

การประยุกต์ใช้นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาารูปแบบเรขศิลป์
และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสิงห์บุรี
Applying Design Innovation and Cultural Identity to the Development of Graphic
Design and Souvenir Products for Promoting Cultural Tourism in Sing Buri Province

อาณัฐ ศิริพิชญ์ตระกูล^{1*} และ ยูวดี พรธารพงษ์¹
Arnut Siripithakul^{1*}, and Yuvadee Phontharaphong¹

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร¹

Assistant Professor, Dr., Industrial Design, Faculty of Architecture and Design, Rajamangala University
of Technology Phra Nakhon¹

*Corresponding author, e-mail: arnut.si@rmutp.ac.th

วันรับบทความ: 24 เมษายน 2568; วันแก้ไขบทความ: 4 มิถุนายน 2568; วันตอบรับบทความ: 12 มิถุนายน 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อการศึกษาการใช้นวัตกรรมด้านการออกแบบ และอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี การออกแบบรูปแบบเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี และการประเมินความพึงพอใจของรูปแบบเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรี โดยงานวิจัยนี้ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การหาข้อมูลผ่านการลงพื้นที่ โดยใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์มีโครงสร้าง จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ทั้ง 3 ท่าน การวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้องมาพัฒนาารูปแบบเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้แก่ รูปร่างมาศคอต ตัวอักษร กราฟิกต่าง ๆ บรรจุภัณฑ์รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรี ในส่วนการวิจัยเชิงปริมาณใช้กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักออกแบบและผู้สนใจด้านการออกแบบ จำนวน 100 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง ในการประเมินความพึงพอใจของรูปแบบเรขศิลป์ และต้นแบบผลิตภัณฑ์ ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติ t-test แบบ One-Sample เพื่อทดสอบสมมติฐานค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงกว่าระดับค่ากลาง (3.50) โดยประเมินความพึงพอใจรายด้าน 4 ด้านได้แก่ ด้านการถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.76, S.D. = 0.05) ด้านการออกแบบเรขศิลป์อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.71, S.D. = 0.12) ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.71, S.D. = 0.09) และ ด้านการตลาดและความสอดคล้องทางวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.71, S.D. = 0.02) ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมากที่สุด ซึ่งผลทดสอบสมมติฐาน One-Sample t-test ชี้ให้เห็นว่าผลระดับความพึงพอใจสูงกว่าระดับค่ากลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่าผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสูงกว่าค่าที่กำหนดไว้ซึ่งอยู่ระดับดี

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์, ของที่ระลึก, การออกแบบเรขศิลป์, จังหวัดสิงห์บุรี

Abstract

This research aimed to investigate the application of design innovation and the cultural identity of Sing Buri Province in the development of graphic styles and souvenir products. The study focused on integrating local identity into design practices and evaluating user satisfaction with the

resulting designs. A mixed-methods approach was employed, combining qualitative and quantitative research. In the qualitative phase, data were collected through fieldwork using structured interviews with three design experts. The information was analyzed alongside relevant theories and documents to develop visual design elements, including mascot forms, typography, graphics, packaging, and souvenir product formats that reflect Singburi's cultural identity. In the quantitative phase, purposive sampling was used to select 100 participants, including tourists, designers, and individuals interested in design. A rating scale questionnaire was used to assess satisfaction, and data were analyzed using descriptive statistics and a one-sample t-test to compare the mean scores against the midpoint value of 3.50. The results showed a high level of satisfaction across four aspects: interpretation of local identity ($\bar{X}$ = 4.76, S.D. = 0.05), graphic design ($\bar{X}$ = 4.71, S.D. = 0.12), product design ($\bar{X}$ = 4.71, S.D. = 0.09), and marketing with cultural relevance ($\bar{X}$ = 4.71, S.D. = 0.02). The overall results indicated a statistically significant level of satisfaction higher than the midpoint at the 0.05 level, confirming the effectiveness of incorporating Sing Buri's cultural identity and design innovation in the creation of graphic styles and souvenir products.

Keywords: Products, Souvenir, Visual Elements, Sing Buri Province

บทนำ

ปัจจุบัน นวัตกรรมได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตและการพัฒนาองค์ความรู้ในหลากหลายมิติ ทั้งในด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และศิลปะการออกแบบ แม้จะมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง แต่กลับพบว่ามีช่องว่างในกระบวนการนำนวัตกรรมเหล่านี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะในบริบทของการออกแบบ ซึ่งเป็นศาสตร์ที่มีความยืดหยุ่นสูง และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างหลากหลาย การออกแบบจึงมิได้เป็นเพียงการจัดรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม แต่เป็นกระบวนการที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราว อัตลักษณ์ และคุณค่าเชิงวัฒนธรรมของท้องถิ่นได้

การนำนวัตกรรมด้านการออกแบบมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวถือเป็นแนวทางที่สามารถสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในบริบทของ “เมืองรอง” ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ภาครัฐให้ความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระจายรายได้และโอกาสทางเศรษฐกิจออกจากเมืองหลัก การออกแบบของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นจึงไม่เพียงแต่สร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภค แต่ยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเล่าเรื่องราวของพื้นที่ เพิ่มการจดจำ และสร้างแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางมายังพื้นที่นั้นอย่างต่อเนื่อง (ชิดชม กันจุฬา, 2563 : 66) จังหวัดสิงห์บุรีเป็นหนึ่งในเมืองรองที่มีศักยภาพเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ งานหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อย่างไรก็ตาม จังหวัดสิงห์บุรียังมิได้มีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในระดับที่สามารถสร้างอัตลักษณ์หรือความน่าสนใจในเชิงการตลาดได้อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะในภาคส่วนของภาครัฐที่ยังมีบทบาทค่อนข้างจำกัด (ศิริวัฒน์ แสนเสริม, 2547 : 31)

งานวิจัยนี้มีเป้าหมายในการศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดสิงห์บุรี โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงสร้างสรรค์แบบสามระยะ ได้แก่ ระยะต้นน้ำ เป็นการลงพื้นที่เพื่อศึกษาบริบทท้องถิ่นและค้นหาอัตลักษณ์ของจังหวัด ตลอดจนวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ระยะกลางน้ำ คือ การประยุกต์ใช้นวัตกรรมการออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ตอบสนองต่อข้อมูลและบริบทที่ได้ศึกษา และระยะปลายน้ำ คือการประเมินผลิตภัณฑ์ผ่านกลุ่มผู้ใช้จริง และการวิเคราะห์ศักยภาพในเชิงการตลาด เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้สามารถเป็นเครื่องมือส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมด้านการออกแบบ และอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี
2. เพื่อออกแบบรูปแบบเรขศิลป์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

ทบทวนวรรณกรรม

1. การศึกษานวัตกรรมด้านการออกแบบ และอัตลักษณ์ชุมชน

แสนชัย ลิขิตธีรฤทธิ (2567 : 104) กล่าวว่า การศึกษาค้นหาและการสร้างอัตลักษณ์ชุมชน โดยจำแนกเกณฑ์ในการกำหนดและพัฒนาอัตลักษณ์ออกเป็น 3 ด้านหลัก ได้แก่ 1) ด้านศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่ อาทิ รูปแบบสถาปัตยกรรม และอนุสาวรีย์ต่าง ๆ 2) ด้านลักษณะทางกายภาพของชุมชน เช่น ลักษณะที่ตั้งของพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำ และ 3) ด้านวิถีชีวิต สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งครอบคลุมถึงลักษณะการอยู่อาศัย ประเพณี และสภาพเศรษฐกิจของผู้คนในชุมชน แนวคิดดังกล่าวได้ถูกนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ประกอบทางเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในงานวิจัยนี้

ศรัณพร ขวนเกริกกุล และ ปริญ ลักขิตามาต (2562 : 12) กล่าวว่า การศึกษาวิจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสิงห์บุรี พบว่าพื้นที่จังหวัดมีร่องรอยทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สืบเนื่องตั้งแต่สมัยทวารวดีจนถึงยุครัตนโกสินทร์ ในด้านศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม ปรากฏหลักฐานสำคัญ เช่น แหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาโบราณ เมืองโบราณบ้านคู รวมถึงวัดสำคัญต่าง ๆ ได้แก่ วัดพระปรมาภิไธย วัดหน้าพระธาตุ วัดโพธิ์เก้าต้น วัดพระนอนจักรสีห์ วัดโบสถ์ และวัดพิภพทอง ซึ่งสะท้อนถึงความรุ่งเรืองของศิลปวัฒนธรรมในแต่ละยุคสมัย ด้านกายภาพ จังหวัดสิงห์บุรีมีลำน้ำสำคัญไหลผ่าน 3 สาย ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำน้อย และแม่น้ำลพบุรี ตลอดจนลำคลองสายย่อยที่เชื่อมโยงวิถีชีวิตของชาวบ้านริมน้ำ อาทิ ลำน้ำแม่ลา ลำน้ำการ้อง และลำน้ำเชียงราก ลักษณะภูมิประเทศดังกล่าวส่งเสริมให้เกิดวิถีชีวิตแบบชุมชนริมน้ำ ซึ่งสัมพันธ์กับประเพณีท้องถิ่น อาชีพเกษตรกรรม และกิจกรรมทางศาสนา โดยเฉพาะประเพณีเกี่ยวกับการเกี่ยวข้าวและการบริโภคปลา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตพื้นถิ่นของชาวสิงห์บุรี ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ และมีวัดเป็นศูนย์กลางของชุมชน ข้อมูลด้านกายภาพ วัฒนธรรม และประเพณีเหล่านี้ได้ถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการลงพื้นที่ศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชน และเป็นกรอบสำคัญในการพัฒนาองค์ประกอบเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในงานวิจัยนี้

2. การออกแบบและพัฒนาแบบเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

ชลุต นิมเสมอ (2553 : 57) กล่าวว่า หลักองค์ประกอบทางศิลปะที่ประกอบด้วยทัศนธาตุต่าง ๆ ได้แก่ รูปร่าง (Shape) เงารูปร่างหรือซิลูเอตต์ (Silhouette) ความแตกต่าง (Contrast) เส้น (Line) ท่าทาง (Pose) สัดส่วน (Proportion) ค่าน้ำหนัก (Value) และสี (Color) ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างสรรค์งานออกแบบ โดยนำหลักการดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการจัดวางรูปแบบเรขศิลป์และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยมุ่งเน้นให้เกิดความสมดุลของรูปร่างและรูปทรง รวมทั้งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ทางการออกแบบเชิงศิลปะอย่างมีระบบ

วรารักษ์ มามี (2565 : 30) กล่าวว่า ในการออกแบบมาสคอตเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดเกี่ยวกับประเภทและรูปลักษณะของมาสคอตสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ลักษณะหลัก ได้แก่ (1) รูปแบบที่ได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Nature and Environment) ซึ่งรวมถึงสิ่งมีชีวิต ภูมิประเทศ พืชพรรณ และองค์ประกอบทางธรรมชาติอื่น ๆ (2) รูปแบบที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made Form) เช่น สิ่งปลูกสร้าง โบราณวัตถุ และสิ่งของที่สะท้อนวิถีชีวิตของชุมชน และ (3) รูปแบบนามธรรมที่มีลักษณะอิสระ (Abstract Form) ที่เน้นการสื่อสารแนวคิดหรือบุคลิกภาพผ่านรูปทรงเชิงนามธรรม จากนั้นนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบในการออกแบบมาสคอต โดยพิจารณาความเหมาะสมของแต่ละลักษณะในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของจังหวัดสิงห์บุรี ทั้งในเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตท้องถิ่น เพื่อสร้างผลงานที่มีความโดดเด่น สื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างการจดจำให้กับผู้พบเห็น

วัชรพงศ์ หงษ์สุวรรณ (2552 : 29) กล่าวว่า การออกแบบรูปลักษณะของตัวอักษร หรือที่เรียกว่า “รูปอักษร” (Glyph) ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 4 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) ตัวอักษรแบบตรง (Straight Type) ที่มีแนว

เส้นหลักเป็นเส้นตรงหรือเส้นตั้งฉาก 2) ตัวอักษรแบบเอน (Italic Type) ที่มีเส้นหลักเอียงไปทางใดทางหนึ่ง 3) ตัวอักษรแบบอิสระ (Free-form Type) ซึ่งไม่มีข้อจำกัดด้านแนวบรรทัดหรือทิศทางของตัวอักษร และ 4) ตัวอักษรแบบเงา หรือแบบทัศนียภาพ (Perspective/ Shadow Type) ซึ่งมีลักษณะการรับรู้ความลึกหรือภาพลวงตาทางสายตา แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของตัวอักษรเหล่านี้ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนารูปแบบตัวอักษรเพื่อสร้างเอกลักษณ์ทางเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับบริบทของงานออกแบบของที่ระลึก

อารยะ ศรีภักย์มานบุตร (2550 : 84) กล่าวว่า การออกแบบตัวอักษรประเภท “ตัวพิมพ์แบบตกแต่ง” ว่าเป็นตัวอักษรที่ได้รับการออกแบบให้มีลักษณะแปลกใหม่และแตกต่างจากตัวพิมพ์ทั่วไป โดยมีจุดเด่นอยู่ที่การสะท้อนบุคลิกภาพเฉพาะตัวของแบบอักษร ทั้งนี้แม้จะไม่นิยมนำมาใช้ในเนื้อความที่ต้องการให้อ่านง่าย แต่กลับเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการใช้งานที่เน้นการดึงดูดความสนใจ เช่น การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ หัวข้อสำคัญ หรือการสร้างอัตลักษณ์ทางสายตา ในงานวิจัยนี้ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบรูปแบบตัวอักษรที่ปรากฏอยู่ในองค์ประกอบเรขศิลป์

Wiratmo et al. (2021 : 7) กล่าวว่า หลักการสำคัญในการพัฒนามาสคอตตามแนวคิด Yuru-chara ของญี่ปุ่น โดยเสนอแนวทางหลัก 4 ประการ ได้แก่ ประการแรก คือ การค้นหาคำสำคัญของพื้นที่ (Keyword Extraction) เพื่อวิเคราะห์จุดเด่นและอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งนำมาใช้เป็นแนวคิดต้นทางในการออกแบบ ประการที่สอง คือ การตั้งชื่อมาสคอต โดยให้ความสำคัญกับชื่อที่มีความไพเราะและสะท้อนบริบทท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม ประการที่สาม คือ การออกแบบรูปแบบและบุคลิกภาพของตัวมาสคอต โดยเน้นการออกแบบให้ส่วนศีรษะมีขนาดใหญ่กว่าส่วนลำตัว เพื่อให้ดูน่ารัก ดึงดูด และเป็นมิตร รวมทั้งออกแบบลักษณะนิสัยของตัวละครให้เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและเรื่องราวของพื้นที่อย่างสอดคล้อง และประการสุดท้าย คือ การวางแนวทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อหลากหลายประเภท เพื่อส่งเสริมการรับรู้และความผูกพันของกลุ่มเป้าหมายต่อมาสคอต ซึ่งหลักการทั้งสี่นี้ได้รับการนำมาใช้เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนามาสคอตจังหวัดสิงห์บุรีในงานวิจัยนี้ เพื่อให้สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสร้างคุณค่าในเชิงภาพลักษณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

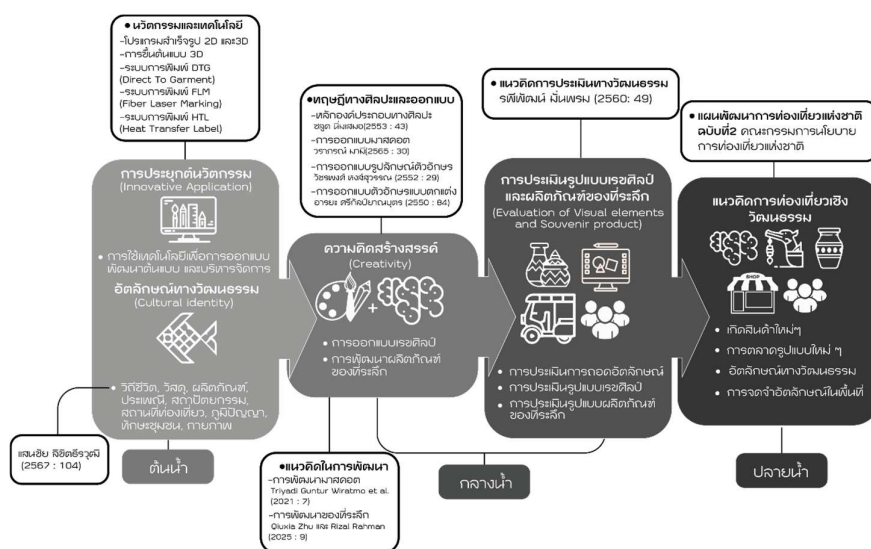
Zhu & Rahman (2025 : 9) กล่าวว่าแนวคิดเกี่ยวกับความสำคัญของมิติทางวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับงานออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในบริบทของการท่องเที่ยว โดยเสนอกรอบแนวทางหลัก 5 ด้านในการออกแบบ ได้แก่ (1) ด้านศิลปะและองค์ประกอบทางศิลปะ ซึ่งเน้นความสมดุล ความงาม และองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ (2) ด้านคุณค่าร่วมสมัย โดยเน้นการปรับให้เหมาะสมกับรสนิยมของผู้บริโภคยุคใหม่ (3) ด้านความแท้จริงของต้นฉบับ เพื่อรักษาอัตลักษณ์ดั้งเดิมของวัฒนธรรม (4) ด้านการแทนค่าทางวัฒนธรรม ที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์และเรื่องราวของชุมชนอย่างชัดเจน และ (5) ด้านการสื่อสารทางวัฒนธรรม ซึ่งครอบคลุมการถ่ายทอดคุณค่าและเรื่องราวของท้องถิ่นไปยังผู้บริโภค ในงานวิจัยนี้ได้นำแนวทางดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรี โดยมุ่งเน้นการคัดเลือกรูปแบบทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ท้องถิ่น มาถ่ายทอดผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อสร้างความดึงดูดใจให้แก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งยังสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดสิงห์บุรี

3. การประเมินรูปแบบเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

รพีพัฒน์ มั่นพรม (2560 : 49) ได้ศึกษาและประเมินรูปแบบของที่ระลึกจังหวัดนครสวรรค์ โดยใช้เกณฑ์ด้านความสวยงาม (Aesthetic) การใช้งาน (Functionality) และอัตลักษณ์ของพื้นที่ (Local Identity) เป็นกรอบแนวคิดหลักในการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการหลอมรวมคุณค่าทางวัฒนธรรมเข้ากับการออกแบบเชิงสร้างสรรค์อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ในงานวิจัยฉบับนี้ได้นำแนวคิดข้างต้นมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องการถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี การออกแบบรูปแบบเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างรูปแบบกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในบริบทพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้กำหนดกรอบแนวคิดในการดำเนินงานวิจัยออกเป็น 3 ระยะสำคัญ ได้แก่ ระยะต้นน้ำ เป็นกระบวนการศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมด้านการออกแบบที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาองค์ประกอบเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ตลอดจนการศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของจังหวัดสิงห์บุรี เพื่อใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการออกแบบ ระยะกลางน้ำ เป็นกระบวนการออกแบบและพัฒนาองค์ประกอบเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยมุ่งเน้นการนำข้อมูลเชิงวิเคราะห์จากระยะต้นน้ำมาประยุกต์ใช้ในเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงดำเนินการประเมินรูปแบบเพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาต่อได้ ระยะปลายน้ำ เป็นการวิเคราะห์ผลลัพธ์และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานวิจัย โดยเน้นความเชื่อมโยงกับแนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการใช้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นเครื่องมือในการสร้างคุณค่าและการรับรู้ของพื้นที่ในมิติสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ดังภาพที่ 1 ที่เชื่อมโยงวัตถุประสงค์ ทฤษฎี และกระบวนการพัฒนาเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยเรื่องการใช้นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาแบบเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสิงห์บุรี มีวิธีการวิจัยแบบผสมผสานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ในการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง งานวิจัยนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณซึ่งมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1.1 ประชากร ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ที่มีอายุงานด้านการออกแบบ 5 ปีขึ้นไป ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ และกลุ่มนักท่องเที่ยว นักออกแบบ และผู้สนใจด้านการออกแบบ ในเขตจังหวัดภาคกลาง ให้ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการใช้การเลือกประชากร แบบเป้าหมาย (Target Population) (นิรัช สุดสังข์, 2548 : 45)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 3 ท่าน และกลุ่มนักท่องเที่ยว นักออกแบบ และผู้สนใจด้านการออกแบบ ในเขตจังหวัดภาคกลาง จำนวน 100 คน โดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (นิรัช สุดสังข์, 2548 : 48) โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยว 50 คน นักออกแบบ 25 คน และผู้สนใจด้านการออกแบบ 25 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

2.1 แบบสัมภาษณ์ ได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) สุภัททา ปินทะแพทย์ (2564 : 2) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมา และสามารถถามคำถามที่ยืดหยุ่นได้นอกจากคำถามที่ได้ตั้งไว้

2.2 แบบสอบถาม ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้านการประเมินรูปแบบเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและการพัฒนารูปแบบเรขศิลป์ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลดังนี้คือ นักท่องเที่ยว นักออกแบบ และผู้สนใจด้านการออกแบบ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถาม โดยสร้างเป็นแบบสอบถามแบบการวัดระดับความสำคัญใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เพื่อวัดระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ (นิรัช สุดสังข์, 2548 : 128) และเป็นแนวทางในการหาระดับประสิทธิภาพต่าง ๆ รายด้านดังนี้ ด้านอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ด้านการออกแบบเรขศิลป์จากอัตลักษณ์สิงห์บุรี ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัด ด้านการตลาดและความสอดคล้องทางวัฒนธรรม จากกลุ่มตัวอย่าง

2.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

2.3.1 ความเที่ยงตรงของเครื่องมือ งานวิจัยนี้ได้ประเมินความเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัยทั้งแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม รวมจำนวน 22 ข้อ โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item Objective Congruence : IOC) ซึ่งได้รับค่าระหว่าง 0.67 – 1.00 ทุกข้อ แสดงว่าเครื่องมือมีความสอดคล้องในระดับเหมาะสม สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ โดยกระบวนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ประกอบด้วย การพัฒนาเครื่องมือออกแบบแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย การตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ประเมินความสอดคล้องของแต่ละข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ +1 สอดคล้อง 0 ไม่แน่ใจ และ -1 ไม่สอดคล้อง การคำนวณค่า IOC วิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม โดยพิจารณาเฉพาะข้อที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป

2.3.2 การตรวจสอบจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เครื่องมือวิจัยผ่านการตรวจสอบจริยธรรมจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยได้รับการรับรองตามหนังสือเลขที่ IRB-COE-010-2024 ยืนยันว่าเครื่องมือดังกล่าวไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่าง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้แบ่งการรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ส่วน ได้แก่ข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณ โดยมีกระบวนการรวบรวมข้อมูลการวิจัย โดยใช้เครื่องมือ และกระบวนการในงานวิจัยดังนี้

3.1 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้ศึกษาการประยุกต์ใช้นวัตกรรมการออกแบบกับอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี การออกแบบเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพดังนี้

3.1.1 การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ โดยเก็บข้อมูลงานวิจัยจากการ สังเกต จดบันทึก ถ่ายภาพ การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน การเก็บข้อมูลการประเมินความพึงพอใจจากแบบสอบถามในเรื่องอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี รูปแบบเรขศิลป์ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และการตลาดที่สอดคล้องกับวัฒนธรรม จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว นักออกแบบ และผู้สนใจด้านการออกแบบ จำนวน 100 คน

3.1.2 การเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ โดยเก็บข้อมูลภาคเอกสารทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ได้แก่ การศึกษานวัตกรรมและอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี การพัฒนารูปแบบเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก รูปแบบการประเมินผลการวิจัยรายด้าน โดยแหล่งที่มาของข้อมูลได้แก่ ห้องสมุด หนังสือเอกสารด้านการออกแบบส่วนตัว การค้นคว้าผ่านออนไลน์

3.2 ข้อมูลเชิงปริมาณ การประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี โดยใช้เครื่องมือจากแบบสอบถามแบบการวัดระดับความสำคัญใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า

(Rating Scale) (นิรัช สุดสังข์, 2548 : 128) ในการประเมินหาระดับความพึงพอใจรายด้าน จากกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็น ผู้สนใจด้านการออกแบบ นักออกแบบและนักท่องเที่ยว จำนวน 100 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ได้ทำการวิเคราะห์ จากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยมีกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี เอกสาร และการลงพื้นที่ ใช้วิธีการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เอกสาร ภาวทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี การพัฒนารูปแบบเทศกาล และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนารูปแบบเทศกาล และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

4.2 การวิเคราะห์จากแบบสัมภาษณ์ นำข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์นำมาบันทึกในลักษณะบรรยาย แล้วนำมาวิเคราะห์ในการหาแนวทางในการพัฒนารูปแบบเทศกาล และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัย แล้วสรุปผลเชิง สังเคราะห์

4.3 การวิเคราะห์จากแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามภาพประกอบภาพจำลอง มาวิเคราะห์แล้วหาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ วิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลโดยใช้ความถี่ (Frequency)

ตอนที่ 2 ข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบเทศกาล และการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่ได้รับการพัฒนาแล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบเทศกาล และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก นำเสนอรูปแบบตาราง และคำบรรยายประกอบ โดยแบ่งเกณฑ์ดังนี้

4.50 - 5.00	หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง มีความเหมาะสมมาก
2.50 - 3.49	หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง
1.50 - 2.59	หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

5. สมมติฐานการวิจัย

งานวิจัยนี้ตั้งสมมติฐานว่า ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการออกแบบองค์ประกอบ เทศกาลและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จะอยู่ในระดับดีหรือสูงกว่าระดับดี ที่กำหนดไว้เป็นเกณฑ์เบื้องต้น (ค่าคะแนน เฉลี่ย ≥ 3.50 จากคะแนนเต็ม 5.00)

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนารูปแบบเทศกาล และ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสิงห์บุรี สามารถนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ตามกระบวนการดังนี้

1. การศึกษานวัตกรรมด้านการออกแบบ และอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

1.1 นวัตกรรมด้านการออกแบบ งานวิจัยนี้ได้ศึกษานวัตกรรมด้านการออกแบบในปัจจุบัน โดย ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ให้เวลาน้อย ต้นทุนไม่สูงหากผลิตจำนวนมากมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัย เช่น โปรแกรมสำเร็จรูปสองมิติ และสามมิติ การพิมพ์สามมิติ การพิมพ์บนแก้วเซรามิก แก้วโลหะ การพิมพ์บนผ้าเพื่อ สร้างลวดลาย

1.2 ด้านอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี จากการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารทางทฤษฎีร่วมกับการศึกษา ภาวสถานในจังหวัดสิงห์บุรี พบว่าจังหวัดสิงห์บุรีเป็นเมืองรองที่ตั้งอยู่บนเส้นทางผ่านไปยังจังหวัดต่าง ๆ ในภาคเหนือ ของประเทศไทย มีจุดเด่นทางวัฒนธรรมด้านอาหาร โดยเฉพาะเมนู “ปลาช่อนเผา” ซึ่งเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย รวมถึงมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมที่สำคัญหลายแห่ง โดยในเขตตัวเมืองมี “อนุสาวรีย์ไกรสรราชสีห์” ซึ่งเป็นรูปปั้นสิงห์สีขาว ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ถือเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงการเดินทางมาถึงจังหวัดสิงห์บุรีของนักท่องเที่ยว จากนั้นได้นำ “อนุสาวรีย์ไกรสรราชสีห์” เป็นแนวทางในการพัฒนา หากกล่าวถึง “ไกรสรราชสีห์” เป็นสัตว์หิมพานต์ที่

สื่อถึงความแข็งแกร่งและทรงพลัง มาใช้เป็นแนวคิดหลักในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการออกแบบองค์ประกอบเรขศิลป์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ตัวอักษร สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสนับสนุนการขาย โดยมุ่งเน้นให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของพื้นที่ และสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมของจังหวัดสิงห์บุรีอย่างมีประสิทธิภาพ

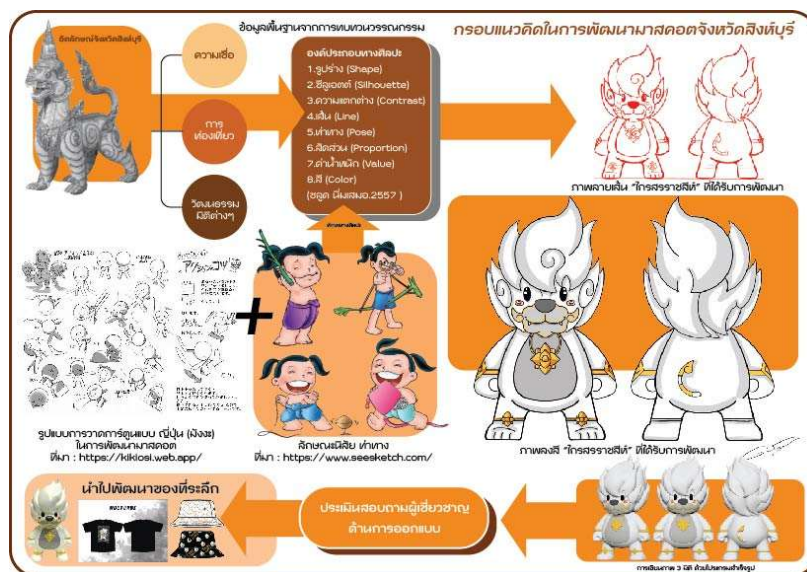
1.3 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก งานวิจัยนี้ได้สำรวจความนิยมการใช้อัตลักษณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดย พัฒนาเป็นโมเดล พิกเจอร์ประเภท Art toy ผลิตภัณฑ์ประเภทแฟชั่น และเครื่องแต่งกาย และของใช้ต่าง ๆ โดยมีแนวคิดในการวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยให้สามารถจำหน่ายได้ในระยะยาว และเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนของจังหวัดสิงห์บุรี นอกจากสินค้าพื้นเมือง

1.4 การวิเคราะห์กราฟิก หรือ เรขศิลป์ งานวิจัยนี้ได้นำรูปร่าง รูปทรง “ไกรสรราชสีห์” นำไปพัฒนาตัวอักษรภาษาไทย เป็นพยัญชนะ สระ และวรรณยุกต์ โดยใช้รูปทรง ไกรสรราชสีห์มาตัดทอน ร่วมกับรูปแบบตัวอักษรภาษาไทย ให้เกิดฟอนต์ตัวอักษร โดยใช้ชื่อ “Kaisorn Ratchasri” ซึ่งบอกถึงการนำสิ่งมาให้เป็นแนวคิดให้กับจังหวัดสิงห์บุรี และใช้เป็นต้นแบบในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ บรรจุภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ

2. การออกแบบและพัฒนาเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้านการออกแบบ

2.1 การออกแบบเรขศิลป์ จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี งานวิจัยนี้ได้พัฒนารูปแบบเรขศิลป์รูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1. **มาสคอต (Mascot)** การพัฒนามาสคอตในงานวิจัยนี้ อ้างอิงแนวคิดจากความเชื่อพื้นถิ่น วัฒนธรรมประจำจังหวัด และบริบทด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรี โดยเลือกใช้ “ไกรสรราชสีห์” ซึ่งเป็นอนุสาวรีย์สำคัญในจังหวัดและเป็นสัญลักษณ์แห่งศรัทธาของชาวท้องถิ่น มาเป็นต้นแบบในการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ มาสคอตดังกล่าวมีลักษณะเป็นสิงห์สีขาว มีลวดลายบนพื้นผิว แสดงถึงความสง่างามและพลังอำนาจ กระบวนการออกแบบมาสคอตอิงตามหลักองค์ประกอบศิลป์ ได้แก่ รูปร่าง (Shape) ซิลูเอตต์ (Silhouette) ความแตกต่าง (Contrast) เส้น (Line) ท่าทาง (Pose) สัดส่วน (Proportion) ค่าน้ำหนัก (Value) และสี (Color) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชลูด นิ่มเสมอ (2553 : 57) ที่เน้นการใช้หลักศิลปะเพื่อสร้างความโดดเด่นทางสายตา นอกจากนี้ได้นำแรงบันดาลใจจากลักษณะมาสคอตในวัฒนธรรมญี่ปุ่นแบบ Yuru-chara ที่เน้นความน่ารัก เรียบง่าย และสื่อสารกับผู้ชมได้ดี ผสมเข้ากับลักษณะการเล่นพื้นบ้านและลักษณะนิสัยของตัวละครที่สื่อถึงความเป็นมิตรและเข้าถึงได้ง่าย เพื่อนำไปสู่การออกแบบมาสคอตที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นในรูปแบบร่วมสมัย ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แนวคิดและรูปแบบการออกแบบมาสคอตจังหวัดสิงห์บุรี
ที่มา: อาณัญ ศรีพิชญ์ตระกูล (2567ก)

2. การออกแบบตัวอักษรไทย (Thai Letters) จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของจังหวัดสิงห์บุรี งานวิจัยนี้ได้ออกแบบและพัฒนาตัวอักษรภาษาไทย เพื่อใช้เป็นองค์ประกอบด้านกราฟิกที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยมุ่งหวังให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสื่อประชาสัมพันธ์ บรรจุภัณฑ์ และสื่อกราฟิกประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับจังหวัด ในการออกแบบตัวอักษร งานวิจัยนี้ได้นำลักษณะทางกายภาพของ “ไกรสรราชสีห์” ซึ่งเป็นมาสคอตและสัญลักษณ์สำคัญของจังหวัด มาต่อยอดในเชิงรูปทรงและเส้นสาย เพื่อนำมาใช้ในการสร้างพยัญชนะ สระ วรรณยุกต์ และตัวเลขไทย โดยอ้างอิงจากองค์ประกอบทางศิลปะ ได้แก่ รูปร่าง (Shape) ความแตกต่าง (Contrast) เส้น (Line) สัดส่วน (Proportion) ค่าน้ำหนัก (Value) และสี (Color) ตามแนวคิดของ ชะลูด นิ่มเสมอ (2553 : 57) รูปแบบตัวอักษรถูกพัฒนาให้มีความหลากหลายตามลักษณะการใช้งาน แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ ตัวตรง ตัวเอน ตัวอิสระ และตัวเงา ตามหลักการออกแบบของ วัชรพงศ์ หงษ์สุวรรณ (2552 : 29) ซึ่งสามารถสื่อสารบุคลิกภาพของตัวอักษรได้ชัดเจน และยังสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบตัวอักษรประเภทตกแต่ง (Decorative Typefaces) ที่มีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างจากรูปแบบมาตรฐาน โดยเน้นการถ่ายทอดบุคลิกภาพเฉพาะของเนื้อหาและบริบท ตามแนวทางของ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2550 : 84) แบบตัวอักษรที่พัฒนาขึ้นนี้ใช้ชื่อว่า “Kaisorn Ratchasri” อันเป็นการผสมผสานแนวคิดด้านท้องถิ่นร่วมกับการออกแบบร่วมสมัย เพื่อสร้างเอกลักษณ์ใหม่ที่สามารถใช้เป็นต้นแบบของงานกราฟิกของจังหวัดสิงห์บุรี ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 รูปแบบตัวอักษรอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีที่ได้รับการพัฒนา
ที่มา: อาณัญ ศรีพิชญ์ตระกูล (2567ข)

3. การออกแบบตราสินค้า สิ่งพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์จัดจำหน่าย จากการออกแบบมาสคอตและรูปแบบตัวอักษร งานวิจัยนี้ได้นำมาออกแบบและพัฒนา ตราสินค้า สิ่งพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์จัดจำหน่าย โดยได้ผลการวิจัยดังนี้

1) การออกแบบตราสินค้า งานวิจัยนี้แบ่งการออกแบบตราสินค้า 2 รูปแบบ ได้แก่ การใช้ตัวอักษรอย่างเดียว และการใช้ภาพและตัวอักษร ซึ่งการใช้ตัวอักษรเพียงอย่างเดียวเป็นการสร้างความจดจำให้กับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี และการใช้ภาพและตัวอักษร เป็นการให้กลุ่มเป้าหมายสามารถจดจำได้ โดยมีตัวอักษรเป็นตัวกำกับ ซึ่งสาเหตุที่ไม่ใช้ภาพเพียงอย่างเดียวเนื่องจากการออกแบบใหม่อาจทำให้กลุ่มเป้าหมายสื่อสารคลาดเคลื่อนได้ โดยสืบน Logo ใช้รหัสสี #FAA21B หรือ C = 0, M = 42, Y = 100, K = 0 ดังภาพที่ 4

2) การออกแบบสิ่งพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์จัดจำหน่าย ในการออกแบบสิ่งพิมพ์ ได้ทำการออกแบบป้ายห้อยสินค้า (Tag) เพื่อให้สร้างความน่าจดจำในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ Art toy พิกเกอร์โมเดลไกรสรราชสีห์ เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์จัดจำหน่าย ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 4 รูปแบบตราสินค้าของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรี
ที่มา: อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล (2567ค)



ภาพที่ 5 รูปแบบป้ายห้อยสินค้าตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ Art toy ของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรี
ที่มา: อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล (2567ง)

2.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ในงานวิจัยนี้ได้เน้นนวัตกรรมด้านการออกแบบมาใช้ในการออกแบบและผลิตสินค้าของที่ระลึกเพื่อเป็นแนวทางสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต่าง ๆ ดังนี้

1. ฟิกเกอร์โมเดลมาสคอต การออกแบบและพัฒนาโมเดลมาสคอตเพื่อสร้างความน่าจดจำให้กับจังหวัดสิงห์บุรี โดยนำตัวมาสคอต มาขึ้นรูปทรงในโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อขึ้นรูปทรงสามมิติ แล้วนำนวัตกรรมการพิมพ์ต้นแบบโมเดลด้วยเครื่องขึ้นรูปสามมิติ และพ่นสีเก็บรายละเอียดชิ้นงาน ดังภาพที่ 6 และภาพที่ 7



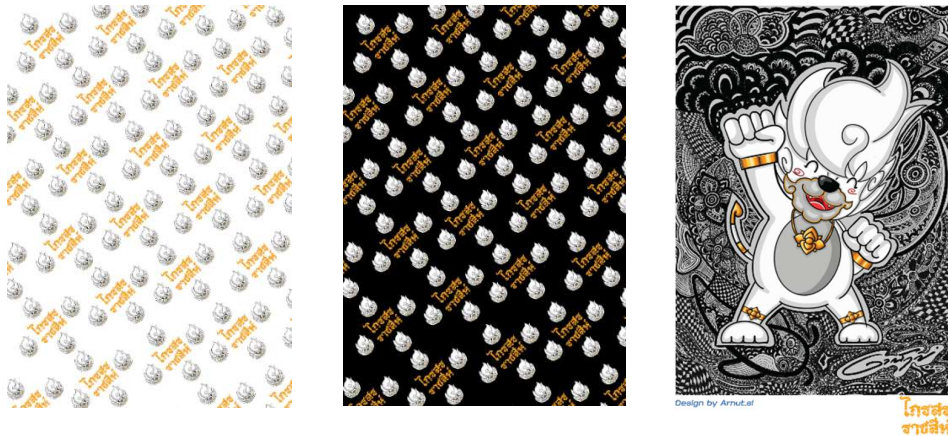
ภาพที่ 6 การขึ้นรูปทรงสามมิติตัวมาสคอตด้วยโปรแกรมสามมิติสำเร็จรูป
ที่มา: อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล (2567จ)



ภาพที่ 7 ต้นแบบฟิกเกอร์โมเดลมาสคอต ไกรสรราชสีห์ ที่ขึ้นรูปด้วยการพิมพ์สามมิติ
ที่มา: อาณัญ ศรีพิชญ์ตระกูล (2567ฉ)

2. ผลลัพธ์ของที่ระลึกประเภทผลิตภัณฑ์แฟชั่น และของใช้ โดยนำรูปแบบตัวอักษรและมาสคอตมาออกแบบลวดลายผ้าและทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภท เสื้อฮาวาย เสื้อยืด และหมวกบักเก็ต และของใช้ประเภทต่าง ๆ โดยประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีระบบการพิมพ์ภาพ DTG (Direct to Garment), DTF (Digital Film Transfer) และระบบเลเซอร์

2.1 การพัฒนาลวดลายบนผลิตภัณฑ์ งานวิจัยนี้ได้ใช้ตราสินค้ามาใช้ในการออกแบบลวดลายผ้าเพื่อให้เกิดภาพจำของกลุ่มเป้าหมาย โดยนำการวางเรียงแบบทำซ้ำ ตามหลักองค์ประกอบทางศิลปะ เพื่อให้เกิดลวดลายบนผืนผ้าโดยใช้โปรแกรมกราฟิกสำเร็จรูป และการสร้างภาพใหม่โดยการใช้ทักษะการวาดภาพบนโปรแกรมสำเร็จรูปในเครื่องแท็บเล็ต ซึ่งทำการวาดภาพตัวไกรสรราชสีห์ผนวกกับภาพพื้นหลังที่เป็นลายเส้น รูปเรขาคณิต และรูปร่างอิสระ ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 การนำเรขศิลป์มาออกแบบลวดลายผ้า
ที่มา: อาณัญ ศรีพิชญ์ตระกูล (2567ช)

2.2 การนำลวดลาย และเรขศิลป์มาวางบนผลิตภัณฑ์ งานวิจัยนี้ได้นำภาพลวดลายที่ได้ทำการออกแบบและพัฒนาวางบนผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เสื้อเชิ้ต เสื้อยืด หมวกปีกขอบ และของใช้ต่าง ๆ ดังภาพที่ 9



ภาพที่ 9 การพัฒนามาผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น
ที่มา: อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล (2567ข)

2.3 ผลวิเคราะห์รูปแบบเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผู้เชี่ยวชาญ ในกระบวนการนี้ได้นำต้นแบบงานวิจัยไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยได้ผลการตอบรับรายด้านดังนี้

2.3.1 ด้านการวิเคราะห์และพัฒนาอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี แนวทาง แนวคิด เพื่อใช้ในการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี มีที่มาที่มีข้อมูลมาสนับสนุนการออกแบบมีความเหมาะสมอยู่ในขั้นดี ทั้งรูปแบบมาสคอต และรูปแบบตัวอักษร แต่มีให้ปรับเส้นบนมาสคอตให้ดูง่าย จากที่ได้ทำการออกแบบไปจากทำให้ดูเรียบง่ายจดจำได้ง่าย

2.3.2 การวิเคราะห์และแนวทางการออกแบบและพัฒนาเรขศิลป์จากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ประเภทตราสัญลักษณ์สินค้า กราฟิกบรรจุภัณฑ์ และอื่น ๆ การออกแบบมาสคอตจังหวัดสิงห์บุรี การออกแบบรูปแบบตัวอักษร ภาพประกอบต่าง ๆ การออกแบบกราฟิก (เรขศิลป์) ตราสัญลักษณ์สินค้าต่าง ๆ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์นำมาใช้กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม และสามารถมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้ มีการใช้เทคโนโลยีด้านการผลิตมาช่วยในการลดต้นทุนการผลิต หากจังหวัดนำไปใช้จริงจะเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

2.3.3 ด้านการดึงอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีมาใช้ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี วิเคราะห์ว่ามีความทันต่อเหตุการณ์ โดยการนำมาสคอตไปพัฒนาเป็น Art toy เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่มีความชอบหุ่นฟิกเกอร์ได้นำไปสะสม มีการใช้เทคโนโลยีด้านการผลิตมาช่วยในการลดต้นทุนการผลิต หากจังหวัดนำไปใช้จริงจะเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

2.3.4 ด้านการวิเคราะห์และต่อยอดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี แนวทางการตลาด แนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความสอดคล้องทางวัฒนธรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี กลุ่มตัวอย่างมองว่ามีความคุ้มค่า แต่หากผลิตภัณฑ์ต้องวางในจุดที่มีนักท่องเที่ยวผ่านเป็นจำนวนมาก มีสถานที่จัดจำหน่าย และมีการทำสื่อประชาสัมพันธ์ การนำเสนอทางการตลาด โดยใช้สื่อและเทคโนโลยีด้านการออกแบบมาช่วยส่งเสริมการขาย และทำตลาดออนไลน์เพื่อกระตุ้นความคุ้นเคยและกระตุ้นการให้มาเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรีของผู้พบเห็น

3. ประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ประเมินจาก นักท่องเที่ยว นักออกแบบ และผู้สนใจด้านการออกแบบ จำนวน 100 คน (N) โดยใช้แบบสอบถามแบบการวัดระดับความสำคัญใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ในการสอบถามระดับความคิดเห็นโดยแบ่ง เป็น 4 ด้าน ได้ผลระดับความพึงพอใจในตารางที่ 1 และการทดสอบสมมติฐานในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจทั้ง 4 ด้าน (N=100)

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี			
1. การถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีเป็นแนวคิดในการพัฒนา	4.85	.33	มากที่สุด
2. ถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีเป็นกราฟิก	4.75	.43	มากที่สุด
3. การถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีเป็นของที่ระลึก	4.72	.48	มากที่สุด
4. การสื่อความหมายไปยังกลุ่มเป้าหมาย	4.75	.43	มากที่สุด
รวม	4.76	.05	มากที่สุด
ด้านการออกแบบเรขศิลป์จังหวัดสิงห์บุรี			
1. การออกแบบเรขศิลป์ประเภทตราสัญลักษณ์สินค้า	4.85	.33	มากที่สุด
2. การออกแบบเรขศิลป์ประเภทมาสคอต	4.75	.43	มากที่สุด
3. ภาพประกอบของสื่อกราฟิก	4.70	.50	มากที่สุด
4. การออกแบบตัวอักษร	4.75	.43	มากที่สุด
5. การออกแบบบรรจุภัณฑ์	4.52	.56	มากที่สุด
รวม	4.71	.12	มากที่สุด
ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก			
ด้านความสวยงาม			
1. รูปทรง สัดส่วน ผลิตภัณฑ์	4.62	.12	มากที่สุด
2. การใช้สีบนผลิตภัณฑ์	4.70	.50	มากที่สุด
3. การเลือกใช้วัสดุ	4.75	.43	มากที่สุด
4. แนวคิดในการออกแบบ	4.52	.56	มากที่สุด
ด้านประโยชน์ใช้สอย			
5. ประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.72	.02	มากที่สุด
6. มีสัดส่วนที่เหมาะสม	4.75	.43	มากที่สุด
7. มีรูปแบบการใช้งานที่เหมาะสม	4.70	.50	มากที่สุด
8. มีความคงทนต่อการใช้งาน	4.75	.43	มากที่สุด
ด้านการดูแลรักษาและซ่อมแซม			
9. ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาง่าย	4.80	.07	มากที่สุด
10. ผลิตภัณฑ์ซ่อมแซมได้ง่าย	4.85	.33	มากที่สุด
รวม	4.71	.09	มากที่สุด
ด้านการตลาดและความสอดคล้องทางวัฒนธรรม			
1. ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับบริบทวัฒนธรรม	4.70	.50	มากที่สุด
2. ตราสินค้า รูปภาพ กราฟิก สอดคล้องกับบริบทวัฒนธรรม	4.75	.43	มากที่สุด
3. มีโอกาสต่อยอดเชิงพาณิชย์	4.70	.50	มากที่สุด
รวม	4.71	.02	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ได้ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 4 ด้าน โดยด้านการถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.76 ด้านการออกแบบเรขศิลป์ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และด้านการตลาดและความสอดคล้องทางวัฒนธรรม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.71 ภาพรวมทั้งหมด 4 ด้าน อยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.72

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานความพึงพอใจรายด้าน

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig. (p)	การทดสอบสมมติฐาน
ด้านการถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี	4.76	.05	252.00	99	.000	มีนัยสำคัญ
ด้านการออกแบบเรขศิลป์	4.71	.12	100.83	99	.000	มีนัยสำคัญ
ด้านการออกแบบของที่ระลึก	4.71	.09	134.44	99	.000	มีนัยสำคัญ
ด้านการตลาดและความสอดคล้องทางวัฒนธรรม	4.71	.02	605.00	99	.000	มีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 2 เป็นการวิเคราะห์สมมติฐาน แบบ One-Sample t-test ซึ่งให้เห็นว่าผลระดับความพึงพอใจสูงกว่าระดับค่ากลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่าผลการประเมินความพึงพอใจสูงกว่าค่าที่กำหนดไว้ซึ่งอยู่ระดับดี

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้สรุปผลการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1.1. ด้านการศึกษานวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ด้านการประยุกต์ใช้นวัตกรรมการออกแบบ ได้นำโปรแกรมสำเร็จรูปสองมิติ และสามมิติ ในการออกแบบรูปแบบเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การใช้เทคโนโลยีการพิมพ์แบบดิจิตอลมาช่วยในการผลิตโดยพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โมเดล Art toy และผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นและประเภทของใช้ ด้านอัตลักษณ์ ได้นำอนุสาวรีย์ไกรสรราชสีห์ มาใช้เป็นแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และรูปแบบเรขศิลป์ประเภทต่าง ๆ เช่น การพัฒนาตัวอักษร สื่อสิ่งพิมพ์ที่สนับสนุนการขาย โดยใช้ความเป็นสัตว์ที่แข็งแรงของ “ไกรสรราชสีห์” ซึ่งเป็นสัตว์หิมพานต์ มาเป็นหัวข้อหลักในการออกแบบและพัฒนา

1.2 ด้านการออกแบบและพัฒนาเรขศิลป์และการออกแบบของที่ระลึกอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี การพัฒนาเรขศิลป์ ได้ทำการพัฒนา มาสคอต ตัวอักษรไทย ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ โดยใช้ตัวไกรสรราชสีห์เป็นแนวคิดในการพัฒนา ในส่วนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก Art toy ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น และสินค้าประเภทของใช้ เช่น แก้วกาแฟ แก้วเก็บความเย็น เข็มกลัดที่ระลึก และแฟลชไดรฟ์

1.3 ด้านการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบเรขศิลป์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ในการหาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยว นักออกแบบ และผู้สนใจด้านการออกแบบ จำนวน 100 คน ซึ่งได้ผลวิจัยภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.72 โดยทุกด้านมีผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบไปด้วย ด้านการถอดอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี มีค่าเฉลี่ย 4.76 ด้านการออกแบบเรขศิลป์ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และด้านการตลาดและความสอดคล้องทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.71 ในส่วนของสมมติฐานการวิจัยผลระดับความพึงพอใจสูงกว่าระดับค่ากลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่าผลการประเมินความพึงพอใจสูงกว่าค่าที่กำหนดไว้ซึ่งอยู่ระดับดี

2. อภิปรายผล

งานวิจัยนี้ได้ดำเนินการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ 3 ด้าน ได้แก่ด้านการประยุกต์ใช้นวัตกรรมด้านการออกแบบ และอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี ด้านการออกแบบเรขศิลป์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และด้านการประเมินผลการรูปแบบเรขศิลป์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ในด้านการประยุกต์ใช้นวัตกรรมการ

ออกแบบ งานวิจัยนี้ได้วิเคราะห์การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปด้านการออกแบบ และเทคโนโลยีการออกแบบมาใช้ในการพัฒนาเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ในส่วนด้านอัตลักษณ์เป็นการนำเสนอที่สำคัญของจังหวัดสิงห์บุรีได้แก่ อนุสาวรีย์ไกรสรราชสีห์ มาเป็นอัตลักษณ์ในการออกแบบเรขศิลป์ และพัฒนาของที่ระลึก ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ แสนชัย ลิขิตธีรารักษ์ (2567 : 104) และ ศรัณพร ขวณกริกกุล และ ปริญ ลักขิตามาต (2562 : 12) ที่กล่าวถึงการนำวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม และกายภาพของจังหวัดมาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ในการพัฒนา ด้านการออกแบบเรขศิลป์ได้นำอัตลักษณ์ของจังหวัดสิงห์บุรีมาออกแบบมาสคอตโดยใช้อนุสาวรีย์ไกรสรราชสีห์ แนวคิดในการพัฒนา โดยการออกแบบมาสคอต ตัวไกรสรราชสีห์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ วราภรณ์ มามี (2565 : 30) ที่กล่าวถึงลักษณะประเภทของมาสคอตซึ่งมาจากมาสคอตที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man Made Form) การนำแนวคิดการออกแบบมาสคอตแบบ Yuru-Chara ของญี่ปุ่น 4 ประการ ในด้านการหาสิ่งสำคัญในพื้นที่ ด้านการตั้งชื่อให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ ด้านการออกแบบมาสคอตให้ดูเป็นมิตร ด้านการนำไปใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ (Wiratmo et al., 2021 : 7) และ ยังสอดคล้องกับหลักการประกอบทางศิลปะ และทัศนธาตุต่าง ๆ ของ ชลูด นิ่มเสมอ (2553 : 57) เพื่อให้ตัวมาสคอตมีรูปร่าง รูปทรงตามแนวคิดที่ได้ตั้งไว้ ด้านการออกแบบตัวอักษร ได้พัฒนารูปแบบตัวอักษรไทย สระ วรรณยุกต์ และตัวเลขไทย โดยใช้แนวคิดมาจากมาสคอตไกรสรราชสีห์ที่ได้พัฒนาไว้ ซึ่งสอดคล้องกับการออกแบบตัวอักษรของ วชิรพงศ์ หงษ์สุวรรณ (2552 : 29) และ อารยะ ศรีภักขยานบุตร (2550 : 84) ที่กล่าวถึงรูปแบบตัวอักษร และการออกแบบตัวอักษรตกแต่งในการนำไปใช้กับออกแบบตราสินค้า ป้ายสินค้า และบรรจุภัณฑ์ โดยนำมาสคอตมาผสมผสานตัวอักษรในการออกแบบกราฟิกต่าง ๆ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก งานวิจัยนี้ได้ออกแบบของที่ระลึก ประเภท Art toy และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทสินค้าแฟชั่นและของใช้ ได้แก่ เสื้อ หมวก แก้วน้ำ แก้วกาแฟ เข็มกลัดเพื่อการท่องเที่ยว และแฟลชไดรฟ์ สอดคล้องกับแนวทางของ Zhu & Rahman (2025 : 9) ในเรื่องคุณค่าร่วมสมัย โดยเน้นการปรับผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับรสนิยมของผู้บริโภคยุคใหม่ ด้านการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรี โดยแนวทางการวางคำถามสอดคล้องกับ รพีพัฒน์ มั่นพรม (2560 : 49) ที่ทำการประเมิน ความงาม การใช้งานและอัตลักษณ์พื้นถิ่น ซึ่งภาพรวมผลการประเมินความพึงพอใจจากการประเมิน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการถอดอัตลักษณ์ ด้านรูปแบบเรขศิลป์ ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และด้านการตลาดและความสอดคล้องกับวัฒนธรรม โดยระดับความพึงพอใจภาพรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ 4.72 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้อยู่ระดับดีหรือสูงกว่า ซึ่งผลความพึงพอใจสูงกว่าระดับค่ากลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และงานวิจัยนี้ได้นำผลการออกแบบดังกล่าวไปจดทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์ ในการออกแบบเรขศิลป์จากอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรี สามารถนำไปพัฒนาเป็น ชุดผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษา เช่นของเล่นเพื่อการศึกษาตัวอักษรไทย พยัญชนะ สระ และวรรณยุกต์ ชุดการศึกษาสัตว์หิมพานต์ประเภท “สิงห์” การนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทอื่น ๆ เช่น สมุดจด ปฏิทิน ชุดเครื่องเขียน ถุงผ้า กระเป๋า เป็นต้น รวมถึงการทำชุดองค์ความรู้ด้านการออกแบบให้กับผู้สนใจในการต่อยอดผลงานวิจัย และเชิงพาณิชย์

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป การนำกระบวนการวิจัยนี้ไปใช้ในพื้นที่อื่น ๆ ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงบริบทของชุมชน เช่นทักษะของคนในชุมชน ต้นทุนในการผลิต ความพร้อมของเทคโนโลยีและนวัตกรรม หากพื้นที่ไม่มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีควรหาทักษะที่เหมาะสม และการเตรียมความพร้อมให้กับชุมชนก่อนนำไปถ่ายทอด เช่นหากไม่มีระบบพิมพ์ผ้าดิจิตอล อาจทดแทนด้วยการพิมพ์ซิลด์สกรีน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ที่จัดสรรทุนวิจัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ประสานงานด้านต่าง ๆ ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญที่สละเวลาในการตรวจสอบเครื่องมือและผลงานออกแบบในงานวิจัยนี้

เอกสารอ้างอิง

- ชลูด นิ่มเสมอ. (2553). *องค์ประกอบทางศิลปะ Composition Art*. สำนักพิมพ์อัมรินทร์.
- ชิดชม กันจุฬา. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา จังหวัดอ่างทอง. *วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน*, 2(2), 64 – 80.
- นิรัช สุดสังข์. (2548). *การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม*. โอ เอส พริ้นติ้ง เฮาส์.
- รพีพัฒน์ มั่นพรม. (2560). การพัฒนาและสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับจังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 8(1), 40 – 51.
- วรภารณ์ มามี. (2565). *การออกแบบสัญลักษณ์นำโชค (มาสคอต) สำหรับส่งเสริมธุรกิจและการท่องเที่ยวของประเทศไทย*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วัชรพงศ์ หงษ์สุวรรณ. (2552). *ออกแบบประดิษฐ์อักษร ไทย-อังกฤษ (พิมพ์ครั้งที่4)*. วาดศิลป์.
- ศรินทร์พร ขวณกริกกุล และ ปริญ ลักษิตามาศ. (2562). การยกระดับท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีโดยชุมชน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 9(2), 9 – 17.
- ศิริวัฒน์ แสนเสริม. (2547). มิติทางวัฒนธรรมกับการออกแบบ. ใน พรเทพ เลิศเทวศิริ (บ.ก.), *การคิดออกแบบและมิติทางวัฒนธรรม* (30 - 44). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภัททา ปินทะแพทย์. (2564). การสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม*, 1(3), 1 – 3.
- แสนชัย ลิขิตธีรฤดี. (2567). การออกแบบเรขศิลป์สำหรับสร้างอัตลักษณ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนภูฏาจิ. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 7(1), A99 – A112.
- อาณัญ ศรีพิชญ์ตระกูล. (2567ก). *แนวคิดและรูปแบบการออกแบบมาสคอตจังหวัดสิงห์บุรี [อินโฟกราฟิก]*. การจัดเก็บส่วนบุคคล.
- อาณัญ ศรีพิชญ์ตระกูล. (2567ข). *รูปแบบตัวอักษรอัตลักษณ์จังหวัดสิงห์บุรีที่ได้รับการพัฒนา [กราฟิก]*. การจัดเก็บส่วนบุคคล.
- อาณัญ ศรีพิชญ์ตระกูล. (2567ค). *รูปแบบตราสินค้าของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรี [กราฟิก]*. การจัดเก็บส่วนบุคคล.
- อาณัญ ศรีพิชญ์ตระกูล. (2567ง). *รูปแบบป้ายห้อยสินค้าตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ Art toy ของที่ระลึกจังหวัดสิงห์บุรี [กราฟิก]*. การจัดเก็บส่วนบุคคล.
- อาณัญ ศรีพิชญ์ตระกูล. (2567จ). *การขึ้นรูปทรงสามมิติตัวมาสคอตด้วยโปรแกรมสามมิติสำเร็จรูป [กราฟิก]*. การจัดเก็บส่วนบุคคล.
- อาณัญ ศรีพิชญ์ตระกูล. (2567ฉ). *ต้นแบบฟิกเกอร์โมเดลมาสคอต ไกรสรราชสีห์ ที่ขึ้นรูปด้วยการพิมพ์สามมิติ [ภาพถ่าย]*. การจัดเก็บส่วนบุคคล.
- อาณัญ ศรีพิชญ์ตระกูล. (2567ช). *การนำเรขศิลป์มาออกแบบลวดลายผ้า [กราฟิก]*. การจัดเก็บส่วนบุคคล.
- อาณัญ ศรีพิชญ์ตระกูล. (2567ซ). *การพัฒนามาผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น [กราฟิก]*. การจัดเก็บส่วนบุคคล.
- อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2550). *การออกแบบสิ่งพิมพ์*. ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Wiratmo, T. G., Grahita, B., Maslan, R., Fadillah, F., & Ratri, D. (2021). A Framework to Design Mascot Character as Supporting Tool for City Branding Based on Yuru-chara Concept. *ANDHARUPA : Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(1), 1 – 12. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.4379>.
- Zhu, Q., & Rahman, R. (2025). Authenticity in Souvenir Design Integrating Cultural Features of Dunhuang's Mural Heritage : A Qualitative Inquiry. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(403), 1 - 11. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-04710-5>.