนการเกิดเอกลักษณ์ในวงจรวัฒนธรรม ของ Stuart Hall.....	97
3.1 แผนผังดำเนินการวิจัย.....	120
4.1 ตัวอย่างกางเกงมวยไทยของนักมวยมมแดง.....	134
4.2 ตัวอย่างกางเกงมวยไทยของนักมวยมมน้ำเงิน.....	134
4.3 ตัวอย่างมงคล.....	135
4.4 ตัวอย่างประเจียดและผ้ารัดข้อเท้า.....	135
4.5 ตัวอย่างนมและเบ๊คชก.....	135
4.6 แร้งบันดาลใจในการออกแบบเครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบต่างๆ.....	137
4.7 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 1.....	138
4.8 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 2.....	139
4.9 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 3.....	140
4.10 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 4.....	141
4.11 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 5.....	142

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.12 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยที่แก้ไขแล้ว.....	147
4.13 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบเครื่องแต่งกายมวยไทย.....	148
4.14 แรงบันทาลใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบต่างๆ.....	149
4.15 แบบ Sketch Design บรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 1.....	150
4.16 แบบ Sketch Design บรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 2.....	151
4.17 แบบ Sketch Design บรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 3.....	152
4.18 แบบ Pattern บรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยที่แก้ไขแล้ว.....	155
4.19 แบบลดทอนบรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยที่แก้ไขแล้ว.....	156
4.20 แบบลดทอนบรรจุภัณฑ์สำหรับหิ้วเครื่องแต่งกายมวยไทยที่แก้ไขแล้ว.....	157
4.21 แบบ Sketch Design บรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยที่แก้ไขแล้ว.....	158
4.22 ต้นแบบของที่ระลึกมวยไทย.....	159
4.23 ลักษณะการถือของที่ระลึกมวยไทย.....	160

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ของที่ระลึกนั้นเกิดจากพฤติกรรมการให้การเผื่อแผ่แบ่งปันเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้รับเกิด “การระลึกนึกถึงหรือคิดถึง” ซึ่งสิ่งนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติมนุษย์ในการอยู่ร่วมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันที่ถือเป็นโลกแห่งการสื่อสาร ไม่เฉพาะแต่ในเรื่องของภาษาพูดเท่านั้น ภาษาภาพที่เป็นสื่อสัญลักษณ์ของแต่ละองค์กรหากได้นำไปแสดงบนผลิตภัณฑ์ก็จะทำให้ผู้รับเกิดการจดจำต่อองค์กรนั้นได้อย่างแม่นยำ ซึ่งก็หามวยไทย ก็มีสินค้าที่ระลึกจำหน่ายอยู่หลายชนิด เช่นกัน (ประเสริฐ ศิลรัตน์. 2544)

มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวที่สามารถนำไปใช้ได้ทั้งในเชิงกีฬาและการต่อสู้จริงๆ ศิลปะประเภทนี้มีมาแต่โบราณกาล บรรพบุรุษของชาติไทยได้ฝึกฝนอบรมสั่งสอนกุลบุตรไว้เพื่อป้องกันตัวและป้องกันประเทศชาติ บรรดาชายฉกรรจ์ของไทยได้รับการฝึกฝน วิชามวยไทยแทบทุกคน ปัจจุบันการแข่งขันมวยไทยเป็นกีฬาอาชีพโดยสิ้นเชิง ชาวต่างประเทศที่มีโอกาสได้มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ก็มักจะนิยมชมชอบ โอกาสที่จะไปชมการแข่งขันมวยไทย ซึ่งเป็นที่สนใจของชาวต่างประเทศมาก ยิ่งกว่านั้นนักมวยไทยยังได้เคยเดินทางไปแสดงในต่างประเทศหลายครั้งจนเป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย ทำให้ชาวต่างชาติเห็นว่าการต่อสู้แบบมวยไทย เป็นศิลปะป้องกันตัวที่สามารถใช้ป้องกันตัวได้ จึงพากันสนใจเรียนมวยไทยกันมาก ปัจจุบันมวยไทยอาชีพได้เผยแพร่จนเป็นที่รู้จักทั่วกัน จนมีการจัดการแข่งขันมวยไทย ในต่างประเทศบ่อย ๆ ตลอดทางโทรทัศน์เกือบทุกช่องจะจัดการแข่งขันมวยไทย เผยแพร่สู่สากล (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ชมรมรักษ์มวยไทย. 2558) จากการศึกษา สังเกต และสัมภาษณ์ พบว่า มีผู้ให้ความสนใจในการรับชมมวยไทยเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะชาวต่างชาติ อีกทั้งสินค้าของที่ระลึกมวยไทย ก็ยังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง (ณิชชา พัฒนเลิศพันธ์. 2559)

จากการที่ผู้วิจัยลงพื้นที่สัมภาษณ์ร้านค้ากลุ่มเป้าหมาย ศึกษางานวิจัยของ (นปภัสร ชูสุวรรณ. 2559) เรื่องข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่สนามมวยเวทีลุมพินีและสนามมวยเวทีราชดำเนิน ศึกษาแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของไทย (Thailand Tourism Directory. 2560) และ (Ayothaya Floating Market. 2560) ในเรื่องข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา พบว่ามีผู้เข้ามาเลือกชมของที่ระลึกมวยไทยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เฉลี่ย 200 คน ต่อวันที่เปิดขาย โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ ชาวจีน ชาวยุโรป และชาวไทย จากการศึกษาข้อมูล พบว่า ช่องทางการประชาสัมพันธ์และเป็นตัวแทนกีฬามวยไทยนี้ คือ ของที่ระลึก

จากการศึกษาและสังเกตรูปแบบของที่ระลึกที่เกี่ยวกับมวยไทยที่มีจำหน่ายในปัจจุบัน พบว่า ยังมีรูปแบบเดิมไม่มีการพัฒนา บรรจุภัณฑ์ไม่มีความน่าสนใจ ขาดคุณค่าควรแก่การจดจำ ซึ่งของที่ระลึกที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวและวงการกีฬา มีอยู่มากมายหลายแบบ สินค้าที่ระลึกมีส่วนในการเผยแพร่วัฒนธรรมของชาติ ช่วยอนุรักษ์และรักษาศิลปวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น สินค้าที่ระลึกเป็นธุรกิจที่มีส่วนช่วยเผยแพร่วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่ดีงามของประเทศ ซึ่งเป็นศิลปะประจำชาติ เช่น ผ้าไทย ชุดไทยของแต่ละท้องถิ่น (สุรีย์ เข้มทอง และ สุรภีร์ โรจนวงศ์. 2545) สนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยเวทีราชดำเนิน และตลาดน้ำอโยธยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับมวยไทย มีผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเกี่ยวกับมวยไทยจำหน่าย และเป็นสถานที่ที่ชาวไทยและชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย ให้มีความโดดเด่น น่าสนใจ พร้อมทั้งให้ข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทย ให้ชาวต่างชาติและชาวไทย รู้และเข้าใจอย่างแท้จริง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว
- 1.2.2 เพื่อพัฒนาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์มวยไทย
- 1.2.3 เพื่อประเมินความคิดเห็นของ ผู้จัดจำหน่าย และนักท่องเที่ยว ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย

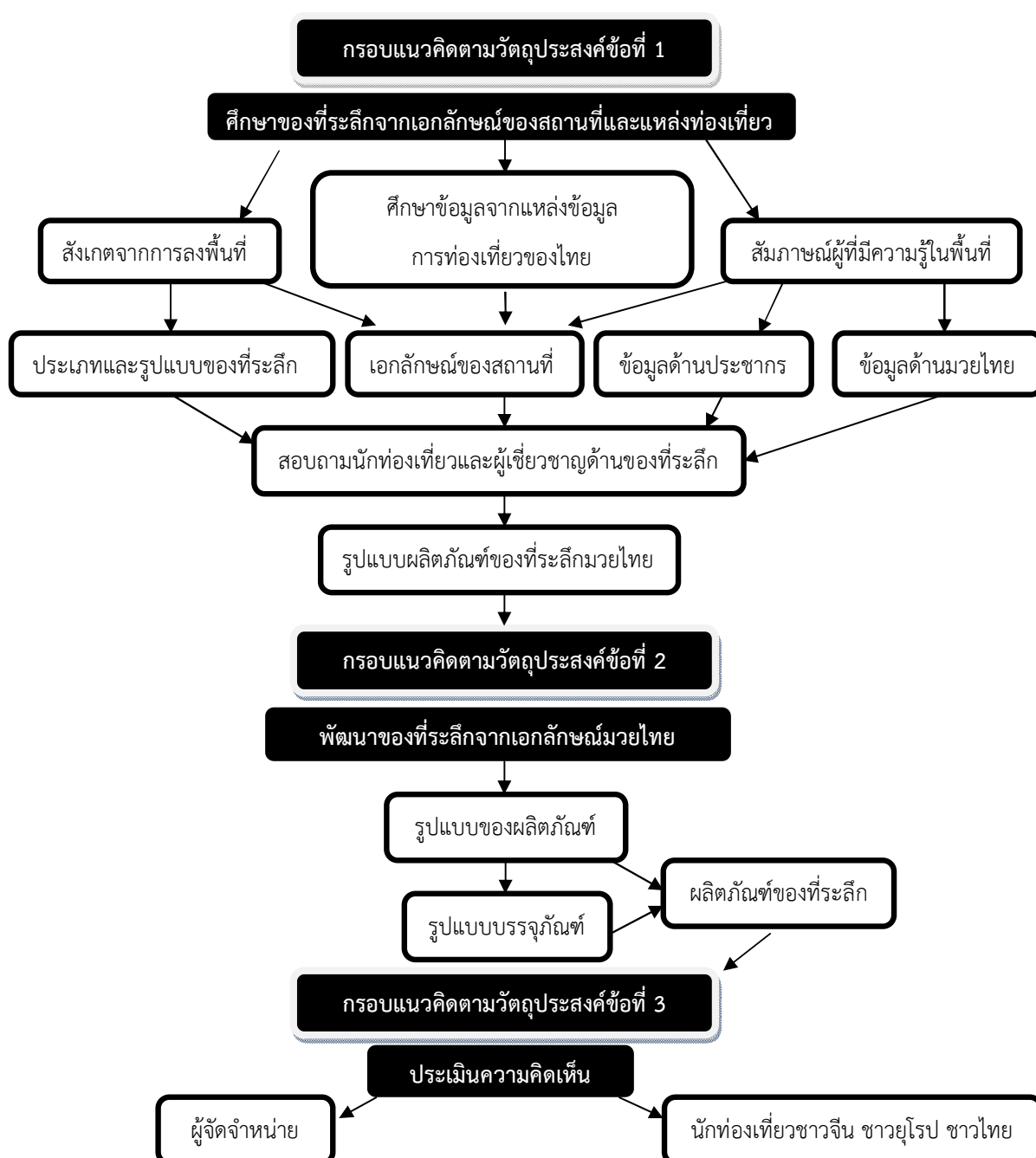
1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

- 1.3.1 กรอบแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาประยุกต์ใช้ในขั้นตอนการประเมินหาเอกลักษณ์ ดำเนินตามกรอบแนวคิดของ (Stuart Hall. 1994) เกี่ยวกับกระบวนการเกิดเอกลักษณ์ในวงจรรวัฒนธรรม ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวความคิดของ (ประเสริฐ ศิลรัตน์. 2531 : 16) ที่กล่าวเกี่ยวกับ ประเภทของสินค้าที่ระลึก แนวความคิดของ (กาญจนา สุระ และคณะ. 2555 : 45-48) ที่กล่าวถึง ลักษณะสินค้าที่ระลึก แนวความคิดของ (ธีระชัย สุขสด. 2544 : 88-90) ด้านหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ด้านคงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้านความสวยงาม ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านคุณภาพ และ ด้านราคา กรอบแนวคิดของ (กรมพลศึกษา. 2559 : 185-187) เกี่ยวกับการแต่งกายมวยไทยในสมัยปัจจุบัน

1.3.2 กรอบแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผู้วิจัยได้แบ่งกรอบแนวความคิดตามขั้นตอนการวิจัย คือ แนวคิดด้านกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวความคิดของ (นวลน้อย บุญวงษ์. 2539 : 117) ได้แก่ ประโยชน์ใช้สอย ความงาม คุณภาพ และเอกลักษณ์เฉพาะ กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดของ (สมพงษ์ เพื่องอารมณ์. 2550) ได้แก่ การรองรับสินค้า การปกป้องผลิตภัณฑ์ การเคลื่อนย้าย การเก็บรักษา เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การสร้างความสะดวก ดึงดูดความสนใจ และ สื่อสารการตลาด

1.3.3 กรอบแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวความคิดของ (ธีระชัย สุขสด. 2544 : 88-90) ประกอบด้วย ด้านคงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้านความสวยงาม ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านคุณภาพ และ ด้านราคา



1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย เป็นการศึกษาและพัฒนาเพื่อ สร้างคุณค่าควรแก่การจดจำ ประชาสัมพันธ์กีฬามวยไทยและการท่องเที่ยวของไทย ให้นักท่องเที่ยวสนใจ ระลึกถึง และประเมินความคิดเห็นของ ผู้จัดจำหน่ายและนักท่องเที่ยว ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย โดยกำหนดขอบเขตการวิจัย และกรอบแนวคิดดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ด้านเนื้อหาในการศึกษารูปแบบของที่ระลึกมวยไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยศึกษาในเรื่องการออกแบบ ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของมวยไทย

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ด้านพื้นที่ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา คือ ร้านค้าที่จำหน่ายของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมวยที่ สนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยราชดำเนิน และ ตลาดน้ำอโยธยา รวมทั้งสิ้น 3 ร้าน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง

1.4.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยแบ่งประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จำนวน 156 คน ได้แก่
 - 1.1 นักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 50 คน
 - 1.2 นักท่องเที่ยวชาวยุโรป จำนวน 50 คน
 - 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 50 คน
 - 1.4 ผู้เชี่ยวชาญเรื่องมวยไทย จำนวน 3 คน
 - 1.5 ผู้เชี่ยวชาญด้านของที่ระลึก จำนวน 3 คน
2. เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 จำนวน 6 คน ได้แก่
 - 2.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก จำนวน 3 คน
 - 2.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 คน
3. เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 จำนวน 153 คน ได้แก่
 - 3.1 ผู้จัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมวยไทยที่สนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยเวทีราชดำเนิน และ ตลาดน้ำอโยธยา จำนวน 3 คน
 - 3.2 นักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 50 คน
 - 3.3 นักท่องเที่ยวชาวยุโรป จำนวน 50 คน
 - 3.4 นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 50 คน

1.4.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น คือ รูปแบบของทีระลีกมวยไทย

ตัวแปรตาม คือ ผลความคิดเห็นของผู้จัดจำหน่าย และ นักท่องเที่ยว ที่มีต่อรูปแบบของทีระลีกมวยไทย

1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1.5.1 ผลิภัณฑ์ของทีระลีก หมายถึง เอกลักษณะแทนสถานที่ เรื่องราว ที่ได้รับการออกแบบสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อกระตุ้นหรือเน้นย้ำความทรงจำให้คิดถึงหรือนึกถึงอยู่เสมอในสถานที่ เหตุการณ์หรือเรื่องราวนั้นๆ

1.5.2 มวยไทย เป็นศิลปะการต่อสู้จากประเทศไทย ที่มีความโดดเด่นด้านเทคนิคการกอดต่อสู้ซึ่งเป็นการใช้ทั้งกายและใจสำหรับการต่อสู้ที่ใช้ร่างกายเป็นอาวุธ โดยเป็นที่รู้จักว่าเป็น "นวอาวุธ" ซึ่งประกอบด้วยหัวใจจากร่างกายทั้ง หมัด ศอก เข่า และเท้า

1.5.3 เอกลักษณะของมวยไทย หมายถึง ลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในมวยไทย เช่น เครื่องแต่งกายการต่อสู้ การรำไหว้ครู

1.5.4 เครื่องแต่งกายมวยไทย การแต่งกายของมวยไทยโบราณ ประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญ คือ เสื้อผ้าปกปิดร่างกายและป้องกันอันตรายในส่วนสำคัญ กับ เครื่องรางของขลัง การแต่งกายมวยไทยในปัจจุบันจะมีองค์ประกอบคล้ายกับมวยไทยสมัยโบราณ คือ มีส่วนที่เป็นเสื้อผ้าและอุปกรณ์การป้องกันร่างกาย กับส่วนที่เป็นเครื่องรางของขลัง แต่จะแตกต่างตรงรูปแบบและวัสดุที่ใช้ในการผลิต ประกอบด้วย มงคล ประเจียด ฟันยาง ผ้าพันมือ นวม กางเกงมวยไทย ผ้ารัดข้อเท้า (อังกีล)

1.5.5 มงคล หมายถึง เครื่องรางให้สิริมงคลและคุ้มกันอันตราย ทำด้วยสายสิญจน์ เชือกฝ้าย หรือผ้าดิบ ทำเป็นวงสำหรับสวมศีรษะ โดยรวบเป็นหางยาวไว้ข้างหลัง

1.5.6 ประเจียด หมายถึง เครื่องรางคุ้มกันตัวใช้ผูกติดกับต้นแขนตลอดเวลาการแข่งขันชกมวยใช้ผ้าสาหลู (ผ้าขาวบางเนื้อดี) เชือกฝ้าย หรือผ้าดิบ

1.5.7 แบ็คชก หมายถึง นวมที่เอาไว้สำหรับซ้อมชกกระสอบทราย เรียกว่า Bag gloves หรือ นวมแบ็คชก ซึ่งการใช้งานจริงๆนั้น สามารถนำมาซ้อมชกบนเวทีได้ แบ็คชก บางรุ่นจะมีให้เปิดนิ้วโป้งไว้ ซึ่งเวลาซ้อมจริงจะได้เอานิ้วโป้งเกี่ยวได้ถนัด ส่วนใหญ่โครงสร้างของแบ็คชก จะเป็นฟองน้ำ

ด้านใน ดังนั้นความสามารถในการรองรับแรงกระแทกจะน้อยกว่าวมชกมวย แต่ก็เป็นที่นิยมเพราะมีน้ำหนักเบาและราคาไม่แพง

1.5.8 เอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะเฉพาะที่โดดเด่น ของสถานที่ที่ลงพื้นที่ศึกษา ได้แก่ สนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยเวทีราชดำเนิน และตลาดน้ำอโยธยา

1.5.9 สถานที่และแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย ที่มีของที่ระลึกมวยไทยจำหน่าย และมีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางไปท่องเที่ยวอยู่เสมอ

1.5.10 ศึกษาและพัฒนา หมายถึง ขั้นตอนการแสวงหาความรู้โดยค้นคว้าข้อมูลต่างๆ ในการวิจัย ได้แก่การสอบถาม การสัมภาษณ์หรือข้อมูลจากเอกสารตำราโดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อใช้ในการปรับปรุงรูปแบบที่จะนำมาใช้ในการพัฒนารูปแบบของที่ระลึกมวยไทย

1.5.11 ผู้เชี่ยวชาญด้านมวยไทย หมายถึง ผู้มีความรู้เชี่ยวชาญในด้านมวยไทย ในเรื่องของเครื่องแต่งกายที่สำคัญของนักมวยไทย รูปแบบของการแต่งกายของนักมวยไทยที่ถูกต้อง การต่อสู้ของมวยไทย ประวัติความเป็นมาของมวยไทย

1.5.12 ผู้เชี่ยวชาญด้านของที่ระลึก หมายถึง ผู้มีความรู้เชี่ยวชาญในด้านของที่ระลึกที่มีความเกี่ยวข้องกับมวยไทย เช่น เครื่องแต่งกายมวยไทย พวงกุญแจนวม เสื้อยืดมวยไทย

1.5.13 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก หมายถึง ผู้มีความรู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบ รูปแบบของที่ระลึก ลวดลาย การใช้สี วัสดุที่ใช้ผลิตเครื่องแต่งกายมวยไทย การผลิตเครื่องแต่งกายมวยไทย

1.5.14 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ หมายถึง ผู้มีความรู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ วัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ กรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์

1.5.15 ความคิดเห็น หมายถึง ข้อพิจารณาและความคิดของผู้จัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่มีต่อรูปแบบของที่ระลึกมวยไทยที่ได้ทำการออกแบบ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวความคิดทฤษฎีในภาคเอกสารตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบโดยการจำแนกข้อมูลและนำมาสังเคราะห์เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมากที่สุดผู้วิจัยจึงได้ศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทย
 - 2.1.1 ประวัติความเป็นมาของมวยไทย
 - 2.1.2 การจัดการแข่งขันมวยไทย
 - 2.1.3 ลักษณะของมวยไทย
 - 2.1.4 ความหมายของแม่ไม้มวยไทย
 - 2.1.5 การแต่งกายมวยไทยสมัยโบราณ
 - 2.1.6 การแต่งกายมวยไทยในสมัยปัจจุบัน
 - 2.1.7 ท่าต่างๆของแม่ไม้มวยไทย
 - 2.1.8 มวยไทยในปัจจุบัน
 - 2.1.9 สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับมวยไทย
- 2.2 ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของที่ระลึก
 - 2.2.1 ความหมายของ“ของที่ระลึก”
 - 2.2.2 ประวัติความเป็นมาของของที่ระลึก
 - 2.2.3 ประเภทของสินค้าที่ระลึก
 - 2.2.4 ลักษณะสินค้าที่ระลึก
 - 2.2.5 การกำหนดแบ่งจากวัสดุและเทคนิควิธีการสร้าง
 - 2.2.6 การกำหนดแบ่งตามคุณค่าแห่งการนำไปใช้
 - 2.2.7 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์
 - 2.2.8 กระบวนการออกแบบสินค้าที่ระลึก
 - 2.2.9 ลำดับขั้นตอนของการออกแบบของที่ระลึก
 - 2.2.10 หลักเกณฑ์การพิจารณาการออกแบบและคุณภาพ
- 2.3 ศึกษาแนวคิดด้านบรรจุภัณฑ์
 - 2.3.1 ความหมายของการบรรจุภัณฑ์
 - 2.3.2 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์
 - 2.3.3 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

- 2.3.4 ความสำคัญและบทบาทของบรรจุภัณฑ์
- 2.3.5 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 2.3.6 การพิมพ์บรรจุภัณฑ์
- 2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
 - 2.4.1 ความหมายของการออกแบบกราฟิก
 - 2.4.2 ลักษณะของการออกแบบกราฟิก
 - 2.4.3 ความสำคัญของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
 - 2.4.4 หลักการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
- 2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างผลงานออกแบบที่น่าเชื่อถือและน่าสนใจ
 - 2.5.1 ผลงานที่เกิดจากการปรับปรุงวิธีปฏิบัติงาน
 - 2.5.2 การทำให้ผลงานมีความน่าเชื่อถือ
 - 2.5.3 การพัฒนาผลงานที่ควบคู่กับการปฏิบัติงาน
 - 2.5.4 การประเมินคุณภาพผลงาน
- 2.6 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด
 - 2.6.1 การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)
 - 2.6.2 วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร
 - 2.6.3 เครื่องมือการติดต่อสื่อสารการตลาดแบบครบเครื่อง
- 2.7 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการรับรู้
 - 2.7.1 ทฤษฎีการรับรู้ (Perception Theory)
 - 2.7.2 ความหมายของการรับรู้
 - 2.7.3 ระดับของการรับรู้
 - 2.7.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค
 - 2.7.5 การรับรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณและความซื่อสัตย์
- 2.8 ศึกษาแนวคิดเรื่องเอกลักษณ์
 - 2.8.1 นิยามและความหมาย
 - 2.8.2 โครงสร้างของเอกลักษณ์
 - 2.8.3 การเกิดเอกลักษณ์ในวงจรร่วมวัฒนธรรม
- 2.9 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
 - 2.9.1 นิยามและความหมาย
 - 2.9.2 การเกิดภาพลักษณ์
 - 2.9.3 ประเภทของภาพลักษณ์
 - 2.9.4 ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคม

2.10 ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

2.10.1 ความหมายของความคิดเห็น

2.10.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น

2.11 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทย

สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร (2555) ได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทยไว้ดังนี้

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของมวยไทย

มวยไทยเริ่มขึ้นในสมัยใดไม่มีเอกสารหรือหนังสือเล่มใดระบุไว้ แต่เท่าที่ได้ปรากฏมวยไทยเกิดขึ้นมานานแล้ว และอาจเกิดขึ้นมานานพร้อมๆ กับชาติไทยด้วยซ้ำ เพราะมวยไทยนั้นเป็นศิลปะประจำชาติและเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทย ตั้งแต่สมัยโบราณมาจนถึงปัจจุบันมวยไทยสมัยก่อนมีการฝึกฝนอยู่ในบรรดาหมู่ทหาร การรบกับประเทศเพื่อนบ้านสมัยนั้นยังไม่มีปืนเป็นอาวุธ มีแต่ดาบ พลอง ง้าว ดั้ง เขน การรบในสมัยนั้นจึงเป็นการรบที่ประชิดตัวด้วยอาวุธในมือ คนไทยจึงได้ฝึกหัดการเตะถีบ คู่ต่อสู้ เพื่อให้เกิดการได้เปรียบเพิ่มขึ้นจากการใช้อาวุธในมือดังกล่าวต่อมามีผู้คิดว่าทำอย่างไรจึงจะนำการถีบการเตะนั้นมาเป็นศิลปะการต่อสู้ไปพร้อมกับมือได้ จึงได้เกิดการฝึกหัดการต่อสู้ป้องกันตัว เพื่อแสดงตามงานเทศกาลต่าง ๆ เมื่อเป็นที่นิยมและแพร่หลายมากขึ้นก็มีการฝึกหัดและจัดตั้งเป็นสำนักฝึกมวยไทยกันมากมาย และสำนักที่ฝึกมวยไทยก็จะเป็นสำนักดาบที่มีชื่อเสียงมีอาจารย์ดี ๆ เป็นผู้ฝึกสอน ดังนั้นการฝึกมวยไทยในสมัยนั้นจึงมีจุดมุ่งหมาย 2 อย่าง คือ เพื่อสู้รบกับข้าศึก และ เพื่อต่อสู้ป้องกันตัว

ในสมัยนั้นใครมีเพลงดาบดีและเก่งทางรบพุ่งก็ต้องเก่งทางมวยไทยด้วย เพราะการรบด้วยอาวุธในมือในนั้นต้องอาศัยมวยไทยเข้าช่วย ดังนั้นวิชามวยไทยในสมัยนั้นจึงมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อที่จะฝึกตนเองเข้าไปเป็นทหารรับใช้ชาติการฝึกวิชามวยและเพลงดาบไม่ได้ฝึกเพื่อเตรียมตัวไปเป็นทหารหรือการสู้รบเพียงอย่างเดียว แต่เมื่อว่างเว้นสงครามก็จะมีการประลองการต่อสู้ ทั้งกระบี่กระบองและมวยไทย เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินและอาจมีการพนันกันระหว่างนักมวยแต่ละถิ่นหรือแต่ละสำนักที่ต่อสู้กัน และมวยไทยสมัยนั้นชกกันด้วยหมัดเปล่าๆ ยังไม่มีการคาดเชือกตามประวัติศาสตร์ที่พอจะสืบสาวเรื่องราวเกี่ยวกับมวยไทยได้นั้น ปรากฏว่ามวยไทยได้วิวัฒนาการมาตามยุคสมัยต่าง ๆ ดังนี้

สมัยอาณาจักรน่านเจ้า พ.ศ. 1291 พระเจ้าฟิลาเก๊ะ ได้รวบรวมอาณาจักรไทยขึ้น เรียกว่าอาณาจักรน่านเจ้า สมัยนี้ไทยต้องทำสงครามกับจีนอยู่เป็นเวลานาน บางครั้งก็เป็นมิตรบางครั้งก็เป็นศัตรูกัน สมัยนั้นมีการฝึกใช้อาวุธบนหลังม้า เช่น หอก ง้าว และการต่อสู้ด้วยมือเปล่าก็มีอยู่บ้าง ในระยะประชิดตัว ซึ่งมวยไทยก็น่าจะเป็นจุดเริ่มต้นอยู่ด้วย ในสมัยล้านนาไทยก็ได้มีวิชาการต่อสู้ป้องกันตัวและมีวิชาเจิ้ง (การต่อสู้ชนิดนี้คล้ายๆมวยจีน)

สมัยกรุงสุโขทัย พ.ศ. 1781 - 1921 ในสมัยสุโขทัยนี้ การต่อสู้มือเปล่าด้วยวิชามวยไทย ก็มีใช้อยู่ในการต่อสู้กับข้าศึกและเป็นการใช้ร่วมกับอาวุธมือถือชนิดต่างๆสถานที่ที่เป็นสำนักฝึกสอนวิชามวยไทยในสมัยนี้ ได้แก่ วัด บ้าน สำนักราชบัณฑิตที่เปิดสอนวิชาการต่อสู้ป้องกันตัวรวมอยู่ด้วย

สมัยกรุงศรีอยุธยา พ.ศ. 1893 - 2310 สมัยนี้มีการถ่ายทอดวิชาการต่างๆมาจากสมัยสุโขทัยอย่างต่อเนื่อง เช่นการล่าสัตว์ การคล้องช้าง การฟ้อนรำ และการละเล่นต่างๆและวัดก็ยังคงเป็นสถานที่ให้ความรู้ทั้งวิชาสามัญและฝึกความชำนาญในเชิงดาบ กระบี่กระบอง กรีช มวยไทย ยิงธนู เป็นต้น

พ.ศ. 2174 - 2233 สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช นับว่าเจริญที่สุดมีกีฬาหลายอย่างในสมัยนี้ เช่น การแข่งเรือ การชกมวย สมัยพระเจ้าเสือ หรือขุนหลวงสรศักดิ์ พระองค์ทรงชอบกีฬาชกมวยมาก ครั้งหนึ่งพระองค์พร้อมด้วยมหาดเล็ก 4 คน แต่งกายแบบชาวบ้านออกไปเที่ยวงานมหรสพที่ตำบลลาดรวด แล้วพระองค์ก็สมัครชกมวยในงานนั้น ในนามว่า นายเต๋อ โดยไม่เกี่ยงว่าคู่ต่อสู้จะเป็นใคร พอทางสนามรู้ว่าพระองค์เป็นนักมวยมาจากอยุธยาจึงได้จัดนักมวยฝีมือดีจากเมืองวิเศษไชยชาญ ที่มีอยู่ได้แก่ นายกลางหมัดมวย นายใหญ่หมัดเหล็ก นายเล็กหมัดหนัก ชกกับพระเจ้าเสือ และพระองค์ก็ชกชนะทั้งสามคนรวดนายขนมต้ม หลังจากกรุงศรีอยุธยาแตก พ.ศ. 2310 คนไทยถูกกวาดต้อนไปเป็นเชลยมาก ครั้นต่อมาได้มีการจัดงานเฉลิมฉลองพระเจดีย์ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุที่กรุงอย่างกึ่ง พระเจ้ามังระกษัตริย์พม่า ได้สั่งให้จัดมวยหน้าพระที่นั่งขึ้น เพื่อชมนักมวยไทยชกกับนักมวยพม่า ในครั้งนั้น สุกี้ พระนายกองค่ายโพธิ์สามต้น ที่ได้กวาดต้อนนักมวยชาวไทยไว้ที่กรุงอังวะหลายคน รวมทั้งนายขนมต้ม ที่ได้สร้างประวัติศาสตร์มวยไทยสืบต่อมาจนถึงปัจจุบันเมื่อพระเจ้ามังระโปรดให้จัดนักมวยพม่าเปรียบกับนักมวยไทย คนไทยในพม่าก็ได้ส่งนายขนมต้มผู้มีรูปร่างล่ำสัน บึกบึน ผิวดำ เข้าไปจับคู่กับนักมวยพม่า กรรมการนำนักมวยไทยออกมากลางลานและประกาศชื่อนายขนมต้มว่าเป็นนักมวยมีชื่อจากกรุงศรีอยุธยา เชลยไทยที่มุ่งดูพากันโห่ร้องเพื่อเป็นกำลังใจ

นายขนมต้มได้ใช้วิชาศิลปะมวยไทยเข้าต่อสู้สามารถเอาชนะนักมวยพม่าต่อเนื่องได้ถึง 10 คน (ตามสำนวนพงศาวดาร) จนไม่มีนักมวยพม่าคนใดกล้าต่อสู้อีก สร้างความประทับใจให้กับพระเจ้ามังระยิ่งนัก ถึงกับตรัสชมเชยว่า " คนไทยถึงแม้จะไม่มีอาวุธในมือ มีเพียงมือเปล่า 2 ข้าง ก็ยังมีพิชรอบตัวหากมีเจ้านายดีที่ไหนจะเสียกรุงศรีอยุธยาแก่เราได้ "พระเจ้ามังระจึงทรงมอบเงินและภรรยาให้ 2 คน เป็นรางวัล กาลเวลาต่อมานายขนมต้มก็ได้นำเอาสองศรีภรรยาเข้ามาตั้งรกรากในไทยจนถึงบั้นปลายของชีวิต นายขนมต้มจึงเป็นนักมวยเอกคนแรกของไทยที่ได้ไปประกาศฝีมือมวยไทยในต่างแดน และยังเปรียบเสมือนกับเป็นบิดาวิชามวยไทยมาจนเท่าทุกวันนี้ อนึ่ง ในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย มวยไทยชกกันด้วยการคาดเชือก เรียกว่า มวยคาดเชือกซึ่งใช้เชือกหรือผ้าพันมือ บากครั้ง การชกอาจจะถึงตาย เพราะเชือกที่ใช้คาดมือนั้นบางครั้งใช้น้ำมันชุบเศษแก้วละเอียด ชกถูกตรงไหนเป็นได้เลือดตรงนั้น นับว่าการชกมวยคาดเชือกนั้นอันตรายมากตั้งแต่สมัยอยุธยาลงมา ปรากฏว่ามีกรรมนักมวยที่เรียก ทนายเลือก พวกนี้มีหน้าที่แวดล้อมองค์พระมหากษัตริย์คอยป้องกันอันตรายในระยะประชิดพระองค์ โดยไม่ใช้อาวุธอื่นใดนอกจากมือเปล่า กรรมนี้มีอยู่ต่อมาจนถึงกรุงรัตนโกสินทร์ กษัตริย์บางองค์ทรงเป็นนักมวยมีฝีมือ เช่น สมเด็จพระนเรศวรมหาราช พระเจ้าเสือ พระเจ้ากรุงธนบุรี เป็นต้น

สมัยกรุงธนบุรี พ.ศ. 2314 พม่ายกทัพมาตีเมืองเชียงใหม่ และมาตีเมืองพิชัย พระยาพิชัย (นายทองดี ฟันขาว) ซึ่งพระเจ้ากรุงธนบุรี (พระเจ้าตากสิน) ได้โปรดให้ครองเมืองพิชัยอยู่นั้นได้นำทัพ ออกต่อสู้กับพม่าจนดาบหัก แต่ก็สามารถป้องกันเมืองพิชัยเอาไว้ได้ ประชาชนทั่วไปจึงเรียกว่า พระยาพิชัยดาบหัก ตั้งแต่นั้นมา

เรื่องของพระยาพิชัยดาบหัก ในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย ในรัชกาลสมเด็จพระที่นั่งสุริยามรินทร์ ก่อนกรุงแตกเป็นยุคสงครามกับพม่า มีหนุ่มชาวบ้านห้วยคาเมืองพิชัย หรืออุตรดิตถ์ ชื่อ นายจ้อย หรือ ทองดี ฟันขาว เป็นผู้สนใจในวิชาเพลงมวย เทียวเสาะหาวิชาไปตามสำนักต่าง ๆ จนมีฝีมือพอตัว จึงเทียวเปรียบเทียบคชกจนมีชื่อเสียงโด่งดังและได้ฝากตัวอยู่กับพระยาตาก ซึ่งต่อมาคือพระเจ้ากรุงธนบุรีหรือพระเจ้าตากสินมหาราชที่ได้ทรงแต่งตั้งนายทองดีไปครองเมืองพิชัยและมีความชอบได้เป็นถึงพระยาพิชัย ในเวลาต่อมาแม้กระทั่งในตระกูลของพระยาพิชัยดาบหัก เมื่อรับราชการมาจนถึงรัชกาลที่ 6 ก็ได้รับพระราชทาน นามสกุลว่า วิชัยชัฑะ แปลว่า ดาบวิเศษของพระยาพิชัย สมัยกรุงธนบุรี มีการเล่นกีฬามวยไทย กระบี่กระบอง แข่งเรือ ว่าว ตะกร้อ หมากรูก ชักคะเย่อ

สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ พ.ศ. 2325 ในระยะต้น รัชกาลที่ 1 - 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ กษัตริย์ไทยที่ทรงโปรดการกีฬามาก เช่น สมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ทรงโปรดกีฬามวยไทยอย่างต่อเนื่อง ในสมัยนี้ได้มีฝรั่งสองคนพี่น้องเข้ามาหาครูชกมวยชนิดมีเดิมพัน พระองค์ได้จัดส่งหมื่นผลาญนักมวยผู้เก่งกาจขึ้นชกกับฝรั่งสองพี่น้อง แม้หมื่นผลาญจะมีร่างกายเล็กเสียเปรียบฝรั่งมาก แต่ด้วยศิลปะมวยไทย อารูหมัด เท้า เข่า ศอก ฝรั่งสองพี่น้องจึงพ่ายแพ้ยับเยินกลับไป สมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้โปรดให้พระเจ้าลูกยาเธอหลายพระองค์หัดเล่นกระบี่กระบอง พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระองค์มีความชำนาญในกีฬามวยไทยจึงจัดให้มีการแข่งขันชกมวยขึ้นในชนบทและในกรุง นอกจากนี้ได้ทรงแต่งตั้งผู้มีฝีมือในกีฬามวยให้เป็นหัวหน้าในการจัดกีฬา และให้มียศตำแหน่งด้วย เช่น พระไชยโชคชกชนะ แห่งพระนคร หมื่นมวยมีชื่อ จากไชยา, หมื่นมวยแมนหมัด จากลพบุรี หมื่นชงัด เขิงชก จากโคราช

2.1.2 การจัดการแข่งขันมวยไทย

การแข่งขันมวยไทยครั้งสมัยโบราณ ไม่ปรากฏหลักฐานว่ามีกติกาแน่นอนอย่างไรบ้าง ผู้มีอำนาจเด็ดขาด ได้แก่ นายสนามมวย แต่เมื่อมวยสากลได้รับการเผยแพร่เข้ามาครั้งแรก โดยหม่อมเจ้าวิบูลย์สวัสดิวงศ์ สวัสดิกุล เมื่อ พ.ศ. 2455 ทางวงการมวยไทยจึงได้วางกติกาขึ้น ซึ่งการชกในสมัยนี้ก็ยังคงมีการคาดเชือกกันอยู่ ต่อมาจึงได้สวมนวมชกกัน แต่การชกก็ยังเหมือนเดิม คือยังใช้การถีบเตะชก ศอก เข่า ดังที่เห็นอยู่ในปัจจุบันมวยไทยเป็นกีฬาที่เก่าที่สุดของเรา ได้วิวัฒนาการในเรื่องของกติกาและการจัดการแข่งขันมาจนถึงปัจจุบัน โดยย่อ ๆ ดังนี้

พ.ศ. 2477 กระทรวงมหาดไทยได้ร่างกติกาคุ้มครองมวยไทยและมวยสากล เพื่อเป็นการแข่งขันชั่วคราว

พ.ศ. 2479 กรมพลศึกษา มีหน้าที่ในการจัดการแข่งขันมวยโดยตรง ได้ตั้งกรรมการขึ้นชุดหนึ่งทำการปรับปรุงแก้ไขกติกามวยไทยและมวยสากล และประกาศใช้เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2480 เป็นต้นมา และได้จัดพิมพ์ครั้งที่ 1 เมื่อ พ.ศ. 2482

การแข่งขันที่เป็นหลักฐานเริ่มอย่างจริงจังในสมัยรัชกาลที่ 6 (ก่อนหน้าขึ้นปีไม่มีหลักฐานที่แน่นอน) ซึ่งพอจะแบ่งออกเป็นสมัยต่าง ๆ ได้ 5 สมัย ดังนี้

1. สมัยสวนกุหลาบ สมัยนี้ประชาชนนิยมการชกมวย และชมการแข่งขันชกมวยกันเป็นจำนวนมาก การชกมวยไทยในสมัยนี้ยังมีการคาดเชือก (นักมวยสมัยเก่าใช้ด้ายดิบเส้นโตขนาดดินสอดำชุบแป้งให้แข็ง พันมือตั้งแต่สันมือตลอดถึงข้อศอก และพันรัดเป็นปมทางด้านหลังของข้อนิ้วมือหรือสันหมัด เป็นรูปก้นหอย ที่เรียกกันว่า"คาดเชือก") การชกได้กำหนดจำนวนยกไว้แน่นอนแล้ว มีกรรมการชี้ขาด ผู้ตัดสินส่วนมากนั่งอยู่ข้างเวทีและให้อาณัติสัญญาณนักมวยหยุดชกด้วยเสียงหรือนกหวีด

2. สมัยท่าช้าง ในสมัยนี้เป็นสมัยหัวเลี้ยวหัวต่อ จากการคาดเชือกมาเป็นสวมนวม (พ.ศ. 2462) สมัยนี้ได้ดำเนินการจัดการแข่งขันมาเป็นระยะเวลาานพอสมควรในที่สุดสนามก็เลิกไป กรรมการผู้ชี้ขาดที่มีชื่อเสียงในสมัยนี้ก็คือ นายทิม อติเปรมานนท์ และนายนิยม ทองสิทธิ์

3. สมัยสวนสนุก การจัดการแข่งขันในสมัยนี้นายสนามดำเนินงานได้ดี และยืนยาวอยู่หลายปี นักมวยที่มีชื่อเสียง เช่น สมาน ดิลกวิลาส และสมพงษ์ เวชชสิทธิ์ สมัยนี้มีการแข่งขันทั้งมวยไทยและมวยสากล กรรมการผู้ตัดสินที่มีชื่อเสียง ได้แก่ หลวงพิพัฒน์ พลกาย นายสุนทร ทวีสิทธิ์ (ครู กิมเส็ง) และ นายนิยม ทองสิทธิ์

4. สมัยหลักเมืองและสวนเจ้าเชษฐ การแข่งขันชกมวยในสมัยนี้เข้มแข็งยิ่งขึ้น เพราะทางราชการทหารเข้ามามีส่วนช่วยเหลือ และมีผลเป็นรายได้บำรุงกองทัพจำนวนมาก นักมวยที่มีชื่อในยุคนี้ได้แก่ สุข ปราสาทหินพิมาย ผล พระประแดง เพิก สิงห์พลภ ประเสริฐ ส.ส. ถวัลย์ วงศ์เทเวศน์ และ ทองใบ ยนตรกิจ การแข่งขันสมัยนี้ดำเนินมาหลายปีจนถึงสมัยสงครามโลกครั้งที่สองจึงได้เลิกไป กรรมการผู้ตัดสินในสมัยนี้ได้แก่ นายสังเวียน ทิรัญเลขา นายเจือ จักขุรักษ์ และนายวงศ์ ทิรัญเลขา

5. สมัยปัจจุบัน ได้ทำการแข่งขัน ณ เวทีราชดำเนินและเวทีลุมพินีเป็นประจำ และยังมีเวทีมวยที่เปิดการแข่งขันถาวรและชั่วคราวทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัดอีกมากมาย

ปัจจุบันมี พระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ. 2542 มีสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย สำนักงานกีฬาอาชีพ ของการกีฬาแห่งประเทศไทย ที่ได้จัดตั้งขึ้นตาม พ.ร.บ.นี้ ให้มีหน้าที่ส่งเสริมคุ้มครอง สนับสนุน และควบคุมกิจการมวยในประเทศไทยให้เป็นไปตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย ซึ่งนับว่าเป็นกฎหมายฉบับแรกของวงการมวยเมืองไทย (สมบูรณ์ ตะปนา. 2560)

2.1.3 ลักษณะของมวยไทย

มวยไทยสามารถแบ่งแยกลักษณะออกได้ 2 ลักษณะ คือ มวยหลัก และ มวยเกี้ยว

มวยหลัก เป็นมวยก้าวซ้ำ เหยะย่างและสายรับการเข้าต่อกรกับคู่ต่อสู้ มวยเกี้ยว เป็นมวยตั้งท่าคุมไม่นิ่งอยู่กับที่ ก้าวไปข้างๆ สายไปทั้งซ้าย และขวาเพื่อหาโอกาสเข้าโจมตี การฝึกมวยไทยต้องเริ่มกันที่แม่ทำนับประกอบด้วย หมัด เท้า เข่า ศอก และต้องเข้าใจการออกท่าแต่ละท่าให้แจ่มแจ้งและเป็นขั้นตอน ประสิทธิภาพพื้นฐานของแม่ไม้มวยไทยประสิทธิภาพของแม่ไม้มวยไทย หมายถึง เป้าหมายของการฝึกฝนได้แก่ ความสามารถทะลุ ทะลวง ประกอบด้วย ความแข็งแกร่ง ความหนักหน่วง ความเฉียบคม เป็นลักษณะสำคัญอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทั้งหมดประกอบกันโดยสมบูรณ์ ความแม่นยำความสามารถพุ่งส่งอย่างต่อเนื่องของพลังกำลังจากกลุ่มกล้ามเนื้อที่เป็นพื้นฐานของแม่ไม้มวยไทยความสามารถกำหนดโอกาส ทิศทางการเคลื่อนไหวของแม่ไม้มวยไทยได้อย่างไม่จำกัด

กระบวนการเคลื่อนไหวต่างๆ ของมวยไทย สำหรับท่วงท่าเคลื่อนไหว การควบคุมน้ำหนักตัวลงสู่เท้า และการเคลื่อนเท้ามวยไทยได้ให้ความสำคัญมากโดยการแบ่งการเคลื่อนเท้าหรือที่เรียกว่า “สี่บเท้าเดินมวย” ออกเป็น 3 ระดับลีลาด้วยกันคือ ลีลาพื้นฐานเรียกว่าม้าย่อง (อัสวถ) ลีลาชั้นกลางเรียกว่าเสื่อย่าง (พยัคฆบาท) ลีลาชั้นสูง เรียกว่าสี่หะยาตรา

การฝึกท่าเท้าในวิชามวยไทยนี้เป็นพื้นฐานและเคล็ดอันสุดยอดของขุนศึกแต่โบราณในการฝึกหัดมวยนั้นจะถึงขั้นสำเร็จดี ก็อยู่ที่หลักการวางเท้าในเวลาการต่อสู้ หลักการเดินเท้านี้เรียกชื่อว่า “ม้าย่อง” หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “เสื่อย่าง” การฝึกเคล็ดศิลปะมวยไทยหากขาดหลักการเดินเท้าขบวนม้าย่องนี้ ก็เปรียบได้กับการสร้างตึกในพื้นที่ที่ไม่มั่นคง เมื่อหัดไม้มวยสูงขึ้นๆ ซึ่งยังไม่ทันสำเร็จก็อาจมีอันตรายเจ็บหรือพิการทั้งนี้เพราะขาดหลักอันดีที่จะยึดเป็นรากฐานในการรับ – การรุก

เหตุที่เท้าถึงความสำคัญของขบวนเดินเท้าแบบม้าย่องนี้ก็เพราะเป็นหลักการที่เป็นประโยชน์ในการสำรวมจิตอย่างมั่นคง และเมื่อเวลาจะถอยหรือรุกก็ได้จังหวะฉากซึ่งคู่ต่อสู้จะโจมตีได้ยาก (สัญญา นพวงศ์. 2547)

2.1.4 ความหมายของแม่ไม้มวยไทย

แม่ไม้มวยไทย หมายถึงท่าของการผสมผสานการใช้หลัก เท้า เข่า ศอก เพื่อการรุกหรือการรับในการต่อสู้ด้วยไทย การใช้ศิลปะแม่ไม้มวยไทยได้อย่างชำนาญ จะต้องผ่านการฝึกเบื้องต้นในการใช้ หมัด เท้า เข่า ศอก แต่ละอย่างให้คล่องแคล่วก่อนจากนั้น จึงจะหัดการผสมผสาน ศิลปะในการหลบหลีกนั้นคือลูกไม้มวยไทย ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับครูมวยที่จะคิดค้นดัดแปลงพลิกแพลง เพื่อนำไปใช้ให้ได้ผลแล้วตั้งชื่อมวยนั้นๆ ตามลักษณะท่าทางที่จำได้ง่าย เมื่อมีท่ามวยมากขึ้นจึงแบ่งเป็นหมวดหมู่ หรือตั้งชื่อให้เรียกขานคล้องจองกันเพื่อลูกศิษย์จะได้ท่องจำและไม่ลืมง่าย อดีตมวยไทยชกกันด้วยมือเปล่าหรือใช้ผ้าดิบพันมือ จึงสามารถใช้มือจับคู่ต่อสู้เพื่อทุ้ม หัก หรือบิดได้ นักมวยจึงใช้ชั้นเชิงในการต่อสู้มากกว่าการใช้พลังกำลัง จึงเกิดท่ามวยมากมาย ต่อมามีการกำหนดให้นักมวยไทยใส่ถุงมือในขณะขึ้นชกแข่งขัน เช่นเดียวกับมวยสากล (นิสิตชั้นปีที่ 4 คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา. 2552)

กระทรวงวัฒนธรรม (2559) ได้กล่าวไว้ว่า ไม้มวยเป็นการใช้อาวุธต่างๆ ดังกล่าวประกอบกับการเคลื่อนไหวร่างกายที่ผสมกลมกลืนในการรุก และ รับซึ่งก็คือการเข้ากระทำต่อคู่ต่อสู้ และการป้องกันตัว ซึ่งนับว่าเป็นศิลปะที่มีการประยุกต์ใช้ให้เกิดผลในรูปแบบต่างๆ ไม้ที่สั้นสุด

แม่ไม้ คือท่าครู เป็นท่าอย่างสามชุกที่มีองค์ประกอบของการต่อสู้ และการป้องกันตัวอยู่พร้อมแต่ละครูแต่ละสำนักจะกำหนดทำขึ้น อันเป็นแบบอย่างของแต่ละคนไป

ลูกไม้ หรือไม้มวยไทยมีทั้งไม้เด็ด ไม้ตาย และไม้เป็น

ไม้เด็ด คือลูกไม้ที่มีประสิทธิภาพ และมีอันตรายสูงแก่คู่ต่อสู้

ไม้ตาย คือไม้มวยที่เมื่อฝ่ายที่กระทำใช้ไม้หนีออกไป ผู้ถูกกระทำจะไม่สามารถป้องกันแก้ไขได้

ไม้เป็น คือไม้มวยที่เมื่อฝ่ายหนึ่งใช้ออกไป อีกฝ่ายหนึ่งสามารถป้องกันแก้ไขได้ ถ้ารู้วิธี

2.1.5 การแต่งกายมวยไทยสมัยโบราณ



ภาพที่ 2.1 การแต่งกายมวยไทยสมัยโบราณ

ที่มา : (คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพา. 2560 : Internet)

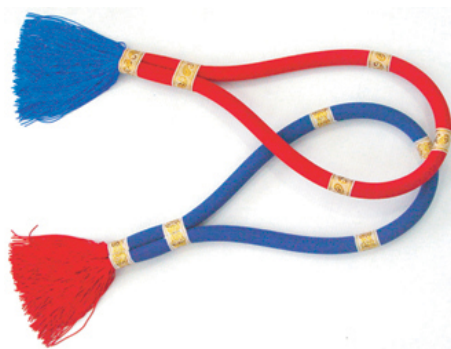
ในอดีตไทยต้องทำศึกสงคราม เพื่อปกป้องแผ่นดินไทยจากการรุกรานของประเทศเพื่อนบ้านมาโดยตลอด การฝึกฝนการใช้อาวุธและการต่อสู้ด้วยมือเปล่า จึงเป็นสิ่งสำคัญของลูกผู้ชายไทย

นอกจากการฝึกฝนการใช้อาวุธชนิดต่างๆแล้ว การรำเรียนวิชาอาคมเพื่อความอยู่ยงคงกระพัน ก็เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่คนไทย เชื่อว่าจะช่วยให้การต่อสู้ได้รับชัยชนะและปลอดภัยจาก คมหอก คมดาบ ทั้งช่วยป้องกันคาถาอาคมของฝ่ายศัตรูด้วยเช่นกัน ดังนั้นนักรบจึงมีเครื่องรางของขลัง เช่น พระเครื่อง การสักยันต์ ตะกรุด เป็นต้น

การแต่งกายของมวยไทยโบราณ จึงประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญ คือเสื้อผ้าปกปิดร่างกาย และป้องกันอันตรายในส่วนสำคัญ กับเครื่องรางของขลัง ดังต่อไปนี้

1. เครื่องรางของขลัง

1.1 มงคล



ภาพที่ 2.2 มงคล

ที่มา : (คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพา. 2560 : Internet)

มงคล ทำด้วยสายสิญจ์ หรือผ้าดิบที่เกจิอาจารย์เป็นผู้เขียนอักขระหัวใจมนตร์ คาถา และเลขยันต์แล้วถักหรือม้วนพันด้วยด้าย หรือด้ายสายสิญจน์ ห่อหุ้มด้วยผ้าซึ่งผ่านพิธีกรรมจากครูบาอาจารย์ผู้ทรงวิทยาคมทำเป็นวงสำหรับสวมศีรษะ โดยรวบเป็นหางยาวไว้ข้างหลัง ในอดีตมีการกล่าวถึงการใช้ไสยศาสตร์ในพิธีทำมงคล ดังนี้

การสร้างมงคลแบบที่ยาก และมีอำนาจแบบไสยศาสตร์เร้นลับที่สุด มีตำนานเล่าว่าเป็นห่วงวงกลมทำมาจาก “งูกินหาง” อาจจะเป็นงูหนึ่งตัวกินหางของมันเอง หรืองูสองตัวกินหางซึ่งกันและกันได้ การกินหางของงูเกิดจากอำนาจสะกดจิตหรือพลังจิตเคลื่อนย้ายสิ่งของ แล้วนำห่วงกลมที่เกิดจากงู กินหางนั้นไปวางไฟจนแห้งสนิท จากนั้นนำไปแช่น้ำมนต์ ซึ่งหุงมาจากน้ำมันมะพร้าวผสมด้วยว่านยาสมุนไพรบางอย่าง แล้วจึงพันไว้ด้วยด้ายยันต์หรือด้ายสายสิญจน์ หุ้มไว้อีกชั้นหนึ่ง เล่ากันว่าพิธีกรรมเร้นลับสำหรับการสร้างมงคล เครื่องผูกศีรษะเหล่านี้ ใช้อำนาจไสยศาสตร์ ให้เคลื่อนไหวสำเร็จขึ้นมาทั้งสิ้นปัจจุบัน สูญหายการถ่ายทอดไปหมดแล้ว

มงคลถือเป็นเครื่องรางให้สิริมงคลและคุ้มกันอันตราย ในอดีตใช้สวมศีรษะในขณะที่ชก บางคนสวมสองอันมี เวลาชกมวยหากมงคลหลุดจากศีรษะ ฝ่ายตรงข้ามก็จะหยุดชกเพื่อให้ เก็บมงคลมาสวมใหม่ แล้วจึงชกต่อเป็นธรรมเนียมที่ถือปฏิบัติกันมาจะไม่มี การซ้ำเติมกันในขณะก้มลง

เก็บมงคลเป็นอันขาด ส่วนนักรบในอดีตก็จะสวมมงคลออกรบโดยสวม ไม้ที่ศีรษะหรือคล้องคอ เวลาไม่ได้ใช้ก็จะเก็บรักษาไว้ในที่สูง เช่น บนหิ้ง บนตู้ หรือใส่ตะกร้าแขวนไว้สูงๆในบริเวณที่เป็นห้องพระ หรือห้วนอน เพื่อบูชาและป้องกันการศุนย์หาย หรือป้องกันใครเดินข้ามเพราะจะทำให้คาถาอาคมเสื่อมได้

1.2 ประเจียด

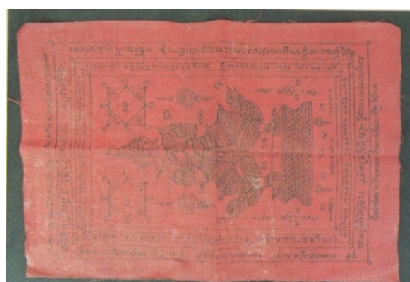


ภาพที่ 2.3 ประเจียด

ที่มา : (คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพา. 2560 : Internet)

ประเจียด ใช้ผ้าสาหลู (ผ้าขาวบางเนื้อดี) หรือผ้าดิบ สีขาวหรือสีแดงตัดเป็นสามเหลี่ยมลงเลขยันต์มหาอำนาจ ส่วนใหญ่จัดอยู่ในชุดวิชาคงกระพันชาตรี แคล้วคลาด มหาอุด กำลังตัวหรือคุ้มกำลังภาษาที่ใช้เขียนมักเป็นอักษรโบราณ เช่น อักษรขอม อักษรเทวนาครี ซึ่งพระครูหรือเกจิอาจารย์ จะเป็นผู้เขียนและทำพิธีพุทธาภิเษก เช่นเดียวกับพระเครื่องหรือพระบูชา ม้วนหรือถักพันด้วยด้าย อาจใส่ว่าน ตรีภทรูต หรือเครื่องรางของขลังชนิดอื่นไว้ข้างในผ้าประเจียดก็ได้ เป็นเครื่องรางคุ้มกันตัวใช้ผูกติดกับต้นแขน ตลอดเวลาการแข่งขันชกมวย

1.3 ผ้ายันต์



ภาพที่ 2.4 ผ้ายันต์

ที่มา : (คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพา. 2560 : Internet)

ผ้ายันต์ คือผ้าดิบหรือผ้าเนื้อบางสีขาวหรือสีแดง เขียนอักขระเลขยันต์และรูปภาพต่างๆ โดยเกจิอาจารย์ที่ชาวบ้านเชื่อถือว่ามีคาถาอาคม แก่กล้าวิธีทำคล้ายผ้าประเจียดแต่ผ้ายันต์มักเป็นสีเหลืองผืนผ้า ใช้พกติดตัว หรือพันเป็นผ้าประเจียดก็ได้

1.4 เสื่อยันต์



ภาพที่ 2.5 เสื่อยันต์

ที่มา : (คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพา. 2560 : Internet)

เสื่อยันต์ใช้ผ้าดิบสีแดงหรือสีขาวตัดเป็นเสื่อสี่เหลี่ยมแบนๆ เขียนอักขระเลขยันต์และรูปภาพต่างๆ เช่นเดียวกับผ้ายันต์หรือประเจียด ใช้สวมทับเสื่อชนิดอื่นหรือสวมเพียงตัวเดียว ส่วนมากนักเรียนจะใช้สวมใส่ยามออกศึกสงคราม ซึ่งเชื่อว่าจะช่วยป้องกันศาสตราวุธทุกชนิด ส่วนเวลาชกมวยไม่ค่อยสวมเสื่อยันต์ มักจะใช้เครื่องรางชนิดอื่นแทน

1.5 พระเครื่อง



ภาพที่ 2.6 พระเครื่อง

ที่มา : (คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพา. 2560 : Internet)

พระเครื่อง ทำด้วยโลหะ ผงปูน ดิน หรืออาจใช้วัตถุหลายชนิดจากแหล่งต่างๆ ที่เป็นที่เคารพเชื่อถือของประชาชน นำมารวมกัน บางครั้งอาจใช้เส้นผม เขียนหมาก เศษจิ๋วของเกจิอาจารย์ ที่มีชื่อเสียงผสมลงไปด้วย เพื่อเพิ่มความขลัง แล้วจึงทำพิธีพุทธาภิเษกเลขยันต์ คือมีพิธีกรรมที่รวม

การบวงสรวงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย การบริการรถคาถาอาคมต่างๆ ในขณะที่พระเครื่องเวลาขึ้นชกมวยจะพกติดตัว โดยพันไว้ในมงคล หรือผ้าประเจียด นักมวยบางคนใช้ม้วนไว้ในปากเวลาชก วิธีนี้ไม่ค่อยนิยมเพราะอาจเป็นอันตรายต่อตนเองได้

1.6 ตะกรุด



ภาพที่ 2.7 ตะกรุด

ที่มา : (คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพา. 2560 : Internet)

ตะกรุด ใช้แผ่นโลหะบางรูปสี่เหลี่ยม เช่น ทอง เงิน นาก ทองแดง หรือใบลานและกระดาษสาเลขยันต์ คาถาอาคม เช่นเดียวกับลงผืนผ้าเพื่อทำประเจียด แล้วม้วนให้กลมตรงกลาง เว้นช่องว่างสำหรับใช้สายเชือกร้อยสำหรับคาดขั้ว คอคล้องคอ หรือคาดไว้ที่ต้นแขน หากใส่ในมงคลหรือประเจียดมักจะใช้ตะกรุดขนาดเล็ก

1.7 พิสมร



ภาพที่ 2.8 พิสมร

ที่มา : (คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพา. 2560 : Internet)

พิสมร ทำด้วยแผ่นโลหะหรือใบลานรูปสี่เหลี่ยม ลงเลขยันต์มีที่ร้อยสาย แต่โดยมากไม่ม้วนให้กลมอย่างตะกรุด ซึ่งต้องผ่านพิธีกรรมเช่นเดียวกับตะกรุด

1.8 พืรอด



ภาพที่ 2.9 พืรอด

ที่มา : (คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพา. 2560 : Internet)

พืรอด ทำด้วยกระดาษสา หรือถักด้วยหวายผ่านพิธีกรรมแล้วลงรักปิดทองเรียกว่า “กำไลพืรอด” ใช้สวมต้นแขน หรือแขวนพืรอดใช้สวมนิ้ว หากเป็นกำไลพืรอดชนิดงู 2 ตัว กลืนหางซึ่งกันและกันจนตายทั้งคู่เช่นเดียวกับการทำมงคล นับว่าเป็นของวิเศษเพราะหายาก และเชื่อว่ามีอานุภาพมาก

1.9 ว่าน



ภาพที่ 2.10 ว่าน

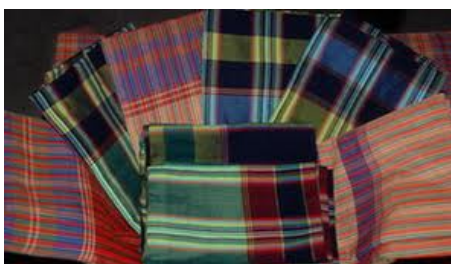
ที่มา : (คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพา. 2560 : Internet)

ว่าน คือพืชที่มีสรรพคุณหลายอย่างบางชนิดใช้ในการรักษาพยาบาล ใช้รับประทาน รักษาโรคบางชนิดใช้ทำรักษาบาดแผล รักษาผิวหนัง บางชนิดห้ามรับประทานเพราะเป็นพิษ บางชนิดเชื่อว่าทำให้ผิวหนังทนความร้อน หรือหนังเหนียว จึงนิยมนำมาใช้เป็นเครื่องรางของขลัง โดยการปลูกเสกคาถาอาคมเช่นเดียวกับเครื่องรางของขลังชนิดอื่น ใช้พกติดตัวใส่ในมงคล ประเจียดหรือใช้เป็น ส่วนผสมในการทำพระเครื่อง บางคนใช้แช่น้ำดื่มก็มี

2. เครื่องแต่งกาย

เครื่องแต่งกายที่เป็นส่วนปกปิดร่างกาย ได้แก่ กางเกง ในสมัยก่อนจะไม่มีกางเกงที่ใช้สวมใส่เฉพาะเวลาขึ้นชกมวยเท่านั้น ส่วนมากนักมวยจะสวมกางเกงขาสั้นยาวประมาณแค่เข้าเป็นกางเกงที่ใช้โดยทั่วไปในชีวิตประจำวัน ตัวกางเกงไม่มีขอบกางเกง ใช้ผ้าขาวม้าผูกคาดเอวไว้กันหลุด

2.1 ผ้าขาวม้า



ภาพที่ 2.11 ผ้าขาวม้า

ที่มา : (คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพา. 2560 : Internet)

ผ้าขาวม้า เป็นผ้าที่ทอด้วยด้ายฝ้าย หรือผ้าไหม รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดกว้างประมาณ 1 เมตร ยาวประมาณ 1 เมตรครึ่ง ทอเป็นตาหมากรุกบ้างเป็นลายอื่นบ้าง ผู้ชายไทยส่วนมากจะมีผ้าขาวม้าใช้ทุกคน ซึ่งเป็นของใช้ที่ทำขึ้นเองในครอบครัวใช้สำหรับนั่ง คาดเอว เช็ดหน้า เช็ดตัวในการแข่งขันชกมวย จะใช้ผ้าขาวม้าพันให้หนาคาดทับระหว่างขาใช้แทนกระชับ และคาดเอวเพื่อให้กางเกงไม่หลุดลู่ย เวลาขึ้นชก

2.2 คาดเชือก



ภาพที่ 2.12 คาดเชือก

ที่มา : (คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพา. 2560 : Internet)

คาดเชือก การคาดเชือกเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของมวยไทย คือ การคาดเชือกที่มือ โดยใช้ด้ายดิบที่จับเป็นใจ (รวมเส้นด้าย) ขนาดโตเท่าดินสอด่า ต่อกันเป็นเชือกยาวประมาณ 20 - 25

เมตร ม้วนแยกไว้ 2 กลุ่ม ใช้พันสันหมัดและข้อมือ ความยาวต่างกันตามความต้องการของประเภท นักมวย

การคาดเชือกจะช่วยให้กระดูกนิ้วมือไม่เคล็ดง่าย และทำให้หมัดแข็ง น้ำหนักหมัดมีความหนักแน่นกว่าหมัดธรรมดา แต่ถ้าพันหนาเกินไป จะทำให้ชกอีตอาด บางสำนักครูอาจารย์จะเป็นผู้พันด้วยด้ายให้หนักมวย พร้อมบริการรถคาถาพร้อมกันไป บางแห่งก็จะทำพิธีปลุกเสกกลางคาถาอาคมในด้ายดิบ บางอาจารย์ใช้ด้ายตราสังข์มาพันมือของนักมวย

คุณลักษณะพิเศษของการคาดเชือกคือ วิธีการคาดสามารถบอกภูมิลำเนาของสำนักมวยได้ว่าเป็นนักมวยมาจากถิ่นใด และบอกถึงลักษณะการใช้หมัดและการใช้ศอกว่าเป็นอย่างไร เช่น “มวยโคราช” เป็นนักมวยเตะและต่อยวงกว้าง จะคาดหมัดถึงข้อศอกเพื่อป้องกันการเตะ ส่วนมวยลพบุรี เป็นที่เลื่องชื่อกว่ามวย “หมัดตรง” ไม่กลัวเตะเพราะรู้เชิงป้องกัน การคาดเชือกจึงเพียงครึ่งแขน ส่วนมวยภาคใต้ “มวยไชยา” ถนัดใช้ศอกและแขน การคาดเชือกจึงเลยข้อมือไม่มากนัก เพื่อกันเคล็ดเท่านั้น เนื่องจากจะใช้ศอกในการกระแทกลำตัว หากบางคนต้องการพันด้ายขนาดยาวเพราะต้องการใช้หมัดบังหน้าด้วย (นิสิตชั้นปีที่ 4 คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา. 2552)



ภาพที่ 2.13 ลักษณะการคาดเชือกของ มวยโคราช

ที่มา : (คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพามหาวิทยาลัยบูรพา. 2560 : Internet)



ภาพที่ 2.14 ลักษณะการคาดเชือกของ มวยลพบุรี

ที่มา : (คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพามหาวิทยาลัยบูรพา. 2560 : Internet)

2.1.6 การแต่งกายมวยไทยในสมัยปัจจุบัน

กรมพลศึกษา (2559 : 185-187) บันทึกเกี่ยวกับการแต่งกายมวยไทยในสมัยปัจจุบันไว้ดังนี้ การแต่งกายมวยไทยในสมัยปัจจุบันจะมีองค์ประกอบคล้ายกับมวยไทยสมัยโบราณ คือ มีส่วนที่เป็นเสื้อผ้าและอุปกรณ์การป้องกันร่างกาย กับส่วนที่เป็นเครื่องรางของขลัง แต่จะแตกต่างกันตรงรูปแบบและวัสดุที่ใช้ในการผลิตและอุปกรณ์ที่กำหนดขึ้นใหม่เพื่อป้องกันอันตรายต่างๆ ดังนี้

1. เครื่องรางของขลัง

เครื่องรางของขลังที่นักมวยไทยในสมัยปัจจุบันยังคงใช้เป็นเครื่องแต่งกาย ได้แก่ มงคลและประเจียด ซึ่งมงคลนั้นนักมวยจะสวมไว้บนศีรษะตั้งแต่แต่งตัวเสร็จจนขึ้นเวที และจะถอดออกเมื่อทำพิธีไหว้ครูและรำมวยไทยเรียบร้อยแล้ว ส่วนประเจียดนักมวยสามารถคาดไว้ที่ต้นแขนตลอดเวลาการชกแข่งขันได้ หากมีเครื่องรางของขลังอื่นอีกก็ต้องเก็บไว้ให้มีมิติไม่ให้มีอันตรายกับคู่แข่งได้ วัสดุที่นำมาใช้ในการทำมงคลหรือประเจียดบางแห่งไม่พิถีพิถันเหมือนแต่เดิม อาจใช้เชือกหรือสายสิญจน์ถักขึ้นใช้เอง บางแห่งก็ซื้อหามาใช้เพราะมีการทำขาย แต่บางค่ายมวยครูอาจารย์ยังคงเคร่งครัดในเรื่องของเครื่องรางของขลัง จึงอาจใช้ของเก่าที่เป็นมรดกตกทอดหรือให้เกจิอาจารย์จัดทำขึ้นใหม่

2. เครื่องแต่งกาย

เครื่องแต่งกายนักมวยไทยสมัยปัจจุบัน ประกอบด้วย ผ้าพันมือ สนับศอก ปกอกรัดข้อเท้า กระจับ กางเกง นวม ฟันยาง เกราะอ่อนป้องกันลำตัว ศีรษะ และหน้าแข้ง เครื่องแต่งกายมวยไทยอาชีพจะแตกต่างจากมวยไทยสมัครเล่นคือ นักมวยที่ขึ้นชกมวยไทยสมัครเล่นจะต้องมีอุปกรณ์ป้องกันอันตรายเพิ่มเติม คือเกราะอ่อนป้องกันศีรษะ ป้องกันลำตัว สนับศอก และสนับหน้าแข้ง ซึ่งกฎกติกาเกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์ป้องกันร่างกายดังกล่าวเป็นผลมาจากการประชุมปรับปรุงกฎกติกาการแข่งขันมวยไทยสมัครเล่นร่วมกันของประเทศสมาชิกสหพันธ์สมาคมมวยไทยสมัครเล่นนานาชาติที่ต้องการจะหามาตรการป้องกันอันตรายและให้เกิดความปลอดภัยสูงสุดแก่นักมวยชาติต่างๆ ที่เข้าแข่งขันทุกคน

ปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ความเชื่อในเรื่องของไสยศาสตร์ลดลง พิธีกรรมต่างๆ จึงได้ลดความซับซ้อนลงไป คงเหลือแต่ในส่วนที่จำเป็นเพื่อเป็นพลังใจแก่นักมวยที่จะสร้างความเชื่อมั่นและสมาธิในการแข่งขัน” และเมื่อมวยไทยได้รับความนิยมแพร่หลายจากนานาประเทศมากขึ้น มวยไทยจึงต้องปรับปรุงกฎกติกาในหลายๆ ด้านรวมทั้งการแต่งกายเพื่อให้เป็นสากลเป็นที่ยอมรับของนานาประเทศและเพื่อความก้าวหน้าของกีฬามวยไทยเอง แต่ถึงกระนั้นศิลปะมวยไทยก็ยังคงรักษาประเพณี และวัฒนธรรมที่ดีงามให้คงอยู่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นได้จนถึงปัจจุบัน

2.1.7 ทำต่างๆของแม่ไม้มวยไทย

จากมติของคณะรัฐมนตรี ได้มีการอ้างอิงถึงสมเด็จพระสรรเพชญ์ที่ 8 (สมเด็จพระเจ้าเสือ) ว่าทรงเป็นผู้คิดค้นท่าแม่ไม้มวยไทย ในแบบฉบับพระเจ้าเสือ กระทั่งมีการทำเป็นตำรามวยไทยเพื่อถ่ายทอดแก่นุชน (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2560)

โพธิ์สวัสดิ์ แสงสว่าง (2525 : 5) ทำของการใช้ศิลปะมวยไทยที่สำคัญที่สุด อันเป็นพื้นฐานของการใช้ไม้มวยไทย ซึ่งผู้ฝึกมวยไทยต้องเรียนรู้ และปฏิบัติให้ได้ก่อนที่จะฝึกลูกไม้ถือว่าเป็นการใช้ไม้มวยไทยที่ละเอียดขึ้น บุรพาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิได้จัดแบ่งแม่ไม้มวยไทยออกเป็น 15 แม่ ได้แก่ (พองเกิดแก้ว และ สุภาพ เจริญสวัสดิ์. 2526 : 25)

1. สลับฟันปลา
2. ปักขาแหวกริง
3. ขวาซัดหอก
4. อิเหนาแทงกริช
5. ยอเขาพระสุเมรุ
6. ตาเถรค้ำฝัก
7. มอญยันหลัก
8. ปักลูกทอย
9. จระเข้ฟาดหาง
10. หักงวงไอยรา
11. นาคาบิดหาง
12. วิรุฬหกกลับ
13. ดับชวาลา
14. ชูนยักษ์จับลิง
15. หักคอเอราวัณ



ภาพที่ 2.15 รูปปั้นแสดงท่าแม่ไม้มวยไทย ที่วัดบางกุ้ง จังหวัดสมุทรสงคราม
ที่มา : (<https://th.wikipedia.org/wiki/แม่ไม้มวยไทย>. 2560 : Internet)

กล 1 สลับฟันปลา (รับวงนอก)



ภาพที่ 2.16 สลับฟันปลา

ที่มา : (<http://maemaimuaythai.blogspot.com>. 2560 : Internet)

แม่ไม้กล 1 นี้ เป็นไม้หลักหรือไม้ครูเบื้องต้น ใช้รับและหลบหมัดตรงของคู่ปรปักษ์ที่ชกนำอย่างรุนแรง และหนักหน่วง หลบออกวงนอก นอกลำแขนของคู่ปรปักษ์ ทำให้หมัดตรงของผู้ชกเลยหน้าไป

ก. ฝ่ายรุกชกด้วยหมัดตรงซ้าย พร้อมกับตัวเท้าซ้ายสปีไปข้างหน้า หมายถึงบริเวณใบหน้าของฝ่ายรับ

ข. ฝ่ายรับ ก้าวเท้าขวาหลบไปทางกิ่งขวา 1 ก้าว พร้อมทั้งโน้มตัวเอนไปทางขวาประมาณ 60 องศา น้ำหนักตัวอยู่บน เท้าขวา ขาขวางอเล็กน้อย ศีรษะและตัวหลบออกวงนอกของหมัดฝ่ายรุก ทันใดใช้มือขวาจับกำค้ำที่แขนท่อนบน ของฝ่ายรุก มือซ้าย จับ กำ หงาย ที่ข้อมือของฝ่ายรุก (ทำคล้ายจับหักแขน)

กล 2 ปักขาแหวกรัง (รับวงใน)



ภาพที่ 2.17 ปักขาแหวกรัง

ที่มา : (<http://maemaimuaythai.blogspot.com>. 2560 : Internet)

ก. ฝ่ายรุกชกใบหน้าฝ่ายรับด้วยหมัดซ้ายตรง พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า

ข. ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าสลับไปข้างหน้า เฉียงไปทางกิ่งซ้ายเล็กน้อยภายในแขนซ้ายของฝ่ายรุก ตัวเอนประมาณ 60 องศา น้ำหนักตัวอยู่บนเท้าซ้าย ทันใดให้งอแขนทั้ง 2 ขึ้น ปะทะแขนท่อนบนและท่อนล่างของฝ่ายรุกไว้โดยเร็ว หมัดของ ฝ่ายรับทั้งคู่ ชิดกัน (คล้ายท่าพนมมือ) ศอกกางประมาณ 1 คืบ ศีรษะและใบหน้ากำบังอยู่ระหว่างแขนทั้งสอง ตาคอย ขำเลียงดูหมัดขวา ของฝ่ายรุก

กล 3 ซวาซัดหอก (ศอกวงนอก)



ภาพที่ 2.18 ซวาซัดหอก

ที่มา : (<http://maemaimuaythai.blogspot.com>. 2560 : Internet)

ก. ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดตรงซ้ายยังบริเวณใบหน้าของฝ่ายรับ พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายสลับไปข้างหน้า

ข. ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าเอนตัวไปทางกิ่งขวา ตัวเอนประมาณ 30 องศา น้ำหนักตัวอยู่บนเท้าขวา ทันใดรีบงอแขนซ้าย ใช้ศอกกระแทก ขาโยโครงใต้แขนซ้ายของฝ่ายรุก

กล 4 อีเหนาแทงกฤษ (ศอกวงใน)



ภาพที่ 2.19 อีเหนาแทงกฤษ

ที่มา : (<http://maemaimuaythai.blogspot.com>. 2560 : Internet)

ก. ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายตรง พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า

ข. ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าซ้ายสับไปข้างหน้า ตัวเอียงไปทางซ้ายเล็กน้อยตัวเอนประมาณ 60 องศา น้ำหนักตัวอยู่บน เท้าซ้าย งอศอกขวา ขนานกับพื้น ตีระดับชายโครงฝ่ายรุก ตอบด้วยแขนซ้าย กล 5 ยอเขาพระสุเมรุ (ต่อยตั้งหมัดต่ำก้มตัว 45 องศา)



ภาพที่ 2.20 ยอเขาพระสุเมรุ

ที่มา : (<http://maemaimuaythai.blogspot.com>. 2560 : Internet)

ก. ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายตรง พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า

ข. ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าขวาพร้อมกับย่อตัวต่ำเข้าหาฝ่ายรุก งอเข่าขวา ขาซ้ายตั้ง ย่อตัวต่ำเอนไปข้างหน้าประมาณ 45 องศา น้ำหนักตัวอยู่บนขาขวา ทันใดนั้น ให้ยึดเท้าขวายกตัวเป็นแหวนพร้อมกับพุ่งหมัดชกขวาเสยใต้คางของฝ่ายรุก หน้าเงยดูคาง ของฝ่ายรุก แขนซ้ายกำบังอยู่ตรงหน้าเสมอคาง

กล 6 ตาเถรค้ำฟัก (ต่อยคางหมัดสูงก้มตัว 60 องศา)



ภาพที่ 2.21 ตาเถรค้ำฟัก

ที่มา : (<http://maemaimuaythai.blogspot.com>. 2560 : Internet)

ก. ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายตรง พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า

ข. ฝ่ายรับ รีบก้าวเท้าซ้ายสับไปข้างหน้าของฝ่ายรุก ทางกิ่งขาของวงหมัดภายในของฝ่ายรุกที่ชกมา งอเข่าซ้าย เล็กน้อยใช้หมัดซ้าย ชกใต้คางของฝ่ายรุก แล้วใช้แขนขวาที่งอป้องกันหมัดซ้ายฝ่ายรุกที่ชกมาให้พ้นตัว

กล 7 มอญยันหลัก (รับต่อยด้วยถีบ)



ภาพที่ 2.22 มอญยันหลัก

ที่มา : (<http://maemaimuaythai.blogspot.com>. 2560 : Internet)

ก. ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายตรง พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า

ข. ฝ่ายรับ ผลักตัวเอนไปทางขวา เอนตัวหนีฝ่ายรุกประมาณ 45 องศา ยืนบนเท้าขวา แขนทั้ง 2 งออยู่ตรงหน้า เหลียวดู ฝ่ายรุก ทันใดนั้น ยกเท้าซ้ายถีบที่ยอดดอก หรือท้องน้อยของฝ่ายรุกให้กระเด็นห่างออกไป

กล 8 ปักลูกทอย (รับเตะด้วยศอก)



ภาพที่ 2.23 ปักลูกทอย

ที่มา : (<http://maemaimuaythai.blogspot.com>. 2560 : Internet)

ใช้รับการเตะกราดของคู่ต่อสู้ โดยใช้ศอกรับสลับกัน

ก. ฝ่ายรุก ยืนตรงหน้าพอได้ระยะเตะ ยกเท้าขวาเตะกราดไปยังบริเวณชายโครงของฝ่ายรับ จากขวาไปซ้าย โนมัดตัว เล็กน้อย งอแขนทั้ง 3 ป้องกันตรงหน้า

ข. ฝ่ายรับ รีบพลิกตัวไปทางซ้าย พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายฉีกไปข้างหลัง ใช้แขนขวางอศอก ขึ้นรับเท้าของฝ่ายรุกที่เตะมา แขนซ้ายงอป้องกันอยู่ตรงหน้าสูงกว่าแขนขวาเพื่อป้องกันพลาดถูก ใบหน้า

กล 9 จระเข้ฟาดหาง (รับต่อยด้วยเตะ)



ภาพที่ 2.24 จระเข้ฟาดหาง

ที่มา : (<http://maemaimuaythai.blogspot.com>. 2560 : Internet)

แม่ไม้นี้ใช้ส้นเท้าฟาดไปทางด้านหลัง เมื่อคู่ต่อสู้พลาดแล้วถลันเสียหลัก จึงหมุนตัวเตะด้วย ลูกเหวี่ยงส้นเท้า

ก. ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายตรง พร้อมกับสับเท้าซ้ายไปข้างหน้า

ข. ฝ่ายรับ รีบก้าวเท้าขวากระโดดไปทางกิ่งขวา ให้พื้นหมัดฝ่ายรุก แขนงอกำบังตรงหน้า แล้วใช้เท้าซ้าย เป็นหลักหมุนตัว เตะด้วยส้นเท้าขวาบริเวณท้องหรือคอ

กล 10 หักงวงไอยรา (ถองโคนขา)



ภาพที่ 2.25 หักงวงไอยรา

ที่มา : (<http://maemaimuaythai.blogspot.com>. 2560 : Internet)

- ก. ฝ่ายรุก ยกเท้าขวาเตะกราดไปยังชายโครงของฝ่ายรับ งอแขนทั้ง 2 บังอยู่ตรงหน้า
- ข. ฝ่ายรับ รีบก้าวเท้าขวาเข้าหาฝ่ายรุกตรงหน้าเกือบประชิดตัว ข้างตัวไปทางซ้าย เข้าขวางเท้าซ้ายเหยียดตรง ทันใด เขามีมือซ้ายจับเท้าขวาของฝ่ายรุก ต้องพยายามยกขาฝ่ายรุกให้สูง กันฝ่ายรุกใช้ศอกถองศีรษะ

กล 11 นาคาบิดหาง (บิดขาจับตีเข้าที่น่อง)



ภาพที่ 2.26 นาคาบิดหาง

ที่มา : (<http://maemaimuaythai.blogspot.com>. 2560 : Internet)

- ก. ฝ่ายรุก ยกเท้าขวาเตะกราดไปยังบริเวณชายโครงของฝ่ายรับ แขนทั้ง 2 งออยู่ตรงหน้า
- ข. ฝ่ายรับ รีบผลักตัวไปทางซ้าย ยืนบนเท้าซ้าย มือซ้ายจับสันเท้าของฝ่ายรุก มือขวาจับที่ปลายเท้าบิดออกนอกตัว ทันใดนั้น รีบยกเข้าขวาตีที่น่องของฝ่ายรุก

กล 12 วิรุณหกกลับ (รับเตะด้วยถีบ)



ภาพที่ 2.27 วิรุณหกกลับ

ที่มา : (<http://maemaimuaythai.blogspot.com>. 2560 : Internet)

แม่ไม้นี้ ใช้รับการเตะโดยใช้สันเท้า กระแทกที่บริเวณโคนขา
 ก. ฝ่ายรุก ยกเท้าซ้ายเตะกลาง ลำตัวบริเวณชายโครงของฝ่ายรับ
 ข. ฝ่ายรับ รีบยกเท้าซ้ายถีบไปที่ บริเวณโคนขาซ้ายของฝ่ายรุกพร้อมยกแขน ทั้งสองกัน
 ด้านหน้า การถีบนั้นต้องถีบให้เร็ว และแรงถึงขนาด ฝ่ายรุกหมุนกลับเสียหลัก
 กล 13 ดับชวาลา (ปิดหมัดต่อยอด)



ภาพที่ 2.28 ดับชวาลา

ที่มา : (<http://maemaimuaythai.blogspot.com>. 2560 : Internet)

แม่ไม้นี้ใช้แก้การชกด้วยหมัด ตรงโดยชกสวนที่ใบหน้า
 ก. ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายไปยังบริเวณใบหน้าของฝ่ายรับ พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า
 แขนขวาคุมบริเวณ ปลายคาง
 ข. ฝ่ายรับ ก้าวเท้าขวาไปข้างหน้ากึ่งขวาหลบอยู่นอกหมัดซ้ายของฝ่ายรุก เอี้ยวตัวไป
 ทางขวา ปิดและกดแขนซ้าย ของฝ่ายรุกที่ชกมา ให้เอนไปทางซ้าย กดให้ต่ำลง หันใต้รับใช้หมัดซ้าย
 ต่อย บริเวณปากครึ่งจุมครึ่ง หรือที่เข้าตา ของฝ่ายรุก แล้วพุ่งตัวโดด ไปทางกึ่งขวา
 กล 14 ขุนยักษ์จับลิ้ง (รับ ต่อย - เตะ - ถอง)



ภาพที่ 2.29 ขุนยักษ์จับลิ้ง

ที่มา : (<http://maemaimuaythai.blogspot.com>. 2560 : Internet)

ก. ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชกหมัดซ้ายตรงเข้าที่บริเวณหน้าของฝ่ายรับ พร้อมกับเตะเท้าขวาตรงบริเวณชายโครง ตามด้วยศอกขวาอย่างรวดเร็ว

ข. ฝ่ายรับ รีบก้าวเท้าซ้ายสับเข้าหาตัว ก้าวเท้าขวา ยกแขนทั้งสองข้างปิดการเตะที่แขนขวาของฝ่ายรุก พร้อมยกแขนซ้ายป้องกันศอกขวาของฝ่ายรุก แม้มันนี่เป็นการหลบหมัด หลบเตะ หลบศอก ในเวลาเดียวกัน

กล 15 หักคอเอราวัณ (โน้มคอตีเข้า)



ภาพที่ 2.30 หักคอเอราวัณ

ที่มา : (<http://maemaimuaythai.blogspot.com>. 2560 : Internet)

ก. ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายตรง พร้อมกับสับเท้าซ้ายไปข้างหน้า หมัดขวาคุมอยู่บริเวณคาง

ข. ฝ่ายรับ ก้าวเท้าซ้ายสับไปตรงหน้าฝ่ายรุกอย่างรวดเร็ว พร้อมกับยกแขนขวาสอดปิดแขนซ้ายของฝ่ายรุก แล้วโหด เข้าเหวี่ยงคอฝ่ายรุก โน้มลงมาโดยแรง แล้วตีด้วยเข่าบริเวณใบหน้า

2.1.8 มวยไทยในปัจจุบัน

มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ที่ได้รับความนิยมอย่างมากใน เอเชีย เอเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี ยุโรปอเมริกา รวมถึงประเทศรัสเซีย ซึ่งความนิยมดังกล่าว นอกเหนือจากการเป็นกีฬาแล้ว มวยไทยยังได้รับการกล่าวว่าเป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่สำคัญ โดยได้มีการนำเสนอศิลปะมวยไทยในสื่อต่างๆ หลายรูปแบบ ทั้งในรูปแบบของ ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ หนังสือการ์ตูน แอนิเมชันรวมถึงในรูปแบบของวิดีโอเกม มวยไทยเริ่มเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก ภายหลังจากที่ไอซามู โนกุจิ ได้นำมวยไทยไปดัดแปลงเป็นมวยคิกบ็อกซิ่ง แล้วอ้างว่ามวยไทยลอกแบบมาจากคิกบ็อกซิ่ง ครุยอดธง เสนานันท์ จึงนำทัพนักกีฬามวยไทยไปชกกับนักมวยคิกบ็อกซิ่งชาวญี่ปุ่น เพื่อพิสูจน์ว่ามวยไทยคือศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวต้นตำรับที่มีมาช้านาน รวมทั้งอาจารย์สุรชัย ศิริสุตร์ เป็นบุคคลรายสำคัญ ผู้นำวิชามวยไทยไปเผยแพร่ในสหรัฐอเมริกาจนเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน และในปัจจุบัน ทักษกร ยีรัมย์ นักแสดงภาพยนตร์ชาวไทย ได้นำเสนอรูปแบบการต่อสู้โดยใช้วิชามวยไทย

แบบต่างๆในฉากต่อสู้และเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก รวมถึง ได้มีการจัดการแข่งขัน ไทยไฟท์ ซึ่งเป็นรายการแข่งขันระดับโลกที่ได้รับการสนับสนุนจากทั้งทางภาครัฐและเอกชน (ม๊อด แสนสุข. 2555)

1. องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของนักมวยไทย
 - 1.1 ขนาดและความสมส่วนของร่างกายความเข้มแข็งของร่างกายและจิตใจ
 - 1.2 จิตวิญญาณของมวยไทย ได้แก่ ความสง่างาม ความแข็งแกร่ง ความมีน้ำใจไมตรี และ ความเรียบง่าย
 - 1.3 สมาธิ ปฏิภาณ ไหวพริบ
 - 1.4 ความมีอารมณ์รื่นเริงเบิกบาน อ่อนน้อม อดทน อดกลั้น
 - 1.5 ความศรัทธาเชื่อมั่นกตัญญูต่อครูบาอาจารย์
 - 1.6 ความไม่ประมาทและการประเมินสถานการณ์ที่เหมาะสม
 - 1.7 ความมีน้ำใจนักกีฬา ขยันหมั่นเพียร กล้าหาญ เสียสละ
 - 1.8 การเห็นคุณค่าในความงามของศิลปะการป้องกันตัวแบบมวยไทย
2. การฝึกฝนวิชามวยไทย
 - 2.1 การสมัครตัวเป็นศิษย์ต่อสำนักเรียน/ครูมวยที่ศรัทธาเชื่อถือ
 - 2.2 การเตรียมร่างกายในด้าน ความอดทน แข็งแรง คล่องแคล่ว ว่องไว อ่อนตัว แข็งแกร่งทนทานต่อความเจ็บปวด
 - 2.3 การฝึกประสาทตา หู สัมผัส
 - 2.4 การฝึกใช้อวัยวะส่วนต่างๆตามลูกไม้ แม่ไม้เพื่อให้เกิดพิษสงที่ดีที่สุด
 - 2.5 การฝึกกับอุปกรณ์ต่างๆเพื่อเพิ่มสมรรถภาพโดยรวมและโดยเฉพาะส่วน
 - 2.6 การฝึกกับคู่ซ้อม/ครู
 - 2.7 การฝึกแบบจำลองสถานการณ์จากน้อยไปหามาก
 - 2.8 การฝึกประสบการณ์ตรงโดยมีผู้แนะนำแก้ไข/การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์
 - 2.9 การฝึกด้านจิตใจสำหรับนักต่อสู้ชั้นสูง
 - 2.10 การจัดโภชนาการ การบริหารความเครียด การสร้างความผ่อนคลายและการบำบัดรักษาด้วยตนเอง/ผู้เชี่ยวชาญ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2560)
3. กติกา ในปัจจุบันกีฬามวยไทยอาชีพบนเวทีมวยมาตรฐานและ กีฬามวยไทยสมัครเล่น เป็นการต่อสู้ที่มีกฎกติกาชัดเจน มีนายสนามผู้ขออนุญาตจัด มีผู้จัดชก มีกรรมการให้คะแนนและกรรมการตัดสินชี้ขาด กรรมการตัดสินจะต้องมีอย่างน้อย 3 คน มีกรรมการตัดสินชี้ขาดบนเวทีและกรรมการให้คะแนน การให้คะแนนนิยมให้เป็นยก ยกละ 10 คะแนน (ดูจากการใช้ศิลปะการป้องกัน การต่อสู้ ความบอบช้ำที่ได้รับ อันตรายจากบาดแผล การได้เปรียบเสียเปรียบ การคาดการณ์ผลสุดท้ายของการต่อสู้ การตัดคะแนนจากการเอาเปรียบคู่ชกในขณะที่ไม่เหมาะสม การถูกทำให้เสียหลักหรือล้ม การถูกนับ ฯลฯ) ซึ่งพิจารณาโดยใช้หลักวิชาและประสบการณ์ของกรรมการที่ผ่าน

การตรวจสอบรับรองความเชี่ยวชาญเป็นที่ยอมรับ การชกจัดเป็นยกมี 5 ยกๆ ละ 3 นาที พัก 2 นาที (เดิมกำหนด 4 ถึง 6 ยก) มุ่งผลเพียงแค่ แพ้ ชนะ และการแสดงออกของศิลปะการต่อสู้ชั้นสูง ผู้ชกต้องแต่งกายตามกำหนด และมีการสวมมงคลคาดผ้าประเจียด และก่อนชกต้องมีการไหว้ครูซึ่งเริ่มจากนั่ง กราบเบญจางคประดิษฐ์ คุกเข่าถวายบังคม ขึ้นพรหมนั่ง-ยืน ทำรำมวย (อาจมีการเดินแปลงอย่างสามชুম การรูดเชือก การบริกรรมคาถา) เพื่อสำรวจ ทักทายหรือข่มขวัญซึ่งแตกต่างกันไปตามค่าย สำนัก ทำรำมวย อาทิ พระรามแผลงศร ลับหอกโมกขศักดิ์ กวางเหลียวหลัง หงส์เหิร สาวน้อย ประแป้ง ฯลฯ มีการบรรเลงดนตรีให้จังหวะในการต่อสู้ซึ่งใช้เพลงสละระหม่าแขกใช้ในการไหว้ครู เพลงบุหลันชกมวย และเพลงเชิด ใช้ในการต่อสู้ เครื่องดนตรีไทยที่ใช้บรรเลงประกอบด้วย ปี่ชวา กลองแขก ฉิ่ง (หัตถ์ซ้าย ขาวเครื่องม่วง. 2551)

4. อุปกรณ์สำหรับนักมวยไทยที่สำคัญ

4.1 เครื่องแต่งกาย ได้แก่ กางเกงขาสั้น กระจับ ผ้าพันมือ นวม แบริค แองเกิ้ล มงคล ผ้าประเจียด เสื้อคลุม ฟันยาง

4.2 อุปกรณ์ฝึกซ้อม ได้แก่ กระจับทราย กระจับนวม กระจับยางรถยนต์ ล่อเป้า หมัด ล่อเป้าเตะ-เช่า ฟันชิงบอล ดัมเบล บาเบล กระจับองสั้น พลองยาว เก้าอี้ชกท้อฟ เหล็กกำ เชือก กระโดด เชือกมะนิลา กระจับเงา ยางล้อรถยนต์ฝึกการทรงตัว หลักหัวเสา ราวไม้ รั้วต่ำ บาร์เดี่ยว บาร์คู่ เวทีฝึกซ้อม เสื้อ ไม้ขนาด เต่าถ่านและลูกประคบ ฯลฯ

4.3 อุปกรณ์อื่น ๆ ได้แก่ วาสลิน กระจับป้องกันน้ำ ผ้าเช็ดตัว ผ้าขนหนู รองเท้าวิ่ง ถังน้ำ กระติกน้ำแข็ง เก้าอี้ เครื่องยาสำคัญ อาทิ น้ำมันมวย ยาหม่อง ยาตำ ยาขม ขมิ้นชัน ไพล บอระเพ็ด หมากพลู ปูนแดง สารส้ม ฯลฯ (หัตถ์ซ้าย ขาวเครื่องม่วง. 2551)

2.1.9 สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับมวยไทย

แบ่งออกเป็นสถานที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับมวยไทยโดยตรงซึ่งทำการจัดการแข่งขันชกมวยไทยอยู่เป็นประจำ และ สถานที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับมวยไทยในทางประวัติศาสตร์

1. สนามมวยเวทีลุมพินี

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2561) ได้บันทึกไว้ว่า สนามมวยเวทีลุมพินี (Lumpinee Boxing Stadium) เป็นสนามมวยมาตรฐานของประเทศไทย เทียบเท่ากับสนามมวยราชดำเนิน เดิมที่ตั้งอยู่ ณ ถนนพระรามที่ 4 แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ติดกับโรงเรียนเตรียมทหาร (เดิม) ปัจจุบันตั้งอยู่ในพื้นที่ของศูนย์พัฒนากีฬากองทัพบก ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน

1.1 ประวัติของสนามมวยเวทีลุมพินี

ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2499 โดย พลตรี ประภาส จารุเสถียร ขณะดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการกองพลที่ 1 รักษาพระองค์ โดยมีการชกมวยนัดแรกเมื่อวันที่ 15 มีนาคม และมีพิธีเปิดอย่างเป็นทางการในวันที่ 8 ธันวาคม ปีเดียวกัน ปัจจุบันอยู่ในความดูแลของกรมสวัสดิการทหารบก

กองทัพบก สนามมวยเวทีลุมพินี นับได้ว่าเป็นสนามมวยที่มีประวัติยาวนานเช่นเดียวกับสนามมวยราชดำเนิน มีการจัดการชกมวยทั้งมวยไทยและมวยสากล ผ่านการนัดสำคัญ ๆ มาเป็นจำนวนมาก เช่น การชิงแชมป์โลกครั้งแรกของโผน กิ่งเพชร กับปาสคาล เปเรซ เมื่อคืนวันเสาร์ที่ 16 เมษายน พ.ศ. 2503 เป็นต้น มีการชิงแชมป์ของเวทีทั้งในแบบมวยไทยและมวยสากล ซึ่งผู้ที่ได้แชมป์ของเวทีนี้ก็เสมือนได้แชมป์ของประเทศไทย และมีการเติมพันแชมป์กับแชมป์ในรุ่นเดียวกันของสนามมวยราชดำเนินเสมอ ๆ สนามมวยเวทีลุมพินี สามารถจัดเก็บค่าผ่านประตูได้มากถึง 3,000,000 บาท ผู้ชมกว่า 10,000 คน เป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม พ.ศ. 2532 จากการชกกันของ พงษ์ศิริ พ.ร่วมฤดี กับ ไพบรจน์น้อย ส.สยามชัย นับเป็นคู่ที่ 6 ของการชกในวันนั้น จากการจัดของทรงชัย รัตนสุบรรณ สนามมวยเวทีลุมพินี ปัจจุบัน สนามมวยเวทีลุมพินี อยู่ที่ ถนนรามอินทรา กม.2 จัดให้มีมวยชกทุกวัน อังคาร ศุกร์ เวลา 18.00 - 23.00 น. และวันเสาร์ เวลา 16.00 - 22.00 น. เว้นวันสำคัญทางศาสนา

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 สนามมวยเวทีลุมพินี เป็นกิจการของกองทัพบก เพื่อเป็นสวัสดิการของข้าราชการกองทัพบก และสนับสนุนหน่วยต่าง ๆ ในกองทัพบก

1.2.2 ผดุงและส่งเสริมศิลปะมวยไทยให้เป็นเอกลักษณ์ของคนไทย

1.2.3 สร้างอาชีพให้แก่นักมวยไทยและสากล ให้เป็นอาชีพที่มั่นคงประเภทหนึ่ง

1.2.4 สร้างนักมวยสากลแชมป์โลก เพื่อส่งเสริมเกียรติภูมิของชาติไทย

1.2.5 ร่วมมือกับสถาบันอื่น ๆ ที่มีวัตถุประสงค์อย่างเดียวกัน

1.3 การย้ายสนามมวยเวทีลุมพินี

ในปี พ.ศ. 2557 สัญญาเช่าระหว่างสนามมวยเวทีลุมพินี กับสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ซึ่งเป็นเจ้าของที่ดิน กำลังจะหมดสิ้นลง ทำให้ทางคณะกรรมการบริหารสนามมวยเวทีลุมพินี จำเป็นต้องย้ายเวทีไปยังสถานที่แห่งใหม่ คือ บริเวณศูนย์พัฒนากีฬากองทัพบก ถนนรามอินทรา ใกล้กับสนามกอล์ฟกองทัพบก โดยในวันที่ 21 สิงหาคม พ.ศ. 2555 พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ผู้บัญชาการทหารบกในขณะนั้นพร้อมด้วยคณะ ได้ประกอบพิธีวางศิลาฤกษ์ สนามมวยเวทีลุมพินีแห่งใหม่ โดยจะทำการแข่งขันมวยที่เวทีลุมพินีเดิม (ถนนพระราม 4) เป็นนัดสุดท้ายในวันศุกร์ที่ 7 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 (แต่ทั้งนี้ สนามมวยฯได้ทำการจัดการแข่งขันมวยเป็นวันสุดท้ายอย่างแท้จริงในวันถัดไป(คือเมื่อวันเสาร์ที่ 8) โดยมีรายการศึกมวยดีลุมพินีที่สปอร์ต ในเวลา 21:00 น. และศึกมวยไทยลุมพินีเกริกไกร ในเวลา 23:00 น. เป็นรายการสุดท้ายในที่สุด) และจะทำการแข่งขันมวยที่สนามมวยเวทีลุมพินีใหม่ (ถนนรามอินทรา) ในวันอังคารที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 และมีพิธีเปิดอย่างเป็นทางการในวันศุกร์ที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557



ภาพที่ 2.31 สนามมวยเวทีลุมพินี

ที่มา : (<https://www.thairath.co.th>. 2560 : Internet)

2. สนามมวยเวทีราชดำเนิน

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2561) ได้บันทึกไว้ว่า สนามมวยเวทีราชดำเนิน หรือ เวทีมวยราชดำเนิน (Rajadamnern Stadium) เวทีมวยระดับมาตรฐานหนึ่งในสองแห่งของประเทศไทย ตั้งอยู่ ถนนเลขที่ 1 ถนนราชดำเนินนอก แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร สนามมวยราชดำเนินก่อตั้งขึ้นโดยดำริของจอมพล ป. พิบูลสงคราม เมื่อครั้งดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี โดยให้สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เป็นผู้ดำเนินการก่อสร้างขึ้น โดยเริ่มก่อสร้างตั้งแต่ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 มาเสร็จสิ้นหลังสงครามสงบแล้ว ในปี พ.ศ. 2488 โดยสนามมวยราชดำเนินได้เริ่มการแข่งขันครั้งแรก ในวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2488 ในระยะแรกยังไม่มีหลังคา

สนามมวยราชดำเนิน นับเป็นเวทีมวยระดับมาตรฐานแห่งแรกของประเทศไทย ได้ถูกยอมรับว่ามีทำเลที่ตั้งและสถาปัตยกรรมสวยงามแห่งหนึ่งของโลก มีนักมวยทั้งนักมวยไทย นักมวยสากล จำนวนมากขึ้นชกที่นี่ โดยนักมวยสากลหลายคนมาก่อนและได้เป็นแชมป์โลกแล้วที่ทำการขึ้นชกที่นี่ ได้แก่ โผน กิ่งเพชรชาติชาย เชี่ยวน้อย เวนิส บ.ช.ส. เพียว พุนธรัตน์ เขาทราย แกแล็คซี่ รัตนพล ส.วรพิน ชนะ ป.เปาอินทร์ เป็นต้น

ปัจจุบัน สนามมวยราชดำเนินได้ติดตั้งเครื่องปรับอากาศจึงได้ชื่อเรียกเล่นๆ จากแฟนมวยว่า "วิกแอร์" และปรับปรุงสภาพใหม่ ในการดูแลของบริษัท เวทีราชดำเนิน จำกัด โดยเช่าช่วงต่อจากสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มีนายเฉลิมพงษ์ เชี่ยวสกุล เป็นนายสนาม โดยมีการจัดการ

แข่งขันชิงแชมป์ของเวทีทั้งมวยไทยและมวยสากล ตั้งแต่รุ่นมินิฟลายเวต (105 ปอนด์) จนถึงรุ่นมิถิตเติลเวต (160 ปอนด์) โดยผู้ที่ได้แชมป์ของสนามมวยราชดำเนินนี้ก็เหมือนกับได้แชมป์ประเทศไทย

สนามมวยราชดำเนิน จัดให้มีการชกทุกวันจันทร์ พุธ และพฤหัสบดี เวลา 18.00-21.00 น. วันอาทิตย์ เวลา 17.00-21.00 น. เว้นวันสำคัญทางศาสนา



ภาพที่ 2.32 สนามมวยเวทีราชดำเนิน

ที่มา : (<https://www.khaosod.co.th.2560> : Internet)

3. ตลาดน้ำอโยธยา

Ayothaya Floating Market (2560) บันทึกลงไว้ว่า จากการที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมืองมรดกโลก ซึ่งเป็นอดีตราชธานีของไทย และเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน ที่รวบรวมแหล่งโบราณคดี วัฒนธรรมอันเก่าแก่ โดยมีร่องรอยของที่ตั้งเมือง โบราณสถาน โบราณวัตถุ และวัดสำคัญต่างๆ คณะผู้บริหารจึงมีแนวคิดบริหารพื้นที่ภายในจังหวัด ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาภายใต้ชื่อตลาดน้ำอโยธยา ตลาดน้ำอโยธยา มีพื้นที่ประมาณกว่า 80 ไร่ นับเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย ก่อตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ที่จะทำให้สถานที่แห่งนี้ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวใจกลางเมือง สะท้อนถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบไทยในสมัยกรุงศรีอยุธยา ทั้งด้านการแต่งกาย การแสดงพื้นบ้าน การละเล่นของกินของใช้ในยุคเก่า ความเป็นอยู่แบบไทยๆ ที่เรียบง่าย ขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ตลอดจนสถาปัตยกรรมที่คงความงดงามเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่จะสามารถสะท้อนถึงความเป็นเมืองกรุงเก่าได้เป็นอย่างดี และเพื่อเป็นจุดศูนย์รวมนักท่องเที่ยวของชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวจีนและชาวยุโรป ที่จะเฟลิดเฟลินไปกับบรรยากาศ และทัศนียภาพ

อั่งดงตามแบบฉบับของความเป็นไทย นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมตลาด เพื่อชิมอาหาร เลือกซื้อของกินของใช้กลับไปเป็นของฝากจากร้านค้าที่ตั้งอยู่เรียงรายภายในเรือนไทยอั่งดงมารอบตลาดน้ำ

เปิดให้บริการครั้งแรกในวันที่ 2 พ.ค. 2553 ตั้งอยู่บนเลขที่ 65/19 หมู่ที่ 7 ต.ไผ่ลิง อ.พระนครศรีอยุธยา ใกล้ปางช้างอยุธยา และวัดมเหยงค์ มีบริเวณพื้นที่ทั้งหมดกว่า 80 ไร่ โดยส่วนที่เป็นน้ำจะอยู่กึ่งกลาง และล้อมรอบด้วยพื้นที่บก ตลาดน้ำอโยธยามีร้านค้ามากถึง 249 ร้าน ประกอบด้วยเรือสินค้าขายอาหารจำนวน 50 ลำ ตลาดนัดชุมชนวิถีไทยอีกกว่า 40 ร้าน และร้านค้าบริเวณเรือนไทยอีก 159 ร้าน มีสะพานเดินริมแม่น้ำเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อสินค้าจากกลุ่มชาวบ้าน ต่างอำเภอหรือสินค้า OTOP มากมายหลากหลายชนิด

ตลาดน้ำอโยธยา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา ทั้งในด้านการแต่งกาย ด้านสถาปัตยกรรมที่งดงามทรงคุณค่า และยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ขนบธรรมเนียมประเพณี การแต่งกาย การละเล่น การแสดงพื้นบ้าน ของกินของใช้ยุคเก่า รวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่อย่างไทยๆ ที่เรียบง่าย โดยเปิดให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการ ตั้งแต่เวลา 09.00 น. ถึงเวลา 19.00 น.



ภาพที่ 2.33 ตลาดน้ำอโยธยา

ที่มา : (<http://ayothayafloatingmarket.in.th>. 2560 : Internet)



ภาพที่ 2.34 การแต่งกายในตลาดน้ำอโยธยา

ที่มา : (<http://ayothayafloatingmarket.in.th>. 2560 : Internet)

2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของที่ระลึก

ประเสริฐ ศิลรัตน์ (2544) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของที่ระลึก ไว้ดังนี้

2.2.1 ความหมายของ “ของที่ระลึก”

มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่มีการคบหาสมาคมกันในกิจการใดกิจการหนึ่ง ในระยะเวลาหนึ่งจนทำให้เกิดความผูกพันชอบพอรื่นในความรู้สึก และเป็นพื้นฐานทำให้เกิดความอยากจะปะทะสัมพันธ์กันในระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ หรือเกิดความผูกพันขึ้นระหว่างมนุษย์กับสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ เหตุการณ์ วัตถุ เป็นต้น อันนำไปสู่ความทรงจำและการระลึกถึงในเมื่อกิจกรรมร่วมนั้นได้ล่วงพ้นไป ความต้องการที่จะให้การทรงจำในส่วนที่เกี่ยวข้องนี้ ปรากฏขึ้นในความรู้สึกแบบปะติดปะต่อกันแม้เวลาจะล่วงเลยไปแล้วก็ตาม หรือความต้องการที่จะให้มีการปะทะความสัมพันธ์กันอยู่เรื่อยๆ ไป เนื่องจากอยู่ใกล้กันทำให้โอกาสที่จะพบปะกันมีได้น้อย ความคุ้นเคยกัน การที่มีรสนิยม และพฤติกรรมร่วมกัน ความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาอาศัยกัน ความมีลักษณะเสริมซึ่งกันและกันของบุคคล ตลอดจนไปจนกระทั่งการกระทำที่มีลักษณะเป็นการให้รางวัลเป็นการตอบแทน เมื่อเกิดความพึงพอใจหรือถูกใจแก่กัน ตลอดทั้งสาเหตุอื่นอีกนานัปการเหล่านี้ล้วนอาจนับเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ของที่ระลึกเพื่อมอบให้แก่กันและกันได้ทั้งสิ้น

แต่ที่สำคัญ ขณะที่มนุษย์มีระบบสมองใช้บันทึกเรื่องราว เหตุการณ์ บุคคล ตลอดจนสิ่งต่างๆ ที่ได้สัมผัสรับรู้ในลักษณะของความทรงจำ การทับถมกันของประสบการณ์เหล่านั้น ย่อมก่อให้เกิดความสับสน ยกแก่การลำดับ และเมื่อเวลาผ่านไป ความทรงจำในสิ่งที่ได้ปะทะสัมพันธ์เหล่านั้นอาจเกิดการลืมเลือนไปได้ในที่สุด ดังนั้น มนุษย์จึงพยายามหาวิธีการกระตุ้นความทรงจำในเรื่องราวที่ได้เกี่ยวข้อง โดยการออกแบบสร้างสรรค์สื่อหรือสิ่งใดๆ ขึ้นเพื่อใช้เป็นตัวกระตุ้นจิตใจให้เกิดการระลึกถึงเรื่องราวที่ได้เกี่ยวข้องอยู่เสมอๆ สื่อหรือสิ่งที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อจุดประสงค์ในการกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำความทรงจำนี้ เรียกว่า “ของที่ระลึก”

ราชบัณฑิตยสถาน (2525 : 135 และ 686) การสรุปหาความหมายของคำ “ของที่ระลึก” ขึ้นแรกอาจทำได้โดยแยกหาความหมายของคำที่มาประกอบกันเสียก่อน “ของ” อาจหมายถึงสิ่ง “ที่ระลึก” อาจหมายถึงสิ่งที่ทำให้นึกถึงหรือคิดถึง ดังนั้น “ของที่ระลึก” อาจหมายถึงสิ่งที่ทำให้เกิดความคิดถึงหรือนึกถึง และจากแนวสรุปความหมายของคำเช่นนี้ อาจใช้คำจำกัดความที่มีแนวความหมายในลักษณะคล้ายคลึงกันออกไปได้อีก เช่น

ของที่ระลึก อาจหมายถึงสิ่งต่างๆ ที่นำมาใช้เป็นตัวจุดใจ ให้เกิดการคิดถึงหรือนึกถึงเรื่องราวที่ได้เกี่ยวข้อง

ของที่ระลึก อาจหมายถึงสิ่งที่ใช้เป็นสื่อเพื่อหวังผลทางด้านความทรงจำ ให้สิ่งที่ผ่านมาในอดีตกลับกระจางชัดขึ้นในปัจจุบัน

ของที่ระลึก อาจหมายถึงสัญลักษณ์แทนบุคคล เหตุการณ์ เรื่องราว เป็นต้น ที่ได้รับการออกแบบสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อกระตุ้นหรือเน้นย้ำความทรงจำให้คิดถึงหรือนึกถึงอยู่เสมอในบุคคล เหตุการณ์ หรือ เรื่องราวนั้น

ของที่ระลึกเมื่อให้ในโอกาสที่ต่างกันอาจมีชื่อเรียกที่ต่างกันออกไป เช่น หากนำไปให้แก่ผู้ที่รักและผู้ที่มีนับถือ เรียก “ของกำนัล” หากนำสิ่งของให้แก่เจ้าของขวัญเมื่อเสร็จพิธีทำขวัญแล้ว หรือให้กันในเวลาอื่นเป็นการถนอมขวัญหรือเพื่ออวยชัยไมตรี เช่น วันปีใหม่ วันเกิด วันแต่งงาน เรียกว่า “ของขวัญ” และหากให้ตอบแทนผู้มาช่วยงาน เช่น งานแต่งและงานศพ เรียกว่า “ของชำร่วย” และเรียก “ของแถมพก” เมื่อให้เพื่อนเป็นสินน้ำใจ

2.2.2 ประวัติความเป็นมาของของที่ระลึก

ประวัติความเป็นมาของ “ของที่ระลึก” นั้นเป็นสิ่งที่ยากแก่การสืบค้นหาหลักฐาน ทั้งนี้เนื่องจากการให้วัตถุสิ่งของในลักษณะของที่ระลึกจริงๆ นั้น มิได้มีบันทึกหรือหลักฐานใดๆ ที่กล่าวไว้โดยตรง แต่ถ้าจะกำหนดยึดจากพฤติกรรมการประดิษฐ์สร้างสรรค์ของมนุษย์ โดยถือเอาสิ่งที่มนุษย์รู้จักสร้างขึ้นมาเป็น “ของ” และพฤติกรรมการให้ การเผื่อแผ่แบ่งปัน เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้รับเกิด “การระลึก นึกถึงหรือคิดถึง” ผู้ให้แล้วก็พอที่จะสันนิษฐานสรุปกล่าวได้ว่า “ของที่ระลึกนั้นมีการมอบให้แก่กันมาตั้งแต่มนุษย์พวกแรกที่เกิดขึ้นมาบนโลกแล้ว” และสิ่งหรือวัตถุที่ให้แก่กันย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจร่วมกันในระหว่างผู้ให้กับผู้รับ อันอาจนับเป็น “วัตถุแห่งความยินดี” นำไปสู่ความคิดถึงหรือนึกถึงต่อกัน หากกำหนดยึดพฤติกรรมการให้ในสิ่งหรือของแก่กัน โดยถือสิ่งของนั้นเป็นของที่จะนำมาซึ่งการระลึกนึกถึง ก็พอจะกำหนดลำดับรูปแบบของที่ระลึกได้ดังนี้

1. สิ่งหรือวัตถุที่ให้แก่กันในช่วงแรกสุด น่าจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำรงชีวิตนั่นคือ “อาหาร” อันได้แก่ เนื้อสัตว์ที่ได้มาจากการล่า เพราะมนุษย์ในยุคชุมชนบุพกาลแรกเริ่มสุดมีสภาพความเป็นอยู่คล้ายสัตว์ ดำรงชีวิตในยุคน้ำแข็งซึ่งมีบรรยากาศอันหนาวเย็น อาศัยอยู่ตามถ้ำยังชีพด้วยการล่าสัตว์ การออกล่าสัตว์ร่วมกันและแบ่งปันกันหลังจากที่ล่าได้ในอัตราส่วนที่เพียงพอแก่การบริโภค ที่เหลือก็นำไปเผื่อแผ่แก่พวกพ้องหรือผู้ใกล้ชิดก่อให้เกิดความพึงพอใจและสร้างความยินดีแก่ผู้รับ สิ่งที่ให้อาจจัดอยู่ในลักษณะ “ของขวัญ” หรือ “ของกำนัล” และผลพลอยได้จากการล่าสัตว์เป็นอาหาร ส่วนต่างๆ ของสัตว์ มนุษย์ได้นำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยหนึ่งทำเครื่องนุ่งห่ม กระดุก เขี้ยว เล็บ งา เขา ฯลฯ นำมาประดิษฐ์สร้างเป็นเครื่องใช้ไม้สอย เครื่องประดับ และอื่นๆ ดังนั้น วัตถุหรือสิ่งที่จะพึงให้แก่กันได้้นอกจากอาหารแล้ว ก็น่าจะอยู่ในรูปลักษณะของเครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องประดับและวัตถุทางศิลปะ ที่เกิดขึ้นโดยการนำเอาสิ่งที่ได้จากธรรมชาติมาใช้ เช่น หิน เปลือกหอย กระดุก ไม้ น้ำเต้า ฯลฯ

2. ต่อมาเมื่อมนุษย์มีพัฒนาการทางด้านความเป็นอยู่ และวิวัฒนาการทางด้านสังคมมากขึ้น สิ่งที่ประดิษฐ์สร้างสรรค์ได้รับการพัฒนาขึ้น รูปแบบเพิ่มมากขึ้น เช่น มีการเพาะปลูกเลี้ยงสัตว์ ทอเครื่องนุ่งห่ม ทำภาชนะดินเผา สร้างสัญลักษณ์และศิลปวัตถุ เหล่านี้คือสิ่งที่กล่าวได้ว่าเป็นการ

เปลี่ยนแปลงรูปแบบของสิ่งที่จะมอบให้แก่กันอีกระดับหนึ่ง คือแทนที่จะใช้สิ่งธรรมดาติดตอนต้นๆ มีการสร้างใหม่ขึ้น เช่น เครื่องนุ่งห่มที่เกิดจากการทอ ภาชนะเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น และที่สำคัญมากคือ มีระบบการแลกเปลี่ยนเกิดขึ้นเป็นการนำเอาผลผลิตของกลุ่มแรงงานที่ต่างกันมาแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน เช่น พวกเพาะปลูกนำผลผลิตของตนมาแลกเปลี่ยนกับพวกล่าสัตว์ เป็นต้น

3. ระบบการและเปลี่ยนเป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่ชุมชนขยายมากขึ้น กระทั่งมีการแบ่งกลุ่มแรงงานเพื่อพัฒนาผลผลิตแต่ละประเภทของตน ระบบการแลกเปลี่ยนนอกจากจะกระทำกันภายในชุมชนเดียวกันแล้วยังมีการแลกเปลี่ยนกับสังคมวงนอกทำให้เกิดการพัฒนาเป็นการค้ากันในที่สุด ซึ่งเมื่อเกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนและค้าขายแล้ว การรับอิทธิพลทางด้านรูปแบบผลผลิตจากกันและกันก็ทำให้รูปแบบผลผลิตมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงเรื่อยมา รวมทั้งการพัฒนา ค้นพบวัสดุที่นำมาใช้ในการสร้างสิ่งต่างๆ อีกมากมายจนถึงปัจจุบัน

2.2.3 ประเภทของสินค้าที่ระลึก

สินค้าที่ระลึกมีหลากหลายรูปแบบตามวัสดุในการผลิต แต่ถ้าจำแนกตามจุดประสงค์ของการนำ สินค้าไปใช้สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท (ประเสริฐ ศีลรัตน์. 2531 : 16) ดังนี้

1. ประเภทของกินสิ่งของประเภทนี้มีการให้แบ่งปันแก่กัน มาตั้งแต่อดีต เนื่องจากไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน เมื่อได้มาแล้วก็บริโภคในช่วงเวลาสั้นๆ จึงไม่ค่อยได้รับการยอมรับว่าเป็นของที่ระลึก ต่อมาในภายหลังสินค้าประเภทของกินได้พัฒนารูปแบบ คุณภาพ วิธีการเก็บรักษาและบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมสวยงามน่าสนใจขึ้น จนสินค้าที่ระลึกประเภทนี้ได้รับความสนใจจากผู้ซื้อเป็นอย่างมาก

2. ประเภทของใช้ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน มีการให้แก่กัน หรือซื้อขายแลกเปลี่ยนกันมาเป็นเวลายาวนาน ปัจจุบันกลายเป็นสินค้าที่ระลึกที่ได้รับความสนใจมากเช่นกัน เครื่องใช้บางชนิดที่มีการประดิษฐ์ตกแต่งให้ดูงดงามเป็นพิเศษ หรือมีการย่อส่วนให้เล็กลงมักถูกนำไปใช้เป็นที่ระลึกและประดับมากกว่าการนำไปใช้ประโยชน์

3. ประเภทของตกแต่ง สินค้าประเภทนี้สร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อจิตใจเป็นสำคัญ มีทั้งใช้ในการตกแต่งร่างกายซึ่งได้แก่เครื่องประดับ ต่างๆ ใช้ในการตกแต่งอาคารสถานที่หรือใช้ในพิธีการต่างๆ ดังนั้น สินค้าที่ระลึกประเภทนี้ต้องมีการออกแบบที่ดี มีสี รูปทรง วัสดุที่เหมาะสม และมีส่วนประกอบต่างๆ ที่ประณีตสวยงามดึงดูดใจผู้ซื้อ

2.2.4 ลักษณะสินค้าที่ระลึก

การที่คนจะเลือกซื้อสินค้าใดๆ สิ่งนั้นจะต้องเป็นที่ถูกใจและมีความน่าสนใจชวนให้อยากซื้อสินค้าที่ระลึกที่น่าสนใจควรมีลักษณะดังต่อไปนี้ (กาญจนา สุระ และคณะ. 2555 : 45-48)

1. เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น เมื่อกล่าวถึงสินค้านี้แล้วทุกคนรู้จัก หรือคาดเดาถึงที่มาของสินค้านั้น ได้เมื่อเห็นคร่าวใดก็ทำ ให้นึกถึงสถานที่ซึ่งได้ซื้อสินค้านั้น ความเป็นเอกลักษณ์อาจเกิดจากประวัติความเป็นมาครั้งอดีตของสินค้า

2. เป็นสินค้าหายากราคาแพง แหล่งท่องเที่ยวนั้น เป็นต้นกำเนิด หรือมีชื่อเสียงในการแปรรูป สินค้าที่ระลึกประเภทนี้ ได้แก่สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อเพราะเห็นว่าเป็นแหล่งผลิต มีความแน่ใจว่าจะได้สินค้าที่เป็นของแท้หรือมีราคาถูกกว่าที่อื่น

3. เป็นสินค้าราคาถูก เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับ สินค้าประเภทเดียวกัน ซึ่งวางขายที่แหล่งเดิมของนักท่องเที่ยวหรือแหล่งอื่นๆ สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อประเภทนี้บางครั้งอาจเป็นสิ่งของเครื่องใช้ทั่วไป เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องหนัง เป็นต้น

4. มีความดึงดูดใจจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบลวดลาย ความประณีตในการประดิษฐ์สีสันทัน ความแปลกตาน่าสนใจของสินค้า หรือความมีประโยชน์ใช้สอย เช่น ตุ๊กตาสมุนไพรมะนาว ใส่ภาชนะหีบห่อที่สวยงาม เป็นต้น

5. เป็นสินค้าที่หาซื้อง่าย สะดวก มีวางขายตามจุดต่างๆ อย่างเหมาะสม เช่น ตามสถานที่ซึ่งมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวกันมาก แต่ทั้งนี้ไม่ควรให้เกิดความรำคาญใจแก่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น และไม่กีดขวางต่อการจราจร

6. มีรูปร่าง ขนาดและน้ำหนัก ที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการขนส่ง โดยเฉพาะความเปราะบาง ขำรูดง่าย ขนาดไม่เหมาะสม เช่น มีขนาดใหญ่ ยาวเกะกะ หรือมีน้ำหนักมากเกินไป สินค้าที่ระลึกที่มีจุดอ่อนดังกล่าวต้องหาทางแก้ไขโดยวิธีต่างๆ เช่น มีบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพการออกแบบให้สามารถแยกชิ้นส่วนเพื่อนำไปประกอบใหม่ เป็นต้น

7. เป็นสินค้าที่ใช้วัสดุและแรงงานในท้องถิ่นนั้น โดยเฉพาะการนำวัสดุเหลือใช้มาแปรรูปเป็นสินค้าที่ระลึกซึ่งก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น โดยการใช้แรงงานนอกเวลางานประจำ ประดิษฐ์สินค้าที่ระลึก ซึ่งช่วยให้มีการใช้แรงงานให้เกิดประโยชน์เต็มที่

8. มีการแสดงขั้นตอนการผลิต หรือให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทดลองทำ วิธีการดังกล่าวจะสร้างความประทับใจและเห็นคุณค่าของสินค้านั้น เช่น การทอผ้า การวาดลายร่ม เป็นต้น การให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทดลองทำ และเห็นขั้นตอนการผลิตจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนุกสนานประทับใจและทำให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ว่า เพราะเหตุใดสินค้านั้นๆ จึงมีราคาแพง

9. มีฉลากบอกส่วนประกอบหรือส่วนผสม บอกถึงที่มาของสินค้าว่า ประดิษฐ์มาจากอะไร วิธีการใช้และการดูแลรักษามีข้อควรระวังอย่างไร เช่น เอกสารแนะนำการใช้การดูแลผ้าไหม ผ้าฝ้าย เป็นต้น

2.2.5 การกำหนดแบ่งจากวัสดุและเทคนิควิธีการสร้าง

การกำหนดแบ่งของออกเป็นที่ระลึกโดยกำหนดยึดความแตกต่างของวัสดุที่นำมาสร้างหรือวัสดุชนิดเดียวกันแต่อาจสร้างเป็นรูปลักษณะขึ้นด้วยเทคนิควิธีการที่แตกต่างกัน อาจกำหนดแบ่งออกได้ดังนี้

1. ของที่ระลึกที่สร้างหรือดัดแปลงขึ้นจากวัสดุธรรมชาติ ของที่ระลึกประเภทนี้อาจนำเอาวัสดุในธรรมชาติมาเสริม เติม แต่ง ประกอบต่อ ดัดแปลงเป็นเครื่องใช้ไม้สอย เครื่องประดับ หรือวัตถุ

ทางศิลปะซึ่งบางลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นจากวัสดุธรรมชาตินี้ยังคงรูปแบบของธรรมชาติเดิม อาจแต่งต่อเติมบ้างเพียงเล็กน้อย เช่น งานเปลือกหอย งานดอกไม้แห้ง ผลิตภัณฑ์จากน้ำเต้า ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว เป็นต้น

2. ของที่ระลึกที่สร้างขึ้นจากวัสดุสังเคราะห์ วัสดุสังเคราะห์ แต่ละชนิดแต่ละประเภทที่มนุษย์ค้นพบและรู้จักนำมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดรูปแบบผลผลิตผสมผสานสอดคล้องกับคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุนั้นๆ อยู่เสมอมา ซึ่งคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุแต่ละชนิดนั้นต่างกัน เมื่อนำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ก็จะได้รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนกัน และ กรรมวิธีหรือเทคนิคในการสร้างก็ต่างกัน คุณค่าและความนิยมในผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นนั้น ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติทางความรู้สึที่วัสดุแต่ละประเภทสามารถแสดงคุณสมบัติให้ปรากฏด้วย เช่น แก้วมีความใสเป็นประกายทองมีความสุกปลั่ง พลาสติกมีสีสันสดใส พลาสติกมีความขาว ฯลฯ ผลิตภัณฑ์จากวัสดุต่างๆ เมื่อถูกจัดแบ่งและเรียกต่างกันตามวัสดุที่สร้าง เช่น เครื่องแก้ว เครื่องทอง ผลิตภัณฑ์พลาสติก ฯลฯ นอกจากนี้ยังอาจแบ่งเรียกตามกรรมวิธีการผลิตหรือเทคนิคการสร้างอีก เช่น เครื่องถม เครื่องทองลงหิน เครื่องแก้วเจียรระโน งานหล่อพลาสติก งานปูนปั้น งานหล่อปูน ฯลฯ

3. ของที่ระลึกที่สร้างขึ้นจากเศษวัสดุ เศษวัสดุอาจจะเป็นวัสดุจากธรรมชาติหรือวัสดุสังเคราะห์ที่ถูกนำมาใช้งานแล้วเหลือหรือเกิน หรืออาจเป็นวัสดุที่แยกออกมาจากส่วนต่างๆ ของผลผลิตใดๆ ที่จัดเป็นเศษส่วนนั้นๆ ของที่ระลึกที่ถูกสร้างประกอบหรือประดิษฐ์ขึ้นจากเศษวัสดุ โดยทั่วไปมักจะแสดงให้เห็นถึงฝีมือที่ประณีตละเอียดอ่อน ความเป็นช่างหรือนักประดิษฐ์สร้างสรรค์ ผลงานที่ถูกสร้างขึ้นเหล่านี้ส่วนมากถูกนำไปใช้เป็นของที่ระลึกเพื่อประโยชน์ในทางประดับตกแต่งมากกว่าอย่างอื่น

การกำหนดประเภทในลักษณะนี้ นอกจากกำหนดจากลักษณะเด่นของวัสดุตั้งที่กล่าวมาแล้วยังมีของที่ระลึกที่สร้างขึ้นจากวัสดุผสมอีกประเภทหนึ่ง เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นโดยใช้วัสดุธรรมชาติประกอบเข้ากับวัสดุสังเคราะห์ เช่น พวงกุญแจหล่อด้วยพลาสติกภายในมีสตั๊วเล็กๆ จำพวกปูหรือหอย เขี้ยวหรืองาสัตว์เลี้ยงมโลหะ เป็นต้น

2.2.6 การกำหนดแบ่งตามคุณค่าแห่งการนำไปใช้

การแบ่งประเภทของที่ระลึกในลักษณะนี้ เป็นการจัดแบ่งโดยถือเอาเป้าหมายการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้เป็นสำคัญ คือ

1. ของที่ระลึกประเภทของบริโภค นั่นคือของที่ระลึกที่อยู่ในรูปแบบของ “อาหาร” ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าอาหาร เป็นรูปลักษณะของ “ของ” สิ่งหนึ่งที่มีการให้ปันกันมานานนับตั้งแต่อดีตกาล ทั้งนี้เนื่องจากอาหารเป็นปัจจัยสำคัญต่อการยังชีพ อดีตการให้ปันอาหารอาจอยู่ในลักษณะคงรูปแบบธรรมชาติเดิม คือ ผลไม้ก็อยู่ในรูปแบบผลไม้ เนื้อก็อยู่ในรูปแบบของเนื้อ ฯลฯ ไม่มีการปรุงแต่งเปลี่ยนจากรูปเดิม ครั้นต่อมาเมื่อมนุษย์สามารถเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ได้ แทนที่จะเอาเวลาออกไปหาอาหาร ก็เอาเวลาส่วนนั้นมาประดิษฐ์สร้างปรุงแต่งอาหารให้มีรูปมีรสที่แลดูน่าบริโภคขึ้นเมื่อมีการ

แบ่งกลุ่มแรงงานของมนุษย์ในสังคมผู้ที่เกี่ยวข้องกับอาหารโดยตรงก็พยายามพัฒนารูปแบบและรสชาติของอาหารให้สามารถกระตุ้นเร้าความต้องการของผู้คนยิ่งขึ้น เช่น การแกะสลักผักผลไม้การประดิษฐ์สร้างสรรค์อาหารในรูปและรสที่แปลกและใหม่ การใส่ภาชนะหรือบรรจุหีบห่อที่สวยงามดั่งนี้เป็นต้น จนในปัจจุบันอาหารเป็นสิ่งที่นอกจากเป็นเครื่องยังชีพที่สำคัญแล้ว ยังถูกนำมามอบให้แก่กัน ซื้อขายแลกเปลี่ยนในรูปแบบของขวัญ ของชำร่วย ของที่ระลึกฯ อีกด้วย เช่น เค้ก กระจ่างผลไม้ ขนมลูกชุบ ขนมเทียนสวย เครื่องประกอบ ของหวานที่บรรจุในกล่องกะทัดรัด ขนมปัง ฯลฯ และด้วยเหตุที่เป็นสิ่งหรือของบริโภคที่ไม่สามารถเก็บไว้ในระยะเวลาอันยาวนานๆ อีกทั้งเมื่อได้รับแล้วมีการบริโภคในช่วงระยะเวลาสั้นๆ อาหารยังไม่ค่อยได้รับการยอมรับว่าเป็นของที่ระลึกดังสิ่งของเครื่องใช้ที่เป็นถาวรวัตถุอื่นๆ

2. ของที่ระลึกประเภทประโยชน์ใช้สอย เครื่องมือเครื่องใช้ก็เป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์มานับตั้งแต่อดีตกาล และมีการให้ปันและซื้อขายและเปลี่ยนกันเพื่อการนำไปใช้ แต่เครื่องมือเครื่องใช้บางชนิดที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นอย่างเป็นพิเศษต่างจากรูปแบบที่ใช้กันอยู่ทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งด้วยสีสนิม ลวดลาย การใช้วัสดุที่ทรงคุณค่า ฯลฯ เครื่องมือเครื่องใช้ชิ้นนั้นมักจะถูกนำไปเป็นของที่ระลึกและประดับมากกว่าการนำไปใช้ ยิ่งในปัจจุบันเครื่องจักรกลได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำรงชีพ ด้วยการเป็นเครื่องแทนการใช้เครื่องมือเครื่องใช้ รูปลักษณะของสิ่งใช้สอยประเภทเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ นับวันสูญหายไปเพราะไม่มีความจำเป็นทางการนำมาใช้ ดังนั้น การผลิตจึงเบนเป้าหมายไปเป็นของที่ระลึก เครื่องมือเครื่องใช้ที่เป็นผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ของใช้ในสมัยอดีต เช่น นาฬิกา โคมไฟ ตะเกียง ที่ปรากฏให้พบเห็นได้ตามร้านขายของเก่าหรือร้านขายของที่ระลึกแก่ชาวต่างประเทศ และแม้กระทั่งอาวุธที่ใช้ในการศึกษาสงครามไม่ว่าจะเป็นดาบ หอก โล่ และอื่นๆ ปัจจุบันก็กลายเป็นของที่ระลึกไปแล้ว

3. ของที่ระลึกประเภทประโยชน์ตกแต่ง เครื่องมือเครื่องใช้มักถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการทางด้านร่างกาย แต่สิ่งที่ยังมีประโยชน์ในด้านการตกแต่ง มักจะถูกสร้างขึ้นเพื่อสนองต่อจิตใจเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งของที่ระลึกประเภทนี้มีทั้งที่ใช้ในการตกแต่งร่างกายอัน ได้แก่ เครื่องประดับ ตกแต่งอาคาร ตกแต่งสถานที่ พิธีการ

4. ของที่ระลึกประเภทวัตถุทางศิลปะ ของที่ระลึกประเภทนี้ส่วนใหญ่สร้างสรรค์ขึ้นโดยศิลปินออกแบบและสร้างขึ้นโดยคนคนเดียว อาจด้วยวิธีการใดๆ จนสำเร็จเป็นงานศิลปะศิลปวัตถุเหล่านี้แต่เดิมเป็นการถ่ายทอดสร้างสรรค์ของศิลปินเพื่อแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึก อันเป็นความสวยงามและความพึงพอใจมากกว่าจะมุ่งสร้างเพื่อประโยชน์ทางการซื้อขายแลกเปลี่ยนภายหลังเมื่อสภาวะทางเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงไป ความจำเป็นในเรื่องปัจจัยอื่นๆ ที่สำคัญต่อการครองชีพ ทำให้ศิลปินเริ่มหันมาผลิตสร้างผลงานเพื่อซื้อขายกันมากขึ้น และผลงานประเภทศิลปวัตถุเหล่านี้ส่วนใหญ่มักจะนำไปใช้ประโยชน์ในการตกแต่งมากกว่าประโยชน์อย่างอื่น

2.2.7 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

ธีระชัย สุขสด (2544 : 88-90) ได้บันทึกเกี่ยวกับหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่นักออกแบบควรรำพึงมี 9 ประการ คือ

1. หน้าที่ใช้สอย

หน้าที่ใช้สอยถือเป็นหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกที่ต้องคำนึงถึง ผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบายผลิตภัณฑ์นั้นถือว่ามีประโยชน์ใช้สอยดี (High Function) แต่ถ้าหากผลิตภัณฑ์ใดไม่สามารถสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์นั้นจะถือได้ว่ามีประโยชน์ใช้สอยไม่ดีเท่าที่ควร (Low Function)

2. ความปลอดภัย

สิ่งที่อำนวยความสะดวกได้มากเพียงใด ย่อมจะมีโทษเพียงนั้น ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสะดวกต่างๆ มักจะเกิดจากเครื่องจักรกลและเครื่องใช้ไฟฟ้า การออกแบบควรรำพึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้ ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็ต้องแสดงเครื่องหมายไว้ให้ชัดเจนหรือมีคำอธิบายไว้

3. ความแข็งแรง

ผลิตภัณฑ์จะต้องมีความแข็งแรงในตัวของผลิตภัณฑ์หรือโครงสร้างเป็นความเหมาะสมในการที่นักออกแบบรู้จักใช้คุณสมบัติของวัสดุและจำนวนหรือปริมาณของโครงสร้าง

4. ความสะดวกสบายในการใช้

นักออกแบบต้องศึกษาวิชากายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับสัดส่วน ขนาด และขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะส่วนต่างๆ ในร่างกายของมนุษย์ทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งจะประกอบด้วยความรู้ทางด้านขนาดสัดส่วนมนุษย์ (Anthropometry) ด้านสรีรศาสตร์ (Physiology) จะทำให้ทราบขีดจำกัดความสามารถของอวัยวะส่วนต่างๆ ในร่างกายมนุษย์ เพื่อใช้ประกอบการออกแบบ หรือ ศึกษาด้านจิตวิทยา (Psychology)

5. ความสวยงาม

ผลิตภัณฑ์ในยุคปัจจุบันนี้ความสวยงามนับว่ามีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าหน้าที่ใช้สอย ความสวยงามจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อเพราะประทับใจ ส่วนหน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่ ต้องใช้เวลาอีกกระยะหนึ่ง คือใช้ไปเรื่อยๆ ก็เกิดข้อบกพร่องในหน้าที่ใช้สอยให้เห็นภายหลัง

6. ราคาพอสมควร

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาขายนั้นย่อมต้องมีข้อมูลด้านผู้บริโภคและการตลาดที่ได้ค้นคว้าและสำรวจแล้ว ผลิตภัณฑ์ย่อมจะต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ ว่าเป็นคนกลุ่มใด อาชีพ ฐานะเป็นอย่างไร มีความต้องการใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์เพียงใด นักออกแบบก็จะเป็นผู้กำหนดแบบผลิตภัณฑ์ ประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อได้ การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมกับผู้ซื้อนั้น ก็อยู่ที่การเลือกใช้ชนิดหรือเกรดของวัสดุ และเลือกวิธีการผลิตที่ง่าย รวดเร็ว เหมาะสม

7. การซ่อมแซมง่าย

หลักการนี้คงจะใช้กับผลิตภัณฑ์ เครื่องจักรกล เครื่องยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ที่มีกลไกภายในซับซ้อน อะไหล่บางชิ้นย่อมต้องมีการเชื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานในทางที่ผิด นักออกแบบจะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้น ตลอดจน นี้อตสกรู เพื่อจะได้ออกแบบส่วนของฝากรอบบริเวณต่างๆ ให้สะดวกในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ได้ง่าย

8. วัสดุและวิธีผลิต

ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ผลิตด้วยวัสดุสังเคราะห์ อาจมีกรรมวิธีการเลือกใช้วัสดุและวิธีผลิตได้หลายแบบ แต่แบบหรือวิธีใดที่จะเหมาะสมที่สุด ที่จะไม่ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงกว่าที่ประมาณ ฉะนั้น นักออกแบบจะต้องศึกษาเรื่องวัสดุและวิธีผลิตให้ลึกซึ้ง

9. การขนส่ง

นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง การขนส่งสะดวกหรือไม่ ระยะใกล้หรือไกล กินเนื้อที่ในการขนส่งมากน้อยเพียงใด การขนส่งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ ต้องทำการบรรจุหีบห่ออย่างไรถึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เกิดการเสียหายชำรุด ขนาดของตู้เทรนเนอร์บรรทุกสินค้า หรือเนื้อที่ที่ใช้ในการขนส่งมีกี่ขนาด กว้าง ยาว สูง เท่าไหร่ เป็นต้น

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้น สิ่งที่จะเป็นตัวนำทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมานั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณสมบัติครบถ้วนตามจุดประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ จะต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ที่ผลิตภัณฑ์ควรมี ดังนี้

1. ความแปลกใหม่ (Innovative)
2. มีที่มา (Story)
3. ระยะเวลาเหมาะสม (Timing)
4. ราคาพอสมควร (Price)
5. มีข้อมูลข่าวสาร (Information)
6. เป็นที่ยอมรับ (Regional Acceptance)
7. อายุการใช้งานเหมาะสม (Life Cycle)

2.2.8 กระบวนการออกแบบสินค้าที่ระลึก

ประเสริฐ ศิลรัตน์ (2544 : 66-72) กล่าวว่า ในปัจจุบันการออกแบบสร้างสรรค์ของที่ระลึกเป็นงานศิลปะในลักษณะประยุกต์หรือที่เรียกว่า “ประยุกต์ศิลป์ หรือ ศิลปะประยุกต์” มิใช่เป็นการสร้างงาน “วิจิตรศิลป์” ทั้งนี้เนื่องจากงานวิจิตรศิลป์ ถือเป็นศิลปะบริสุทธิ์ (Pure Art) เป็นงานสร้างสรรค์ที่มนุษย์แสดงออกมาเพื่อความงาม ความประณีตละเอียดอ่อน อันก่อให้เกิดอารมณ์ความซาบซึ้งสะเทือนใจ และเกิดความประทับใจ มีค่าสูงส่งต่อจิตใจมนุษย์ ซึ่งผู้สร้างสรรค์ผลงานศิลปะในลักษณะนี้ จะถ่ายทอดชีวิตจิตใจลงในผลงาน ปรากฏออกมาเป็นลักษณะพิเศษมีลักษณะเฉพาะตัวของศิลปินแต่ละคน

แต่งงานประยุกต์ศิลป์หรือศิลปะประยุกต์ เป็นลักษณะที่มนุษย์นำเอาวัสดุและเรื่องราวต่างๆผสมผสานกลมกลืน ประูแต่ง ดัดแปลงสร้างสรรค์ขึ้นให้มีคุณค่าทางความงาม ทางการใช้สอย ให้เป็นประโยชน์แก่ชีวิตประจำวัน การสร้างงานทางด้านนี้จะคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค กาลเวลา สมัยนิยม และองค์ประกอบอื่นๆ อีกหลายประการ

ดังนั้น เรื่องราวของการออกแบบของที่ระลึก จึงเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับวิธีการ แนวทาง ความนึกคิดการจัด การจัดรวบรวม การลำดับ การเลือก และความริเริ่ม โดยมีวัตถุประสงค์ของรูปแบบที่จะสร้างอยู่ที่ประโยชน์ใช้สอยหรือประโยชน์ในการตกแต่งเป็นสำคัญ และให้มีรูปลักษณะของสิ่งที่จะสร้างเป็นสื่อหรือสัญลักษณ์ที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย เร้าใจ มีความเหมาะสม กะทัดรัด มีความละเอียดและมีความสวยงามเป็นสำคัญ ซึ่งการเป็นนักออกแบบอุตสาหกรรม นายเจมส์ เอฟ วอร์เรน ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบและการตลาดได้ให้แนวคิดที่จะช่วยในการดำเนินงานให้เป็นไปได้ด้วยดี โดยแบ่งออกเป็นหัวข้อดังนี้

1. การผลิต ก่อนที่โรงงานจะรับแบบเพื่อทำการผลิต จะต้องคำนึงถึงว่าผลิตภัณฑ์นี้จะขายได้จำนวนมากหรือไม่ และจะผลิตสินค้าชนิดนี้ในราคาต่ำพอสมควรได้หรือไม่

2. วัตถุดิบ วัตถุดิบชนิดต่างๆ ไม่ว่าจะมากสัตว์ พืช หรือสินแร่ ต่างก็มีคุณภาพแตกต่างกันออกไป เมื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการผลิต วัตถุดิบบางชนิด เช่น เหล็กมีความแข็งแรงมากดินเปียกมีความอ่อนนุ่มมาก เงินทำเป็นแผ่นบางๆ และแบนได้ ไม่ไผ่เป็นเส้นไปตามยาวทางเดียวกันโลหะบางชนิดมีการยืดและหดตัว ทำให้ติดกันได้โดยความร้อนหรือการบัดกรี วัตถุดิบบางชนิด เช่น เงินอาจทำให้รูปร่างละเอียดประณีตได้ ดินเหนียวต้องการรูปร่างที่ห่อหุ้มเข้าด้วยกันเพื่อกันการแตกง่ายแล้วมีความสะท้อนแสง ดังนั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมทุกคนจะต้องมีความคุ้นเคยกับวัตถุดิบต่างๆ ซึ่งกำลังทำการออกแบบโดยการทดลองทำดูด้วยตนเอง และทำแบบจำลองหรือผลิตภัณฑ์ตัวอย่างด้วยตนเองทุกชิ้น นักออกแบบจึงจะเข้าใจกับปัญหาต่างๆ ของผู้ผลิต

3. กรรมวิธีการผลิต ตามปกติโรงงานทุกแห่งไม่ว่าจะเป็นโรงงานเล็กหรือโรงงานใหญ่ จะต้องมีเครื่องมือหรือเครื่องผ่อนแรงใช้ในการผลิตอุปกรณ์ต่างๆ เหล่านี้มีความเกี่ยวข้องกันอย่างไรใกล้ชิดกับวัตถุดิบที่จะใช้ในการผลิต เช่น กี้ออผ้า ลีวแกะไม้ แป้นหมุนใช้สำหรับเครื่องปั้นดินเผาเหล็กจารใช้สำหรับตกแต่งเครื่องเงิน และเครื่องมืออื่นๆ ที่ใช้สำหรับจับยึดวัตถุดิบหรือเคลื่อนย้ายในขณะที่ทำการผลิต เครื่องมือเหล่านี้ต่างมีหน้าที่จำกัดในการใช้งาน ซึ่งเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องเข้าใจและนำมาคิดเมื่อเวลาออกแบบด้วย โรงงานก็มีความจำกัดในการดำเนินงานเช่นเดียวกันอาจไม่มีเครื่องมือหรือเครื่องจักรที่จะทำงานละเอียดได้ นักออกแบบจึงจำเป็นต้องคิดค้นหาทางออกที่แน่นอนว่าจะต้องใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์อะไรบ้าง แบบที่ออกไปจึงจะสำเร็จลงได้ และเมื่อทำการออกแบบในทุกๆ มุมของผลิตภัณฑ์ นักออกแบบก็ควรถามตัวเองเสียก่อนว่า แน่ใจแล้วหรือว่าส่วนนี้ส่วนนี้ของแบบที่จะทำขึ้นได้ หรือส่วนนี้ของแบบจะต่อส่วนกันได้สนิท หรือส่วนนี้จะตกแต่งขั้นสุดท้ายอย่างไร

4. งานฝีมือ ในโรงงานทุกแห่ง งานของพวกคนงานเป็นส่วนหนึ่งของการผลิต และหากว่างานนั้นเป็นไปในรูปที่คนงานลงมือผลิตด้วยมือของตนเอง งานเหล่านั้นก็คือการทำแทนมือของนักออกแบบนั่นเอง ดังนั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจำเป็นต้องรู้ถึงฝีมือของคนงานเหล่านั้นว่ามีเพียงใดหรือไม่แล้วออกแบบให้ง่าย ซึ่งทำให้คนงานสามารถทำให้เสร็จในเวลาอันควร และได้งานที่สวยงามด้วย ดังนั้น นักออกแบบทุกคนจึงต้องคำนึงถึงเวลาที่ทำกรผลิตงานนั้นๆ ด้วย

5. การบรรจุหีบห่อ หากนักออกแบบผลิตภัณฑ์จะเป็นผู้ออกแบบหีบห่อด้วยก็จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง คือ ช่วยให้นักออกแบบใช้สีหรือวัสดุอันทำให้ผลิตภัณฑ์นั้น มีความยืดหยุ่นต่อสายตาของผู้ซื้อได้เมื่อต้องการขายผลิตภัณฑ์นั้นที่ร้าน

6. การโฆษณา แบบที่ใช้โฆษณาต่างๆ นั้น โดยทั่วไปเป็นหน้าที่ของพนักงานด้านนี้ โดยเฉพาะแต่ในบางกรณีนักออกแบบอุตสาหกรรมก็อาจจำเป็นที่จะต้องทำงานประเภทนี้ด้วย ซึ่งสามารถที่จะช่วยในด้านโฆษณาผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องยิ่งขึ้น

7. การตกแต่งหน้าร้าน นักออกแบบอุตสาหกรรมต้องมีความสามารถที่จะช่วยในการตกแต่งหน้าร้าน ตู้โชว์สินค้าภายในร้าน หรือในงานแสดงสินค้าต่างๆ เพราะนักออกแบบย่อมมีความรู้ในผลิตภัณฑ์นั้นๆ อย่างใกล้ชิด ย่อมสามารถทำงานด้านนี้ดีกว่าบุคคลอื่น

8. การค้นคว้าเกี่ยวกับตลาด ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบไปแล้วทำการขายอยู่นั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจะต้องทำการศึกษาค้นคว้าต่อไปในด้านความเป็นไปของกิจการในตลาดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยสืบถามจากผู้ขายและผู้ซื้อว่าผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้นดีหรือไม่เพียงใด เพื่อจะได้นำข้อมูลเหล่านั้นมาพิจารณาออกแบบแก้ไขในครั้งต่อไป

9. ลูกค้ำ ปัญหาที่สำคัญของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปัจจุบัน คือ ผลิตภัณฑ์นั้นๆขายไม่ออกหรือไม่เป็นที่พอใจของลูกค้า ดังนั้น นักออกแบบผลิตภัณฑ์จะต้องพยายามออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นๆ ให้เหมาะสมกับกาลเทศะและสิ่งแวดล้อม

10. ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชิ้นหนึ่งๆ จะต้องมีความแข็งแรงและทนทานให้สมกับราคาที่จะต้องเสียไปเมื่อซื้อหามา นักออกแบบจะต้องคิดอย่างลึกซึ้งถึงการที่จะถูกนำเอาไปใช้สอย วิธีการในการใช้วัสดุดิบและการออกแบบในเรื่องรอยต่อหรือตามมุมต่างๆ ซึ่งก็มีส่วนช่วยให้ผลิตภัณฑ์นั้นคงทนถาวร

11. การบำรุงรักษา บางครั้งผลิตภัณฑ์ชิ้นหนึ่งอาจจะมีที่สวยงาม และเป็นที่ถูกใจของผู้ใช้ แต่เมื่อใช้ไปในระยะเวลาหนึ่ง สีอาจเริ่มมัว มีลักษณะอันบ่งบอกถึงระยะเวลาบ้าง อาจเป็นที่ไม่ถูกใจของผู้ใช้ต่อไป ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา จะต้องได้รับการออกแบบให้สะดวกในการทำความสะอาด ไม่ควรมีซอกมุมอะไรมากนัก ส่วนที่ต้องการเคลื่อนไหว เช่น ฝากล่อง หรือที่เป็นแป้นหมุน จะต้องออกแบบให้ใช้ได้โดยสะดวก ไม่สะดุด ไม่ว่าจะเป็นที่สีหมองมัวไป หรือความสึกหรอเกิดขึ้น

12. ประโยชน์ใช้สอย การออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบจำเป็นต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่ใช้ในชีวิตเป็นสำคัญ ผลิตภัณฑ์บางชนิด เช่น เครื่องประดับของสตรี ได้ถูกออกแบบมาเพื่อใช้และทะนุถนอม และผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดก็ย่อมถูกออกแบบเพื่อความมุ่งหมายที่จะใช้ประโยชน์ต่างๆ กัน

ออกไป เช่น กาน้ำชาใช้สำหรับใส่น้ำชาและรินออก แก้วจะต้องทำให้นั่งสวย แจกกันจะต้องใช้ใส่ดอกไม้และน้ำได้โดยไม่รู้ไหลออกมา ถาดใส่ผลไม้จะต้องให้ผลไม้ไม่หกถึงตกลงมาข้างนอกได้ง่ายๆ และที่เขี่ยบุหรี่จะต้องมีที่วางบุหรี่ได้ดี โดยไม่หล่นลงมาใหม่โดยง่าย เป็นต้น ดังนั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจึงจำเป็นต้องทำการทดลองโดยการทำเป็นตัวอย่างขึ้นใช้ประโยชน์อย่างหนัก ลองจับต้องและใช้อย่างจริงจังเพื่อความแน่ใจว่าสามารถนำไปใช้ประโยชน์อย่างจริงจังเสียก่อนอื่น

2.2.9 ลำดับขั้นตอนของการออกแบบของที่ระลึก

การออกแบบเพื่อกำหนดสร้างของที่ระลึกในแต่ละครั้ง หากได้มีการกำหนดแน่นอนลงไปทั้งรูปแบบประเภท วัสดุ การนำไปใช้ ฯลฯ โดยมีการสำรวจและวางแผนที่มีเป้าหมายชัดเจน ย่อมทำให้ของที่ระลึกที่จะผลิตสร้างขึ้นนั้น มีความหมายมากกว่าการออกแบบสร้างขึ้นอย่างไร้เป้าหมาย ทั้งนี้เนื่องจากของที่ระลึกอาจเปรียบเทียบได้ดังสัญลักษณ์สิ่งที่ใช้แทนบุคคล เหตุการณ์ สถานที่ อันมีความหมายต่อความรู้สึกนึกคิดในทางกระตุ้นเร้าใจ จูงใจให้คิดและระลึกถึง ดังนั้น ลำดับขั้นตอนของการออกแบบควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้ คือ

1. กำหนดประเภทรูปแบบ การกำหนดประเภทคือกำหนดเป้าหมายเบื้องต้นในเรื่องรูปแบบว่าจะให้มีแนวโน้มไปในลักษณะใด เช่น อาจกำหนดให้มีรูปแบบในลักษณะตามประเพณีนิยมก็อาจออกแบบจำกัดให้ชัดเจนไปได้ดีกว่ารูปแบบประเพณีนิยมนั้น จะเป็นประเพณีนิยมแบบสากลทั่วไปหรือเป็นรูปแบบประเพณีนิยมเฉพาะของท้องถิ่น ของภูมิภาค ของหมู่บ้าน เป็นต้น หรืออาจกำหนดสร้างให้มีรูปแบบในลักษณะตามสมัยนิยม ก็อาจออกแบบจำกัดให้ชัดเจนไปได้ว่าจะจะเป็นรูปแบบที่กำลังนิยมอยู่โดยทั่วไปในปัจจุบัน หรือรูปแบบที่กำลังจะเป็นที่นิยม และรูปแบบที่พยายามจะสร้างให้กลายเป็นความนิยมขึ้นใหม่ในโอกาสต่อไป และถ้าจะกำหนดเป้าหมายในเรื่องรูปแบบให้เป็นลักษณะเฉพาะนั้น เป็นรูปแบบเฉพาะของอะไร ของบุคคล เหตุการณ์ งาน สถานที่ เป็นต้น

2. เก็บรวบรวมข้อมูล การออกแบบสร้างสัญลักษณ์สิ่งแทนบุคคล เหตุการณ์ สถานที่ ฯลฯ หรือแทนสิ่งใดๆ ก็ตาม ผู้ออกแบบควรเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบให้มีลักษณะสอดคล้องกับความเป็นสิ่งนั้นอย่างแท้จริง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวอาจจะเป็นประวัติเรื่องราวรายละเอียด รูปภาพ หลักฐานเอกสารสิ่งตีพิมพ์ ฯลฯ

3. สำรวจค่านิยม ในปัจจุบันของที่ระลึกมีส่วนผูกพันกับค่านิยม รสนิยมของบุคคลอยู่มากกว่า “ค่านิยม” อาจหมายถึงความสนใจ ความพึงพอใจ ความชอบ ความนิยม หน้าที่พันธกรณี ความปรารถนา ความอยาก ความต้องการ ความแห่งหน้า และความดึงดูด หรือความรู้สึกอื่นที่มนุษย์มีต่อผลผลิต มีต่อการกระทำ สิ่งเหล่านี้มนุษย์ยึดถือไว้สำหรับแนวทางใช้เลือกหรือแนวทางในการจัด การรวบรวมองค์ประกอบของสิ่งต่างๆ เข้าด้วยกัน ด้วยวิธีการที่เหมาะสม จากคำจำกัดความของคำว่า “ค่านิยม” คำเดียว บางครั้งก็ให้ความหมายต่อการทำงานของมนุษย์เป็นอย่างมากในการออกแบบ เพราะมีส่วนผูกพันกับค่านิยมทั้งตัวนักออกแบบเอง แล้วรวมไปถึงผู้ใช้ผู้บริโภคด้วย ค่านิยม

จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการออกแบบสร้างของที่ระลึกอย่างกว้างขวาง ผู้ที่สร้างสรรค์ต้องใช้ความสังเกตและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยมของผู้ใช้บริโภคไว้เป็นพื้นฐานประกอบการตัดสินใจในการออกแบบ

4. การจับประเด็นสำคัญของข้อมูลเพื่อกำหนดรูปแบบ จากข้อมูลที่เก็บรวบรวมผู้ออกแบบจะต้องนำมาคัดเลือกกลั่นกรองเอาแต่เฉพาะช่วงที่เป็นประเด็นสำคัญ เพื่อถ่ายทอดสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการจับประเด็นสำคัญในข้อมูลนั้นขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบต้องการเน้นย้ำในด้านใดทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลทั้งหมดอาจเป็นเรื่องราวของความรัก ความพลัดพราก ความปิติยินดี ความตายความกล้าหาญ ความเชื่อความศรัทธา วีรกรรม ฯลฯ ซึ่งเรื่องราวอันก่อให้เกิดอารมณ์สะเทือนใจจากข้อมูลเหล่านี้ย่อมสามารถกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำความทรงจำได้ต่างกัน หากเรื่องราวเป็นที่ประทับใจ ความทรงจำก็จะฝังแน่นยาวนานกว่าเรื่องราวที่เป็นปกติธรรมดา ดังนั้น ผู้ออกแบบจึงควรมีความเข้าใจในการแยกแยะข้อมูล และจับประเด็นความรู้สึกอันถูกกระตุ้นเร้าจากข้อมูลที่ได้ผนวกกับ “ค่านิยม” แปลค่าออกมาเป็นสื่อสัญลักษณ์สิ่งแทน

ส่วนคุณค่าอีกประการหนึ่งที่ผู้ออกแบบควรคำนึงควบคู่กันไปด้วย คือ คุณค่าภายนอกหรือคุณค่าทางกายภาพของวัตถุ คุณค่านี้อาจเกิดจากการนำวัสดุที่มีคุณค่าในตัวเองอยู่บ้างแล้วมาสร้างสรรค์เป็นของที่ระลึก เช่น อัญมณี งาม แก้ว ทอง ฯลฯ หรือค่าของงานอยู่ที่ความเก๋ กะทัดรัด แปลกตา น่าทึ่ง สวยงาม มีคุณค่าต่อการมอง สามารถบันดาลให้เกิดความภาคภูมิใจ มีเกียรติมีสง่าราศี ดังนี้ เป็นต้น

และคุณค่าอีกลักษณะหนึ่งก็คือ คุณค่าที่เกิดจากการนำไปใช้ ในปัจจุบันของที่ระลึกมักออกมาในรูปของสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องประดับ ที่ได้รับการออกแบบให้มีความหมายว่าเป็นของที่ระลึก นับว่าเป็นความคิดที่ดี ผู้รับสามารถใช้ประโยชน์จากของที่ระลึกได้ด้วย ซึ่งดีกว่าตั้งไว้เพื่อคุณค่าทางจิตใจหรือคุณค่าทางความงามเฉยๆ ซึ่งรูปแบบที่ใช้ในการออกแบบอาจดัดแปลงแปรรูปจากสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องประดับที่มีปรากฏอยู่แล้วให้เป็นของที่ระลึก เช่น เอาถ้วยชามซ้อนซ้อนจาน ฯลฯ ย่อขนาดและสัดส่วนลงให้พอเหมาะ แล้วกำหนดสัญลักษณ์ของที่ระลึกลงไปก็เป็นของที่ระลึกได้โดยสมบูรณ์

5. ข้อควรคำนึงในด้านการผลิตและการตลาด หากของที่ระลึกที่จะออกแบบนั้นเกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายโดยผลิตขึ้นเป็นจำนวนมาก ผู้ออกแบบอาจต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ อีกดังนี้

5.1 ลักษณะของสินค้า คุณสมบัติทางกายภาพ ประกอบด้วย ขนาด รูปทรงปริมาตร ส่วนประกอบหรือส่วนผสม ของแข็ง ของเหลว ผู้ออกแบบต้องทราบความเหนียวข้นในกรณีที่เป็นของเหลว และต้องรู้น้ำหนัก/ปริมาตรหรือความหนาแน่น สำหรับสินค้าที่เป็นของแข็ง ประเภทของสินค้าคุณสมบัติทางเคมี คือ สาเหตุที่ทำให้สินค้าเน่าเสียหรือเสื่อมคุณภาพจนไม่เป็นที่ยอมรับได้และปฏิกิริยาอื่นๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น คุณสมบัติพิเศษอื่นๆ เช่น กลิ่น การแยกตัว เป็นต้น สินค้าที่จำหน่ายมีลักษณะเป็นอย่างไร มีคุณสมบัติทางฟิสิกส์หรือทางเคมีอย่างไร เพื่อจะได้เลือกวัสดุในการทำบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันรักษาได้ดี

5.2 ตลาดเป้าหมาย ต้องศึกษาความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อจะได้เลือกบรรจุภัณฑ์ตรงกับความต้องการของตลาดหรือกลุ่มลูกค้า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สนองกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จำเป็นต้องวิเคราะห์จุดยืนของสินค้าและบรรจุภัณฑ์เทียบกับคู่แข่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน เช่น ข้อมูลของปริมาณสินค้าที่จะบรรจุ ขนาด จำนวนบรรจุภัณฑ์ต่อหน่วยขนส่ง อาณาเขตของตลาด

5.3 วิธีการจัดจำหน่าย การจำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคเลย ย่อมต้องการบรรจุภัณฑ์ลักษณะหนึ่ง แต่หากจำหน่ายผ่านคนกลาง เป็นคนกลางประเภทใด มีวิธีการซื้อของเข้าร้านอย่างไร วางขายสินค้าอย่างไร เพราะพฤติกรรมของร้านค้าย่อมมีอิทธิพลต่อโอกาสขายของผลิตภัณฑ์นั้นๆ รวมทั้งพิจารณาถึงผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งชั้นที่จำหน่ายในแหล่งเดียวกันด้วย

5.4 การขนส่ง มีหลายวิธีและใช้พาหนะต่างกัน รวมทั้งระยะทางในการขนส่งความทนทานและความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ การคำนึงถึงวิธีที่จะใช้ในการขนส่งก็เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบให้เกิดผลเสียที่น้อยที่สุด รวมถึงความประหยัดและปัจจัยเรื่องสภาพดินฟ้าอากาศด้วย ในปัจจัยนิยมการขนส่งด้วยระบบตู้บรรทุกสำเร็จรูป

5.5 การเก็บรักษา (Storage) การเลือกบรรจุภัณฑ์จะต้องพิจารณาถึงวิธีการเก็บรักษา สภาพของสถานที่เก็บรักษา รวมทั้งวิธีการเคลื่อนย้ายในสถานที่เก็บรักษาด้วย

5.6 ลักษณะการนำไปใช้งาน ต้องนำไปใช้งานได้สะดวกเพื่อประหยัดเวลา แรงงานและค่าใช้จ่าย

5.7 ต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่จะต้องคำนึงถึงเป็นอย่างมาก และจะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อยอดขายหรือความสูญเสียค่าใช้จ่ายอื่นๆ ด้วย บรรจุภัณฑ์ที่อาจต้องจ่ายสูง แต่แรงดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ ย่อมเป็นสิ่งที่ชดเชยที่ควรเลือกปฏิบัติ รวมถึงผลการชดเชยในกระบวนการผลิต การบรรจุที่สะดวก รวดเร็ว เสียหายน้อย ทำให้ประหยัดและลดต้นทุนการผลิตได้

5.8 ปัญหาด้านกฎหมาย บทบัญญัติด้านกฎหมายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ปรากฏชัดเจนคือ

5.8.1 กฎระเบียบและข้อบังคับเกี่ยวกับฉลากการออกแบบกราฟิกของผลิตภัณฑ์ ต้องเป็นไปตามข้อบังคับนอกจากนี้ยังต้องศึกษาการใช้สัญลักษณ์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

5.8.2 กฎระเบียบและข้อบังคับเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์

5.9 ผลกระทบต่อสังคม ปัญหาที่ยังมิได้รับการแก้ไขอย่างจริงจังคือ ผลกระทบต่อนิเวศวิทยา (Ecology) เกี่ยวกับการหายใจของบรรจุภัณฑ์ มลเหตุที่ต้องมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

2.2.10 หลักเกณฑ์การพิจารณาการออกแบบและคุณภาพ

นวลน้อย บุญวงษ์ (2539 : 117) ได้เขียนบันทึกไว้ว่า งานออกแบบเป็นผลรวมขั้นสุดท้ายจากกระบวนการทำงานของฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนาแบบดั่งนั้นงานออกแบบที่ดีจึงเกิดขึ้นจากการทำงานประสานกันอย่างรอบคอบในการรวบรวมข้อมูล การแยกแยะและจัดลำดับความสำคัญ

ของปัญหาได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนความสามารถในการเชื่อมโยงองค์ประกอบต่างๆในงานออกแบบเข้าด้วยกันเป็นอย่างดีจนทำให้เหลือปัญหาตกค้างอยู่น้อยที่สุดหลักเกณฑ์การพิจารณางานออกแบบโดยทั่วไปมักมาจากการพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่องานออกแบบนั้นๆ ซึ่งแบ่งออกเป็นปัจจัยจากภายในและปัจจัยจากภายนอก เกณฑ์ดังกล่าวนี้สามารถสรุปออกเป็น 5 หัวข้อ

1. ประโยชน์ใช้สอย

ประโยชน์ใช้สอยเป็นศูนย์กลางของการออกแบบที่นักออกแบบจำเป็นต้องคำนึงเป็นประการแรกเพราะถ้างานออกแบบที่นำมาพิจารณาขาดความเหมาะสมทางการใช้สอย ตลอดจนไม่ให้ความสะดวกสบายและความปลอดภัย ก็นับว่าเป็นความสิ้นเปลืองและความสูญเปล่า ประโยชน์ใช้สอยมีผลต่อการเลือกใช้ ลักษณะรูปทรง วัสดุและกรรมวิธีการผลิต งานออกแบบที่ดีอย่างแท้จริงจึงควรเป็นงานที่มีประโยชน์ครอบคลุมตั้งแต่ก่อนใช้งาน ขณะใช้งานและภายหลังเสร็จสิ้นการใช้งาน มีลักษณะถูกต้องสอดคล้องกับสรีระส่วนที่ใช้งาน

2. ความงาม

ความงามมักเกิดขึ้นจากลักษณะโดยรวมของรูปทรงตลอดจนการตกแต่งหน้าตาของงานออกแบบเป็นสิ่งที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าด้านประโยชน์ใช้สอย ลักษณะความงามของงานออกแบบควรพิจารณาตามประเภทหรือธรรมชาติเฉพาะของงานออกแบบนั้นๆ ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีหน้าที่ใช้สอยเฉพาะอย่างและทำขึ้นให้เหมาะกับผู้ใช้เฉพาะกลุ่ม ดังนั้นลักษณะหน้าตาที่ปรากฏจึงควรสามารถสื่อถึงลักษณะการใช้งานและอยู่ในแนวทางที่เหมาะสมกับผู้ใช้ จึงจะเรียกได้ว่าเป็นงานออกแบบที่มีความงามอย่างถูกต้องนอกจากลักษณะหน้าตาที่สื่อได้เหมาะสมดังกล่าวแล้ว งานออกแบบที่ดียังต้องมีลักษณะเฉพาะซึ่งสามารถสร้างความสนใจต่อผู้พบเห็น มีความใหม่และมีเอกลักษณ์แตกต่างจากงานออกแบบที่มีอยู่ทั่วไป

3. การเลือกใช้วัสดุและคุณภาพการผลิต

ปัจจุบันนักออกแบบมีทางเลือกอย่างกว้างขวางสำหรับการนำวัสดุชนิดต่างๆตลอดจนเทคโนโลยีการผลิตที่มีความก้าวหน้ามาใช้กับงานออกแบบ ลักษณะงานออกแบบที่ดีควรมีการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยในด้านความแข็งแรงทนทานต่อการใช้งาน ผลิตง่ายไม่ก่อให้เกิดการสูญเสียระหว่างการผลิต และเป็นกรรมวิธีที่ช่วยให้งานออกแบบมีความปราณีตเรียบร้อยปราศจากตำหนิแม้ในส่วนรายละเอียดให้สังเกตเห็นได้ ลักษณะโดยรวมที่เกิดขึ้นจากการรู้จักเลือกใช้วัสดุ และกรรมวิธีการผลิตอย่างถูกต้องช่วยให้งานออกแบบมีคุณภาพดี

4. ความเหมาะสมทางการตลาด

ระบบคำนึงถึงสภาพแวดล้อมเกณฑ์การพิจารณาเหล่านี้มาจากปัจจัยภายนอกงานออกแบบ ลักษณะงานออกแบบที่ดีควรมีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีราคาที่เหมาะสม มีการออกแบบอย่างรอบคอบไม่ขัดกับระเบียบข้อบังคับตลอดจนระบบที่ใช้เป็นมาตรฐานสากล

5. ความก้าวหน้าทางการประดิษฐ์คิดค้น

ได้แก่ ความคิดริเริ่ม (Originality) และ ความเรียบง่าย (Simplicity)

2.3 ศึกษาแนวคิดด้านบรรจุภัณฑ์

2.3.1 ความหมายของการบรรจุภัณฑ์

จากการศึกษาข้อมูลเอกสาร และงานวิจัยด้านบรรจุภัณฑ์มีผู้ให้ความหมาย และ คำจำกัดความไว้มากมาย ดังนี้

Packaging ตามพจนานุกรม Webster's New World Dictionary of the American Language (1976) ได้นิยามความหมายคำว่า Packaging ไว้ว่า "Packaging หมายถึง 1. To wrap or box, as for transporting, carrying 2. To wrap or real (a commodity) in a container, designed to attract purchase" ซึ่งก็คือ "หีบห่อหรือกล่องที่ทำขึ้นมาเพื่อการขนส่ง การเคลื่อนย้าย หรือหมายถึงการหีบห่อ หรือการปิดผนึกภาชนะบรรจุที่มีสินค้าบรรจุอยู่ภายใน และภาชนะบรรจุนั้นต้องได้รับการออกแบบตกแต่งให้ดึงดูดใจในการซื้อสินค้า"

Briston and Neill (1972 : 1) กล่าวว่าคำนิยามความหมายของบรรจุภัณฑ์มีอยู่ด้วยกัน 2 ประการกว้างๆ คือ

1. การบรรจุภัณฑ์ คือ ศิลปะ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อการขนส่ง และการขาย
2. การบรรจุภัณฑ์ คือ วิธีการส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคให้อยู่ในสภาพที่เรียบร้อย สมบูรณ์ที่สุด และมีราคาที่เหมาะสม

Coleman, Lipuma, Segal and Morrill (อ้างถึงใน สมพงษ์ เฟื่องอารมณ. 2550) กลุ่มนักวิจัยชาวสหรัฐอเมริกา ให้ความหมายของบรรจุภัณฑ์ ให้มุมมองของตราสินค้าที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์เป็นสำคัญว่าบรรจุภัณฑ์จะสามารถกระตุ้นผู้ซื้อให้ตัดสินใจซื้อสินค้าได้ทันทีและถูกต้อง โดยบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถตอบสนองและรักษาคุณภาพสินค้าไว้ได้เป็นอย่างดี

Michael, Bruce & William (อ้างถึงใน สมพงษ์ เฟื่องอารมณ. 2550) กล่าวว่าบรรจุภัณฑ์ คือ กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ (Design) การผลิต (Produce) สิ่งที่ใช้บรรจุ (Container) หรือห่อหุ้ม (Wrapper) ตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Product)

ประชิด ทิถบุตร (2531) ได้ให้นิยามคำว่าบรรจุภัณฑ์ไว้ดังนี้ บรรจุภัณฑ์ หมายถึง หน่วยรูปแบบวัตถุภายนอกที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง หรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดผลประโยชน์ทางการค้าและการบริโภค

สมพงษ์ เฟื่องอารมณ (2550) ได้ให้นิยามคำว่า บรรจุภัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการตลาดในการใช้วัสดุชนิดใดชนิดหนึ่งมาสรรค์สร้างภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อให้กับตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อปกป้องความเสียหายของผลิตภัณฑ์ รักษาคุณภาพ เกิดความสะดวกในการใช้ สอยสะดวกในการขนส่ง และเพื่อการสื่อสารการตลาดต่างๆ โดยมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมด้วยการใช้ทั้งศาสตร์ ศิลปะ และเทคโนโลยีร่วมกัน

จากการรวบรวมความหมายข้างต้น อาจสรุปได้ว่า การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง รูปลักษณะของกล่อง หีบห่อ หรือภาชนะบรรจุ สำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์ไว้ภายใน เพื่อทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพที่ดี จากมือผู้ผลิตจนถึงมือผู้บริโภค โดยไม่ได้รับความเสียหาย ช่วยอำนวยความสะดวกในการขนส่ง และการเก็บรักษาคุณภาพ รวมถึงเป็นเครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่กระตุ้นการซื้อ ตลอดจนการแจ้งรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ดังคำกล่าวที่ว่า “บรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนพนักงานขายไร้เสียง (Silent Salesman)”

2.3.2 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

สมัยก่อนจะใช้บรรจุภัณฑ์ก็เพื่อเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพ (Protection) ในระยะเวลาหนึ่ง หรือจนกว่าจะนำไปใช้ แต่เมื่อมีการแข่งขันทางการค้าเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์เริ่มมีความสำคัญ ในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เริ่มเน้นความสวยงาม ความสะดุดตา ตลอดจนความสะดวกในการนำไปใช้งาน ดังนั้นผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์จึงเป็นของคู่กันมาตลอด เพราะยิ่งผลิตภัณฑ์มีการแข่งขันกันมากเท่าใด ตัวของบรรจุภัณฑ์จะได้รับการพัฒนาขึ้นตามไปมากเท่านั้น

โดยบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันมีหน้าที่หลายประการ (สมพงษ์ เฟื่องอารมณ์. 2550) ดังต่อไปนี้

1. การรองรับสินค้า (Contain) ทำหน้าที่รองรับสินค้าให้รวมกันเป็นกลุ่ม และ หมวดหุ้มหรือตามรูปร่างของภาชนะ ซึ่งสะดวกต่อการเก็บรักษา ขนส่ง และการบริโภค
2. การปกป้องผลิตภัณฑ์ (Protection) ทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในให้คงอยู่ในสภาพดี ไม่เกิดความเสียหายจากเหตุผลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อม มนุษย์สัตว์ หรือการขนส่ง ทำให้ผลิตภัณฑ์คงสภาพเดิมเหมือนเมื่อออกจากโรงงานผลิต
3. การเคลื่อนย้าย (Handling) ทำหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายเช่น ถ้านำผลิตภัณฑ์ใส่ลงในกล่องโดยที่กล่องต้องมีหูหรือช่องสำหรับสอดมือเพื่อจับ หรือ ยกได้สะดวก และมีน้ำหนักไม่มากจนเกินไป ทำให้สามารถยกหรือขนย้ายได้สะดวก
4. การเก็บรักษา (Preserve) ทำหน้าที่รักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้คงเดิมตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย รวมทั้งระหว่างการใช้งาน โดยที่บรรจุภัณฑ์อาจมีคุณสมบัติในการรักษาสินค้าที่เก็บไว้ในอุณหภูมิห้องปกติ หรืออาจมีการใช้ระบบควบคุมอุณหภูมิเข้าช่วย
5. การขนส่ง (Transportation) ทำหน้าที่ช่วยให้การขนส่งผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดได้สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ใช้ต้นทุนที่เหมาะสม เช่น การใช้ตู้คอนเทนเนอร์ในการขนส่งสินค้าจำนวนมากไปยังระยะทางไกลๆ รวมทั้งการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งแบบต่าง ๆ เช่น กล่อง ลัง กระบะ เป็นต้น ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นในการกระจายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและอุตสาหกรรมจากไร่และโรงงานไปยังผู้บริโภค

6. เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (Identification) บรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ของตัวเอง เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะได้ว่าผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดไม่เหมือนกัน เช่น บรรจุภัณฑ์สบู่แต่ละยี่ห้อ จะมีเอกลักษณ์ของตัวเอง ทำให้ผู้บริโภคแยกได้ว่าสบู่ก้อนใดเป็นยี่ห้อใด เป็นต้น

7. การสร้างความสะดวก (Convenience) การบริโภคผลิตภัณฑ์ต่างๆ ผู้บริโภคล้วนแต่ต้องการความสะดวกในการบริโภค การใช้งาน รวมทั้งประโยชน์ใช้สอยภายหลัง ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ดียังสามารถให้ความสะดวกในการนำไปจำหน่ายในร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก เนื่องจากสามารถนำไปตั้งโชว์ ขายได้ทั้งบรรจุภัณฑ์ ส่งมอบต่อลูกค้าได้สะดวก แยกหน่วยขายได้ง่าย หรือเพิ่มยอดขายได้ด้วยหีบห่อรวม (Multi Packs) สำหรับโรงงานผลิต บรรจุภัณฑ์สร้างความสะดวกและช่วยลดค่าใช้จ่ายในการผลิตได้จากการเชื่อมต่อเข้าในขบวนการผลิต หรือสามารถขึ้นรูปได้ทันทีที่สามารถพับเก็บเรียงซ้อนได้ ม้วนได้ จะทำให้ลดต้นทุนการผลิตได้มาก

8. ดึงดูดความสนใจ (Attractiveness) หน้าที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของบรรจุภัณฑ์ที่ขายในร้านค้าสมัยใหม่ ซึ่งไม่มีพนักงานขาย บรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่แทนพนักงานขาย คือ ทำหน้าที่เรียกร้องความสนใจจากผู้ซื้อให้เดินเข้ามาหาผลิตภัณฑ์นั้น จึงกล่าวได้ว่าต้องทำหน้าที่เหมือนพนักงานขายไร้เสียง (Silent Salesman)

ซึ่งบรรจุภัณฑ์จะสามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้ดีนั้น ประทีต ทิมบุตร (2531) กล่าวว่า เป็นผลมาจากองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น ขนาด รูปร่าง รูปทรง สี วัสดุ ข้อความ ตัวอักษร หรือกล่าวได้ว่า สิ่งปรากฏเป็นรูปบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดก็คือสิ่งที่จะนำมาซึ่งความมั่นใจของผู้บริโภคนั่นเอง ผู้ออกแบบต้องสร้างสิ่งที่ประกอบเป็นรูปลักษณะบรรจุภัณฑ์นี้ให้เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสาร และเกิดผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค (To fit the consumer's needs) ประกอบไปด้วย

8.1 การออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีหลายขนาด เพราะผู้บริโภคมีความต้องการขนาดปริมาณ ตลอดจนงบประมาณซื้อที่แตกต่างกัน

8.2 การใช้สีบรรจุภัณฑ์ให้ความรู้สึกสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ที่ห่อหุ้มอยู่ภายใน เช่น สีแดง สีชมพู สีเขียว สีฟ้า กับบรรจุภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอาง หรืออาหารเพื่อช่วยเสริมสร้างบรรยากาศให้รู้สึกดี สดชื่น น่ารับประทาน น่าใช้ เป็นต้น

8.3 การใช้รูปร่าง รูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับมโนทัศน์ เฉพาะกรณี เทศกาลโอกาสพิเศษ และวัย ให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกร่วมเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจผู้บริโภคด้วยเช่นกัน ซึ่งบรรจุภัณฑ์จะแสดงตัวให้ผู้บริโภคทราบว่าควรนำไปใช้ในโอกาส หรือกรณีใดจึงจะเหมาะสม

9. สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ผลิตภัณฑ์ สร้างความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

10. สื่อสารการตลาด (Communication) บรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้บรรจุหีบห่อผลิตภัณฑ์ทุกชนิดย่อมจะมีพื้นที่บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการสื่อสารข้อมูลต่างๆ กับ ผู้ซื้อได้ด้วยตราสินค้า (Brand) เพื่อจะสื่อให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นมาจากใครและมีคุณภาพระดับใด สามารถอธิบายคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ วิธีการใช้ ส่วนประกอบต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ ปริมาณ บรรจุ อายุการ

ใช้งาน คำเตือน รวมทั้งสร้างรูปภาพ เพื่ออธิบายถึงตัวผลิตภัณฑ์ที่เรียกว่า ฉลาก (Label) การขายผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันนิยมใช้ระบบ Self –Service มากขึ้น ดังนั้นผู้ซื้อจะแสวงหาข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อจากรายละเอียดที่ปรากฏบนหีบห่อ

11. ส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เมื่อนำมาใส่ภาชนะบรรจุที่ออกแบบแตกต่างกัน ใช้วัสดุแตกต่างกัน จะให้ภาพพจน์ในด้านคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ไม่มีหีบห่อกองขาย กับเสื้อผ้าที่ใส่ซองหรือกล่องให้ความรู้สึกแก่ผู้ซื้อแตกต่างกันในคุณค่าของสินค้า การใส่ขวด ตลับ หลอด หรือซอง สำหรับผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงให้คุณค่าที่แตกต่างเช่นกัน หรืออาหารที่ใส่จานกระเบื้อง จานพลาสติก หรือจานสังกะสียอมให้ความรู้สึกถึงคุณค่าของอาหารจานนั้นแตกต่างกัน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าบรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และจัดจำหน่ายได้ราคาสูงขึ้น ดังต่อไปนี้

11.1 การเพิ่มคุณค่าด้วยบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ย่อมนำมาซึ่งการเพิ่มกำไรแก่กิจการจากการจำหน่ายได้ราคาสูงขึ้น การประหยัดที่เกิดจากการขนส่ง ลดการสูญเสียต่างๆ และ ยืดอายุการจัดจำหน่ายได้ เพิ่มความต้องการในสินค้า ขยายตลาดให้ใหญ่ขึ้น และกระจายกว้างขวางขึ้นได้

11.2 การสร้างบรรจุภัณฑ์ด้วยรูปแบบที่แปลกใหม่ แตกต่างไปจากที่มีอยู่ในท้องตลาด ช่วยสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ได้

11.3 การบรรจุในหน่วยเล็ก และใหญ่ตามขนาดที่เหมาะสมแก่การอุปโภคบริโภค ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าได้ถูกต้อง ไม่เกิดปัญหาขาด เกิน ย่อมจะสร้างความพึงพอใจมากขึ้น และนำไปสู่การซื้อซ้ำ หรือซื้อเพิ่มขึ้น

11.4 ความสะดวกของบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าในปริมาณเพิ่มขึ้นได้ ทั้งในเรื่องของความสะดวกในการหยิบใช้การนำติดตัวไป หรือการเปลี่ยนสถานที่ใช้สินค้าได้สะดวกขึ้น

จากหน้าที่ต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์ จะพบว่าบรรจุภัณฑ์ (Packaging) มีความสัมพันธ์กับ Marketing Mix อย่างมาก ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่คอยปกป้องให้ผลิตภัณฑ์อยู่ในสภาพที่ดี ตั้งแต่ขบวนการผลิตจนถึงมือผู้บริโภค ช่วยรักษารูปร่าง คุณภาพ คุณสมบัติต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ แบ่งแยกปริมาณตามที่ผู้ซื้อต้องการเหมาะสมกับการใช้ รวบรวมผลิตภัณฑ์ที่เป็นหน่วยเล็กๆ ให้รวมกันอยู่ ทำให้สามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ต่อผู้ซื้อ และช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์

2. ด้านราคา (Price) บรรจุภัณฑ์ช่วยกำหนดคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในสายตาของผู้ซื้อได้ ผลิตภัณฑ์ที่ราคาสูงย่อมต้องใช้บรรจุภัณฑ์ที่ดีมีค่า หรุหร่า ด้วยวัสดุที่มีค่าตกแต่งสวยงาม ทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ หากต้องการจำหน่ายสินค้าในราคาต่ำ ก็สามารถเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อแสดงถึงราคาได้เช่นกัน

3. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place) การจัดจำหน่ายจะราบรื่นดี เมื่อสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ได้ง่าย การบรรจุหีบห่อที่ดีทำให้การขนย้ายง่าย ประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง สามารถวางขายได้เลย หรือแยกเป็นหน่วยย่อยสะดวกแก่การจัดจำหน่าย ย่อมจะเพิ่มพูนยอดขายได้

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ข้อมูล หรือรูปภาพต่างๆ ที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ ด้วยรูปทรงที่แปลกใหม่ ใช้วัสดุใหม่ ก่อให้เกิดการเร่งเร้า กระตุ้นความสนใจ ความต้องการของผู้บริโภคได้ และจัดเป็นสื่อ Point to Purchase ที่มีประสิทธิภาพมากในปัจจุบัน การวางโชว์มากๆ เรียกร้องสายตากระตุ้นความต้องการได้ดี

จากแนวคิดของปูน คงเจริญเกียรติ และ สมพร คงเจริญเกียรติ (2541 : 8-9) กล่าวถึงหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ไว้ว่า มีความสอดคล้องไปกับวิทยาการ 2 ด้านด้วยกัน คือ ด้านเทคนิค และ ด้านการตลาด จำแนกได้ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

ด้านเทคนิค	ด้านการตลาด
การบรรจุใส่	การส่งเสริมการขาย
การปกป้องคุ้มครอง	การแสดงผลอาหาร
การรักษาคุณภาพอาหาร	การตั้งราคาขายได้สูงขึ้น
การขนส่ง	การเพิ่มปริมาณขาย
การวางจำหน่าย	ให้ความถูกต้องรวดเร็ว
การรักษาสิ่งแวดล้อม	การรณรงค์

โดยหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์สามารถให้คำอธิบายรายละเอียดประกอบเพิ่มเติม ได้ดังนี้

1. ทำหน้าที่บรรจุใส่ได้แก่ หีบห่อผลิตภัณฑ์ ด้วยการชั่ง ตวง วัด นับ
2. ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง ได้แก่ ป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์เสียรูป แตกหัก ไหลซึม
3. ทำหน้าที่รักษาคุณภาพอาหารอาหาร ได้แก่ ใช้วัสดุที่ป้องกันอากาศซึมผ่าน ป้องกันแสง ป้องกันความชื้นจากภายนอก
4. ทำหน้าที่ในการขนส่ง ได้แก่ กล่องลูกฟูก ลังพลาสติก ซึ่งบรรจุผลิตภัณฑ์หลายห่อ
5. การวางจำหน่ายได้แก่ การนำบรรจุภัณฑ์ที่มีผลิตภัณฑ์อยู่ภายในวางจำหน่ายได้โดยไม่ต้องเห็นตัวผลิตภัณฑ์ สามารถวางแนวนอน หรือแนวตั้งได้โดยผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับความเสียหาย ซึ่งควรคำนึงถึงขนาดที่เหมาะสมกับชั้นวางผลิตด้วย
6. การรักษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ให้ปริมาณขยะน้อย ย่อยสลายได้ง่าย สามารถนำหมุนเวียนมาใช้ใหม่หรือใช้ประโยชน์อื่นๆ ได้ และสามารถหมุนเวียนนำกลับมาผลิตใหม่
7. ทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย เพราะบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสวยงามสามารถใช้เป็นสื่อโฆษณาได้ด้วยตัวเอง รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้เฉพาะกาล เช่น มีการแนบของแถมไปกับตัวบรรจุภัณฑ์ การนำรูปภาพตราที่ได้รับความนิยมมาพิมพ์ลงบนตัวบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นการเรียกความนิยมให้กับผลิตภัณฑ์

8. ทำหน้าที่เป็นฉลากแสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้แก่ ข้อมูลด้านส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ วันที่ผลิต วันที่หมดอายุ คำแนะนำ และเครื่องหมายเลขทะเบียนหรือเลขอนุญาตจากคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

9. ทำให้สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างความนิยมให้แก่ผลิตภัณฑ์ จากตราสินค้าและเครื่องหมายการค้าทำให้เกิดความภักดี (Loyalty) ในตัวผลิตภัณฑ์ส่งผลให้ราคาขายสูงขึ้นได้ หรือที่เรียกว่า สินค้าแบรนด์เนม (Brand name)

10. ทำหน้าที่เพิ่มปริมาณขายด้วยการรวมหน่วยขายปลีกในบรรจุภัณฑ์อีกชั้นหนึ่ง เช่น การขายขวดน้ำยาทำความสะอาดไปพร้อมกับชองน้ำยาทำความสะอาดชนิดเติม เมื่อใช้น้ำยาในขวดหมดแล้ว เป็นต้น

11. ให้ความถูกต้องรวดเร็วในการขาย โดยการพิมพ์บาร์โค้ดบนบรรจุภัณฑ์ทำให้คนคิดเงินไม่จำเป็นต้องอ่านป้ายราคาบนบรรจุภัณฑ์แล้วกดเงินที่ต้องจ่าย แต่ให้เครื่องอ่านบาร์โค้ดทำหน้าที่แทน ทำให้รวดเร็วและถูกต้องมากขึ้น

12. ร่วมมีบทบาทในการรณรงค์เรื่องต่าง ๆ เช่น สัญลักษณ์รีไซเคิล ฉลากสีเขียว กีฬาท่องเที่ยว กินของไทยใช้ของไทย เป็นต้น

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า หน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์คือ รองรับ ปกป้อง และเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพที่ดี รวมทั้งด้านการขนส่งสะดวกต่อการเคลื่อนย้ายไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งในปัจจุบันนี้บรรจุภัณฑ์ยังมีหน้าที่ในสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ความสะดวกในการใช้งาน ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค พร้อมกับใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารและส่งเสริมการขายให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก และเป็นที่จดจำในใจของผู้บริโภค

2.3.3 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

การแยกประเภทของบรรจุภัณฑ์สามารถแยก หรือจัดเป็นหมวดหมู่ จำแนกได้หลากหลายประเภทตามแนวทางต่างๆ ดังนี้

ดวงฤทัย อารังโชติ (2550 : 13) ได้จำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน ประกอบไปด้วย

1. บรรจุภัณฑ์จำแนกตามวิธีการบรรจุ และวิธีการขนถ่ายผลิตภัณฑ์ สามารถแบ่งออกเป็นประเภทย่อยๆ ได้ 3 ชนิด คือ

1.1 บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่ต้องสัมผัสกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในโดยตรง และถูกออกแบบให้มีรูปร่าง ลักษณะต่างๆ เช่น รูปร่างแบบขวด กระป๋อง หลอด ถัง หรือกล่อง เป็นต้น เพื่อให้เหมาะแก่การจับถือ และอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในอีกด้วย

1.2 บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาเป็นชั้นที่สอง มีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยตั้งแต่ 2 ชิ้นขึ้นไปเข้าด้วยกัน เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกใน

การจัดจำหน่าย ให้สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ครั้งละมากขึ้น และอำนวยความสะดวกในการขนส่ง เช่น กล่องกระดาษแข็งที่บรรจุเครื่องดื่มตั้งแต่ 2 ขวดขึ้นไป เป็นต้น

1.3 บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Outer Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้รวมหน่วยผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้มีหน้าที่หลักในการป้องกันผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่ง ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ได้แก่ ลัง กล่องกระดาษลูกฟูกขนาดใหญ่ที่ใช้สำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์ไว้ภายใน โดยที่ด้านนอกของบรรจุภัณฑ์นี้จะต้องบ่งบอกข้อมูลที่สำคัญต่อการขนส่ง เช่น ราคาสินค้า รูปแสดงให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์อะไรที่บรรจุอยู่ภายใน เครื่องหมายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง เป็นต้น

2. บรรจุภัณฑ์จำแนกตามวัสดุที่นิยมใช้ในการผลิต สามารถแบ่งออกเป็นประเภทย่อยๆ ได้ 4 ชนิด คือ

2.1 บรรจุภัณฑ์กระดาษ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่นิยมใช้มากที่สุด กระดาษเป็นวัสดุที่สามารถนำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ได้หลายรูปแบบ เช่น กล่องกระดาษแข็ง กล่องกระดาษลูกฟูก ถุงกระดาษ เป็นต้น บรรจุภัณฑ์กระดาษมีข้อดี คือ มีน้ำหนักเบา สะดวกต่อการจัดพิมพ์สามารถปรับเปลี่ยนรูปทรงให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุได้ อีกทั้งยังสามารถนำกลับมาผลิตใช้ใหม่ได้ (Recycle)

2.1.1 กล่องกระดาษแข็งแบบพับได้ กล่องกระดาษแข็งสามารถขึ้นรูปและจัดส่งเป็นแผ่นแบบราบ (Flat Blanks) เมื่อถึงโรงงานบรรจุ อาจนำไปทากาวพร้อมบรรจุผลิตภัณฑ์หรือสินค้าหรือบางครั้งตัวกล่องอาจทากาวตามขอบข้างกล่องไว้เรียบร้อยแล้ว เพื่อทำการบรรจุและปิดฝากล่อง ได้ทันที กล่องกระดาษมีทั้งแบบท่อ (Tube) และแบบถาด (Tray)

2.1.2 กล่องกระดาษแบบคงรูป เป็นกล่องที่ขึ้นรูป และแปรรูปเป็นกล่องเรียบร้อยแล้ว ตัวอย่างเช่น ถังไม้ขีด หรือกล่องใส่รองเท้าแบบมีฝาครอบกล่อง การผลิตกล่องกระดาษคงรูปจะผลิตช้ากว่ากล่อง กระดาษแข็งแบบพับได้ ทำให้ราคาต่อหน่วยสูง ทั้งกระบวนการผลิตและการขนส่ง ส่วนดีของกล่องแบบนี้ คือ สามารถใช้งานได้นาน และถ้ามีการออกแบบที่ดีจะช่วยเสริมคุณค่าของสินค้าภายใน ให้สามารถดึงดูด ความสนใจของผู้ซื้อได้ดีอีกด้วย

2.1.3 บรรจุภัณฑ์การ์ด (Carded Packaging) เป็นประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่ประกอบด้วยกระดาษแผ่นหนึ่งและพลาสติกอีกแผ่นหนึ่ง ซึ่งอาจขึ้นรูปมาก่อนหรือไม่ก็ได้ ทำโดยแนบหรือเชื่อมติดแผ่นกระดาษและแผ่นพลาสติกเข้าด้วยกัน โดยมีสินค้าแทรกอยู่ตรงกลาง บรรจุภัณฑ์การ์ดนี้มี 2 แบบใหญ่ๆ คือ แบบบลิสเตอร์แพ็ค (Blister Pack) และแบบแนบผิว (Skin Pack)

2.1.4 บรรจุภัณฑ์กระดาษแบบเคลือบหลายชั้นด้วยเหตุที่บรรจุภัณฑ์กระดาษมีจุดอ่อนคือรูพรุนของกระดาษจึงมีการปรับปรุงโดยการเคลือบ พลาสติกและเปลวอลูมิเนียม ทำให้บรรจุภัณฑ์เคลือบหลายชั้นได้รับความนิยมสูงมาก ในการบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม บรรจุภัณฑ์เหล่านี้ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์กล่องรูปทรงอิฐ (Brick) บรรจุภัณฑ์กล่องรูปทรงจั่ว (Gable-Top) และกระป๋องกระดาษ เป็นต้น

2.1.5 กล่องกระดาดลูกฟูก บริษัท กล่องสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด (2560) บันทึกไว้ว่ากระดาดลูกฟูก นับได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบที่ยืดหยุ่น สำหรับใช้ในการผลิต และการจัดส่งสินค้า สาเหตุที่กระดาดลูกฟูก ได้รับความนิยมในการผลิตบรรจุภัณฑ์ เนื่องจาก มีความทนทาน สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย น้ำหนักเบา เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ทันสมัย สามารถปรับเปลี่ยนให้ตรงกับความต้องการได้และสามารถปกป้องสินค้า สามารถพิมพ์ลวดลายเพื่อให้ข้อมูลและทำให้เกิดความสวยงามราคาประหยัด กล่องกระดาดลูกฟูกได้รับความนิยมใช้ในการบรรจุสินค้า เพื่อการจัดส่งสำหรับสินค้าแทบทุกชนิด ด้วยเหตุผลต่างๆมากมาย เช่น ความสามารถในการปกป้องรักษาสินค้าที่ดีเยี่ยม ต้นทุนต่ำ สามารถจัดหาได้ง่าย ต้นทุนในการออกแบบเพื่อให้ตรงกับความต้องการของสินค้า แต่ละชนิดต่ำ นอกจากนั้น ยังมีเหตุผลอื่นๆ เช่น กระดาดลูกฟูก สามารถป้องกันสินค้าระหว่างการจัดส่ง และสามารถปรับเปลี่ยนให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ในกรณีที่สินค้ามีความต้องการพิเศษ เช่น น้ำหนักมาก แตกง่าย หรือเป็นวัตถุอันตราย กระดาดลูกฟูกถูกออกแบบให้สามารถนำมาเรียงซ้อนกันได้ มันสามารถทนต่อแรงกดทั้งด้านบน และด้านข้าง รวมถึงมีการทดสอบความสามารถในการทนต่อแรงดันทะเล กระดาดลูกฟูกสามารถนำมาออกแบบในแบบต่างๆได้หลากหลาย โดยสามารถตัดและพับเป็นขนาดและรูปแบบต่างๆ ได้มากมายนับไม่ถ้วน รวมถึงสามารถนำมาพิมพ์ให้มีรูปแบบสีสันสวยงามด้วยเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัยได้ กระดาดลูกฟูกเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงและสามารถพิมพ์ข้อความและรูปภาพลงบนตัวกระดาดได้ กระดาดลูกฟูกได้ผ่านการทดสอบแรงกระแทก ความทนทานต่อการตกจากที่สูง และความทนทานต่อการสัมผัสความร้อน และถือได้ว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเพียงพอสำหรับการขนส่งสินค้า กระดาดลูกฟูกส่วนใหญ่จะทำจากวัสดุรีไซเคิล และมักจะผลิตจากเศษของที่ใช้แล้วจากมนุษย์ การผลิตกระดาดลูกฟูกไม่มีการใช้วัสดุมีพิษ หรือทำลายชั้นโอโซน มากกว่า 74 % ของผลิตภัณฑ์จากกระดาดลูกฟูกจะถูกนำไปรีไซเคิลทำให้กระดาดลูกฟูกนับได้ว่าเป็นหนึ่งในบรรจุภัณฑ์ที่มีอัตราการถูกนำไปรีไซเคิลสูงที่สุด

(1) ชนิดของแผ่นกระดาดลูกฟูก

(1.1) Single Face (กระดาดลูกฟูกสองชั้น) ประกอบไปด้วย กระดาดแผ่นเรียบ 1 แผ่น ปะกบกับลอนลูกฟูก 1 แผ่นนิยมใช้กันกระแทกสินค้า หรือ ปะก่อง offset ลอนมาตรฐาน B, C, E



ภาพที่ 2.35 Single Face (กระดาดลูกฟูกสองชั้น)

ที่มา : (klongsiam.com. 2560 : Internet)

(1.2) Single wall (กระดาษลูกฟูกสามชั้น) ประกอบไปด้วย กระดาษแผ่นเรียบ 2 แผ่น ปะกบกับ ลอนลูกฟูก 1 แผ่น โดยลอนลูกฟูก จะอยู่ตรงกลางระหว่าง กระดาษแผ่นเรียบทั้ง 2 แผ่นมักใช้กับสินค้าที่มีน้ำหนักปานกลาง หรือ ไม่เน้นความแข็งแรงมาก ลอนมาตรฐาน B, C, E



ภาพที่ 2.36 Single wall (กระดาษลูกฟูกสามชั้น)

ที่มา : (klongsiam.com. 2560 : Internet)

(1.3) Double wall (กระดาษลูกฟูกห้าชั้น) ประกอบไปด้วย กระดาษแผ่นเรียบ 3 แผ่น ปะกบกับ ลอนลูกฟูก 2 แผ่น โดยกระดาษลอนลูกฟูกที่อยู่ติดกับผิวกล่องด้านนอกจะเป็นลอน B เพื่อประโยชน์ทางการพิมพ์ และ กระดาษลอนลูกฟูกที่อยู่ด้านในจะเป็นลอน C เพื่อประโยชน์ทางด้านรับแรงกระแทก นิยมใช้สำหรับสินค้าที่ต้องการการป้องกันสูง หรือมีน้ำหนักมาก ลอนมาตรฐาน BC (ลอน B จะอยู่ด้านนอก ส่วนลอน C จะอยู่ด้านใน)



ภาพที่ 2.37 Double wall (กระดาษลูกฟูกห้าชั้น)

ที่มา : (klongsiam.com. 2560 : Internet)

(2) ชนิดของลอนลูกฟูก มีหลายชนิดโดยลอนแต่ละประเภทจะมีขนาดและความสูงของลอนไม่เท่ากัน รวมถึงความเหมาะสมกับการใช้งานก็แตกต่างกันด้วย ตารางด้านล่างจะเป็นการนำลอนแต่ละชนิดมาเปรียบเทียบ เพื่อทำความเข้าใจได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ตารางที่ 2.2 ตารางแสดงการเปรียบเทียบของลอนลูกฟูก

ชนิด	ความสูงของลอน (มม.)	จำนวนลอน / เมตร	คุณสมบัติ
ลอน A	4.0 - 4.8	105 - 125	เหมาะกับสินค้าที่ต้องการรับน้ำหนักการเรียงซ้อนมาก และไม่เน้นการพิมพ์
ลอน B	2.1 - 3.0	150 - 185	เหมาะกับสินค้าที่รับน้ำหนักได้ด้วยตัวมันเอง เช่น กระจ่างเหล็ก
ลอน C	3.2 - 3.9	120 - 145	เป็นที่นิยมใช้กันมาก เหมาะกับสินค้าทั่วไปที่รับน้ำหนักได้ปานกลาง
ลอน E	1.0 - 1.8	290 - 320	รองรับการพิมพ์ได้ดีที่สุดเหมาะกับกล่องไดคัทขนาดเล็กหรือกล่องออฟเซ็ท

ตารางที่ 2.3 ตารางแสดงการเปรียบเทียบคุณสมบัติของลอนกระดาษลูกฟูก

คุณสมบัติ	ลอน A (ลอนใหญ่)	ลอน B (ลอนเล็ก)	ลอน C (ลอนกลาง)	ลอน E (ลอนจิ๋ว)
การรับแรงในการเรียงซ้อน	ดีมาก	พอใช้	ดี	ต่ำ
คุณภาพการพิมพ์	ต่ำ	ดี	พอใช้	ดีมาก
คุณภาพการตัดและอัด	ต่ำ	ดี	พอใช้	ดีมาก
ความต้านทานต่อการเพิ่มทะลุ	ดี	พอใช้	ดีมาก	ต่ำ
การใช้งานในการเก็บคงคลัง	ดีมาก	พอใช้	พอใช้	ต่ำ
การทับเส้น/การทับพับ	ต่ำ	ดี	พอใช้	ดีมาก
การป้องกันการฉีกและการกระแทก	ดีมาก	พอใช้	ดี	ต่ำ
การดันทะลุ	ต่ำ	ดี	พอใช้	พอใช้

(3) ชนิดของกระดาษคราฟท์ กระดาษคราฟท์ที่นำมาทำแผ่นกระดาษลูกฟูก มีหลายประเภท หลากสีสันทัน และคุณภาพการนำไปใช้งานก็แตกต่างกัน โดยหลักๆเกรดกระดาษที่ใช้ มีดังต่อไปนี้

(3.1) KS กระดาษคราฟท์สีขาวสำหรับทำผิวกล่อง มีความเรียบ สะอาด เหมาะสำหรับกล่องที่เน้นความสวยงาม และ ช่วยให้การพิมพ์ที่มีสีสันทันชัดเจน ดูโดดเด่น เพิ่มคุณค่าให้สินค้าที่บรรจุภายใน นอกจากนี้ กระดาษ KS ยังมีความแข็งแรงสูง สามารถปกป้องสินค้าได้ดี นิยมใช้สำหรับ กล่องเครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าเพื่อการส่งออก และกล่องอุปโภคบริโภค ที่ต้องการบ่งบอกถึงความมีระดับของสินค้า เป็นต้น น้ำหนักมาตรฐาน : 170 กรัม / ตารางเมตร



ภาพที่ 2.38 กระดาษคราฟท์สีขาวสำหรับทำผิวกล่อง

ที่มา : (klongsiam.com. 2560 : Internet)

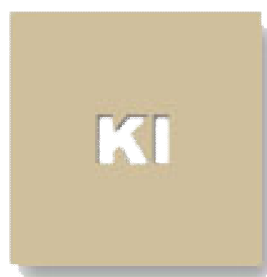
(3.2) KA กระดาษคราฟท์สีเหลืองทองสำหรับทำผิวกล่อง มีความแข็งแรงทนทานเป็นพิเศษ สามารถรองรับน้ำหนักได้ดีเยี่ยม และเป็นสีที่นิยมใช้กันมากในประเทศ เหมาะสำหรับ สินค้าอะไหล่ยนต์ อาหารกระป๋อง กล่องเฟอร์นิเจอร์ ที่ต้องการความมั่นใจในเรื่องความแข็งแรงทุกรูปแบบ ทั้งการเรียงซ้อน และการป้องกันการกระแทก น้ำหนักมาตรฐาน 125 150 185 230 กรัม / ตารางเมตร



ภาพที่ 2.39 กระดาษคราฟท์สีเหลืองทองสำหรับทำผิวกล่อง

ที่มา : (klongsiam.com. 2560 : Internet)

(3.3) KI กระดาษคราฟท์สีน้ำตาลอ่อนสำหรับทำผิวกล่อง สีอ่อนสบายตา เหมาะกับงานพิมพ์ภาพหรือตัวหนังสือ ให้มีสีสวยงามด้านการพิมพ์เป็นรองเพียงกระดาษ KS เท่านั้น นิยมใช้กับสินค้าที่ไม่ต้องการความแข็งแรงมากเท่า KA เหมาะกับกล่องสินค้าทั่วไป เช่น กล่องอาหารสำเร็จรูป กล่องเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการพิมพ์เป็นภาพสี เป็นต้น น้ำหนักมาตรฐาน 125 150 185 กรัม / ตารางเมตร



ภาพที่ 2.40 กระดาษคราฟท์สีน้ำตาลอ่อนสำหรับทำผิวกล่อง

ที่มา : (klongsiam.com. 2560 : Internet)

(3.4) KP กระดาษคราฟท์สีน้ำตาลสำหรับทำผิวกล่อง มีโทนสีใกล้เคียงกับกระดาษต่างประเทศ เป็นที่ยอมรับกันในสากล เหมาะกับการใช้ผลิตกล่องสำหรับสินค้าส่งออกทุกชนิด น้ำหนักมาตรฐาน 175 275 กรัม / ตารางเมตร



ภาพที่ 2.41 กระดาษคราฟท์สีน้ำตาลสำหรับทำผิวกล่อง

ที่มา : (klongsiam.com. 2560 : Internet)

(3.5) KT กระดาษคราฟท์สีน้ำตาลสำหรับทำผิวกล่อง ผลิตจากเยื่อ Recycled 100% เพื่อส่งเสริมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแต่ยังคงความสวยงามและความแข็งแรง มีคุณสมบัติเด่นในเรื่องการวางเรียงซ้อน เหมาะกับสินค้าส่งออกที่ระบุให้ใช้กล่องที่ทำจากเยื่อ Recycled ทั้งหมด น้ำหนักมาตรฐาน 125 150 กรัม / ตารางเมตร



ภาพที่ 2.42 กระดาษกราฟที่สีน้ำตาลสำหรับทำฝิวกล่อง ผลิตจากเยื่อ Recycled 100%
ที่มา : (klongsiam.com. 2560 : Internet)

(3.6) CA กระดาษกราฟสำหรับทำลอนลูกฟูก มีคุณสมบัติความแข็งแรงในการป้องกันแรงกระแทก สำหรับทำลอนลูกฟูกขนาดต่างๆได้ทุกลอนให้ได้คุณภาพสูง ความแข็งแรงสัมพันธ์กับน้ำหนักมาตรฐานของกระดาษ นอกจากนี้ กระดาษ CA ยังนิยมนำมาใช้ทำเป็นกระดาษทำฝิวกล่องด้านหลังเพื่อลดต้นทุนอีกด้วย น้ำหนักมาตรฐาน : 105 125 กรัม / ตารางเมตร



ภาพที่ 2.43 กระดาษกราฟสำหรับทำลอนลูกฟูก
ที่มา : (klongsiam.com. 2560 : Internet)

2.2 บรรจุภัณฑ์พลาสติกเป็นวัสดุที่ถูกนำมาใช้ในการหีบห่อ และการผลิต เป็นบรรจุภัณฑ์มาก เนื่องจากมีหลายชนิด และมีคุณสมบัติในการใช้งานที่แตกต่างกัน ดังนั้นบรรจุภัณฑ์พลาสติกจึงมีข้อดี คือ มีให้เลือกหลายชนิดตามความเหมาะสมในการใช้งาน มีน้ำหนักเบา มีความเหนียวและทนทานต่อสารเคมีได้ดี สามารถปิดผนึกได้ง่ายด้วยความร้อน ประกอบกับความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีทำให้สามารถพัฒนาคุณสมบัติ และรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ได้หลายชนิดสอดคล้องกับการพัฒนาสินค้าไม่ว่าจะเป็นทางด้านรูปร่าง และคุณภาพของผลิตภัณฑ์

2.3 บรรจุภัณฑ์แก้วเป็นวัสดุที่มีความเฉื่อยต่อการทำปฏิกิริยากับสารเคมี ป้องกันการซึมผ่านของอากาศและไอน้ำได้ดี ข้อดีของบรรจุภัณฑ์แก้ว คือ มีความสดใส และสามารถทำเป็นสีต่างๆ ได้ สามารถนำกลับมาผลิตใช้ใหม่ได้ (Recycle) สามารถล้างทำความสะอาดกลับมาใช้ใหม่ได้

อีกหลายครั้ง (Reuse) ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน และสามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลวหรือก๊าซได้

2.4 บรรจุภัณฑ์โลหะ ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์โลหะที่นิยมใช้ทำบรรจุภัณฑ์ คือ แผ่นเหล็กหรืออะลูมิเนียม โดยบรรจุภัณฑ์โลหะที่นิยมใช้มีอยู่ 2 รูปแบบ คือ แบบบรรจุภัณฑ์คงรูป และแบบบรรจุภัณฑ์ไม่คงรูป ซึ่งมีข้อดี คือ สามารถป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ ไอน้ำ และแสงสว่างได้ดี มีความแข็งแรงทนทาน นอกจากนี้กระป๋องโลหะยังสามารถปิดผนึกได้สนิท และ ฆ่าเชื้อได้ด้วยความร้อน

3. บรรจุภัณฑ์จำแนกตามจุดมุ่งหมายในการใช้งาน สามารถแบ่งออกเป็นประเภทย่อยๆ ได้ 2 รูปแบบ คือ

3.1 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก หรือเพื่อผู้บริโภค (Retail Package หรือ Consumer Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ถูกออกแบบให้มีความสวยงาม สีสันสะดุดตา ให้อำนวยความสะดวกในการหยิบจับ การนำไปใช้ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีกมีหลายรูปแบบ เช่น หลอดบีบ ถาดถ้วย ซอง ถุง ขวดโหล กระป๋อง และ กล่องกระดาษ เป็นต้น

3.2 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Transport Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ถูกออกแบบให้มีความแข็งแรง ทนทาน สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้ในปริมาณมาก และสามารถป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายในระหว่างการขนส่ง รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่นิยมใช้ในปัจจุบันมี 3 รูปแบบ คือ กระสอบเพื่อการขนส่ง ถังเพื่อการขนส่ง และ กล่องกระดาษลูกฟูก

2.3.4 ความสำคัญและบทบาทของบรรจุภัณฑ์

การแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรงในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดการพัฒนา และคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมไปถึงกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) ขึ้นมากมาย โดยมีมุ่งเป้าหมายไปที่การได้มาซึ่ง “ความสนใจจากลูกค้า” และ “ผลกำไรสูงสุด” ด้วยเหตุนี้จึงทำให้บรรจุภัณฑ์กลายเป็นองค์ประกอบหลักที่ผู้ประกอบการใช้เป็นเครื่องมือในการแข่งขัน ที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการอยู่รอด และความก้าวหน้าของผลิตภัณฑ์

สมพงษ์ เฟื่องอารมณ์ (2550 : 39-43) กล่าวถึง ความสำคัญ และบทบาทของบรรจุภัณฑ์ไว้ในหลากหลายแง่มุม โดยประเด็นแรกจะกล่าวถึงสาเหตุที่ทำให้บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในยุคปัจจุบัน ด้วยเหตุผลดังนี้

1. การแข่งขันที่รุนแรงในตลาด ทำให้ผู้ประกอบการต่างพยายามที่จะทำการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตผลิตภัณฑ์ของตนให้เหนือกว่าคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นในด้านคุณภาพ สูตรการผลิต ซึ่งเป็นการสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ได้ในระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น เพราะการเรียนรู้เทคโนโลยีหรือการลอกเลียนแบบสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นทางออกที่ดีที่สุดในการรักษาสถานะ การแข่งขันหรือส่วนแบ่งทางการตลาดก็คือ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการแข่งขันทางการตลาด ทั้งการคิดค้นบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ๆ ทันสมัย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ให้ความ

สะดวกสบายแก่ผู้บริโภค หรือปรับปรุงเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่เหมาะสมยิ่งขึ้นให้กับผลิตภัณฑ์เดิม ซึ่งบริษัทอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ เพื่อแสดงความเป็นผู้นำกระตุ้นความสนใจของตลาด รวมไปถึงเพิ่มยอดขายแบบต่างๆ ด้วย

2. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภครูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) ของผู้บริโภคยุคใหม่ต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็วในการบริโภค และการจับจ่ายใช้สอย จึงส่งผลให้ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีการบรรจุหีบห่อตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น อาหารสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์ที่บรรจุให้สะดวกต่อการพกพา หรือผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่แล้วทิ้งในแต่ละครั้ง ด้วยเหตุผลที่ผู้บริโภคนิยมจับจ่ายในร้านค้าแบบบริการตนเอง ร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) ร้านค้าสะดวกซื้อ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถทำหน้าที่ให้ผลิตภัณฑ์ขายตัวเองได้ (Silent Salesman) ยิ่งในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคมีรายได้และการศึกษาสูงขึ้น มีรสนิยมดีขึ้น จึงมีความเต็มใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ในราคาสูงขึ้นบ้าง เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ที่สามารถอำนวยความสะดวกหรือเพื่อแสดงความมีระดับของตนเองโดยไม่สนใจในเรื่องราคาที่สูงขึ้น ธุรกิจจึงต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบและเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมที่จะบ่งบอกถึงระดับ และภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้

ประเด็นที่สอง กล่าวถึง บทบาทของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถจำแนกบทบาทของบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 2 ด้าน ประกอบไปด้วย

1. บทบาททางการตลาด (Marketing Activities)

1.1 การสื่อสารทางการตลาด (Communication)

1.1.2 การบ่งชี้ (Identify) บรรจุภัณฑ์ช่วยบ่งบอกให้ผู้บริโภคทราบว่า สินค้าคืออะไร เป็นสินค้าของร้านหรือบริษัทใด เป็นสินค้าตราหือใด (Brand) ตรงกับที่ผู้บริโภคกำลังมองหาหรือต้องการหรือไม่

1.1.3 การให้ข้อมูล (Inform) บรรจุภัณฑ์ช่วยให้ข้อมูลกับผู้บริโภคในด้านต่างๆ เช่น สรรพคุณ ส่วนประกอบ วิธีการใช้ ข้อควรระวังต่าง ๆ ซึ่งจะปรากฏบนฉลาก (Label) ทั้งนี้เพื่อการจูงใจ สร้างความมั่นใจ รวมทั้งการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายสำหรับสินค้าบางประเภท เช่น อาหารและยา เป็นต้น

1.1.4 การแสดงตัวของสินค้า (Presentation) บรรจุภัณฑ์ช่วยสื่อความหมายแก่ผลิตภัณฑ์ในแง่ของบุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Personality) ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (Product Image) อาจสื่อโดยผ่านทางรูปร่าง ลักษณะการออกแบบ การใช้สี ตัวอย่างเช่น ขวดแชมพูสำหรับเด็ก Johnson Kid ที่ใช้สีเหลือง สีชมพู หรือสีสดใส หรือขวดเครื่องสำอางที่มีรูปทรงโค้งมน แสดงถึงความเป็นผู้หญิง สีทองแสดงถึงความหรูหรา เป็นต้น

1.2 การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) โดยการแสดงบุคลิกหรือตำแหน่งผลิตภัณฑ์ผ่านบรรจุภัณฑ์ หรือจากลักษณะการบรรจุหีบห่อที่แตกต่าง จากขนาดที่แตกต่างกัน เช่น ขนาดใหญ่สำหรับครอบครัว และขนาดเล็กสำหรับคนโสด

1.3 การดึงดูดความสนใจ (Consumer Appeal) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสะดุดตา ช่วยกระตุ้นและดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้ ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ที่ขายผ่านช่องทางที่ผลิตภัณฑ์ต้องขายตัวมันเอง คือ ผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งบรรจุภัณฑ์จะมีความสำคัญมากต่อความสนใจของผู้บริโภคที่หยุดดู หยิบชม และเลือกซื้อ โดยดูจากบรรจุภัณฑ์ เรียกว่า บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นพนักงานขายไร้เสียง สำหรับผลิตภัณฑ์อื่นที่อาศัยพนักงานขายนั้น ความสวยงาม และความเหมาะสมของการออกแบบ วัสดุที่ใช้ก็มีส่วนช่วยในการสร้างความสนใจให้แก่ผู้บริโภคเช่นกัน

1.4 การส่งเสริมทางการตลาด (Marketing Promotion)

1.4.1 การสร้างเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (Good Imaging) บรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบใหม่ หรือปรับปรุงใหม่ จะช่วยส่งเสริมการจำหน่าย เพราะทำให้ผลิตภัณฑ์ดูดีในสายตาของผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์ที่ดีมีส่วนช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ (Value Added)

1.4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การหีบห่อรวม (Multiple Pack) ทำให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ในจำนวนมากขึ้นต่อครั้ง การแถมผลิตภัณฑ์กับหีบห่อ เช่น ซึ่ยาสี่ฟันแถมแปรงสีฟัน เป็นต้น

1.4.3 การกระตุ้นการซื้อแบบฉับพลัน (Impulse Buying) หีบห่อร่วมกับการแสดงสินค้า (Display) ณ จุดขาย ช่วยให้ผู้บริโภคสะดุดตา และตัดสินใจซื้อโดยมิได้วางแผนมาก่อน

1.4.4 ผลด้านการขาย (Sales Production) การขยายตลาด รักษาส่วนคลองตลาดโดยผ่านกลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์ เช่น การหีบห่อของสายผลิตภัณฑ์ (Packaging for Production Line) ทำให้ผู้บริโภคจดจำสินค้าได้ง่าย สร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ช่วยแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดง่ายขึ้น การเปลี่ยนแปลงหีบห่อ (Changing the Package) ช่วยในการจำหน่าย เพราะทำให้เกิดความตื่นตัวในสายตามผู้บริโภค จึงสามารถกระตุ้นยอดขายได้

2. บทบาทต่อผู้บริโภค

2.1 บรรจุภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกสบายในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และการบริโภค คือ บรรจุภัณฑ์ที่ดีทำให้ผู้บริโภคมีสิทธิในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ตามใจชอบ เพราะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายจากแหล่งต่างๆ ถ้าปราศจากบรรจุภัณฑ์แล้วจะทำให้เกิดการจำกัดขอบเขตในการเลือกซื้อ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้บริโภคเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีในท้องถิ่นเท่านั้น

2.2 บรรจุภัณฑ์ให้ความสะดวกในการดำรงชีวิตแก่ผู้บริโภค คือ ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป อาหารแช่แข็ง ต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์ในการคุ้มครอง และรักษาจนถึงขณะที่ผู้บริโภคต้องการรับประทาน นอกจากนี้ยังให้ความสะดวก ในการใช้งานผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น การเปิด-ปิดการเท การเก็บรักษาไว้เมื่อยังไม่หมด การบรรจุส่วนย่อย เป็นขนาดเล็ก ขนาดพกพา และบรรจุภัณฑ์ยังช่วยประหยัดเวลาในการเลือกซื้อ ไม่ต้องรอคนขายมาชั่ง ตวง หรือวัด เป็นต้น

2.3 บรรจุภัณฑ์ช่วยให้ความปลอดภัยแก่ผู้บริโภคที่จะใช้ผลิตภัณฑ์นั้น คือการป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์เน่าเสีย ป้องกันเชื้อโรค บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันความปลอดภัยจากสารเคมีหลายชนิด

ที่ทำให้เกิดพิษภัยอันตราย เช่น ยาฆ่าแมลง ยาอันตราย ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เป็นต้นบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบพิเศษ และได้พิสูจน์แล้วว่าปลอดภัยจึงจะใช้สำหรับขนส่งผลิตภัณฑ์ที่มีอันตรายได้

2.4 บรรจุภัณฑ์ช่วยลดค่าใช้จ่ายให้แก่ผู้บริโภค ในการเลือกซื้อและเตรียมอาหาร ผู้บริโภคควรให้ความร่วมมือในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และแยกประเภทบรรจุภัณฑ์ เช่น เก็บบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สินค้าหมดแล้วไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นต่อ เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าจากความสำคัญ และบทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจุบันนี้ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายในท้องตลาดเกิดการแข่งขันสูง ทั้งการแข่งขันทางตรงระหว่างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเหมือนกันแต่ต่างผู้ผลิต หรือจากการแข่งขันทางอ้อมจากผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนกันได้ ดังนั้นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ มิได้ขึ้นอยู่กับชนิดและคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับรูปแบบ และภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้มตัวผลิตภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจนั้นด้วย ทำให้บรรจุภัณฑ์มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทั้งนี้ช่วยในการเพิ่มปริมาณการขาย และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ เป็นไปตามคำพูดที่ว่า “บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์แต่สามารถเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้” (ปูน คงเจริญเกียรติ และ สมพร คงเจริญเกียรติ. 2541 : 19)

2.3.5 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2547) อธิบายถึงหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ไว้ดังนี้

1. การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด

บรรจุภัณฑ์มีบทบาท ที่สำคัญยิ่งต่อผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ในเวลาเดียวกันมีโอกาสลดต้นทุนสินค้าอันจะนำไปสู่ยอดกำไรสูงซึ่งเป็นเป้าหมายของทุกองค์กรในระบบการค้าเสรี การตลาด คือกระบวนการทางด้านบริหารที่รับผิดชอบต่อกลุ่มเป้าหมายโดยการค้นหาความต้องการ และสนองความต้องการนั้นเพื่อบรรลุถึงกำไร ตามที่ต้องการ ตามค่านิยม การตลาดประกอบด้วย องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ กลุ่มเป้าหมาย การสนองความต้องการ และกำไร การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เฉพาะนั้น จำเป็นต้องหาข้อมูลจากตลาด พร้อมทั้งค้นหาความต้องการ ของกลุ่มเป้าหมายในรูปของการบริโภค สินค้าหรือบริการ ส่วนการตอบสนองความต้องการนั้น ต้องใช้กลไกทางด้านส่วนผสมทางการตลาด เพื่อชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ซื้อให้เลือกซื้อสินค้าเราแทนที่จะซื้อ ของคู่แข่งเพื่อบรรลุถึงกำไรที่ได้กำหนดไว้

2. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ เป็นการออกแบบงานพิมพ์แบบ 3 มิติ ที่เป็นพาณิชย์ศิลป์ ดังนั้น บุคลากรที่รับผิดชอบการพัฒนา บรรจุภัณฑ์ ทางกราฟิก นอกจากเป็นนักออกแบบแล้วยังต้องเป็นคนช่างสังเกต มีความรู้ทางด้านธุรกิจ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบนั้น เป็นสื่อและเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจการจำหน่าย ในการออกแบบข้อมูลสำหรับผู้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ควรรู้มีดังนี้

2.1 ด้านการตลาด เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เป็นองค์ประกอบ ส่วนหนึ่งของการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ จึงต้องคำนึงถึง หลักการและเทคนิคทางด้านการตลาด อันประกอบด้วย การตั้งเป้าหมาย การจัดกลยุทธ์ การวางแผนการตลาด การส่งเสริมการขาย เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องทราบวิธีการจัดเรียง และบรรยากาศ ของการจำหน่าย ณ จุดขาย การคำนึงถึงสถานที่ที่วางขาย สินค้าเป็นปัจจัยแรกในการออกแบบ เช่น การวางขายในตลาดสด หรือวางขายในห้าง แนวทางในการออกแบบทั่วไป คือ การเปรียบเทียบ กับสินค้าคู่แข่ง การเปรียบเทียบนี้ไม่ใช่ การเปรียบเทียบ เพื่อลอกเลียนแบบ แต่เป็นการเปรียบเทียบเพื่อหาจุดเด่น ของสินค้าเพื่อขาย (Unique Selling Point) การใช้คำว่า “ใหม่” “สด” หรือ “ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ” ล้วนเป็นคำบรรยายที่จะเน้น ถึงจุดขายของสินค้า คำบรรยายดังกล่าวจำเป็นต้องเป็นสิ่งที่มีผลผลิตได้และปฏิบัติได้จริง ยกตัวอย่าง เช่น การออกแบบมีคำว่า “ใหม่” ผู้ผลิตต้องมั่นใจว่าในตลาดหาสินค้าที่ทดแทนหรือคล้ายคลึงกันได้ยาก

2.2 ตัวสินค้าที่จะใช้บรรจุ การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะประสบความสำเร็จ ได้ต่อเมื่อผู้ออกแบบและ ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบถึงคุณลักษณะ ของตัวสินค้าอย่างถ่องแท้ คุณสมบัติ เด่นของสินค้าที่จะสนอง ความต้องการ ของลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องสร้างขึ้นมามีฉะนั้น จะไม่ทราบเลยว่า จะเสนออะไร เพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อ กลุ่มเป้าหมาย และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ก็จะไม่สามารถบรรลุถึง จุดเป้าหมาย ท้ายที่สุดการตลาด ของสินค้านั้นก็พังพินาศ

2.3 กลุ่มเป้าหมาย หรือกลุ่มผู้ซื้อ ซึ่งอาจเป็นผู้บริโภคสินค้าเอง หรือไม่ได้เป็นผู้บริโภค อาจแยกตาม สถานะทางสังคม การออกแบบที่ดี จะต้องทราบความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ปริมาณที่บริโภค ความสะดวก ในการนำอาหารออกจากบรรจุภัณฑ์ มาบริโภค เป็นต้น สถานะของผู้บริโภคที่ควรคำนึงถึง ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานะครอบครัว เชื้อชาติ ขนาดครอบครัว ศาสนา สถานะทางสังคม เศรษฐกิจ ย่านที่พักอาศัย สิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ทำขึ้นโดยไม่ได้ทำการศึกษาวิจัย อาจจะต้องใช้วิธีการสังเกต แล้วประเมิน จากสิ่งที่สังเกต นำข้อมูลทีวิเคราะห์ หรือรวบรวมได้ส่งต่อให้นักออกแบบ เพื่อทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการและการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย

สิ่งที่พึงให้ความสำคัญ กับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ผู้ซื้อไม่ได้เป็นผู้บริโภค เช่น สินค้าของฝาก การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ยังมีความสำคัญที่จะต้องสร้างภาพพจน์ที่ดี เพิ่มคุณค่าแก่สินค้าให้เหมาะสม กับเป็น สินค้าฝากจากแดนไกล โดยบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องสร้างมโนภาพ (Imaginary) ที่ดีต่อตัวสินค้า พร้อมทั้งมี การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ คำนึงถึงความสะดวกในการนำกลับ และพิจารณาถึงระยะเดินทางพอสมควร ก่อนจะถึงมือผู้บริโภคด้วย ยกตัวอย่างเช่น ไอศกรีมที่บรรจุขายในปริมาณ และขนาดบริโภค ของครอบครัว ควรจะพิจารณาใส่น้ำแข็งแห้งเพื่อรักษาคุณภาพสินค้าในระหว่างทาง เป็นต้น

2.4 กฎข้อบังคับ ในกรณีของบรรจุภัณฑ์อาหาร องค์กรของรัฐที่เข้ามามีบทบาทควบคุมดูแล คือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ ออย. สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารที่บรรจุในภาชนะบรรจุภัณฑ์ปิดสนิท จำต้องขออนุญาตจาก ออย. พร้อมหมายเลขกำกับ



ภาพที่ 2.44 เครื่องหมาย ออย.

ที่มา : (vecnow.blogspot.com. 2560 : Internet)

สำหรับสินค้าที่จัดจำหน่ายผ่านทางซูเปอร์มาร์เกตและห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ คือ การพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ หรือฉลากด้วยสัญลักษณ์รหัสแท่งที่เรียกว่า “บาร์โค้ด (Bar Code)” ซึ่งเป็นรหัสประจำตัวสินค้า เพื่อความสะดวกในการคิดเงิน และตัดสต็อกของผู้ขายปลีก



ภาพที่ 2.45 บาร์โค้ด

ที่มา : (gs1th.org. 2560 : Internet)

2.5 ช่องทางการจำหน่าย กุญแจสำคัญของผลิตภัณฑ์อาหาร คือ อายุการเก็บรักษาของสินค้าโดยปกติอาหารสด เช่น ก๋วยเตี๋ยวสด กระยาสารท เป็นต้น มีอายุการเก็บที่สั้น เพียงไม่กี่วัน เนื่องจากสูญเสีย สภาวะคุณสมบัติ ของอาหาร ด้วยวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีของบรรจุภัณฑ์ เช่น ถ้ามีการประยุกต์ใช้ วิธีการปรับสภาวะ บรรยากาศภายในบรรจุภัณฑ์ (Modified Atmosphere Packaging) สำหรับก๋วยเตี๋ยวสด พร้อมกับการเลือกใช้ วัสดุบรรจุภัณฑ์ ที่ถูกต้องเพื่อช่วยยืดอายุการเก็บสินค้าและส่งขายได้ทั่วราชอาณาจักรแทน ที่จะขายเฉพาะ ที่ตลาดสด หรือส่งขายวันต่อวัน ด้วยเหตุนี้ การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ย่อมช่วยเพิ่มโอกาส ในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายให้ มีมากขึ้นโดยการส่งให้พ่อค้าขายส่ง พ่อค้าขายปลีก หรือขายส่งให้แก่ ห้างร้าน การส่งตรงไปยังศูนย์รวบรวมกระจายสินค้า (Distribution Center หรือ DC) เป็นต้น หรือพิจารณา ช่องทางการจำหน่าย

เริ่มจากการขายหน้าบ้าน ตลาดสด และขยายไปถึงการขายสู่ห้างใหญ่ ที่มีศูนย์ รวบรวมกระจายสินค้า (DC) ย่อมมีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับแต่ละช่องทาง

2.6 สภาวะการแข่งขัน การเก็บข้อมูลของคู่แข่งเป็นสิ่งจำเป็น อย่างยิ่งที่จะทำให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมา เด่นกว่าคู่แข่งภายใต้สภาวะช่องทางการจำหน่ายหรือจุดขายที่เป็นจริง เช่น การวางขาย ณ แหล่งท่องเที่ยวซึ่งไม่มีชั้นหิ้ง วางอย่างเรียบง่ายเช่นเดียวกับในซูเปอร์มาร์เก็ต การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ย่อมต้องคำนึงถึง ความสามารถในการวางเรียงซ้อนได้อย่างมั่นคง เนื่องจากไม่มีชั้นหิ้งรองรับ เป็นต้น

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ด้วยการลอกเลียนแบบ ของคู่แข่งเป็นสิ่งที่ไม่สมควรทำอย่างยิ่ง เพราะจะมีวัฏจักรชีวิตบรรจุภัณฑ์สั้นมาก ในทางปฏิบัติทั่วไปการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ควรสอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ตั้งไว้ และสร้างความแตกต่างในการออกแบบ เพื่อให้บรรลุถึงจุดหมายในการออกแบบ

2.7 สิ่งแวดล้อม แม้ว่าในประเทศไทย ยังไม่มีองค์กรใด หรือหน่วยงานของรัฐออกกฎข้อบังคับ ต่อการควบคุมดูแลปัญหาของบรรจุภัณฑ์ ที่มีผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง แต่กระแสการรณรงค์ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสภาพสิ่งแวดล้อม ได้รับความสนใจจากชุมชนเมืองมากยิ่งขึ้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุ ที่นำกลับมาผลิตใหม่สามารถลดปริมาณขยะและกำจัดได้ง่าย จึงเป็นจุดขายเพื่อเป็นการส่งเสริมการจำหน่ายได้อย่างดี

3. องค์ประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์

องค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ มีอยู่หลากหลายประเภท ณ จุดขายที่มีสินค้าเป็นร้อยให้เลือก องค์ประกอบต่าง ๆ ที่ออกแบบไว้บนบรรจุภัณฑ์ จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์และสินค้านั้น รายละเอียดหรือส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์จะแสดงออกถึงจิตสำนึกของผู้ผลิตสินค้า และสถานะ (Class) ของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถขยับเป็นสื่อโฆษณาระยะยาว ส่วนประกอบที่สำคัญบนบรรจุภัณฑ์อย่างน้อยที่สุดควรประกอบด้วย ชื่อสินค้า ตราสินค้า สัญลักษณ์ทางการค้า รายละเอียดของสินค้า รายละเอียดส่งเสริมการขาย รูปภาพ ส่วนประกอบของสินค้า ปริมาตรหรือปริมาณ ชื่อผู้ผลิตและผู้จำหน่าย (ถ้ามี) รายละเอียดตามข้อบังคับของกฎหมาย เช่น วันผลิต วันหมดอายุ เป็นต้น เมื่อมีการเก็บข้อมูลของรายละเอียดต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้วจึงเริ่มกระบวนการออกแบบ ด้วยการเปลี่ยนข้อมูลที่ได้รับมาเป็นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ จุดมุ่งหมายทั่ว ๆ ไปในการออกแบบมีดังนี้

3.1 เด่น (Stand Out) ภายใต้สภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรง ตัวบรรจุภัณฑ์จำต้องออกแบบให้เด่นสะดุดตา (Catch the Eye) จึงจะมีโอกาสได้รับความสนใจ จากกลุ่มเป้าหมายเมื่อวางประกบกับบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง เทคนิคที่ใช้กันมากคือ รูปทรงและขนาดซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของบรรจุภัณฑ์หรืออาจใช้ การตั้งตราสินค้าให้เด่น เป็นต้น

3.2 ตราภาพพจน์และความแตกต่าง (Brand Image Differentiate) เป็นความรู้สึกลึก ๆ จะต้องก่อให้เกิดขึ้น กับกลุ่มเป้าหมายเมื่อมีการสังเกตเห็น แล้วจงใจให้อ่านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์การออกแบบตราภาพพจน์ ให้มีความแตกต่างนี้ เป็นวิธีการออกแบบที่แพร่หลายมาก ความรู้สึก

ร่วมที่ดี การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นพาณิชย์ศิลป์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ซื้อเกิดความรู้สึกที่ดี ต่อศิลปะที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยรวมทั้งหมด เริ่มจากการก่อให้เกิดความสนใจด้วยความเด่น เปรียบเทียบรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้ตัดสินใจซื้อ สร้างความมั่นใจเพิ่มขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่ม และจบลงด้วยความรู้สึกที่ดีที่สามารถสนองต่อ ความต้องการของผู้ซื้อได้ จึงก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ “ซื้อฉันสิ” (Buy Me) จึงนับเป็นรูปธรรมสุดท้ายที่ บรรจุภัณฑ์ต้องทำให้เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้ การชักจูงหัวหน้าลุ่มโดยรูป คำบรรยาย สัญลักษณ์ หรือรางวัลที่ได้รับ ย่อมสร้างให้เกิดความรู้สึกอยากเป็นเจ้าของและอยากทดลองสินค้าพร้อมบรรจุภัณฑ์นั้น

4. เทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์

รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์นั้น สามารถจับต้องได้ ซึ่งโดยปกติแล้วมักจะเป็นรูปทรงเรขาคณิต เช่น สี่เหลี่ยมและทรงกลมรูปทรงที่แตกต่างกัน ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ทำให้เพิ่มขีดความสามารถ ในการออกแบบรูปทรงต่าง ๆ กันของวัสดุหลัก 4 ประเภท อันได้แก่ กระดาษ โลหะ แก้ว และ พลาสติก ที่เห็นได้ชัด คือ กระจกโลหะที่แต่เดิมมักเป็นรูปทรงกระบอก เทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถออกแบบเป็นรูปทรงอื่นที่เรียกว่า Contour Packaging รูปลักษณะใหม่นี้ ย่อมก่อให้เกิดความสะดุดตาและสร้างความสนใจให้แก่กลุ่มเป้าหมาย

นอกจากรูปลักษณะของตัวบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกตามที่ได้บรรยายอย่างละเอียดมาแล้ว ย่อมมีบทบาทอย่างมากในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่กลุ่มเป้าหมาย ในหัวข้อนี้จะยกตัวอย่างของเทคนิค การออกแบบกราฟิก ที่ได้รับการประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางเมื่อโอกาสเอื้ออำนวยให้ ย่อมเห็นได้ชัดว่ากล่องแถวล่าง ที่ออกแบบมีกราฟิกเรียบขนานกับแนวราบ ย่อมไม่สะดุดตาเท่ากับกล่องแถวบน ที่ออกแบบเป็นเส้นเอียงที่สะดุดตามากกว่าเมื่อวางอยู่บนหิ้ง เทคนิคการออกแบบนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้บนกล่องที่พิมพ์สีอย่างสวยงาม

4.1 การออกแบบเป็นชุด (Package Uniform)

การออกแบบเป็นชุดเป็นเทคนิคที่มีความนิยมมากใช้กันมาก จากกราฟิกง่ายๆ ที่เป็นจุด เส้น และภาพ มาจัดเป็นรูปบนบรรจุภัณฑ์ สร้างอารมณ์ร่วมจากการสัมผัสด้วยสายตา หลักเกณฑ์ในการออกแบบ คือ ให้ดูง่ายสะอาดตา แต่ต้องทันสมัยและเหมาะสมแก่การใช้งาน ความง่ายสะอาดตามีผลต่อการดึงดูดความสนใจ ความทันสมัยช่วยสร้างความแปลกใหม่ ส่วนความรู้สึกว่าเหมาะสมแก่การใช้งานเสริม ความรู้สึกว่าคุณค่าเงิน และความมั่นใจในตัวสินค้า

จากการออกแบบเป็นชุดของสินค้า มีผลต่อการทำให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำที่ดีถ้าออกแบบได้ตรงกับ รสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นชุดเปรียบเสมือนชุดแบบฟอร์ม ของเสื้อผ้าคนที่ใส่ เช่น มีชุดสูท ชุดพระราชทาน ชุดม่อฮ่อม เป็นต้น การออกแบบเสื้อผ้าที่เป็นชุดนี้เมื่อใครเห็น ก็ทราบว่าเป็นชุดอะไร แม้ว่าจะใช้เสื้อผ้าและสีสันทันทีที่แตกต่างกัน การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นชุดนี้ก็มิหลักการคล้ายคลึงกัน

การออกแบบเสื้อผ้าเป็นชุด ยังมีชื่อเรียก แต่ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ไม่มีชื่อเรียก จึงจำต้องยึด เอกลักษณ์บางอย่าง บนบรรจุภัณฑ์เป็นตัวเชื่อมโยงให้รู้ว่าเป็นชุดเดียวกัน อาจใช้

สัญลักษณ์ทางการค้า ใช้สไตล์การออกแบบ ใช้การจัดเรียงวางรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ในระดับเดียวกัน นอกจากนี้รูปแบบ ของตัวอักษรจะต้องเป็นสไตล์เดียวกัน

4.2 การเรียงต่อเป็นภาพ ณ จุดขาย

เทคนิคการออกแบบวิธีนี้ ยึดหลักในการสร้างภาพ ณ จุดขายให้เป็นภาพใหญ่ อาจจะเป็นภาพที่ปะติดปะต่อ ดังภาพที่ 25 หรืออาจเป็นภาพกราฟิกขนาดใหญ่ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูดความสนใจ ของผู้บริโภคในระยะทางไกล ตามรายละเอียดเรื่องสรีระในการอ่าน และประสาทสัมผัสของผู้ซื้อ ณ จุด เนื่องจากโอกาสที่ตัวบรรจุภัณฑ์ และรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ จะสามารถมองเห็นในระยะเกิน 10 เมตรขึ้นไปนั้นเป็นไปได้ยาก ด้วยเหตุนี้จึงต้องใช้พื้นที่บนหิ้งที่วางสินค้านั้นจัดเป็นภาพใหญ่เพื่อดึง ดูดความสนใจ

สิ่งพึงระวังในภาพ ที่ต่อขึ้นจากการเรียงบรรจุภัณฑ์นั้น จะต้องเป็นภาพที่สร้างความประทับใจ หรือกระตุ้นให้เกิดความอยากได้ของกลุ่มเป้าหมาย ที่อาจเคยเห็นภาพดังกล่าวจากสื่ออื่น ๆ เช่น บนตัวบรรจุภัณฑ์ที่เคยบริโภค หรือสื่อโฆษณาต่าง ๆ เป็นต้น การต่อเป็นภาพของบรรจุภัณฑ์นี้ ยังต้องระมัดระวัง ขั้นตอนการแปรรูปบรรจุภัณฑ์ เช่นการทับเส้น และการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์จะต้องแน่นอนมีคุณภาพดี เพื่อว่าภาพที่ต่อขึ้นมาจะเป็นภาพที่สมบูรณ์ตามต้องการ

4.3 การออกแบบแสดงศิลปะท้องถิ่น

เทคนิค การออกแบบวิธีนี้ มีจุดมุ่งหมายอันดับแรก คือ การส่งเสริมสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่น เพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยว ให้ซื้อกลับไปเป็นของฝาก ถ้าสินค้านั้นได้รับความนิยมในวงกว้าง ก็สามารถนำออกขาย ในตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้น หรืออาจส่งขายไปยังต่างประเทศได้ ถ้าสามารถควบคุมคุณภาพ การผลิต และมีวัตถุดิบมากพอ พร้อมทั้งกระบวนการผลิต แบบอัตโนมัติที่สามารถวางแผนงานการผลิตได้

รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ ใช้สื่อความหมายเพื่อเป็นของฝากนี้ มักจะใช้สิ่งที่รู้จักกันดีในท้องถิ่นนั้น เช่น รูปพระแช่ชาละวันของจังหวัดพิจิตร รถมาของจังหวัดลำปาง ภูมิประเทศในท้องถิ่น เป็นต้น ในบางกรณีอาจนำวัสดุที่ผลิตได้ในท้องถิ่นมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ เพื่อความแปลกใหม่ นอกเหนือจากรายละเอียด ของกราฟิก การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อซื้อไป เป็นของฝากจำต้องพิจารณาถึง ความสะดวกในการนำกลับ ของผู้ซื้อ และความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ในการนำไปมอบ เป็นของขวัญ ตัวอย่างของกล่องบรรจุ อาหารทะเลอบแห้ง มีการออกแบบหุ้มเพื่อความสะดวกในการนำกลับ

4.4 การออกแบบของขวัญ

เทคนิคในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แบบของขวัญค่อนข้างจะแตกต่างจากเทคนิคต่างๆ ที่ได้กล่าวมา สาเหตุเนื่องจากผู้ซื้อสินค้า ที่เป็นของขวัญไม่มีโอกาสบริโภค และหลายครั้งที่การตัดสินใจซื้อเกิดขึ้น ณ จุดขาย ด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของของขวัญที่ดีจึงมีบทบาทสำคัญมาก ต่อความสำเร็จของการขายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเทศกาลต่าง ๆ ดังตัวอย่างของเหล่าบริษัทชั้นนำ

โตรีที่ปกติเป็นสินค้าของเพศชาย แต่การออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถออกแบบในรูปของขวัญ และกลุ่มเป้าหมายก็สามารถเจาะไปยังกลุ่มผู้หญิงได้

2.3.6 การพิมพ์บรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนท้ายที่สุดของการบรรจุภัณฑ์คือการผลิต ซึ่งอาจจะผกผันขั้นตอนของการผลิตรูปร่างของภาชนะ หรือลักษณะของกราฟิกกันได้ว่า ขั้นตอนใดต้องผลิตขึ้นมาก่อน เช่น การบรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงแข็งตัว (rigid forms) อาทิ ขวดแก้ว ขวดพลาสติก เซรามิก ต้องผลิตเป็นรูปทรงภาชนะบรรจุสำเร็จรูปมาก่อนแล้ว ค่อยสร้างลักษณะของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขึ้นทีหลัง หรือบรรจุภัณฑ์ที่สร้างขึ้นมาจากกระดาษ พลาสติก อลูมิเนียมพอยล์ แผ่นเหล็กอาบดีบุก (tin plate) จะต้องสร้างลักษณะกราฟิกบนแผ่นระนาบ 2 มิติ ของวัสดุให้เสร็จก่อนนำมาขึ้นรูปเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์ เป็นต้น แต่ไม่ว่าจะผกผันขั้นตอนอย่างไรก็ตาม การสร้างงานลักษณะกราฟิกบรรจุภัณฑ์เพื่อการบ่งชี้ของเอกลักษณ์เฉพาะ ผลิตภัณฑ์จะต้อง คงอยู่โดยอาศัย เทคนิคและกรรมวิธีการพิมพ์เข้ามาช่วย

ดังนั้นเมื่อกระบวนการกำหนดโครงสร้าง และการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ผ่านการลงมติเป็นที่ยอมรับ ระหว่างผู้ออกแบบและผู้ผลิตแล้ว จึงต้องมีกระบวนการเลือกพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับโครงสร้าง และความต้องการทางคุณภาพของผลงานด้วย เช่น บรรจุภัณฑ์ทรงกลม อาทิ ขวดน้ำอัดลม ขวดแชมพูสระผม ต้องป้องกันการหลุดลอกของสีจากความเปียกชื้น ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมจึงต้องใช้วิธีการพิมพ์ ซิลค์สกรีน (silk screen) โดยพิมพ์สีส้นลงลายงานกราฟิกลงบนผิวของบรรจุภัณฑ์โดยตรงเพราะภาชนะบรรจุ มีผิวโค้ง เป็นต้น

1. ระบบการพิมพ์

ระบบการพิมพ์ที่ใช้ในการสร้างสรรค์ตกแต่ง ลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในวงการอุตสาหกรรมทุกวันนี้ ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับหลักการพิมพ์ 4 กระบวนการใหญ่ๆตามลักษณะของการสร้างแม่พิมพ์ คือ

1.1 กระบวนการพิมพ์ผิวนูน (relief printing process) ได้แก่ การพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรส และ การพิมพ์ระบบเฟล็กโซ

1.1.1 การพิมพ์โดยระบบเลตเตอร์เพรส เป็นระบบการพิมพ์ที่เก่าแก่ที่สุดมีอายุกว่า 500 ปีแล้ว โดยนักประดิษฐ์ชาวเยอรมันชื่อ กูเตนเบอร์ก เป็นผู้คิดค้นการพิมพ์โดยใช้ตัวอักษรแต่ละตัวมาผสมกัน เป็นคำขึ้นได้ คนแรก ทำให้การพิมพ์หนังสือเป็นที่แพร่หลายตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

การเกิดภาพในการพิมพ์ของระบบนี้ เกิดขึ้นโดยวิธีที่กระดาษถูกกดลงบนแม่พิมพ์ที่ได้รับการเคลือบหมึกแล้วโดยตรง การกดทับลงไปทำให้หมึกถ่ายทอดลงบนกระดาษเกิดเป็นภาพพิมพ์ขึ้น แม่พิมพ์ของระบบเลตเตอร์เพรสมีลักษณะนูนสูงขึ้นมาจากพื้น คือส่วนที่เป็นภาพจะสูงขึ้นมาสูงกว่าบริเวณที่ไม่ใช่ภาพ หมึกจะจับติดเฉพาะบริเวณที่เป็นภาพสูงขึ้นมาเท่านั้น แม่พิมพ์อาจเป็นตัวเรียงโลหะ หรือเป็นบล็อกทั้งชิ้นก็ได้ สำหรับตัวเรียงโลหะนั้น ทำด้วยโลหะผสมของตะกั่วและดีบุกกดเป็น

ส่วนใหญ่ มีความสูงจากฐานจนถึงผิวตัวอักษร 0.918 นิ้ว ตัวอักษรที่ใช้มีขนาดแตกต่างกันทั้งความสูงและความหนา ดังที่เห็นในหนังสือทั้งๆไป ตั้งเรียงโลหะนี้จะใช้เรียงได้เฉพาะข้อความที่เป็นตัวอักษรเท่านั้น ส่วนพวกแผนภูมิ กราฟ ตาราง หรือภาพ จะต้องใช้แม่พิมพ์ที่เป็นบล็อกแทน

การพิมพ์ในระบบนี้ เหมาะสำหรับใช้พิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุจำพวกกระดาษเป็นส่วนใหญ่เช่น พิมพ์บนกล่องกระดาษแข็งแบบพับ ถุงกระดาษ ซองกระดาษ หรือพิมพ์เป็นแบบตราฉลากสำหรับ ปิดผนึกบน บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น แต่ข้อเสียของคุณภาพการพิมพ์ก็มีอยู่ เช่น ทำให้เกิดรอยคูนูนขึ้นด้านหลังของกระดาษ ขอบภาพและตัวอักษรไม่เรียบ เนื่องจากกระดาษและแม่พิมพ์โลหะถูกกดอัดให้สัมผัส และดึงกระดาษออกมา โดยตรง อีกทั้งแม่พิมพ์ทำด้วยโลหะแข็ง อาจทำให้เกิดการทะลุผิวจากกรกดอัดพิมพ์ได้

1.1.2 การพิมพ์ระบบเฟล็กโซ (flexo) นั้น แม่พิมพ์ทำด้วยยางบริเวณที่เกิดภาพจะนูนสูงขึ้นมาจากพื้นเช่นเดียวกับ แม่พิมพ์ในระบบเลตเตอร์เพรส การทำแม่พิมพ์จะต้องทำแม่พิมพ์บนสังกะสีก่อนแล้วจึงเอา bakelite ไปทาบนแผ่นสังกะสีที่กัดกรดเป็นแม่พิมพ์เมื่อถ่ายแบบมาแล้วนำแผ่นยางไปอัดบน bakelite จึงจะได้ แม่พิมพ์ยางออกมา กรรมวิธีก็คล้ายคลึงกับการตรายางที่ใช้ปั๊มในสำนักงานทั้งๆไป แม่พิมพ์ยาง ที่ได้เรียกว่า polymer plate ซึ่งเป็นยางสังเคราะห์ที่มีความเหมาะสมในการใช้งาน เพราะทนทานรับหมึกได้ดี

ระบบการพิมพ์จะมีลูกกลิ้งยางจุ่มอยู่ในอ่างหมึก ลูกกลิ้งจะพาหมึกมาติดที่ลูกกลิ้งเหล็ก ลูกกลิ้งเหล็กนี้จะถ่ายถอดหมึกไปให้ลูกกลิ้งอีกลูก ที่ถ่ายถอดหมึกให้แม่พิมพ์ยางแล้วค่อยถ่ายถอดลงบนผิว ของวัตถุ โดยมีลูกกลิ้งเหล็กอีกอันติดอยู่

บรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วยระบบเฟล็กโซก็ได้แก่กล่องกระดาษลูกฟูก ถุงกระดาษ ถุงปูนซีเมนต์ ถุงใส่ปุ๋ย ถุงพลาสติกใหญ่ๆกล่องนม UHT เป็นต้น

1.2 กระบวนการพิมพ์ร่องลึก (intaglio printing process) เช่น การพิมพ์ระบบกราเวียร์ gravure

กราเวียร์เป็นกรรมวิธีการพิมพ์แบบแม่พิมพ์ร่องลึก intaglio ซึ่งส่วนที่เป็นภาพ หรือลายเส้นที่พิมพ์ จะถูกกัดเจาะ เป็นบ่อเล็กๆจำนวนนับล้านบ่อเรียกว่า เซลล์ ซึ่งขังหมึกสำหรับที่จะพิมพ์ลงบนวัสดุอะไรก็ตาม ส่วนบริเวณที่ไม่ใช่ภาพจะเป็นผิวเรียบและอยู่สูงกว่าบ่อหมึก บ่อหมึกแต่ละบ่อแยกออกจากกันโดยผนัง ที่เรียกว่า cell wall หรือ land บ่อเล็กๆนี้ขังหมึกไว้ในปริมาณที่ไม่เท่ากันแล้วแต่ขนาดของบ่อปริมาณหมึก ถ้ามากก็จะทำให้สีเข้มมากกว่าบ่อที่มีหมึกน้อยกว่า ทำให้สามารถพิมพ์ภาพที่มีโทนต่อเนื่องได้

แม่พิมพ์กราเวียร์นี้ทำมาจากเหล็กรูปทรงกระบอก ซึ่งมีผิวชุบด้วยทองแดง และ บ่อหมึกเล็กๆ ก็จะถูกกัดลงในชั้นของทองแดงนี้ หรือแม่พิมพ์อาจนำมาเป็นแผ่น แล้วนำมาหุ้มรอบลูกกลิ้งเหล็กอีกชั้นหนึ่ง

หลักการพิมพ์กราเวียร์ แม่พิมพ์ที่ถูกกัดเป็นภาพแล้ว จะหมักอยู่ในอ่างหมึกเหลว เหมือนกับการพิมพ์ แบบเฟล็กโซ หมึกจะเกาะอยู่ในบ่อหมึกที่กัดไว้และจะมีมีดปาดหมึก

(doctor blade) เป็นเหล็กสปริง ยาวๆ กดแนบ สนิทอยู่กับผิวของแม่พิมพ์ทำหน้าที่ปาดหมึกออกจากผิว หมึกก็จะติดอยู่กับเฉพาะในบ่อหมึก เมื่อผ่านวัสดุแผ่นเรียบเข้าไปจะมีลูกกลิ้งเหล็กทำหน้าที่กด (impression) วัสดุติดกับแม่พิมพ์ หมึกเหลวเมื่อรับแรงอัดก็จะถ่ายทอดหมึก (transfer) จากแม่พิมพ์ลงบนผิวของวัตถุเป็นลายเส้น ทางกราฟิก ออกมา

การพิมพ์ระบบกราเวียร์ เป็นระบบการพิมพ์ที่สามารถผลิตภาพลายเส้น (line work) และภาพฮาล์ฟโตน (half tone) ได้อย่างมีคุณภาพและรวดเร็ว อีกทั้งยังพิมพ์บนผิววัตถุต่างๆ ได้อีกหลายประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุจำพวกพลาสติกและอลูมิเนียมพอยล์ ระบบการพิมพ์ในระบบนี้จึงเป็นที่นิยมใช้ ในการบรรจุภัณฑ์เป็นจำนวนมาก เพราะคุณภาพการพิมพ์ทัดเทียมกับระบบออฟเซ็ทได้เช่นกันบรรจุภัณฑ์ ที่ใช้การพิมพ์ระบบกราเวียร์นี้ ได้แก่ กล่องกระดาษพับ ห่อของที่ยืดหยุ่นได้ กระดาษห่อของขวัญ กระดาษห่อของ ฉลาก ตรา ทั้งแผ่นและม้วน ประเภทสิ่งพิมพ์พิเศษอื่นๆ สิ่งพิมพ์พิเศษ ก้นกรองบุหรี่ ครอบป้องกันโลหะ เป็นต้น

1.3 กระบวนการพิมพ์พื้นราบ (planographic printing process) ได้แก่ การพิมพ์ในระบบออฟเซ็ท การพิมพ์ด้วยระบบออฟเซ็ทเป็นที่แพร่หลายนิยมใช้กันทั่วโลก จะสังเกตได้ว่าในปัจจุบัน ระบบนี้มีส่วนผูกพันกับชีวิตประจำวันจนแยกไม่ออกไม่ว่าหนังสือพิมพ์ หนังสือตำรา นวนิยาย วารสารรายสัปดาห์ รายเดือน โปสเตอร์ แผ่นพับหรือโบรชัวร์ ทุกรายการนี้พิมพ์ด้วยระบบออฟเซ็ททั้งสิ้น หรืออาจจะกล่าวได้ว่าการพิมพ์ด้วยระบบออฟเซ็ทมีบทบาทเข้ามาแทนที่ระบบเลตเตอร์เพรสที่ล้าหลังไป งานออฟเซ็ทสามารถให้คุณค่าของงานพิมพ์ได้สูงเนื่องจากการผสมผสานของเม็ดสกรีนได้อย่างละเอียด หลักการพิมพ์ในระบบนี้ มีความแตกต่างจากการพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรสโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ แม่พิมพ์เป็นแบบผิวงเรียบแทนที่จะเป็นตุ่มนูน แม่พิมพ์จะรับหมึก แล้วถ่ายทอดภาพไปยังตัวกลาง คือผ้ายางแบบลงเขตแล้วจึงลงไปบนกระดาษ ไม่ใช่เป็นการสัมผัสโดยตรงเหมือนระบบเลตเตอร์เพรส การที่แม่พิมพ์เป็นแบบผิวเรียบ ทำให้ส่วนที่เป็นภาพที่ต้องรับหมึก และส่วนที่ไม่ใช่ภาพ ที่จะรับหมึกไม่ได้ อยู่ในระดับเดียวกัน จึงต้องหาวิธีที่จะทำให้ส่วนที่เป็นภาพเท่านั้นที่จะรับหมึก และถ่ายทอดไปยังแบบลงเขต ซึ่งทำได้โดยการนำน้ำมาเคลือบผิวส่วนที่ไม่ใช่ภาพ แล้วปล่อยให้ส่วนที่เป็นภาพ (ซึ่งไม่รับน้ำหมึก) รับหมึก ดังนั้นระบบออฟเซ็ทจึงมีน้ำเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

1.4 กระบวนการพิมพ์ผ่านฉากพิมพ์ (serigraphic printing process) ได้แก่ การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน silk screen การพิมพ์ซิลค์สกรีน ก็คือการนำผ้าไหม (silk) ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อการพิมพ์นี้โดยเฉพาะนำมาซึ่งให้ตั้ง กับขอบไม้หรือกรอบโลหะ แล้วสร้างภาพขึ้นบนผ้าไหมซึ่งมีสภาพเป็นฉากพิมพ์ (screen) ปิดกั้นในส่วนที่ไม่ต้องการให้เกิดเป็นภาพที่บดตัน และปล่อยให้ส่วนที่ต้องการให้เป็นภาพโปร่งไว้ การพิมพ์ปิดกั้นผ้าไหมนี้มีหลายวิธีการ เช่น ระบายด้วยสีน้ำมัน เซลแลค फिल्म ตลอดจนการใช้น้ำบาวาล์ว แสงปิดกั้น และเมื่อนำแผ่นฟิล์มไปวางทาบลงบนสิ่งที่จะพิมพ์ทั้งรูปทรง 3 มิติ หรือแผ่นเรียบที่มีพื้นผิว ไม่ขรุขระมาก เช่น กระดาษ ผ้า แก้ว พลาสติก โลหะ ไม้ ฯลฯ แล้ว หยอดสีลงบนแม่พิมพ์ใช้ยางปาด (squeegee) ที่มีผิวหน้าตัดเรียบ ปาดดันสีให้ผ่านแม่พิมพ์ทะลุออกไปติดบนพื้นรองรับ ซึ่งก็จะได้ภาพพิมพ์ตามที่ต้องการ การพิมพ์ด้วยระบบซิลค์สกรีนนี้ มีบทบาทกับภาชนะ

บรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะเป็นวิธีเดียว ที่จะพิมพ์บนวัสดุหรือภาชนะผิวโค้ง เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก กระจก โลหะที่ผ่านการขึ้นรูปแล้ว

จากการพิมพ์ระบบต่างๆที่กล่าวมาแล้ว จะเห็นว่ามีเทคนิคและระบบการพิมพ์ที่นำมาใช้พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ มากมายหลายกรรมวิธี และมีใช้ว่าจะมีแต่กรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วเท่านั้น ระบบการพิมพ์ในปัจจุบัน นับว่ามีการพัฒนาก้าวหน้าไปมาก ระบบการพิมพ์ต่างๆถูกคิดค้นมากมาย แต่ถึงอย่างไรก็เป็นการแตกยอดออกไปในกระบวนการพิมพ์ 4 ประการ หรือการประสานกันในเทคนิคกรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เช่น การพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท เป็นการพิมพ์ด้วยการยิงหมึกออกมาเป็นจุดประกอบเป็นตัวอักษรและข้อความต่อเนื่องบนบรรจุภัณฑ์ก็พัฒนาขึ้นมาแทนการพิมพ์แบบ stencil และ silk screen การพิมพ์ระบบแพด (pad transfer printing) ก็เป็นการประสานหลักการระหว่างการพิมพ์ระบบออฟเซ็ท ซิลค์สกรีน และเฟล็กโซ

2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2.4.1 ความหมายของการออกแบบกราฟิก

คำว่า "กราฟิก" มาจากภาษากรีก 2 คำ คือ Graphikos กับ Graphein

Graphikos หมายถึง การเขียนภาพทั้งที่เป็นภาพสีและภาพขาวดำ

Graphein หมายถึง การเขียนตัวหนังสือและการใช้เส้นในการสื่อสาร

ดังนั้น "Graphic" จึงหมายถึง การเขียนทั้งภาพสีและภาพขาวดำ ตลอดจนการเขียนตัวหนังสือและการใช้เส้นเพื่อสื่อความหมาย (ยุรนนท์ อิมสมบัติ. 2550)

กราฟิก หมายถึง วัสดุต่างๆ ที่ประกอบด้วยภาพถ่าย ภาพวาด สัญลักษณ์ คำบรรยาย สามารถใช้ป็นสื่อถ่ายทอด ข้อเท็จจริง และแนวความคิดบางประการได้ กราฟิก เป็นศิลป์หรือศาสตร์ทางการวาดภาพ เขียนภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งงานสำหรับช่างเขียนฝีมือ

งานกราฟิก มีความสัมพันธ์กับการออกแบบ ซึ่งถ้ามีการออกแบบที่ดีงานกราฟิกจะมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ก่อนอื่นเราควรจะทราบความหมายของการออกแบบก่อนว่า การออกแบบหมายถึงอะไร ซึ่งมีผู้ให้คำนิยามความหมายของการออกแบบ ดังนี้

การออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผนจัดตั้งขั้นตอน และรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นมา เช่น เราจะทำเก้าอี้นั่งซักตัวจะต้องวางแผนไว้เป็นขั้นตอน โดยต้องเริ่มเลือกวัสดุที่จะใช้ทำเก้าอี้ที่นั่งซักตัวจะต้องวางแผนไว้เป็นขั้นตอน หรือใช้ข้อต่อแบบใด คำนวณสัดส่วนการใช้งานให้เหมาะสม ความแข็งแรงของเก้าอี้ที่นั่งมากน้อยเพียงใด สีสนควรใช้สีอะไรจึงจะสวยงาม และทนทานกับการใช้งาน เป็นต้น (นิพนธ์ ทวีกาญจน์. 2530)

การออกแบบ หมายถึง การปรับปรุงแบบ ผลงานหรือสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่แล้วให้เหมาะสมมีความแปลกใหม่ขึ้น เช่น แก้วที่เราทำขึ้นมาใช้ซึ่งเมื่อใช้ไปนานๆก็เกิดความเบื่อหน่ายในรูปทรง เราก็จัดการปรับปรุงให้เป็น รูปแบบใหม่ให้สวยกว่าเดิม ทั้งความเหมาะสม ความสะดวกสบายในการใช้งานยังคงเหมือนเดิม หรือดีกว่าเดิม เป็นต้น

การออกแบบ หมายถึง การรวบรวมหรือการจัดองค์ประกอบทั้งที่เป็น 2 มิติ และ 3 มิติ เข้าด้วยกันอย่างมีหลักเกณฑ์ การนำองค์ประกอบของการออกแบบมาจัดรวมกันนั้น ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม อันเป็นคุณลักษณะสำคัญของการออกแบบ เป็นศิลปะของมนุษย์เนื่องจากการสร้างค่านิยมทางความงาม และสนองคุณประโยชน์ทางกายภาพให้แก่มนุษย์

การออกแบบ หมายถึง กระบวนการที่สนองความต้องการในสิ่งใหม่ๆของมนุษย์ซึ่งส่วนใหญ่เพื่อให้ชีวิตอยู่รอด และมีความสะดวกสบายมากขึ้น (ถาวร สายสืบ. 2546)

ด้วยเหตุนี้ การออกแบบกราฟิก จึงควรหมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะ ส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้าง ให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย ความเข้าใจในอันที่จะให้ผลในการดึงดูดความสนใจ การให้มโนภาพ ด้วยการใช้วิธีการออกแบบ การจัดวางรูป ตัวอักษร ถ้อยคำ โฆษณา เครื่องหมาย และสัญลักษณ์ และอาศัยหลักศิลปะ การจัดภาพ ให้เกิดการประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงาม ตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

สำหรับการออกแบบด้านกราฟิกนั้น มุ่งที่จะวางแผน ออกแบบ สื่อด้านกราฟิก ไม่ว่าจะเป็นแผนภูมิ แผนภาพ สถิติ ภาพโฆษณา ฯลฯ ตลอดจนงานกราฟิกอื่นๆ ทั้ง แผ่นพับ ปกหนังสือ และการออกแบบ สำหรับสื่อการเรียนการสอน เช่น CAI WBI สื่อมัลติมีเดีย ให้มีความน่าสนใจ สื่อสารได้ตรงประเด็น และช่วยให้การเรียนการสอนหรือการนำเสนอ นั้น มีประสิทธิภาพ ดียิ่งขึ้น (จงกล แก่นเพิ่ม. 2543)

2.4.2 ลักษณะของการออกแบบกราฟิก

จุฑารัตน์ จอกสูงเนิน (2556) บันทึกไว้ว่า งานกราฟิกขึ้นที่ดีจะทำให้เห็นถึงความคิดในการออกแบบเป็นเลิศ จะมีอิทธิพลโดยตรงที่จะโน้มน้าวผู้รับข้อมูลให้เกิดความสนใจและยอมรับ และในขณะเดียวกันก็ยิ่งแสดงถึง

1. เป็นสื่อกลางในการสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจตรงกัน จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งได้อย่างถูกต้องและชัดเจน
2. สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เกิดการศึกษากับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี
3. ช่วยทำให้เกิดความน่าสนใจ ประทับใจ และน่าเชื่อถือแก่ผู้พบเห็น
4. ช่วยให้เกิดการกระตุ้นทางความคิด และการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว
5. ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

6. ทำให้ผู้พบเห็นเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งทางด้านการกระทำและความคิด องค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยทำให้งานกราฟิกมีความโดดเด่นน่าสนใจ นักออกแบบจึงใช้หลักและวิธีการทางศิลปะเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยพิจารณา ดังนี้

1. รูปแบบตัวอักษรและขนาด

การสร้างรูปแบบตัวอักษรให้มีรูปแบบแปลกตา สวยงามจะช่วยเร่งเร้าความรู้สึกตอบสนองได้เป็นอย่างดี โดยเน้นความชัดเจนสวยงาม สอดคล้องกับจุดประสงค์ สำหรับข้อความนำเรื่องและข้อความรายละเอียด นอกจากนั้นขนาดของตัวอักษรก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ขนาดของตัวอักษรทุกตัวบนชิ้นงานต้องมีความพอดี อ่านได้ง่าย สื่อความหมายได้ดีไม่ต้องคิดมาก นอกจากนั้นแล้วการจัดวางรูปแบบข้อความที่ดีก็จะช่วยให้การสื่อความหมายเป็น ไปอย่างมีประสิทธิภาพด้วย

2. การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง

การจัดพื้นที่ว่างในการออกแบบกราฟิก มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดระเบียบของข้อมูล ช่วยเน้นความเป็นระเบียบและความชัดเจน ระยะห่างหรือพื้นที่ว่างจะช่วยพักสายตาในการอ่าน ทำให้ดูสบายตา สร้างจังหวะลีลาขององค์ประกอบภาพให้เหมาะสมและสวยงาม

3. การกำหนดสี

สีมีบทบาทอย่างมากที่ช่วยเน้นความชัดเจน ทำให้สะดุดตา สร้างสรรค์ความสวยงาม การกำหนดสีใดๆ ขึ้นอยู่กับประเภทของงานนั้นๆ ข้อสำคัญที่ควรคำนึงถึงคือ สีบนตัวภาพ พื้นภาพและตัวอักษร ต้องมีความโดดเด่น ชัดเจน เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความชอบที่แตกต่างกัน นักออกแบบจะพยายามใช้สีเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์มากที่สุด

4. การจัดวางตำแหน่ง

เป็นการจัดวางโครงร่างทั้งหมดที่จะกำหนดตำแหน่งขนาดของภาพประกอบ ตำแหน่งของข้อความทั้งหมด และส่วนประกอบอื่นๆที่ปรากฏ ซึ่งต้องคำนึงถึงจุดเด่นที่ควรเน้น ความสมดุลต่างๆ ความสบายตาในการมอง นักออกแบบต้องให้ความสำคัญต่อทุกๆ ส่วนที่ปรากฏบนชิ้นงานเท่ากันทั้งหมด ความพอเหมาะพอดีช่วยให้งานออกแบบมีความน่าเชื่อถือและน่าสนใจ

ส่วนประกอบของการออกแบบ

1. จุด เป็นส่วนประกอบที่เล็กที่สุด เป็นพื้นฐานเบื้องต้นของส่วนประกอบต่างๆ โดยอาจเรียงเป็นเส้นหรือรวมเป็นภาพ

2. เส้น เป็นส่วนประกอบของจุดหลาย ๆ จุดต่อเนื่องกันจนกลายเป็นเส้น อาจเป็นเส้นตรง เส้นโค้งก็ได้ รวมถึงสิ่งอื่นๆ ที่มีลักษณะเป็นแนวเส้น

3. รูปร่าง เมื่อนำเส้นมาบรรจบกันจะเป็นภาพรูปร่างมีลักษณะเป็น 2 มิติ คือกว้างและยาว

4. รูปทรง เป็นลักษณะของรูป 3 มิติ ซึ่งนอกจากจะมีความกว้างความยาวแล้ว ยังเพิ่มความหนาขึ้นอีกด้วย ทำให้เราทราบถึงรูปร่างสัณฐานของวัตถุต่างๆได้

5. แสงและเงา เราสามารถเห็นวัตถุต่างๆ ได้ก็ต่อเมื่อมีแสงไปกระทบวัตถุนั้น แล้วแสงจากวัตถุนั้นสะท้อนเข้าตาเรา จึงทำให้เราเห็นภาพขึ้น ส่วนเงานั้นจะทำให้เราเห็นภาพนั้นเด่นขึ้น หรือเห็นรายละเอียดชัดเจนขึ้นว่าวัตถุนั้นมีรูปร่างเป็นอย่างไร

6. สี มีอิทธิพลอย่างมากต่อมนุษย์เรา สีที่ปรากฏนั้นอาจเกิดจากการมองเห็นของสายตาจากการที่แสงส่องมากระทบวัตถุ เกิดจากสีที่มีอยู่ในตัวของวัตถุเอง เราอาจแยกสีเป็น 2 ประเภท คือ

6.1 สีที่เกิดจากธรรมชาติ เช่น สีของใบไม้ ดอกไม้ ท้องฟ้า สีผิว และอื่นๆ อีกมากมาย

6.2 สีที่เกิดจากการผลิตขึ้นมาโดยมนุษย์ อาจให้สีเหมือนธรรมชาติหรือสร้างขึ้นมาก็ใหม่ก็ได้

7. ลักษณะพื้นผิว ในการออกแบบกราฟิก พื้นผิวมี 2 ลักษณะคือ

7.1 พื้นผิวที่สามารถสัมผัสได้ อาจเรียบหรือขรุขระ

7.2 พื้นผิวที่สื่อออกมาด้วยลายเส้น หรือวิธีการใด ๆ ทางกราฟิก

8. สัดส่วน สัดส่วนทั้งในส่วนของวัตถุ และความเหมาะสมระหว่างวัตถุและบริเวณภาพ ซึ่งเรื่องนี้เกี่ยวข้องกับเรื่องขนาด ปริมาณ และบริเวณว่าง จะต้องพิจารณาให้ละเอียดไม่ควรละเลย ซึ่งจะมีผลต่อการสื่อความหมายได้

9. ทิศทาง เป็นการนำสายตา จูงใจ และแสดงความเคลื่อนไหว อาจแสดงด้วยเส้น ลูกศร สายตา การเดินทาง ถนน ฯลฯ

10. จังหวะ ลีลา การจัดวางเส้น รูปร่าง รูปทรงที่มีความต่อเนื่อง มีลีลาที่เคลื่อนไหว แสดงความถี่หรือใกล้ชิด ความห่างหรือไกลกัน และอาจมีความพอเหมาะพอดีที่เรียกว่า “ลงตัว”

11. บริเวณว่าง ควรจะค้ำึงถึงและใช้ให้ถูกต้อง มิเช่นนั้นแล้วจะมีผลต่อการสื่อความหมายให้ผิดพลาดคลาดเคลื่อนได้ การใช้บริเวณว่างที่เหมาะสมจะทำให้ได้ภาพชัดเจน ง่ายต่อการรับรู้และเข้าใจรวมไปถึงความงามอีกด้วย

12. ระยะของภาพ สายตาของมนุษย์เราจะมองเห็นภาพที่อยู่ใกล้ชัดเจนที่สุด และมองเห็นภาพที่อยู่ไกลเลือนราง ให้รายละเอียดไม่ชัดเจน การรับรู้ของสายตา และการถ่ายทอดเพื่อสื่อความหมายในเรื่องระยะของภาพนี้ ทำให้เกิดความถูกต้อง สมจริง บอกได้ถึงขนาด สัดส่วน ระยะทาง ความลึก ฯลฯ

การจัดองค์ประกอบของงานกราฟิก

1. จัดให้เป็นเอกภาพ ในที่นี้หมายถึง สิ่งที่ช่วยทำให้ชิ้นงานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์นั้น ๆ ความเป็นเอกภาพจะครอบคลุมถึงเรื่องของความคิดและการออกแบบ

2. ความสมดุล ในงานกราฟิกเป็นเรื่องของความงาม ความน่าสนใจ เป็นการจัดสมดุลกันทั้งในด้านรูปแบบและสี มีอยู่ 2 ลักษณะที่สำคัญ คือ

2.1 ความสมดุลในรูปทรงหรือความเหมือนกันทั้ง 2 ด้าน คือเมื่อมองดูภาพแล้วเห็นได้ทันทีว่าภาพที่ปรากฏนั้นเท่ากัน ลักษณะภาพแบบนี้จะทำให้ความรู้สึกที่มั่นคง เป็นทางการ แต่อาจทำให้ดูน่าเบื่อได้ง่าย

2.2 ความสมดุลในความรู้สึก หรือความสมดุลที่สองข้างไม่เหมือนกัน เป็นความแตกต่างกันทั้งในด้านรูปแบบ สี หรือพื้นผิว แต่เมื่อมองดูโดยรวม จะเห็นว่าเท่ากัน ไม่เอียงเอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง ความสมดุลในลักษณะนี้ทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว แปรเปลี่ยน ไม่เป็นทางการและไม่น่าเบื่อ

2.3 การจัดให้มีจุดสนใจ ภายในเนื้อหาที่จำกัดจะต้องมีการเน้น การเน้นจะเป็น ณ จุดใดจุดหนึ่งที่เราเห็นว่ามีความสำคัญ อาจทำได้ด้วยภาพหรือข้อความก็ได้ โดยมีหลักว่า “ความคิดเดียว และจุดสนใจเดียว” การ มีหลายความคิด หรือมีจุดสนใจหลายจุด จะทำให้การออกแบบเกิดความล้าแหละเพราะหาจุดเด่นชัดไม่ได้ ภาพรวมจะไม่ชัดเจน ขาดเอกลักษณ์ของความเป็นผู้นำในตัวชิ้นงาน สำหรับวิธีการที่จะทำให้มีจุดสนใจอาจเน้นด้วย สี ขนาด สัดส่วน และรูปร่างที่แปลกไปกว่าส่วนอื่นๆ ในภาพ ส่วนตำแหน่งที่เหมาะสมในการวางจุดสนใจนั้นสามารถกระทำได้โดย นำภาพมาแบ่งเป็น 3 ส่วน บริเวณที่เส้นตัดกันนั้นก็คือ ตำแหน่งที่เหมาะสม จากผลการวิจัยหลายๆครั้ง พบว่า ตรงจุดตัดกันที่มุมบนซ้ายนั้นเป็นตำแหน่งที่ดีที่สุด เหตุผลหนึ่งที่สนับสนุนก็คือ ในการอ่านหนังสือนั้น เรามักอ่านจากมุมซ้ายไปขวา และจากบนลงล่าง ฉะนั้น ตำแหน่งนี้จะเป็นจุดแรกที่สายตาเรามอง เพื่ออ่านหรือดูภาพบนแผ่นภาพนั่นเอง

งานกราฟิกที่น่าสนใจจะต้องมีเอกลักษณ์ของตัวเองชัดเจน การออกแบบจะเป็นตัวสนับสนุนให้งานน่าสนใจ การออกแบบจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากที่จะทำให้งานน่าสนใจ และการสร้างสรรค์งานออกแบบกราฟิกทั่วไป จะมีรูปแบบองค์ประกอบศิลป์สำหรับงานกราฟิกเพื่อการพิจารณา ดังนี้

1. แบบแถบตรง เป็นองค์ประกอบที่กำหนดเพื่อหาสาระรายละเอียดที่ต้องการนำเสนอเข้าด้วยกันให้อยู่ในขอบเขตแนวตั้งตรง
2. แบบแกน เป็นลักษณะที่มีแกนกลาง และมีสาขาแยกย่อยออกไป โดยเน้นจุดเด่นที่แกน กิ่งก้านสาขาจะช่วยเป็นองค์ประกอบเสริมให้จุดเด่นมีความชัดเจนยิ่งขึ้น
3. แบบตาราง เป็นองค์ประกอบที่มีลักษณะเป็นตารางเล็กใหญ่สลับกับภาพในเนื้อหาที่กำหนด
4. แบบกลุ่ม เป็นลักษณะการจัดรวมเป็นกลุ่มไม่เกิน 3 กลุ่มในชิ้นงาน และมีขนาดแตกต่างกัน โดยคำนึงถึงเรื่องการกำหนดพื้นที่ว่างด้วย
5. แบบต่อเนื่อง คือ องค์ประกอบที่จัดวางให้มีลักษณะที่ต่อเนื่องกัน โดยคำนึงถึงจังหวะลีลาของรูปทรงรวมกับพื้นที่ว่างด้วย
6. แบบอักษร อาจจัดเป็นแบบรูปทรงตัวอักษรอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีรูปร่างสวยงาม เช่น จัดแบบตัว T แบบตัว H แบบตัว S แบบตัว I หรือแบบตัว Z ก็ได้

วงล้อสีธรรมชาติ

1. สีทุกสี ในวงล้อเป็นสีแท้ เพราะทุกสีมีความเข้มหรือความสดใสในตัวของมันเองซึ่งเกิดจากการผสมของแม่สี

2. เมื่อนำสีทุกสีมาผสมกันในอัตราส่วนที่เท่ากันจะทำให้เกิดสีเป็นกลาง

3. สีที่อยู่ใกล้กันจะมีความกลมกลืนกัน เพราะเป็นการผสมสีจากสีร่วมกัน เช่น ม่วงแดง แดง และ แสดแดง

4. สีตรงข้ามกันในวงล้อสีจะมีลักษณะสีที่ตัดกัน หรือเป็นปฏิปักษ์ต่อกัน เช่น สีแดง กับสีเขียว ฉะนั้นในวงล้อสีจึงมีสีที่ตัดกันอย่างแท้จริง อยู่ 6 คู่ การนำสีตรงข้ามมาใช้ในการออกแบบ จะช่วยให้ภาพน่าสนใจมากขึ้น แต่ต้องใช้ให้ถูกหลักการ คือไม่ควรใช้สีที่ตัดกันอย่างแท้จริงสัดส่วนที่เท่ากัน ถ้าจะใช้ควรจะมีสัดส่วนประมาณ 80 : 20 หรือมีฉะนั้นก็ต้องทำให้สีใดสีหนึ่งหรือทั้งคู่ ลดความสดใสรุนแรงลงไป ที่เรียกว่า การเบรกสี หรือ ฆ่าสี ซึ่งอาจทำได้โดย

4.1 การทำให้สีจางลง โดยการเติมสีขาวลงไป

4.2 การทำให้สีเข้มหรือมืด โดยการเติมสีดำลงไป

4.3 การใช้วิธีการใช้สีเทา ผสมลงเล็กน้อย จะทำให้สีหม่นลง หรืออาจใช้สีตรงข้ามเพียงเล็กน้อย ก็จะทำให้สีนั้นลดความสดใสไปได้

จิตวิทยาในการใช้สี การมีความรู้และประสบการณ์ในการเลือกใช้สีของนักออกแบบ เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้งานเหล่านั้นบรรลุเป้าหมายตามความต้องการได้ไม่ยากนัก การเรียนรู้ถึงอิทธิพลที่มีต่อความรู้สึกของการมองสีแต่ละสี จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาอย่างยิ่ง

วรรณะของสี หมายถึง กลุ่มสีที่ปรากฏให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน สังเกตจากวงล้อสีจะปรากฏ เป็น 2 วรรณะ คือ วรรณะสีร้อน ลักษณะของสีจะให้ความรู้สึกสดใส ร้อนแรง ฉูดฉาด หรือรื่นเริง สีในกลุ่มนี้ได้แก่ สีเหลือง สีแดง สีแสด และสีที่ใกล้เคียง ส่วนวรรณะสีเย็น ให้ความรู้สึกที่ปรากฏในภาพจะแสดงความสงบ เยือกเย็นจนถึงความเศร้า ได้แก่ สีน้ำเงิน สีม่วง สีเขียว และสีที่ใกล้เคียง

สีแสดงอารมณ์

1. สีแดง เป็นสีของไฟ การปฏิวัติ ความรู้สึกทางกามารมณ์ ความปรารถนา สีของความอ่อนเยาว์ ดังนั้นจึงเป็นที่ชอบมาสำหรับเด็กเล็กๆ สีแดงเป็นสีที่มีพลังมากสามารถดึงดูดสิ่งอื่นๆ จึงไม่เหมาะที่จะใช้เป็นสีพื้นหรือฉากหลัง

2. สีเหลือง เขียว และม่วงทุกระดับสี มีค่าสีแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสีที่มาผสม สีดังกล่าวอาจทำให้เกิดความรู้สึกในทางบวก การแสดงออกเต็มไปด้วยความรู้สึกซาบซึ้งฉลาด หรือให้ความรู้สึกในทางลบ และเก็บกดก็เป็นได้

3. เมื่อนำสีแดงมาผสมกับสีขาวจะเป็นสีชมพู สีแดงจะลดพลังลง และทำให้รู้สึกถึงความอ่อนหวาน นุ่มนวล และความเป็นกวีขึ้นมาแทน แต่ถ้าสีแดงและเหลืองถูกผสมให้เข้ม ผลลัพธ์ก็คือสีน้ำตาล ซึ่งมีความอ่อนแก่ต่างกัน แต่ไม่ว่าจะอ่อนแก่เพียงใด สีประเภทน้ำตาลจะให้ความรู้สึกเกี่ยวกับพื้นดิน ความมั่นคง แข็งแรง เข้มแข็ง ความเป็นจริง อบอุ่น

4. สำหรับสีเหลือง เป็นสีที่มีพลังในด้านความสว่างอย่างมาก ให้ความรู้สึกเย็นมากกว่าสีเหลืองอมส้ม แต่ก็อ่อนกว่าสีเหลืองอมเขียว สีเหลืองสะท้อนถึงสติปัญญามากกว่าจิตใจ คุณลักษณะของสีเหลือง จะรู้สึกได้เมื่อมีสีที่สองปรากฏอยู่ด้วย เช่น เมื่ออยู่กับสีเขียวจะทำให้รู้สึกมั่นคง และจับต้องได้มากขึ้น

5. สีเขียว เป็นสีทางชีววิทยาซึ่งใกล้เคียงกับธรรมชาติ และช่วยให้ความคิดฟุ้งฟ่วนสงบลลง เป็นสีกลางๆ ไม่เย็นและไม่ร้อน แต่ถ้าเข้มขึ้นไปในทางสีน้ำเงินจะดูเป็นน้ำ สีเขียวอมฟ้า สีฟ้าพลอย เป็นสัญลักษณ์ของน้ำ และอาการเคลื่อนไหว โดยปกติแล้วสีเขียวอมฟ้าเป็นสีตรงข้ามกับสีฟ้า

6. สีน้ำเงิน เป็นสีที่เก็บกด ช่างฝัน เปล่าเปลี่ยว ถึงแม้ว่าจะทำให้ไสขึ้นโดยการผสมสีขาวเข้าไปก็ตาม สีน้ำเงินให้ความประทับใจเกี่ยวกับความสะอาด บริสุทธิ์ จึงมักใช้ในที่ต้องการแสดงสุขอนามัย

7. สีม่วง แสดงถึงความใคร่ครวญ การทำสมาธิ ความลึกลับ เวทมนต์คาถา และความเก่าแก่โบราณ แม้ว่าจะผสมสีขาวให้เป็นสีม่วงโลแลค ก็ยังทำให้คนที่มองเห็นไม่กล้าเข้าใกล้ ไม่รู้สึกเป็นมิตร สีม่วงครามซึ่งใกล้สีน้ำเงินมาก จะดูเกี่ยวข้องกับโลกมากกว่าสีม่วงแดง แต่ยังให้ความเป็นเจ้านายและเต็มไปด้วยเกียรติยศอยู่นั่นเอง

8. สีทอง มีตำแหน่งใกล้สีส้ม และนับว่าเป็นสีอ่อนสีหนึ่ง ในขณะที่สีเงินถูกจัดให้เป็นสีเย็น และมีความคล้ายคลึงกับสีเทากลาง การใช้สีเงินออกยากกว่าเนื่องจากต้องมีสีอ่อนมาใช้ร่วมด้วยหากว่าต้องการผลของความรู้สึกในทางบวก

9. สีเทา สำหรับสีเทาซึ่งมีระดับสีอ่อนแก่แตกต่างกันมากหลายระดับ อาจจะเป็นที่คุ้นเคยกันดีจากการดูภาพขาวดำ การอ่านหนังสือพิมพ์และหนังสือทั่วไป

10. สีดำ ซึ่งเรียกว่า ออร์ค คือ ถือว่าไม่ใช่สีดำ เป็นสัญลักษณ์ของความมืด ความว่าง ในการตีพิมพ์สีดำมีค่าในทางบวกมาก เนื่องจากเมื่อเราไม่ใช่สีอื่น ๆ ไม่ว่าจะ เป็นภาพหรืออักษรวางลงไป ก็จะทำให้สีเหล่านั้นเจิดจ้าสะดุดตาขึ้น

11. สีขาว สีขาวก็เช่นกัน ไม่เป็นทั้งสีอ่อนและเย็น ยกเว้นเมื่ออยู่กับสีเหลือง จะทำให้สีเหลืองจ้าขึ้น เราสามารถวางภาพ หรืออักษรสีต่างๆ ลงบนพื้นขาวได้ผลดีเช่นเดียวกับสีดำ

หลักการพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี

การใช้สีในงานออกแบบกราฟิก มีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้งานนั้นน่าดู สวยงาม และตื่นตาหรือส่งเสริมให้เนื้อหาสาระที่น่าเสนอมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คนแต่ละวัยมีความสนใจกลุ่มสีแตกต่างกัน เด็กเล็กๆจะสนใจสีสด เข้ม สะดุดตา ไม่ชอบสีอ่อน และจะสังเกตได้ว่าเมื่อมีอายุมากขึ้นก็ยังไม่ชอบสีสดใสมากๆ กลับนิยมสีอ่อนหวาน นุ่มนวล การวางโครงสร้างสีในงานออกแบบกราฟิกในเชิงพาณิชย์ จึงต้องเน้นเรื่องวัยของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ เด็กเล็กๆ ควรใช้สีประเภทปฐมภูมิ หรือสีทุติยภูมิ ส่วนผู้ใหญ่อาจต้องใช้สีแท้ ผสมกลุ่มสีขาวหรือสีนวลหรือสีดำ การใช้สีขาวหรือสีดำมาผสมกับสีแท้ ก็จะช่วยลดความสดใสของสีเดิมลงตามขนาดสัดส่วนมากน้อยตามต้องการ ดังนั้น ก่อนจะวางโครงสร้างสีในการทำงาน จึงควรพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สีในทางจิตวิทยาด้วย ดังนี้

1. ใช้สีสดสำหรับกระตุ้นให้เห็นเด่นชัด เพื่อการมองในระยะเวลาดสั้นๆ เหมาะอย่างยิ่งสำหรับการทำสื่อเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

2. พึงระลึกไว้เสมอว่าการใช้สีมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเน้นให้เห็นเด่นชัด มุ่งส่งเสริมเนื้อหาสาระมีความชัดเจนขึ้น ถูกต้องขึ้น บางครั้งการใช้สีของนักออกแบบ จะสามารถใช้สีได้อย่าง

อิสระเพื่อความสวยงาม บางครั้งก็ต้องจำเป็นนึกถึงหลักความจริง และความถูกต้องอย่างเหมาะสมด้วย

3. การออกแบบพาณิชยศิลป์ งานกราฟิกต่างๆ อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้สีเสมอไป ผู้ออกแบบจึงควรพิจารณาถึงความเหมาะสมด้วยว่าควรใช้อย่างไร เพียงใด การกำหนดว่าจะใช้สีเพิ่มขึ้นมา 1 สีนั้น หมายความว่าต้องเพิ่มงบประมาณตามมาอีกจำนวนหนึ่งเสมอ

4. ควรใช้สีให้เหมาะสมกับวัยผู้บริโภค

5. การใช้สีมากเกินไปไม่เกิดผลดีกับงานออกแบบอย่างแท้จริง เพราะสีในหลายๆสีอาจทำให้ลดความเด่นชัดของงานและเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ

6. เมื่อใช้สีสด เข้มจัด คู่กับสีอ่อนมากๆ จะทำให้ดูเด่นชัดและมีชีวิตชีวาน่าสนใจ

7. การใช้สีพื้นในงานออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีพื้นที่ว่างมากๆ ไม่ทำให้เกิดผลในการเร้าใจเท่าที่ควรจึงควรหลีกเลี่ยง

8. ข้อพิจารณาสำหรับการใช้สีบนตัวอักษร ข้อความ คือ จะต้องให้ชัดเจน อ่านง่าย ควรลดเว้นการใช้สีตรงข้ามในปริมาณที่เท่าๆกัน บนพื้นที่เดียวกันหรือใกล้เคียง เพราะจะทำให้ผู้ดูต้องเพ่งมองอย่างมาก ทำให้เกิดภาพซ้อนพร่ามัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนที่เป็นเนื้อหาสาระ เช่น ตัวอักษรสีแดงบนพื้นสีเขียว ความเด่นชัดของข้อความที่ต้องการเน้นด้วยความแตกต่างกันของสี ก็จะลดความเด่นชัดลงอีกด้วย

การจัดองค์ประกอบภาพในงานกราฟิก ในงานศิลปะ หรือการออกแบบ มีแนวคิดไม่แตกต่างกันเท่าใดนัก นักสร้างสรรค์จะต้องหาแนวทางที่จะทำให้งานกราฟิกที่คิดขึ้นมีความน่าสนใจเร้าใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และการนำเสนอควรจะต้องคำนึงถึง

1. การใช้เส้น เส้นเป็นตัวกำหนดรูปร่างและเป็นองค์ประกอบในการสร้างสรรค์งานกราฟิก ซึ่งอาจจะแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ 5 ชนิด คือ

1.1 เส้นโค้ง (Curved)

1.2 เส้นหมุน (Spiral)

1.3 เส้นวนไปมา (Meandering)

1.4 เส้นซิกแซก (Zigzag)

1.5 เส้นตรง (Straight)

การเขียนเส้นด้วยวัสดุที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้ลักษณะของเส้นมีความแตกต่างกันไป และแนวการเขียนด้วยเส้นวัสดุประเภทเดียวกันของศิลปิน ก็สามารถแสดงลีลาของการเขียนได้หลายแบบหลายวิธี ล้วนน่าสนใจทั้งสิ้นซึ่งสามารถเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสม

2. การกำหนดรูปร่าง รูปร่างเกิดจากการใช้เส้นลักษณะต่าง ๆ กัน ลากมาต่อกันเกิดเป็นรูปร่างหลัก (Basic shape) ในศิลปะ หรือที่เรียกว่า รูปทรงพื้นฐานทางเรขาคณิต และรูปทรงอิสระซึ่งมีรูปร่างที่ไม่แน่นอน ลักษณะที่ชัดเจนของรูปร่างต่าง ๆ จะเน้นความรู้สึกของการมองเห็นเป็น 2 มิติ คือ แสดงให้เห็นส่วนกว้างและยาว หรือกว้างและสูงเท่านั้น ถ้าเป็นการเน้นส่วนหนาหรือส่วนลึกขึ้นมา

ก็จะทำให้รูปร่างต่าง ๆ แสดงความเป็น 3 มิติเพิ่มขึ้น ทำให้การมองเห็นเปลี่ยนแปลงไปเป็นรูปทรงต่าง ๆ และถ้าเพิ่มรายละเอียดสีส้ม แสงเงาลงไป ก็ยิ่งจะเพิ่มความมีมิติมากยิ่งขึ้น

3. มุมมองทัศนียภาพ การนำเสนอรูปภาพงานสิ่งพิมพ์เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ เราจะสามารถสร้างได้โดยง่ายด้วยการเสนอมุมมองของภาพที่จะนำเสนอ มุมมองที่แปลกตาสามารถสร้างสรรค์ขึ้นได้โดยง่าย อาจจะใช้การถ่ายภาพ หรือใช้เทคนิคพิเศษในห้องมืด หรือจากการเขียนภาพ และการเลือกมุมมองในการนำเสนอก็ได้ จะเห็นว่ามุมมองต่าง ๆ ที่ต่างกันไป ย่อมให้ความรู้สึกที่ต่างกันอย่างชัดเจน

4. จังหวะและลีลา การกำหนดจังหวะของแต่ละส่วนหรือการจัดวางองค์ประกอบภาพ จำเป็นที่จะต้องอาศัยหลักการทางศิลปะ การสร้างจังหวะหรือลีลาของส่วนประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ข้อความ ภาพประกอบ หรือสัญลักษณ์ จะทำหน้าที่ 2 ทาง คือ เป็นการชี้นำให้ผู้ดูภาพ และสาระข้อมูลตามต้องการ และเป็นการเน้นให้เกิดความสวยงามแปลกตา วิธีการสร้างองค์ประกอบให้เกิดจังหวะลีลากระทำได้หลายแบบ ได้แก่

4.1 แบบจัดระเบียบ เป็นการจัดที่ค่อนข้างเน้นรูปแบบอย่างเป็นทางการ เช่น การจัดให้เกิดความสมดุลแบบสมมาตร การแบ่งแยกตัวอักษรและภาพไว้เป็นคนละส่วนกัน การแบ่งระยะพื้นที่ว่างเป็นระยะ ๆ เท่ากัน

4.2 การจัดแบบสลับ การสร้างจังหวะลีลาแบบสลับเป็นการสลับเนื้อหาสาระรูปภาพ การสลับรูปแบบรูปทรง เพื่อเน้นความตื่นตาตื่นใจไม่น่าเบื่อหน่าย นิยมใช้จัดออกแบบกราฟิกหน้าเอกสาร

4.3 การจัดแบบศูนย์กลาง เป็นการเน้นรูปภาพอยู่ตรงกลางภาพ และให้ตัวอักษรข้อความอยู่ล้อมรอบหรือกระจายเป็นรัศมี นิยมใช้จัดในงานออกแบบสื่อโฆษณา

4.4 การจัดแบบกระจาย เป็นการจัดแบบอิสระโดยไม่เน้นลักษณะองค์ประกอบแบบใด การจัดภาพแบบนี้จะมีจังหวะลีลาไม่แน่นอน แล้วแต่โอกาสและลักษณะงานนั้นๆ นิยมใช้ในงานออกแบบสื่อโฆษณา

4.5 การจัดแบบผสมผสาน เป็นการนำเอาหลาย ๆ วิธีการจัดออกแบบร่วมกัน ทำให้เกิดเป็นรูปแบบใหม่ขึ้นมา การจัดวิธีการนี้จะต้องคำนึงถึงความสอดคล้องสัมพันธ์กันมากที่สุด

5. เทคนิคเกี่ยวกับภาพ ที่มาของภาพที่นำมาใช้ในงานกราฟิกอาจได้จากภาพถ่าย การเขียนภาพ หรือการพิมพ์ภาพ การใช้คอมพิวเตอร์ ตลอดจนวิธีการสร้างสรรค์อื่นๆ อีกมากมาย แต่ละแบบแต่ละวิธีการสามารถสร้างสรรค์ภาพให้น่าสนใจได้อย่างอิสระ บางแบบอย่างอาจจะเหมาะกับการใช้งานเฉพาะอย่าง บางแบบอาจใช้ได้ทั่วไป การสร้างสรรค์อย่างอิสระนี้เองทำให้นักออกแบบสามารถนำเอาเทคนิคเกี่ยวกับภาพมาใช้ในงานกราฟิกได้อย่างกว้างขวาง เทคนิคต่าง ๆ จะทำให้รูปแบบของงานสร้างสรรค์เปลี่ยนแปลงไป เช่น การใช้ภาพที่มีรายละเอียดมาก ๆ ในการนำเสนอ การใช้ภาพที่มีความต่อเนื่องกันเพื่อการนำเสนอ การใช้ภาพเล็กๆ หลายๆ แบบรวมกันเป็นกลุ่มใหญ่ในการนำเสนอ

6. การนำเสนอรูปแบบ

หลักพื้นฐานการออกแบบ 4 ประการ

1. ความง่าย (Simplicity) ความง่ายเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลให้การออกแบบนำไปสู่ความสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ของงานออกแบบนั้นๆ ทั้งนี้โดยพิจารณาว่าต้องของง่ายต่อการทำความเข้าใจ ไม่ซับซ้อน หรือยุ่งยากต่อผู้ชม ซึ่งมักจะประกอบด้วยง่ายต่อการอ่านโดยเฉพาะเมื่อมีการประกอบอักษร ข้อความ คำพูดต่าง ๆ และสำหรับในการผลิตควรต้องการผลิตง่ายไม่ยุ่งยากมาก และง่ายต่อการนำไปใช้

2. ความมีเอกภาพ (Unity) เอกภาพเป็นลักษณะของความเป็นหนึ่งเดียวของสิ่งที้ออกแบบ ต้องไม่เกิดความขัดแย้งในส่วนขององค์ประกอบ ควรมีความกลมกลืนสร้างรู้สึกเป็นส่วนเดียวกันของงาน ทั้งนี้โดยคำนึงถึงการจัดปริมาณ การจัดพื้นที่ การกำหนดสัดส่วน และการกำหนดสี

3. การเน้น (Emphasis) การส่งเสริมคุณค่าของงานออกแบบอย่างหนึ่งก็คือการเน้น โดยสามารถแสดงออกได้ด้วยการแสดงออกให้เห็นว่างานออกแบบนั้น ๆ มีแนวความคิดเป็นแนวความคิดเดียว โดยการสร้างจุดสนใจเพียงสิ่งเดียว ใช้สี แสง ขนาด ทิศนมิติ ช่วยให้เกิดการเน้นที่ชัดเจน

4. ความสมดุล (Balance) การจัดภาพโดยให้นำหนักของภาพทั้งสองด้านมีความสมดุล เป็นการสร้างความรู้สึกที่ไม่ขัดแย้งต่อธรรมชาติการมองของผู้พบเห็น ซึ่งสามารถสร้างสมดุลได้ทั้งในลักษณะสมมาตร (Symmetry) และอสมมาตร (Asymmetry)

ทฤษฎีสีและการใช้สี

สีมีส่วนเกี่ยวข้องกับการออกแบบเป็นอย่างมาก เป็นส่วนที่ช่วยสร้างความสวยงาม ความน่าสนใจ สร้างความแตกต่าง ตลอดจนสร้างความรู้สึก แต่การใช้สีที่ดีจำเป็นต้องอาศัยหลัก และความเข้าใจพื้นฐานต่อสีที่ถูกต้อง สีที่นำไปใช้ในการออกแบบจึงจะสามารถช่วยส่งเสริม และทำให้งานออกแบบนั้นประสบความสำเร็จ (จุฑารัตน์. 2546)

2.4.3 ความสำคัญของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ดิศรามาศ ดวงระโทก (2556) บันทึกไว้ว่า บรรจุภัณฑ์ที่มีบทบาทสำคัญมากขึ้นต่อผู้ผลิต ซึ่งเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่ต้องคำนึงถึงศาสตร์และศิลป์สำหรับใช้แก้ปัญหาในการออกแบบบรรจุภัณฑ์แต่ละด้านให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด และถูกใจผู้บริโภคมากที่สุด

ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์นอกจากจะเป็นสิ่งที่ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์แล้ว ยังต้องทำหน้าที่โน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคเปรียบเสมือนเจ้าของผลิตภัณฑ์มาเยือนขายด้วยตนเองเพื่อเข้าถึงการบริการตนเอง (trend toward self service) บรรจุภัณฑ์จึงต้องแสดงบทบาทหลัก 2 ประการไปพร้อมๆ กันคือ ทั้งโฆษณาและการขาย (advertising and selling) ดังนั้น บรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งที่รวมไว้ซึ่งรูปร่างลักษณะของภาชนะบรรจุ (container) และการออกแบบ สี สัน รูปร่าง ตราฉลาก ข้อความ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ในการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ที่ใดๆก็ตามควรที่จะมีข้อพิจารณาตามปัจจัยหลัก 3 ประการอย่างกว้างๆ ต่อไปนี้คือ

1. ทำอย่างไรบรรจุภัณฑ์ จึงจะสื่อสารได้ทั้งวจนสัญลักษณ์และทัศนสัญลักษณ์ (how it communicates verbally and nonverbally) เช่น ออกแบบภาชนะบรรจุห่อขนมปังด้วยพลาสติก ที่นอกจากจะแสดงให้เห็นถึง ความสดชื่นด้วยสีและการตกแต่งแล้วก็ยังสร้าง ความรู้สึกใหม่สดจาก เตาอบให้เกิดแก่ผู้บริโภคได้

2. บรรจุภัณฑ์ควรจะสร้างความพึงพอใจ เกียรติ และศักดิ์ศรีสำหรับผู้ซื้อ (the prestige desired) แม้ว่าผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์นั้นไปแล้ว ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปนั้นควรต้องทำหน้าที่ ขยายต่อไปได้อีก เพราะการขายนั้นมิได้สิ้นสุดเพียงที่จุดซื้อ (point of purchase) เท่านั้น แต่บรรจุ ภัณฑ์ที่ดีต้องสร้างความต่อเนื่อง ในการนำมาใช้และการขายหลังจากที่ถูกซื้อไปแล้ว ไม่ว่าจะบรรจุภัณฑ์ นั้นจะถูกนำไปวางอยู่ที่ใดก็ตาม หรือ จนกว่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้นจะใช้หมดหรือถูกทำลายไป จึงถือว่าเป็นที่สิ้นสุด ยกตัวอย่างเช่น สินค้าประเภทบุหรี่ บุหรี่ และ ซองบุหรี่จะต้องถูกนำออกมาใช้ จนกว่าบุหรี่จะหมดถึง 20 ครั้งด้วยกัน และการนำบุหรี่มาสูบแต่ละครั้ง ก็มักอยู่ในสายตาของเพื่อน ผู้ร่วมงานหรือผู้ใกล้ชิดตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้เอง การออกแบบบรรจุภัณฑ์บุหรี่จึงต้องออกแบบให้ สามารถสร้างความพอใจ มั่นใจ และเกิดความรู้สึกว่าเหมาะสมกับศักดิ์ศรีของผู้ใช้ที่นำออกมา ถึงแม้ว่าบุหรี่ จะถือว่าเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นต่อชีวิต (irrational product) ก็ตามแต่ถ้าได้รับการ ออกแบบที่ดีก็สามารถจะนำมาซึ่งการตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผลเป็นส่วนตัว ตามอำเภอใจและสามารถ ส่งเสริมการขายได้

3. บรรจุภัณฑ์จะต้องแสดงความโดดเด่นออกมา (its stand out appeal) ให้ชัดเจนจาก ผลิตภัณฑ์อื่น ด้วยการใช้รูปร่าง สี หรือขนาด เพื่อบ่งชี้เอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์สามารถจดจำ ได้ง่าย หรือกยิบฉวยได้ไว้ในร้านค้า เป็นที่ติดตามตรึงใจเรียกหาใช้ได้อีก

2.4.4 หลักการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

นิจิตตรา จรรยาโท (2557) ได้บันทึกไว้ว่า การออกแบบกราฟิก หมายถึง การสร้างสรรค์ ลักษณะส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย ความ เข้าใจ (to communicate) ในอันที่จะให้ผล ทางจิตวิทยา ต่อผู้บริโภค บริโภคเช่น ให้ผลในการดึงดูด ความสนใจ การให้มโนภาพถึงสรรพคุณ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ห่อผลิตภัณฑ์ผู้ผลิต ด้วยการใช้วิธี กายออกแบบ การจัดวางรูปตัวอักษร ถ้อยคำ โฆษณา เครื่องหมายและสัญลักษณ์ ทางการค้า และ อาศัยหลักศิลปะการ จัดภาพให้เกิดการประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงามตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างสรรค์ได้ทั้งลักษณะ 2 มิติ บนพื้นผิวแผ่นราบ ของวัสดุเช่น กระดาษ แผ่นพลาสติก แผ่นโลหะอาบดีบุก หรืออลูมิเนียม โฟม ฯลฯ ก่อนนำวัตถุต่างๆ เหล่านี้ประกอบกัน เป็นรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ ส่วนในลักษณะ 3 มิติก็อาจทำได้ 2 กรณีคือ ทำเป็น แผ่นฉลาก (label) หรือแผ่นป้าย ที่นำไปติดบนแผ่นบรรจุภัณฑ์ประเภท rigid forms ที่ขึ้นรูปมาเป็น ภาชนะบรรจุสำเร็จมาแล้ว หรืออาจจะสร้างสรรค์บนผิวภาชนะบรรจุ รูปทรง 3 มิติ โดยตรงก็ได้ เช่น

ขวดแก้ว ขวดพลาสติก เป็นต้น ซึ่งลักษณะของ การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์นี้ส่วนใหญ่มักถือตามเกณฑ์ของเทคนิคการพิมพ์ในระบบต่างๆ เป็นหลัก

การออกแบบกราฟิกถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมากเพราะว่าเป็นส่วนประกอบ ที่สำคัญเหนือไปจากการบรรจุและการป้องกันผลิตภัณฑ์โดยตรง ทำให้บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่เพิ่มขึ้นมาโดยที่ลักษณะกราฟิกบรรจุภัณฑ์และสลากได้แสดงบทบาทหน้าที่สำคัญ อันได้แก่

1. การสร้างทัศนคติที่ดึงดูดต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และแผ่นสลากได้ทำหน้าที่ เปรียบเสมือนสื่อประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ในอันที่จะเสนอต่อผู้อุปโภคบริโภค แสดงออกถึงคุณภาพความดีของผลิตภัณฑ์ และความรับผิดชอบ

ผิดชอบที่ผู้ผลิตมีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยที่ลักษณะทางกราฟิกจะสื่อความหมาย และปลูกฝังความรู้ความเข้าใจการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ ตลอดจนสร้างความต่อเนื่องของการใช้ การเชื่อถือในคุณภาพ จนกระทั่งเกิดความศรัทธาเชื่อถือในผู้ผลิตในผลผลิตที่สุดด้วย

2. การชี้แจงและบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิดประเภทของผลิตภัณฑ์ ลักษณะกราฟิกสามารถสื่อความหมายหรือถ่ายทอดความรู้สึกได้ว่า ผลิตภัณฑ์คืออะไร และผู้ใดเป็นผู้ผลิตนั้น มักนิยมอาศัยใช้ภาพและอักษรเป็นหลัก แต่ก็ยังอาศัยองค์ประกอบอื่นๆ มาช่วยในการออกแบบ เช่น รูปทรงเส้น สี ฯลฯ ซึ่งสามารถสื่อให้เข้าใจหมายหมายได้ เช่น เดียวกับการใช้ภาพ และข้อความอธิบายอย่างชัดเจน ตัวอย่างงานดังกล่าวนี้มีให้เห็นได้ทั่วไป และที่เห็นชัดคือ ผลิตภัณฑ์ต่างประเทศที่บรรจุอยู่ในภาชนะที่คล้ายคลึงกัน ดังเช่น เครื่องสำอาง และยา เป็นต้น แม้บรรจุอยู่ในขวดหรือหลอดรูปทรงเหมือนกัน ผู้บริโภคก็สามารถชี้ได้ว่าอันใดคือเครื่องสำอางอันใดคือยา โดยสังเกตจากกราฟิก เช่น ลักษณะตัวอักษรหรือสีที่ใช้ซึ่งนัยออกแบบจัดไว้ให้เกิดความรู้สึกผิดแผกไป

3. การแสดงเอกลักษณ์เฉพาะ สำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการลักษณะ รูปทรงและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่มักมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภททั้งนี้ เพราะกรรมวิธีการบรรจุภัณฑ์ ใช้เครื่องจักรผลิตขึ้นมาจากได้มาตรฐานเดียวกัน ประกอบกับผู้แข่งขันในตลาดมีมาก เห็นได้จากผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปที่ผลิตและจำหน่ายอยู่ อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะรูปทรง และโครงสร้างที่คล้ายคลึงกันมาก เช่น อาหารกระป๋อง ขวดเครื่องดื่ม ขวดยาของปิดผนึก (pouch) และกล่องกระดาษ เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ต่างๆ เหล่านี้มักมีขนาด สัดส่วน ปริมาณการบรรจุ ที่เหมือนกัน หรือใกล้เคียงกัน ดังนั้นการออกแบบกราฟิก จึงมีบทบาทหน้าที่แสดงเอกลักษณ์ หรือบุคลิกพิเศษ ที่เป็นลักษณะเฉพาะของตนของผลิตภัณฑ์ และผู้ผลิตให้เกิดความชัดเจนผิดแผกจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เป็นที่สะดุดตาและเรียกร้องความสนใจ จากผู้บริโภคทั้งเก่าและใหม่ให้จดจำ ได้ตลอดจนซื้อได้โดยสะดวกและรวดเร็ว

4. การแสดงสรรพคุณและวิธีใช้ ของผลิตภัณฑ์เป็นการให้ข่าวสารข้อมูล ส่วนประสมหรือส่วนประกอบที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ภายในว่ามีคุณสมบัติ สรรพคุณและวิธีการใช้ อย่างถูกต้องอย่างไรบ้าง ทั้งนี้โดยการอาศัย การออกแบบการจัดวาง (layout) ภาพประกอบข้อความสั้นๆ (slogan) ข้อมูลรายละเอียด ตลอดจนตรารับรอง คุณภาพและอื่นๆ ให้สามารถเรียกร้องความสนใจ

จากผู้บริโภคให้หยิบยกเอาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาพิจารณา เพื่อตัดสินใจเลือกซื้อ การออกแบบกราฟิกเพื่อแสดงบทบาทในหน้าที่นี้จึงเปรียบเสมือนการสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เป็นพนักงานขายเงียบที่ทำหน้าที่โฆษณา ประชาสัมพันธ์แทนคน ณ บริเวณจุดซื้อนั่นเองบรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ เปรียบเสมือนกุญแจดอกสุดท้ายที่จะไขผ่านประตูแห่งการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นงานพิมพ์ 3 มิติและมีด้านทั้งหมดถึง 6 ด้าน ที่จะสามารถใช้เป็นที่สื่อโฆษณาดีดีกว่าแผ่นโฆษณาที่มีเพียง 2 มิติหรือด้านเดียว การออกแบบพาณิชย์ศิลป์บนบรรจุภัณฑ์อาจคำนึงถึงหลักการง่ายๆ 4 ประการ คือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

S = Simple เข้าใจง่ายสบายตา

A = Aesthetic มีความสวยงาม ชวนมอง

F = Function ใช้งานได้ง่าย สะดวก

E = Economic ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

(นุช สุนทรชวากานต์ และ สายพิณ ชินตระกูลชัย. 2552)

2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างผลงานออกแบบที่น่าเชื่อถือและน่าสนใจ

2.5.1 ผลงานที่เกิดจากการปรับปรุงวิธีปฏิบัติงาน

ผลงานที่เกิดจากการปรับปรุงวิธีปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาในบริบทที่แตกต่างกันของผู้พัฒนางานแต่ละราย ย่อมมีลักษณะเฉพาะเจาะจงที่เป็นรูปธรรมแตกต่างจากงานของผู้อื่นไม่มากนักน้อย แม้ว่าจะยึดหลักแนวคิดหรือทฤษฎีเดียวกันก็ตาม หากผู้พัฒนางานรายงานผลงานในลักษณะที่เป็นหลักการทั่วไปตามแนวคิดหรือทฤษฎีที่ยึดเป็นหลักในการพัฒนางาน จะดูประหนึ่งว่ายังไม่ได้นำหลักการสู่การปฏิบัติจริง เพราะใคร ๆ ก็ยกหลักการทั่วไปมากล่าวได้ แต่การนำหลักการไปสู่การปฏิบัติจริงจะต้องมีการแปลงหลักการซึ่งเป็นนามธรรมสู่ขั้นตอนและวิธีการที่เฉพาะเจาะจงเป็นรูปธรรมแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมและความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคล

นักปฏิบัติจึงต้องให้ความสำคัญกับการแปลงหลักการทั่วไปซึ่งเป็นนามธรรมสู่วิธีปฏิบัติจริงที่เป็นรูปธรรม ความเชื่อถือได้ของผลงานจึงอยู่ที่ความสามารถในการแสดงให้เห็นวิธีการพัฒนาหรือปรับปรุงการทำงานในลักษณะที่เฉพาะเจาะจง เช่น นักปฏิบัติที่ยึดหลักการพัฒนาตามวงจรคุณภาพของเดมมิง (P-D-C-A) ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน (Plan) การปฏิบัติ (Do) การตรวจสอบ (Check) และการแก้ไขปรับปรุง (Action) ต้องออกแบบรายละเอียดที่เฉพาะเจาะจงอย่างสร้างสรรค์ว่า มีวิธีวางแผน วิธีปฏิบัติ วิธีตรวจสอบ และวิธีแก้ไขปรับปรุงอย่างไร โดยอาจจะเน้นในบางขั้นอย่างโดดเด่นเป็นพิเศษให้สอดคล้องกับสภาพจริงและปัญหาที่เผชิญอยู่ และรายงานผลอย่างเป็นรูปธรรม โดยสามารถระบุพฤติกรรม เวลา สถานที่ และ/หรือ ชื่อผู้เกี่ยวข้องได้ (ในกรณีที่ไม่ทำให้เกิดความเสียหายแก่ชื่อเสียงหรือสวัสดิภาพของผู้ที่ถูกเอ่ยถึง ในกรณีที่น่าจะก่อให้เกิดความเสียหาย ให้ใช้นามสมมติ)

และตั้งชื่อนวัตกรรมใหม่ให้กับวิธีการเฉพาะนั้นก็ได้ แม้ว่าวิธีการเฉพาะนั้นจะตั้งอยู่บนพื้นฐานหลักการทั่วไป (P-D-C-A) ก็ตาม

2.5.2 การทำให้ผลงานมีความน่าเชื่อถือ

การทำให้ผลงานมีความน่าเชื่อถือ มีกระบวนการดังนี้

1. ตัวผู้พัฒนางานต้องสามารถพิจารณา ตรวจสอบผลการปฏิบัติงานของตนเองอย่างไตร่ตรอง และปรับปรุงงานด้วยความตั้งใจ
2. เพื่อนร่วมงานช่วยไตร่ตรอง ตรวจสอบข้อมูล เพื่อขยายความคิด และช่วยวิพากษ์วิจารณ์เพื่อให้ได้ข้อสรุปและตีความหมายสิ่งที่ค้นพบจากหลักฐานที่ปรากฏ อย่างจริงใจ และทำความเข้าใจให้ตรงกันในสิ่งที่อภิปราย
3. ตรวจสอบผลที่เกิดขึ้นซ้ำ โดยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการตรวจสอบด้วย และอาจมีการบันทึกเหตุผลหรือคลิปเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อนำมาเป็นหลักฐานในการตรวจสอบภายหลังได้

2.5.3 การพัฒนาผลงานที่ควบคู่กับการปฏิบัติงาน

การพัฒนาผลงานที่ควบคู่กับการปฏิบัติงานจะให้ความสำคัญกับกระบวนการวิพากษ์วิจารณ์ และการตีความหรือแปลความหมายสิ่งที่ค้นพบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ความกระจ่าง เกิดการขยายความรู้ความคิดของ ผู้พัฒนางาน คุณภาพของผลงานจึงอยู่ที่การแสดงหลักฐานเกี่ยวกับกระบวนการตรวจสอบผลงาน กระบวนการที่ใช้ในการปรับปรุง วิธีการแก้ไขแนวปฏิบัติ และความสามารถในการอธิบายสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ และเป็นรูปธรรม โดยที่กระบวนการตรวจสอบผลงาน ไม่ใช่เพียงแต่แสดงความชื่นชม แสดงความยินดี หรือการให้กำลังใจแก่ผู้พัฒนางานเท่านั้น แต่ต้อง เสนอแนะสิ่งที่เป็ประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพงานให้ดียิ่งขึ้น

2.5.4 การประเมินคุณภาพผลงาน

ผู้ประเมินควรใช้เกณฑ์ในการพิจารณาดังต่อไปนี้

1. ผลงานที่เกิดจากการปฏิบัติงานจริงในการพยายามแก้ปัญหาในสภาพจริง อาจไม่ได้เริ่มต้นจากทฤษฎีที่มีอยู่ก่อน เกณฑ์การประเมินคุณภาพในกรณีนี้ จึงควรพิจารณาจากข้อความเป็นจริง ซึ่งบรรยายถึงเหตุการณ์ พฤติกรรม และ ผลที่เกิดขึ้นตามสภาพจริงอย่างน่าเชื่อถือเป็นเรื่องจริง ไม่ใช่ข้อความทั่วไปที่คนซึ่งไม่ได้ปฏิบัติจริงก็สามารถยกมากล่าวได้
2. การสร้างความกระจ่างในกระบวนการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และตรวจสอบข้อค้นพบกับเพื่อนร่วมงาน ต้องอยู่บนพื้นฐานของ ความเข้าใจสภาพจริงร่วมกัน
3. การจัดระบบในการปฏิบัติ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเลือกปัญหา วิธีการแก้ปัญหา การเผชิญกับบริบทของสังคมและการเมือง มีการตัดสินใจที่สุ่มรอบคอบว่าจะเลือกวิธีการแก้ปัญหาแบบใด เพราะการปฏิบัติงานในสภาพจริง มักต้องตอบสนองความจำเป็นเร่งด่วน ผู้พัฒนางานจึงต้องมีความรอบคอบในการเลือกและจัดระบบวิธีการปฏิบัติ

ผู้พัฒนางานที่รายงานผลงานจากการปฏิบัติงานจริงไม่ต้องกังวลว่า ผลงานของตนจะไม่ได้มาตรฐานเท่างานวิจัยของนักวิชาการ สิ่งที่สะท้อนคุณภาพของผลงานที่เกิดจากการปฏิบัติงานจริงคือ ความเปลี่ยนแปลงของสภาพการณ์และบุคคลอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากนวัตกรรมหรือวิธีการเฉพาะที่ได้พัฒนาขึ้นมาใช้ในการแก้ปัญหาหรือพัฒนางาน

บทเรียนหรือข้อค้นพบที่ผู้พัฒนางานได้จากการวางแผน คิดค้น ออกแบบ ปฏิบัติ บันทึกผล และปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเป็นระบบ อาจทำให้ผู้พัฒนางานสามารถสร้างทฤษฎีใหม่เกี่ยวกับกระบวนการพัฒนางานอันเกิดจากการปฏิบัติงานในด้านนั้นๆ อย่างแท้จริง โดยไม่จำเป็นต้องยึดติดอยู่กับกรอบแนวคิดเดิมเสมอไป (ไพจิตร สดวกการ. 2553)

2.6 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด

2.6.1 การสื่อสารการตลาด

สมาคมตัวแทนโฆษณาแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Association of Advertising) (ดารา ทีปะปาล. 2541 : 16) ให้ความหมายของคำว่า การสื่อสารการตลาดว่า การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ เป็นการวางแผนภายใต้แนวคิดเดียว โดยใช้การสื่อสารหลายๆแบบ เพื่อให้ บรรลุจุดประสงค์ที่วางไว้ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง ซึ่งรูปแบบต่างๆ จะถูกใช้อย่างผสมผสาน เพื่อความชัดเจนตรงกันเป็นหนึ่งเดียวและเกิดผลกระทบที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

สวัตนา วงษ์กะพันธ์ (2530 : 55) ให้ความหมายถึง การสื่อสารการตลาด ว่าเป็นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสื่อความหมาย สร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค โดยมุ่งหวังที่จะให้เกิดพฤติกรรมตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจนั้น และใช้กระบวนการนำเสนอข่าวสารในรูปการกระตุ้นด้วยวิธีต่างๆ โดยมุ่งหวังให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองที่คาดหวัง

2.6.2 วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

เสรี วงษ์มณฑา (2547) ได้แบ่งวัตถุประสงค์ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

1. ทำให้คนรู้จัก (Awareness)
2. เพื่อสร้างการยอมรับ (Acceptance)
3. เพื่อก่อให้เกิดความทรงจำ (Recall)
4. เพื่อให้เกิดพฤติกรรม หรือ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior)

2.6.3 เครื่องมือการติดต่อสื่อสารการตลาดแบบครบเครื่อง

เครื่องมือเหล่านี้เป็นเครื่องมือที่นิยมใช้มาก แต่อย่างไรก็ตามยังมีเครื่องมือสื่อสารการตลาดต่างๆ อีกมากมาย เพราะความคิดจินตนาการใหม่ๆ เกิดขึ้นเสมอ ได้แก่

1. การโฆษณา (Advertising)
2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)
3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)
4. การประชาสัมพันธ์(Public Relations)
5. การตลาดทางตรง (Direct Marketing)
6. การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ (Event Marketing)
7. การจัดแสดงสินค้า (Display)
8. การจัดโชว์รูม (Showroom)
9. การจัดศูนย์สาธิตการทำงานของสินค้า(Demonstration center)
10. การจัดสัมมนา (Seminar)
11. การจัดนิทรรศการ (Exhibition)
12. การจัดศูนย์ฝึกอบรม (Training Center)
13. การให้บริการ (Services)
14. การใช้พนักงาน (Employee)
15. บรรจุภัณฑ์ (Packaging)
16. การใช้พาหนะของบริษัทเคลื่อนที่ (Transit)
17. การใช้ป้ายต่างๆ (Signage)
18. การใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ (Internet)
19. การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ (Merchandising)
20. การให้สัมปทาน (Licensing)
21. คู่มือ (Manual)
22. อื่นๆ

(เสรี วงษ์มณฑา. 2540 : 81)

2.7 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้

2.7.1 ทฤษฎีการเรียนรู้

รับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของ แต่ละบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมใดๆ จะขึ้นอยู่กับ การรับรู้จากสภาพแวดล้อมของตนและความสามารถในการแปลความหมายของสภาพ ตอนนั้นๆ ดังนั้น การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ จึงขึ้นอยู่กับสิ่งเร้า และปัจจัยการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจัยการเรียนรู้ประกอบด้วยประสาทสัมผัส และปัจจัยทางจิต วิทยา คือความรู้เดิม เจตคติ และ ความต้องการ เป็นต้น การรับรู้จะประกอบด้วยกระบวนการสามด้าน คือการรับสัมผัส การแปล ความหมาย และ อารมณ์

การรับรู้เป็นผลเนื่องมาจากการที่มนุษย์ใช้อวัยวะรับสัมผัส (Sensory motor) ซึ่งเรียกว่า เครื่องรับ (Sensory) ทั้ง 5 ชนิด คือ การเห็น การรับรส การได้กลิ่น การได้ยิน และ การสัมผัส การรับรู้จะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพล หรือปัจจัยในการรับรู้ ได้แก่ ลักษณะของผู้รับรู้ ลักษณะของสิ่งเร้า

2.7.2 ความหมายของการรับรู้

มีผู้ให้ความหมาย ของการรับรู้ไว้ดังนี้

Robert Kreitner and Angelo Kinicki (1995 : 112 อ้างถึงใน วิเชียร วิทยอุดม. 2547 : 97) ให้ความหมายของการรับรู้ คือ ขบวนการในด้านความคิดและจิตใจ ซึ่งทำให้พวกเราสามารถที่จะ แปรความและเข้าใจสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัวเรา

Gregory Moorhead and Ricky W. Griffin (1998 : 100) กล่าวว่า การรับรู้เป็น กระบวนการซึ่งบุคคลจัดระเบียบและตีความความรู้สึกประทับใจของตนเองเพื่อให้ความหมายเกี่ยวกับ สภาพแวดล้อม

Don Hellriegel, John W. Slocum, Jr., Richard W. Woodman (1998: 72 อ้างถึงใน วิเชียร วิทยอุดม. 2547 : 97) กล่าวคือ ประสบการณ์ด้านแปรความหมายที่เกิดขึ้นจากการเลือกสรร และจัดหา ระเบียบของสิ่งเร้าภายนอกกรอบตัว การรับรู้จะรวมถึงการค้นหาการได้รับและ กระบวนการจัดหาข้อมูลซึ่งเป็นกระบวนการทางจิตวิทยาของมนุษย์ในการรับรู้ข้อมูลจากสิ่งแวดล้อม ภายนอกและสร้างโลกแห่งความคิดตนเอง

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 79) กล่าวว่ากระบวนการที่มนุษย์เลือกที่จะรับรู้ สรุปการรับรู้ ตีความหมายการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัส เพื่อที่จะสร้างภาพในสมอง ให้เป็นภาพที่มีความหมายและ มีความกลมกลืน

สรุปได้ว่า การรับรู้ คือ การเลือกสรรและการจัดระเบียบนั่นเอง แต่ละคนมักจะรับรู้ต่างกัน ไปแม้ในสถานการณ์เดียวกัน ขึ้นอยู่กับพื้นฐานความคิด ความรู้สึก สภาพแวดล้อมของผู้บริโภค และ ขึ้นอยู่กับการเลือกสรรเรื่องที่จะรับรู้และการจัดระเบียบข้อมูลที่ได้รับ รวมทั้งการตีความในสิ่งที่รับรู้

2.7.3 ระดับของการรับรู้

ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนี สมมิ (2546 : 52-53) ได้สรุปไว้ด้วยกัน 3 ประการดังนี้

1. การรับรู้ขั้นต่ำที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ (Lower) คือ จุดที่ตัวกระตุ้นทางตลาดที่อยู่เหนือจุดนี้ จะไม่มีพลังที่เพียงพอสำหรับผู้บริโภคที่จะรับรู้ได้
2. การรับรู้ที่แตกต่างต่ำสุดที่ผู้บริโภครับรู้ได้ (Difference thresholds) คือ ระดับนี้ ของการรับรู้หากการกระตุ้นเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย ก็สามารถทำให้ผู้บริโภครับรู้ได้
3. การรับรู้ขั้นสูงสุดที่ผู้บริโภคจะสามารถรับรู้ได้ (Upper thresholds) คือ จุดที่ซึ่งหาก เพิ่มการกระตุ้นที่เหนือจากจุดนี้ไป ก็จะไม่มียผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

2.7.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค

ฉัตรยาพร เสมอใจ และ มัทนี สมมิ (2546 : 54-59) ตามธรรมชาติของการรับรู้ และการกระทำที่เกิดจากการรับรู้ ผู้บริโภคจะมีปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อช่วยให้เกิดการรับรู้ได้ง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ปัจจัยทางด้านเทคนิค คือ สภาพความเป็นจริงที่มีผลกระทบต่อการศึกษาของผู้บริโภค ได้แก่

- 1.1 ขนาด (Size)
- 1.2 สี (Color)
- 1.3 ความเข้ม (Intensity)
- 1.4 การเคลื่อนไหว (Movement)
- 1.5 การวางตำแหน่ง (Position)
- 1.6 การตัดกัน (Contrast)
- 1.7 การแยกออก (Isolation)

2. ความพร้อมด้านจิตใจ ของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการรับรู้ของผู้บริโภค มีผลต่อการรับรู้ ได้แก่

- 2.1 ความมั่นคง
- 2.2 นิสัย
- 2.3 ความมั่นใจและความรอบครอบ
- 2.4 ความตั้งใจ
- 2.5 โครงสร้างของจิตใจ
- 2.6 ความคุ้นเคย
- 2.7 ความคาดหวัง

3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคได้มีการ คาดหวังที่จะเกิดขึ้น ประสบการณ์ในอดีตที่ดีในการใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าในปัจจุบัน และอนาคตด้วย

4. อารมณ์ของผู้บริโภค เป็นอารมณ์ สภาวะของจิตใจ ความรู้สึก ทศนคติในปัจจุบัน ณ ขณะนั้นว่ามีความพร้อมที่จะรับรู้หรือไม่ ถ้าผู้บริโภคอารมณ์ไม่ดี จะมีผลในทางลบต่อการรับรู้ เพราะจะทำให้สมาธิในการรับรู้ข้อมูลต่ำกว่าที่ควรจะเป็น

5. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคมในการรับรู้ของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะมีลักษณะการคิดตัดสินใจด้านต่างๆ ตามการปลูกฝังมาจากวัฒนธรรมและสังคมนั้นๆ การศึกษาสิ่ง แวดล้อมของผู้บริโภคจะทำให้เข้าใจและเข้าถึงผู้บริโภคได้

2.7.5 การรับรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณและความซื่อสัตย์

การรับรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณและความซื่อสัตย์คือ ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มาจากการเข้าไปเกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้นๆ การรับรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณและความซื่อสัตย์เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับนักธุรกิจ ถ้าผู้บริโภค รับรู้ถึงความไม่ซื่อสัตย์ก็จะมีผลในแง่ทัศนคติที่ไม่ดีต่อสินค้า ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องพยายามสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับผู้บริโภคในด้านความซื่อสัตย์ที่ธุรกิจมีต่อลูกค้าให้ได้

2.8 ศึกษาแนวคิดเรื่องเอกลักษณ์

2.8.1 นิยามและความหมาย

วิลัยพร สาคริก (2545) ได้บันทึกไว้ว่า เอกลักษณ์ (Identity - หรือที่ตำราทางวิชาการบางเล่มอาจใช้คำว่า "อัตลักษณ์") ในทางจิตวิทยาสังคม หมายถึง ความสำนึกของแต่ละบุคคลว่าตนเองมีความแตกต่างจากผู้อื่นอย่างไร เป็นคำตอบของคำถามที่ว่า "ฉันคือใคร" และ "ฉันคือใครในสายตาผู้อื่น"

บุคคลหนึ่งๆจะมีหลายเอกลักษณ์ ซึ่งก็คือ การมองตนเองในแง่มุมต่างๆในฐานะสมาชิก หน่วยงานหนึ่งของสังคม ตัวอย่างเช่น เชื้อชาติ ถิ่นกำเนิด เพศ ชนชั้น อาชีพ การเมือง ศาสนา ดังนั้นในฐานะสมาชิกหน่วยงานหนึ่งของสังคม บุคคลหนึ่งๆจะมองตนเองในหลายๆแง่มุม ตัวอย่างเช่น นาย ก. มองตนเองว่า เป็นคนไทยเชื้อสายจีน เป็นชาวอุดรธานี เป็นผู้ชาย เป็นพ่อค้า เป็นชนชั้นนายทุน เป็นชาวพุทธ การมองตนเองในแง่มุมต่างๆของนาย ก. ก็คือ เอกลักษณ์ในแง่มุมต่างๆของนาย ก. นั่นเอง

นอกจากเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคลแล้ว ในระดับกลุ่ม กลุ่มสังคมหนึ่งๆจะมี "เอกลักษณ์ร่วม" (Collective Identity) ซึ่ง Melucci (อ้างใน สกลกานต์ อินทร์ไทย. 2539) อธิบายว่า หมายถึง กระบวนการสร้างสำนึกร่วมของกลุ่มต่างๆในสังคม อันจะทำให้สมาชิกได้ ตระหนักถึงลักษณะร่วมของกลุ่ม และเข้าใจว่า "พวกเรา" มีลักษณะต่างไปจาก "พวกเขา"อย่างไร สำนึกร่วมดังกล่าวสามารถสร้างและปรับเปลี่ยนได้ โดยอาศัยสัญลักษณ์ต่างๆที่ถูกสร้างขึ้นใน วัฒนธรรมของกลุ่ม เช่น เพลงพื้นบ้าน ตำนานเรื่องวีรกรรมของบรรพบุรุษ ดังนั้น สังคม และวัฒนธรรมจึงมีบทบาทในการสร้าง การดำรงรักษา และการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์โดยตรง

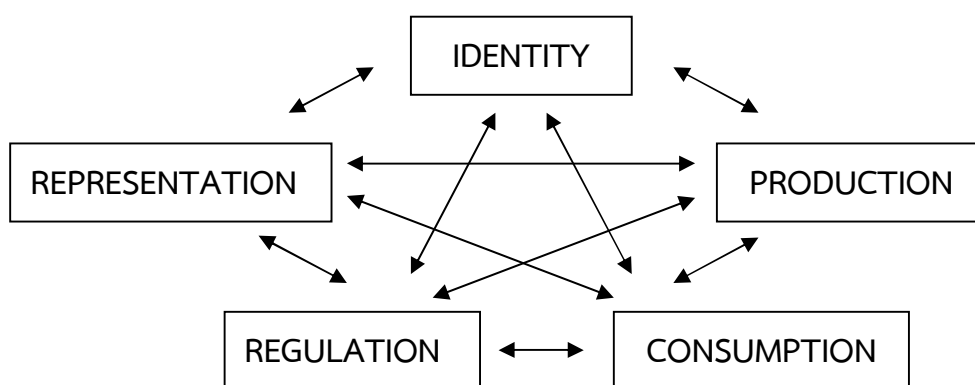
2.8.2 โครงสร้างของเอกลักษณ์

โครงสร้างของเอกลักษณ์ เกิดจากการจัดระบบของสังคม โดยกลุ่มสถาบันต่างๆในสังคม อันได้แก่ สถาบันทางเศรษฐกิจ สถาบันทางสังคม และสถาบันทางการเมือง ซึ่งล้วนแต่มีอิทธิพล กับสมาชิกในสังคม ดังนั้น บุคคลหนึ่งๆ จึงต้องปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์เมื่อตนเข้าไปเป็นสมาชิกในกลุ่มสังคมใหม่ นั่นคือ เอกลักษณ์ของแต่ละบุคคล และเอกลักษณ์ร่วมของกลุ่มจะต้อง ปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมและสังคมที่เปลี่ยนไป

2.8.3 การเกิดเอกลักษณ์ในวงจรวัฒนธรรม

เอกลักษณ์มีหลายระดับ คือ ระดับโลก (Global) ซึ่งเกี่ยวข้องกับเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ และความเป็นชาติ กับระดับท้องถิ่น (local) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับเอกลักษณ์ส่วนตัว คือ ตัวเอง เกี่ยวข้องกับใครบ้าง

ในส่วนนี้เราจำเป็นต้องพิจารณาถึง “วงจรวัฒนธรรม” (circuit of culture) ซึ่งจะอธิบายว่าเอกลักษณ์นั้นฟอร์มตัวของมันขึ้นมาได้อย่างไร ใครผลิตอะไรออกมาให้คนบริโภคจนเกิดการสร้างเอกลักษณ์ มีกระบวนการอย่างไร มีจุดหยุดยั้งที่ตรงไหน หรือจะแปรไปเมื่อใด ดังที่ Stuart Hall (1994) อธิบายได้ดังนี้



ภาพที่ 2.46 ภาพแสดงกระบวนการเกิดเอกลักษณ์ในวงจรวัฒนธรรม ของ Stuart Hall
ที่มา : (Stuart Hall. 1994)

S.Hall กล่าวว่า ภาพข้างต้น แสดงกระบวนการของการเกิดเอกลักษณ์ อันได้แก่ การแสดงออก (representation) เอกลักษณ์ (identity) การผลิต (production) การบริโภค (consumption) และ กฎระเบียบ (regulation) ในกระบวนการนี้ จุดเริ่มต้นจะอยู่ตรงที่ใดก็ได้ เพราะว่าไม่ได้เป็นกระบวนการแบบเส้นตรง (linear) หรือแบบลำดับขั้นตอน (sequential) แต่ละวงจรจะไม่ถูกผูกเอาไว้ที่จุดใดจุดหนึ่งแต่จะ ถูกแยกกันเพื่อให้เรามองเห็นปรากฏการณ์ ที่เกิดขึ้นอย่าง เป็นอิสระในแต่ละช่วงเวลา หรือช่วง สถานการณ์ได้

ตัวอย่างของการเกิดเอกลักษณ์ในวงจรวัฒนธรรม เช่น เอกลักษณ์อย่างหนึ่งของจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ ไข่เค็มไชยา จากการที่อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้มีการผลิตไข่เค็ม จำนวนมากและมีรสชาติอร่อย เป็นการผลิต (production) ได้มีผู้ซื้อไปชิมและติดใจรสชาติอย่างมาก (consumption) จนเป็นที่ขึ้นชื่อว่าเมื่อผ่านไชยาจะต้องซื้อไข่เค็ม (regulation) และได้มีการนำเสนอเรื่องของไข่เค็มไชยาผ่านสื่อต่างๆ เช่น รายการโทรทัศน์ แผ่นพับต่างๆ รวมทั้งการบรรจุไว้ในคำขวัญของจังหวัด (representation) จึงได้กลายเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของจังหวัดไปในที่สุด (identity)

2.9 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

2.9.1 นิยามและความหมาย

ตามความหมายของพจนานุกรม คือ ภาพที่เกิดจากความนึกคิดหรือคิดว่าควรจะเป็นเช่นนั้น จะหมายถึงภาพที่เห็นในกระจกเงา ภาพที่ผ่านจากกล้องส่องหรือภาพที่อยู่ในความนึกคิด พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2546) ได้กำหนดให้ใช้คำว่า ภาพลักษณ์ หรือ จินตภาพแทน

1. ภาพลักษณ์ (image) ในความหมายทั่วไป หมายถึงลักษณะหรือท่าทีของบุคคล หรือขององค์กรที่ปรากฏแก่ตาหรือความรู้สึกนึกคิดของสาธารณชน เช่นภาพลักษณ์ขององค์การสหประชาชาติ

2. จินตภาพ ในทางวรรณกรรม จินตภาพมีความหมายหลายอย่างและใช้ได้หลายวิธี ความหมาย Image ที่ให้หมายถึงจินตภาพ ได้แก่ภาพที่เกิดในจิตที่เกิดจากการอ่านงานเขียน, การพรรณนาที่ทำให้เกิดภาพในจิต, ภาพพจน์ (figure of speech) ชนิดต่างๆ ที่ใช้ถ่ายทอดภาพในจิตโดยการเปรียบเทียบ (เช่น อุปมา อุปลักษณ์ ฯลฯ) และสัญลักษณ์ที่ใช้แทนสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเฉพาะสิ่งที่เป็นนามธรรม จากข้อมูลทั้ง 2 แหล่ง แสดงลักษณะร่วมกันของ ภาพพจน์ กับ ภาพลักษณ์ คือเป็นเรื่องราวของภาพที่เกิดขึ้นในใจเหมือนกัน

มีนักวิชาการหลากหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า ภาพลักษณ์ ไว้ดังนี้

Philip Lesly (อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล. 2546 : 76) ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ให้ ความเห็นเกี่ยวกับคำว่า ภาพลักษณ์ ไว้ดังนี้ ภาพลักษณ์ (image) หมายถึงความประทับใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล กลุ่มบุคคล ซึ่งความประทับใจดังกล่าวนี้ มีรากฐานมาจากผลกระทบระหว่างบุคคลกับสิ่งนั้นๆ

Kotler (อ้างถึงใน พิบูล ทีปะपाल. 2549 : 326) ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ให้ ความหมายของ ภาพลักษณ์ (image) ไว้ว่า เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อ สิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ

พจน์ ใจชาญสุขกิจ (2550) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นเสมือนสิ่งที่เกิดขึ้นจากความรู้สึก ของแต่ละบุคคลต่อสิ่งต่างๆ และมักจะเป็นความรู้สึกที่สร้างขึ้นเองโดยมีข้อเท็จจริงเป็นหลักอ้างอิงอยู่ด้วยอาศัยประสบการณ์ การค้นคว้าหาความรู้ การหลอมรวมและสร้างสรรค์ คิด วิเคราะห์สิ่งต่างๆ จนทำให้เกิดความเชื่อ การรับรู้ การเข้าใจในสิ่งต่างๆ ประกอบกันขึ้นเป็นภาพลักษณ์ของตนเอง และแสดงออกในรูปของพฤติกรรม โดยผ่านการคิดและกลั่นกรองของแต่ละคนมาแล้วจึงทำให้ภาพลักษณ์นั้นมีลักษณะที่เกี่ยวข้องกับจิตใจโดยตรง เป็นการผ่านการตีความหมาย การเลือกสรร และการให้ความหมายของตนเอง

ประจวบ อินฮอด (2532 : 96) ภาพลักษณ์ว่าเป็นสิ่งสะท้อนความรู้สึกรู้สึกความนึกคิดของคนที่มีต่อกรณี บุคคล หรือ สถาบัน เป็นคุณค่าเพิ่ม หรือความนิยมซึ่งจะเป็นพลังที่จะนำไปสู่พฤติกรรม

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 83) ภาพลักษณ์ หมายถึง ข้อเท็จจริงบวกกับการประเมินส่วนตัว และเป็นภาพที่อยู่ในใจนานแสนนานของบุคคล ซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากสภาพความหวังได้ เพราะว่าภาพลักษณ์นั้นไม่ใช่เรื่องของข้อเท็จจริง แต่เป็นเรื่องของการรับรู้

Mr Frank Jefkins (อ้างถึงใน ณรงค์ ชื่นนิรันดร์. 2552 : online) นักประชาสัมพันธ์ชาวอังกฤษให้คำนิยามของคำว่า "IMAGE" ซึ่งแปลว่าภาพลักษณ์ ไว้ดังนี้

I = Institution คือ สถาบันหรือองค์กร หมายถึงภาพลักษณ์ที่สร้างได้จากการทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ ถือ เช่น มีอาคารใหญ่ มีเพลง มีโครงสร้างการจัดการที่มีความเป็นปึกแผ่น มีโลโก้ที่งามสง่าและสร้างศรัทธาได้ในระยะยาว

M = Management คือ การบริหาร หมายถึง คณะผู้บริหารต้องมีความฉลาด มีความดีงาม และมีผลงานเป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป

A = Action คือ การกระทำ หมายถึง การกระทำต่อประชาชนหรือผู้บริโภคจากสิ่งที่เราโฆษณาว่าดีที่สุดใน การให้บริการที่ดี มีการลงทุนอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

G = Goodness คือ ความดีงาม หมายถึงการที่องค์กรเป็นคนดีของสังคม เช่น มีความตรงไปตรงมา จ่ายภาษีเต็มจำนวน มีการจ้างงานคนไทยมากมาย ทำประโยชน์ให้แก่สังคม ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค ไม่โจมตีคู่แข่ง เป็นต้น

E = Employee คือ ลูกจ้าง หมายถึง พนักงานขององค์กรเปรียบเสมือนหูตขององค์กรที่จะเสริมความน่าเชื่อถือ มีการสื่อสารที่ดีกับพนักงาน ทำให้มีความเข้าใจตรงกัน และเกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและสังคม

2.9.2 การเกิดภาพลักษณ์

การเกิดภาพลักษณ์ (ภณทิภา แก้วมณีกุล. 2552) โดยภาพลักษณ์ สามารถเกิดได้ 2 ประการ ดังนี้

1. เกิดขึ้นโดยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตามสภาพการณ์ เกิดขึ้นในช่วงเวลาต่างๆ อันเกิดจากการปล่อยให้ไปไปตามสภาวะแวดล้อมแล้วแต่ประชาชนจะนึกคิดโดยไม่ได้ดำเนินการให้เป็นไปตามที่องค์กรปรารถนา

2. เกิดขึ้นโดยการสร้างสรรค์กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ตามที่องค์กรได้วางแผนไว้ใน การดำเนินกิจกรรมต่างๆสำหรับประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ซึ่งเป็นเรื่องกิจกรรมขององค์กรว่าเป็นไปในรูปแบบใดและเรื่องของบุคลากรภายในเกี่ยวกับบทบาทในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะบทบาทของผู้บริหาร บุคลิกและการแสดงออกในสังคม ซึ่งจะฉายภาพลักษณ์ขององค์กรต่อสาธารณชนได้อย่างชัดเจน เช่น เมื่อนึกถึงองค์กรก็จะนึกถึงว่าผู้บริหารคือใคร เป็นอย่างไร เป็นต้น

2.9.3 ประเภทของภาพลักษณ์

วิธีช ฤภีรรัตนกุล (2546 : 81-83) จำแนกประเภทสำคัญๆ ได้ 4 ประเภท ดังนี้คือ

1. ภาพลักษณ์ของบริษัท (corporate image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง ซึ่งจะรวมไปถึงด้านการบริหารหรือการจัดการ (management) ของบริษัทแห่งนั้นด้วย และรวมถึงสินค้า (product) และการบริการ (service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้นคำว่า ภาพลักษณ์ของบริษัท (corporate image) จึงมีความหมายค่อนข้างกว้างขวาง และยังรวมถึงตัวหน่วยงานธุรกิจฝ่ายจัดการ และสินค้าหรือบริการของบริษัท แห่งนั้นด้วย
2. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (institution image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสถาบัน หรือองค์กร โดยมากมักจะเน้นไปทางด้านตัวสถาบันหรือที่องค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย
3. ภาพลักษณ์ที่มีต่อตราสินค้าตราใดตราหนึ่ง (brand image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อตราสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งหรือตรา (brand) ใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า (trademark) ใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง ส่วนมากจะใช้ในการด้านการโฆษณา (advertising) และการส่งเสริมการจำหน่าย (sales promotion) เพื่อบอกถึงลักษณะสินค้า โดยเน้นเฉพาะจุดขาย แม้สินค้าจะมาจากที่บริษัทเดียวกันแต่ไม่จำเป็นที่จะต้องมภาพลักษณ์เหมือนกัน
4. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (product/service image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้าหรือของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือบริษัท อาจมีผลิตภัณฑ์ หลากหลายชนิดที่จัดจำหน่ายอยู่ในตลาด ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพรวมของผลิตภัณฑ์ และบริการ อันหลากหลายที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของบริษัทนั้นๆ

2.9.4 ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคม

ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การที่ผู้ประกอบการ แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม มอบประโยชน์ให้กับสังคมโดยที่ไม่ได้หวังผลตอบแทน ภายใต้แนวคิด ทุกองค์การควรมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือและพัฒนาสังคม (พัฒน์พงษ์ นาชัยสถาน. 2557)

2.10 ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

2.10.1 ความหมายของความคิดเห็น

ความหมายของ “ความคิดเห็น” นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้ดังต่อไปนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2546 : 249) พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยาฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นว่า เป็นข้อพิจารณาว่าเป็นจริง จากการใช้ปัญญาความคิด ประกอบถึงแม้จะไม่ได้อาศัยหลักฐานพิสูจน์ยืนยันได้เสมอไปก็ตาม

ศรีสมบูรณ์ แยมกมล (2538 : 47) สรุปเกี่ยวกับความคิดเห็นว่า เป็นการแสดงออกทางความรู้สึกหรือความเชื่อมั่นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ซึ่งอาจเกิดจากการประเมินผล สิ่งนั้น หรือเหตุการณ์นั้นโดยมีอารมณ์ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมในขณะนั้น เป็นพื้นฐานการแสดงออก ซึ่งอาจจะถูกต้องหรือไม่ก็ได้ อาจได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้ ความคิดเห็นนี้อาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา การแสดงความคิดเห็นอาจทำได้ด้วยคำพูดหรือการเขียนก็ได้

สิริพร บุญนันทน์ (2539 : 7) สรุปว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึกหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ซึ่งอาจเกิดจากการประเมินผลสิ่งนั้นหรือเหตุการณ์นั้นโดยมีอารมณ์ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมในขณะนั้นเป็นพื้นฐานการแสดงออก ซึ่งอาจจะถูกต้องหรือไม่ก็ตาม อาจได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้ ความคิดเห็นอาจจะเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา การแสดงออกความคิดเห็นอาจทำได้ด้วยคำพูดหรือการเขียนก็ได้

นพมาศ ธีรเวคิน (2539 : 99) อธิบายว่า ความคิดเห็นนั้นถูกจัดว่าเป็นส่วนที่มนุษย์ได้แสดงออกมาโดยการพูด หรือเขียน มนุษย์นั้นจะพูดจากใจจริง พูดตามสังคม หรือพูดเพื่อเอาใจผู้ฟังก็ตาม แต่เมื่อพูดหรือเขียนไปแล้วก็ทำให้เกิดผลได้ คนส่วนใหญ่มักจะถือว่าสิ่งที่มนุษย์แสดงออกมานั้น เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความในใจด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่นิยมกันมากที่จะสำรวจความคิดเห็นต่อสิ่งหนึ่งหรือเรียกกัน ว่า การสำรวจประชามติ (polling) จึงอาจกล่าวได้ว่า การหยั่งประชามติเป็นเครื่องมือสำคัญ ทางวิชาการที่ศึกษาและสำรวจการแสดงออกทางความคิดเห็นในปัจจุบัน

สำหรับนักจิตวิทยาสังคม สิริพร บุญนันทน์ (2539 : 7) ได้กล่าวถึงความคิดเห็นว่า เป็นการแสดงออกทางถ้อยคำ (verbal expression) เกี่ยวกับทัศนคติความเชื่อหรือค่านิยมแต่ความคิดเห็นไม่ใช่สิ่งเดียวกับทัศนคติเพราะในตัวของมันเองไม่จำ เป็นต้องประกอบด้วยองค์ประกอบทางอารมณ์หรือพฤติกรรม

ไพโรจน์ ฉัตรศิริมงคล (2540 : 33) กล่าวว่า ความคิดเห็น (opinion) กับทัศนคติ (attitude) มักจะถูกใช้สลับกันได้เสมอทัศนคติมักจะหมายถึงความพยายามที่จะทำ (intention to act) ซึ่งจะเกี่ยวข้องอย่างมากกับอุปนิสัยและพฤติกรรม ส่วนความคิดเห็นเป็นเพียงคำพูดและเครื่องหมาย แต่ทุกคราวที่พูดถึงการทดสอบทัศนคติมักจะเผยถึงความคิดเห็นด้วย

ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่าความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของบุคคลทางอารมณ์ความรู้สึกหรือทางความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง โดยไม่ต้องมีหลักฐานพิสูจน์ยืนยันได้เสมอไป แล้วนำไปสู่การแปลความหมายหรือการคาดคะเน โดยอาศัยความรู้ อารมณ์ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมขณะนั้นเป็นพื้นฐานแสดงออก ซึ่งอาจจะถูกต้องหรือไม่ก็ได้ อาจได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ นอกจากนี้ ความคิดเห็นยังอาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและแสดงออกได้ทั้งในทางบวกหรือทางลบก็ได้ ผ่านทางคำพูดการเขียน หรือเครื่องหมายสัญลักษณ์การสำรวจความคิดเห็นเป็นการศึกษาหาความรู้สึกของบุคคลกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่ละคนจะแสดงความเชื่อและความรู้สึกใดๆ ออกมาโดยการพูดการเขียนเป็นต้น การสำรวจความคิดเห็นจะเป็นประโยชน์ต่อการ

วางนโยบายต่างๆ การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงระบบกระบวนการและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการให้ได้รับความพอใจสูงสุด

2.10.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น

ความคิดเห็นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคลที่แสดงออกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งเรื่องเดียวกันก็ไม่จำเป็นที่บุคคลต้องมีความคิดเห็นคล้ายคลึงกันหรือเหมือนกันเสมอไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของแต่ละบุคคลที่ได้รับว่าจะมีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็นในเรื่องนั้นๆ มากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ ฟอสเตอร์ Foster C. R. (1952 : 119) ได้สรุปเกี่ยวกับความคิดเห็นว่า เกิดจากมูลเหตุ 2 ประการ คือ

1. ประสบการณ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งของบุคคล หมู่คณะเรื่องราวหรือสถานการณ์ต่างๆ โดยความคิดเห็นจะเกิดขึ้นในตัวบุคคลจากการได้พบเห็นความคุ้นเคย ซึ่งถือว่าเป็นประสบการณ์ตรงและจากการได้ยิน ได้ฟัง ได้เห็นรูปถ่าย หรืออ่านจากหนังสือโดยไม่ได้พบเห็นของจริงถือว่าเป็น ประสบการณ์ทางอ้อม

2. ระบบค่านิยมและการตัดสินค่านิยมที่หากแต่ละกลุ่มมีค่านิยมและการตัดสินค่านิยมไม่เหมือนกัน ความคิดเห็นในสิ่งต่าง ๆ ก็จะแตกต่างกันไปด้วยนอกจากมูลเหตุข้างต้นแล้ว Oskamp S. (1977 : 119-133) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดความคิดเห็น นอกเหนือจากประสบการณ์

2.1 ปัจจัยทางพันธุกรรมและสรีระ ได้แก่ภาวะต่างๆ ของบุคคลที่ใช้รับรู้ความผิดปกติของอวัยวะความบกพร่องของอวัยวะสัมผัส ซึ่งมีผลต่อความคิดเห็นไม่ดีต่อบุคคลภายนอก

2.2 อิทธิพลของผู้ปกครอง คือ เมื่อเป็นเด็กผู้ปกครองจะเป็นผู้อยู่ใกล้ชิดและให้ข้อมูลแก่เด็กได้มาก ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมและความคิดเห็นของเด็กด้วย

2.3 ทศนคติและความคิดเห็นของกลุ่ม คือ เมื่อบุคคลเจริญเติบโตย่อมจะต้องมีกลุ่มและสังคม ดังนั้นความคิดเห็นของกลุ่มเพื่อน กลุ่มอ้างอิง หรือการอบรมสั่งสอนในโรงเรียน หน่วยงานที่มีความคิดเห็นเหมือนหรือแตกต่างกันย่อมจะส่งผลต่อความคิดเห็นของบุคคลด้วย

2.4 สื่อมวลชน คือ สื่อต่างๆ ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นปัจจัยอันหนึ่งที่มีผลต่อความคิดเห็นของบุคคล

สำหรับปัจจัยด้านความรู้ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นนั้น นิรุติ พัฒนรัฐ (2540 : 15) ได้สรุปว่าการแสดงความคิดเห็นของบุคคลไม่ว่าจะด้วยการพูด การเขียน ต้องอาศัยพื้นฐานความรู้เดิม ประสบการณ์ที่บุคคลได้รับ ตลอดจนสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้น เป็นหลักในการแสดงความคิดเห็นทั้งสิ้น นอกจากนั้น ชัยพงษ์ โชติวรรณ (2541 : 15) ได้เสนอว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น นอกจากจะเป็นการอบรมของครอบครัว กลุ่มและสังคมที่เกี่ยวข้องการศึกษาและสื่อมวลชนเหมือนนักวิชาการดังกล่าวข้างต้นแล้ว วัฒนธรรมประเพณียังส่งผลต่อความคิดเห็นด้วยโดยบุคคลได้รับอิทธิพลจาก วัฒนธรรม และประเพณีใด ก็ย่อมปฏิบัติไปตามวัฒนธรรมและประเพณีนั้นๆ และมักจะมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมและประเพณีของตนไปในทางที่ดีด้วย

2.11 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.11.1 ศึกษาการรับรู้การสื่อสารการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าอิซิดันในเขตกรุงเทพมหานคร

มาลินี มาลีคล้าย (2554 : บทคัดย่อ) การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสื่อสารการตลาดของผู้บริโภค

โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่เคยบริโภคสินค้า 400 ตัวอย่าง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียวของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป หากพบความแตกต่างจะทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ภาพลักษณ์ต่อตราสินค้า ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับด้านคุณค่าตราสินค้า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้มากที่สุด ด้านตราสินค้ากับด้านของบริษัท ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้มาก และการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ภาพลักษณ์ก่อนและหลังน้ำท่วม ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้ปานกลาง ซึ่งผู้บริโภครส่วนใหญ่มีการรับรู้ภาพลักษณ์ไม่ต่างกัน และมีการรับรู้การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ทั้งด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการตลาดทางตรง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

2.11.2 ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์ขนบธรรมเนียมประเพณีจังหวัดตาก

กมลพรรณ นิลพันธ์ (2557) การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงภาพลักษณ์ขนบธรรมเนียมประเพณีจังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ 1.ศึกษาภาพลักษณ์ขนบธรรมเนียมประเพณีจังหวัดตาก 2.พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงภาพลักษณ์ขนบธรรมเนียมประเพณีจังหวัดตาก ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงภาพลักษณ์ขนบธรรมเนียมประเพณีจังหวัดตาก โดยการเก็บข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียมประเพณีจังหวัดตาก จำนวน 4 ท่าน กลุ่มตัวอย่างเพื่อสอบถามความต้องการผลิตภัณฑ์จากเจ้าหน้าที่สำนักงานศาลากลาง จังหวัดตากและเจ้าหน้าที่เทศบาลเมืองตาก จำนวน 50 ท่าน ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการ ประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ท่าน และกลุ่มตัวอย่างเพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ได้รับการพัฒนาแล้ว จำนวน 100 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียมประเพณีจังหวัดตาก แบบสอบถามความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แบบประเมินความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงภาพลักษณ์ขนบธรรมเนียมประเพณีจังหวัดตากที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้ว นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

จากการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผลการวิจัยพบว่าประเพณีที่กลุ่มตัวอย่างมีความ ต้องการให้สื่อภาพลักษณ์มากที่สุด คือ ประเพณีลอยกระทงสายไหลประทีปพันดวง ($\bar{X} = 4.64$, S.D.= 0.56) ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด คือ ประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ใช้สอย ($\bar{X} = 4.70$, S.D.= 0.46) ผลิตภัณฑ์ประเภทที่มีประโยชน์ใช้สอยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมที่สุด คือ เสื้อยืดสกรีนลวดลาย ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.53)

การประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงภาพลักษณ์ขนบธรรมเนียมประเพณีจังหวัดตาก โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกและการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อคัดเลือกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 แบบ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญมีความ คิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแบบที่ 2 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, S.D.=0.11) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแบบที่ 1 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$, S.D.= 0.20) และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแบบที่ 4 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D.= 0.28)

การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงภาพลักษณ์ขนบธรรมเนียมประเพณีจังหวัดตาก 3 แบบ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจที่สุด คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแบบที่ 1 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.09)

2.11.3 พฤติกรรมการเลือกซื้อของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอ โนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

จิราพร ขาสันเทียะ และคณะ (2552) โครงการวิจัยนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อของที่ระลึก เพื่อศึกษาลักษณะของที่ระลึก เพื่อศึกษา ต้นทุนของการผลิตและผลตอบแทนจากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอำเภอโนนสูงที่ได้ทำการขุดค้นมี 5 แห่ง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอำเภอโนนสูง โดยการ วิจัยนี้คณะผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ส่วน ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาใช้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และ สถิติอ้างอิงใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ โดย ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows พร้อมทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1.เป็นการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน 2.เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 200 ชุด

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 35 ปี และเพศหญิงซื้อสินค้าที่ระลึกมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรีจะซื้อสินค้าที่ระลึกมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 22.5 สินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวซื้อมากที่สุด คือ หมวก คิดเป็น ร้อยละ 14 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ คิดเป็น ร้อยละ 38.8 รองลงมาซื้อเพราะรูปแบบสวยสะดุดตา คิดเป็น ร้อยละ 28.8 ต้นทุนเฉลี่ยราคาสินค้าที่ระลึกที่มีการจัดจำหน่ายซึ่งเป็นสินค้า OTOP ที่ผลิตเอง ณ บ้านธารปราสาท อำเภอโนนสูง มีต้นทุนเฉลี่ยรายการละ 83 บาท ต้นทุนเฉลี่ยราคาสินค้าที่ระลึกที่มีการจัดจำหน่ายซึ่งเป็นสินค้า OTOP ที่ส่วนใหญ่รับมาจาก อำเภอพิมาย มีต้นทุนเฉลี่ยรายการละ 76 บาท รายได้สูงสุดในการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 200 บาทต่อวัน รายได้ต่ำสุดในการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 40 บาทต่อวัน รายได้เฉลี่ยในการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 100 บาทต่อวัน ช่วงระยะเวลาที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึกได้มากที่สุด คือ ช่วงเทศกาลต่างๆ

2.11.4 พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

ภาคล อามาตย์ (2550) วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้เพื่อศึกษา พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านจำหน่ายสินค้าของฝากของที่ระลึกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 322 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านจำหน่ายสินค้าของฝากของที่ระลึกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ มีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับ 1 รองลงมา ด้านราคาสินค้า ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

โดยสรุป พฤติกรรมและความพึงพอใจในการซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกของผู้บริโภคในร้านค้า เขตอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายสินค้าของฝากของที่ระลึกในจังหวัดศรีสะเกษ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อพัฒนาธุรกิจให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมได้อย่างเหมาะสมอันจะส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้ดำรงอยู่และสร้างความเติบโตได้ในอนาคต และจะเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีความสนใจเข้ามาประกอบกิจการในอุตสาหกรรมประเภทนี้ต่อไป

2.11.5 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

อุมาพร ปัญญา (2551) การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 300 ราย จากกลุ่มประเทศต่างๆ ได้แก่ กลุ่มประเทศอเมริกา กลุ่มประเทศยุโรป และกลุ่มประเทศเอเชีย กลุ่มประเทศละ 100 ราย โดยสุ่มตัวอย่างตามสะดวก และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานใช้ t-test โดยผลการศึกษาเป็นดังนี้

ด้านข้อมูลทั่วไปพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อจำแนกตามประเทศมาจากประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 30 ปีมีการศึกษาระดับปริญญาตรีอาชีพ เป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อปีต่ำกว่า 20,001 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ มาเที่ยวประเทศไทย และมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เป็นครั้งแรก ระยะเวลาพักในเชียงใหม่ในช่วง 1 – 10 วัน มากที่สุด ซึ่ง ส่วนใหญ่จัดการเดินทางด้วยตนเอง มีวัตถุประสงค์เพื่อมาท่องเที่ยว และส่วนใหญ่ไม่เคยมาเที่ยวถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่มาก่อน

ผลการศึกษาทัศนคติในองค์ประกอบส่วนของคุณรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า ก่อนที่จะเดินทางมายังประเทศไทยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่จะไม่รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่มาก่อน โดยจะทราบข้อมูลถนนคนเดินจากครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติมากที่สุด และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เข้าใจว่าผ้าไหมและไม้แกะสลักเป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาทัศนคติ ในองค์ประกอบส่วนของคุณรู้ความเข้าใจโดยพิจารณาตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 โดยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 เท่ากัน และด้านราคา โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยพิจารณาตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม และแยกตามรายด้าน ไม่แตกต่างกัน แต่หากพิจารณารายหัวข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก ในหัวข้อราคาสินค้าเมื่อเทียบกับในแหล่งอื่น (ด้านราคา) และหัวข้อการจัดเรียงสินค้า

สวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาศักดิ์ศนคติในองค์ประกอบส่วนของพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า สินค้าของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมซื้อมากที่สุด ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกโดยเฉลี่ย คือ 1,967.77 บาท นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ตั้งใจว่าจะกลับมาซื้อของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่อีก อย่างแน่นอนหากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง และยินดีที่จะแนะนำผู้อื่นให้มาซื้อของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แต่หากสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีการจำหน่ายบนเว็บไซต์ ส่วนใหญ่จะไม่แน่ใจว่าจะซื้อหรือไม่ และไม่ซื้ออย่างแน่นอน ในจำนวนที่เท่ากัน ซึ่งเหตุผลที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตอบมามากที่สุดคือ ต้องการเลือกซื้อสินค้าเอง เพื่อจะได้ตรวจสอบคุณภาพของสินค้า เนื่องจากการดูสินค้าทางเว็บไซต์ไม่สามารถเห็นรูปร่าง ลักษณะ และขนาดที่เป็นจริงของสินค้าได้ ซึ่งการเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเองจะได้เห็น/สัมผัส และทดลองสินค้า เพื่อดูว่าจะเหมาะสมกับตนเองหรือไม่

2.11.6 พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สุภาวดี ชาวผ้าขาว (2548) การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ 3) เปรียบ เทียบระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศจำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อของที่ระลึก และ 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 100 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยค่าไคสแควร์ t – test และ F – test

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ เดินทางมาท่องเที่ยวอยุธยาโดยบริการนำเที่ยว เคยซื้อของที่ระลึกระหว่าง 1 – 3 ครั้ง เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน นิยมซื้ออาหาร/ขนม และของที่ระลึกเพื่อเป็นของฝาก ตัดสินใจซื้อของที่ระลึกด้วยตนเอง ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกไม่ต่ำกว่า

500 บาท ชื่อของที่ระลึกบริเวณแหล่งท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวอยุธยาโดยบริการนำเที่ยว เคยซื้อของที่ระลึกระหว่าง 1 – 3 ครั้ง โดยมีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน นิยมซื้อผลิตภัณฑ์งานฝีมือ/งานแกะสลัก ชื่อสินค้าของที่ระลึกเพื่อเป็นที่ระลึกในการเดินทาง ตัดสินใจซื้อของที่ระลึกด้วยตนเอง ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกไม่ต่ำกว่า 500 บาท ชื่อของที่ระลึกจากบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกในระดับมากทุกด้าน ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกในระดับมากด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านราคาและ ด้านการส่งเสริมการตลาด

3. นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า อายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจ ในการเลือกซื้อของที่ระลึกทุกด้านแตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ส่วนอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน และส่วนรายได้แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า สถานภาพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

4. นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน ส่วนจุดประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกด้านราคาแตกต่างกัน และส่วนค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่าจุดประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกด้านราคาแตกต่างกัน และส่วนค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

5. นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กับวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก ส่วนสถานภาพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับสถานที่ซื้อของที่ระลึก และส่วนระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับประเภทสินค้าที่ซื้อ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก

2.11.7 ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นปภัทร์ ชูสุวรรณ (2559) การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาชมมวยไทย 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความต้องการมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ 3) ส่วนประสมทางการตลาด (7P) ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 4) เพื่อศึกษารูปแบบของการดำเนินธุรกิจกลยุทธ์ทางการตลาด และการจัดการนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจทั้ง 2 ด้าน ได้แก่แรงดึง (Pull Factors) และแรงผลัก (Push Factors) ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อการเข้ามาชมมวยไทย ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการมาชมมวยไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญทางด้านส่งเสริมการตลาดมากที่สุด ได้แก่ การสร้างสิ่งจูงใจพิเศษเพื่อกระตุ้นให้เกิดการอยากมาชม การโฆษณา หรือการประชาสัมพันธ์ที่สร้างภาพลักษณ์ให้กับมวยไทย และสร้างแรงดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยว เนื่องจากมวยไทยเป็นส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเลือกชมในส่วนของวัฒนธรรมไทยให้ครบตามความต้องการแต่ละคน ดังนั้นการมาชมมวยไทยจึงไม่ใช่ปัจจัยหลัก ทำให้ไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการมาท่องเที่ยวเมืองไทย

2.11.8 การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) การศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยทำการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม และใช้สถิติวิเคราะห์ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test, F-test ผลการศึกษาดังนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และมีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ 1 ครั้ง ซึ่งเป็นการเดินทางมาเที่ยวกับครอบครัวโดยรถยนต์ส่วนตัวในวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ และได้รับข้อมูลข่าวสารจากญาติและเพื่อน ปัจจัยแรงจูงใจภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว

เที่ยวตลาดน้ำอโยธยา พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการสถานที่ท่องเที่ยวภายในหนึ่งวัน (เข้าไปเย็นกลับ) ส่วนด้านปัจจัยดึงดูดใจเช่น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลให้มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาอยู่ในระดับมาก ปัจจัยความพึงพอใจที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาพบว่าด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ (ปัจจัยส่วนบุคคล) ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ยกเว้น เพศ และสถานภาพสมรส มีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากภาคสนามภาคปฐมภูมิและภาคทุติยภูมิที่เป็นข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทยโดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว
2. เพื่อพัฒนาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์มวยไทย
3. เพื่อประเมินความคิดเห็นของ ผู้จัดจำหน่ายและนักท่องเที่ยว ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย ซึ่งผู้วิจัยได้ลำดับขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

3.1 เพื่อศึกษาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเลือกชมสินค้าที่ระลึกมวยไทยที่สนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยเวทีราชดำเนิน และ ตลาดน้ำอโยธยา โดยใช้เกณฑ์ในการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 38) จำนวน 50 คน

2. นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มาเลือกชมสินค้าที่ระลึกมวยไทยที่สนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยเวทีราชดำเนิน และ ตลาดน้ำอโยธยา โดยใช้เกณฑ์ในการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 38) จำนวน 50 คน

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเลือกชมสินค้าที่ระลึกมวยไทยที่สนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยเวทีราชดำเนิน และ ตลาดน้ำอโยธยา โดยใช้เกณฑ์ในการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 38) จำนวน 50 คน

4. ผู้เชี่ยวชาญเรื่องของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (พรสนอง วงศ์สิงทอง. 2550 : 125) จำนวน 3 คน ดังนี้

- 4.1 คุณศจี สยามรัตน์ เจ้าของร้าน รักแผ่นดิน ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

- 4.2 คุณมัลลิกา คำลือ ผู้จัดการสาขา ร้าน Twins Specialสนามมวยเวทีราชดำเนิน

- 4.3 คุณกรรณรส แพท่าไม้ เจ้าของร้าน สยาม ไทยบ็อกซิ่งสนามมวยเวทีลุมพินี

5. ผู้เชี่ยวชาญเรื่องมวยไทยโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. 2550 : 125) จำนวน 3 คนดังนี้

5.1 คุณอุดม ตีกระจ่าง ประธานกรรมการผู้ตัดสินสนามมวยเวทีลุมพินี และวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิในการให้ความรู้เรื่องมวยไทย และกติกามวยไทย

5.2 จ.ส.อ.ทง พุ่มพานิช รองประธานกรรมการผู้ตัดสินสนามมวยเวทีลุมพินี ครูวิทยฐานะครูชำนาญการพิเศษ หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา โรงเรียนมัธยมขนาดนาวาอุปถัมภ์

5.3 ร.อ.สุภาพ บุญรอด กรรมการการผู้ตัดสิน สนามมวยเวทีลุมพินี อดีตนักมวยไทยอาชีพและนักมวยสากลสมัครเล่นทีมชาติไทย

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

(1) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Observation) (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. 2550 : 122) เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของสถานที่ แหล่งท่องเที่ยวและของที่ระลึก โดยบันทึกแบบบันทึกเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาของที่ระลึกมวยไทยซึ่งอุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่กล้องถ่ายภาพและวิดีโอเป็นอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอรูปแบบของสินค้าที่ระลึก และสภาพแวดล้อมของสถานที่โดยผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เพื่อการสังเกตและเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยเรื่องการศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

(2) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Interview Guide) เป็นเครื่องมือที่ใช้การสัมภาษณ์การบันทึกด้วยเทปบันทึก-เสียง สมุดจดการถ่ายภาพ และการสังเกต แล้วนำผลที่ได้มาทำการสรุปเพื่อจะวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับการวิจัยเรื่องการศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

(3) แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทยโดยเป็นประเภทตรวจสอบรายการ (Check list) โดยสรุปผลค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage)

(4) แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบปลายเปิด (Open Form) ในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ที่เป็นความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

3.1.3 การสร้างเครื่องมือ

1. การสร้างแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม

การสร้างแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วมมีวิธีการดำเนินการดังนี้

1.1 ศึกษาทฤษฎีเอกสารที่เกี่ยวข้องและข้อมูลของของที่ระลึก และ มวยไทยเพื่อนำไปใช้ในการสร้างเครื่องมือแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม

1.2 นำแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วมที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์

1.3 นำแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วมที่ปรับปรุงแล้วไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่ม
ตัวอย่าง

2. การสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

การสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างมีวิธีการดำเนินการดังนี้

2.1 ศึกษาทฤษฎีเอกสารที่เกี่ยวข้องและข้อมูลจากการลงพื้นที่การสังเกตและ
การสัมภาษณ์เพื่อนำไปใช้ในการสร้างเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ภายใต้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับ
กระบวนการเกิดเอกลักษณ์ในวงจรวัฒนธรรมของ (Stuart Hall. 1994) และ กรอบแนวคิดประเภท
ของสินค้าที่ระลึก (ประเสริฐ ศิลรัตน์. 2531)

2.2 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

2.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแล้วไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3. การสร้างแบบสอบถาม

การสร้างแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างมีวิธีการดำเนินการดังนี้

3.1 ศึกษาทฤษฎีเอกสารที่เกี่ยวข้องและข้อมูลจากการลงพื้นที่การสังเกตและ
การสัมภาษณ์เพื่อนำไปใช้ในการสร้างเครื่องมือแบบสอบถามภายใต้กรอบแนวคิดด้านลักษณะสินค้าที่
ระลึก (กาญจนา สุระ และคณะ. 2555) กรอบแนวคิดด้านหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ (ธีรชัย สุขสด.
2544) และ กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการแต่งกายมวยไทยในสมัยปัจจุบัน (กรมพลศึกษา. 2559)

3.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

3.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูล (Data collection) ในขั้นตอนการศึกษาและรวบรวมข้อมูล
รูปแบบของที่ระลึก และเอกลักษณ์มวยไทยรวมถึงข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญเรื่องรูปแบบของที่ระลึก และ
เอกลักษณ์มวยไทย

3.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว
ข้อมูลจากการสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยว และข้อมูลจากการสอบถามและสัมภาษณ์
ผู้เชี่ยวชาญทางด้านรูปแบบของที่ระลึกและผู้เชี่ยวชาญทางด้านมวยไทยจากการสังเกต สอบถามนำผล
มารวบรวมและนำไปวิเคราะห์ในรูปแบบความเรียงเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาเพื่อศึกษารูปแบบ
ของที่ระลึกจากเอกลักษณ์มวยไทย

3.2 เพื่อพัฒนาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์มวยไทย

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการพัฒนาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์มวยไทย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก และ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (พรสนอง วงศ์สิงทอง. 2550 : 125) จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ สินธุ์ภาค อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1.2 อาจารย์บุญส่ง อุดมกิจโกศล หัวหน้าสาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

1.3 คุณสัณชัย สำเนียงดี ผู้จัดการร้าน พาวเวอร์สปอร์ต

2. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (พรสนอง วงศ์สิงทอง. 2550 : 125) จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

2.1 รองศาสตราจารย์ สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

2.2 อาจารย์ธิญาดา ทวีวัฒน์ หัวหน้าสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

2.3 คุณวารุณี นิเวศเจริญไพศาล หัวหน้าฝ่ายวิจัยและพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ บริษัท ไอ.พี.แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญโดยเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย โดยการทำแบบร่างรูปแบบของที่ระลึกมวยไทยจำนวน 5 แบบ และ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทยจำนวน 3 แบบเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกแบบที่เหมาะสมที่สุดจำนวน 1 แบบแบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านสถานภาพของผู้เชี่ยวชาญลักษณะเป็นแบบถามตอบ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามระดับความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต่อแบบร่างรูปแบบของที่ระลึกมวยไทยและ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทยโดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า(Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งมีค่าการวัดดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับดีมาก

3.51 – 4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับดี

2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมในระดับน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบบปลายเปิด (Open Form) ในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ที่เป็นความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

3.2.3 การสร้างเครื่องมือ

การสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีวิธีการดำเนินการ ดังนี้

(1) ศึกษาข้อมูลของรูปแบบของที่ระลึกมวยไทยด้านความสวยงามความมีเอกลักษณ์ความบ่งบอกรูปแบบและสี

(2) ศึกษาหลักการออกแบบของที่ระลึก หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ กระบวนการออกแบบการวิเคราะห์ตลาดเพื่อเก็บข้อมูลการพัฒนาารูปแบบของที่ระลึกมวยไทยรวมถึงนำของที่ระลึกมวยไทยไปใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์

(3) ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

(4) นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความต้องการของผู้บริโภค นำมาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

(5) ทำการออกแบบแบบร่างของรูปแบบของที่ระลึกมวยไทยโดยกำหนดประเด็นและสร้างข้อคำถามรวบรวมขึ้นเป็นแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดของของ (นวลน้อย บุญวงษ์. 2539) ในเรื่องของหลักเกณฑ์การพิจารณาการออกแบบและคุณภาพ และกรอบแนวคิดของ (สมพงษ์ เฟื่องอารมณ์. 2550) เกี่ยวกับหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้สอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ

(6) นำแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(7) นำแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ปรับปรุงแล้วไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.2.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

นำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขปรับปรุงจากอาจารย์ที่ปรึกษาไปเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านเพื่อพิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา (Content-Validity)

1. ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา คือ

1.1 รองศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม อาจารย์ประจำสาขาครุศาสตร์
อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1.3 ดร.บุษบา ทองอุปการ อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

2. วิธีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจสอบหาความสอดคล้องระหว่างคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด (Index
Item of Congruent : IOC) โดยมีเกณฑ์คะแนนดังนี้

+1	หมายถึง	แน่ใจในคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามศัพท์
0	หมายถึง	ไม่แน่ใจในคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามศัพท์
-1	หมายถึง	แน่ใจในคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามศัพท์

จากคะแนนนำผลการพิจารณามาคำนวณจากสูตร

R

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

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้อง

R หมายถึง คะแนนการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ข้อคำถาม IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปเป็นคำถามที่ใช้ได้ถ้าไม่ถึง 0.5 ต้องแก้ไขหรือตัดทิ้ง

3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
ข้างต้น

3.2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามความคิดเห็นไปสอบถามยังผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำข้อมูลกลับมา
วิเคราะห์ผลสู่กระบวนการออกแบบเพื่อการผลิตในขั้นตอนต่อไป

3.2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลใช้การบรรยายเชิงพรรณนา สถิติค่าเฉลี่ย
(\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่หาได้และรวบรวมข้อมูลสรุปเพื่อ
นำไปสู่ขั้นตอนการออกแบบและสอบถามระดับความพึงพอใจในขั้นตอนต่อไป

3.3 เพื่อประเมินความคิดเห็นของ ผู้จัดจำหน่ายและนักท่องเที่ยว ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย

3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสอบถามความคิดเห็นของผู้จัดจำหน่าย และนักท่องเที่ยว ที่มีต่อรูปแบบของที่ระลึกมวยไทย ได้แก่

1. ผู้จัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมวยไทยที่สนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยเวทีราชดำเนิน และ ตลาดน้ำอโยธยา โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (พรสนอง วงศ์สิงทอง. 2550 : 125) จำนวน 3 คน ดังนี้

1.1 คุณศจี สยามรัตน์ เจ้าของร้าน รักแผ่นดิน ตลาดน้ำอโยธยา

1.2 คุณมลลิกา คำลือ ผู้จัดการสาขา ร้าน Twins Special สนามมวยเวทีราชดำเนิน

1.3 คุณภรณ์รส แพท่าไม้ เจ้าของร้าน สยาม ไทยบ็อกซิ่ง สนามมวยเวทีลุมพินี

2. นักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มาเลือกชมสินค้าที่ระลึกมวยไทยที่สนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยเวทีราชดำเนิน และ ตลาดน้ำอโยธยา โดยใช้เกณฑ์ในการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 38) จำนวน 50 คน

2. นักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่มาเลือกชมสินค้าที่ระลึกมวยไทยที่สนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยเวทีราชดำเนิน และ ตลาดน้ำอโยธยา โดยใช้เกณฑ์ในการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 38) จำนวน 50 คน

3. นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาเลือกชมสินค้าที่ระลึกมวยไทยที่สนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยเวทีราชดำเนิน และ ตลาดน้ำอโยธยา โดยใช้เกณฑ์ในการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 38) จำนวน 50 คน

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามความคิดเห็น (Questionnaire) Final Design พร้อมต้นแบบของรูปแบบของที่ระลึกมวยไทยโดยเป็นแบบมาตรฐานประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) คือความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ความความคิดเห็นในระดับมาก ความความคิดเห็นในระดับปานกลาง ความความคิดเห็นในระดับน้อย ความความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด และอ่านค่าตามอัตราส่วนดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความความคิดเห็นในระดับมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความความคิดเห็นในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความความคิดเห็นในระดับน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

3.3.3 การสร้างเครื่องมือ

1. แบบสอบถามความคิดเห็น

การสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นมีวิธีการดำเนินการดังนี้

1.1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบของที่ระลึกมวยไทยและทำการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นผู้จัดจำหน่ายและผู้บริโภค สร้างเครื่องมือแบบสอบถามภายใต้กรอบแนวคิดด้านหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ (ธีรชัย สุขสด. 2544)

1.2 นำแบบสอบถามความคิดเห็นที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1.3 นำแบบสอบถามความคิดเห็นที่ปรับปรุงแล้วนำไปตรวจสอบเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิในขั้นตอนต่อไป

3.3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

นำแบบสอบถามความคิดเห็นที่ผ่านการแก้ไขปรับปรุงจากอาจารย์ที่ปรึกษาไปเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา (Content Validity)

1. ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา

2. วิธีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจสอบหาความสอดคล้องระหว่างคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด (Index Item of Congruent : IOC) โดยมีเกณฑ์คะแนนดังนี้

+1	หมายถึง	แน่ใจในคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามศัพท์
0	หมายถึง	ไม่แน่ใจในคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามศัพท์
-1	หมายถึง	แน่ใจในคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามศัพท์

จากคะแนนนำผลการพิจารณามาคำนวณจากสูตร

R

$$IOC = \frac{\sum}{N}$$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้อง

R หมายถึง คะแนนการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ข้อคำถาม IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปเป็นคำถามที่ใช้ได้ถ้าไม่ถึง 0.5 ต้องแก้ไขหรือตัดทิ้ง

3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น

3.3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

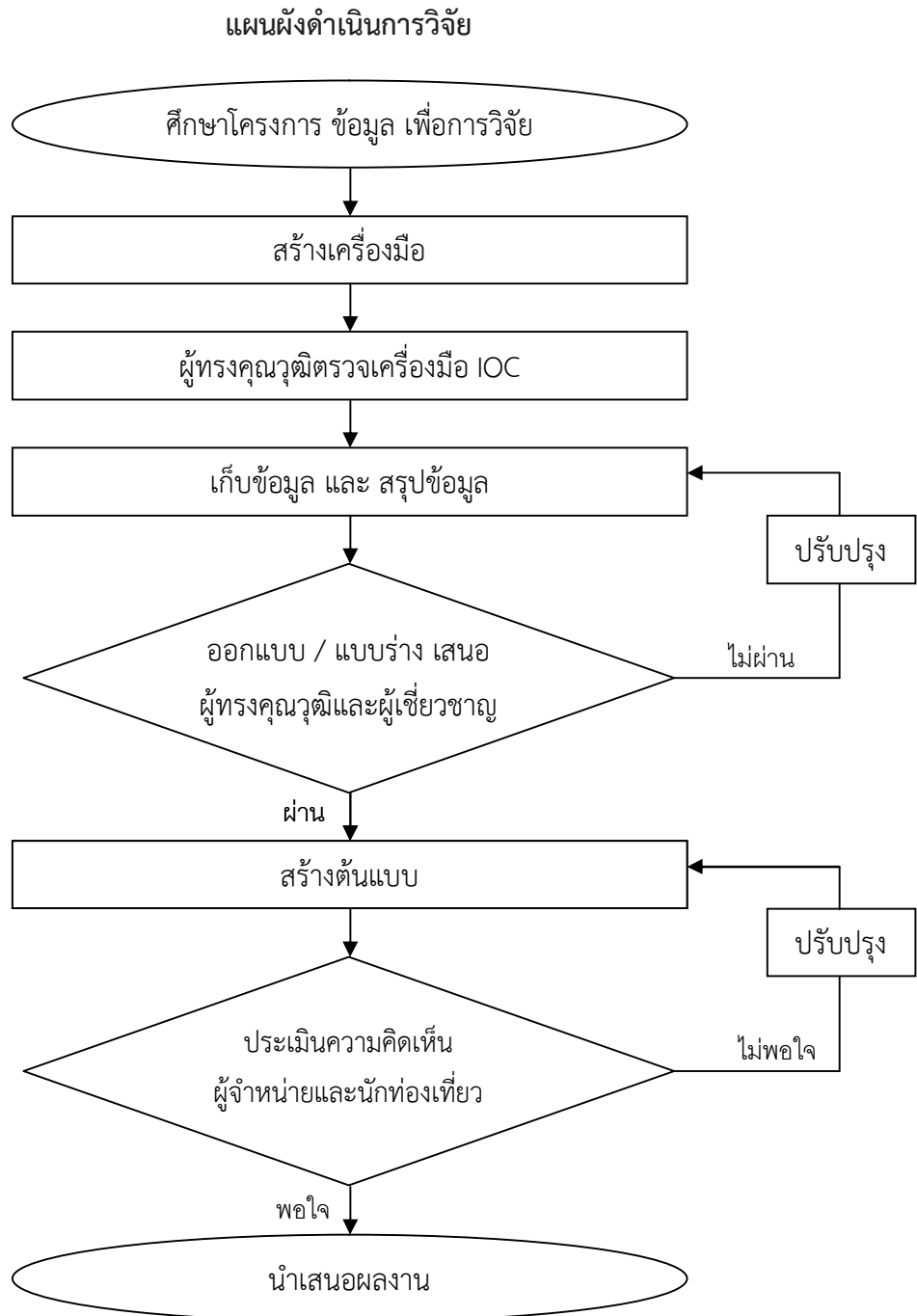
ผู้วิจัยนำแบบสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบของที่ระลึกมวยไทย มา รวบรวมข้อมูลนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูล สถิติตค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage) สถิติตค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อนำไปสู่ ขั้นตอนการวิเคราะห์หาค่าทางสถิติและทำการสรุปผล

3.3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยผู้วิจัยเลือกใช้หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของระดับความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ได้ ทำการพัฒนาแล้ว โดยทำเป็นรายด้านและภาพนำเสนอในรูปแบบตาราง และคำบรรยายประกอบโดย แบ่งเกณฑ์ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์ยอมรับประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ได้ทำการพัฒนาแล้วคือ ค่าเฉลี่ย (Mean)



ภาพที่ 3.1 แผนผังดำเนินการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลตามแต่ละขั้นตอน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์มวยไทย
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินความคิดเห็นของ ผู้จัดทำและนักท่องเที่ยว ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของที่ระลึก ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูล โดยวิธีการสังเกต สัมภาษณ์ และ สอบถาม โดยการลงพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย ได้แก่ สนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยเวทีราชดำเนิน และ ตลาดน้ำอโยธยา ซึ่งมีผลดังนี้

4.1.1 ผลการวิเคราะห์จากการสังเกต และ สัมภาษณ์ เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์การลงพื้นที่หาข้อมูลเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทย พบว่า สถานที่ๆเกี่ยวข้องกับมวยไทยที่ควรลงพื้นที่ศึกษา ได้แก่ สนามมวยเวทีลุมพินี และ สนามมวยเวทีราชดำเนิน ซึ่งสนามมวยทั้ง 2 แห่งนี้ มีการจัดการแข่งขันมวยไทย และสร้างนักมวยไทยที่มีชื่อเสียงมานานมากแล้ว และอีก 1 สถานที่ ที่ผู้วิจัยได้เลือกลงพื้นที่ศึกษา ผู้วิจัยได้เลือกให้มีความแตกต่างกับสถานที่ที่เป็นสถานที่จัดการแข่งขันมวยไทยแต่ก็ยังมีความเกี่ยวข้องกับมวยไทยในด้านประวัติศาสตร์ คือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลพบว่า ในช่วงยุคสมัยกรุงศรีอยุธยา ได้มีเรื่องราวเกี่ยวกับมวยไทยเล่าขานไว้อย่างเป็นที่น่าสนใจและน่าจดจำ เช่นเรื่องราวของพระเจ้าเสือ และ นายขนมต้ม โดยผู้วิจัยเลือกพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยวแห่งหนึ่ง คือ ตลาดน้ำอโยธยา ซึ่งจากการสังเกตและสัมภาษณ์พบว่า เอกลักษณ์ของสนามมวยเวทีลุมพินีและราชดำเนิน คือ เครื่องแต่งกายมวยไทย โดยความแตกต่างของเครื่องแต่งกายมวยไทยของทั้ง 2 แห่ง คือ สนามมวยเวทีลุมพินี จะมีการปักคำว่า ลุมพินี และ ตำนายาบ้า ไว้ที่กางเกงมวย สนามมวยเวทีราชดำเนิน จะมีการปักว่าราชดำเนินไว้ที่กางเกงมวย ในส่วนของเอกลักษณ์ของตลาด

น้ำอโยธยา คือ ชุดไทยย้อนยุค ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของบรรยากาศย้อนยุคในตลาดน้ำอโยธยา ซึ่งทั้งผู้คนที่ไปท่องเที่ยวและพ่อค้าแม่ค้า ได้แต่งกายให้เข้ากับบรรยากาศและสถานที่ เพื่อสร้างค่านิยมและถ่ายภาพ ร้านค้าหลายๆร้านในตลาดน้ำอโยธยา ได้นำชุดไทยโบราณมาจำหน่ายและให้เช่าแก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่า เครื่องแต่งกายแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์จากการสังเกต และ สัมภาษณ์ เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	สิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์
1. สนามมวยเวทีลุมพินี	เครื่องแต่งกายมวยไทย 
2. สนามมวยเวทีราชดำเนิน	เครื่องแต่งกายมวยไทย 
3. ตลาดน้ำอโยธยา	ชุดไทยโบราณ 

4.1.2 ผลการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์ และ สอบถามร้านค้าในสนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยเวทีราชดำเนิน และ ตลาดน้ำอโยธยา เกี่ยวกับ จำนวนและเชื้อชาติของนักท่องเที่ยว

พบว่า ผู้เข้ามาเลือกซื้อของที่ระลึกในร้านค้าแต่ละแห่งโดยเฉลี่ยเป็นจำนวน 200 คนต่อวันที่เปิดทำการ โดยประชากรที่มาเลือกซื้อส่วนใหญ่ แบ่งออกเป็นกลุ่มหลักๆ ได้แก่ ชาวจีน ชาวยุโรป และชาวไทย วิจัยจึงจำแนกแบบสอบถามข้อมูลและมุมมองของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกมวยไทย ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชาวจีน กลุ่มชาวยุโรป และ กลุ่มชาวไทย จำนวนกลุ่มละ 50 คน โดยใช้เกณฑ์ในการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 38)

4.1.3 ผลการวิเคราะห์จากการสอบถามความต้องการของผู้บริโภค และ มุมมองของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกมวยไทย

โดยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ ชาวจีน ชาวยุโรป และ ชาวไทย ที่เข้ามาเลือกซื้อของที่ระลึกที่ร้านค้าในสนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยเวทีราชดำเนิน และ ตลาดน้ำอโยธยา

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์จากการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูล ความต้องการและมุมมองของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกมวยไทยและความเห็นเกี่ยวกับเอกลักษณ์มวยไทย ของชาวจีน ชาวยุโรป และชาวไทย

รายการ	ชาวจีน		ชาวยุโรป		ชาวไทย	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1. ความรู้จักมวยไทยของกลุ่มตัวอย่าง						
1.1 รู้จัก	50	100	50	100	50	100
1.2 ไม่รู้จัก	-	-	-	-	-	-
รวม	50	100	50	100	50	100
2. ประเภทของที่ระลึกมวยไทยที่มีความต้องการในการเลือกซื้อ						
2.1 พวงกุญแจ	4	8	6	12	18	36
2.2 เสื้อยืด	1	2	1	2	1	2
2.3 กรอบรูป	-	-	-	-	-	-
2.4 โปสเตอร์	-	-	1	2	-	-
2.5 ที่ติดตู้เย็น	2	4	3	6	1	2
2.6 เข็มกลัด	1	2	1	2	-	-
2.7 เครื่องแต่งกายมวยไทย	35	70	33	66	22	44
2.8 ตุ๊กตา หรือ โมเดล	3	6	3	6	3	6
2.9 กระเป๋าผ้า	1	2	-	-	1	2
2.10 สินค้าที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่เช่น แฟลชไดรฟ์ หรือ สื่อDVD	2	4	3	6	4	8

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

รายการ	ชาวจีน		ชาวยุโรป		ชาวไทย	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
รวม	50	100	50	100	50	100
3. ความเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของ ที่ระลึกมวยไทยที่มีความต้องการ ในการเลือกซื้อ						
3.1 เป็นชิ้นเดียวเล็กๆ พกพา สะดวก	-	-	2	4	6	12
3.2 เป็นชุดเซตที่มีครบทุก อย่างที่สื่อถึงมวยไทย	30	60	32	64	25	50
3.3 งานแฮนด์เมด	5	10	8	16	15	30
3.4 ให้ความรู้เกี่ยวกับมวยไทย	15	30	8	16	4	8
รวม	50	100	50	100	50	100
4. ความเห็นเกี่ยวกับขนาดของที่ ระลึกมวยไทยที่มีความต้องการใน การเลือกซื้อ						
4.1 ขนาดเล็ก	10	20	12	24	24	48
4.2 ขนาดกลาง	40	80	38	76	26	52
4.3 ขนาดใหญ่	-	-	-	-	-	-
รวม	50	100	50	100	50	100
5. สิ่งที่ต้องพิจารณาก่อนการ ตัดสินใจซื้อของที่ระลึกมวยไทย						
5.1 รูปแบบ	15	30	10	20	4	8
5.2 คุณภาพ	10	20	5	10	4	8
5.3 ความสะดวกในการพกพา	10	20	5	10	12	24
5.4 ราคา	6	12	4	8	4	8
5.5 ประโยชน์ใช้สอย	1	2	4	8	3	6
5.6 ความชอบส่วนตัว	8	16	22	44	23	46

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

รายการ	ชาวจีน		ชาวยุโรป		ชาวไทย	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
รวม	50	100	50	100	50	100
6. เหตุผลในการซื้อของที่ระลึกมวยไทย						
6.1 รูปแบบ ความน่าสนใจ ความแปลกใหม่	17	34	14	28	21	42
6.2 ของฝาก ของที่ระลึก	14	28	12	24	14	28
6.3 มีคุณค่าแก่การจดจำ	15	30	15	30	10	20
6.4 สะสม	4	8	9	18	5	10
รวม	50	100	50	100	50	100
7. มีของที่ระลึกมวยไทยบ้างหรือไม่						
7.1 มี	23	46	12	24	19	38
7.2 ไม่มี	27	54	38	76	31	62
รวม	50	100	50	100	50	100
8. ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกอื่นๆ (ต่อครั้ง)						
8.1 น้อยกว่า 100 บาท	-	-	-	-	4	8
8.2 100 - 500 บาท	2	4	5	10	22	44
8.3 501 - 1,000 บาท	15	30	5	10	22	44
8.4 มากกว่า 1,000 บาท	33	66	40	80	2	4
รวม	50	100	50	100	50	100
9. ความเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่สื่อถึงเอกลักษณ์มวยไทย						
9.1 รูปแบบการต่อสู้	3	6	3	6	5	10
9.2 การแต่งกาย	47	94	44	88	40	80

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

รายการ	ชาวจีน		ชาวยุโรป		ชาวไทย	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
9.3 การไหว้ครู	-	-	3	6	5	10
รวม	50	100	50	100	50	100
10. ความเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่นึกถึงเมื่อพูดถึงมวยไทย						
10.1 ศิลปะการต่อสู้ของไทยที่มีมาแต่โบราณ	33	66	36	72	32	64
10.2 ความรุนแรง	7	14	9	18	9	18
10.3 เลือด	6	12	3	6	5	10
10.4 ประเทศไทย	4	8	2	4	4	8
รวม	50	100	50	100	50	100
11. ความเห็นเกี่ยวกับรูปแบบตัวอักษรที่มีความเหมาะสมกับคำว่ามวยไทย						
11.1 ตัวอักษรลักษณะหัวตัด	4	8	4	8	1	2
11.2 ตัวอักษรลักษณะตัวเขียน	10	20	8	16	10	20
11.3 ตัวอักษรตัวประดิษฐ์	32	64	37	47	35	70
11.4 ตัวอักษรหัวกลม	4	8	1	2	4	8
รวม	50	100	50	100	50	100

ซึ่งจากการวิเคราะห์แบบสอบถามความต้องการของผู้บริโภคและมุมมองของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกมวยไทย ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า นักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มรู้จักมวยไทยกันทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 ประเภทของที่ระลึกมวยไทยที่ทั้ง 3 กลุ่มมีความต้องการในการเลือกซื้อ เป็นอันดับที่ 1 คือ เครื่องแต่งกายมวยไทย โดย นักท่องเที่ยวชาวจีน คิดเป็นร้อยละ 70 นักท่องเที่ยวชาวยุโรป คิดเป็นร้อยละ 66 นักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 44 ความเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของที่ระลึกมวยไทยที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม มีความต้องการในการเลือกซื้อมากที่สุด คือ สินค้าที่เป็นชุดเซตที่มีครบทุกอย่างที่สื่อถึงมวยไทย โดย นักท่องเที่ยวชาวจีน คิดเป็นร้อยละ 60

นักท่องเที่ยวชาวยุโรป คิดเป็นร้อยละ 64 นักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 50 กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มมีความต้องการในการเลือกซื้อสินค้าขนาดกลาง โดย นักท่องเที่ยวชาวจีน คิดเป็นร้อยละ 80 นักท่องเที่ยวชาวยุโรป คิดเป็นร้อยละ 76 นักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 52 สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวจีนพิจารณาก่อนการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกมวยไทย อันดับ 1 คือ รูปแบบสินค้า คิดเป็นร้อยละ 30 ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวไทยให้ความสำคัญกับความชอบส่วนตัวเป็นอันดับ 1 นักท่องเที่ยวชาวยุโรป คิดเป็นร้อยละ 44 ชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 46 เหตุผลในการซื้อของที่ระลึกมวยไทย ของชาวจีนและชาวยุโรป มีเห็นผลในการซื้อในระดับที่ใกล้เคียงกันใน 3 หัวข้อ คือ รูปแบบความน่าสนใจ ความแปลกใหม่ นักท่องเที่ยวชาวจีน คิดเป็นร้อยละ 34 นักท่องเที่ยวชาวยุโรป คิดเป็นร้อยละ 28 ของฝาก ของที่ระลึก นักท่องเที่ยวชาวจีน คิดเป็นร้อยละ 28 นักท่องเที่ยวชาวยุโรป คิดเป็นร้อยละ 24 มีคุณค่าแก่การจดจำ นักท่องเที่ยวชาวจีน คิดเป็นร้อยละ 30 นักท่องเที่ยวชาวยุโรป คิดเป็นร้อยละ 30 ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ รูปแบบ ความน่าสนใจ ความแปลกใหม่ เป็นเหตุผลในการเลือกซื้อของที่ระลึกมวยไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42 กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ส่วนใหญ่ไม่มีของที่ระลึกมวยไทย โดย นักท่องเที่ยวชาวจีน คิดเป็นร้อยละ 54 นักท่องเที่ยวชาวยุโรป คิดเป็นร้อยละ 76 นักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 62 ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกอื่นๆที่ไม่เกี่ยวกับมวยไทยต่อครั้ง นักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง มากกว่า 1,000 บาท โดย นักท่องเที่ยวชาวจีน คิดเป็นร้อยละ 66 นักท่องเที่ยวชาวยุโรปคิดเป็นร้อยละ 80 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งอยู่ที่ 100 - 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 44 และ 501 - 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44 เช่นกัน นักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่ม เกือบทั้งหมดให้ความเห็นตรงกันว่า การแต่งกายเป็นสิ่งที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของมวยไทย โดย นักท่องเที่ยวชาวจีน คิดเป็นร้อยละ 94 นักท่องเที่ยวชาวยุโรป คิดเป็นร้อยละ 88 นักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 80 นักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มก็มีความเห็นส่วนใหญ่ตรงกันอีกว่า เมื่อพูดถึงมวยไทยจะนึกถึงศิลปะการต่อสู้ของไทยที่มีมาแต่โบราณ โดย นักท่องเที่ยวชาวจีน คิดเป็นร้อยละ 66 นักท่องเที่ยวชาวยุโรป คิดเป็นร้อยละ 72 นักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 64 และรูปแบบตัวอักษรที่มีความเหมาะสมกับคำว่ามวยไทยที่นักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มคิดว่าจะมีความเหมาะสมกับคำว่ามวยไทยก็คือ ตัวอักษรตัวประดิษฐ์ โดย นักท่องเที่ยวชาวจีน คิดเป็นร้อยละ 66 นักท่องเที่ยวชาวยุโรป คิดเป็นร้อยละ 47 นักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 70

สรุปได้ว่า สินค้าที่ระลึกมวยไทยที่ผู้วิจัยจะนำมาศึกษาและพัฒนา คือ เครื่องแต่งกายมวยไทยที่จัดอยู่ในบรรจุภัณฑ์ขนาดกลาง โดยที่ตัวบรรจุภัณฑ์จะให้ความรู้เกี่ยวกับมวยไทยและเครื่องแต่งกายไว้ ออกแบบให้มีความน่าสนใจ ตรงกับสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่นึกถึงเมื่อพูดถึงมวยไทย ซึ่งก็คือ ศิลปะการต่อสู้ของไทยที่มีมาแต่โบราณในที่นี่หมายถึง แม้ไม่มวยไทย และ การแต่งกายของนักมวยไทยในสมัยโบราณ รูปแบบตัวอักษรที่จะใช้ในการออกแบบก็คือ รูปแบบของตัวอักษรประดิษฐ์

4.1.4 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเรื่องมวยไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

โดยได้รวบรวมความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเรื่องมวยไทย โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 3 คน แบ่งออกเป็น 2 ตอน ใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิดได้ผลสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 คือ นายอุดม ตีกระจ่าง ประธานกรรมการผู้ตัดสินสนามมวยเวทีลุมพินี และวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิในการให้ความรู้เรื่องมวยไทยและกติกามวยไทย

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 คือ จ.ส.อ.ทนน พุ่มพานิช รองประธานกรรมการผู้ตัดสินสนามมวยเวทีลุมพินี ครูวิทยฐานะครูชำนาญการพิเศษ หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา โรงเรียนมัธยมขนาดนาอูปลั๊ก

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 คือ ร.อ.สุภาพ บุญรอดกรรมการการผู้ตัดสิน สนามมวยเวทีลุมพินี อดีตนักมวยไทยอาชีพและนักมวยสากลสมัครเล่นทีมชาติไทย

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทย

ตารางที่ 4.3 ส่วนประกอบของเครื่องแต่งกายมวยไทยที่สำคัญ

ส่วนประกอบ	รูปภาพ	รายละเอียด
1. มงคล		ถักด้วยเชือกฝ้าย โดยจำนวนเชือกที่ใช้ทำจะเป็นเลขมงคล ได้แก่ 3,7 หรือ 9 เส้น ใช้สวมที่ศีรษะ
2. ประเจียด		ถักด้วยเชือกฝ้าย โดยจำนวนเชือกที่ใช้ทำจะเป็นเลขมงคล ได้แก่ 3,7 หรือ 9 เส้น โดยที่ชายผ้าประเจียดจะต้องยาวไม่เกิน 5 นิ้ว ใช้รัดที่แขนซ้ายและขวา ข้างละ 1 เส้น
3. นวมหรือแบ็คชก		อุปกรณ์กีฬาที่นักมวยต้องสวมไว้กับมือขณะกำหมัดเพื่อป้องกันอาการบาดเจ็บขณะชก โดยการซ้อมส่วนใหญ่จะใช้แบ็คชก การแข่งขันจะใช้นวม

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ส่วนประกอบ	รูปภาพ	รายละเอียด
4. กางเกงมวยไทย		นักมวยมุมนแดง ใช้กางเกงสีแดง สีชมพู สีเงือด หมู หรือ สีขาว นักมวยมุมน้ำเงินใช้กางเกง สี กรมท่า หรือ สีดำสามารถใส่สีอื่นตกแต่งเพื่อความสวยงามได้ แต่ไม่ควรเกิน 25% ของสี เดิม หรือ เกินเลยไปจนทำให้ไม่รู้ว่านักมวยอยู่ มุมไหน แต่ถ้าใส่ออกกำลังกายก็ไม่มีข้อจำกัด ในการใช้สี
5. ผ้ารัดข้อเท้า		อังเกล หรือ ผ้ารัดข้อเท้า เพื่อป้องกันข้อเท้า บาดเจ็บระหว่างเล่นกีฬา ในการใช้สี เช่นเดียวกับกางเกงมวยไทยสวมที่เท้าซ้าย และขวา ข้างละ 1 ชิ้น

สรุปผลการวิเคราะห์จากการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทย โดยใช้แบบสอบถามแบบ ปลายเปิด สามารถวิเคราะห์และสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้ส่วนประกอบที่สำคัญของชุดมวยไทย ประกอบด้วยสิ่งสำคัญ 5 อย่าง ได้แก่ มงคล ประเจียด นวม หรือ แบริคชก กางเกงมวยไทย และ ผ้ารัด ข้อเท้า ในส่วนของวัสดุที่ห้ามนำมาผลิตหรือระดับบนชุดมวยไทย ได้แก่ วัสดุที่เป็นของแข็งของมีคม หรือเครื่องประดับที่เป็นวัสดุที่ทำให้เกิดอันตราย เช่น ไม้ เหล็ก อะคริลิก เป็นต้น สีที่ห้ามใช้ และ สามารถใช้ได้ ถ้าเป็นการใส่ซ่อมทั่วไปไม่มีข้อบังคับเรื่องสี แต่ในการแข่งขันนักมวยมุมนแดง ใช้กางเกงสี แดง สีชมพู สีเงือดหมู หรือ สีขาว นักมวยมุมน้ำเงินใช้กางเกง สีกรมท่า หรือ สีดำ สามารถใส่สีอื่น ตกแต่งเพื่อความสวยงามได้ แต่ไม่ควรเกิน 25% ของสีเดิม หรือ เกินเลยไปจนทำให้ไม่รู้ว่านักมวยอยู่ มุมไหน

4.1.6 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านของที่ระลึก เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา และพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย จากการสรุปผล การวิเคราะห์จากการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทยในด้านส่วนประกอบของเครื่องแต่งกายมวยไทย ที่สำคัญโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 3 คน แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้ผลสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป







ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 คือ คุณศจี สยามรัตน์ เจ้าของร้าน รักแผ่นดิน ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา เปิดร้านมามากกว่า 10 ปี

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 คือ คุณมัลลิกา คำลือผู้จัดการสาขา ร้าน Twins Special สนามมวยเวทีราชดำเนิน ดำรงตำแหน่งมามากกว่า 5 ปี

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 คือ คุณกรรณรส แพททำไม้เจ้าของร้าน สยาม ไทยบ็อกซิ่ง สนามมวยเวทีลุมพินี เปิดร้านมามากกว่า 15 ปี จากสนามมวยเวทีลุมพินีเดิม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์จากการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

รายการ	รูปภาพ	ความถี่	ร้อยละ
1. ประเภทของมงคลที่ต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย			
1.1 สายยาง หุ้มด้วยผ้ามองตากู ประดับด้วยริบบิ้นผ้าดีน		-	-
1.2 ด้ายไนลอนพันรอบโครงลวด		-	-
1.3 เชือกฝ้ายถักไม่มีโครง		3	100
รวม		3	100
2. ประเภทของประเจียดที่ต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย			
2.1 ด้ายไนลอน		-	-
2.2 ผ้าโปร่ง		-	-
2.3 เชือกฝ้าย		3	100

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

รวม		3	100
3. ประเภทของนวมหรือแบ็คชกที่ต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย			
3.1 ในด้านรูปแบบ			
3.1.1 นวมแบบเชือก		-	-
3.1.2 นวมแบบตีนตุ๊กแก		-	-
3.1.3 แบ็คชกนิ้วตัด		-	-
3.1.4 แบ็คชกนิ้วเต็มแบบตีนตุ๊กแก		3	100
รวม		3	100
3.2 ในด้านวัสดุ			
3.2.1 หนังแท้		2	66.66
3.2.2 หนังเทียม		1	33.33
รวม		3	100
4. ประเภทของกางเกงมวยไทยที่ต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย			
4.1 ในด้านรูปแบบการใส่ลวดลาย			
4.1.1 ปักลาย		3	100

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

4.1.2 สกรีนลาย		-	-
4.1.3 พิมพ์ลายด้วยหมึกพิมพ์สีระเหิด คุณภาพสูง		-	-
รวม		3	100
4.2 ในด้านวัสดุ			
4.2.1 ผ้าซาติน (ผ้าต่วน)		2	66.66
4.2.2 ผ้าไนลอน (ผ้าร่ม)		1	33.33
4.2.3 คาร์บอนฟิท (ใช้วัสดุผสมเกรด พรีเมียมระหว่างผ้าซาตินกับ dry fit)		-	-
4.2.4 Airtech Carbon (ไนลอนกันน้ำ+ ลายคาร์บอน)		-	-
รวม		3	100
4.3 ในด้านรูปทรง			
4.3.1 กางเกงมวยไทยเอาต์ท่า เว้าขาสูง		-	-

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

4.3.2 กางเกงมวยไทยเอาต่ำไว้ขาเล็กน้อย		-	-
4.3.3 กางเกงมวยไทยเอาสูง ไม่ไว้ขา		-	-
4.3.4 กางเกงมวยไทยเอาสูง ไว้ขาเล็กน้อย		3	100
รวม		3	100
5. ประเภทของผ้ารัดข้อเท้าที่ต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย			
5.1 ทอลาย		-	-
5.2 สกรีนลาย		-	-
5.3 ไม่มีลาย		3	100
รวม		3	100

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ในส่วนของการข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ สรุปประเด็นแยกตามส่วนประกอบที่สำคัญของชุดมวยไทย ดังนี้

มงคล สามารถประดับด้วยผ้าดินลวดลายและสีต่างๆได้เพื่อเพิ่มความสวยงาม

ประเจียด สามารถประดับด้วยผ้าดินลวดลายและสีต่างๆได้เพื่อเพิ่มความสวยงาม หรือถักด้วยเชือกสีที่ต่างกันได้

นวมหรือแบ็คชก ผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้ใช้แบ็คชก เนื่องจากผู้ซื้อสามารถนำไปใส่ออกกำลังกายได้ และ นวมที่ซื้อจากร้านทั่วไป ไม่สามารถนำไปใช้แข่งขันได้ เนื่องจากกฎระเบียบของการแข่งขัน บังคับให้ใช้นวมจากรายการแข่งขันที่จัดเตรียมไว้ให้ในส่วนของลวดลาย ผู้เชี่ยวชาญแนะนำไม่ให้สกรีนลายลงไป เพราะเวลานำไปใส่ชกได้ไม่นาน ลายก็ลอกหมด ให้ใช้เป็นการเล่นสกีจากตะเข็บหรือ ขอบของแบ็คชกจะดีกว่า และควรทำให้นิ้วโป้งโผล่ได้ เนื่องจากขนาดของนิ้วแต่ละคนไม่เท่ากัน ใส่แล้วจะได้มีความกระชับ และรู้สึกสบายไม่อึดอัดเวลาสวมใส่

กางเกงมวยไทย ผู้เชี่ยวชาญอยากให้มีการใช้สีสันทันมากกว่า 1 สี ควรใช้ข้อความภาษาไทย และควรใช้ข้อความว่ามวยไทยเนื่องจากเป็นคำที่แสดงให้รู้ว่าเป็นกางเกงมวยไทยมากที่สุด แนะนำให้ใช้สีของมุมแดง เนื่องจาก มีความโดดเด่นและได้รับความนิยมมากกว่า มุมน้ำเงิน

ผ้ารัดข้อเท้า ไม่แนะนำให้มีลวดลาย เนื่องจากสนามมวยบางแห่งมีข้อจำกัดในเรื่องของลวดลาย และ โลโก้สินค้า แนะนำให้เล่นสีตามขอบผ้ารัดข้อเท้าจะดีกว่า

นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญยังให้ดูรูปแบบของชุดมวยไทยที่มีอยู่ในปัจจุบัน วัสดุที่มีและควรนำมาใช้ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ



ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างกางเกงมวยไทยของนักมวยมุมแดง

ที่มา : ญัฐชนันธุธร เกษมธนะสมบุรณ์



ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างกางเกงมวยไทยของนักมวยมุมน้ำเงิน

ที่มา : ญัฐชนันธุธร เกษมธนะสมบุรณ์



ภาพที่ 4.3 ตัวอย่างมงคล

ที่มา : ฅัฒฐัชนัฅฐฐร เกษมฐนฐสมฐฐรณั



ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างประเจียดและฝัารัฒฐัฒฐฐ

ที่มา : ฅัฒฐัชนัฅฐฐร เกษมฐนฐสมฐฐรณั



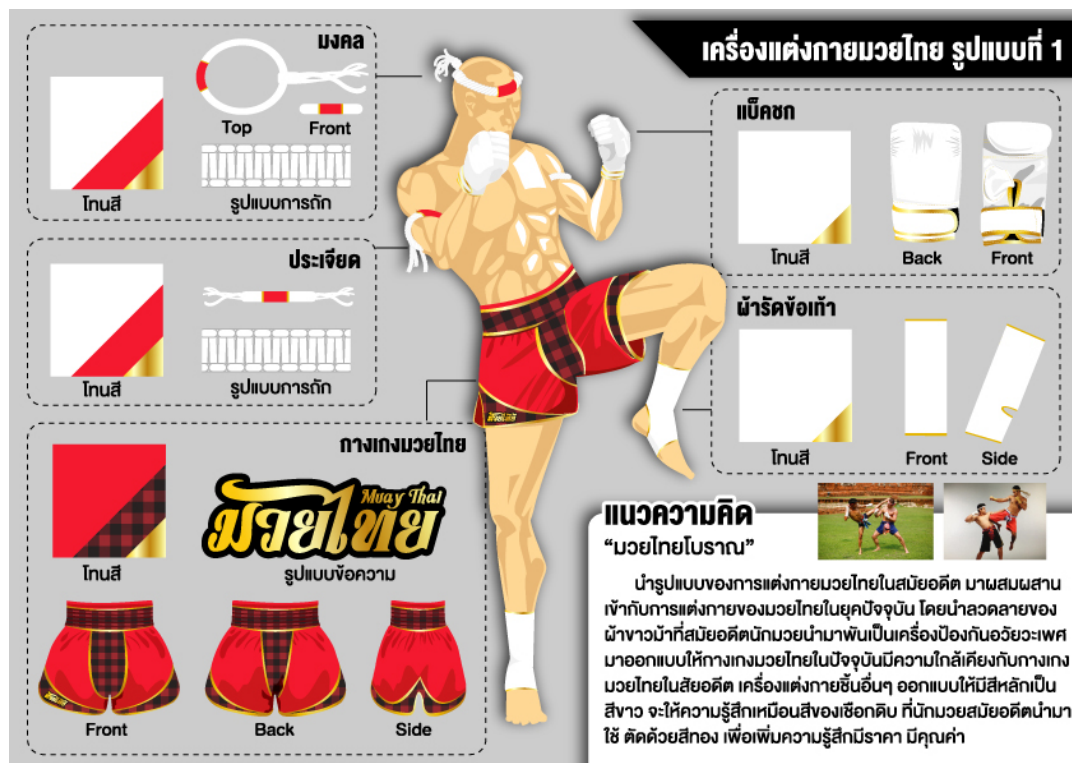
ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างนวมและแบ้คชก

ที่มา : ฅัฒฐัชนัฅฐฐร เกษมฐนฐสมฐฐรณั

สรุปผลการวิเคราะห์จากการสอบถามข้อมูลผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทยได้ดังนี้ มงคล ใช้เชือกฝ้ายถักไม่มีโครง คิดเป็นร้อยละ 100 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ ควรมีการตกแต่งเพิ่มเติมให้มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น ประเจียด ใช้เชือกฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 100 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ ประดับด้วยผ้าดั้นลวดลายและสีต่างๆได้เพื่อเพิ่มความสวยงาม ใช้แบ็คชกนิ้วเต็มแบบตีนตุ๊กแก คิดเป็นร้อยละ 100 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ ไม่ให้สกรีนลายลงไป เพราะเวลานำไปใส่ชกได้ไม่นาน ลายก็ลอกหมด ให้ใช้เป็นการเล่นสีจากตะเข็บ หรือ ขอบของแบ็คชกจะดีกว่า ควรตัดปลายนิ้วโป้งออกเนื่องจากผู้สวมใส่มีความยาวนิ้วที่ไม่เท่ากัน วัสดุของแบ็คชกจะใช้เป็น หนังแท้ คิดเป็นร้อยละ 66.66 ซึ่งหนังเทียมอยู่ที่ร้อยละ 33.33 ประเภทของกางเกงมวยไทยที่ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดเลือกคือ รูปแบบการปักลาย คิดเป็นร้อยละ 100 วัสดุของกางเกงมวยไทยอันดับที่ 1 คือ ผ้าซาติน (ผ้าตัวน) คิดเป็นร้อยละ 66.66 รองลงมาคือ ผ้าไนลอน (ผ้าร่ม) คิดเป็นร้อยละ 33.33 รูปทรงของกางเกงมวยไทยที่จะใช้ คือ กางเกงมวยไทยเอวสูง เว้าขาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 100 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ แนะนำให้ทำสีของนักมวยมูมแดง มีความโดดเด่นและได้รับความนิยมมากกว่า สีของนักมวยมูมน้ำเงิน อยากให้มีการใช้สีอื่นที่มากกว่า 1 สี ควรใช้ข้อความภาษาไทย และควรใช้ข้อความว่ามวยไทยเนื่องจากเป็นคำที่แสดงให้รู้ว่าเป็นกางเกงมวยไทยมากที่สุด ประเภทของผ้ารัดข้อเท้าที่ต้องการคือ ไม่มีลาย คิดเป็นร้อยละ 100 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ ไม่แนะนำให้มีลวดลาย เนื่องจากสนามมวยบางแห่งมีข้อกำหนดในเรื่องของลวดลาย และ โลโก้สินค้า แนะนำให้เล่นสีตามขอบผ้ารัดข้อเท้าจะดีกว่า

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์มวยไทย

หลังจากได้วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลจากการสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยว และข้อมูลจากการสอบถาม สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านมวยไทย และผู้เชี่ยวชาญทางด้านรูปแบบของที่ระลึก จากการสังเกต สอบถามนำผลมารวบรวมและนำไปวิเคราะห์ สรุป เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์มวยไทยเมื่อได้ทำการรวบรวมข้อมูลความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์แล้วสรุปได้ว่า สินค้าที่ระลึกมวยไทยที่ผู้วิจัยจะนำมาศึกษาและพัฒนา คือ เครื่องแต่งกายมวยไทยที่จัดอยู่ในบรรจุภัณฑ์ขนาดกลาง โดยที่ตัวบรรจุภัณฑ์จะให้ความรู้เกี่ยวกับมวยไทยและเครื่องแต่งกายไว้ ออกแบบให้มีความน่าสนใจ ตรงกับสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่นึกถึงเมื่อพูดถึงมวยไทย ซึ่งก็คือ ศิลปะการต่อสู้ของไทยที่มีมาแต่โบราณ และรูปแบบตัวอักษรที่จะใช้ในการออกแบบก็คือ รูปแบบของตัวอักษรประดิษฐ์ ซึ่งในชุดมวยไทยจะประกอบด้วย มงคล ประเจียด แบ็คชก กางเกงมวยไทย และ ผ้ารัดข้อเท้า ไม่ใช้วัสดุที่เป็นของแข็ง ของมีคม หรือเครื่องประดับที่เป็นวัสดุที่ทำให้เกิดอันตรายมาประดับบนเครื่องแต่งกายมวยไทย มงคล ใช้เชือกฝ้ายถักไม่มีโครง ประดับเพิ่มเติมด้วยผ้าดั้น ประเจียด ใช้เชือกฝ้าย ประดับด้วยผ้าดั้นลวดลายและสีต่างๆ หรือถักด้วยเชือกในรูปแบบและสีที่ต่างกัน แบ็คชกนิ้วเต็มแบบตีนตุ๊กแก ไม่

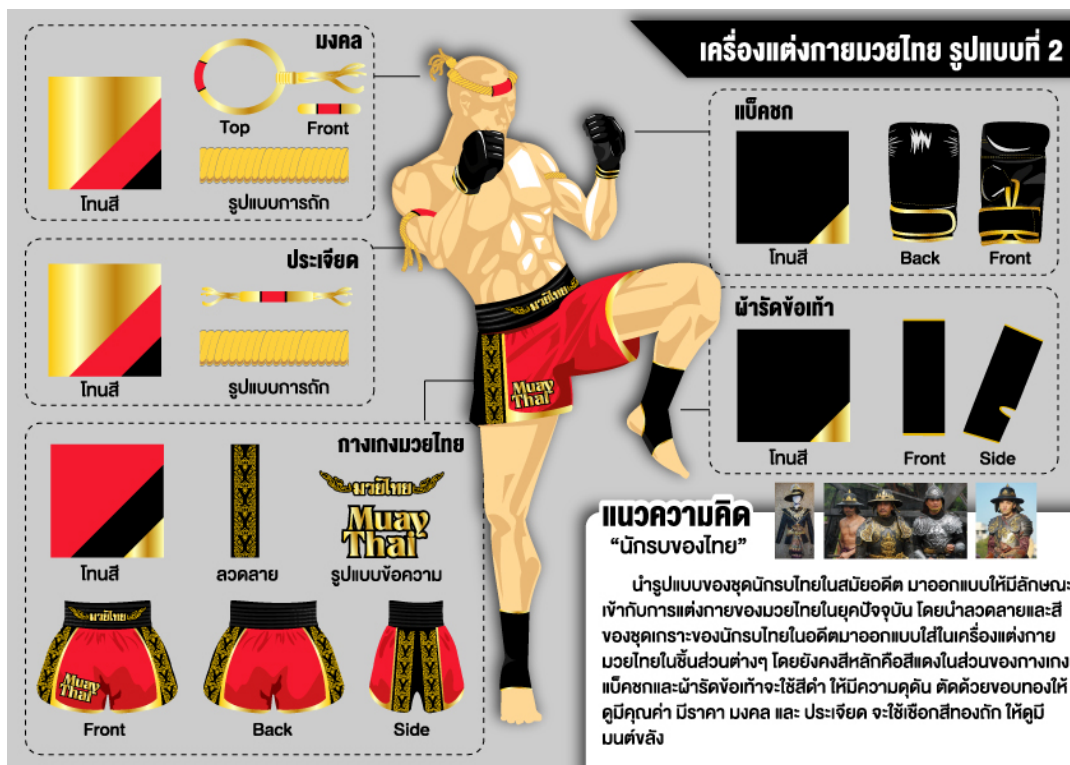


ภาพที่ 4.7 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 1

ที่มา : ญัฐชนันธุธร เกษมธนะสมบุรณ์

แบบ Sketch Design รูปแบบที่ 1 ได้นำรูปแบบของเครื่องแต่งกายของมวยไทยโบราณมาผสมผสานเข้ากับเครื่องแต่งกายมวยไทยในปัจจุบัน ออกแบบให้สามารถใส่ออกกำลังกายและใส่แข่งขันได้ โดยไม่ผิดหลักเกณฑ์ของทางกฎระเบียบว่าด้วยเรื่องการแต่งกายในการแข่งขัน โดยเริ่มจากมงคล ได้ออกแบบให้เป็นลักษณะเชือกดิบสีขาว 9 เส้น ถักขึ้น ให้มีลักษณะเหมือนกับมงคลมวยไทยโบราณ ประดับด้วยผ้าดั้นสีทองตัดกับสีแดง สีแดงทำให้ดูมีพลัง ส่วนสีทองทำให้ดูมีมนต์ขลังและมีมูลค่า ประเจียด จะใช้เชือกดิบ 3 เส้น ถักขึ้น ประดับผ้าดั้นสีทองตัดกับสีแดงเช่นเดียวกับมงคล แบ็คชกจะเป็นสีขาวเพื่อให้มีลักษณะเหมือนการคาดเชือกของมวยไทยโบราณ เล่นสีขอบด้วยสีทอง ให้ดูมีมนต์ขลังและมีมูลค่ามากขึ้น กางเกงได้ใช้ผ้าซาตินสีแดงสดเป็นสีหลัก ตัดลายของผ้าขาวม้าสีดำแดง ให้มีลักษณะเหมือนกับมวยไทยโบราณที่ใช้ผ้าขาวม้าคาดเอวและนำมาห่อหุ้มอวัยวะเพื่อเป็นอุปกรณ์ป้องกัน ตกแต่งเพิ่มเติมด้วยสีทอง ในส่วนของข้อความจะปักคำว่า มวยไทยไว้ที่มุมซ้ายล่างของกางเกงไม่ใหญ่มาก พร้อมปักภาษาอังกฤษคำว่า Muay Thai กำกับไว้ เพื่อให้ชาวต่างชาติเข้าใจด้วยผ้ารัดข้อเท้าจะใช้สีขาวจะให้ความรู้สึกเหมือนใช้ผ้าดิบพันขาตัดด้วยขอบทอง เช่นเดียวกับแบ็คชก

สรุป Sketch Design รูปแบบที่ 1 รูปแบบของเครื่องแต่งกายมวยไทยชุดนี้ ได้ออกแบบให้ใกล้เคียงกับการแต่งกายของมวยไทยโบราณ และสามารถนำไปใช้ในการแข่งขันจริงได้

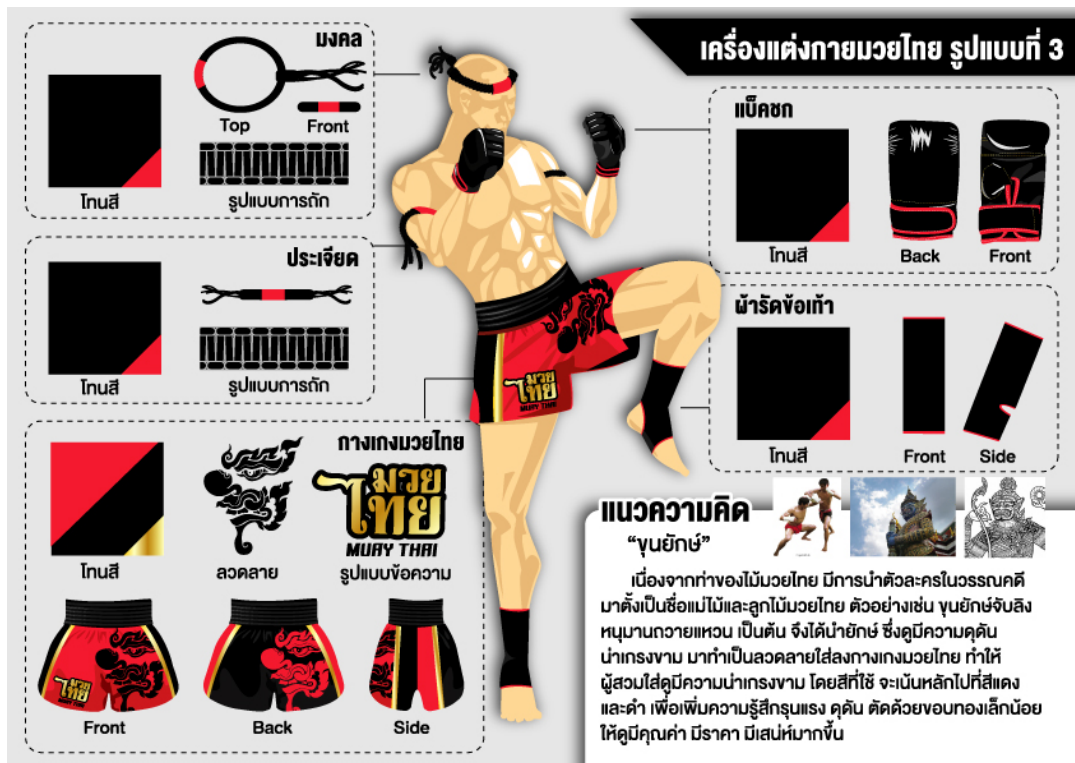


ภาพที่ 4.8 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 2

ที่มา : ญัฐชนันธุธร เกษมธนะสมบุรณ์

แบบ Sketch Design รูปแบบที่ 2 ได้นำรูปแบบของนักรบของไทยในสมัยก่อนมาออกแบบทางด้านลวดลายและโทนสี ให้ความรู้สึกเดียวกับชุดของนักรบไทยในสมัยก่อน โดยยังคงใช้สีหลักของกางเกงเป็นสีแดง ซึ่งจะสามารถใส่แข่งขันได้ โดยไม่ผิดหลักเกณฑ์ของทางกฎระเบียบว่าด้วยเรื่องการแต่งกายในการแข่งขัน มงคล ได้ออกแบบให้เป็นลักษณะเชือกดิบสีทอง 9 เส้น ถักขึ้น ให้มีลักษณะเหมือนกับมงคลมวยไทยโบราณ ประดับด้วยผ้าดิ้นสีแดงตัดกับดำ ให้ความโดดเด่น ประเจียด จะใช้เชือกดิบสีทอง 3 เส้น ถักขึ้น ประดับผ้าดิ้นสีแดงตัดกับสีดำเช่นเดียวกับมงคล แบริคชก จะเป็นสีดำขลิบทองเพื่อให้มีลักษณะเหมือนสีของชุดแต่งกายของนักรบไทยโบราณ กางเกงได้ใช้ผ้าซาตินสีแดงสดเป็นสีหลัก ตัดลายกนกสีทองบนพื้นดำทางด้านข้างของกางเกง ตกแต่งเพิ่มเติมด้วยสีทอง ในส่วนของข้อความจะปักคำว่า มวยไทยไว้ที่ขอบเอวของกางเกงไม่ใหญ่มาก พร้อมปักภาษาอังกฤษคำว่า Muay Thai ไว้ด้านล่างซ้าย เพื่อให้ชาวต่างชาติเข้าใจด้วยผ้ารัดข้อเท้าจะใช้สีดำจะขอบทอง เช่นเดียวกับแบริคชก

สรุป Sketch Design รูปแบบที่ 2 รูปแบบของเครื่องแต่งกายมวยไทยชุดนี้ ได้ออกแบบให้ใกล้เคียงกับการแต่งกายของนักรบไทยโบราณ และสามารถนำไปใช้ในการแข่งขันจริงได้



ภาพที่ 4.9 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 3

ที่มา : ญัฐชนันธุธร เกษมธนะสมบุรณ์

แบบ Sketch Design รูปแบบที่ 3 ได้นำรูปแบบของยักษ์ซึ่งมีที่มาจากท่าแม่ไม้มวยไทยโบราณ ก็คือ ท่าขุนยักษ์จับลิง ออกแบบโทนสีและลวดลายให้มีความน่ากลัวน่าเกรงขามดั่งยักษ์สามารถใส่อกกำลังกายและใส่แข้งขันได้ โดยไม่ผิดหลักเกณฑ์ของทางกฎระเบียบว่าด้วยเรื่องการแต่งกายในการแข่งขัน โดยเริ่มจากมวงค ได้ออกแบบให้เป็นลักษณะเชือกดิบสีดำ 9 เส้น ถักขึ้นประดับด้วยผ้าดิ้นสีแดง ให้ดูมีความดูดันท่าเกรงขาม ประเจียด จะใช้เชือกดิบ 3 เส้น ถักขึ้นประดับผ้าดิ้นสีแดงเช่นเดียวกับมวงค แแบ็คชกจะเป็นสีดำขอบแดงให้ดูมีความดูดันท่าเกรงขาม กางเกงได้ใช้ผ้าซาตินสีแดงสดและสีดำ เป็นสีทูลโทน ตกแต่งเพิ่มเติมด้วยสีทอง ด้านหน้าและด้านหลังของกางเกงที่ฝั่งขวาจะใส่ลายกราฟิกลายยักษ์ลงไป ในส่วนของข้อความจะปักคำว่า มวยไทยไว้ที่มุมซ้ายล่างของกางเกงไม่ใหญ่มาก พร้อมปักภาษาอังกฤษคำว่า Muay Thai กำกับไว้ เพื่อให้ชาวต่างชาติเข้าใจด้วย ผ้ารัดข้อเท้าจะใช้สีดำตัดด้วยขอบแดง เช่นเดียวกับแบ็คชก

สรุป Sketch Design รูปแบบที่ 3 รูปแบบของเครื่องแต่งกายมวยไทยชุดนี้ ได้ออกแบบให้ผู้ใส่มีความน่าเกรงขาม มีความดูร้ายเหมือนดั่งยักษ์ และสามารถนำไปใช้ในการแข่งขันจริงได้



ภาพที่ 4.10 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 4

ที่มา : ญัฐชนันธุ์ร เกษมธนะสมบุรณ์






แบบ Sketch Design รูปแบบที่ 4 ได้นำรูปแบบของยันต์ ซึ่งนักมวยไทยในอดีตจนถึงปัจจุบันจะสักยันต์เพื่อเพิ่มความเป็นมงคล ซึ่งลายที่นำมาใช้ก็คือลายที่นิยมในหมู่นักมวยไทย ก็คือลายมวยไทยเสื่อรอยสัก ออกแบบโทนสีและลวดลายให้มีความแข็งแรงตั้งเสื่อ นำลวดลายของยันต์มาใส่ที่กางเกง ให้ความรู้สึกมีมนต์ขลัง สามารถใส่ออกกำลังกายและใส่แข่งขันได้ โดยไม่ผิดหลักเกณฑ์ของทางกฎระเบียบว่าด้วยเรื่องการแต่งกายในการแข่งขัน โดยเริ่มจากมงคล ได้ออกแบบให้เป็นลักษณะเชือกดิบสีแดง 9 เส้น ถักขึ้น ประดับด้วยผ้าดั้นสีดำขลิบขาว ประเจียด จะใช้เชือกดิบสีแดง 3 เส้น ถักขึ้น ประดับผ้าดั้นสีดำขลิบขาวเช่นเดียวกับมงคล แป๊ะชกจะเป็นสีแดงที่รัดเป็นสีดำขอบขาวแดง กางเกงได้ใช้ผ้าซาตินสีแดงสดและสีดำ เป็นสีทูโทน ตกแต่งเพิ่มเติมด้วยสีขาวด้านหน้าของกางเกงใส่ลายยันต์ลงไป ให้มีลักษณะเหมือนเสื้อยันต์ในส่วนของข้อความจะปักคำว่า มวยไทยไว้ที่มุมซ้ายล่างของกางเกงไม่ใหญ่มาก พร้อมปักภาษาอังกฤษคำว่า Muay Thai กำกับไว้ เพื่อให้ชาวต่างชาติเข้าใจด้วยผ้ารัดข้อเท้าจะใช้สีดำตัดด้วยขอบแดง

สรุป Sketch Design รูปแบบที่ 4 รูปแบบของเครื่องแต่งกายมวยไทยชุดนี้ ได้ออกแบบให้ผู้ใส่มีความมั่นใจมากขึ้น เพิ่มความเป็นมงคลจากลวดลายมวยไทยเสื่อรอยสักซึ่งเสื้อเป็นสัญลักษณ์ของอำนาจและความแข็งแรงและสามารถนำไปใช้ในการแข่งขันจริงได้






ผู้วิจัยได้นำข้อคำถามไปประเมิน สอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของทีระลีก ที่มีต่อการออกแบบเครื่องแต่งกายมวยไทย จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ สินธุ์ศักดิ์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. อาจารย์บุญส่ง อุดมกิจโกศล หัวหน้าสาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
3. คุณสัณชัย สำเนียงดี ผู้จัดการร้าน พาวเวอร์สปอร์ต






ตารางที่ 4.5 ผลการประเมินแบบ 5 รูปแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของทีระลีก

รายการประเมิน										
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
	N = 3		N = 3		N = 3		N = 3		N = 3	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
1.ด้านการใช้สอย										
1.1 มีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้งานได้	4.33	0.58	4.00	0.00	4.33	0.58	4.00	0.00	4.00	0.00
1.2 สามารถดูแลรักษาได้ง่าย	3.33	0.58	3.67	0.58	3.67	0.58	3.67	0.58	3.67	0.58
1.3 มีข้อมูลที่สร้างความรู้ให้แก่ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อสามารถเรียนรู้จากผลิตภัณฑ์ได้	3.67	0.58	3.33	0.58	3.67	0.58	3.33	0.58	3.33	0.58
1.4 แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี	5.00	0.00	4.33	0.58	3.67	0.58	3.33	0.58	3.33	0.58






ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการประเมิน										
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
	N = 3		N = 3		N = 3		N = 3		N = 3	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
2.ด้านความงาม										
2.1 มีลวดลายที่โดดเด่นเหมาะสมเป็นลักษณะเฉพาะตัว	4.67	0.58	3.67	0.58	3.67	0.58	3.00	0.00	3.00	0.00
2.2 ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ได้ชัดเจน	3.67	0.58	3.33	0.58	3.33	0.58	3.33	0.58	3.33	0.58
2.3 มีลวดลายที่ออกแบบและตกแต่งที่สวยงาม	4.67	0.58	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00
2.4 สามารถดึงดูดความสนใจสร้างความประทับใจเป็นที่จดจำต่อผู้ซื้อผลิตภัณฑ์	4.67	0.58	4.00	1.00	3.67	0.58	3.67	0.58	3.67	0.58
3.ด้านคุณภาพ										
3.1 ผลิตภัณฑ์มีความทนทานเหมาะสมกับการใช้งาน	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการประเมิน										
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
	N = 3		N = 3		N = 3		N = 3		N = 3	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
3.2 วัสดุมี น้ำหนักที่เหมาะสม กับการใช้งาน	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
4.ด้านเอกลักษณ์เฉพาะ										
4.1 ผลิตภัณฑ์ สามารถบอกได้ว่า เป็นสินค้าที่ระลึก มวยไทย	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00
4.2 การจัดวาง องค์ประกอบสอดคล้องกับประเภท หรือรูปแบบของ ผลิตภัณฑ์	3.67	0.58	3.67	0.58	4.00	0.00	3.67	0.58	3.33	0.58
4.3 รูปแบบ หรือลักษณะของ ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับขนบ ธรรมเนียมประเพณี	5.00	0.00	4.00	0.00	3.00	0.00	3.00	0.00	3.00	0.00
4.4 ลวดลาย ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่ไม่ซ้ำ และ ไม่เหมือนใคร	5.00	0.00	4.00	0.00	3.67	0.58	4.00	0.00	4.00	0.00

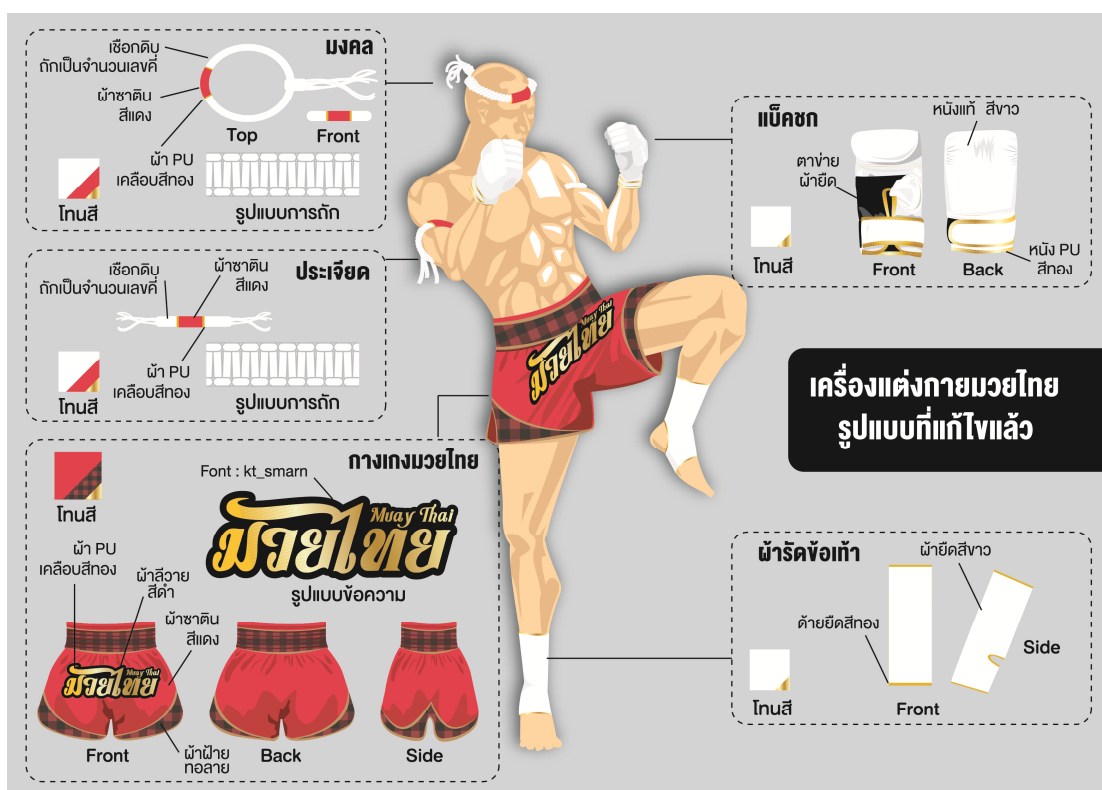
ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการประเมิน										
	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3	รูปแบบที่ 4	รูปแบบที่ 5					
	N = 3	N = 3	N = 3	N = 3	N = 3					
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
4.5 ผลิตภัณฑ์ แสดงสัญลักษณ์ที่ โดดเด่นของมวย ไทยได้ชัดเจน	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00	4.33	0.58
เฉลี่ยรวม	4.31	0.31	3.93	0.30	3.84	0.31	3.73	0.23	3.73	0.27
ระดับ	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี

จากตารางที่ 4.5 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของทีระลีก พบว่า การออกแบบเครื่องแต่งกายมวยไทยที่มีความเหมาะสมมากที่สุดจากจำนวน 5 รูปแบบ คือ รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.31$, S.D. = 0.31) และเมื่อวิเคราะห์ตามรายข้อสรุปได้ดังนี้ แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี วัสดุมีน้ำหนักที่เหมาะสมกับการใช้งาน รูปแบบหรือลักษณะของผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับขนบธรรมเนียมประเพณี ลวดลายผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่ไม่ซ้ำ และไม่เหมือนใคร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}=5.00$, S.D. = 0.00) มีลวดลายที่โดดเด่นเหมาะสมเป็นลักษณะเฉพาะตัว มีลวดลายที่ออกแบบและตกแต่งที่สวยงาม สามารถดึงดูดความสนใจ สร้างความประทับใจเป็นที่จดจำต่อผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}=4.67$, S.D. = 0.58) มีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้งานได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.33$, S.D. = 0.58) ผลิตภัณฑ์มีความทนทานเหมาะสมกับการใช้งาน ผลิตภัณฑ์สามารถบอกได้ว่าเป็นสินค้าที่ระลึกมวยไทย ผลิตภัณฑ์แสดงสัญลักษณ์ที่โดดเด่นของมวยไทยได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.00$, S.D. = 0.00) มีข้อมูลที่สร้างความรู้ให้แก่ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อสามารถเรียนรู้จากผลิตภัณฑ์ได้ ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ได้ชัดเจน การจัดวางองค์ประกอบสอดคล้องกับประเภทหรือรูปแบบของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=3.67$, S.D. = 0.58) และสามารถดูแลรักษาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.33$, S.D. = 0.58)

ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบเครื่องแต่งกายมวยไทยโดยผู้เชี่ยวชาญมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแบบ คือ มงคล ควรทำให้สามารถปรับ

ขนาดได้ ประหยัด ควรมีเชือกเส้นที่ยาวที่สุดเพื่อให้ง่ายต่อการผูกมัด กางเกงมวยไทยให้ปรับขนาดของข้อความให้ใหญ่ขึ้นและควรมานำใส่ตรงกลางเป้ากางเกง เนื่องจากขนาดข้อความที่เล็กกรรมวิธีการผลิตจะทำได้ยากและจุดเด่นของกางเกงมวยไทยคือข้อความภาษาไทยที่อยู่ตรงเป้ากางเกง ลวดลายผ้าขาวม้าตรงเป้ากางเกงทั้งด้านหน้าและด้านหลังควรเอาออกแล้วใช้เป็นสีแดงล้วน เนื่องจากการใช้ผ้าต่างชิ้นในส่วนตรงเป้ากางเกง จะต้องทำการต่อผ้าซึ่งจะมีรอยเย็บ เวลาใส่ออกกำลังกายหรือแข่งขัน จะทำให้รอยต่อของกางเกงขาดได้ ให้นำมาประดับด้านข้างแทน เส้นสีทองที่ประดับบนกางเกง ไม่ควรหนาจนเกินไป เพราะจะทำให้ข้อความซึ่งเป็นสีทองอยู่แล้วขาดความเด่นชัด ในส่วนของแบ็คชก ควรหาวิธีที่สามารถทำให้ผู้ที่มือนิ้วต่างกัน ใส่ได้ทั้งหมดโดยไม่แน่นจนเกินไป อาจจะใช้ผ้าที่มีความยืดหยุ่นได้เป็นส่วนประกอบ ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงและพัฒนาการออกแบบเครื่องแต่งกายให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการใช้งานต่อไป



ภาพที่ 4.12 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยที่แก้ไขแล้ว

ที่มา : อนุรักษ์นุญธร เกษมธนะสมบูรณ์



ภาพที่ 4.13 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบเครื่องแต่งกายมวยไทย
ที่มา : อนุรักษ์นัฐธร เกษมธนะสมบูรณ์

เมื่อได้รูปแบบเครื่องแต่งกายมวยไทยที่ได้จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึกแล้ว คือ เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 1 ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแบบตามข้อเสนอแนะ จึงนำรูปแบบแนวความคิดของเครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 1 ซึ่งก็คือ การแต่งกายของมวยไทยโบราณ มาเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ผู้วิจัยจึงทำการออกแบบภาพร่าง (Sketch Design) จากการวิเคราะห์รูปแบบแนวความคิดของเครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 1 ซึ่งก็คือ มวยไทยโบราณ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบภาพร่างตามหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อออกแบบรูปแบบให้มีความเหมาะสม จำนวน 3 รูปแบบ



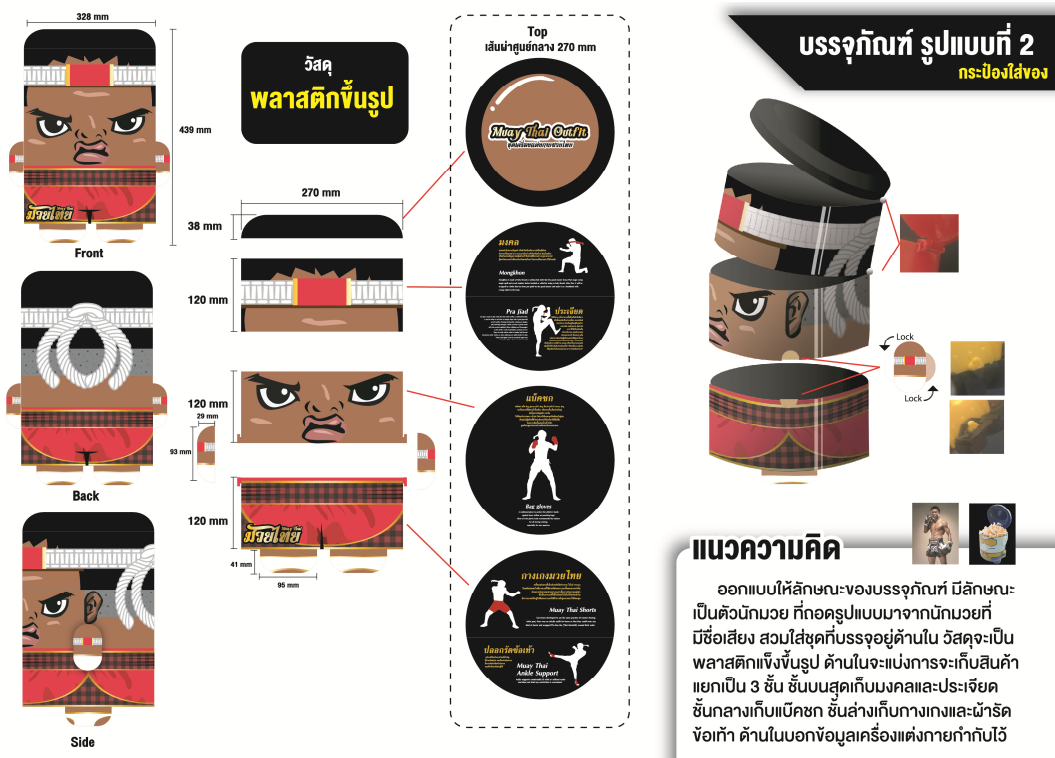
ภาพที่ 4.14 แรงบันดาลใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบต่างๆ
ที่มา : อนุรักษ์นฤธร เกษมธนะสมบูรณ์



ภาพที่ 4.15 แบบ Sketch Design บรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 1
ที่มา : อนุรักษ์นฤธร เกษมธนะสมบุรณ์

แบบ Sketch Design รูปแบบที่ 1 ได้นำองค์ประกอบของสถานที่ ที่ปรากฏอยู่ในฉากหลังที่ใช้ประกอบสื่อต่างของมวยไทยโบราณ เช่น ภาพถ่าย วิดีทัศน์ซึ่งก็คือ กำแพงและเจดีย์วัดเก่าแก่ที่เป็นมรดกของไทย นำมาออกแบบเป็นลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งด้านในบรรจุภัณฑ์จะบอกข้อมูลของเครื่องแต่งกายมวยไทยแต่ละชิ้น ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ด้านหลังของกล่องจะใส่ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติการแต่งกายมวยไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน วัสดุจะใช้เป็นกระดาษลูกฟูก ด้านหน้าแปะแผ่นใสให้เห็นสินค้าด้านใน มีหูหิ้วสำหรับถือไปไหนมาไหนได้สะดวก จัดวางเครื่องแต่งกายมวยไทยแต่ละชิ้นให้พื้นที่มีขนาดที่เล็กที่สุดเท่าที่จะเล็กได้ เพื่อความสะดวกต่อการที่นักท่องเที่ยวจะซื้อกลับไปเป็นของฝาก ด้านข้างของกล่องจะบอกว่าภายในกล่องประกอบด้วยอะไรบ้าง รูปแบบสินค้าเป็นอย่างไร

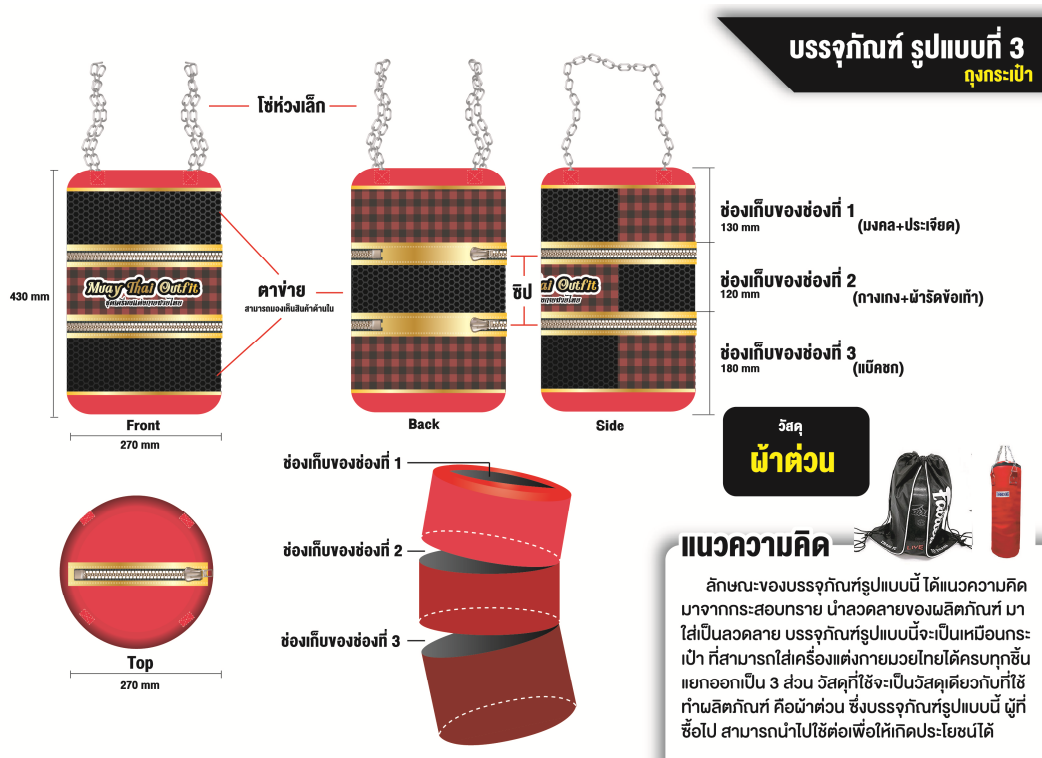
สรุป Sketch Design รูปแบบที่ 1 บรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยนี้ ได้แนวความคิดการออกแบบมาจาก ชากำแพงซากวัดของเมืองโบราณซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับมวยไทยโบราณอย่างเห็นได้ชัด รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ออกแบบให้ขนย้ายและจัดเก็บสะดวก มีต้นทุนที่ไม่สูง ร้านค้าผู้จัดจำหน่ายสามารถประกอบขึ้นเองได้ ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่มาซื้อ เหมาะแก่การซื้อเป็นของฝาก



ภาพที่ 4.16 แบบ Sketch Design บรรจุกันต์เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 2
ที่มา : ณัฐชนันธร เกษมธนะสมบุรณ์

แบบ Sketch Design รูปแบบที่ 2 ออกแบบบรรจุกันต์ให้มีลักษณะเหมือนตัวการ์ตูน นักมวยไทยใส่เครื่องแต่งกายมวยไทยที่บรรจุอยู่ภายใน ออกแบบให้มีความแปลกใหม่ ส่วนประกอบต่างๆแบ่งเป็น 3 ชั้น ซึ่งชั้นบนสุดเก็บมงคลและประเจียด ชั้นกลางเก็บแบ็คชก ชั้นล่างเก็บกางเกงและผ้ารัดข้อเท้า วัสดุเป็นพลาสติกขึ้นรูป ซึ่งมีความแข็งแรงทนทาน ในส่วนด้านในจะบอกข้อมูลของชุดแต่งกายมวยไทยไว้ด้วย

สรุป Sketch Design รูปแบบที่ 2 บรรจุกันต์เครื่องแต่งกายมวยไทยนี้ ได้แนวความคิดการออกแบบมาจาก กระป๋องพลาสติกที่ออกแบบให้ลวดลายเหมือนตัวนักมวย รูปแบบของบรรจุกันต์ ออกแบบให้มีความแข็งแรง น่าสนใจ แปลกใหม่ ให้ความรู้ เหมาะแก่การซื้อเป็นของฝาก



ภาพที่ 4.17 แบบ Sketch Design บรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 3

ที่มา : ญัฐชนันธุธร เกษมธนะสมบุรณ์

แบบ Sketch Design รูปแบบที่ 3 ได้ใช้รูปทรงของกระสอบทรายมาออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ ลักษณะเป็นกระเป๋าผ้าตัวน มีช่องสำหรับใส่ของแบ่งออกเป็น 3 ชั้น ในแต่ละชั้นจะมีช่องตาข่ายให้เห็นสินค้าด้านใน ชั้นบนสุดจะเก็บมวงคลและประเจียด ชั้นกลางจะเก็บกางเกงและผ้ารัดข้อเท้า ส่วนชั้นล่างสุดซึ่งมีขนาดใหญ่ที่สุดจะเก็บแบ็คชก ในส่วนของลวดลาย ใช้ลวดลายเดียวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ในส่วนของสายสะพาย จะใช้เป็นโซ่ห่วงเล็ก เพื่อที่จะให้รูปแบบใกล้เคียงกับกระสอบทรายและดูมีความแข็งแรงทนทาน

สรุป Sketch Design รูปแบบที่ 3 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยนี้ ได้แนวความคิดการออกแบบมาจากกระสอบทราย รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ออกแบบให้มีความน่าสนใจแปลกใหม่ ดูมีความแข็งแรงทนทานบรรจุภัณฑ์สามารถเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับใช้งานได้ต่อ เหมาะแก่การซื้อเป็นของฝาก

ผู้วิจัยได้นำข้อคำถามไปประเมิน สอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1. รองศาสตราจารย์ สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. อาจารย์ธัญญาดา ทวีวัฒน์

หัวหน้าสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. คุณวราภรณ์ นิเวศเจริญไพศาล

หัวหน้าฝ่ายวิจัยและพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ บริษัท ไอ.พี.แมนูแฟคเจอร์ จำกัด

ตารางที่ 4.6 ผลการประเมินแบบ 3 รูปแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

รายการประเมิน						
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	N = 3		N = 3		N = 3	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. รูปทรงของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.67	0.58	3.33	0.58	3.33	0.58
2. ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.33	0.58	3.00	0.00	4.00	0.00
3. มีการเลือกใช้สีที่มีความเหมาะสมและเชื่อมโยงกับตัวผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.33	0.58	4.67	0.58	4.67	0.58
4. มีการเลือกใช้วัสดุที่หาง่าย	4.00	0.00	3.33	0.58	4.00	0.00
5. มีกรรมวิธีการผลิตที่ไม่ซับซ้อนและใช้เทคโนโลยีอย่างง่าย	4.33	0.58	3.00	0.00	3.00	0.00
6. มีโครงสร้างหีบห่อ ที่แข็งแรงเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00
7. บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามเหมาะสม น่าซื้อ	4.67	0.58	4.67	0.58	4.33	0.58
8. บรรจุภัณฑ์สามารถใช้เป็นสื่อเผยแพร่ข้อมูลของมวยไทยได้	4.00	0.00	3.67	0.58	3.00	0.00

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

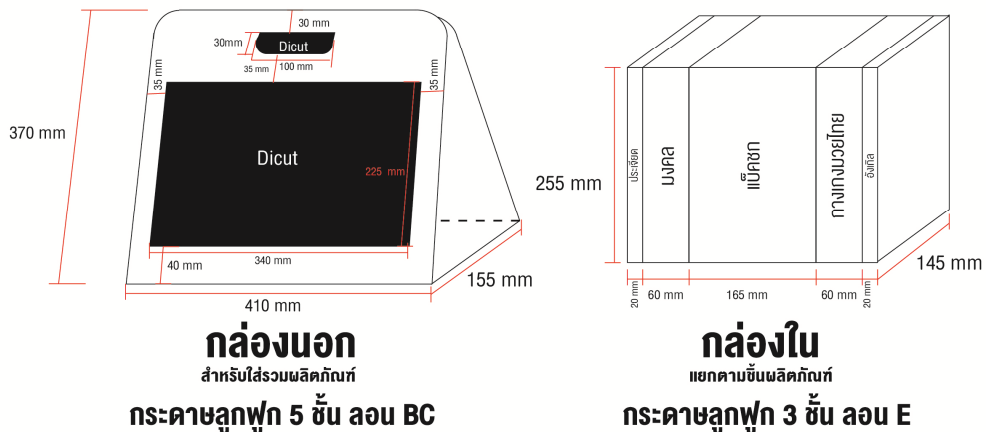
รายการประเมิน						
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	N = 3		N = 3		N = 3	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
9. บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อได้	5.00	0.00	3.00	0.00	4.33	0.58
10. บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดใจผู้ซื้อได้	4.00	0.00	4.67	0.58	4.33	0.58
เฉลี่ยรวม	4.33	0.30	3.73	0.30	3.90	0.30
ระดับ	ดี		ดี		ดี	

จากตารางที่ 4.6 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยที่มีความเหมาะสมมากที่สุดจากจำนวน 3 รูปแบบคือ รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.33$, S.D. = 0.30) และเมื่อวิเคราะห์ตามรายชื่อสรุปรูปได้ดังนี้ บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}=5.00$, S.D. = 0.00) รูปทรงของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม เหมาะสม น่าซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}=4.67$, S.D. = 0.58) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มีการเลือกใช้สีที่มีความเหมาะสมและเชื่อมโยงกับตัวผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มีการรวมวิธีการผลิตที่ไม่ซับซ้อน และใช้เทคโนโลยีอย่างง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.33$, S.D. = 0.58) มีการเลือกใช้วัสดุที่หาง่าย มีโครงสร้างที่บึกบึน ที่แข็งแรง เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก บรรจุภัณฑ์สามารถใช้เป็นสื่อเผยแพร่ข้อมูลของมวยไทยได้ บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดใจผู้ซื้อได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.00$, S.D. = 0.00)

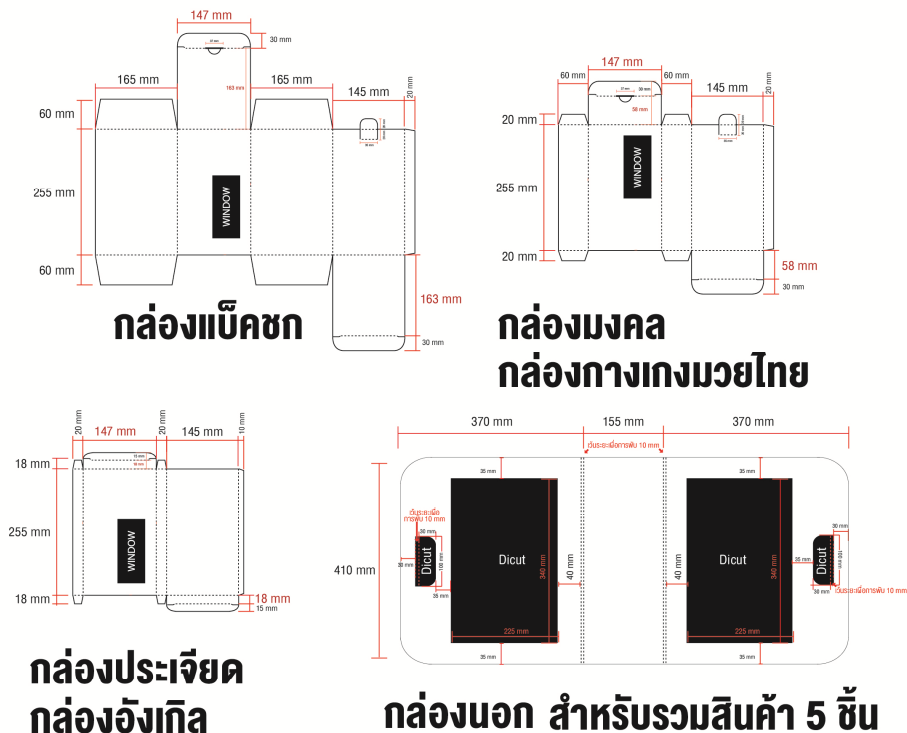
ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยโดยผู้เชี่ยวชาญมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแบบ คือ ให้ปรับขนาดของบรรจุภัณฑ์ให้เล็กกว่านี้ ลวดลายกราฟิกอยากให้มีสีสันลวดลายไปในทิศทางเดียวกันกับผลิตภัณฑ์ และเนื่องด้วยตัวผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะเป็นสีขาวและแดง บรรจุภัณฑ์ควรจะใช้โทนสีที่ส่งเสริมให้ตัวผลิตภัณฑ์ดูเด่นขึ้น เช่น สีโทนมืด สีดำ ไม่ควรใช้สีโทนสว่าง เพราะจะทำให้ตัวผลิตภัณฑ์ ดูไม่มีความเด่นชัด ควรทำบรรจุภัณฑ์สำหรับแบ่งขายแยกชิ้นสำหรับผู้ที่ไม่อยากซื้อทั้งหมด รูปสินค้าที่แสดง

ด้านข้างกล่องควรใช้เป็นรูปจริง การจัดวางสินค้าด้านในควรจัดวางให้สมดุลของน้ำหนักอยู่ที่ตรงกลาง ลวดลายอยากให้เห็นถึงมวยไทยให้ชัดเจนกว่านี้ เช่น การใส่ท่าแม่ไม้มวยไทยลงไปเป็นลายกราฟิก ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงและพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการใช้งานต่อไป

บรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่แก้ไขแล้ว



Pattern



ภาพที่ 4.18 แบบ Pattern บรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยที่แก้ไขแล้ว

ที่มา : ญัฐชนันธุธร เกษมธนะสมบุรณ์

บรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่แก้ไขแล้ว

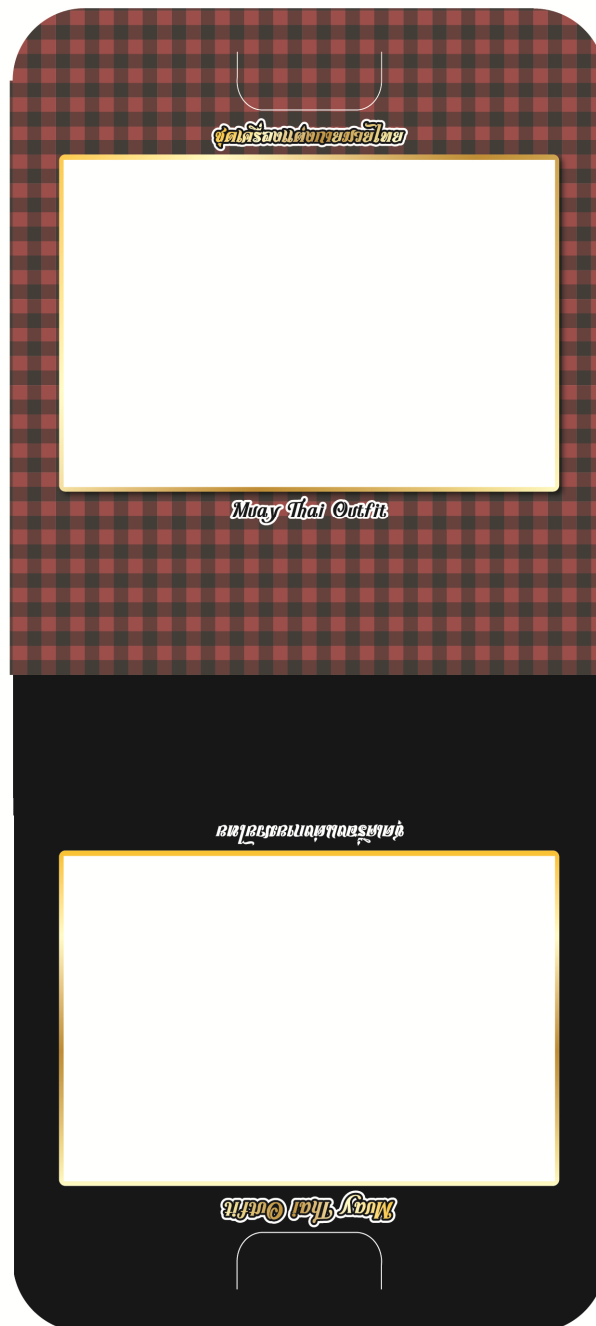
Graphic Packaging



ภาพที่ 4.19 แบบลวดลายบรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยที่แก้ไขแล้ว
ที่มา : ณัฐชนันธูธร เกษมธนะสมบูรณ์

บรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่แก้ไขแล้ว

Graphic Packaging



ภาพที่ 4.20 แบบลวดลายบรรจุภัณฑ์สำหรับหิ้วเครื่องแต่งกายมวยไทยที่แก้ไขแล้ว
ที่มา : ธีรัฐชนันธร เกษมธนะสมบูรณ์

**บรรจุภัณฑ์
รูปแบบที่แก้ไขแล้ว**



Front / ซีกด้านซ้าย Back / ซีกด้านขวา Side

Perspective
ชุดซีต
แยกชั้น



Front



Back



Side A



Side B



Plan



ภาพที่ 4.21 แบบ Sketch Design บรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยที่แก้ไขแล้ว
ที่มา : ณัฐชนันธุธร เกษมธนะสมบูรณ์

4.3 ผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของ ผู้จัดจำหน่ายและนักท่องเที่ยว ที่มีต่อ ของที่ระลึกมวยไทย

จากการนำรูปแบบของที่ระลึกมวยไทยที่ออกแบบ นำไปสร้างต้นแบบแล้วนำไปสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จากการที่ผู้วิจัยลงพื้นที่สัมภาษณ์ร้านค้ากลุ่มเป้าหมาย คีฬขงานวิจัย ข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่สนามมวยเวทีลุมพินีและสนามมวยเวทีราชดำเนิน ศึกษาแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของไทย ข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา เกี่ยวกับจำนวนและเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวจากจำนวนของผู้เข้ามาเลือกซื้อของที่ระลึกในร้านค้าแต่ละแห่ง โดยเฉลี่ยเป็นจำนวน 200 คนต่อวันที่เปิดทำการ โดยได้ทำการสอบถามความคิดเห็น 2 กลุ่มหลักๆ คือ กลุ่มผู้จัดจำหน่าย ได้แก่ ร้านรักแผ่นดิน ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ร้าน Twins Special สนามมวยเวทีราชดำเนิน ร้าน สยาม ไทยบ็อกซิ่ง สนามมวยเวทีลุมพินี โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (พรสนอง วงศ์สิงทอง. 2550 : 125) และกลุ่มนักท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มชาวจีน กลุ่มชาวยุโรป และ กลุ่มชาวไทย จำนวนกลุ่มละ 50 คน โดยใช้เกณฑ์ในการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 38)



ภาพที่ 4.22 ต้นแบบของที่ระลึกมวยไทย

ที่มา : ณัฐชนันธุ์ เกษมธนะสมบูรณ์



ภาพที่ 4.23 ลักษณะการถือของที่ระลึกมวยไทย

ที่มา : ณัฐชนันธุ์ธร เกษมธนะสมบูรณ์

ตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของผู้จัดจำหน่าย ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย

รายการประเมินความคิดเห็น	(N = 3)		ระดับความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	
1. ด้านลักษณะเฉพาะถิ่น			
1.1 แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของมวยไทยได้อย่างชัดเจน	4.67	0.58	มากที่สุด
1.2 มีรูปลักษณะที่แสดงให้ทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย	4.00	0.00	มาก
1.3 ให้ความรู้สึกถึงความสุขทางจิตใจ	4.00	0.00	มาก
1.4 รับรู้ถึงการอนุรักษ์มวยไทย	5.00	0.00	มากที่สุด
2. ด้านความสวยงาม			
2.1 มีลวดลายที่ออกแบบสวยงาม สะดุดตา	4.67	0.58	มากที่สุด
2.2 ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ	4.67	0.58	มากที่สุด
2.3 ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่สามารถดึงดูดความสนใจสร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ	4.00	0.00	มาก
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย			
3.1 ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้งานจริงได้	5.00	0.00	มากที่สุด
3.2 ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากที่มีคุณค่าและมีประโยชน์แก่ผู้รับได้	5.00	0.00	มากที่สุด
3.3 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์มวยไทยแก่นักท่องเที่ยวได้	5.00	0.00	มากที่สุด
4. ด้านคุณภาพและราคา			
4.1 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ	4.67	0.58	มากที่สุด
4.2 ต้นทุนราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการขาย	4.00	0.00	มาก
4.3 ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาง่าย	4.00	0.00	มาก
4.4 ผลิตภัณฑ์มีขนาดเหมาะสม	5.00	0.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.55	0.27	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของผู้จัดจำหน่าย ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทยจำนวน 3 คน พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.55$, S.D.=0.27) และเมื่อวิเคราะห์ตามรายข้อสรุปได้ดังนี้ รับรู้ถึงการอนุรักษ์มวยไทย ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้งานจริงได้ ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากที่มีคุณค่าและมีประโยชน์แก่ผู้รับได้ ผลิตภัณฑ์สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์มวยไทยแก่นักท่องเที่ยวได้ ผลิตภัณฑ์มีขนาด

เหมาะสม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=5.00$, S.D.=0.00) แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของมวยไทยได้อย่างชัดเจน มีลวดลายที่ออกแบบสวยงาม สะดุดตา ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.67$, S.D.=0.58) มีรูปลักษณ์ที่แสดงให้ทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย ให้ความรู้สึกถึงความสุขทางจิตใจ ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่สามารถดึงดูดความสนใจสร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ ต้นทุนราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการขาย ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาง่าย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.00$, S.D.=0.00)

สรุปในส่วนของคุณข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ราคาขายควรอยู่ระหว่าง 1,500 – 2,000 บาท บรรจุภัณฑ์ไม่ยากให้จำก็ควรรูปแบบของเครื่องแต่งกายมวยไทยเพื่อที่จะสามารถนำเครื่องแต่งกายมวยไทยลวดลายอื่นๆ มาใส่ในบรรจุภัณฑ์แล้วนำไปจัดจำหน่ายได้ ขนาดของผลิตภัณฑ์ควรพัฒนาเพิ่มเติมสำหรับคนที่มีรูปร่างใหญ่โดยเฉพาะชาวต่างชาติ ควรมีรูปภาพที่สวมใส่เครื่องแต่งกายมวยไทยทั้งหมดแสดงให้เห็นด้วย และผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจที่จะนำไปพัฒนาเพื่อจัดจำหน่ายต่อไป

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย

รายการประเมินความคิดเห็น	(n = 50)		ระดับความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	
1. ด้านลักษณะเฉพาะถิ่น			
1.1 แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของมวยไทยได้อย่างชัดเจน	3.98	0.62	มาก
1.2 มีรูปลักษณ์ที่แสดงให้ทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย	3.92	0.67	มาก
1.3 ให้ความรู้สึกถึงความสุขทางจิตใจ	4.20	0.73	มาก
1.4 รับรู้ถึงการอนุรักษ์มวยไทย	4.34	0.80	มาก
2. ด้านความสวยงาม			
2.1 มีลวดลายที่ออกแบบสวยงาม สะดุดตา	4.18	0.72	มาก
2.2 ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ	4.64	0.48	มากที่สุด
2.3 ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่สามารถดึงดูดความสนใจสร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ	4.08	0.67	มาก
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย			
3.1 ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้งานจริงได้	4.94	0.24	มากที่สุด
3.2 ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากที่มีคุณค่าและมีประโยชน์แก่ผู้รับได้	4.82	0.39	มากที่สุด

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

รายการประเมินความคิดเห็น	(n = 50)		ระดับความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	
3.3 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์มวยไทยแก่นักท่องเที่ยวได้	4.82	0.39	มากที่สุด
4. ด้านคุณภาพและราคา			
4.1 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ	3.98	0.62	มาก
4.2 ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับชิ้นงาน	4.64	0.48	มากที่สุด
4.3 ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาง่าย	3.62	0.49	มาก
4.4 ผลิตภัณฑ์มีขนาดเหมาะสม	4.62	0.49	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.34	0.69	มาก

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทยจำนวน 50 คน พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.34$, S.D.=0.69) และเมื่อวิเคราะห์ตามรายข้อสรุปได้ดังนี้ ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้งานจริงได้ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.94$, S.D.=0.24) ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากที่มีคุณค่าและมีประโยชน์แก่ผู้รับได้ ผลิตภัณฑ์สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์มวยไทยแก่นักท่องเที่ยวได้ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.82$, S.D.=0.39) ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับชิ้นงาน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.64$, S.D.=0.48) ผลิตภัณฑ์มีขนาดเหมาะสม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.62$, S.D.=0.49) รับรู้ถึงการอนุรักษ์มวยไทย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.34$, S.D.=0.80) ให้ความรู้ถึงถึงความสุขทางจิตใจ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$, S.D.=0.73) มีลวดลายที่ออกแบบสวยงาม สะดุดตา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18$, S.D.=0.72) ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่สามารถดึงดูดความสนใจสร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$, S.D.=0.67) แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของมวยไทยได้อย่างชัดเจน ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$, S.D.=0.62) มีรูปลักษณะที่แสดงให้ทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.92$, S.D.=0.67) ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาง่าย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.62$, S.D.=0.49) สรุปในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติม อยากให้รูปแบบลวดลายของผลิตภัณฑ์ให้มีตัวเลือกมากกว่านี้

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย

รายการประเมินความคิดเห็น	(n = 50)		ระดับความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	
1. ด้านลักษณะเฉพาะถิ่น			
1.1 แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของมวยไทยได้อย่างชัดเจน	3.98	0.55	มาก
1.2 มีรูปปลั๊กอินที่แสดงให้เห็นให้ทราบว่า เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย	3.92	0.63	มาก
1.3 ให้ความรู้สึกถึงความสุขทางจิตใจ	4.20	0.73	มาก
1.4 รับรู้ถึงการอนุรักษ์มวยไทย	4.24	0.77	มาก
2. ด้านความสวยงาม			
2.1 มีลวดลายที่ออกแบบสวยงาม สะดุดตา	4.18	0.72	มาก
2.2 ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ	4.58	0.50	มากที่สุด
2.3 ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่สามารถดึงดูดความสนใจสร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ	4.02	0.62	มาก
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย			
3.1 ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้งานจริงได้	4.92	0.27	มากที่สุด
3.2 ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากที่มีคุณค่าและมีประโยชน์แก่ผู้รับได้	4.76	0.43	มากที่สุด
3.3 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์มวยไทยแก่นักท่องเที่ยวได้	4.68	0.51	มากที่สุด
4. ด้านคุณภาพและราคา			
4.1 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ	3.96	0.60	มาก
4.2 ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับชิ้นงาน	4.52	0.50	มากที่สุด
4.3 ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาง่าย	3.64	0.48	มาก
4.4 ผลิตภัณฑ์มีขนาดเหมาะสม	4.52	0.50	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.29	0.67	มาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทยจำนวน 50 คน พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.29$, S.D.=0.67) และเมื่อวิเคราะห์ตามรายข้อสรุปได้ดังนี้ ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้งานจริงได้ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.92$, S.D.=0.27) ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากที่มี

คุณค่าและมีประโยชน์แก่ผู้รับได้ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.76$, S.D.=0.43) ผลิตภัณฑ์สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์มวยไทยแก่นักท่องเที่ยวได้ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.68$, S.D.=0.51) ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ ได้ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.58$, S.D.=0.50) ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับชิ้นงาน ผลิตภัณฑ์มีขนาดเหมาะสม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.52$, S.D.=0.50) รับรู้ถึงการอนุรักษ์มวยไทย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.24$, S.D.= 0.77) ให้ความรู้สึกถึงความสุขทางจิตใจ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$, S.D.=0.73) มีลวดลายที่ออกแบบสวยงาม สะดุดตา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18$, S.D.=0.72) ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่สามารถดึงดูดความสนใจสร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$, S.D.=0.62) แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของมวยไทยได้อย่างชัดเจน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$, S.D.=0.55) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$, S.D.=0.60) มีรูปลักษณะที่แสดงให้ทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.92$, S.D.=0.63) ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาง่าย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.64$, S.D.=0.48) สรุปในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติม อยากให้รูปแบบลวดลายของผลิตภัณฑ์ให้มีตัวเลือกมากกว่านี้

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย

รายการประเมินความคิดเห็น	(n = 50)		ระดับความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	
1. ด้านลักษณะเฉพาะถิ่น			
1.1แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของมวยไทยได้อย่างชัดเจน	4.08	0.70	มาก
1.2มีรูปลักษณะที่แสดงให้ทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย	4.06	0.68	มาก
1.3 ให้ความรู้สึกถึงความสุขทางจิตใจ	3.98	0.74	มาก
1.4 รับรู้ถึงการอนุรักษ์มวยไทย	4.16	0.74	มาก
2. ด้านความสวยงาม			
2.1 มีลวดลายที่ออกแบบสวยงาม สะดุดตา	4.38	0.70	มาก
2.2 ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ	4.38	0.64	มาก
2.3 ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่สามารถดึงดูดความสนใจสร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ	3.98	0.59	มาก
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย			
3.1 ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้งานจริงได้	4.70	0.46	มากที่สุด

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

รายการประเมินความคิดเห็น	(n = 50)		ระดับความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	
3.2 ผลិតภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากที่มีคุณค่าและมีประโยชน์แก่ผู้รับได้	4.66	0.52	มากที่สุด
3.3 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์มวยไทยแก่นักท่องเที่ยวได้	4.52	0.54	มากที่สุด
4. ด้านคุณภาพและราคา			
4.1 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ	4.16	0.55	มาก
4.2 ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับชิ้นงาน	4.54	0.50	มากที่สุด
4.3 ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาง่าย	3.86	0.67	มาก
4.4 ผลิตภัณฑ์มีขนาดเหมาะสม	4.46	0.68	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.28	0.68	มาก

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทยจำนวน 50 คน พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.28$, S.D.=0.68) และเมื่อวิเคราะห์ตามรายข้อสรุปได้ดังนี้ ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้งานจริงได้ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.70$, S.D.=0.46) ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากที่มีคุณค่าและมีประโยชน์แก่ผู้รับได้ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.66$, S.D.=0.52) ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับชิ้นงาน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.54$, S.D.=0.50) ผลิตภัณฑ์สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์มวยไทยแก่นักท่องเที่ยวได้ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.52$, S.D.=0.54) ผลิตภัณฑ์มีขนาดเหมาะสม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.46$, S.D.=0.68) ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.38$, S.D.=0.64) มีลวดลายที่ออกแบบสวยงาม สะดุดตา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.38$, S.D.=0.70) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.16$, S.D.=0.55) รับรู้ถึงการอนุรักษ์มวยไทย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.16$, S.D.=0.74) แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของมวยไทยได้อย่างชัดเจน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$, S.D.=0.70) มีรูปลักษณะที่แสดงให้ทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.06$, S.D.=0.68) ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่สามารถดึงดูดความสนใจสร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ ไทย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$, S.D.=0.59) ให้ความรู้สึกถึงความสุขทางจิตใจ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$, S.D.=0.74) ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาง่าย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.86$,

S.D.=0.67) สรุปในส่วนขอข้อเสนอแนะเพิ่มเติม อยากรูปร่างแบบลวดลายของผลิตภัณฑ์ให้มีตัวเลือกมากกว่านี้

สรุปผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของ ผู้จัดจำหน่ายและนักท่องเที่ยวชาวจีน ชาว ยุโรป และชาวไทย ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย ความคิดเห็นของผู้จัดจำหน่ายมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่าสินค้าที่ระลึกที่ได้พัฒนาขึ้น มีความน่าสนใจ มีมูลค่า มากกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่มาเลือกซื้อเข้ามาดูมาเลือกซื้อได้ สินค้าสามารถนำมาจำหน่ายได้จริง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่ม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่ม มีความเห็นตรงกัน ได้แก่ ด้านลักษณะเฉพาะถิ่น มองเห็นแล้วรับรู้ได้ว่าเป็นสินค้าที่ระลึกของมวยไทยจากประเทศไทยได้อย่างชัดเจน ด้านความสวยงาม มีการใช้สี รูปแบบตัวอักษร ได้อย่างลงตัว ด้านประโยชน์ใช้สอย สามารถนำไปใช้งานทั้งในการออกกำลังกายและใช้ในการแข่งขันได้ ด้านคุณภาพราคา ราคามีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ มีราคาที่ไม่สูงจนเกินไป ข้อเสนอแนะคือ บรรลุภัณฑ์ไม่อย่าให้จำกัดรูปแบบของเครื่องแต่งกายมวยไทยเพื่อที่จะสามารถนำเครื่องแต่งกายมวยไทยลวดลายอื่นๆมาใส่ในบรรลุภัณฑ์แล้วนำไปจัดจำหน่ายได้ ขนาดของผลิตภัณฑ์ ควรพัฒนาเพิ่มเติมสำหรับคนที่มีรูปร่างใหญ่โดยเฉพาะชาวต่างชาติ อยากรูปร่างการจัดทำตัวอักษรสำเร็จรูปที่สามารถนำมาติดเป็นชื่อหรือข้อความบนกางเกงมวยไทยได้แบบง่ายๆโดยไม่ต้องผ่านกรรมวิธีการตัดเย็บ ควรมีรูปภาพที่สวมใส่เครื่องแต่งกายมวยไทยทั้งหมดแสดงให้เห็นด้วย อยากรูปร่างแบบลวดลายของผลิตภัณฑ์ให้มีตัวเลือกมากกว่านี้ และผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจที่จะนำไปพัฒนาเพื่อจัดจำหน่ายต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย ผู้วิจัยได้สรุปผลของการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะของการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย ผู้วิจัยได้นำมาสรุป ผลการวิจัย โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ตามหัวข้อวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า สถานที่ๆเกี่ยวข้องกับมวยไทยที่ควรลงพื้นที่ศึกษา ได้แก่ สนามมวย เวทีลุมพินี สนามมวยเวทีราชดำเนิน และ ตลาดน้ำอโยธยา จากการศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลการ ท่องเที่ยวของไทย สังเกตจากการลงพื้นที่ และสัมภาษณ์ผู้ที่มีความรู้ในพื้นที่นั้นๆ พบว่า การแต่งกาย แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ และมีผู้เข้ามาเลือกซื้อของที่ระลึกในร้านค้าแต่ละแห่ง จำนวนเฉลี่ย 200 คนต่อวันที่เปิดทำการ ประชากรที่มาเลือกซื้อส่วนใหญ่ ซึ่งความต้องการและ มุมมองในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกมวยไทย ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า สินค้าที่ระลึกมวยไทยที่กลุ่ม ตัวอย่างมีความต้องการ คือ เครื่องแต่งกายมวยไทย

เมื่อได้แนวทางในการศึกษาและพัฒนาแล้ว ซึ่งก็คือ เครื่องแต่งกายมวยไทย ผู้วิจัยได้ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทยจากผู้เชี่ยวชาญเรื่องมวยไทย สรุปได้ว่า เครื่องแต่งกายมวยไทยมี ส่วนประกอบที่สำคัญของชุดมวยไทยประกอบด้วยสิ่งสำคัญ 5 อย่าง ได้แก่ มงคล ประเจียด นวม หรือ แบ็คชก กางเกงมวยไทย และ ผ้ารัดข้อเท้า ห้ามใช้วัสดุที่เป็นของแข็งของมีคม หรือ เครื่องประดับที่เป็นวัสดุที่ทำให้เกิดอันตรายมาตกแต่ง สีหลักที่ควรใช้คือสีแดง หรือสีน้ำเงิน ซึ่ง สามารถใส่ในการซ้อมและใส่ในการแข่งขันได้ แล้วผู้วิจัยได้นำข้อมูลเครื่องแต่งกายมวยไทยที่ได้ ไป สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทยจากผู้เชี่ยวชาญด้านของที่ ระลึก สรุปได้ว่า มงคล และ ประเจียด ใช้เชือกฝ้ายถักไม่มีโครงประดับด้วยผ้าดั้นลวดลายและสีต่างๆ แบ็คชกนี้วัดเต็มตัดปลายนิ้วโป้งไม่สกรีนลาย วัสดุเป็นหนังแท้ กางเกงมวยไทยผ้าต่วน สีของกางเกงเป็น

ของนักมวยมูมแดงเนื่องจากมีความโดดเด่นและได้รับความนิยมมากกว่านักมวยมูมน้ำเงิน กางเกงใส่ข้อความว่ามวยไทย ผ้ารัดข้อเท้าไม่มีลาย

2. สรุปผลการพัฒนาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์มวยไทย

จากการวิเคราะห์และการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก มีความเห็นว่าการออกแบบเครื่องแต่งกายมวยไทย รูปแบบที่ 1 ที่ได้นำรูปแบบของเครื่องแต่งกายของมวยไทยโบราณมาผสมผสานเข้ากับเครื่องแต่งกายมวยไทยในปัจจุบัน ออกแบบให้สามารถใส่ออกกำลังกายและใส่แข่งขันได้ โดยไม่ผิดหลักเกณฑ์ของทางกฎระเบียบว่าด้วยเรื่องการแต่งกายในการแข่งขัน มีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ $\bar{X} = 4.36$ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ $S.D. = 0.30$ ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบเครื่องแต่งกายมวยไทย โดยผู้เชี่ยวชาญมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแบบ คือ คือกางเกงควรทำให้สามารถปรับขนาดได้ ประเจียด ควรมีเชือกเส้นที่ยาวที่สุดเพื่อให้ง่ายต่อการผูกมัด กางเกงมวยไทยให้ปรับขนาดของข้อความให้ใหญ่ขึ้นและควรมานำใส่ตรงกลางเป้ากางเกง เนื่องจากขนาดข้อความที่เล็กกรรมวิธีการผลิตจะทำได้ยากและจุดเด่นของกางเกงมวยไทยคือข้อความภาษาไทยที่อยู่ตรงเป้ากางเกง ลวดลายผ้าขาวม้าตรงเป้ากางเกงทั้งด้านหน้าและด้านหลังควรเอาออกแล้วใช้เป็นสีแดงล้วน เนื่องจากการใส่ผ้าต่างชิ้นในส่วนตรงเป้ากางเกง จะต้องทำการต่อผ้าซึ่งจะมีรอยเย็บเวลาใส่ออกกำลังกายหรือแข่งขัน จะทำให้รอยต่อของกางเกงขาดได้ ให้นำมาประดับด้านข้างแทนเส้นสีทองที่ประดับบนกางเกง ไม่ควรหนาจนเกินไป เพราะจะทำให้ข้อความซึ่งเป็นสีทองอยู่แล้วขาดความเด่นชัด ในส่วนของแบ็คคอก ควรหาวิธีที่สามารถทำให้ผู้ที่มีขนาดมือต่างกัน ใส่ได้ทั้งหมดโดยไม่แน่นจนเกินไป อาจจะใช้ผ้าที่มีความยืดหยุ่นได้เป็นส่วนประกอบ ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงและพัฒนาการออกแบบเครื่องแต่งกายให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการใช้งานแล้ว

เมื่อได้รูปแบบเครื่องแต่งกายมวยไทย ที่มีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบเครื่องแต่งกายมวยไทยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ทำการออกแบบภาพร่าง ตามหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แล้วนำไปสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งการวิเคราะห์และการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีความเห็นว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทย รูปแบบที่ 1 ซึ่งได้นำองค์ประกอบของสถานที่ ที่ปรากฏอยู่ในฉากหลังที่ใช้ประกอบสื่อต่างของมวยไทยโบราณ เช่น ภาพถ่าย วิดีทัศน์ซึ่งก็คือ กำแพงและเจดีย์วัดเก่าแก่ที่เป็นมรดกของไทย นำมาออกแบบเป็นลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ออกแบบให้ขนย้ายและจัดเก็บสะดวก มีต้นทุนที่ไม่สูง ร้านค้าผู้จัดจำหน่ายสามารถประกอบขึ้นเองได้ ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่มาซื้อ เหมาะแก่การซื้อเป็นของฝาก มีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ

$\bar{x} = 4.33$ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ $S.D. = 0.30$ ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยโดยผู้เชี่ยวชาญมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแบบ คือ ให้ปรับขนาดของบรรจุภัณฑ์ให้เล็กกว่านี้ ลวดลายกราฟิกอยากให้มีสีสันทลวยลายไปในทิศทางเดียวกันกับผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ควรจะใช้โทนสีที่ส่งเสริมให้ตัวผลิตภัณฑ์ดูเด่นขึ้น เช่น สีโทนมืด สีดำ ไม่ควรใช้สีโทนสว่าง เพราะจะทำให้ตัวผลิตภัณฑ์ ดูไม่มีความเด่นชัด ควรทำบรรจุภัณฑ์สำหรับแบ่งขายแยกชิ้นสำหรับผู้ที่ไม่อยากซื้อทั้งหมด รูปสินค้าที่แสดงด้านข้างกล่องควรใช้เป็นรูปจริง การจัดวางสินค้าด้านในควรจัดวางให้สมดุลของน้ำหนักอยู่ที่ตรงกลาง ลวดลายอยากให้เห็นถึงมวยไทยให้ชัดเจนกว่านี้ เช่น การใส่ท่าแม่ไม้มวยไทยลงไปเป็นลายกราฟิก ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงและพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการใช้งานแล้ว

3. สรุปผลการประเมินความคิดเห็นของ ผู้จัดจำหน่ายและนักท่องเที่ยว ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย

จากการนำรูปแบบของที่ระลึกมวยไทยที่ออกแบบ นำไปสร้างต้นแบบแล้วนำไปสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้จัดจำหน่าย ได้แก่ร้านค้าในสนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยเวทีราชดำเนิน และ ตลาดน้ำอโยธยา โดยใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง และกลุ่มนักท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มชาวจีน กลุ่มชาวยุโรป และ กลุ่มชาวไทย จำนวนกลุ่มละ 50 คน โดยใช้เกณฑ์ในการประเมินขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร พบว่า กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ $\bar{x} = 4.55$ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ $S.D. = 0.27$ สรุปในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ราคาขายควรอยู่ระหว่าง 1,500 – 2,000 บาท บรรจุภัณฑ์ไม่ยากให้จำกัดรูปแบบของสินค้าเพื่อที่จะสามารถนำผลิตภัณฑ์ในรูปแบบลวดลายอื่น ๆ มาใส่ในบรรจุภัณฑ์แล้วนำไปจัดจำหน่ายได้ ขนาดของผลิตภัณฑ์ควรพัฒนาเพิ่มเติมสำหรับคนที่มือรูปร่างใหญ่โดยเฉพาะชาวต่างชาติ อยากให้มีการจัดทำตัวอักษรสำเร็จรูปที่สามารถนำมาติดเป็นชื่อหรือข้อความบนกางเกงมวยไทยได้แบบง่ายๆ โดยไม่ต้องผ่านกรรมวิธีการตัดเย็บ ควรมีรูปภาพที่สวมใส่เครื่องแต่งกายมวยไทยทั้งหมดแสดงให้เห็นด้วย และผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจที่จะนำไปพัฒนาเพื่อจัดจำหน่ายต่อไป ผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทยจำนวน 50 คน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ $\bar{x} = 4.34$ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ $S.D. = 0.69$ ผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทยจำนวน 50 คน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ $\bar{x} = 4.29$ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ $S.D. = 0.67$ ผลการวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็นของ

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทยจำนวน 50 คน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ $\bar{X} = 4.28$ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ $S.D. = 0.68$ สรุปในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติม กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้ง 3 กลุ่ม คือ อยากให้รูปแบบลวดลายของผลิตภัณฑ์ให้มีตัวเลือกมากกว่านี้

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผลการวิจัย โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ตามหัวข้อวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. อภิปรายผลการศึกษาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์การลงพื้นที่หาข้อมูลเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทย พบว่า สถานที่ๆเกี่ยวข้องกับมวยไทยที่ควรลงพื้นที่ศึกษา ได้แก่ สนามมวยเวทีลุมพินี และ สนามมวยเวทีราชดำเนิน ซึ่งสนามมวยทั้ง 2 แห่งนี้ มีการจัดการแข่งขันมวยไทย และสร้างนักมวยไทยที่มีชื่อเสียงมานานมากแล้ว และอีก 1 สถานที่ ที่ผู้วิจัยได้เลือกลงพื้นที่ศึกษา ผู้วิจัยได้เลือกให้มีความแตกต่างกับสถานที่ที่เป็นสถานที่จัดการแข่งขันมวยไทยแต่ก็ยังคงมีความเกี่ยวข้องกับมวยไทยในด้านประวัติศาสตร์ คือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยผู้วิจัยเลือกพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยวแห่งหนึ่ง คือ ตลาดน้ำอโยธยา ผลจากการศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของไทย สังเกตจากการลงพื้นที่ และสัมภาษณ์ผู้ที่มีความรู้ในพื้นที่พบว่า การแต่งกายแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวความคิดของ (Stuart Hall, 1994) ที่กล่าวเกี่ยวกับกระบวนการเกิดเอกลักษณ์ในวงจรร่วมวัฒนธรรม ผลจากการลงพื้นที่ศึกษาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย พบว่า ของที่ระลึกมวยไทยมีมากมายหลายชนิด หลากหลายรูปแบบ แตกต่างกันไป ทั้งขนาดที่เล็กจนไปถึงขนาดใหญ่ ใช้งานได้หรือเพื่อประดับตกแต่ง ตัวอย่างเช่น กางเกงมวยไทย เสื้อยืดสกรีนลายมวยไทย พวงกุญแจแม่เหล็กติดตู้เย็น โปสการ์ด เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ แนวความคิดของ (ประเสริฐ ศิลรัตน์, 2531 : 16) ที่กล่าวเกี่ยวกับประเภทของสินค้าที่ระลึก และ แนวความคิดของ (กาญจนา สุระ และคณะ, 2555 : 45-48) ที่กล่าวถึงลักษณะสินค้าที่ระลึก สรุปได้ว่า สินค้าที่ระลึกมวยไทยที่ผู้วิจัยจะนำมาศึกษาและพัฒนา คือ เครื่องแต่งกายมวยไทยที่จัดอยู่ในบรรจุภัณฑ์ขนาดกลาง โดยที่ตัวบรรจุภัณฑ์จะให้ความรู้เกี่ยวกับมวยไทยและเครื่องแต่งกายไว้ ออกแบบให้มีความน่าสนใจ ตรงกับสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่นึกถึงเมื่อพูดถึงมวยไทย ซึ่งก็คือ ศิลปะการต่อสู้ของไทยที่มีมาแต่โบราณ และการแต่งกายของนักมวยไทยในสมัยโบราณ รูปแบบตัวอักษรที่จะใช้ในการออกแบบก็คือ รูปแบบของตัวอักษรประดิษฐ์ ราคาตามความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวความคิดของ (ธีรชัย สุขสด, 2544 : 88-90) คือ ด้านหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ด้านคงเอกลักษณ์

เฉพาะถิ่น ด้านความสวยงาม ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านคุณภาพ และ ด้านราคา ซึ่งในชุดมวยไทยจะประกอบด้วย มงคล ประเจียด แบริศก กางเกงมวยไทย และ ผ้ารัดข้อเท้า ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของ (กรมพลศึกษา. 2559 : 185-187) เกี่ยวกับการแต่งกายมวยไทยในสมัยปัจจุบัน

2. อภิปรายผลการพัฒนาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์มวยไทย

ผลจากการพัฒนาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์มวยไทย ที่ได้จากการลงพื้นที่เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว การศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศไทย สืบเนื่องจากการลงพื้นที่ และสัมภาษณ์ผู้ที่มีความรู้ในพื้นที่ ข้อมูลจากการสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยว และข้อมูลจากการสอบถาม สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านมวยไทย และ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านรูปแบบของที่ระลึก จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบภาพร่าง ตามหลักการออกแบบเครื่องแต่งกายมวยไทย ผลที่ได้คือ รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ $\bar{X} = 4.36$ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ $S.D. = 0.30$ และเมื่อวิเคราะห์ตามรายข้อ สรุปความเหมาะสมได้ดังนี้ มีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้งานได้ รูปแบบหรือลักษณะของผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับขนบธรรมเนียมประเพณี แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี รูปแบบหรือลักษณะของผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับขนบธรรมเนียมประเพณี ลวดลายผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่ไม่ซ้ำและไม่เหมือนใคร มีลวดลายที่โดดเด่นเหมาะสม เป็นลักษณะเฉพาะตัว มีลวดลายที่ออกแบบและตกแต่งที่สวยงาม สามารถดึงดูดความสนใจ สร้างความประทับใจเป็นที่จดจำต่อผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีความทนทานเหมาะสมกับการใช้งาน วัสดุมีน้ำหนักที่เหมาะสมกับการใช้งาน ผลิตภัณฑ์สามารถบอกได้ว่าเป็นสินค้าที่ระลึกมวยไทย ผลิตภัณฑ์แสดงสัญลักษณ์ที่โดดเด่นของมวยไทยได้ชัดเจน สามารถดูแลรักษาได้ง่าย มีข้อมูลที่สร้างความรู้ให้แก่ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อสามารถเรียนรู้จากผลิตภัณฑ์ได้ ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ได้ชัดเจน การจัดวางองค์ประกอบสอดคล้องกับประเภทหรือรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวความคิดของ (นวนน้อย บุญวงษ์. 2539 : 117) ที่กล่าวเกี่ยวกับแนวคิดด้านกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้แก่ ประโยชน์ใช้สอย ความงาม คุณภาพ และ เอกลักษณ์เฉพาะ เมื่อได้รูปแบบเครื่องแต่งกายมวยไทย ที่มีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบเครื่องแต่งกายมวยไทยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ทำการออกแบบภาพร่าง ตามหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผลที่ได้คือ รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ $\bar{X} = 4.33$ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ $S.D. = 0.30$ และเมื่อวิเคราะห์ตามรายข้อ สรุปได้ดังนี้บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อได้ รูปทรงของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม เหมาะสม น่าซื้อ ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มีการเลือกใช้สีที่มีความเหมาะสมและเชื่อมโยงกับตัวผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มีการรวมวิธีการผลิตที่ไม่ซับซ้อน และใช้เทคโนโลยีอย่างง่าย มีการเลือกใช้วัสดุที่หาง่าย มีโครงสร้างที่บึกบึน แข็งแรง เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก บรรจุภัณฑ์สามารถใช้เป็นสื่อเผยแพร่ข้อมูลของมวยไทยได้ บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดใจผู้ซื้อได้ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวความคิดของ (สมพงษ์ เพ็ญอารมณ. 2550) ที่กล่าวเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ การ

รองรับสินค้า การปกป้องผลิตภัณฑ์ การเคลื่อนย้าย การเก็บรักษา เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การสร้างความสะอาด ดึงดูดความสนใจ และ สื่อสารการตลาด

3. อภิปรายผลการประเมินความคิดเห็นของ ผู้จัดจำหน่าย และนักท่องเที่ยง ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย

ผลการประเมินความคิดเห็นของ ผู้จัดจำหน่าย และนักท่องเที่ยง ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย ตามกรอบแนวความคิดของ (ธีรชัย สุขสด. 2544 : 88-90) ประกอบด้วย ด้านคงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้านความสวยงาม ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านคุณภาพ และ ด้านราคา พบว่า กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ $\bar{X} = 4.55$ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ $S.D. = 0.27$ โดยให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ รับรู้ถึงการอนุรักษ์มวยไทยผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้งานจริงได้ ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากที่มีคุณค่าและมีประโยชน์แก่ผู้รับได้ ผลิตภัณฑ์สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์มวยไทยแก่นักท่องเที่ยงได้ ผลิตภัณฑ์มีขนาดเหมาะสม แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของมวยไทยได้อย่างชัดเจน มีลวดลายที่ออกแบบสวยงาม สะดุดตา ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ให้ระดับความคิดเห็นมาก คือ มีรูปลักษณะที่แสดงให้ทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย ให้ความรู้สึกถึงความสุขทางจิตใจ ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่สามารถดึงดูดความสนใจสร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ ต้นทุนราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการขาย และ ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาง่าย ในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ราคาขายควรอยู่ระหว่าง 1,500 – 2,000 บาท บรรจุภัณฑ์ไม่ยากให้จำกัดรูปแบบของเครื่องแต่งกายมวยไทยเพื่อที่จะสามารถนำเครื่องแต่งกายมวยไทยลวดลายอื่นๆมาใส่ในบรรจุภัณฑ์แล้วนำไปจัดจำหน่ายได้ ขนาดของผลิตภัณฑ์ควรพัฒนาเพิ่มเติมสำหรับคนที่มีรูปร่างใหญ่ โดยเฉพาะชาวต่างชาติ อยากรให้มีการจัดทำตัวอักษรสำเร็จรูปที่สามารถนำมาติดเป็นชื่อหรือข้อความบนกางเกงมวยไทยได้แบบง่ายๆโดยไม่ต้องผ่านกรรมวิธีการตัดเย็บ ควรมีรูปภาพที่สวมใส่เครื่องแต่งกายมวยไทยทั้งหมดแสดงให้เห็นด้วยในกลุ่มนักท่องเที่ยงชาวจีน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ $\bar{X} = 4.34$ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ $S.D. = 0.69$ โดยให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้งานจริงได้ ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากที่มีคุณค่าและมีประโยชน์แก่ผู้รับได้ ผลิตภัณฑ์สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์มวยไทยแก่นักท่องเที่ยงได้ ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับชิ้นงาน ผลิตภัณฑ์มีขนาดเหมาะสม ให้ระดับความคิดเห็นมาก คือ รับรู้ถึงการอนุรักษ์มวยไทย ให้ความรู้สึกถึงความสุขทางจิตใจ มีลวดลายที่ออกแบบสวยงาม สะดุดตา ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่สามารถดึงดูดความสนใจสร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของมวยไทยได้อย่างชัดเจน ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีรูปลักษณะที่แสดงให้ทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย และ ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาง่าย กลุ่มนักท่องเที่ยงชาวยุโรป มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ $\bar{X} = 4.29$ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ $S.D. = 0.67$ โดยให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้งานจริงได้ ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากที่มี

คุณค่าและมีประโยชน์แก่ผู้รับได้ ผลិតภัณฑ์สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์มวยไทยแก่นักท่องเที่ยวได้ ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับชิ้นงาน ผลิตภัณฑ์มีขนาดเหมาะสม ให้ระดับความคิดเห็นมาก คือ รับรู้ถึงการอนุรักษ์มวยไทย ให้ความรู้ถึงความสุขทางจิตใจ มีลวดลายที่ออกแบบสวยงาม สะดุดตา ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่สามารถดึงดูดความสนใจสร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของมวยไทยได้อย่างชัดเจน ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีรูปลักษณะที่แสดงให้ทราบว่า เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย และ ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาง่าย กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ $\bar{X} = 4.28$ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ $S.D. = 0.68$ โดยให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้งานจริงได้ ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากที่มีคุณค่าและมีประโยชน์แก่ผู้รับได้ ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับชิ้นงาน ผลิตภัณฑ์สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์มวยไทยแก่นักท่องเที่ยวได้ ให้ระดับความคิดเห็นมาก คือ ผลิตภัณฑ์มีขนาดเหมาะสม มีลวดลายที่ออกแบบสวยงาม สะดุดตา ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ รับรู้ถึงการอนุรักษ์มวยไทย ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของมวยไทยได้อย่างชัดเจน มีรูปลักษณะที่แสดงให้ทราบว่า เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย ให้ความรู้ถึงความสุขทางจิตใจผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่สามารถดึงดูดความสนใจสร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ และผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาง่าย ในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติม กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่ม อยากรูปแบบลวดลายของผลิตภัณฑ์ให้มีตัวเลือกมากกว่านี้

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้และเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้
 - 1.1 ควรมีการพัฒนารูปแบบที่รองรับผู้บริโภค เพื่อให้เหมาะสมกับผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกัน
 - 1.2 ควรเพิ่มเติมกระบวนการ Development Analysis เพื่อต่อยอดแนวคิดจากแรงบันดาลใจ
 - 1.3 ในความเห็นของผู้วิจัย มีความเห็นว่า ควรมีการเพิ่มเติมเป็นขนาดเล็ก จำลองรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของจริง สำหรับผู้บริโภคที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน
2. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้
 - 2.1 นำผลการวิจัยไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทยในรูปแบบอื่นๆ เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

2.2 เป็นแนวทางในการนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น โดยคำนึงถึงขั้นตอนกรรมวิธีการผลิต การออกแบบ และการรักษาไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะไว้

2.3 ควรมีการนำรูปแบบที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปพัฒนาผลงานผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค และเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและจดจำสถานที่นั้นๆ

2.4 การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาขั้นตอนการผลิตในระบบอุตสาหกรรม เนื่องจากต้องผลิตจำนวนมาก ลวดลายที่ออกแบบและพัฒนาขึ้นมาใหม่ จะต้องใช้ได้ในการผลิตจริง ต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ในขบวนการผลิต ไม่ว่าจะเป็นในขั้นตอนการออกแบบลวดลาย ขั้นตอนการพิมพ์ ให้สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม เพื่อลดขั้นตอนการผลิต และลดต้นทุนการผลิต

บรรณานุกรม

- กมลพรรณ นิลพันธ์. 2557. **ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์
ขนบธรรมเนียมประเพณีจังหวัดตาก**. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง.
- กรมพลศึกษา. 2559. **ประวัติศาสตร์มวยไทย**. กรุงเทพฯ : บริษัท บีทีเอสเพรส จำกัด.
- กระทรวงวัฒนธรรม. 2559. **ไม้มวย**. [Online]. Available : www.m-culture.go.th.
- กาญจนา สุระ และคณะ. 2555. **โครงการ “การพัฒนาองค์ความรู้และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น
ด้านโอท็อป และการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่”**. งานวิจัยสำนักงานคณะกรรมการวิจัย
แห่งชาติ.
- กิตติยา มโนธรรมรักษา. 2559. **การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- จกมล แก่นเพิ่ม. 2543. **FONT&WEB สำหรับนักเทคโนโลยี**. กรุงเทพฯ : โสตฯ-เทคโนโลยีสัมพันธ์
แห่งประเทศไทย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิราพร ชาสันเทียะ และคณะ. 2552. **พฤติกรรมการเลือกซื้อของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมของอำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา**. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยราชภัฏ
นครราชสีมา.
- จุฑารัตน์ จอกสูงเนิน. 2556. **การออกแบบกราฟิก**. [Online]. Available : [bowtysnoo.
blogspot.com](http://bowtysnoo.blogspot.com)
- ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. 2546. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : ธรรมมลการพิมพ์.
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. 2531. **สินค้าที่ระลึก**. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัยพงษ์ โชติวรรณ. 2541. **ความพึงพอใจของประชาชนในการบริการของสถานีตำรวจภูธร อำเภอ
เมืองบุรีรัมย์**. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ณรงค์ ชื่นนรินทร์. 2552. **คู่มือผลิตภัณฑ์วิทยุกระจายเสียงของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 6**.
[Online]. Available : <http://narongthai.com/ma3.html>.
- ณิชา พัฒนเลิศพันธ์. 2559. **KANONG : แบนด์สินค้าไลฟ์สไตล์ที่ชูเอกลักษณ์ของมวยไทยมากกว่า
ที่เคยเป็น**. [Online]. Available : <http://adaymagazine.com/shop-kanong/>
- ดวงฤทัย อ่างรังโชติ. 2550. **เทคโนโลยีภาษาขณะบรรจุ**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ดารณี พานทอง. 2522. **สถานการณ์หีบสินค้าประเภทอาหารในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์
ปริญญาพาณิชยศาสตร์มหาบัณฑิต แผนกวิชาการตลาด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดารา ทีปะपाल. 2541. **การสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จ
เจ้าพระยา.
- ดิศรามาศ ดวงกระโทก. 2556. **การออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์**. [Online]. Available :
<http://artd3302-dissaramas.blogspot.com/2013/06/>
- ถาวร สายสืบ. 2546. **การประกอบภาพ**. พิษณุโลก : ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะ
ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ไทยโพสต์. 2557. **กท.ตั้งข้อบังคับอนุรักษ์มวยไทยมีมาตรฐานเดียว**. [Online]. Available :
<http://www2.thaipost.net/?q=กทตั้งข้อบังคับ-อนุรักษ์มวยไทย-มีมาตรฐานเดียว>.
- ธีระชัย สุขสด. 2544. **หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ : โอ เอส พรีนติ้งเฮ้าส์.
- นปภัตร์ ชูสุวรรณ. 2559. **ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมา
ชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ**. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหา
บัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
นพมาศ ธีระเวคิน. 2539. **จิตวิทยาสังคมกับชีวิต**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นวนน้อย บุญวงษ์. 2539. **หลักการออกแบบ**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิจิตตรา จรรยาโท. 2557. **หลักการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์**. [Online]. Available :
<http://artd3302-nijitra.blogspot.com/2014/08/>
- นิพนธ์ ฐีกาญจน์. 2530. **การเขียนตัวอักษรและภาพประกอบตัวอักษร**. กรุงเทพมหานคร :
โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้าส์ จำกัด.
- นิรุติ พัฒนรัฐ. 2540. **ความคิดเห็นของพนักงานสอบสวนระดับรองสารวัตรในกองปราบปรามที่มีต่อ
ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการปฏิบัติหน้าที่**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิติตั้งปีที่ 4 คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา. 2552. **ความหมายของแม่ไม้มวยไทย**.
ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นุช สุนทรชวกันต์ และสายพิณ ชินตระกูลชัย. 2552. **โครงการการสร้างโอกาสการทำงานของ
ผู้สูงอายุ**. กรุงเทพฯ : มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย.
- บริษัท กล่องสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด. 2560. **เรื่องที่น่ารู้กับกระดาษลูกฟูก**. [Online]. Available :
<http://www.klongsiam.com/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- บุญชม ศรีสะอาด. 2535. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ประจวบ อินอ้อด. 2532. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ประชิด ทิถบุตร. 2531. การออกแบบบรรจุภัณฑ์=Packaging design. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ประเสริฐ ศีลรัตน์. 2531. ของที่ระลึก. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ประเสริฐ ศีลรัตน์. 2544. ของที่ระลึก. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอ เอส พรีนติ้งเฮาส์.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และ สมพร คงเจริญเกียรติ. บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- พัฒนพงษ์ นาชัยลาน. 2557. การรับรู้ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมกับความภักดีในตราของ
ธนาकार ไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. 2550. พลังแห่งภาพลักษณ์. กรุงเทพฯ : ฐานมีเดีย เน็ตเวิร์ค.
- พิบูล ทีปะपाल. 2543. การบริหารการตลาด : ยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์น
การพิมพ์.
- โพธิ์สวัสดิ์ แสงสว่าง. 2525. พัฒนาการกีฬามวยไทย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพจิตร สะดวกการ. 2553. การใช้ ICT ในการเสริมสร้างความรู้ความสามารถทางคณิตศาสตร์.
[Online]. Available : <http://mathbds2010.files.wordpress.com/2010/06/gsp.pdf>.
- ไพโรจน์ นัตรศิริมงคล. 2540. ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการใช้บริการของธนาकारไทย
จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาพันธ์ทิพย์พลาซ่า. กรุงเทพฯ : ภาคนิพนธ์พัฒนา
บริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมสถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พอง เกิดแก้ว และสุภาพ เจริญสวัสดิ์. 2526. มวยไทย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ภักติกา แก้วมณีกุล. 2552. ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของบริษัท ภาพลักษณ์การจ้างงาน
ของบริษัท และ ความตั้งใจในการสมัครงาน. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2547. ประวัติ
ความเป็นมาของการบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์. [Online]. Available : <http://www.agro.cmu.ac.th/department/pkt/packaging1.1/PACKAGINGLEARNING1-1.html#>.
- ภาดล อามาตย์. 2552. พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของฝากของที่
ระลึก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ. ศรีสะเกษ : มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ชมรมรักมวยไทย. 2558. ความเป็นมาของมวยไทย. [Online].
Available : <http://student.sut.ac.th/muaythaiclub/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- มีออด แสนสุข. 2555. พลิกอดีตสู่ปัจจุบัน. กรุงเทพฯ : มวยสยามรายวัน.
- มาลินี มาลีคล้าย. 2554. การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อภาพลักษณ์ตรา
สินค้าอิซิดัน ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ยุรนันท์ อิมสมบัติ. 2550. ความหมายของกราฟิก. [Online]. Available : http://intreelek2.blogspot.com/2007/09/blog-post_1543.html
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2525. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525. กรุงเทพฯ : อักษร.
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2546. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ : นานมี บุคส์
พับลิเคชั่นส์.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2560. มวยไทย. [Online]. Available : <https://th.wikibooks.org/wiki/มวยไทย>.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2561. สนามมวยเวทีลุมพินี . [Online]. Available : <https://th.wikipedia.org/wiki/สนามมวยเวทีลุมพินี>
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2561. สนามมวยเวทีราชดำเนิน . [Online]. Available : <https://th.wikipedia.org/wiki/สนามมวยเวทีราชดำเนิน>
- วิเชียร วิทย์อุดม. 2547. พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพมหานคร : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. 2553. ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร.
ปีที่ 30.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. 2546. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์(ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่). พิมพ์ครั้งที่10.
กรุงเทพ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิไลพร สาคริก. 2545. การสื่อความหมายและการรับรู้เอกลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของ
ชุมชนหัวหิน. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรีสมบูรณ์ แยมกมล. 2538. ความคิดเห็นของข้าราชการต่อศักยภาพในการบริหารงานของสภา
ตำบลภายใต้พระราชบัญญัติสภาตำบล พ.ศ.2537 : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดฉะเชิงเทรา.
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สกลกานต์ อินทร์ไทย. 2539. การสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มเด็กป้อมในกรุงเทพมหานคร.
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สมบูรณ์ ตะปนา. 2560. มวยไทย : ศิลปะการต่อสู้ประจำชาติไทย. [Online]. Available :
<https://www.muaythaitraining.com>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สมพงษ์ เฟื่องอารมย์. 2550. **บรรจุภัณฑ์กับการส่งออก**. กรุงเทพฯ : จามจุรีโปรดักท์.
- ศักดิ์ แสนสุภา. 2545. **วารสารการบรรจุภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สัญญา นพวงศ์. 2560. **มวยไทย**. [Online]. Available : <http://muaythaionlines.blogspot.com>
- สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร. 2555. **สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ปี 2555**. กรุงเทพฯ : กองนโยบายและแผนงาน.
- สิริพร บุญนันท์. 2539. **ความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมของข้าราชการกรมสรรพสามิต**. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุภาวดี ชาวผ้าขาว. 2548. **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- สุมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547. **การออกแบบอัตลักษณ์ : Corporate Identity**. กรุงเทพฯ : บจก. เอ บี ซี ดิสทริบิวชั่น.
- สุรีย์ เข้มทอง และ สุรภีร์ โรจนวงศ์. 2545. **การจัดการธุรกิจสินค้าที่ระลึก**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. 2530. **การสื่อสารการตลาด**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2540. **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ : บริษัท วิสิทธ์พัฒนา จำกัด.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. **กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ : ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์ การพิมพ์.
- หัตถ์นัย ขาวเครือม่วง. 2551. **กติกามวยไทย**. [Online]. Available : <https://www.l3nr.org/posts/210123>.
- อุมพร ปัญญา. 2551. **ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฮันส์ คริสเตียน แอเดอร์สัน. 2380. **เงือกน้อย**. [Online]. Available : <https://th.wikipedia.org/wiki/เงือกน้อย>.
- Ayothaya Floating Market. 2560. **ตลาดน้ำอโยธยา สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย**. [Online]. Available : <http://ayothayafloatingmarket.in.th/>
- Briston, J., & Neill, T. 1972. **Packaging management**. UK : Gower.

บรรณานุกรม (ต่อ)

David Bernard Guralnik. 1976. **Webster's New World Dictionary of the American Language**. Ohio : Willam Collins and World Publishing Company.

Foster C. R. 1952. **Psychology for Life Adjustment**. Chicago : American Technical Society.

Gregory Moorhead and Ricky W. Griffin. 1998. **Fundamentals of management : core concepts and applications**. Boston, N.Y. : Houghton Mifflin.

Guralnik, D. B. 1976. **Webster's New World Dictionary of American Language**. Ohio : Willam Collins and World Publishing Company.

Hall, Stuart. 1994. **Representation: Cultural Representations and Signifying Practices**. London : Sage.

Oskamp S. 1977. **Attitude and opinion**. New Jersey : Prentice-Hall.

Thailand Tourism Directory. 2560. **แหล่งท่องเที่ยว**. [Online]. Available : [http:// thailandtourismdirectory.go.th](http://thailandtourismdirectory.go.th)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์

ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ภาคผนวก ค ภาพถ่ายการเก็บข้อมูลในการวิจัย

ภาคผนวก ง ผลงานการออกแบบ

ภาคผนวก ก
หนังสือขอความอนุเคราะห์

1. หนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว
2. หนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านมวยไทย
3. หนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก
4. หนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์
5. หนังสือเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
6. หนังสือขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษา
7. หนังสือตอบรับเพื่อนำเสนอบทความ
8. ประกาศนียบัตรการนำเสนอผลงานวิจัย



ที่ ศธ 0524.04/ 0741

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๘ มีนาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว

เรียน คุณภรรณรส แพททำไม้

ด้วย นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบูรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์
สารินุต เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่
และแหล่งท่องเที่ยว ของ นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบูรณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Sms atm

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. โทร. 087-049-2940

[Handwritten signature]

ณัฐชนันธร เกษมธนะสมบูรณ์ (ดร.ราตรี)
10 มี.ค. 61



ที่ ศธ 0524.04/ 0741

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๘ มีนาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว

เรียน คุณมัลลิกา คำลือ

ด้วย นายณัฐชนันธุ์ เกษมธนะสมบุรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์
สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่
และแหล่งท่องเที่ยว ของ นายณัฐชนันธุ์ เกษมธนะสมบุรณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Smr atm

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. โทร. 087-049-2940

มัลลิกา คำลือ

ยินดี ให้ความอนุเคราะห์

10 มีนาคม 2561



ที่ ศธ 0524.04/ 0741

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๘ มีนาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว

เรียน คุณศจี สยามรัตน์

ด้วย นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบุรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์
สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่
และแหล่งท่องเที่ยว ของ นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบุรณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Smr atm

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. โทร. 087-049-2940

ฉันได้ความอนุเคราะห์
1

ที่ ศร 0524.04/ 0741



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

8 มีนาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านมวยไทย

เรียน นายอุดม ตีกระจ่าง

ด้วย นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบุรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์
สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านมวยไทย ของ นายณัฐชนันธร
เกษมธนะสมบุรณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศิริพันธ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 087-049-2940

- ทจว

- อธิปไตย วัฒนาประเสริฐ

พ.เมษมา ๒๕๖๑

ที่ ศธ 0524.04/0741



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๕ มีนาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านมวยไทย

เรียน จ.ส.อ.ทนาง พุ่มพานิช

ด้วย นายณัฐชนันธุธร เกษมธนะสมบุรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์
สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านมวยไทย ของ นายณัฐชนันธุธร
เกษมธนะสมบุรณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 087-049-2940

ยินดีในคำตอบขอทราบ
จ.ส.อ. ท. พ.

(ทนาง พุ่มพานิช)

๕ เม.ย. 61

ที่ ศธ 0524.04/ 0741



คณะกรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๘ มีนาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านมวยไทย

เรียน ร.อ.สุภาพ บุญรอด

ด้วย นายณัฐชนัน ฤทธิ เกษมธนะสมบูรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์
สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ร่วม

คณะกรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านมวยไทย ของ นายณัฐชนัน ฤทธิ
เกษมธนะสมบูรณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศิริพันธ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 087-049-2940

ผศ.ดร.สุภาพ บุญรอด
พ.ท. สุภาพ บุญรอด
(สุภาพ บุญรอด)
9 มี.ย. 61



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / 0741 วันที่ ๕ มีนาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก

เรียน ผศ.ดร.อภิสิทธิ์ สิ้นจุก

ด้วย นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบูรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์
สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย เชะวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก ของ นาย
ณัฐชนันธร เกษมธนะสมบูรณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

Smsr dhn

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี



ที่ ศธ 0524.04/ 0741

คณะกรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๘ มีนาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก

เรียน อาจารย์บุญส่ง อุดมกิจโกศล

ด้วย นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบูรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์
สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ร่วม

คณะกรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก ของ นาย
ณัฐชนันธร เกษมธนะสมบูรณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Smr Ath

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 087-049-2940

อ.บุญส่ง อุดมกิจโกศล

๐.๗



ที่ ศธ 0524.04/ 3793

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๕ พฤศจิกายน 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก

เรียน นายสัญญา สำเนียงดี

ด้วย นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบุรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์
อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาของที่
ระลึกมวยไทย” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย
เชเววิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้
ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่
ระลึก ของ นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบุรณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Smsr ah

(ดร.ราตรี ศิริพันธ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 087-049-2940

ยินดีที่ได้ร่วมงานกับคุณ

สุวิมล สำเนียงดี



ที่ ศธ 0524.04/ 0741

คณะกรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

8 มีนาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เรียน รศ.สถาพร ตีบุญมี ณ ชุมแพ

ด้วย นายณัฐชนันธธร เกษมธนะสมบูรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์
สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย เจะวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ร่วม

คณะกรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของ นาย
ณัฐชนันธธร เกษมธนะสมบูรณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

ณัฐชนันธธร เกษมธนะสมบูรณ์
รศ.สถาพร ตีบุญมี ณ ชุมแพ
17.3.61

Smr Atm
(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 087-049-2940



ที่ ศธ 0524.04/ 0741

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๘ มีนาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เรียน อาจารย์ธิญาดา ทวีวัฒน์

ด้วย นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบุรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย" โดยมี รศ.อุดมศักดิ์
สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย เชะวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของ นาย
ณัฐชนันธร เกษมธนะสมบุรณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Smr dnm

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 087-049-2940

อินดี๋ ในตรา ๐๕๒๔.๐๔/๐๗๔๑

โท ๒๕๖๑

(อ. ชญาดา ทวีวัฒน์)



ที่ ศธ 0524.04/3852

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

§ พฤศจิกายน 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เรียน คุณวารุณี นิเวศเจริญไพศาล

ด้วย นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบุรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์
อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาของที่
ระลึกมวยไทย” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย
เชะวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้
ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุ
ภัณฑ์ ของ นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบุรณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Smr Anu

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 087-049-2940

Waruni
วารุณี นิเวศเจริญไพศาล
ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ
วันที่ 11 ตุลาคม 2561



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / 0742 วันที่ ๕ มีนาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน รศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง

ด้วย นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบูรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์
สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหา
ถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นาย
ณัฐชนันธร เกษมธนะสมบูรณ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสอบถามมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

Smr atr

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

มิหน่า ฟ้าดามอน



ที่ ศธ 0524.04/ 1830

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

7 มิถุนายน 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมิน

เรียน ผศ.ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม

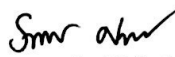
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมิน

ด้วย นายณัฐชนันธุธร เกษมธนะสมบุรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์
สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมินนี้ว่ามีเนื้อหา
ถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นาย
ณัฐชนันธุธร เกษมธนะสมบุรณ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ


(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 087-049-2940



ที่ ศธ 0524.04/ 1830

คณะกรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

7 มิถุนายน 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมิน

เรียน ดร.บุษบา ทองอุปการ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมิน

ด้วย นายณัฐชนันธุ์ เกษมธนะสมบุรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์
สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.สมชาย เชะวิเศษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ร่วม

คณะกรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมินนี้ว่ามีเนื้อหา
ถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นาย
ณัฐชนันธุ์ เกษมธนะสมบุรณ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Somsak

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 087-049-2940

สมศักดิ์
1
4 ๑๑/๖๑ ๖๑



ที่ ศธ 0524.04/1149

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

11 เมษายน 2561

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษา

เรียน นางสาวปริญญารัตน์ มีแก้ว

ด้วย นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบูรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาสาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์ในการเป็นล่ามแปลภาษา นักท่องเที่ยวชาว
จีนและชาวยุโรปในการทำแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลงานวิจัย เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษา
และพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย”

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาดังกล่าวและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะ
ได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Smit Atsu

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 087-0492940

ขอความอนุเคราะห์
นางสาวปริญญารัตน์ มีแก้ว



ที่ ศธ 0524.04/1149

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

11 เมษายน 2561

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษา

เรียน นายณภัทร อภัยชัยเดชาคุณ

ด้วย นายณัฐชนันธุ์ เกษมธนะสมบุรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาสาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์ในการเป็นล่ามแปลภาษา นักท่องเที่ยวชาว
จีนและชาวยุโรปในการทำแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลงานวิจัย เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษา
และพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย”

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาดังกล่าวและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะ
ได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Smr ah

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 087-0492940

ยื่นสิทธิให้ความอนุเคราะห์

ณภัทร

นายณภัทร อภัยชัยเดชาคุณ



ที่ ศธ 0524.04/ 0740

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๘ มีนาคม 2561

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษา

เรียน คุณทิว ทองบ้าน

ด้วย นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบูรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง มีความประสงค์ขอข้อมูลเกี่ยวกับ กระบวนการผลิต การออกแบบ รวมถึงการทำบรรจุภัณฑ์
ชุดแต่งกายมวยไทยและขอถ่ายภาพสถานที่ผลิต เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาของ
ที่ระลึกมวยไทย”

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาดังกล่าวและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะ
ได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Smr Atm

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 087-049-2940

ดร.ราตรี ศิริพันธุ์
ยื่นขอในกล่องเอกสารนี้

10 มีนาคม 61



ที่ ศธ 0524.04/1622

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1 แขวงลาดกระบัง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

21 พฤษภาคม 2561

เรื่อง หนังสือตอบรับเพื่อนำเสนอบทความในการประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 8

เรียน นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบูรณ์

ด้วยคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความยินดีเรียนเชิญท่านเข้านำเสนอบทความ เรื่อง “*ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย*” ในการประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 8 “การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง: นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอน” ซึ่งจะจัดขึ้นในระหว่าง วันที่ 31 พฤษภาคม - 1 มิถุนายน 2561 ณ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.กิติยงค์ มะโน)

คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทรศัพท์ 0 2329 8000 ต่อ 3722

โทรสาร 0 2329 8435

การประมุขวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ
การพัฒนาประสิทธิภาพการเรียนรู้ในชีวิตจริง
08th **นวัตกรรมและเทคโนโลยี**
เพื่อการเรียนการสอน

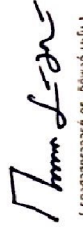
ใบประกาศนียบัตรการนำเสนอผลงานวิจัย

ณัฐชนันธุรร เทชมรณะสมบุรณ์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร และ สมชาย เซะวิเศษ

นำเสนอความเรียง

ศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวทยไทย

ณ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2561



(รองศาสตราจารย์ ดร. พิฬารักษ์ มณี)
คณบดี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



ภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย



แบบสอบถามเพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

หัวข้อวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท

เรื่อง การศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

โดย นายณัฐชนันธุ์ เกษมธนะสมบุรณ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม

เพื่อศึกษาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ใช้เพื่อรวบรวมความคิดเห็นของผู้บริโภค ในความต้องการในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกสำหรับมวยไทย

2. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความต้องการของผู้บริโภคและมุมมองของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าที่

ระลึกสำหรับมวยไทย

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ตามความคิดเห็น

1. เชื้อชาติ

- ไทย
 จีน
 ยุโรป

2. คุณรู้จักมวยไทยหรือไม่

- รู้จัก
 ไม่รู้จัก

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงมวยไทย

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ตามความคิดเห็น

3. ประเภทของที่ระลึกมวยไทยที่ท่านมีความต้องการในการเลือกซื้อ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> พวงกุญแจ | <input type="checkbox"/> เข็มกลัด |
| <input type="checkbox"/> เสื้อยืด | <input type="checkbox"/> เครื่องแต่งกายมวยไทย |
| <input type="checkbox"/> กรอบรูป | <input type="checkbox"/> ตุ๊กตา หรือ โมเดล |
| <input type="checkbox"/> โปสเตอร์ | <input type="checkbox"/> กระเป๋าผ้า |
| <input type="checkbox"/> ที่ติดตู้เย็น | <input type="checkbox"/> สินค้าที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น แฟลชไดรฟ์ หรือ สื่อDVD |

4. รูปแบบของที่ระลึกมวยไทยที่ท่านมีความต้องการในการเลือกซื้อ

- เป็นชิ้นเดียวเล็กๆ พกพาสะดวก
 เป็นชุดเซตที่มีครบทุกอย่างที่สื่อถึงมวยไทย
 งานแฮนด์เมด
 ให้ความรู้เกี่ยวกับมวยไทย

5. ขนาดของที่ระลึกมวยไทยที่ท่านมีความต้องการในการเลือกซื้อ

- ขนาดเล็ก
 ขนาดกลาง
 ขนาดใหญ่

6. สิ่งที่ต้องพิจารณาก่อนการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกมวยไทย

- รูปแบบ
- คุณภาพ
- ความสะดวกในการพกพา
- ราคา
- ประโยชน์ใช้สอย
- ความชอบส่วนตัว

7. เหตุผลในการซื้อของที่ระลึกมวยไทย

- รูปแบบ ความน่าสนใจ ความแปลกใหม่
- ของฝาก ของที่ระลึก
- มีคุณค่าแก่การจดจำ
- สะสม

8. ท่านมีของที่ระลึกมวยไทยบ้างหรือไม่

- มี
- ไม่มี

9. ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกอื่นๆ (ต่อครั้ง)

- น้อยกว่า 100 บาท
- 100 - 500 บาท
- 501 - 1,000 บาท
- มากกว่า 1,000 บาท

10. ท่านคิดว่าสิ่งใดสื่อถึง เอกลักษณ์ของมวยไทย มากที่สุด

- รูปแบบการต่อสู้
- การแต่งกาย
- การไหว้ครู



แบบสอบถามเพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

หัวข้อวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท

เรื่อง การศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

โดย นายณัฐชนันธรร เกษมธนะสมบุรณ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ

หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม

เพื่อศึกษาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ใช้เพื่อรวบรวมความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทางด้านของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

2. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงมวยไทย

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับระดับความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามทั่วไป

1. ชื่อ.....นามสกุล.....

2. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ.....

3. สถานที่ทำงาน.....

4. ประสบการณ์ในการทำงาน.....ปี

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงมวยไทย

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ตามความคิดเห็น

5. หากพูดถึงมวยไทย ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านนึกถึงเป็นอันดับแรก คือ

- การต่อสู้ของไทย
- ประเทศไทย
- ประเพณีและวัฒนธรรมไทย
- การพนัน
- เครื่องรางของขลัง

6. หากพูดถึงประเทศไทย ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านนึกถึงเป็นอันดับแรก คือ

- ภาษาไทย
- ประเพณีและวัฒนธรรมไทย
- ธงชาติไทย
- พระมหากษัตริย์ไทย
- อาหารไทย

7. ท่านมีความต้องการให้มีผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใด

- ผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ใช้สอย
- ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ไม่สามารถใช้สอยได้
- ผลิตภัณฑ์ของประดับตกแต่งบ้าน
- ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ
- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับเทคโนโลยี

8. ท่านคิดว่าราคาขายของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เหมาะสมควรอยู่ในช่วงราคาเท่าไร

- น้อยกว่า 100 บาท
- 100 - 500 บาท
- 501 - 1,000 บาท
- มากกว่า 1,000 บาท
- ไม่เจาะจง

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับระดับความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ตามความคิดเห็น

9. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ท่านต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

- ผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ใช้สอย ได้แก่ ชุดมวยไทย, เสื้อยืดสกรีนลาย, กระจเป่าผ้า
- ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ไม่สามารถใช้สอยได้ ได้แก่ ตุ๊กตามาสคอต, งานหล่อเรซิน, งานรูปปั้น
- ผลิตภัณฑ์ของประดับตกแต่งบ้าน ได้แก่ โคมไฟ, ภาพตกแต่งผนัง, ประติมากรรมแขวนผนัง
- ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ ได้แก่ พวงกุญแจ, เข็มกลัดติดเสื้อ, หมวก
- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับเทคโนโลยี ได้แก่ แฟลชไดรฟ์, สื่อDVD, Һุ่นยนต์

10. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ใช้สอยที่ท่านต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

- ชุดมวยไทย
- เสื้อยืดสกรีนลาย
- กระจเป่าผ้า
- แก้วน้ำสกรีนลาย

11. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถใช้สอยได้ที่ท่านต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

- ตุ๊กตามาสคอต
- งานหล่อเรซิน
- งานรูปปั้นแกะสลัก
- งานรูปหล่อทองเหลือง

12. ประเภทของผลิตภัณฑ์ของประดับตกแต่งบ้านที่ท่านต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

- โคมไฟ
- ภาพตกแต่งผนัง
- ประติมากรรมแขวนผนัง
- โม่บายแขวน

13. ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่ท่านต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

- พวงกุญแจ
- เข็มกลัดติดเสื้อ
- หมวก
- สร้อยคอ

14. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับเทคโนโลยีที่ท่านต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

- แฟลชไดร์ฟ
- สื่อ DVD
- หุ่นยนต์นักมวยไทย
- พาวเวอร์แบงก์

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ในความร่วมมือของท่าน

นายณัฐชนันธธร เกษมธนะสมบูรณ์

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



แบบสอบถามเพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

หัวข้อวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท
เรื่อง การศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

โดย นายณัฐชนันธรร เกษมธนะสมบุรณ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม

เพื่อศึกษาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ใช้เพื่อรวบรวมความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทางด้านมวยไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

2. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามทั่วไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายมวยไทยในปัจจุบัน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามทั่วไป

1. ชื่อ.....นามสกุล.....
2. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ.....
3. สถานที่ทำงาน.....
4. ประสบการณ์ในการทำงาน.....ปี

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทย

5. ชุมมวยไทยประกอบไปด้วยอะไรบ้างที่สำคัญ

.....

.....

.....

.....

.....

6. วัสดุที่ห้ามนำมาผลิตหรือประดับบนชุดมวยไทย

.....

.....

.....

.....

.....

7. สีที่ห้ามใช้ และ สามารถใช้ได้

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ในความร่วมมือของท่าน

นายณัฐชนัน ฤทธิ เกษมธนะสมบูรณ์

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



แบบสอบถามเพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

หัวข้อวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท

เรื่อง การศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

โดย นายณัฐชนันธูร เกษมธนะสมบุรณ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม

เพื่อศึกษาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ใช้เพื่อรวบรวมความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทางด้านของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

2. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามทั่วไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามทั่วไป

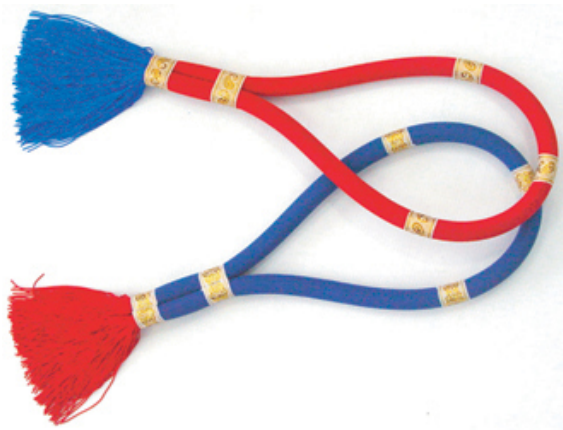
1. ชื่อ.....นามสกุล.....
2. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ.....
3. สถานที่ทำงาน.....
4. ประสบการณ์ในการทำงาน.....ปี

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ตามความคิดเห็น

5. ประเภทของมงคลที่ท่านต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

สายยาง หุ้มด้วยผ้ามองตากู ประดับด้วยริบบิ้นผ้าดีน



ด้ายไนลอนพันรอบโครงลวด



เชือกฝ้ายถักไม่มีโครง



6. ประเภทของประเจียดที่ท่านต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

ด้ายไนลอน



ผ้าโปร่ง



เชือกฝ้าย



7. ประเภทของ นวมหรือแบ็คชก ที่ท่านต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

7.1 รูปแบบ

นวมแบบเชือก



นวมแบบตีนตุ๊กแก



แบ็คชกนิ้วตัด



แบ็คชกนิ้วเต็มแบบตีนตุ๊กแก



7.2 วัสดุ

หนังแท้

หนังเทียม

8. ประเภทของกางเกงมวยไทยที่ท่านต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

8.1 รูปแบบการใส่สวดลาย

ปักลาย



สกรีนลาย



พิมพ์ลายด้วยหมึกพิมพ์สีระเหิดคุณภาพสูง



8.2 วัสดุ

-
- ผ้าซาติน (ผ้าต่วน)



-
- ผ้าไนลอน (ผ้าร่ม)



-
- คาร์บอนฟิท(ใช้วัสดุผสมเกรดพรีเมียมระหว่างผ้าซาตินกับ dry fit)



-
- Airtech Carbon (ไนลอนกันน้ำ+ลายคาร์บอน)



8.3 รูปทรง

- กางเกงมวยไทยเอาต่ำ เวก้าสูง



- กางเกงมวยไทยเอาต่ำ เวก้าเล็กน้อย



- กางเกงมวยไทยเอาสูง ไม่เวก้า



- กางเกงมวยไทยเอาสูง เวก้าเล็กน้อย



8. ประเภทของผ้ารัดข้อเท้าที่ท่านต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย

ทอลาย



สกรีนลาย



ไม่มีลาย



ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ในความร่วมมือของท่าน

นายณัฐชนันธุ์ เกษมธนะสมบูรณ์
นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก

หัวข้อวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท เรื่อง การศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

โดย นายณัฐชนันธูร เกษมธนะสมบุรณ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์มวยไทย

คำชี้แจงในการตอบแบบประเมิน

1. แบบสอบถามนี้เป็นแบบประเมินความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อประเมินถึงความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงเอกลักษณ์มวยไทยที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบและพัฒนาแล้ว

2. กรุณาตอบแบบประเมินทุกข้อตามความจริง ด้วยตัวของท่านเอง

3. ข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินนี้ใช้สำหรับการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น และนำเสนอข้อมูลในภาพรวมเท่านั้น

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงเอกลักษณ์มวยไทยที่ได้รับการออกแบบพัฒนาแล้ว

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คำชี้แจง : จงเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียวโดยมีความหมายของระดับค่าความคิดเห็น ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย
- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ในความร่วมมือของท่าน

นายณัฐชนันญธร เกษมธนะสมบูรณ์
นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

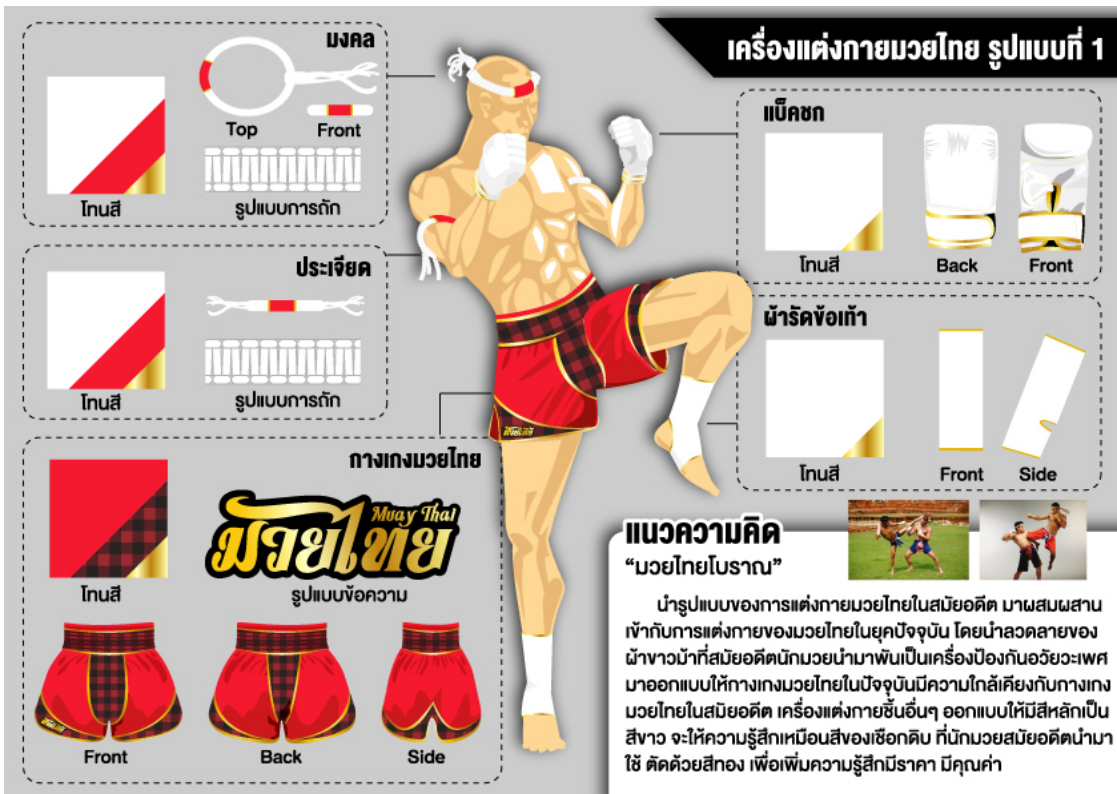
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ชื่อ.....นามสกุล.....

ตำแหน่ง.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงเอกลักษณ์มวยไทยที่ได้รับการออกแบบพัฒนาแล้ว

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แบบที่ 1



รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านการใช้สอย					
1.1 มีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้งานได้					
1.2 สามารถดูแลรักษาได้ง่าย					
1.3 มีข้อมูลที่สร้างความรู้ให้แก่ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผู้ซื้อสามารถเรียนรู้จากผลิตภัณฑ์ได้					
1.4 แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี					
2. ด้านความงาม					
2.1 มีลวดลายที่โดดเด่นเหมาะสม เป็นลักษณะเฉพาะตัว					
2.2 ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ได้ชัดเจน					
2.3 มีลวดลายที่ออกแบบและตกแต่งที่สวยงาม					

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงเอกลักษณ์มวยไทยที่ได้รับการออกแบบพัฒนาแล้ว

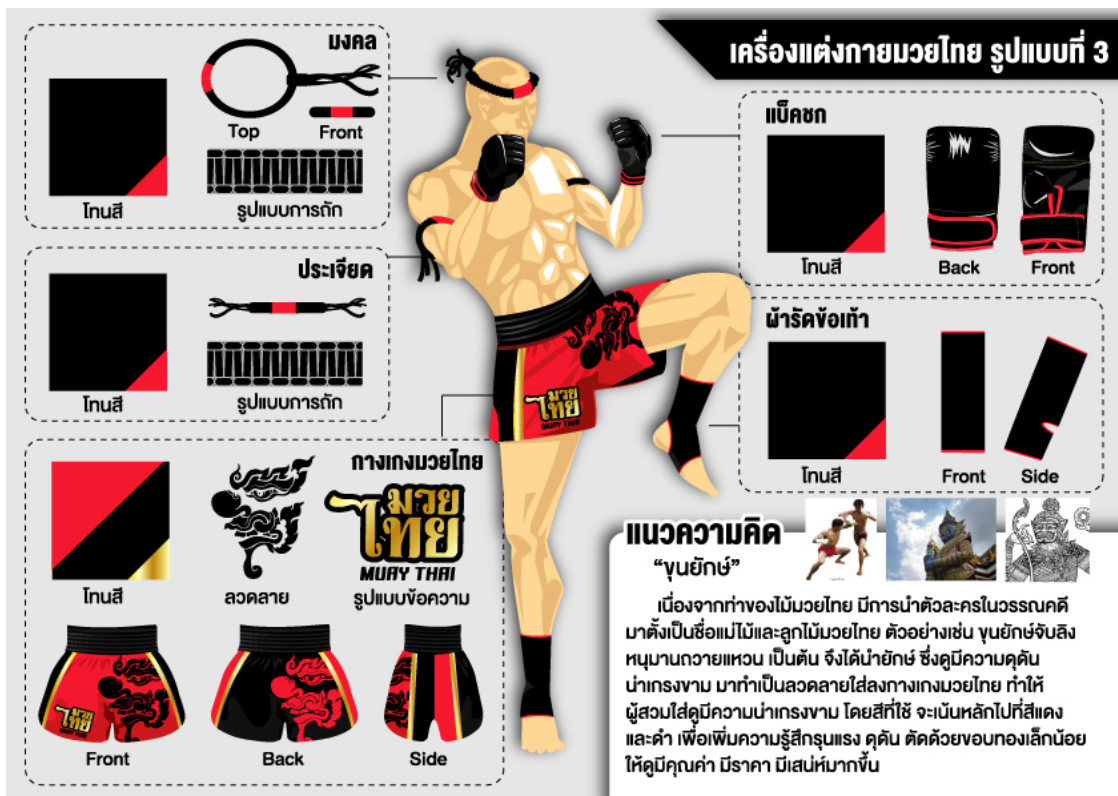
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แบบที่ 2



รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านการใช้สอย					
1.1 มีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้งานได้					
1.2 สามารถดูแลรักษาได้ง่าย					
1.3 มีข้อมูลที่สร้างความรู้ให้แก่ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผู้ซื้อสามารถเรียนรู้จากผลิตภัณฑ์ได้					
1.4 แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี					
2. ด้านความงาม					
2.1 มีลวดลายที่โดดเด่นเหมาะสม เป็นลักษณะเฉพาะตัว					
2.2 ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ได้ชัดเจน					
2.3 มีลวดลายที่ออกแบบและตกแต่งที่สวยงาม					

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงเอกลักษณ์มวยไทยที่ได้รับการออกแบบพัฒนาแล้ว

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แบบที่ 3



รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านการใช้สอย					
1.1 มีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้งานได้					
1.2 สามารถดูแลรักษาได้ง่าย					
1.3 มีข้อมูลที่สร้างความรู้ให้แก่ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผู้ซื้อสามารถเรียนรู้จากผลิตภัณฑ์ได้					
1.4 แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี					
2. ด้านความงาม					
2.1 มีลวดลายที่โดดเด่นเหมาะสม เป็นลักษณะเฉพาะตัว					
2.2 ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ได้ชัดเจน					
2.3 มีลวดลายที่ออกแบบและตกแต่งที่สวยงาม					

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงเอกลักษณ์มวยไทยที่ได้รับการออกแบบพัฒนาแล้ว

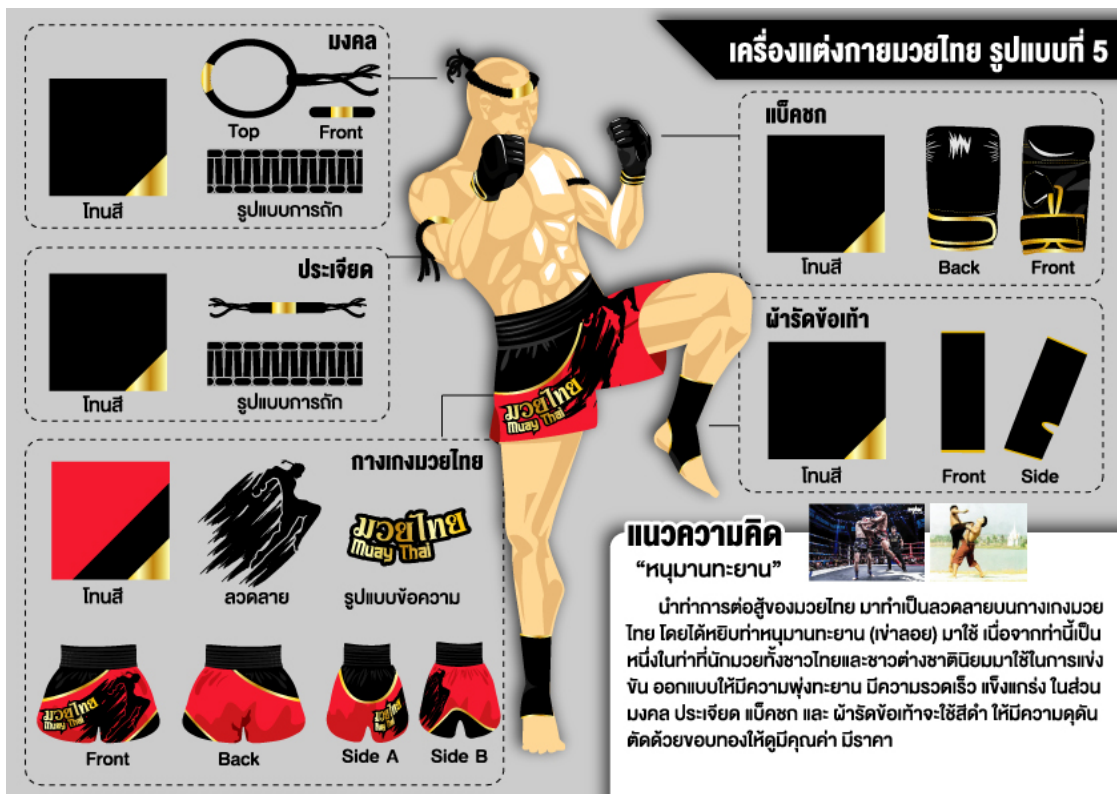
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แบบที่ 4



รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านการใช้สอย					
1.1 มีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้งานได้					
1.2 สามารถดูแลรักษาได้ง่าย					
1.3 มีข้อมูลที่สร้างความรู้ให้แก่ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผู้ซื้อสามารถเรียนรู้จากผลิตภัณฑ์ได้					
1.4 แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี					
2. ด้านความงาม					
2.1 มีลวดลายที่โดดเด่นเหมาะสม เป็นลักษณะเฉพาะตัว					
2.2 ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ได้ชัดเจน					
2.3 มีลวดลายที่ออกแบบและตกแต่งที่สวยงาม					

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงเอกลักษณ์มวยไทยที่ได้รับการออกแบบพัฒนาแล้ว

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แบบที่ 5



รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านการใช้สอย					
1.1 มีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้งานได้					
1.2 สามารถดูแลรักษาได้ง่าย					
1.3 มีข้อมูลที่สร้างความรู้ให้แก่ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผู้ซื้อสามารถเรียนรู้จากผลิตภัณฑ์ได้					
1.4 แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี					
2. ด้านความงาม					
2.1 มีลวดลายที่โดดเด่นเหมาะสม เป็นลักษณะเฉพาะตัว					
2.2 ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องถึงภาพลักษณ์ได้ชัดเจน					
2.3 มีลวดลายที่ออกแบบและตกแต่งที่สวยงาม					



แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท เรื่อง การศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

โดย นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบุรณ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาของที่ระลึกจากเอกลักษณ์มวยไทย

คำชี้แจงในการตอบแบบประเมิน

1. แบบสอบถามนี้เป็นแบบประเมินความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อประเมินถึงความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทยที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบและพัฒนาแล้ว

2. กรุณาตอบแบบประเมินทุกข้อตามความจริง ด้วยตัวของท่านเอง

3. ข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินนี้ใช้สำหรับการศึกษารั้ครั้งนี้เท่านั้น และนำเสนอข้อมูลในภาพรวมเท่านั้น

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทยที่ได้รับการออกแบบพัฒนาแล้ว

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คำชี้แจง : จงเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียวโดยมีความหมายของระดับค่าความคิดเห็น ดังนี้

5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง

2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย

1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ในความร่วมมือของท่าน

นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบูรณ์

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

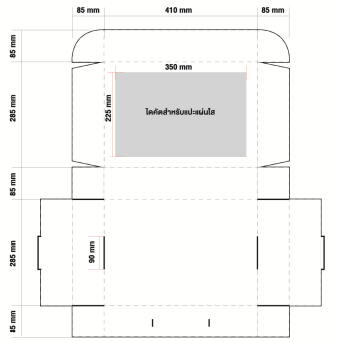
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ชื่อ.....นามสกุล.....

ตำแหน่ง.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทยที่ได้รับการออกแบบพัฒนาแล้ว

บรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก แบบที่ 1

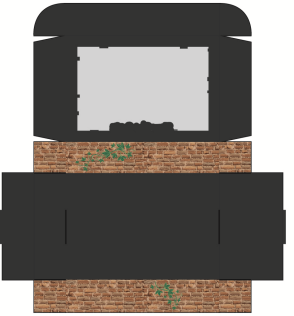


Pattern



บรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 1 กล่องหิ้วหัวพลาสติก

Perspective



แนวความคิด



จากรูปแบบของเครื่องแต่งกายมวยไทยที่นำมาเป็นของที่ระลึกมวยไทย แนวความคิดมวยไทยโบราณ จึงได้นำองค์ประกอบของสถานที่ที่ประกอบเป็นฉากหลัง ที่ใช้ประกอบในสื่อต่างๆ เช่น ภาพถ่าย ซึ่งก็คือ กำแพงและเจดีย์วัดเก่าแก่ ที่เป็นมรดกของไทย มาทำเป็นสวดลายบนบรรจุภัณฑ์ ในบรรจุภัณฑ์ จะบอกข้อมูลของเครื่องแต่งกายมวยไทยเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ วัสดุที่ใช้จะเป็นวัสดุที่ราคาต้นทุนไม่สูง และผู้จัดทำง่าย สามารถประกอบขึ้นเองได้



ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทยที่ได้รับการออกแบบพัฒนาแล้ว

บรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก แบบที่ 2



ออกแบบให้ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ มีลักษณะเป็นตุ๊กตามวยไทย ที่ถอดรูปแบบมาจากนักมวยที่มีชื่อเสียง สวมใส่ชุดที่บรรจุอยู่ด้านใน วิสคุจะเป็นพลาสติกแข็งขันรูป ด้านในจะแบ่งการจะเก็บสินค้าแยกเป็น 3 ชั้น ชั้นบนสุดเก็บมงคลและประเจียด ชั้นกลางเก็บแป๊ะชก ชั้นล่างเก็บกางเกงและผ้ารัดข้อเท้า ด้านในบอกข้อมูลเครื่องแต่งกายกำกับไว้



ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทยที่ได้รับการออกแบบพัฒนาแล้ว

บรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก แบบที่ 3

บรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 3
 ลูกกระเปาะ

Front
270 mm

Back

Side

ช่องเก็บของช่องที่ 1 (มงคล+ประเจียด) 130 mm

ช่องเก็บของช่องที่ 2 (กางเกง+ผ้ารัดข้อเท้า) 120 mm

ช่องเก็บของช่องที่ 3 (แป้นชก) 180 mm

วัสดุ ผ้าตัว

แนวความคิด

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์รูปแบบนี้ ได้แนวความคิดมาจากกระสอบทราย นำลวดลายของผลิตภัณฑ์ มาใส่เป็นลวดลาย บรรจุภัณฑ์รูปแบบนี้เป็นเหมือนกระเป๋าที่สามารถใส่เครื่องแต่งกายมวยไทยได้ครบทุกชิ้นแยกออกเป็น 3 ส่วน วัสดุที่ใช้จะเป็นวัสดุเดียวกับที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์ คือผ้าตัว ซึ่งบรรจุภัณฑ์รูปแบบนี้ ผู้ที่ซื้อไป สามารถนำไปใช้ต่อเพื่อให้เกิดประโยชน์ได้



แบบประเมินความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทยที่ได้พัฒนาแล้ว

หัวข้อวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท
เรื่อง การศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย

โดย นายณัฐชนันธูร เกษมธนะสมบุรณ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อประเมินความคิดเห็นของ ผู้จัดจำหน่าย และนักท่องเที่ยว ที่มีต่อของที่ระลึกมวยไทย

คำชี้แจงในการตอบแบบประเมิน

1. แบบสอบถามนี้เป็นแบบประเมินความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทยที่ได้พัฒนาแล้ว เพื่อประเมินถึงความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย ที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบและพัฒนาแล้ว

2. กรุณาตอบแบบประเมินทุกข้อตามความจริง ด้วยตัวของท่านเอง

3. ข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินนี้ใช้สำหรับการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น และนำเสนอข้อมูลในภาพรวมเท่านั้น

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทยที่ได้พัฒนาแล้ว

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คำชี้แจง : จงเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียวโดยมีความหมายของระดับค่าความคิดเห็น ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย
- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ในความร่วมมือของท่าน

นายณัฐชนันธร เกษมธนะสมบูรณ์
นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ตามความคิดเห็น

1. สถานะ

ผู้จัดจำหน่าย

นักท่องเที่ยว

2. เชื้อชาติ

ไทย

จีน

ยุโรป

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทยที่ได้พัฒนาแล้ว

รูปแบบของที่ระลึกที่ได้รับการพัฒนาแล้ว



รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านลักษณะเฉพาะถิ่น					
1.1 แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของมวยไทยได้อย่างชัดเจน					
1.2 มีรูปลักษณะที่แสดงให้เห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย					
1.3 ให้ความรู้สึกถึงความสุขทางจิตใจ					
1.4 รับรู้ถึงการอนุรักษ์มวยไทย					
2. ด้านความสวยงาม					
2.1 มีลวดลายที่ออกแบบสวยงาม สะดุดตา					
2.2 ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ					
2.3 ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่สามารถดึงดูดความสนใจสร้างความประทับใจเป็นที่จดจำ					
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย					
3.1 ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้งานจริงได้					
3.2 ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากที่มีคุณค่าและมีประโยชน์แก่ผู้รับได้					
3.3 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์มวยไทยแก่นักท่องเที่ยวได้					
4. ด้านคุณภาพและราคา					
4.1 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ					
4.2 ต้นทุนราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการขาย (ผู้จำหน่าย) ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับชิ้นงาน (นักท่องเที่ยว)					
4.3 ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาง่าย					
4.4 ผลิตภัณฑ์มีขนาดเหมาะสม					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ค

ภาพถ่ายการเก็บข้อมูลในงานวิจัย



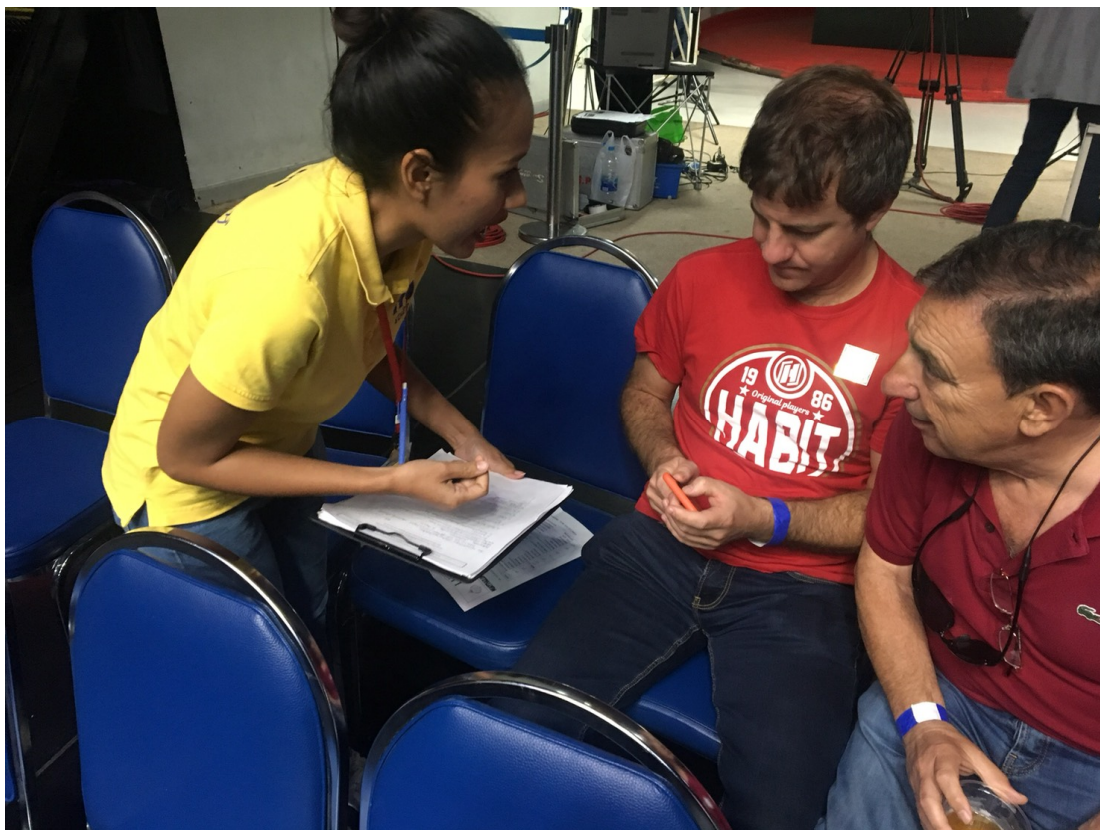
ภาพที่ ค. 1 การลงพื้นที่สังเกต และ สัมภาษณ์ เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำอโยธยา



ภาพที่ ค. 2 การลงพื้นที่สังเกต และ สัมภาษณ์ เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว สนามมวยเวทีลุมพินี



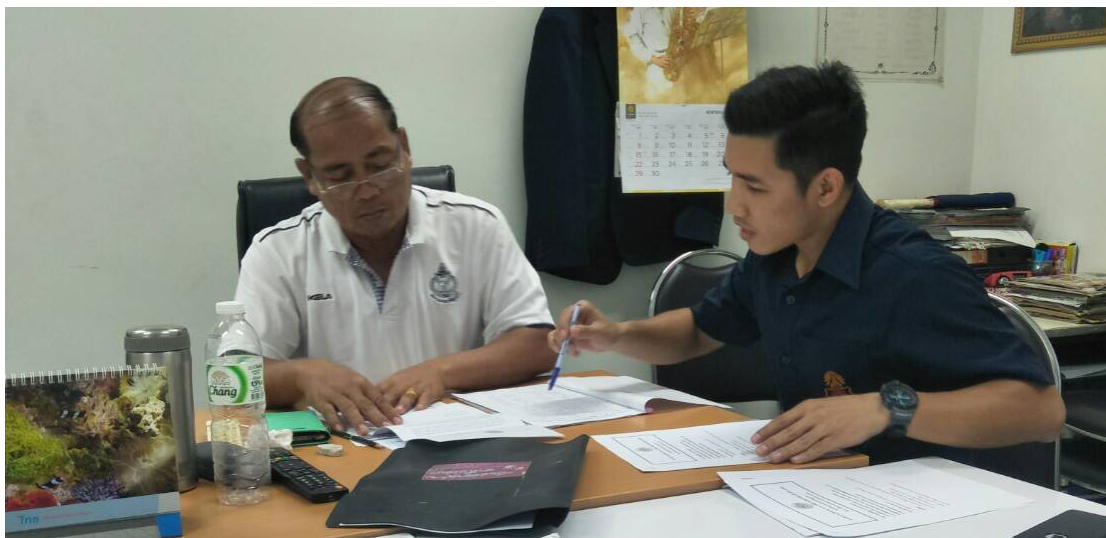
ภาพที่ ค. 3 การลงพื้นที่สังเกต และ สัมภาษณ์ เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว สนามมวยเวทีราชดำเนิน



ภาพที่ ค. 4 การสอบถามเกี่ยวกับข้อมูล ความต้องการ และมุมมองของผู้บริโภค ของ นักท่องเที่ยวชาวจีน ชาวยุโรป และชาวไทย โดยผ่านล่ามแปลภาษา



ภาพที่ ค. 5 การสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านของที่ระลึก เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย



ภาพที่ ค. 6 การสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเรื่องมวยไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกมวยไทย



ภาพที่ ค. 7 การสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก



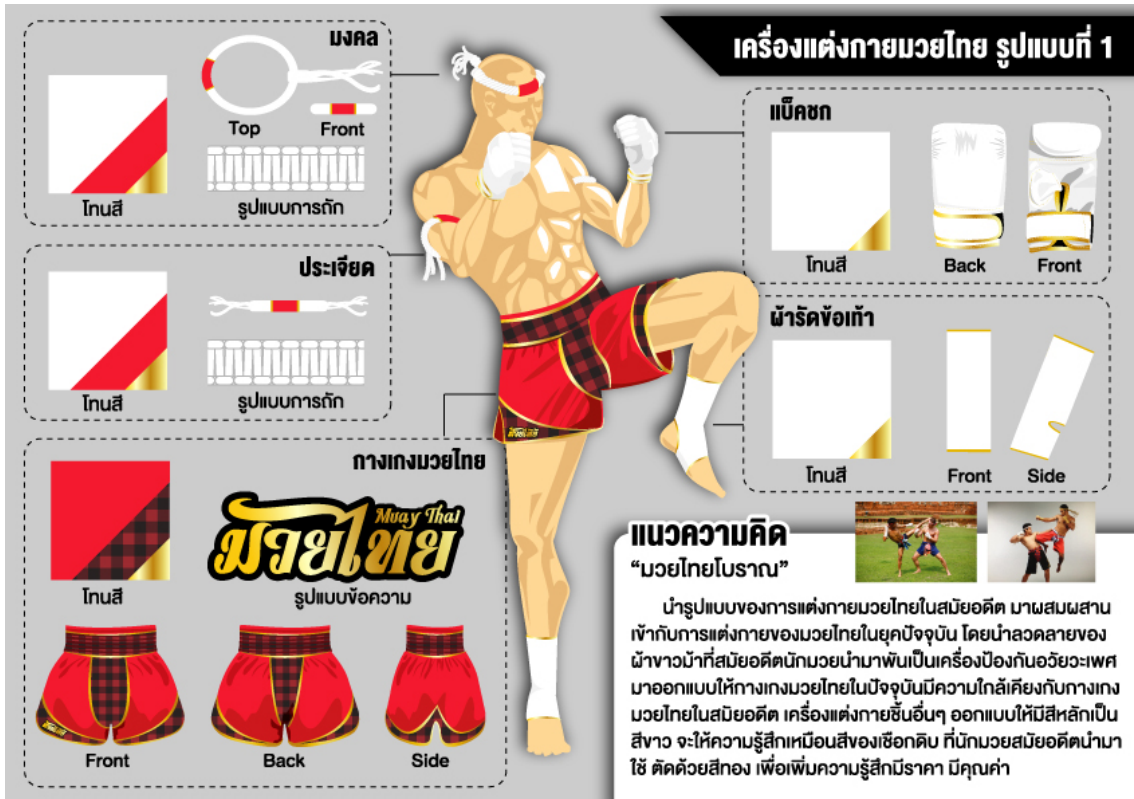
ภาพที่ ค. 8 การสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ ค. 9 การสอบถามความคิดเห็นของร้านค้าผู้จัดจำหน่ายและนักท่องเที๋ยว

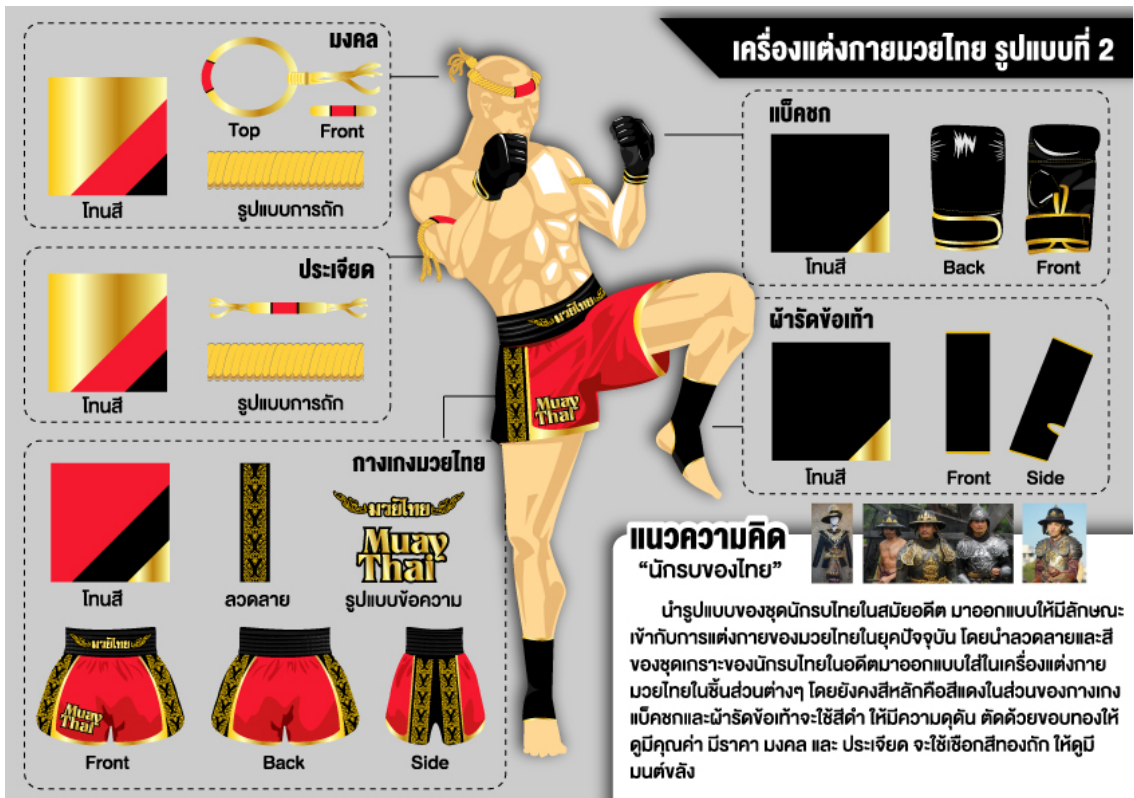
ภาคผนวก ง

ผลงานการออกแบบ



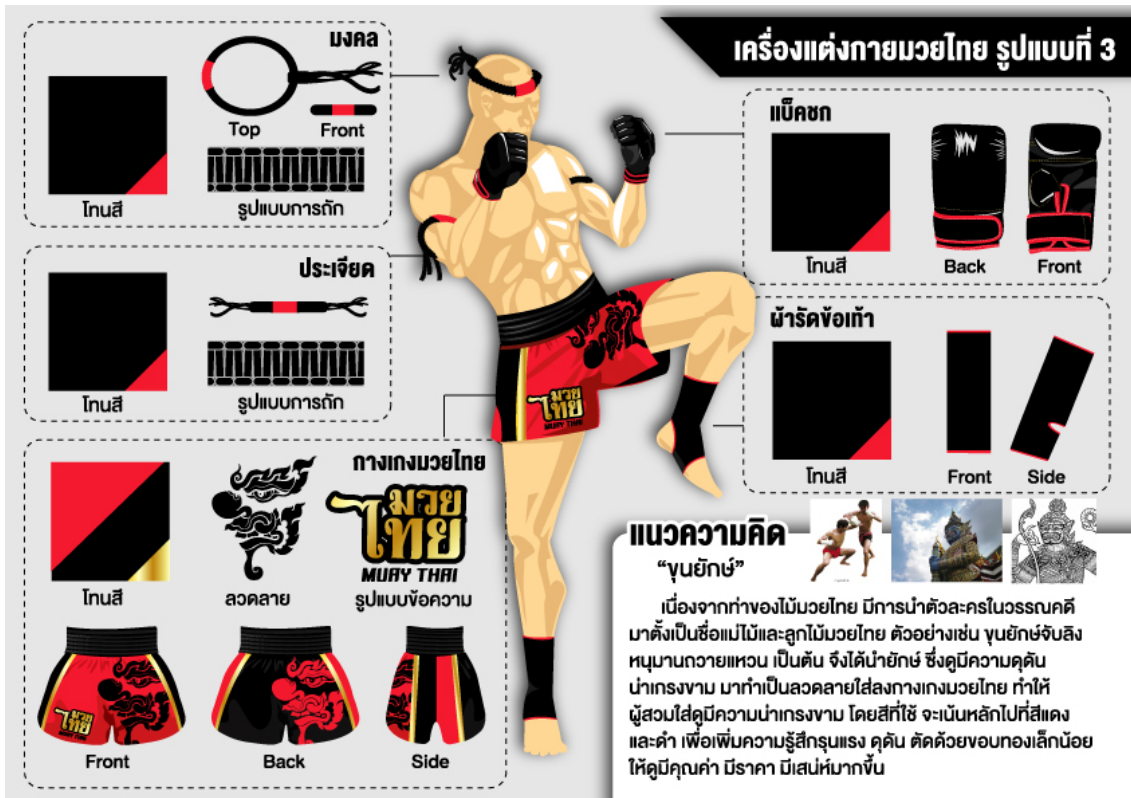
แนวความคิด
 “มวยไทยโบราณ”
 นำรูปแบบของการแต่งกายมวยไทยในสมัยอดีต มาผสมผสานเข้ากับการแต่งกายของมวยไทยในยุคปัจจุบัน โดยนำลวดลายของผ้าขาวม้าที่สมัยอดีตนักมวยนำมาพันเป็นเครื่องป้องกันอวัยวะเพศ มาออกแบบให้กางเกงมวยไทยในปัจจุบันมีความใกล้เคียงกับกางเกงมวยไทยในสมัยอดีต เครื่องแต่งกายชิ้นอื่นๆ ออกแบบให้มีสีหลักเป็นสีขาว จะให้ความรู้สึกเหมือนสิ่งของเชือกดิบ ที่นักมวยสมัยอดีตนำมาใช้ ตัดด้วยสีทอง เพื่อเพิ่มความรู้สึกมีราคา มีคุณค่า

ภาพที่ ง. 1 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 1



แนวความคิด
 “นักรบของไทย”
 นำรูปแบบของชุดนักรบไทยในสมัยอดีต มาออกแบบให้มีลักษณะเข้ากับการแต่งกายของมวยไทยในยุคปัจจุบัน โดยนำลวดลายและสีของชุดเกราะของนักรบไทยในอดีตมาออกแบบใส่ในเครื่องแต่งกายมวยไทยในชิ้นส่วนต่างๆ โดยยังคงสีหลักคือสีแดงในส่วนนของกางเกง Muay Thai และนารัดข้อเท้าจะใช้สีดำ ให้ความรู้สึก ตัดด้วยขอบทองให้ดูมีคุณค่า มีราคา มงคล และ ประเจียด จะใช้เชือกสีทองตัด ให้ดูมีมนต์ขลัง

ภาพที่ ง. 2 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 2



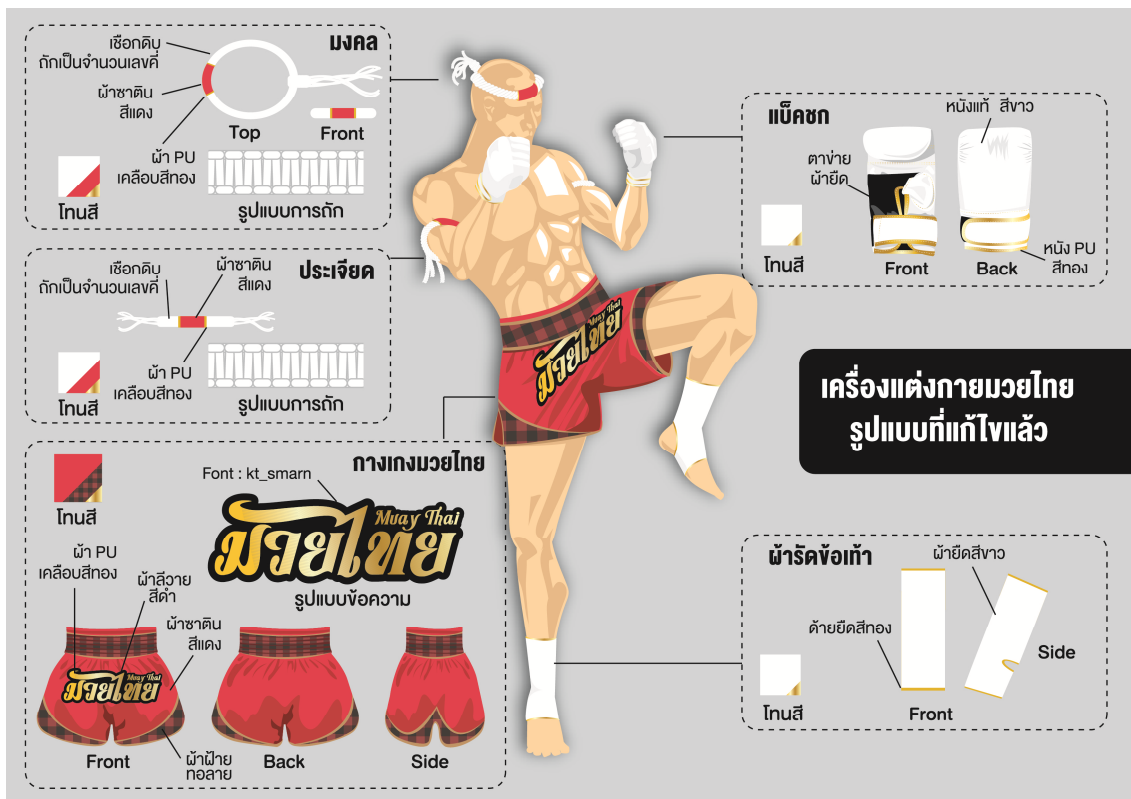
ภาพที่ ง. 3 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 3



ภาพที่ ง. 4 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 4



ภาพที่ ง. 5 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 5



ภาพที่ ง. 6 แบบ Sketch Design เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบแก้ไข



บรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 2
กระป๋องใส่ช่อง

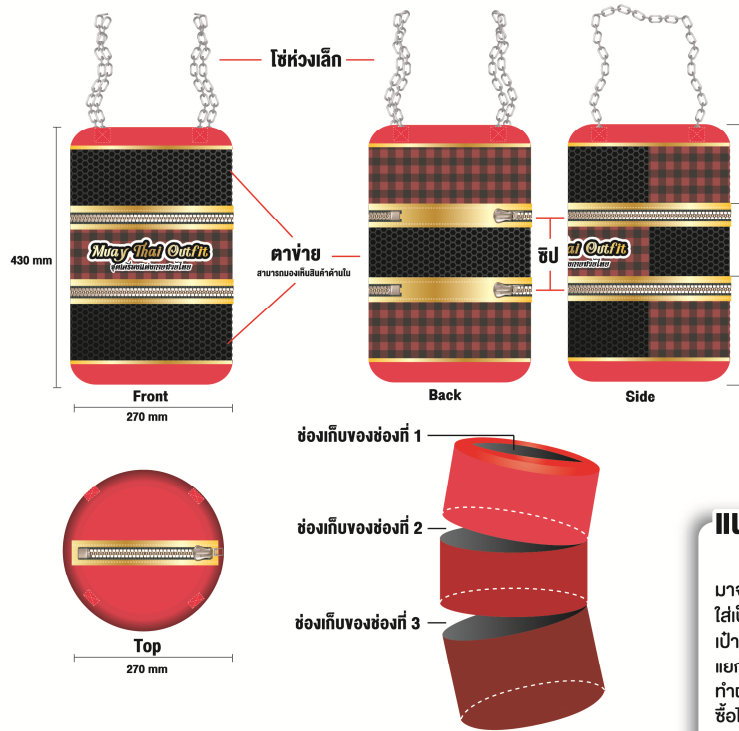


แนวความคิด

ออกแบบให้ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ มีลักษณะเป็นคือนักมวย ที่ถอดรูปแบบมาจากนักมวยที่มีชื่อเสียง สวมใส่ชุดที่บรรจุอยู่ภายใน วัสดุจะเป็นพลาสติกแข็งขึ้นรูป ด้านในจะแบ่งการจะเก็บสินค้าแยกเป็น 3 ชั้น ชั้นบนสุดเก็บมงคลและประเจียด ชั้นกลางเก็บแก้มขวา ชั้นล่างเก็บกางเกงและผ้ารัดข้อเท้า ด้านในบอกข้อมูลเครื่องแต่งกายกำกับไว้

ภาพที่ ง. 9 แบบ Sketch Design บรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 2

บรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 3
ถุงกระเป่า



วัสดุ
ผ้าค่วน

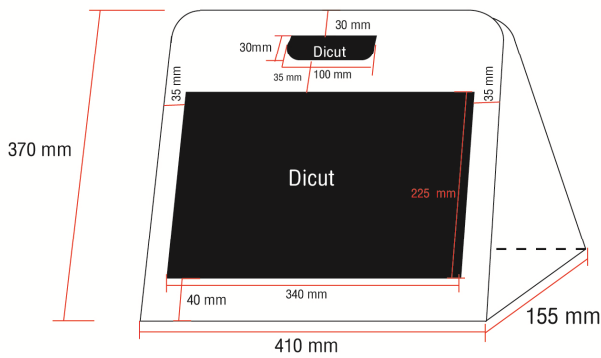


แนวความคิด

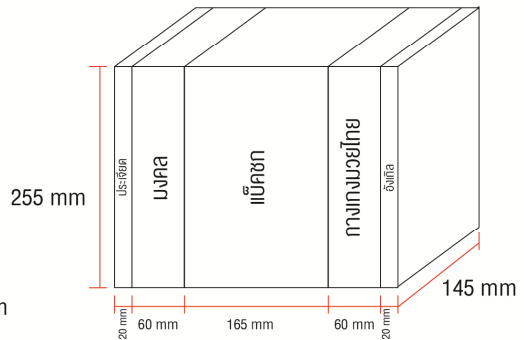
ลักษณะของบรรจุภัณฑ์รูปแบบนี้ ได้แนวความคิดมาจากกระสอบทราย นำลวดลายของผลิตภัณฑ์ มาใส่เป็นลวดลาย บรรจุภัณฑ์ที่รูปแบบนี้เป็นเหมือนกระเป๋าที่สามารถใส่เครื่องแต่งกายมวยไทยได้ครบทุกชิ้น แยกออกเป็น 3 ส่วน วัสดุที่ใช้จะเป็นวัสดุเดียวกับที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์ คือผ้าค่วน ซึ่งบรรจุภัณฑ์รูปแบบนี้ ผู้ที่ซื้อไป สามารถนำไปใช้ต่อเพื่อให้เกิดประโยชน์ได้

ภาพที่ ง. 10 แบบ Sketch Design บรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยรูปแบบที่ 3

บรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่แก้ไขแล้ว

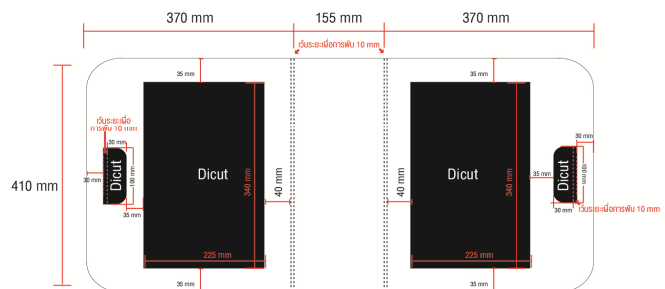
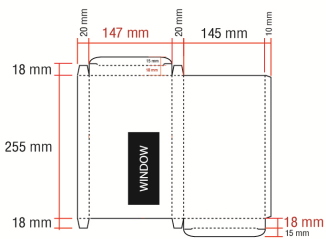
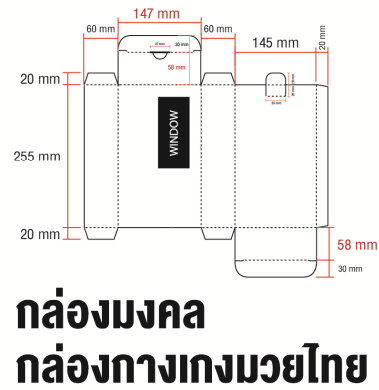
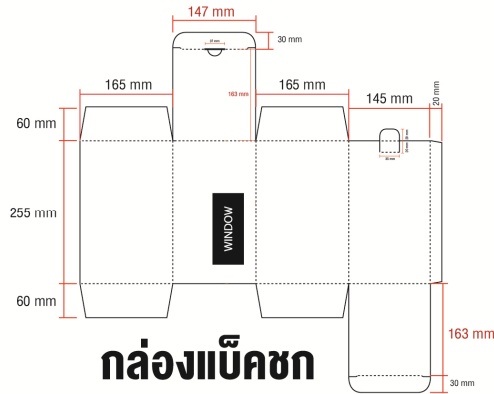


กล่องนอก
สำหรับใส่รวมผลิตภัณฑ์
กระดาษลูกฟูก 5 ชั้น ลอน BC



กล่องใน
แยกตามชั้นผลิตภัณฑ์
กระดาษลูกฟูก 3 ชั้น ลอน E

Pattern



ภาพที่ ง. 11 แบบ Sketch Design Pattern บรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทย ที่แก้ไข

บรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่แก้ไขแล้ว

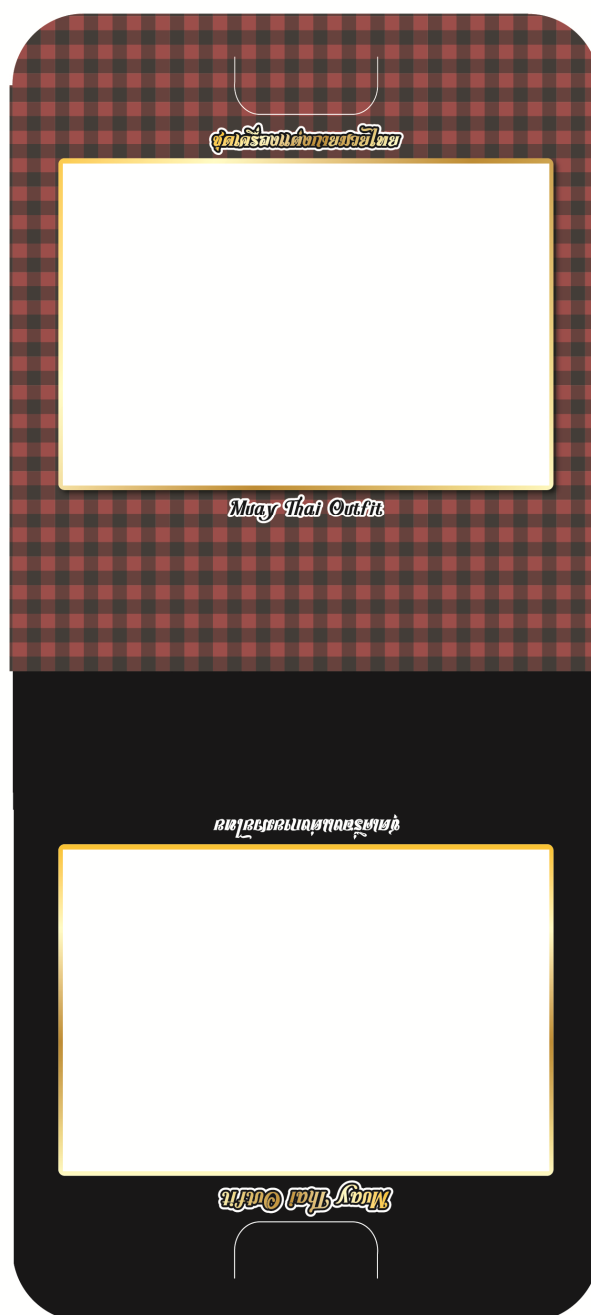
Graphic Packaging



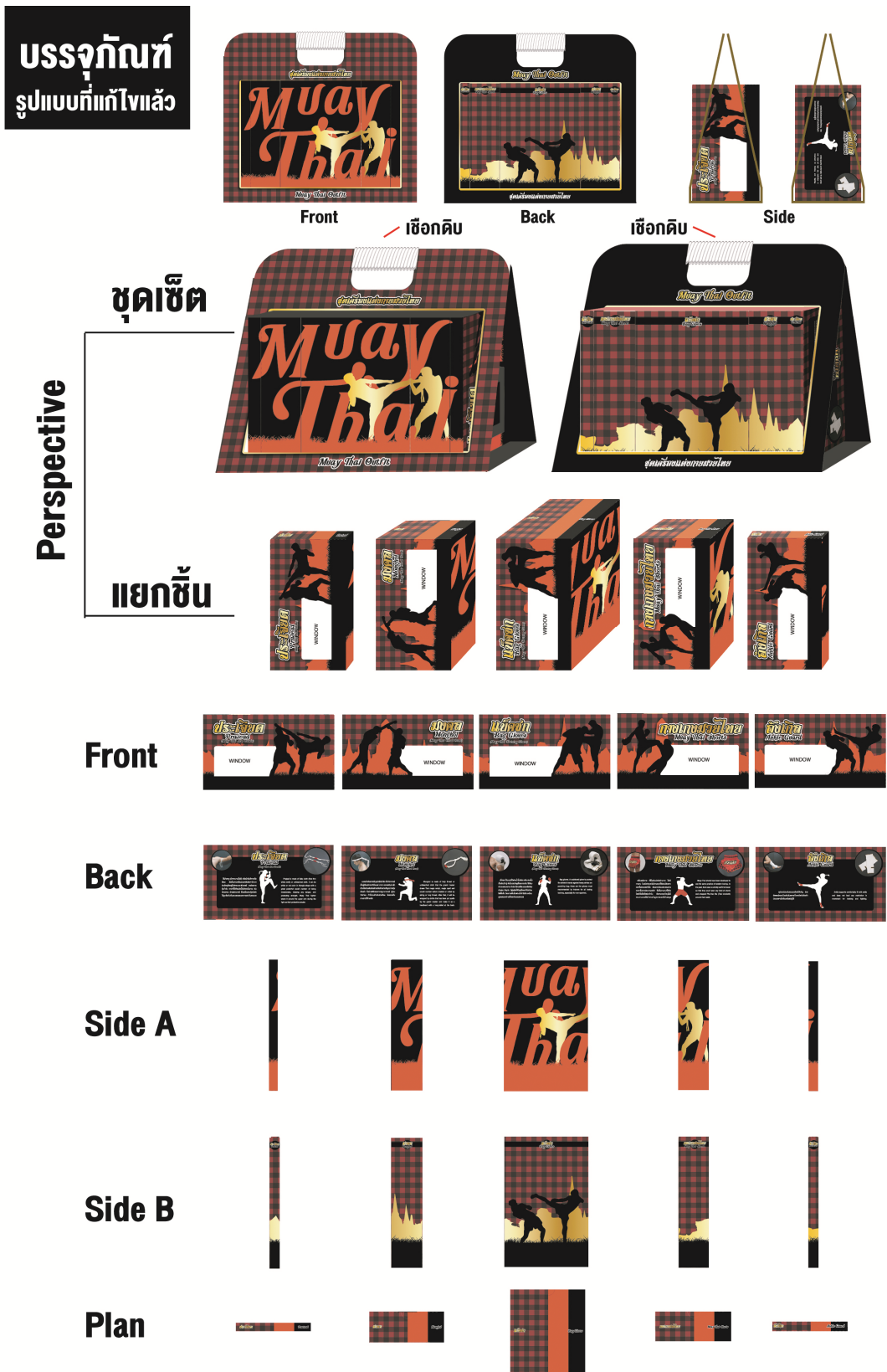
ภาพที่ ง. 12 แบบ Sketch Design Grsphic Packaging บรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทย
ที่แก้ไข

บรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่แก้ไขแล้ว

Graphic Packaging



ภาพที่ ง. 13 แบบ Sketch Design Grspic Packaging บรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทย
ที่แก้ไข



ภาพที่ ง. 14 แบบ Sketch Design บรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทยที่แก้ไข



ภาพที่ ง. 15 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแต่งกายมวยไทย



ภาพที่ ง. 16 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกมวยไทย



ภาพที่ ง. 17 การถือของที่ระลึกมวยไทย

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นามสกุล	ณัฐชนันญธร เกษมธนะสมบุรณ์
วัน – เดือน – ปีเกิด	25 กุมภาพันธ์ 2529
ที่อยู่ปัจจุบัน	198/72 หมู่บ้านโกลเด้น นีโอ อ่อนนุช-พัฒนาการ (ช.4) ซอยอ่อนนุช65 ถนนอ่อนนุช แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250
ประวัติการศึกษา 2552	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ศิลปบัณฑิต (ศป.บ.) สาขาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
ประวัติการทำงาน 2553 – 2555	Graphic Designer บริษัท โกลบอล ไวร์เลส จำกัด
2555 – 2558	Graphic Designer (Marketing) บริษัท IT Plaza Co., Ltd.
2559 – 2560	Senior Graphics Designer บริษัท Lin tuna intertrade Co., Ltd.
2560 - 2561	Senior Graphics Designer (Marketing) บริษัท SNOW TOWN(THAILAND) Co.,Ltd
2561 - ปัจจุบัน	อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต