



การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์
PRODUCT DESIGN FOR UPCYCLING FROM ADVERTISING WASTE MATERIALS TO
BRAND IDENTITY

รัชชานนท์ พัฒนโสภณ

มหาวิทยาลัยบูรพา

2565

การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์



รัชชานนท์ พัฒนโสภณ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

PRODUCT DESIGN FOR UPCYCLING FROM ADVERTISING WASTE MATERIALS TO
BRAND IDENTITY



RATCHANON PATTANASOPON

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE MASTER DEGREE OF FINE AND APPLIED ART
IN VISUAL ARTS AND DESIGN
FACULTY OF FINE AND APPLIED ARTS
BURAPHA UNIVERSITY
2022
COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของ รัชชานนท์ พัฒนโสภณ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ ของมหาวิทยาลัย
บูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัยศ วนิชวัฒนาวุติ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร. เกียรติศักดิ์ เขียวมั่ง)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิสักก์ สินธุภัก)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. คุณิต ขาวเหลือง)

คณะศิลปกรรมศาสตร์อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ ของมหาวิทยาลัย
บูรพา

..... คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. เสกสรรค์ ตันยาภิรมย์)

วันที่ เดือน พ.ศ.

60920061: สาขาวิชา: ทักษะศิลป์และการออกแบบ; ศป.ม. (ทักษะศิลป์และการออกแบบ)
 คำสำคัญ: ป้ายโฆษณาไว้นิลเหลือใช้, เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์, อัตลักษณ์สถานที่
 รัชชานนท์ พัฒน โสภณ : การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้
 ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์. (PRODUCT DESIGN FOR UPCYCLING FROM
 ADVERTISING WASTE MATERIALS TO BRAND IDENTITY) คณะกรรมการควบคุม
 วิทยานิพนธ์: ชัยยศ วณิชวัฒนาวุฒิ, ประ.ด., เกษียณศักดิ์ เขียวมั่ง, ศป.ด. ปี พ.ศ. 2565.

โครงการวิจัยฉบับนี้นำเสนอผลการวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากป้าย
 โฆษณาไว้นิลที่ใช้แล้ว นำมาสร้างอัตลักษณ์ จากสถานที่ตำบลแสนสุขจังหวัดชลบุรี จัดทำขึ้นเพื่อ
 วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาและทำการทดลองคุณสมบัติกรรมวิธีในการออกแบบวัสดุป้ายโฆษณาไว
 นิลที่ใช้แล้วเพื่อให้ได้แนวทางที่นำไปใช้เป็นข้อกำหนดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ 2) เพื่อศึกษา
 วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการสำหรับนำป้ายโฆษณาไว้นิลที่ใช้แล้วมาออกแบบและพัฒนา
 ผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการนำไปใช้ 3) เพื่อสร้างอัตลักษณ์จากผลิตภัณฑ์
 กระเป๋าต้นแบบให้กับตำบลแสนสุข ผู้ผลิตภัณฑ์ชุดกระเป๋าโดยแบ่งวิธีการดำเนินงานวิจัย
 ประกอบด้วย 6 ส่วน คือ ส่วนการกำหนดขอบเขตของปัญหา ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลหลักการ
 เพิ่มมูลค่าวัสดุและสถานที่ ส่วนการสร้างแบบสอบถาม ส่วนการออกแบบร่าง ส่วนการทดลองวัสดุ
 และผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ส่วนการประเมินแบบส่วนรายงานผล

ผลที่ได้จากการศึกษาได้ 1) วิเคราะห์ประเภทวัสดุป้ายโฆษณาไว้นิลที่ใช้แล้วและวัสดุ
 ที่คัดเลือกจากสถานที่ชายหาดบางแสน คือ วัสดุจากเตียงผ้าใบ วัสดุจากห่วงยางและวัสดุจากร่ม
 ชายหาด 2)รูปแบบผลิตภัณฑ์ได้ทั้งหมด 3 รูปแบบ คือ รูปแบบกระเป๋าสะพายข้าง กระเป๋าคาด
 หน้าอก และกระเป๋าสะพายหลัง ที่ได้ผ่านการวิเคราะห์จากอัตลักษณ์ของสถานที่ชายหาดบางแสน
 จังหวัดชลบุรี

60920061: MAJOR: VISUAL ARTS AND DESIGN; M.F.A. (VISUAL ARTS AND DESIGN)

KEYWORDS: BILLBOARD GARBAGE, PRODUCT UPCYCLING, LOCATION IDENTITY

RATCHANON PATTANASOPON : PRODUCT DESIGN FOR UPCYCLING FROM ADVERTISING WASTE MATERIALS TO BRAND IDENTITY. ADVISORY COMMITTEE: CHAIYODE VANICHWATTANANUWAT, Ph.D., KRIANGSAK KHIAOMANG, D.D.A. 2022.

This research paper is to presents the results of product design research to add value from used vinyl billboards. to create identity from the location of Saen Suk Subdistrict, Chonburi Province Prepared for objectives 1) to study and experiment the properties of used vinyl billboard material design process to obtain guidelines that can be used as product design requirements; 2) to study and analyze data on demand for signage Used vinyl advertising to design and develop products to be appropriate and consistent with the use 3) To create identity from prototype bags for Saensuk Sub-district to bag products by dividing research methods consisting of 6 parts: the scope of the problem; The main data collection section, adding value of materials and locations. questionnaire creation section draft design part The experimental part of materials and prototype products Assessment and Reporting Section.

The results of the study were as follows: 1) Analysis of used vinyl billboard material types and materials selected from Bangsaen beach locations, namely canvas bed material. Rubber ring material and beach umbrella material. 2) There are 3 product styles, namely, shoulder bag style. chest bag and backpack that has been analyzed from the identity of the Bangsaen beach Chonburi.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยศ
วนิชวัฒนาวุฒิ และ รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่ได้
กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยดีเสมอมา ทำให้
วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมถึงคณาจารย์คณะศิลปกรรมศาสตร์ทุกท่านที่ได้
ถ่ายทอดวิชาความรู้ในสาขาต่าง ๆ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตรฯ ทุกท่าน และเพื่อน ๆ ที่
ได้ให้ความช่วยเหลือแนะนำและอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยจึงขอ
กราบขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

คุณค่าและประโยชน์จากการวิจัยครั้งนี้ขอมอบแด่บิดา มารดาซึ่งเป็นที่รักและเคารพ
ตลอดจนครูอาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ให้กำลังใจและให้การสนับสนุน จนกระทั่งวิทยานิพนธ์
ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

รัชชานนท์ พัฒนโสภณ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	6
สมมติฐานของการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
กรอบแนวความคิดงานวิจัย.....	10
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
1. ข้อมูลเกี่ยวกับป้ายโฆษณาไว้นิล.....	12
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการนำขยะทั่วไปกลับมาสร้างมูลค่า (Upcycling).....	31
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	37
3. ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์	43
4. ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า.....	48
5. ข้อมูลตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี	63

6. แนวคิดทฤษฎีอัตลักษณ์ (Identity).....	87
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	89
ชั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ	89
ชั้นตอนที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	93
ชั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์	96
ชั้นตอนที่ 4 ประเมินความพึงพอใจ และสรุปผลการวิจัย.....	97
ชั้นตอนที่ 5 สรุปการดำเนินงาน.....	98
ชั้นตอนดำเนินงานวิจัยหัวข้อ.....	99
บทที่ 4 ผลการดำเนินการวิจัย	100
1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแผ่นป้ายโฆษณาที่ใช้แล้ว	100
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นที่ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี	101
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล.....	199
ตอนที่ 1 สรุปผลการวิจัย.....	199
ตอนที่ 2 อภิปรายผลการวิจัย.....	201
ตอนที่ 3 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการวิจัย	202
บรรณานุกรม	204
ภาคผนวก	207
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัย	208
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์	228
ภาคผนวก ค เอกสารจริยธรรมการวิจัยมนุษย์.....	233
ภาคผนวก ง ภาคแสดงข้อมูลภาคสนาม	235
ภาคผนวก จ ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวทางที่ได้จากการศึกษา.....	238
ภาคผนวก ฉ ผลงานเขียนแบบการผลิต	240
ประวัติย่อของผู้วิจัย	242



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2-1 สถิติการท่องเที่ยวบางแสน	69
ตารางที่ 2-2 เอกลักษณะทางธรรมชาติทางกายภาพ.....	78
ตารางที่ 2-3 เอกลักษณะที่มนุษย์สร้างขึ้นทางกายภาพ	79
ตารางที่ 4-1 สรุปแบบสอบถามเพื่อการวิจัยในเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุ เหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์.....	102
ตารางที่ 4-2 สรุปแบบสอบถามเพื่อการวิจัยในเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุ เหลือใช้.....	103
ตารางที่ 4-3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้กระเป๋าในพื้นที่บางแสน จังหวัดชลบุรี	106
ตารางที่ 4-4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้กระเป๋าทั่วไป.....	107
ตารางที่ 4-5 ผลการวิเคราะห์แนวทางอัตลักษณ์ชายหาดบางแสนสู่แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ กระเป๋า	116
ตารางที่ 4-6 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน	117
ตารางที่ 4-7 แสดงผลการทดลองสะพานผลิตภัณฑ์กระเป๋าด้านแบบ รูปแบบ A1.....	173
ตารางที่ 4-8 แสดงผลการทดลองสะพานผลิตภัณฑ์กระเป๋าด้านแบบ รูปแบบ A2.....	175
ตารางที่ 4-9 แสดงผลการทดลองสะพานผลิตภัณฑ์กระเป๋าด้านแบบ รูปแบบ A3.....	176
ตารางที่ 4-10 แสดงตำแหน่งช่องใส่สิ่งของกระเป๋าด้านแบบ A1	178
ตารางที่ 4-11 แสดงผลการทดลองใส่สิ่งของผลิตภัณฑ์กระเป๋าด้านแบบ รูปแบบ A1	178
ตารางที่ 4-12 แสดงตำแหน่งช่องใส่สิ่งของกระเป๋าด้านแบบ A2.....	180
ตารางที่ 4-13 แสดงผลการทดลองใส่สิ่งของผลิตภัณฑ์กระเป๋าด้านแบบ รูปแบบ A2	181
ตารางที่ 4-14 แสดงตำแหน่งช่องใส่สิ่งของกระเป๋าด้านแบบ A3	183
ตารางที่ 4-15 แสดงผลการทดลองใส่สิ่งของผลิตภัณฑ์กระเป๋าด้านแบบ รูปแบบ A3	184
ตารางที่ 4-16 แสดงผลการทดลองใช้วัสดุที่นำมาผลิตชิ้นงาน	187
ตารางที่ 4-17 จำนวนร้อยละและสถานภาพทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย	194
ตารางที่ 4-18 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าเพื่อการท่องเที่ยวของ กลุ่มเป้าหมาย (รูปแบบ A1).....	195

ตารางที่ 4-19 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าเพื่อการท่องเที่ยวของ
 กลุ่มเป้าหมาย (รูปแบบ A2).....196

ตารางที่ 4-20 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าเพื่อการท่องเที่ยวของ
 กลุ่มเป้าหมาย (รูปแบบ A3).....197



สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1-1 รายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชนของประเทศไทย ปี 2559 กรมควบคุมมลพิษ	3
ภาพที่ 1-2 รายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชนของประเทศไทย ปี 2559 กรมควบคุมมลพิษ	4
ภาพที่ 1-3 กรอบแนวความคิดงานวิจัย	10
ภาพที่ 2-1 ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่บนตึกหรือข้างทางด่วน (http://www.96advertising.co.th/)	14
ภาพที่ 2-2 ป้ายคัทเอาท์ (Cutout Signage) (https://surin108.net/)	15
ภาพที่ 2-3 ป้ายกองโจร (Street Cutout) (http://www.at-ads.com/)	16
ภาพที่ 2-4 ป้ายแบนเนอร์ (Banner Signage) (http://www.at-ads.com/)	17
ภาพที่ 2-5 pvc กับ upvc	18
ภาพที่ 2-6 ไวนิลหลังขาว (http://inkjetthai.com/?page_id=1015 , http://www.at-ads.com/)	18
ภาพที่ 2-7 ไวนิลหลังเทา (https://www.inkjet45.com/promotions/)	19
ภาพที่ 2-8 ไวนิลหลังดำ	19
ภาพที่ 2-9 คุณลักษณะของวัสดุไวนิล (รัชชานนท์ พัฒน โสภณ, 2562)	20
ภาพที่ 2-10 คุณลักษณะของวัสดุไวนิล (https://www.octopus.co.th/)	21
ภาพที่ 2-11 ความถี่เส้นผ้าไวนิล 19x8 เส้นต่อนิ้ว (รัชชานนท์ พัฒน โสภณ, 2562)	22
ภาพที่ 2-12 ตารางราคาผลิตป้ายหาเสียงในปี 2019 (www.reviewcee9.com)	23
ภาพที่ 2-13 ขนาดป้ายไวนิลที่ติดเฟรมไม้มาตรฐาน	23
ภาพที่ 2-14 ไวนิลทึบแสงหลังขาว ขนาด 120x220 เมตรต่อผืน (รัชชานนท์ พัฒน โสภณ, 2562)	24
ภาพที่ 2-15 ไวนิลทึบแสงหลังดำ ขนาด 120x220 เมตรต่อผืน (รัชชานนท์ พัฒน โสภณ, 2562)	25
ภาพที่ 2-16 ศูนย์เทคนิค เทศบาลเมืองแสนสุข จังหวัดจังหวัดชลบุรี (รัชชานนท์ พัฒน โสภณ, 2562)	25
ภาพที่ 2-17 โทนสีหลัก	26
ภาพที่ 2-18 โทนสีในงานโฆษณา (https://www.ivorytower.co.th/)	27
ภาพที่ 2-19 ขนาดป้ายไวนิลที่ติดเฟรมไม้มาตรฐาน	28
ภาพที่ 2-20 ตัวอย่างป้ายโฆษณารูปทรงสี่เหลี่ยมต่าง ๆ (รัชชานนท์ พัฒน โสภณ, 2562)	28
ภาพที่ 2-21 ตัวอย่างป้ายโฆษณาหาเสียงที่มีรูปทรงอินทรี (รัชชานนท์ พัฒน โสภณ, 2562)	29
ภาพที่ 2-22 ตัวอย่างตัวอักษรบนป้ายโฆษณา (รัชชานนท์ พัฒน โสภณ, 2562)	30
ภาพที่ 2-23 ตัวอย่างตัวอักษรบนป้ายโฆษณา (รัชชานนท์ พัฒน โสภณ, 2562)	30

ภาพที่ 2-24 รูปทรงสัญลักษณ์พื้นฐานบนป้ายโฆษณา	31
ภาพที่ 2-25 อัตราการรีไซเคิลขยะภาคครัวเรือน	32
ภาพที่ 2-26 การประเมินผลวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (http://greenstylethailand.com/?p=3998) ..33	33
ภาพที่ 2-27 กระบวนการออกแบบจากเศษวัสดุ	36
ภาพที่ 2-28 Biological cycle (ระบบกลไกเชิงชีวภาพ).....	37
ภาพที่ 2-29 Technical cycle (ระบบกลไกเชิงเทคนิค) (แหล่งกำเนิดสู่แหล่งกำเนิด Cradle to Cradle)	37
ภาพที่ 2-30 คอลเล็กชัน #1 Remade Readymade	39
ภาพที่ 2-31 คอลเล็กชัน #2 Remade to Order.....	39
ภาพที่ 2-32 คอลเล็กชัน #3 Shannon South.....	39
ภาพที่ 2-33 วัสดุที่นำมาใช้ในกระเป๋า.....	40
ภาพที่ 2-34 FREITAG F303 HAZZARD	41
ภาพที่ 2-35 FREITAG F17 JOE.....	41
ภาพที่ 2-36 FREITAG F41 HAWAII FIVE-O	42
ภาพที่ 2-37 FREITAG F301 MOSS	42
ภาพที่ 2-38 FREITAG F512 VOYAGER.....	43
ภาพที่ 2-39 แสดงภาพกระเป๋าแบบต่าง ๆ.....	49
ภาพที่ 2-40 แสดงภาพกระเป๋าไม่คงรูปแบบต่าง ๆ	50
ภาพที่ 2-41 แสดงภาพกระเป๋าถึงคงรูปแบบต่าง ๆ	51
ภาพที่ 2-42 แสดงภาพใยสังเคราะห์(โพลีเอสเตอร์).....	52
ภาพที่ 2-43 แสดงภาพฟองน้ำยาง.....	52
ภาพที่ 2-44 แสดงฟองน้ำวิทยาศาสตร์.....	53
ภาพที่ 2-45 แสดงภาพสายกระเป๋าผ้า	53
ภาพที่ 2-46 แสดงภาพสายกระเป๋าหนัง	54
ภาพที่ 2-47 แสดงลักษณะของกระดุมเบ็ก.....	55
ภาพที่ 2-48 แสดงลักษณะของกระดุมแม่เหล็ก (Magnet).....	56
ภาพที่ 2-49 แสดงลักษณะของการใช้zipแบบต่าง ๆ	56
ภาพที่ 2-50 แสดงลักษณะของตัวปิด-เปิดกระเป๋าแบบกด.....	57
ภาพที่ 2-51 แสดงลักษณะของเวลโครเทป	57
ภาพที่ 2-52 แสดงลักษณะของยางยืด	58

ภาพที่ 2-53 แสดงอุปกรณ์ยึดชิ้นส่วน	59
ภาพที่ 2-54 แสดงต่อล้อก้ามปู.....	59
ภาพที่ 2-55 แสดงอุปกรณ์อุปกรณ์ปรับขนาดสายสะพาย.....	59
ภาพที่ 2-56 แสดงจุดสัมผัสส่วนด้านหน้าและด้านหลังของร่างกาย	62
ภาพที่ 2-57 ตราประจำจังหวัดชลบุรี (สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดชลบุรี, 2558)	63
ภาพที่ 2-58 ดอกประดู่.....	64
ภาพที่ 2-59 ภาพแสดงพื้นที่ตำบลแสนสุข.....	73
ภาพที่ 2-60 ภาพบรรยากาศชายหาดบางแสน (https://th.tripadvisor.com/).....	73
ภาพที่ 2-61 วงเวียนบางแสน จังหวัดชลบุรี	74
ภาพที่ 2-62 แสดงตำแหน่งบางแสนเหนือและใต้ (google map).....	75
ภาพที่ 2-63 บรรยากาศชายหาดบางแสนเหนือ (หาดวอนนภา) ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี	82
ภาพที่ 2-64 บรรยากาศชายหาดบางแสนเหนือ (หาดวอนนภา) ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี.....	83
ภาพที่ 2-65 บรรยากาศชายหาดบางแสนบางแสนตอนกลาง (หาดบางแสน) ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี (รัชชานนท์ พัฒนโสภณ, 2564)	84
ภาพที่ 2-66 บรรยากาศชายหาดบางแสนบางแสนตอนกลาง (หาดบางแสน) ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี (รัชชานนท์ พัฒนโสภณ, 2564)	85
ภาพที่ 2-67 บรรยากาศชายหาดบางแสนบางแสนตอนใต้ (แหลมแท่น) ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี (รัชชานนท์ พัฒนโสภณ, 2564).....	86
ภาพที่ 2-68 แสดงถึงวงจรแห่งวัฒนธรรม (Hall, 1997)	88
ภาพที่ 2-69 กระบวนการการสร้างแบรนด์ (เสรี วงษ์มณฑา และชัชชนะ เดชคณา, 2550).....	89
ภาพที่ 3-1 แสดงช่วงเวลาการเข้าใช้หาดบางแสนวันจันทร์-ศุกร์ (ที่มา : facebook,หาดบางแสน) ..	92
ภาพที่ 3-2 แสดงช่วงเวลาการเข้าใช้หาดบางแสนวันเสาร์-อาทิตย์ (ที่มา : facebook,หาดบางแสน)	92
ภาพที่ 3-3 เครื่องมือการถอดอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี	93
ภาพที่ 3-4 การสรุปขั้นตอนการวิจัย	99
ภาพที่ 4-1 แผนภูมิแสดงผลการสำรวจความคิดเห็น ส่วนที่ 2 (1).....	108
ภาพที่ 4-2 แผนภูมิแสดงผลการสำรวจความคิดเห็น ส่วนที่ 2 (2).....	109
ภาพที่ 4-3 แผนภูมิแสดงผลการสำรวจความคิดเห็น ส่วนที่ 2 (3).....	110
ภาพที่ 4-4 แผนภูมิแสดงผลการสำรวจความคิดเห็น ส่วนที่ 2 (4).....	111
ภาพที่ 4-5 แผนภูมิแสดงผลการสำรวจความคิดเห็น ส่วนที่ 3	112
ภาพที่ 4-6 แผนภูมิแสดงผลการสำรวจความคิดเห็น ส่วนที่ 4 (1).....	113

ภาพที่ 4-7 แผนภูมิแสดงผลการสำรวจความคิดเห็น ส่วนที่ 4 (2).....	114
ภาพที่ 4-8 แสดงผลการถอดอัตรลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี	115
ภาพที่ 4-9 การวิเคราะห์ห้วงวัสดุร่วมเพื่อใช้ออกแบบรูปทรง โทนสี ลวดลาย.....	119
ภาพที่ 4-10 แบบร่างครั้งที่ 1 กำหนดรูปแบบกระเป๋ารูปแบบ A1	121
ภาพที่ 4-11 แบบร่างครั้งที่ 1 แสดงการกำหนดรูปแบบกระเป๋ารูปแบบ A2	121
ภาพที่ 4-12 แบบร่างครั้งที่ 1 แสดงการกำหนดรูปแบบกระเป๋ารูปแบบ A3	122
ภาพที่ 4-13 แบบร่างครั้งที่ 2 ผลิตภัณฑ์กระเป๋ายี่ห้อโฆฆณาไวนิลเหลือใช้ร่วมกับวัสดุผ้าไนลอน จากเก้าอี้ชายหาดบางแสน	123
ภาพที่ 4-14 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋ายี่ห้อโฆฆณาไวนิลเหลือใช้ร่วมกับวัสดุจากห้วงยาง ชายหาดบางแสน	124
ภาพที่ 4-15 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋ายี่ห้อโฆฆณาไวนิลเหลือใช้ร่วมกับวัสดุฝ้ายรุ่มจากร่มชายหาด ชายหาดบางแสน	125
ภาพที่ 4-16 กำหนดรูปแบบวัสดุเพื่อทำการผลิต รูปแบบ A1	126
ภาพที่ 4-17 กำหนดสัดส่วนชิ้นงานวัสดุ 2 ประเภท รูปแบบ A1	127
ภาพที่ 4-18 รายละเอียดสัดส่วนชิ้นงาน (รูปแบบ A1).....	128
ภาพที่ 4-19 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนป้ายโฆฆณาไวนิลที่ใช้แล้วส่วนโครงสร้าง (1)	128
ภาพที่ 4-20 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนป้ายโฆฆณาไวนิลที่ใช้แล้วส่วนโครงสร้าง (2)	129
ภาพที่ 4-21 ตัดวัสดุป้ายไวนิลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนโครงสร้าง (1)	129
ภาพที่ 4-22 ตัดวัสดุป้ายไวนิลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนโครงสร้าง (2)	130
ภาพที่ 4-23 ตัดวัสดุป้ายไวนิลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนโครงสร้าง (3)	130
ภาพที่ 4-24 ตัดวัสดุป้ายไวนิลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนเสริมฐาน	130
ภาพที่ 4-25 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนผ้าไนลอนส่วนช่องใส่ของด้านหน้า	131
ภาพที่ 4-26 ตัดวัสดุผ้าไนลอนตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนช่องใส่ของด้านหน้า.....	131
ภาพที่ 4-27 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนผ้าไนลอนส่วนสายสะพาย.....	131
ภาพที่ 4-28 ตัดวัสดุผ้าไนลอนตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนสายสะพาย	132
ภาพที่ 4-29 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนผ้าไนลอนส่วนสายคาดด้านข้าง.....	132
ภาพที่ 4-30 ตัดวัสดุผ้าไนลอนตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนสายคาดด้านข้าง.....	132
ภาพที่ 4-31 เสร็จการเตรียมวัสดุทั้งสองประเภทก่อนขึ้นชิ้นงาน (1)	133
ภาพที่ 4-32 เสร็จการเตรียมวัสดุทั้งสองประเภทก่อนขึ้นชิ้นงาน (2)	133
ภาพที่ 4-33 เสร็จการเตรียมวัสดุทั้งสองประเภทก่อนขึ้นชิ้นงาน (3)	134

ภาพที่ 4-34 เย็บผ้าไนลอนเข้ากับผ้าไวนิล	134
ภาพที่ 4-35 เย็บซิปเข้ากับผ้าไนลอน (ช่องใส่ของด้านหน้า).....	135
ภาพที่ 4-36 เย็บผ้าไวนิลส่วนด้านบนสำหรับติดตั้งสายสะพายด้านหน้า.....	136
ภาพที่ 4-37 เย็บสายรัดด้านข้าง.....	136
ภาพที่ 4-38 ตัดเย็บกระเป๋าในด้านใน ส่วนซิปในด้านข้าง.....	137
ภาพที่ 4-39 เย็บโครงสร้างส่วนกันและด้านหลัง	137
ภาพที่ 4-40 เย็บสายสะพายด้านหลัง.....	138
ภาพที่ 4-41 ติดตั้งหูโลหะสำหรับแขวนในส่วนสายสะพายด้านข้าง	138
ภาพที่ 4-42 เย็บซิปในและช่องใส่ของด้านใน โครงสร้างกระเป๋า (1).....	138
ภาพที่ 4-43 เย็บซิปในและช่องใส่ของด้านใน โครงสร้างกระเป๋า (2).....	139
ภาพที่ 4-44 เย็บด้านข้างเข้ากับโครงสร้าง.....	139
ภาพที่ 4-45 ติดตั้งหมุดตรงช่องใส่ของด้านบน.....	140
ภาพที่ 4-46 เย็บสายรัดสายสะพาย.....	140
ภาพที่ 4-47 เสร็จการประกอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A1 (1).....	141
ภาพที่ 4-48 เสร็จการประกอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A1 (2).....	142
ภาพที่ 4-49 รายละเอียดด้านหน้าผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A1	143
ภาพที่ 4-50 รายละเอียดด้านข้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A1.....	144
ภาพที่ 4-51 รายละเอียดสายสะพายผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A1.....	145
ภาพที่ 4-52 รายละเอียดสายช่องใส่ของด้านในผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A1	145
ภาพที่ 4-53 กำหนดรูปแบบวัสดุเพื่อทำการผลิต รูปแบบ A2	146
ภาพที่ 4-54 กำหนดสัดส่วนชิ้นงานวัสดุ 2 ประเภท (รูปแบบ A2)	147
ภาพที่ 4-55 รายละเอียดสัดส่วนชิ้นงาน รูปแบบ A2	147
ภาพที่ 4-56 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้วส่วนโครงสร้าง (1)	148
ภาพที่ 4-57 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้วส่วนโครงสร้าง (2)	148
ภาพที่ 4-58 ตัดวัสดุป้ายไวนิลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนโครงสร้าง (1).....	149
ภาพที่ 4-59 ตัดวัสดุป้ายไวนิลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนโครงสร้าง (2).....	149
ภาพที่ 4-60 ตัดวัสดุป้ายไวนิลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนโครงสร้าง (3).....	149
ภาพที่ 4-61 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนบางส่วนเสริมโครงสร้าง	150
ภาพที่ 4-62 ตัดวัสดุตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนเสริมโครงสร้าง (1).....	150
ภาพที่ 4-63 ตัดวัสดุตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนเสริมโครงสร้าง (2).....	150

ภาพที่ 4-64 เสร็จการเตรียมวัสดุทั้งสองประเภทก่อนขึ้นชิ้นงาน	151
ภาพที่ 4-65 เย็บช่องใส่ของด้านนอก	151
ภาพที่ 4-66 เย็บซิปสำหรับช่องใส่ของด้านใน	152
ภาพที่ 4-67 เย็บซิปสำหรับช่องใส่ของด้านใน	152
ภาพที่ 4-68 เย็บขอบด้านข้าง (กึ่งขอบ)	153
ภาพที่ 4-69 ผูกสายสะพาย	153
ภาพที่ 4-70 เสร็จการประกอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A2 (1)	154
ภาพที่ 4-71 เสร็จการประกอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A2 (2)	155
ภาพที่ 4-72 รายละเอียดด้านหน้าผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A2	155
ภาพที่ 4-73 รายละเอียดช่องใส่ของด้านหน้าและหลัง ผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A2	155
ภาพที่ 4-74 รายละเอียดสายสะพายผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A2	156
ภาพที่ 4-75 กำหนดรูปแบบวัสดุเพื่อทำการผลิต รูปแบบ A3	157
ภาพที่ 4-76 กำหนดสัดส่วนชิ้นงานวัสดุ 2 ประเภท (รูปแบบ A3)	157
ภาพที่ 4-77 รายละเอียดสัดส่วนชิ้นงาน A3	158
ภาพที่ 4-78 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วส่วนโครงสร้าง	159
ภาพที่ 4-79 ตัดวัสดุป้ายไวเนลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนโครงสร้าง (1)	160
ภาพที่ 4-80 ตัดวัสดุป้ายไวเนลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนโครงสร้าง (2)	160
ภาพที่ 4-81 ตัดวัสดุป้ายไวเนลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนโครงสร้าง (3)	161
ภาพที่ 4-82 ตัดวัสดุฟ้าย้อมตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนด้านหน้า	161
ภาพที่ 4-83 วัดสัดส่วนฟ้าย้อมตามสัดส่วนจากแบบร่างส่วนช่องใส่ของเล็ก	162
ภาพที่ 4-84 ตัดวัสดุฟ้าย้อมตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนช่องใส่ของเล็ก	162
ภาพที่ 4-85 วัดสัดส่วนฟ้าย้อมตามสัดส่วนจากแบบร่างส่วนช่องใส่ของใหญ่	162
ภาพที่ 4-86 ตัดวัสดุฟ้าย้อมตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนช่องใส่ของใหญ่	163
ภาพที่ 4-87 วัดสัดส่วนผ้าซิปด้านในวัสดุฟ้าย้อม	163
ภาพที่ 4-88 เย็บซิปด้านใน	163
ภาพที่ 4-89 ตัดวัสดุผ้าไวเนลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนช่องเสียบของด้านหน้า	164
ภาพที่ 4-90 เสร็จการเตรียมวัสดุทั้งสองประเภทก่อนขึ้นชิ้นงาน	164
ภาพที่ 4-91 เย็บช่องใส่ของด้านหน้า	165
ภาพที่ 4-92 เย็บซิปช่องใส่ของด้านหน้า	165
ภาพที่ 4-93 ช่องใส่ของด้านหน้า 2 ชั้น	166

ภาพที่ 4-94 เย็บผ้าร่วมในส่วนช่องใส่ของด้านบน	166
ภาพที่ 4-95 เย็บผ้าร่วมในส่วนด้านหน้ากระเป๋า	167
ภาพที่ 4-96 เย็บกระเป๋าด้านหน้าเข้ากับโครงสร้างกระเป๋า (ช่องใส่ของเล็ก).....	167
ภาพที่ 4-97 เย็บช่องเสียบของด้านหน้าเข้ากับโครงสร้างกระเป๋า (ช่องเสียบของ).....	168
ภาพที่ 4-98 เย็บซิปในเข้ากับโครงสร้างด้านในกระเป๋า (วัสดุผ้าร่วม)	168
ภาพที่ 4-99 เย็บด้านข้างของโครงสร้างกระเป๋า (ประกอบโครงสร้างกระเป๋า).....	168
ภาพที่ 4-100 เย็บมุมด้านล่างของโครงสร้างกระเป๋า (วัสดุหนัง) (1).....	169
ภาพที่ 4-101 เย็บมุมด้านล่างของโครงสร้างกระเป๋า (วัสดุหนัง) (2).....	169
ภาพที่ 4-102 ใส่เชือกสำหรับสะพายและเชือกหูซิปช่องใส่ของด้านหน้า.....	169
ภาพที่ 4-103 เสร็จการประกอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A3 (1).....	170
ภาพที่ 4-104 เสร็จการประกอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A3 (2).....	170
ภาพที่ 4-105 รายละเอียดช่องใส่ของด้านหน้า.....	171
ภาพที่ 4-106 รายละเอียดช่องเสียบของด้านหน้า.....	171
ภาพที่ 4-107 รายละเอียดมุมด้านล่าง	171
ภาพที่ 4-108 รายละเอียดช่องใส่ของด้านในกระเป๋า	172
ภาพที่ 4-109 ภาพนำเสนอผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบ A1	189
ภาพที่ 4-110 ภาพนำเสนอผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบ A2	190
ภาพที่ 4-111 ภาพนำเสนอผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบ A3	191

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นที่รู้จักของนานาประเทศ และนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก โดยมีสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ศาสนา เชื้อชาติ ประเพณี ในวัฒนธรรมที่หลากหลายสร้างความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัวที่เด่นชัดในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งมีอยู่ทุกภูมิภาค โดยแต่ละภูมิภาคจะมีจังหวัดที่มี เรื่องราวและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ภาคกลางมีเมืองหลวง คือ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอาณาบริเวณ ติดกับภูมิภาคต่าง ๆ ที่สำคัญ ซึ่งหนึ่งในนั้น ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ที่มีเศรษฐกิจแบบอันดับต้น ๆ รองลงมาจากกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดในภาคตะวันออกที่มีเมืองติดชายทะเลอยู่ไม่ห่างจาก กรุงเทพมหานคร การเดินทางสะดวกและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเมืองไทย มีความสำคัญทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง รายการท่องเที่ยว เป็นแหล่งรวมของธุรกิจการค้า การลงทุน ในปัจจุบันมีพื้นที่ตั้งทางทิศตะวันออกของประเทศไทยหรือริมฝั่งทะเลด้านตะวันออก ของอ่าวไทยมีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 1,338,656 คน และมีความโดดเด่นในหลายด้านจากการ เป็นเมืองท่าค้าขายคึกคักในอดีต พัฒนามาสู่เมืองเกษตรอุตสาหกรรม รายการท่องเที่ยวมีอัตราการ ขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ยร้อยละ 12 โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด 8,453,268 คน (ร้อยละ 40 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย) มีรายได้ 76,553.15 ล้านบาท ส่งผลให้จังหวัดชลบุรีกลายเป็น "เพชรน้ำเอกแห่งบูรพา" (สำนักงานจังหวัดชลบุรี, 2555)

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดชลบุรี คือ ด้าบลแสนสุข หรือ บางแสน นับเป็น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจที่เข้ามาใช้เพื่อพักผ่อน มีทั้งภูเขา ทะเล และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย จึงทำให้มีกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งต่างจังหวัดและในจังหวัด ได้เข้ามาใช้บริการสถานที่แห่งนี้เป็นจำนวนมากและบ่อยครั้ง เนื่องจากบางแสนเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นที่นิยมจึงทำให้เกิดกิจกรรมและงานประจำปีทางเทศบาลแสนสุขต้องดำเนินการจัด ประชาสัมพันธ์ของกิจกรรมแต่ละประเภทด้วยวิธีการจัดทำป้ายโฆษณาไว้นิลจากร้ายทำป้ายใน พื้นที่ด้าบลแสนสุข เหตุผลเพราะต้นทุนต่ำ รวดเร็วต่อการประชาสัมพันธ์ ทำให้ในทุก ๆ ปีได้มีป้าย ไวนิลที่ใช้แล้วทุกเก็บไว้ที่ศูนย์เทศบาลแสนสุขแล้วรอการเผ่าทิ้ง ซึ่งส่วนมากจะเป็นป้าย ลักลอบติดตั้งโดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นจำนวนมากแล้วไม่มาเก็บ จึงเป็นหน้าที่ของเทศกิจที่ทำการ เก็บรวบรวมป้ายไว้นิลเหล่านี้มาเพื่อรอเจ้าของมารับผิดชอบ เมื่อเวลาผ่านไปป้ายไว้นิลที่ไม่มี เจ้าของมารับกลับเกิดเป็นขยะในที่สุด

“ป้ายโฆษณา” เป็นหัวใจหลักในการผลิตสื่อการสื่อสารให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ มากมาย ส่งผลให้อุตสาหกรรมป้ายโฆษณาจำนวนมากเกิดขึ้นและมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนต่อการตลาดในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็น หน่วยงานรัฐบาลหรือเอกชนต่างก็ใช้สื่อทางโฆษณาที่แตกต่างกันออกไปโดยวัสดุที่เป็นที่นิยมมากที่สุด คือ ไวนิล (Vinyl)

จุดเริ่มต้นของการใช้สื่อโฆษณาซึ่งเป็นป้ายโฆษณาจะเป็นการใช้ ซึ่งเป็นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่วาดหรือพิมพ์ลงวัสดุจำพวกไวนิลหลังขาวโปร่งแสงและหลังดำทึบแสง แล้วนำไปติดตั้งบนโครงสร้างไม้ในย่านชุมชนหรือย่านที่มีการจราจรหนาแน่น โดยในแต่ละป้ายจะแตกต่างกันที่ขนาดและความคงทนแต่ส่วนมากจะเน้นถึงเรื่อง การโฆษณาแบบชั่วคราวจากวัสดุไวนิลที่คุณภาพต่ำ เพราะป้ายเหล่านี้แค่ออกเพียงโฆษณาตามฤดูกาลเท่านั้นจึงเกิดปัญหาในเรื่องของการสร้างขยะสาธารณะให้แก่ชุมชนทำให้การจราจรนั้นประสบปัญหาในเรื่องของทัศนวิสัยการจราจร รวมไปถึงการสัญจรบนทางเท้าและเมื่อมีภัยธรรมชาติอย่างเช่น ลมที่พัดจะทำให้ป้ายโฆษณาเหล่านี้หลุดหล่นลงมาโดนรถที่สัญจรอยู่เนื่องจากแผ่นป้าย โฆษณานั้นเป็นขยะที่สามารถนำไป recycle ได้ยากและผ่านกระบวนการหลากหลายขั้นตอน ซึ่งในปัจจุบันวิธีการกำจัดทิ้ง โดยการฝังกลบแต่ในบางพื้นที่ใช้การเผาทิ้ง จึงเกิดปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากก๊าซไวนิลคลอไรด์เข้าสู่คน อันตรายต่อตับและเป็นสารก่อมะเร็ง ระคายเคืองผิวหนัง ระบบหายใจ สารก่อมะเร็ง (Ramathibodi Poison Center ศูนย์พิษวิทยารามาธิบดี)

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นผู้วิจัยเห็นว่าวิธีการจัดการวัสดุไวนิลจากป้ายโฆษณา กลางแจ้งที่ใช้แล้วเกิดเป็นของเสียจากร้านผลิตป้ายโฆษณาตามหลักการจัดการของภายในโรงงาน 3RS เป็นหลักที่มีการนำมาประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวาง ประกอบด้วย 3RS และ Upcycling

3RS เป็นหลักการที่มีการนำมาใช้อย่างกว้างขวางในระบบอุตสาหกรรมต่าง ๆ ประกอบด้วย

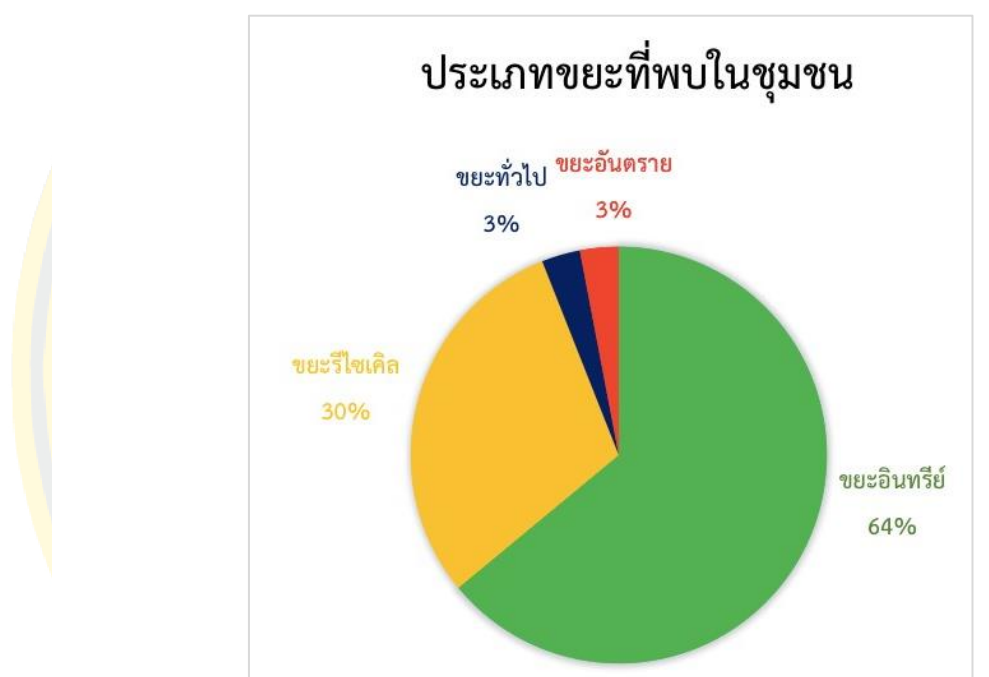
R1-Reduce ซึ่งคือ การลด หรือการใช้ให้น้อยเท่าที่จำเป็น

R2-Reuse ซึ่งคือ การใช้ซ้ำ

R3-Recycle ซึ่งคือ การแปรรูปมาใช้ใหม่ 3RS เป็นหลักการจัดการของเสียขั้นพื้นฐานที่พึงมีแต่ในงานวิจัยชิ้นนี้ข้าพเจ้าจะใช้หลักการ Upcycling เป็นแนวทางหลัก คำว่า Upcycling เป็นคำศัพท์ที่ค่อนข้างใหม่สำหรับคนไทย เพราะหากพูดถึงเรื่องการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่คนส่วนใหญ่จะนึกถึงการ Recycle ที่เป็นการแปรสภาพวัสดุมากกว่า นอกจากนี้ในปัจจุบันยังมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ตระหนักถึงการนำเศษวัสดุเหลือใช้ในโรงงานกลับมาใช้ใหม่ แม้แต่ตัวผู้ประกอบการเองก็ยังไม่รู้ว่าเศษวัสดุเหล่านี้จะสามารถเอาไปทำอะไรต่อไปได้บ้าง และยังไม่มีความรู้ว่ามีเมื่อทำเสร็จ

แล้วจะขายอย่างไร ใช้เวลาเท่าไรหรือกว่าจะขายได้กำไรกลับมา (โครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย iTAP)

ประเทศไทยมีปริมาณขยะสูงขึ้นต่อเนื่องขึ้นทุกปี จากรายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชนของประเทศไทย ปี 2559 พบว่ามีปริมาณการเกิดขยะรวมกันทั้งประเทศ 27.06 ล้านตันต่อปี เทียบเท่าตึกใบหยก 2 จำนวน 140 ตึก คิดเป็นประมาณ 74,130 ตันต่อวัน เฉลี่ยเป็นปริมาณขยะ 1.14 กิโลกรัมต่อคนต่อวัน ยังไม่รวมขยะตกค้างสะสมที่เพิ่มขึ้นทุกปีไม่ต่ำกว่าปีละ 10 ล้านตัน

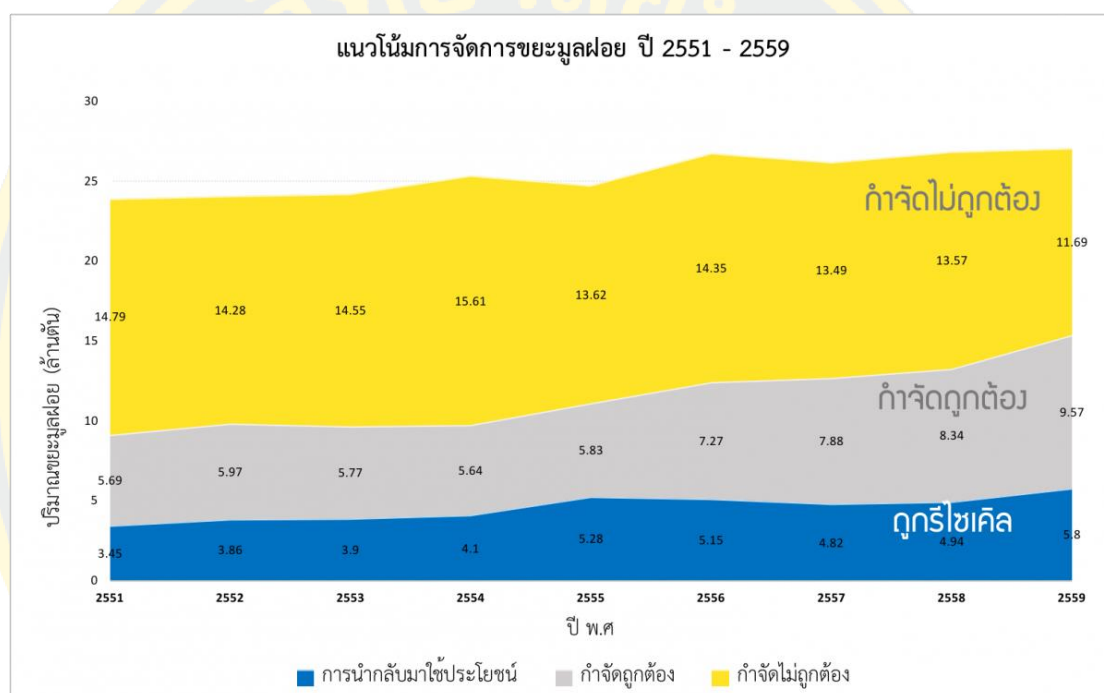


ภาพที่ 1-1 รายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชนของประเทศไทย ปี 2559 กรมควบคุมมลพิษ (<https://www.schoolofchangemakers.com/knowledge/16656/>)

1. ขยะอินทรีย์ หรือขยะที่ย่อยสลายได้ คิดเป็นร้อยละ 64 จากขยะทั้งหมด ส่วนใหญ่มาจากอาหารเหลือทิ้ง
2. ขยะรีไซเคิล เป็นที่ขยะสามารถนำมาหลอมใช้ใหม่ได้หากมีการแยกขยะอย่างถูกต้อง และทำความสะอาดก่อนทิ้ง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30 ของขยะทั้งหมด
3. ขยะทั่วไป เป็นย่อยสลายตามธรรมชาติได้ยาก หรือนำไปรีไซเคิลแล้วไม่คุ้มทุน ต้องนำไปกำจัด ได้แก่ ซองขนม กล่องโฟม ถุงพลาสติก ร้อยละ 3 ของขยะทั้งหมด

4. ขยะอันตราย เป็นขยะที่ต้องนำไปกำจัดหรือบำบัดด้วยวิธีเฉพาะ เช่น หลอดไฟ ขวดยา ถ่านไฟฉาย ขาฆ่าแมลง กระป๋องสี ขยะจากภาคการเกษตร และอุตสาหกรรม คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 3

จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าถึงแม้ประเทศไทยจะมีความพยายามในการริเริ่มและกำจัดขยะอย่างถูกต้องมากขึ้น แต่แนวโน้มปริมาณขยะในแต่ละปีเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้ปริมาณขยะกว่าครึ่งยังถูกกำจัดอย่างไม่ถูกวิธี



ภาพที่ 1-2 รายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชนของประเทศไทย ปี 2559 กรมควบคุมมลพิษ (<https://www.schoolofchangemakers.com/knowledge/16656/>)

ในปี 2558 รัฐบาลไทยได้ตรวจสอบเพื่อปรับปรุงสถานที่กำจัดขยะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศ 7,777 แห่ง พบว่ามีเพียง 328 แห่งหรือไม่ถึง 5 % ของสถานที่กำจัดทั้งหมดเท่านั้นที่สามารถนำขยะไปใช้ประโยชน์และกำจัดได้อย่างถูกต้อง ปริมาณขยะที่ถูกกำจัดอย่างถูกต้องจากสถานที่เหล่านี้คิดเป็นร้อยละ 26.34 ของปริมาณขยะเกิดใหม่รวมกับขยะตกค้างทั้งหมด และขยะที่เหลือกว่า 73.26 % นั้นถูกกำจัดด้วยวิธีที่ไม่ถูกต้อง เกิดสภาพเหมอง เมากลางแจ้ง เมาในเตาที่ไม่มีระบบกำจัดมลพิษทางอากาศ และฝังหลบแบบเหมองควบคุม หรือไม่ถูกจัดการเลย

จากสถิติของขยะที่กำจัดทิ้งอย่างไม่ถูกต้องคิดเป็นร้อยละ 73 นั้นหมายความว่าขยะเหล่านี้ได้ถูกทำลายโดยวิธีการเผาหรือปล่อยทิ้งตามพื้นที่สาธารณะรวมไปถึงขยะพลาสติกไว้นิลจากป้ายโฆษณาด้วยประมาณร้อยละ 20-40 โดยข้อมูลจากคุณสมเทพ บุญกว้าง รองผู้อำนวยการแขวงทางหลวงสมุทรปราการ (2561) ได้กล่าวถึงจำนวนการรีไซเคิลขยะพลาสติก (ถนนเทพรัตน) ปริมาณ 3,000-4,000 ป้ายต่อวัน ส่วนมากจะเป็นป้ายอสังหาริมทรัพย์

อุปสรรคของการกำจัดขยะให้ถูกวิธี เช่น งบประมาณในการทำสถานที่กำจัดขยะแบบถูกต้องมีค่าใช้จ่ายสูง มีขั้นตอนและเกี่ยวข้องกับคนหลายฝ่าย ทั้งในแง่ของการมาตรฐานการกำจัดและการขออนุญาตให้ถูกต้อง การหาพื้นที่ที่เหมาะสม การเตรียมพื้นที่ การดูแลผลกระทบที่เกิดขึ้นจากขยะและคนในชุมชนใกล้เคียง จุดคุ้มทุนของการลงทุนระบบเนื่องจาก ค่าใช้จ่ายก่อนข้างสูง หากแต่บางที่เปิดไปสักพักต้องปิด เพราะไม่มีจำนวนขยะ “ดี” เพียงพอเอามาเปลี่ยนเป็นพลังงานหรือไฟฟ้า เป็นต้น (รายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชนของประเทศไทย กุมภาพันธ์ 2560 สำนักจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุมมลพิษ)

ในประเทศไทยผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ (Upcycle products) ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากโดยเฉพาะกระเป๋าแฟชั่นจากวัสดุรีไซเคิลที่มีการออกแบบสวยงาม

กระเป๋าผ้า Takra Bike Bag กระเป๋าที่มีจุดเริ่มต้นจากขยะพลาสติก หลังจากโครงการ Upcycling The Oceans Thailand ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมขยะพลาสติกในท้องทะเลไทยนำมาผ่านกระบวนการ Upcycling ออกมาเป็นผ้า เพื่อนักออกแบบนำไปสร้างสรรค์ผลงานในกิจกรรม Redesigning the Good Waste ปัญหาขยะล้นทะเลไม่ใช่เรื่องที่จะนั่งนอนใจได้อีกต่อไป บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) หรือ GC จึงได้มุ่งมั่นให้เกิดการบริหารจัดการขยะในท้องทะเล ผ่านกระบวนการ upcycling ที่จะแปรสภาพพลาสติกใช้แล้วให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าภายใต้โครงการ Upcycling the Oceans, Thailand GC นำขยะพลาสติกจำนวนมหาศาลที่เก็บได้ไปแปรสภาพต่อเป็นเสื้อยืด กระเป๋าเป้ และกระเป๋าถือ Tote bag ด้วยนวัตกรรมการผลิตเส้นใยสังเคราะห์ที่จะเปลี่ยนขยะพลาสติกให้กลายเป็นเส้นใยผ้าที่ถักทอได้ไม่ต่างจากเส้นใยธรรมชาติแต่อย่างใด

วราวรรณ ทิพพานิช ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ สายงานกิจการองค์กร PTTGC เล่าว่า นวัตกรรมนี้จะช่วยเปลี่ยนขวดพลาสติกจำนวน 14 ขวดให้เป็นเสื้อยืด 1 ตัว หรือกระเป๋าเป้ 1 ใบได้ ส่วนถุงพลาสติกจำนวน 43 ถุงก็สามารถแปรรูปเป็นกระเป๋าถือ Tote bag ได้ 1 ใบอีกด้วย (คาลิต พิศสุวรรณ, 2564)

จากข้อมูลข้างต้นตำบลแสนสุขเป็นสถานที่สำคัญด้านเศรษฐกิจที่นักท่องเที่ยวใน ความสนใจและทางสถานที่ได้มีการจัดกิจกรรม รวมไปถึงที่พักอาศัยให้กับนักท่องเที่ยวทุก ๆ ปี โดยรูปแบบการประชาสัมพันธ์ คือ ป้ายโฆษณาไววนิลชนิดใช้แคร์บอดีว เมื่อใช้ประโยชน์แล้วก็แปรสภาพเป็นขยะ ข้างเจ้าจึงเกิดคำถามที่ว่าวัสดุป้ายไววนิลที่ใช้แล้วจะสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ อย่างไรบ้าง ความตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาหลังการใช้งานวัสดุแล้ว เมื่อนำไปทำลายด้วยวิธีการเผาที่ส่งผลให้เกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และสารละลายจำนวนมากที่เป็นอันตรายต่อระบบทางเดินหายใจ จึงทำให้เกิดแนวคิดการคัดสรรป้ายโฆษณาไววนิลเหลือใช้ที่มีคุณภาพมาสร้างมูลค่าเป็นกระเป๋าจากอัตลักษณ์เฉพาะตำบลแสนสุข โดยรวมประเทศไทยก็เป็นประเทศหนึ่งที่ยังมีสิ่งปลูกสร้างจำนวนมากที่ยังไม่ได้รับการดูแล ควบคู่กับความนิยมการนำวัสดุเหลือใช้มาออกแบบเพิ่มมูลค่า (Upcycle design) ผ่านนักออกแบบเริ่มเพิ่มขึ้นเด่น เนื่องจากตำบลแสนสุขมีเอกลักษณ์หลากหลายแต่ยังขาดอัตลักษณ์ที่ชัดเจน จึงเป็นการดีที่งานวิจัยของข้างเจ้าจะได้มีส่วนร่วมในสร้างมูลค่าสิ่งปลูกสร้างในพื้นที่ตำบลแสนสุขในด้านอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นการกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจในเรื่องของตัวผลงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยฉบับนี้ เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบกระเป๋าแบรนด์คนไทยผ่านวัสดุจากป้ายโฆษณาทั้งรูปแบบภายนอกและภายในอาคาร

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาแนวทางการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์” มีวัตถุประสงค์การศึกษาประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาและทำการทดลองคุณสมบัติกรรมวิธีในการออกแบบวัสดุป้ายโฆษณาไววนิลที่ใช้แล้วเพื่อให้ได้แนวทางที่นำไปใช้เป็นข้อกำหนดในการออกแบบผลิตภัณฑ์
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการสำหรับนำป้ายโฆษณาไววนิลที่ใช้แล้วมาออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการนำไปใช้
3. เพื่อสร้างอัตลักษณ์จากผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบให้กับตำบลแสนสุข สู่ผลิตภัณฑ์ชุดกระเป๋า

สมมติฐานของการวิจัย

ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ทำการออกแบบด้วยกรรมวิธีในรูปแบบต่าง ๆ การออกแบบสามารถลดขยะจากป้ายโฆษณาไววนิลและสร้างอัตลักษณ์ให้ตำบลแสนสุข

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อการศึกษาการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้จากป้ายโฆษณาไวนิล เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์กระเป๋าและสร้างอัตลักษณ์ตำบลแสนสุข โดยทำการแบ่งขอบเขตการศึกษาออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการศึกษาด้านวัสดุ

1.1 ข้อมูลด้านปฐมภูมิ ทำการเก็บข้อมูลจากสถานที่จริง ถ่ายภาพและเก็บรวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่ในตำบลแสนสุขที่มีจำนวนของการเก็บรวบรวมป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้วจำนวนมาก ศึกษาลักษณะทางกายภาพและคุณสมบัติของป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้ว เพื่อวิเคราะห์หาความเหมาะสมในการนำมาทดลองการขึ้นรูปร่วมกับวัสดุประเภทต่าง ๆ

1.2 ข้อมูลด้านทุติยภูมิ จะทำการจัดเก็บข้อมูลจากการศึกษาจากเอกสารอ้างอิงศึกษา งานวิจัยอื่น ๆ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและการทดลองต่าง ๆ เพื่อขึ้นรูปวัสดุป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้วสำหรับนำมาใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์

2. ขั้นตอนศึกษาด้านเทคนิค

2.1 ศึกษาการนำวัสดุป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้วขึ้นรูปด้วยกรรมวิธีการขึ้นรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ได้รูปแบบสำหรับการนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์

2.2 ศึกษาการนำวัสดุจากตำบลแสนสุขประเภทอื่น ๆ โดยนำมาทดลองร่วมกับวัสดุป้ายไวนิล เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่

3. ขั้นตอนศึกษาด้านการออกแบบ

3.1 นำผลการศึกษาและการทดลองมาสังเคราะห์ และทำการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยคัดเลือกรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผู้ทรงคุณวุฒิ

3.2 พัฒนาและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์จากป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้ว

3.3 ศึกษาความพึงพอใจในต้นแบบผลิตภัณฑ์จากป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้วของกลุ่มเป้าหมายข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัย จะเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการขึ้นรูปวัสดุป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้ว ที่สามารถนำมาปรับใช้หรือต่อยอด เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์หลักของการวิจัย

4. ขอบเขตด้านการศึกษาผลความพึงพอใจ

4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของ ลิเคิร์ต (Likert) ใน 5 ระดับ ตัวเลือกประกอบการพิจารณาจากผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

แบบสอบถามประกอบการพิจารณาข้อมูลด้านการออกแบบและแบบร่าง 3 มิติ
จำนวน 3 รูปแบบ

4.2 วิธีการเก็บข้อมูล

แบบสอบถามข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของ google จำนวน 120 คน
แบบสอบถามประกอบการพิจารณาแบบร่าง 3 มิติ และข้อคำถามที่ทำการบันทึกด้วย
ตนเอง โดยมีผู้ช่วยผู้วิจัยถ่ายภาพให้

4.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้

ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และทัศนศิลป์ กลุ่ม ตัวอย่าง
ที่ใช้ คือ

4.3.1 ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน

4.3.2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 1 คน

4.3.3 บุคคลทั่วไป ช่วงอายุ 20-50 ปี กลุ่มตัวอย่าง คือ ตั้งแต่กลุ่มนักศึกษาถึงวัย

ทำงาน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ป้ายโฆษณาไวนิลเหลือใช้ หมายถึง สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า “ป้ายโฆษณา
สินค้า” เป็นวิธี โพรโมทหนึ่งที่มีผลต่อผู้บริโภคอย่างมาก เนื่องจากป้ายโฆษณาเป็นสื่อที่กว้างขวาง
เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายและชัดเจน ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุด เช่น ป้ายโฆษณาตามริม
ถนนที่เป็นวัสดุใยผ้าสังเคราะห์ผสมพลาสติกไวนิล หลังการใช้งานจึงเปลี่ยนเป็นวัสดุเหลือใช้และ
แปลงสภาพเป็นสิ่งปฏิกูล

การเพิ่มมูลค่า (Upcycling) หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนรูปวัสดุเหลือใช้ หรือการทำให้
วัสดุหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถใช้งานตามหน้าที่เดิมให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพและ
มีมูลค่าสูงขึ้น อีกทั้งยังสามารถลดสิ่งปฏิกูลในสิ่งแวดล้อม

กระเป๋า หมายถึง ผลิตภัณฑ์สำหรับใส่ของใช้ต่าง ๆ ลักษณะคล้ายถุง ทำด้วยผ้า หนัง
พลาสติก มีหลายแบบหลายขนาด ขึ้นอยู่กับการใช้งาน ได้แก่ รูปแบบคาดเอว สะพายหลัง สะพาย
ข้าง เป็นต้น

อัตลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นเกิดจากการวิเคราะห์และสร้างเรื่องราวบน
ผลิตภัณฑ์หรือวัสดุนั้น ที่เกิดจากเทคนิค กระบวนการ และกรรมวิธี รวมไปถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น
กระแสนิยมในพื้นที่ หรือสร้างจากเอกลักษณ์ในสถานที่

หัตถอุตสาหกรรม หมายถึง ระบบการผลิตชิ้นงานที่อาศัยแรงงาน 2 ส่วน คือ แรงงานคนจากระบบหัตถกรรม และแรงงานเครื่องจักรจากระบบอุตสาหกรรมในอัตราส่วน 70: 30

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถเป็นแนวทางกรณีศึกษาเบื้องต้นสำหรับผู้ที่มีสนใจในการทดลองจากการขึ้นรูปจากวัสดุที่ใช้แล้ว โดยสร้างจากอัตลักษณ์ของสถานที่ ด้วยกระบวนการผลิตเชิงหัตถอุตสาหกรรมที่มีความสอดคล้องกับวัสดุได้เป็นอย่างดี
2. ทำให้เป็นการกระตุ้นความคิดต่อยอดในแนวคิดรูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากป้ายโฆษณาไวน์ลิร่วมกับวัสดุประเภทอื่น ๆ ได้
3. ผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าและแสดงถึงอัตลักษณ์ของสถานที่ตำบลแสนสุขได้



BURAPHA UNIVERSITY

กรอบแนวความคิดงานวิจัย

ตัวแปรต้น

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดการพัฒนาสู่สังคม 3Rs
2. แนวคิดการออกแบบจากเศษวัสดุเหลือใช้ (Upcycling Process)
3. ทฤษฎีการออกแบบสัญลักษณ์แสดงความมุ่งหมายของมนุษย์ (Design is the first sign of human intention)
4. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า
5. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นเอกลักษณ์ทางคุณค่าทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์
6. แนวคิดหลักการพัฒนาและแก้ไขรูปแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
7. แนวคิดทฤษฎีอัตลักษณ์
8. แนวคิดด้านการตลาด

กระบวนการศึกษาวิเคราะห์ และทดลอง

1. การศึกษาภาคสนาม
2. การวิเคราะห์ความต้องการ
3. การวิเคราะห์วัสดุและอัตลักษณ์สถานที่ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี
4. กระบวนการทดลอง
5. กระบวนการออกแบบ
6. กระบวนการพัฒนา



ตัวแปรตาม

1. เข้าใจถึงแนวคิดและทฤษฎี
2. เข้าใจถึงกระบวนการในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้
3. สร้างผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์สถานที่
4. สร้างผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบจากวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลิที่ใช้แล้ว
5. สร้างมูลค่าเพิ่ม (upcycling) ให้กับวัสดุเหลือใช้จากป้ายโฆษณา
6. สร้างการผสมผสานของวัสดุทั้ง 2 ประเภท
7. สร้างตัวอย่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบจากวัสดุที่ได้รับการสถานที่

ภาพที่ 1-3 กรอบแนวความคิดงานวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวถึง แนวความคิด และทฤษฎี เพื่อเป็นพื้นฐานทำความเข้าใจต่อกระบวนการศึกษาทดลอง โดยแยกออกเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับป้ายโฆษณาไว้นิลกลางแจ้ง
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการนำขยะทั่วไปกลับมาสร้างมูลค่า (Upcycling)
3. ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์
4. ข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสาน
5. ข้อมูลพื้นที่ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี
6. แนวคิดทฤษฎีอัตลักษณ์
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลเกี่ยวกับป้ายโฆษณาไว้นิล

ป้ายโฆษณาไว้นิลกลางแจ้ง (Outdoor Advertising) เป็นลักษณะของการใช้ป้ายโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ ที่ติดตั้งอยู่กับที่ตามตัวอาคาร หลังคาตึก มุมถนน ข้างทาง หรือบริเวณที่มีผู้สัญจรผ่านไปมา มาก ๆ ซึ่งเหมาะกับการโฆษณา เพื่อย้ำเตือนความทรงจำมากกว่าที่จะบอกถึงรายละเอียดต่าง ๆ ในลักษณะที่ใช้เป็นสื่อสนับสนุนเท่านั้น

1. ความหมายและประเภทของป้ายโฆษณาไว้นิลกลางแจ้ง

ความหมายของสื่อโฆษณาไว้นิลกลางแจ้ง สื่อกลางแจ้ง (Outdoor media) เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถแสดงเครื่องหมายการค้า สัญลักษณ์การค้า ชื่อผลิตภัณฑ์ คำขวัญ บรรจุภัณฑ์ ความเคลื่อนไหว และแสงสีในเวลากลางวันได้ด้วยรูปและขนาดใหญ่มาก สามารถทำให้เกิดความสะดุดตาสะดุดใจ เรียกร้องความสนใจจาก ประชาชนที่ผ่านไปมาได้เป็นอย่างดี และสื่อโฆษณานี้ที่พบเห็นได้ทั่วไป คือ ป้ายโฆษณา (Billboard) สื่อโฆษณานี้จะกระจายอยู่ภายนอกแต่ก็มีการเพิ่มเติมเข้าสู่ภายในอาคารอีกด้วย เช่น โฆษณาในห้องน้ำ เป็นต้น สื่อโฆษณานี้ไม่มีการจำกัดรูปร่าง รูปแบบ หรือขนาดใด ๆ ทั้งสิ้น (วิกิพีเดีย, 2549)

นันทิดา วชิรปการกุล (2547) สื่อโฆษณาไว้นิลกลางแจ้ง เป็นป้ายโฆษณาที่ทำด้วยไม้หรือป้ายโฆษณาที่ใช้ไฟฟ้า การใช้สื่อประเภทนี้ไม่ได้เจาะจงไปที่กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งแต่มุ่ง

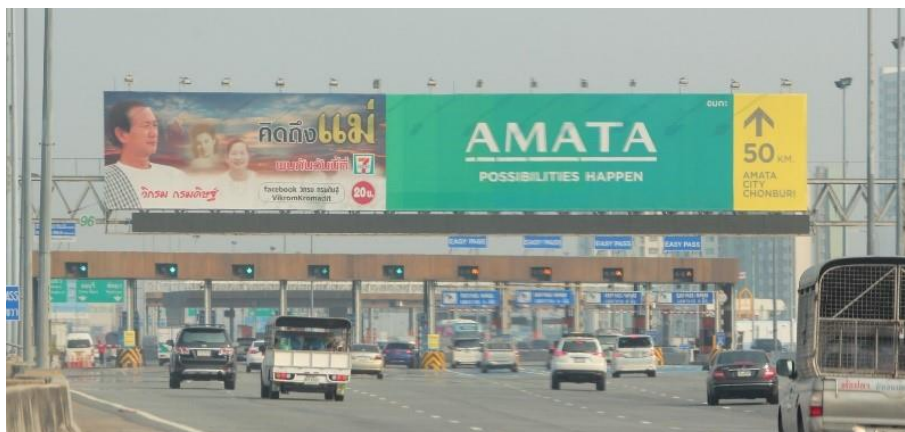
เพื่อเตือนความทรงจำของผู้บริโภคที่ผ่านสัญจรไปมา ดังนั้นการใช้สื่อประเภทนี้จะต้องเลือกทำเลในการติดตั้งและการใช้ข้อความต้องสั้น กระชับ ชัดเจน และได้ใจความดี สั้นจะต้องสะดุดตา สามารถดึงดูดความสนใจของบุคคลทั่วไปให้เกิดกับตัวผลิตภัณฑ์ได้

กิงพร ทองใบ, ศิริ โสภกา เขตตานุรักษ์ และกฤษฎา รัตนวัฒน์สุวรรณ (2541) ได้ให้นิยามของคำว่า “สื่อโฆษณาภายนอกอาคาร” คือ สื่อโฆษณาที่รวมทั้งข้อความบอกถึงคุณสมบัติของสินค้าและบริการรวมทั้งสรรพคุณต่าง ๆ ของสินค้าที่ผู้โฆษณาต้องการสื่อสารกับผู้บริโภคเป้าหมาย โฆษณาเหล่านี้มีทั้งขนาดใหญ่มาก มีไฟกระพริบสวยงามเพื่อเรียกร้องความสนใจได้ดีมีสีสัน พร้อมกับเคลื่อนไหวได้สามารถมองเห็นในเวลากลางคืน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้ให้ความหมายของคำว่า “Outdoor Advertising” ว่าคือการโฆษณากลางแจ้งหรือการโฆษณาโดยใช้ป้ายกลางแจ้ง มีลักษณะเป็นป้ายโฆษณาที่ติดอยู่ตามตัวอาคาร หลังคา ทางแยกต่าง ๆ

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า สื่อกลางแจ้ง หรือสื่อโฆษณาภายนอกอาคาร คือ สื่อโฆษณา รูปแบบใหม่ที่มีรูปแบบและลักษณะต่าง ๆ ที่สามารถแสดงเครื่องหมายการค้า สัญลักษณ์การค้า ชื่อ ผลิตภัณฑ์ คำขวัญ บรรจุภัณฑ์ ความเคลื่อนไหว และแสงสีในเวลากลางคืนได้ เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคที่พบเห็น

2. ประเภทของป้ายโฆษณา (advertising)

2.1 ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Billboard) คือ ป้ายที่มีลักษณะเป็นป้ายแผ่นกระดาน และถือเป็นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่รูปแบบหนึ่ง เป็นป้ายโฆษณากลางแจ้ง ที่ติดตามถนนสายหลัก หรือติดตามจุดสำคัญ ๆ เช่น สีแยก ตลาด หรือจุดที่มีคนพลุกพล่าน เหมาะสำหรับการทำเป็นป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี เพราะเนื่องด้วยความเป็นป้ายขนาดใหญ่ สามารถมองเห็นได้ระยะไกล และคู่อลังการตระการตาสามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 2-1 ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่บนตึกหรือข้างทางด่วน

(<http://www.96advertising.co.th/>)

ส่วนประกอบที่สำคัญของป้ายบิลบอร์ด คือ

2.1.1 โครงสร้างเหล็กขนาดใหญ่ ซึ่งการก่อสร้างป้ายนี้จะใช้เหล็กที่มีความแข็งแรงทนทานสามารถทนต่อสภาพแวดล้อม ดิน ฟ้า อากาศ พายุ ได้เป็นอย่างดี การก่อสร้างต้องให้วิศวกรควบคุมดูแลเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นลักษณะการติดตั้งที่ต้องมีการวางเสาเข็ม เหมือนการก่อสร้างอาคารต่าง ๆ นั่นเอง ตัวโครงป้ายจะเป็นการนำเหล็กมาประกอบเข้ากันจนเป็นแผ่นเรียบขนาดใหญ่และรองพื้นด้วยแผ่นโลหะอีกชั้นหนึ่ง

2.1.2 ตัวชิ้นงานโฆษณา โดยทั่วไปจะนิยมใช้ไวน์ลหรือผ้าใบเนื่องจากความง่ายและสะดวกในการติดตั้งและจัดเก็บ อีกทั้งทำให้ป้ายมีความสวยงามอีกด้วย ไวน์ลที่ใช้จะเป็นไวน์ลทึบแสง (Vinyl Backlit) พิมพ์ด้วยหมึกที่สามารถทนทานต่อสภาพดินฟ้าอากาศได้

2.1.3 ไฟ spotlight เป็นไฟส่องป้ายสำหรับกลางคืน เนื่องด้วยเป็นป้ายขนาดใหญ่และนิยมนำไปติดตั้งในพื้นที่ที่มีการสัญจรคับคั่ง ทำให้สื่อโฆษณาชนิดนี้สามารถทำให้ทั้งกลางวันและกลางคืน ยิ่งในตอนกลางคืนด้วยแล้ว ป้ายโฆษณาประเภทนี้จะมีสวยงามมากยิ่งขึ้นไปอีก ดังนั้นไฟสปออร์ตไลท์จึงมีความจำเป็นสำหรับสื่อโฆษณานี้มาก การติดตั้งไฟส่วนใหญ่จะนิยมนำระบบเซ็นเซอร์หรือ Timing เข้ามาใช้ด้วย (ป้ายบิลบอร์ด (Billboard), ม.ป.ป.)

2.2 ป้ายคัทเอาท์ (Cutout Signage)

สื่อโฆษณากลางแจ้งที่บรรดาเจ้าของกิจการและเจ้าของสินค้านิยมใช้กันมาก และเนื่องจากเป็นงานภายนอกอาคาร ลักษณะของป้ายจึงต้องทนแดด ทนฝน สภาพดินฟ้าอากาศ พายุ ป้ายคัทเอาท์ ส่วนใหญ่นิยมทำด้วยโครงไม้ จึงเหมาะสำหรับโฆษณาตามข้างทาง ทางหลวงโดยจะติดตั้งตามถนนสายหลักต่าง ๆ และบริเวณที่มีคนพลุกพล่าน ที่สามารถดึงดูดสายตาของผู้พบเห็น

เวลาสัญจรผ่านไปมา หรือบริเวณที่มียานพาหนะสัญจรไปมาอย่างหนาแน่น ซึ่งถ้าเป็นป้ายคัทเอาท์ ขนาด 120x240 cm. จะเรียกว่าป้ายกองโจร (Street Cutout) ป้ายคัทเอาท์ที่เราพบเห็นบ่อย ๆ ตาม ถนนสายหลักก็เช่น ป้ายหาเสียงเลือกตั้ง ป้ายโปรโมชันของบรรดาห้างร้านต่าง ๆ รวมทั้งป้าย โครงการหมู่บ้านและคอนโดมิเนียม วัสดุหลักของป้ายส่วนมากจะพิมพ์ไว้นิลด้วยหมึกคุณภาพสูง จึงบนโครงไม้ แล้วนำไปติดตั้งตามจุดที่กำหนด เช่น ริมนถนน ริมนฟุตบาท เป็นต้น



ภาพที่ 2-2 ป้ายคัทเอาท์ (Cutout Signage)

(<https://surin108.net/>)

2.3 ป้ายกองโจร (Street Cutout)

ป้ายกองโจร คือ ป้ายโฆษณาที่มีขนาดมาตรฐาน คือ 120x240 cm. มีส่วนประกอบหลัก คือ โครงไม้ และผ้าไว้นิล นิยมนำไปติดตั้งตามถนนสายหลัก ข้างทางและพื้นที่ ที่มีผู้คนสัญจรพลุกพล่าน ซึ่งปัจจุบันเราจะพบเห็นป้ายประเภทนี้ทุกตรอกซอกซอย เพราะเป็นสื่อที่ถือว่าเข้าถึงลูกค้าได้เป็นอย่างดี ส่วนใหญ่ลูกค้านิยมนำป้ายกองโจรในการโฆษณาที่ต้องการเข้าถึงลูกค้าจำนวนมาก เช่น ป้ายหาเสียงเลือกตั้ง ป้ายโครงการหมู่บ้านและคอนโด การจัดโปรโมชันสินค้าและการประชาสัมพันธ์ในเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น ป้ายกองโจรมีลักษณะและวัตถุประสงค์การนำไปใช้งานคล้ายกับป้ายคัทเอาท์ แต่มีขนาดต่างกันเท่านั้น



ภาพที่ 2-3 ป้ายกองโจร (Street Cutout)

(<http://www.at-ads.com/>)

2.4 ป้ายผ้า Banner

ป้ายแบนเนอร์ (Banner Signage) คือ ป้ายที่มีลักษณะเป็นผ้าใบหรือไวนิลผืนใหญ่ซึ่งอยู่บนโครงไม้หรือโครงเหล็กขนาดใหญ่ ส่วนใหญ่นิยมทำเป็นป้ายหน้าอาคาร หน้าโครงการ หุ้มตึก หรือแม้กระทั่งติดตามถนนหนทาง ซึ่งจะสังเกตเห็นได้ง่ายหากพบเห็น คือ จะเป็นลักษณะของป้ายแนวนอนติดตั้งตามจุดสำคัญต่าง ๆ เพื่อให้ผู้คนพบเห็นได้ง่าย สำหรับโครงการที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ นิยมทำป้ายแบนเนอร์ทอดยาวไปตลอดแนวโครงการ เพื่อประชาสัมพันธ์และให้ผู้บริโภคได้รับรู้ว่าจะมีการก่อสร้าง ณ จุดตรงนี้ เพื่อดึงดูดและสร้างฐานลูกค้าไว้ล่วงหน้านั่นเอง ป้ายแบนเนอร์เหมาะสำหรับธุรกิจที่เน้นการโฆษณาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะบรรดาห้างสรรพสินค้าหรือโครงการบ้านจัดสรรต่าง ๆ ป้ายแบนเนอร์จะมีลักษณะคล้ายกับป้ายบิลบอร์ด ในด้านการที่เป็นป้ายแนวราบเหมือนกัน แต่ป้ายบิลบอร์ดนิยมเรียกสำหรับป้ายที่มีโครงสร้างเป็นเสาสูงและมีขนาดใหญ่ (เอ.ที. ดีไซน์ แอนด์ แอดเวอร์ไทซิ่ง, 2555)



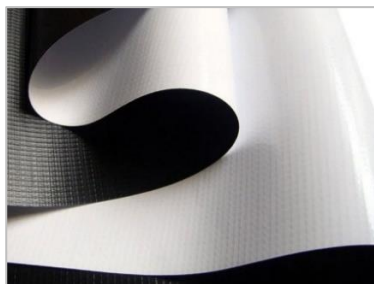
ภาพที่ 2-4 ป้ายแบนเนอร์ (Banner Signage)

(<http://www.at-ads.com/>)

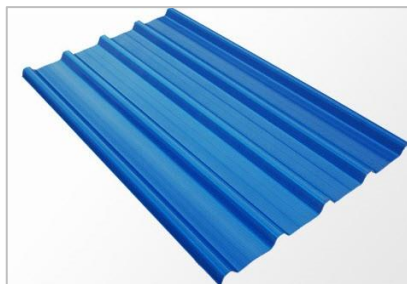
3. วัสดุไวนิลจากป้ายโฆษณาในพื้นที่สาธารณะ

3.1 ประเภทของวัสดุไวนิล (Polyvinyl Chloride)

พลาสติกไวนิลหรือโพลีเมอร์สังเคราะห์ชนิดหนึ่ง ที่ได้ถูกคิดค้นวิจัยและพัฒนาให้เป็นสูตรผสมระหว่าง PVC คุณภาพสูง และสารเพิ่มประสิทธิภาพหลายชนิด อาทิเช่น สารเพิ่มความทนทานต่อสภาวะอากาศ (Complex Stabilizer), และสารเสริมสภาพอื่น ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งส่วนผสมพิเศษและสามารถนำไปใช้งานได้หลากหลายประเภท ไวนิล ในความเข้าใจของหลาย ๆ คนเข้าใจว่า ไวนิล คือ uPVC จริง ๆ แล้วเป็นความเข้าใจที่ผิด ไวนิล และ uPVC เกิดขึ้นจากส่วนผสมทางเคมีที่ใกล้เคียงกันแต่ไม่เหมือนกัน แม้ชื่อเรียกไม่ว่าจะเป็น PVC uPVC หรือ ไวนิล ทั้ง 3 ตัว นี้มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพราะ ไวนิล หรือ Vinyl ซึ่งแทนค่าด้วยคำว่า “V” ซึ่งมีอยู่ทั้งใน PVC และ uPVC หลายคนจึงเข้าใจว่ามีคุณสมบัติที่เหมือนกัน ไวนิล มักถูกใช้ในการผลิตสินค้าที่ต้องการความแข็งแรงน้อยกว่า อาทิเช่น ป้ายโฆษณาไวนิลต่าง ๆ ซึ่งค่อนข้างถูกใช้งานอย่างแพร่หลายในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และงานรายน้ำฝน เป็นต้น (peonek, ม.ป.ป.)



PVC (Polyvinyl Chloride)



UPVC Unplasticized Polyvinyl chloride

ภาพที่ 2-5 pvc กับ upvc

(<https://sites.google.com/site/plastic9911/pvc/vinyl>,

<https://sites.google.com/site/plastic9911/pvc/vinyl/vinyl-003>)

ป้ายไว้นั้นแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ไวนิลทึบแสง และไว้นโปร่งแสง โดยในงานวิจัยนี้จะเลือกศึกษาในส่วนของประเภทไว้นทึบแสงเท่านั้น

ไว้นทึบแสง คือ ไวนิลที่มีการเคลือบสารเคมีที่ด้านหลังเมื่อพิมพ์ Inkjet แล้วส่องไฟจะมองไม่เห็น และยังสามารถใช้งานได้อีก 4 แบบ

1. แบบหลังขาว เหมาะกับงานพิมพ์ Inkjet ทั่วไป
- 2.



ภาพที่ 2-6 ไวนิลหลังขาว

(http://inkjetthai.com/?page_id=1015, <http://www.at-ads.com/>)

2. แบบหลังเทา เหมาะกับงานที่เป็นป้ายแบนที่ประกอบ 2 หน้า จะช่วยลดการทับซ้อนของภาพเมื่อมีแสงแดดส่องผ่าน



ภาพที่ 2-7 ใวนิลหลังเทา
 (<https://www.inkjet45.com/promotions/>)

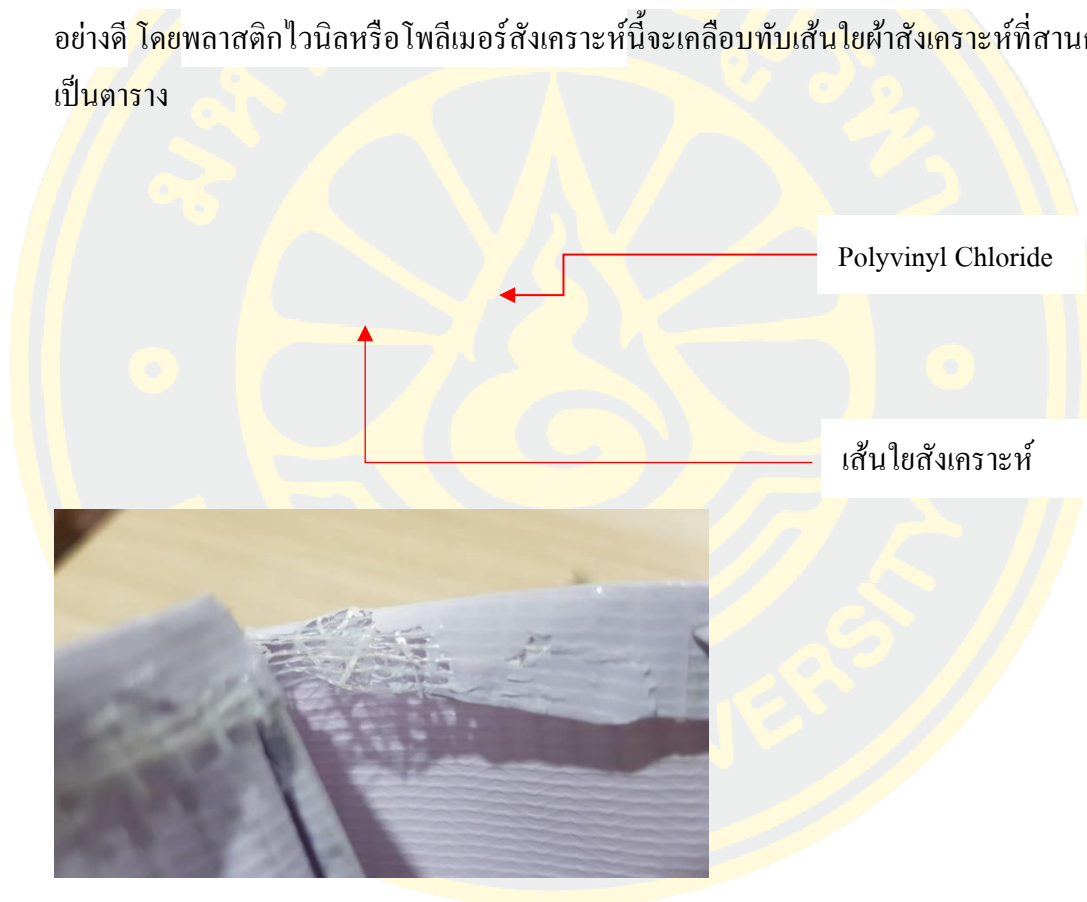
3. แบบหลังดำ คุณสมบัติในการใช้งานเหมือนหลังเทาแต่จะกันแสงได้ดีกว่ามากแบบพิมพ์ได้ 2 หน้า ใวนิลประเภทนี้เหมาะกับเครื่องพิมพ์ UV Flatbed ซึ่งเป็นระบบเครื่องพิมพ์แบบแผ่น สามารถพิมพ์ได้ 2 หน้า ได้อย่างแม่นยำ งานพิมพ์ป้ายอิงค์เจ็ทด้วยวัสดุใวนิลแบบหลังดำเหมาะสำหรับงานที่ติดตั้งย้อนแสง และที่แสงแดดจัด เพื่อลดการลอดผ่านของแสง อาทิ งานป้ายบอกทาง ป้ายโฆษณาจึงโครงไม้ที่ไม่มีไม้โครงหลัง แต่ต้องการให้สีงานพิมพ์ชัดไม่จางลงเนื่องจากแสงลอดผ่าน แนะนำให้ใช้ใวนิลหลังดำ จะช่วยทำให้ป้ายให้สีคุณภาพตามที่ต้องการถึงแม้จะอยู่กลางแจ้งที่มีแสงแดดจัด



ภาพที่ 2-8 ใวนิลหลังดำ
 (http://inkjetthai.com/?page_id=1015, <https://lannamedia.co.th/blog/vinyl.html>)

คุณสมบัติของวัสดุไวนิล

ไวนิล คือ พลาสติกลักษณะชนิดพิเศษมีส่วนผสมระหว่างพลาสติกคุณภาพสูงรวมกับสารเพิ่มประสิทธิภาพต่าง ๆ เช่น สารเพิ่มความทนทานต่อแสงแดด สารเพิ่มความแข็งแรงทนทานต่อแรงกระแทก สารเพิ่มความทนทานต่อสภาวะอากาศ และสารเพิ่มความทนทานความร้อน ไวนิลนอกจากจะทนทานต่อแสงแดดรังสียูวีและสภาวะอากาศที่เปลี่ยนแปลงแล้วยังเป็นวัสดุที่ไม่มีปัญหาเรื่องปลวกหรือแมลงกัดเจาะ การผุกร่อนหรือบิดงอ การเกิดสนิม การรั่วซึมของน้ำฝน ไม่ติดไฟ และยังช่วยลดการสิ้นเปลืองพลังงานอีกด้วย จึงนิยมนำมาใช้ผลิตอุปกรณ์ใช้งานกลางแจ้งได้เป็นอย่างดี โดยพลาสติกไวนิลหรือโพลีเมอร์สังเคราะห์นี้จะเคลือบทับเส้นใยสังเคราะห์ที่สานกันเป็นตาราง

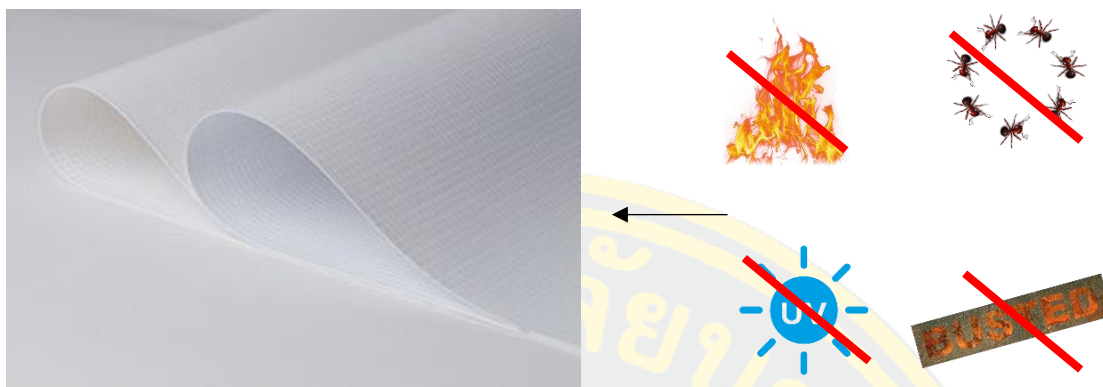


ภาพที่ 2-9 คุณลักษณะของวัสดุไวนิล

จากการศึกษาองค์ประกอบของคุณสมบัติวัสดุจากผ้าไวนิลมีอยู่ 3 ประเภท คือ

1. เส้นใยสังเคราะห์ เรียกว่า Polyester หรือ โพลี
2. Polyvinyl Chloride (PVC) เป็นพลาสติกที่สามารถแปรเปลี่ยนคุณสมบัติได้
3. Eco Solvent คือ หมึกพิมพ์ใช้น้ำมันที่ใช้งานพิมพ์ที่มันเงาโดยไม่ต้องเคลือบ

มีความคงทนยึดติดแน่น



ภาพที่ 2-10 คุณลักษณะของวัสดุไวนิล
(<https://www.octopus.co.th/>)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์ สาขาวิชาวิศวกรรมอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (2556) ได้กล่าวว่า PVC เป็นพลาสติกที่สามารถแปรเปลี่ยนสมบัติได้ โดยการเติมสารเคมีปรุงแต่ง (additives) ต่าง ๆ เช่น plasticizer, modifier และ fillers ทำให้ PVC นิยมใช้ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ มากกว่าอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ โดย PVC มักใช้ในรูปแบบของขวด ฟิล์ม และแผ่น แม้ว่าครั้งหนึ่งเคยมีข่าวจะให้เลิกใช้ PVC ในบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากมีสารตกค้างของไวนิลคลอไรด์ ซึ่งอาจก่อให้เกิดมะเร็งได้ แต่วิวัฒนาการทางการผลิตในปัจจุบัน ทำให้สามารถผลิต PVC ที่มีไวนิลคลอไรด์ตกค้างน้อยกว่า 1 ส่วนในล้านส่วน (Ppm) ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจาก PVC นี้ปลอดภัยสำหรับใช้เป็นบรรจุภัณฑ์อาหารในแง่ของการผลิตฟิล์ม PVC จะผลิตยากกว่าฟิล์ม PE หรือ PP จุดเด่นของฟิล์ม PVC คือ ทนต่อน้ำมันและกันกลิ่นได้ดี ใส แข็งแรงทนทานต่อการเสียดสี ในขณะที่ความต้านทานต่อการซึมผ่านของความชื้นอยู่ในขั้นปานกลาง

อุณหภูมิใช้งานของ PVC ไม่เกิน 90 องศาเซลเซียส และถ้าอุณหภูมิการใช้งานเกินกว่า 137 องศาเซลเซียส จะเริ่มเปลี่ยนคุณภาพ ขวด PVC สามารถใช้แทนที่ขวดแก้ว เนื่องจากเบากว่า และแตกไม่แตก แต่ในระยะหลังถูกแย่งตลาดโดยขวด PET เนื่องจากเหตุผลทางด้านสิ่งแวดล้อม ดังได้กล่าวมาแล้ว

สรุปเนื้อหาจากเอกสารเกี่ยวกับป้ายโฆษณาได้ว่า ป้ายคัทเอาต์ขนาด 120x240 cm. จะเรียกว่าป้ายกองโจร (Street Cutout) ป้ายคัทเอาต์ที่เราพบเห็นทั่วไปตามถนนสายหลักก็ เช่น ป้ายหาเสียงเลือกตั้ง ป้ายโปรโมชันตามห้างร้านต่าง ๆ รวมทั้งป้ายโครงการหมู่บ้านและคอนโดมิเนียม

วัสดุหลักของป้ายส่วนมากจะพิมพ์ไวนิลด้วยหมึกคุณภาพสูงนำไปติดตั้งตามจุดที่กำหนด เช่น ริมถนน ในส่วนคุณสมบัติที่เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อกระทบต่อการใช้งาน ในเนื้อหาแสดงถึง คุณสมบัติที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้ไม่เกิน 90 องศา ของพลาสติกโพลีไวนิลคลอไรด์ ซึ่งในประเทศไทย เป็นเมืองร้อนจึงได้มีผลการทดสอบได้ว่า เมื่อนำผลิตภัณฑ์ใส่ไว้ในรถสีค่าที่จอดตากแดดนานกว่า 4 ชั่วโมง และผลการทดลองที่ได้ คือ คุณสมบัติภายในรถจะอยู่ที่ประมาณ 60-65 องศา ซึ่งแสดงว่า ถ้าเรานำเอาผลิตภัณฑ์จากป้ายไวนิลโฆษณาไปวางไว้ในรถก็ยังไม่ถึงองศาที่อาจเป็นอันตรายต่อ ผู้ใช้ได้นั่นเอง

ขนาดของป้ายโฆษณา

ทางโรงงานผู้ผลิตแต่ละยี่ห้อจะมีขนาดสเปคของไวนิลแต่ละประเภท เราต้องเลือกใช้ให้ เหมาะกับงาน การเลือกใช้ไวนิลเหมาะสมกับการใช้งานนั้นทำให้เราใช้ประโยชน์ได้เต็มที่

ความถี่และความหนาของเส้นใยในผืนไวนิล เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ต้องเลือกใช้ให้เหมาะสม ต่อให้ความหนามาก น้ำหนักกรัมต่อตารางเมตรสูงก็ไม่ได้แปลว่าจะแข็งแรงเสมอไป ความถี่และ ความหนาของเส้นใยก็เป็นอีกส่วนที่สำคัญมากที่เป็นตัวบ่งบอกถึงคุณภาพของป้ายไวนิล ป้ายไวนิล คุณภาพเนื้อดี ป้ายไวนิลทนทาน อายุการใช้งานยาวนานไม่กรอบแตกไว ก็สามารถเช็ดจากตรงนี้ได้ ด้วย ยิ่งถ้าป้ายมีขนาดใหญ่ ๆ เส้นต้องยืงหนาและถี่มาก ในท้องตลาดเริ่มต้นความหนาที่ 200x300 ไปจนถึง 500x500 หรือ 1000x1000 ก็มี และความถี่เส้นเริ่มต้นที่ 12x13 เส้นต่อนิ้ว ไปจนถึงระดับ 23x23 เส้นต่อนิ้ว



ภาพที่ 2-11 ความถี่เส้นผ้าไวนิล 19x8 เส้นต่อนิ้ว

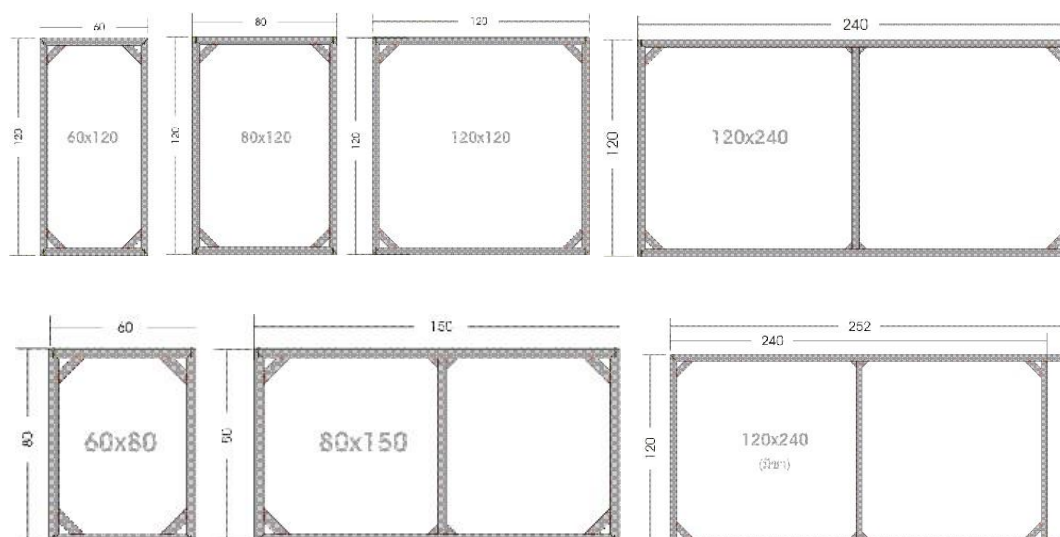
- Weight คือ น้ำหนักต่อตารางเมตร จะมีหน่วยเป็นกรัม ตัวอย่างเช่น 360 g/m² หมายถึง ไวนิลมีน้ำหนัก 360 กรัมต่อตารางเมตร

- Width คือ หน้ากว้างของไวนิล จะเริ่มตั้งแต่ 0.92, 1.22, 1.32, 1.52, 1.82, 2.22, 2.52, 2.82, 3.20 m. ถ้าชิ้นงานกว้างกว่านี้จะต้องมีเชื่อมต่อชิ้นงานด้วยความประณีต มีทั้งเทคนิคการร้อยกาวเย็น เครื่องซีม (Seam) ไวนิลด้วยลมร้อน เป็นต้น
- Base Material คือ เมล็ดพลาสติกที่นำมาทำไวนิล โดยส่วนใหญ่จะทำจากโพลีเอสเตอร์ (Polyester) ประคบหน้าหลัง โดยตรงกลางเป็นเส้นใยที่จับแผ่นเมล็ดพลาสติกไว้ด้วยกัน เพื่อให้เกิดความแข็งแรงของวัสดุ
- Surface คือ ประเภทของผิวหน้าไวนิล ส่วนใหญ่จะเป็น Glossy ที่นิยมที่สุด Matte มีความนิยมน้อยกว่า

รายการ/quantity	size/ขนาด	ราคาไม่รวมโครงไม้	ราคารวมโครงไม้
ไวนิล 200 แผ่น	1.2x2.4	155.-	265.-
ไวนิล 500-1,000 แผ่น	1.2x2.4	145.-	235.-
ไวนิล 200 แผ่น	1.2x1.2	100.-	180.-
ไวนิลดอกรตราไก่พร้อมเชือก	1.2x1.0	100.-	-
ฟิวเจอร์บอร์ดพร้อมติดสติกเกอร์	27.9x42 cm	100.-	-

ภาพที่ 2-12 ตารางราคาผลิตป้ายหาเสียงในปี 2019

(www.reviewcee9.com)



ภาพที่ 2-13 ขนาดป้ายไวนิลที่ติดเฟรมไม้มาตรฐาน

(<https://sites.google.com/site/framemai/gallery>)

การสำรวจและหาข้อมูลวัสดุเหลือใช้จากป้ายโฆษณาไว้นิลในพื้นที่ตำบลแสนสุข

วัสดุเหลือใช้จากป้ายโฆษณาในพื้นที่สาธารณะ จัดอยู่ในประเภทขยะทั่วไป (General waste) ประเภท ขยะแห้ง (Rubbish) สิ่งเหลือใช้ที่มีความชื้นอยู่น้อยจึงไม่ก่อให้เกิดกลิ่นเหม็น ขยะชนิดนี้นั้นไม่เกิดการเน่าเหม็น แต่จะทำให้เกิดความไม่เป็นระเบียบต่อวิสัยทัศน์ ปกติแล้วจะไม่มีอันตราย

เป็นขยะทั่วไปจากโรงงาน (Industrial refuse) ที่มีอันตรายน้อยจำแนกตามพิษภัย ที่เกิดขึ้นกับมนุษย์และสิ่งแวดล้อม และเป็นขยะมูลฝอยประเภทที่เผาไหม้ได้

ขยะทั่วไป เป็นขยะที่นอกเหนือจากประเภทขยะย่อยสลาย ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย มีลักษณะที่ย่อยสลายยาก ห่อพลาสติกใสขุ่นมัว ถุงพลาสติกบรรจุผงซักฟอง กระสอบใส่ปูนซีเมนต์ เป็นต้น

แบ่งตามประเภทของขยะแห้งเป็นขยะทั่วไปที่ยังสามารถเลือกวัสดุที่ยังมีประโยชน์ นำกลับมาใช้ได้ อีก ด้วยการคัดแยกผ้าไว้นิลกับโครงสร้าง ไม้ออกจากกันหรือไม่คัดแยกก็ตาม ซึ่งสามารถช่วยลดปริมาณขยะที่ต้องนำไปทำลายลงหรือนำส่วนที่ใช้ประโยชน์ไปขายก็จะทำรายได้ กลับคืนมาหรือประยุกต์ใช้ในรูปแบบต่าง ๆ

1. ขนาดและวัสดุของป้ายโฆษณา

การสำรวจจากศูนย์เทศบาลเมืองแสนสุข เป็นสถานที่เก็บรวบรวมป้ายโฆษณาหาเสียงเลือกตั้งและการโฆษณาไว้นิล ได้คัดแยกวัสดุจากป้ายโฆษณาโดยเฉลี่ยร้อยละ 90 จำนวน 2 ประเภท ได้แก่

1.1 ไวนิลทึบแสงหลังขาว ขนาดความถี่ 19x8 เส้นต่อนิ้ว ขนาด 120x220 เมตรต่อผืน



ภาพที่ 2-14 ไวนิลทึบแสงหลังขาว ขนาด 120x220 เมตรต่อผืน

1.2 วนิลทึบแสงหลังคำ ขนาดความถี่ 19x8 เส้นต่อนิ้ว ขนาด 120x220 เมตรต่อผืน



ภาพที่ 2-15 วนิลทึบแสงหลังคำ ขนาด 120x220 เมตรต่อผืน

ปกติแล้ววัสดุวนิลเหลือใช้จากป้ายโฆษณาเหล่านี้ทางบริษัทที่รับทำป้ายเมื่อครบกำหนดที่ติดตั้งแล้วก็จะนำมาเก็บไว้ตามโรงงานหรือให้ตามร้านอาหารตามริมทาง โดยลงสำรวจในพื้นที่ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี คือ สถานที่ ศูนย์เทศบาล เทศบาลเมืองแสนสุข จังหวัดจังหวัดชลบุรี



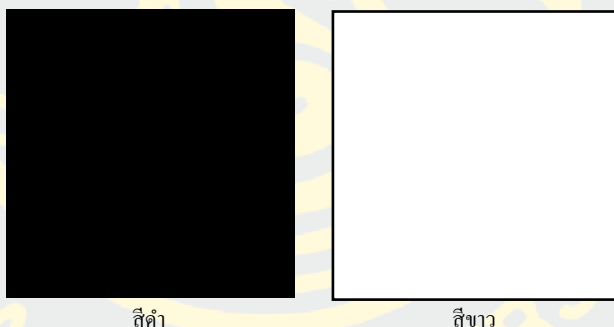
ภาพที่ 2-16 ศูนย์เทศบาล เทศบาลเมืองแสนสุข จังหวัดจังหวัดชลบุรี

2. รูปทรงและสีของป้ายโฆษณา

พบว่าสีและรูปทรงบนป้ายโฆษณานั้นมีรูปแบบที่คละกัน คละสี คละลาย คละขนาดต่าง ๆ โดยสีของรูปแบบบนป้ายไม่สามารถระบุได้ว่ามีปริมาณสีใดมากที่สุด เนื่องจากขึ้นอยู่กับคำสั่งผลิตของผู้บริ โภค ซึ่งมีความหลากหลายของสีตามอัตลักษณ์ขององค์กรนั้น แต่สีหลักที่มี คือ สีขาวและสีดำ ในส่วนของรูปทรงนั้นมีความคล้ายคลึงกันอยู่บ้างบนป้ายโฆษณา เช่น ตัวอักษร เส้นต่าง ๆ เป็นต้น

โทนสีป้ายโฆษณาจากการสำรวจได้ ดังนี้

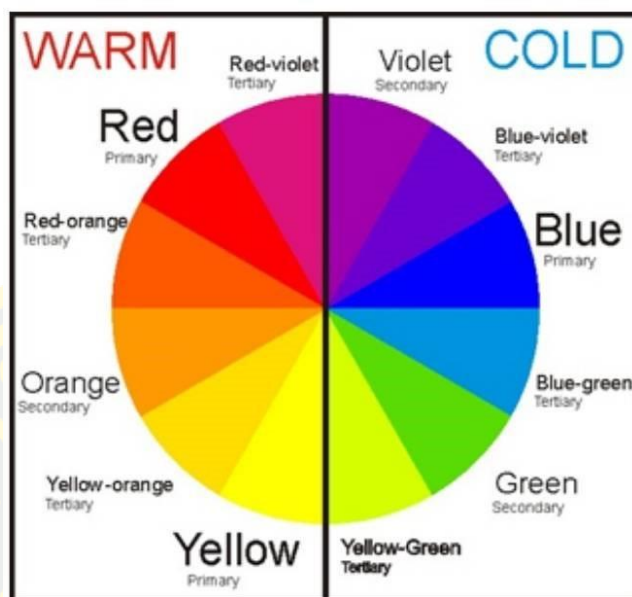
2.1 โทนสีหลัก คือ สีดำและสีขาวถือเป็นสีพื้นฐานของการออกแบบงาน โฆษณา สีดำเป็นสีที่ไม่สะท้อนแสงที่สเปกตรัมสะท้อนออกมา วัตถุสีดำจะดูดกลืนทุกสีในสเปกตรัม จึงไม่สะท้อนสีใด ๆ ออกมาเลย แล้วยังมีผลต่อป้ายโฆษณาในเรื่องการผลักร่วมต่างให้เด่นชัดมากขึ้น ในส่วนสีขาวเป็นสีที่สามารถสะท้อนแสงตอนกลางคืนได้แล้วยังช่วยทำให้อักษรในงานโฆษณานั้น โดดเด่นด้วย



ภาพที่ 2-17 โทนสีหลัก

การสร้างพลังจากพื้นสีขาว คือ การใช้ที่ว่างหรือพื้นหลังมาเป็นพลังในการทำโฆษณา อาจทำได้ด้วยการวางสินค้าของคุณบนพื้นหลังสีขาวที่จะทำให้ผู้พบเห็นสนใจในสินค้า หรือสามารถมองเห็นสินค้าได้อย่างชัดเจน โดยไม่มีองค์ประกอบใด ๆ มาบดบังที่จะส่งผลให้สินค้าดูมีพลังมากขึ้น หรือจะเป็นการใส่จินตนาการลงบนพื้นหลังสีขาว เพื่อสร้างโฆษณาที่สร้างสรรค์และสามารถสื่อถึงสินค้าได้อย่างชัดเจนก็สามารถทำได้เช่นกัน (am2bmarketing, 2560)

2.2 โทนสีรอง คือ โทนสีร่วมหรือโทนสีอื่น ๆ ที่ใช้บนป้ายโฆษณาใส่ในองค์กรต่าง ๆ จะมีลักษณะเฉพาะตัวที่ส่งผลต่อจิตวิทยาของผู้บริโภคด้วยโทนสี ดังนี้



ภาพที่ 2-18 โทนสีในงานโฆษณา

(<https://www.ivorytower.co.th>)

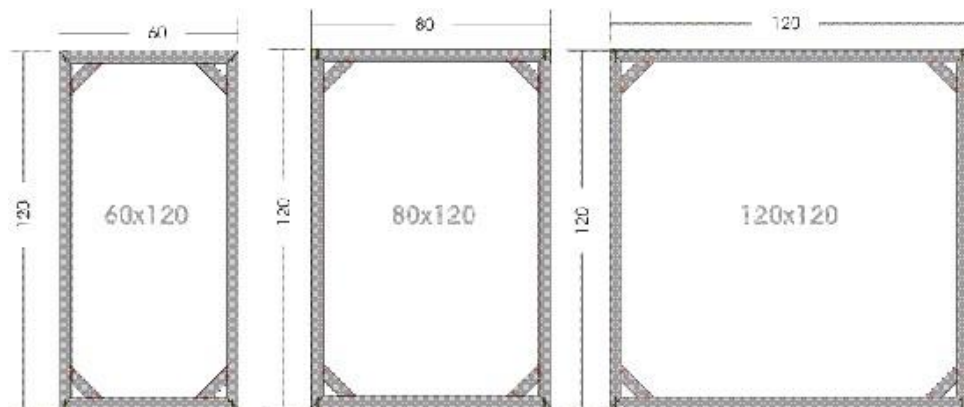
สีโทนร้อน (warm tone) ส่งผลถึงความร้อนแรง ตื่นเต้น กระฉับกระเฉง เช่น สีส้ม สีแดง สีม่วงแดง จึงเหมาะกับงานโฆษณาที่มีวัตถุประสงค์ที่ต้องการนำเสนอถึงความร้อนแรงและน่าสนใจ อาทิ ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด ก็ควรใช้โทนสีเหลืองส้มเป็นองค์ประกอบหลัก เป็นต้น

สีโทนเย็น (cool tone) ส่งผลถึงความรู้สึกสดชื่น เย็นสบาย สุขุม เช่น สีเขียวเหลือง สีเหลือง สีน้ำเงิน จึงเหมาะกับงานโฆษณาที่สื่อถึงความเย็นสบาย สดชื่น เยียบสงบ อาทิ งานโฆษณาผลิตภัณฑ์แป้งเย็น เป็นต้น

สีเหลือง และสีม่วง เป็นสีที่ให้ความรู้สึกกลาง ๆ คืออยู่โทนร้อนก็ได้ โทนเย็นก็ได้

รูปทรงบนป้ายโฆษณาจากการสำรวจและหาข้อมูลได้ ดังนี้

1. Layout คือ รูปทรงรอบนอกจะเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมที่หลากหลายโดยขึ้นอยู่กับสถานที่และตำแหน่งในการติดตั้งป้ายโฆษณา

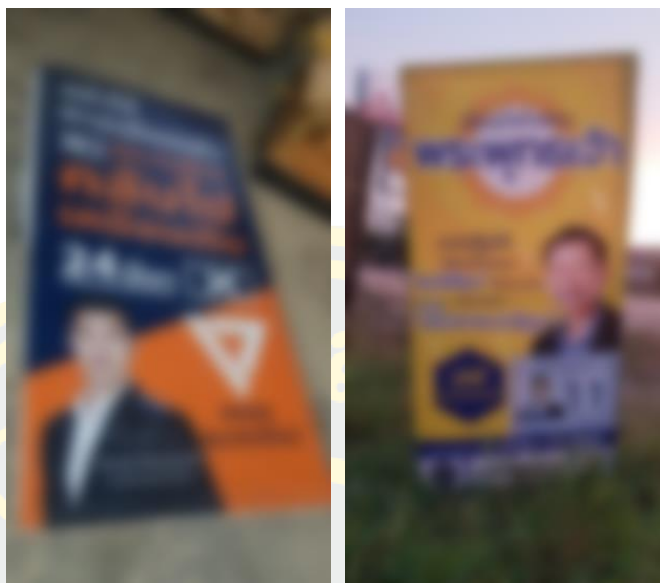


ภาพที่ 2-19 ขนาดป้ายไว้นิลที่ติดเฟรมไม้มาตรฐาน
(<https://sites.google.com/site/framemai/gallery>)



ภาพที่ 2-20 ตัวอย่างป้ายโฆษณารูปทรงสี่เหลี่ยมต่าง ๆ

2. รูปทรงอินทรีย์ คือ การใช้ภาพที่สมจริงทำโฆษณาในรูปแบบการใช้รูปภาพที่สวยงามคมชัด เพื่อสื่อสารทั้งอารมณ์ ความรู้สึก รวมไปถึงความหมายที่ผู้ทำโฆษณาต้องการจะสื่อสารโดยไม่จำเป็นต้องใช้ตัวหนังสือเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งถือเป็นการใช้ภาพเล่าเรื่องให้หน้าสนใจ เช่น ภาพคน ภาพสัตว์ ภาพต้นไม้ เป็นต้น



ภาพที่ 2-21 ตัวอย่างป้ายโฆษณาหาเสียงที่มีรูปทรงอินทรีย์

3. รูปทรงเรขาคณิตสองมิติ สามารถนิยามขึ้นได้จากเซตของจุด (Point) หรือจุดยอด (Vertex) กับเส้นตรง (Line) ที่เชื่อมโยงจุดเหล่านั้นอย่างต่อเนื่องเป็นลูกโซ่ปิด ตลอดจนจุดที่อยู่ภายในรูปร่างที่เป็นผลลัพธ์ รูปร่างเช่นนั้นเรียกว่ารูปหลายเหลี่ยม (Polygon) เช่น รูปสามเหลี่ยม รูปสี่เหลี่ยม รูปห้าเหลี่ยม ฯลฯ รูปร่างนอกเหนือจากนี้อาจมีขอบเขตเป็นเส้นโค้ง เช่น รูปวงกลมหรือรูปวงรี เป็นต้น (Kendall, 1984)

ส่วนใหญ่รูปทรงเรขาคณิตในงานป้ายโฆษณาจะแบ่งได้ ดังนี้

3.1 รูปทรงตัวอักษร (Front) ทำให้ความหมายของโฆษณาถูกถ่ายทอดออกมาอย่างเข้าใจง่าย ผู้ชมสามารถเข้าใจความหมายที่ต้องการจะสื่อได้ทันทีเมื่อพบเห็น โดยการทำโฆษณาในรูปแบบนี้สามารถใส่ความคิดสร้างสรรค์ลงไปเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับโฆษณามากขึ้นอย่าง การขีดฆ่า การปิดทับ การบดบัง หรือการทำอะไรสักอย่างกับข้อความที่จะทำให้ความหมายของโฆษณาชัดเจนมากขึ้น การใช้ฟอนต์หนา ๆ เพื่อเรียกร้องความสนใจ วิธีทำก็คือปรับฟอนต์ให้หนาและใหญ่เพื่อเรียกร้องความสนใจในแต่ละข้อความที่คุณต้องการจะเน้น ซึ่งการทำโฆษณารูปแบบนี้ อาจดูเรียบง่าย แต่ข้อความที่ใส่ลงไปต้องทำให้โดนใจ เพื่อให้ผู้พบเห็นเข้าใจในสิ่งที่ผู้ทำโฆษณาต้องการจะบอกและเกิดความรู้สึกดีกับโฆษณาหรือแบรนด์เจ้าของโฆษณามากขึ้น (am2bmarketing /)



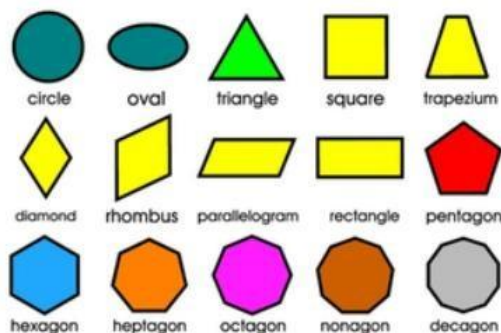
ภาพที่ 2-22 ตัวอย่างตัวอักษรบนป้ายโฆษณา



ภาพที่ 2-23 ตัวอย่างตัวอักษรบนป้ายโฆษณา

3.2 รูปทรงสัญลักษณ์ (Symbol) เป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญในการสร้างตราสินค้าบนป้ายโฆษณาที่ใช้แทนความหมายของอีกสิ่งหนึ่ง หรือถ้าจะกล่าวให้ลึกลงไปอีก สัญลักษณ์หมายถึง วัตถุ อักษร รูปร่าง หรือสีสันทัน ซึ่งใช้ในการสื่อความหมายหรือแนวความคิดให้มนุษย์เข้าใจไปในทางเดียวกัน อาจจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้ ในทางปรัชญามักมีคำนิยามว่า ทุกสิ่งทุกอย่างในธรรมชาติ หรือแม้ในจักรวาล สามารถแทนได้ด้วยสัญลักษณ์ทั้งสิ้น

สัญลักษณ์บนงานป้ายโฆษณาส່วนมากจะใช้รูปทรงเรขาคณิตพื้นฐานในการออกแบบ ดังนี้



ภาพที่ 2-24 รูปทรงสัญลักษณ์พื้นฐานบนป้ายโฆษณา

(<https://prapasara.blogspot.com/2016/12/blog-post.html>)

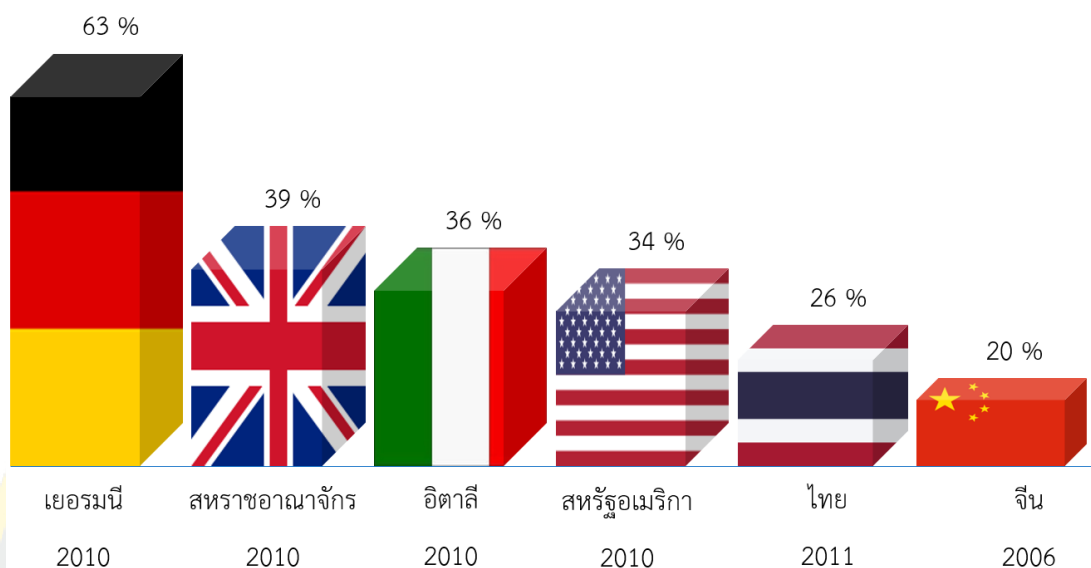
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการนำขยะทั่วไปกลับมาสร้างมูลค่า (Upcycling)

ขยะทั่วไปที่ถูกลบออกจากแหล่งกำเนิดประเภทต่าง ๆ จะมีส่วนประกอบแต่ละอย่างของขยะที่แตกต่างกันมีส่วนประกอบของขยะหลายอย่างที่สามารรถนำกลับมาใช้ประโยชน์ ดังจะเห็นได้จากมีกระบวนการรับซื้อขยะในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เศษกระดาษ ขวดแก้ว เศษโลหะ เป็นต้น และในปัจจุบันยังได้มีการรับซื้อขยะชิ้นใหญ่โดยการใช้อุปกรณ์ทุกขนาดเล็กเล่นไปตามบ้านพักอาศัยเพื่อขอรับซื้อตู้เย็นเก่า พัดลมเก่า แม้แต่ที่นอนหมอนเก่า การนำส่วนประกอบของขยะกลับมาใช้ประโยชน์นี้ถือเป็นการจัดการขยะอีกวิธีการหนึ่งเป็นการช่วยลดปริมาณขยะอีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ไว้ ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติในทางอ้อมอีกด้วยการนำขยะกลับไปใช้ประโยชน์

ปัจจุบันการพัฒนาเมืองและระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ เป็นไปเพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของประชากรในสังคมซึ่งในขณะเดียวกันปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นรอบด้าน รวมทั้งภัยพิบัติ ทางธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟป่า พายุเฮอริเคน พายุหิมะพัดถูด และอุณหภูมิที่ร้อนจัดทำให้ผู้คนต้องคำนึงถึงการพัฒนาสังคมที่ควบคู่ไปกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสภาพภูมิอากาศ

นักวิชาการ นักออกแบบ นักการเมือง และกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคมจึงได้เสนอความคิดในการพัฒนารูปแบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่หลากหลาย โดยบางรูปแบบอาจทำทลายต่อการนำไปปฏิบัติจริงแต่อย่างไรก็ตามแนวความคิดต่าง ๆ ล้วนเป็นไปเพื่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งสิ้น โดยเฉพาะก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งถูกลบออกจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ เช่น การคมนาคม การขนส่ง การกำจัดของเสีย และการใช้พลังงานในอาคาร เป็นต้น จนนำไปสู่แนวคิดเรื่องการพัฒนาสู่สังคม 3RS (3R Society) (สิงห์ อินทรชูโต, 2557)

อัตราการรีไซเคิลขยะภาคครัวเรือน



ภาพที่ 2-25 อัตราการรีไซเคิลขยะภาคครัวเรือน

1. สังคม 3RS

สังคม 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) คือ สังคมที่เน้นการลดการใช้ทรัพยากรโดยการยืดอายุการใช้งานของสิ่งที่มีอยู่แล้วโดยวิธีการหมุนเวียนของเสียกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) เพื่อเป็นการลดของเสียทั้งยังเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งในสังคมดังกล่าวจะมีการนำวัสดุที่ถูกสกัดออกมาแล้วใช้ใหม่ในกระบวนการผลิตด้วยการปรับแต่งวัสดุเดิมให้กลายเป็นวัตถุดิบหรือเป็นพลังงานสำหรับกระบวนการผลิตอื่น ๆ ต่อไป จนเรียกได้ว่าเป็นสังคมที่นำวัสดุหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งจะเห็นได้ชัดเจนว่า สังคมเช่นนี้มีการใช้วัสดุรีไซเคิลในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สูงเน้นการใช้วัสดุซ้ำในกิจกรรมต่าง ๆ และมีมาตรการประหยัดพลังงานที่มีประสิทธิภาพตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์และบริการตั้งแต่การสกัดวัตถุดิบ การออกแบบการผลิต การใช้งาน และการกำจัด



ภาพที่ 2-26 การประเมินผลวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์

(<http://greenstylethailand.com/?p=3998>)

สำหรับในประเทศไทยซึ่งมีหลักเศรษฐกิจพอเพียงในการพัฒนาประเทศหากต้องการพัฒนาเข้าสู่สังคม 3Rs สามารถทำได้โดยเริ่มจากการลดขยะทั่วไปหรือขยะมูลฝอยภายในชุมชน และจัดทำธนาคารขยะ รวมไปถึงการลดวัสดุเหลือทิ้งจากภาคอุตสาหกรรม และเริ่มต้นการหมักขยะอินทรีย์ จากกองขยะตกค้าง เพื่อผลิตก๊าซมีเทนใช้งานซึ่งการพัฒนากิจกรรมเหล่านี้ให้แพร่หลายและเป็นระบบ จะทำให้ประเทศไทยลดการสูญเสียทรัพยากรลงได้อย่างมหาศาล (สิงห์ อินทรชูโต, 2557)

แนวทางการพัฒนาสู่สังคม 3Rs

1. ในขั้นตอนการออกแบบและการผลิตเน้นการประหยัดวัตถุดิบ (ซึ่งรวมถึงรถยนต์ต่าง ๆ ในกระบวนการผลิต) โดยคำนึงถึงความคงทนของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ยังออกแบบเพื่อการถอดประกอบปรับเปลี่ยนชิ้นส่วนเพื่อลดการทิ้งผลิตภัณฑ์ทั้งชิ้นเมื่อชำรุด
2. ภาครัฐใช้นโยบายจัดซื้อจัดจ้างงานบริการและผลิตภัณฑ์หรือวัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement) และเป็นผู้ดำเนินการปฏิบัติ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้สังคมเกิดการผลิตและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Manufacturing & Consumption)
3. การจัดการวัสดุและการนำกลับมาใช้เป็นขั้นตอนสำคัญ โดยผู้บริโภคควรมีข้อมูลการทิ้งสิ่งของใช้แล้วหรือสิ่งของที่ไม่ต้องการ รวมทั้งมีข้อมูลด้านพื้นที่ที่เก็บรวบรวมของเหลือใช้เหล่านี้ เพื่อนำกลับมาสู่กระบวนการรีไซเคิล
4. การกำจัดขยะขั้นตอนสุดท้าย (หลังขั้นตอนรีไซเคิลแล้ว) คือ การนำไปใช้เป็นเชื้อเพลิงและฝังกลบซีเมนต์เพื่อป้องกันมลภาวะ และการแพร่กระจายของสารต้องห้ามอย่างเหมาะสม

ความหมายของการสร้างมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้

สฤณี อาชวานันทกุล ได้เรียบเรียงบทความ: “จากอู่อสู่อู่อู” (Cradle to Cradle) สู่วิถีทุนนิยมหลัง ไว้ว่า Upcycling หรือกระบวนการแปลงวัสดุเหลือใช้หรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถใช้งานได้ตามหน้าที่เดิมให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพและมูลค่าเพิ่มขึ้น โดยใช้การออกแบบเป็นเครื่องมือสำคัญ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้หลายประเทศและแบรนด์ชั้นนำของโลกใช้เป็นกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ และเน้นการแก้ปัญหาอย่างยั่งยืนที่เคารพในภูมิปัญญาท้องถิ่น

ประโยชน์ของการ Upcycling (ที่มาของบทความ: หนังสือพัฒนาเศษวัสดุอย่างสร้างสรรค์)

1. ลดปัญหาการนำขยะไปฝังกลบ เนื่องจากผลิตภัณฑ์เหลือใช้ที่ไม่ต้องการแล้วส่วนใหญ่จะถูกส่งไปกำจัดที่หลุมฝังกลบ (Landfills) ดังนั้น การ Upcycling จะช่วยหมุนเวียนผลิตภัณฑ์เหลือใช้เหล่านั้นกลับมาใช้งานแทนการฝังหรือเผา

2. ลดการใช้พลังงาน เนื่องจากกระบวนการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่จะสูญเสียพลังงานน้อยกว่าการสกัดวัตถุดิบออกมาจากธรรมชาติ เช่น การนำเศษเหล็กกลับมารีไซเคิลจะใช้พลังงานเพียง 1 ใน 4 ของพลังงานในการผลิตเหล็กจากสินแร่ใหม่ หรือพลังงานที่ประหยัดได้จากการรีไซเคิลแก้วสามารถใช้เปิดไฟ 100 วัตต์ ได้นานถึง 4 ชั่วโมง

3. ลดการใช้ทรัพยากร เนื่องจาก การ Upcycling ถือเป็นกระบวนการนำวัตถุดิบที่มีอยู่แล้วกลับเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของการผลิตสินค้า ดังนั้นจึงสามารถลดการสกัดวัตถุดิบใหม่ออกมาจากธรรมชาติได้ซึ่งมีส่วนช่วยในการบำรุงรักษาและปกป้องธรรมชาติจากการถูกนำไปใช้มากเกินไปทั้งยังช่วยรักษาความสมบูรณ์ของธรรมชาติได้อีกทาง

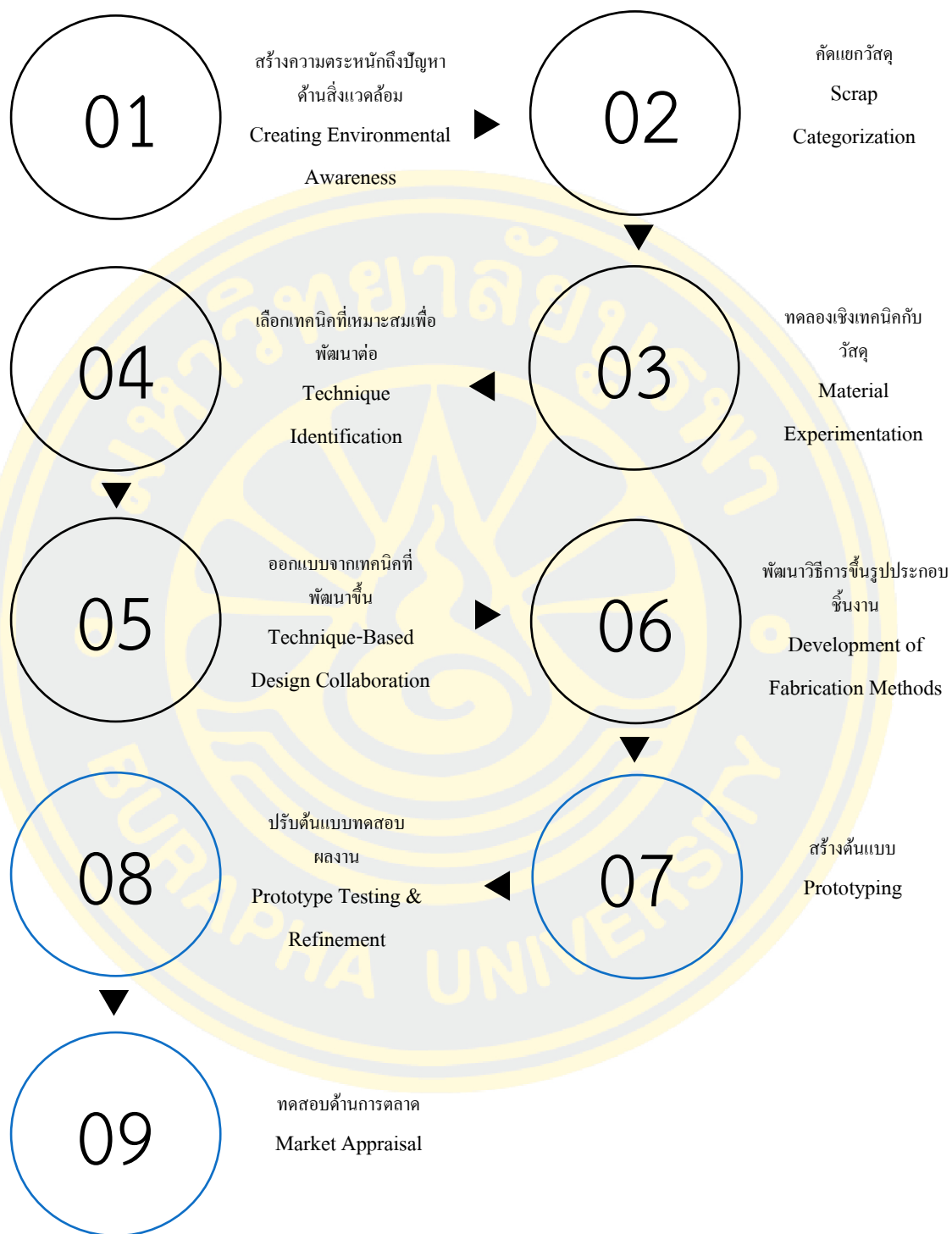
4. สร้างอาชีพและรายได้ ให้อุตสาหกรรมท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์จาก งาน Upcycling ในปี ค.ศ. 2011 สร้างรายได้สูงสุดถึง 14.1 พันล้านดอลลาร์ต่อปีในสหรัฐอเมริกา มีมูลค่าการจ้างงาน 2.7 พันล้านดอลลาร์ต่อปีหรือจ้างงานประมาณ 170,000 คน

กระบวนการออกแบบจากเศษวัสดุเหลือใช้ (Upcycling Process)

กระบวนการออกแบบจากเศษวัสดุ ความหลากหลายทั้งทางด้านขนาดและลักษณะเฉพาะ ทำให้วัสดุที่เหลือจากการผลิตกลายเป็นภาระหนักของผู้ประกอบการและข้อความหลากหลาย ทำให้การควบคุมเศษวัสดุจากการผลิตเป็นไปได้ยากและไม่สามารถนำกลับเข้าสู่กระบวนการผลิตเดิมได้ โดยเฉพาะ โรงงานที่ใช้เครื่องจักรหรือระบบ automation เป็นหลักการจะนำเศษวัสดุกลับมาใช้อีกจึงต้องตรวจสอบระบบการผลิตในโรงงาน และผู้ปฏิบัติงานควบคู่กันไป

เพราะหากใช้วิธีปฏิบัติและกระบวนการแบบเดิมที่คุ้นเคย ย่อมนำไปสู่ผลลัพธ์เดิมที่ไม่สามารถ
แก้ไขปัญหาวัสดุเหลือใช้ได้ ดังนั้นการจะพัฒนาไปสู่กระบวนการเปลี่ยนเศษวัสดุเป็นผลิตภัณฑ์
หรือเป็นวัสดุต้นน้ำอีกครั้ง จึงต้องผสมผสานศาสตร์หลายแขนงและมีขั้นตอนดังต่อไปนี้ (ที่มาของ
บทความ: หนังสือพัฒนาเศษวัสดุอย่างสร้างสรรค์)





ภาพที่ 2-27 กระบวนการออกแบบจากเศษวัสดุ

สรุปข้อมูลจากหลักการเพื่อมูลค่าให้กับสิ่งเหลือใช้ได้ว่า Upcycling เป็นศัพท์ที่ใหม่ในสังคมไทยที่ผ่านมาเรามักจะใช้ Reduce Reuse และ Recycle ในการจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่ง

Upcycling เป็นการผสมผสานระหว่าง Reuse และ Recycle โดยการนำของที่ไม่ใช้แล้วหรือของเหลือใช้ มาออกแบบให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพและมีมูลค่าสูงขึ้น ขณะเดียวกันยังช่วยลดปัญหาการเกิดขยะ ช่วยลดการใช้พลังงาน และการลดใช้วัตถุดิบในธรรมชาติมาใช้และด้านผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

วิลเลียม แมคโดโนห์ (William McDonough) ได้สร้างทฤษฎีของเขาไว้ว่า "งานออกแบบคือ สัญลักษณ์แสดงความมุ่งหมายของมนุษย์" (Design is the first sign of human intention) ดังนั้นนักออกแบบจึงตกเป็นจำเลยที่หนึ่งในข้อหา "ต้นน้ำของขยะ" ไปโดยปริยายแล้วเหตุใดพวกเรา (นักออกแบบ) จึงไม่หยุดสร้างสรรค์ขยะเหล่านี้กันเสียที

Cradle to Cradle (C2C) หรือ แหล่งกำเนิดสู่แหล่งกำเนิด



ภาพที่ 2-28 Biological cycle (ระบบกลไกเชิงชีวภาพ)

(William McDonough)



ภาพที่ 2-29 Technical cycle (ระบบกลไกเชิงเทคนิค) (แหล่งกำเนิดสู่แหล่งกำเนิด Cradle to Cradle)

จากโมเดลของวงจรชีวิตในภาพข้างต้น ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากกรรมชาตินั้น เมื่อนำไปทิ้งในดิน ก็จะสลายตัวเป็นสารอาหารกลับสู่วงจรการผลิตของธรรมชาติได้ใหม่เสมอ

อย่างไรก็ตาม วิถีชีวิตมองว่า มันเป็นไปได้ที่มนุษย์เราจะพึ่งพาแต่กลไกการผลิตในธรรมชาติ สังคมคือ ทรัพยากรทั้งโลกมีพอสำหรับมนุษย์แค่ไม่กี่ร้อยล้านเท่านั้นแต่โลกทุกวันนี้มีสมาชิกหลายพันล้านคน เราจำเป็นต้องอาศัยระบบอุตสาหกรรมการผลิตที่พึ่งพาวัสดุสังเคราะห์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่เราต้องสร้างให้ระบบการผลิตเชิงเทคนิค (Technical cycle) นี้ก่อขยะเกินจำเป็นให้น้อยที่สุด โดยเลียนแบบวงจรการผลิตของระบบของธรรมชาติ (ที่มาของบทความ: Hero of the Planet)

ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างจากสิ่งของเหลือใช้

เนื่องจากการวิจัยฉบับนี้ได้นำวัสดุเหลือใช้จากป้ายโฆษณามาสร้างมูลค่าเพิ่มให้เป็นผลิตภัณฑ์จึงจำเป็นต้องมีการนำข้อมูลและรูปแบบผลิตภัณฑ์จากนักออกแบบที่คล้ายคลึงกันมาเป็นแนวทางเพื่อศึกษาและต่อยอดให้แก่ผู้วิจัยทั้งหมด 2 แนวทาง ดังนี้

บทความจากเซนนอนเซาท์ เว็บไซต์ remadeusa.com ปี 2019 ได้กล่าวว่า เขามีแจ็กเก็ตหนังแนววินเทจที่เขาไม่เคยใส่มานาน เธอได้ประทับใจกับกระเป๋าถือที่ทำและออกแบบมันแบรนด์ Remade USA เริ่มต้นจากการทดลองกับเสื้อแจ็กเก็ตตัวเก่าของเธอเอง กระเป๋าของเราทั้งหมดทำจากวัสดุที่มาจากของเสีย เราผลิตกระเป๋าจากวัสดุที่ถูกทิ้งหรือไม่ใช่แล้วเท่านั้นและมีคอลเล็กชั่น 3 ชุด คือ

1. Remade Readymade ประกอบด้วย กระเป๋าหนังรีไซเคิลที่ทำจากหนังวินเทจที่เราจัดหาเองและของเหลือจากสตูดิโอต่าง ๆ
2. Remade to Order เป็นบริการ upcycling ที่เราใช้หนังที่ส่งถึงเราโดยลูกค้า เพื่อเปลี่ยนเสื้อแจ็กเก็ตส่วนบุคคลของพวกเขาเป็นถุงกระเป๋าเหล่านี้มักจะมีคุณค่าทางอารมณ์ เชื่อมต่อกับช่วงเวลาและสถานที่ในอดีต
3. Shannon South ทำจากหนังใหม่ที่ถูกทิ้งจากอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์



ภาพที่ 2-30 คอลเล็คชั่น #1 Remade Readymade
 (<http://remadeusa.com/product/clutch-no-1-readymade/>)



ภาพที่ 2-31 คอลเล็คชั่น #2 Remade to Order
 (<https://remadeusa.com/made-to-order-recycled-leather-bags/>)



ภาพที่ 2-32 คอลเล็คชั่น #3 Shannon South
 (<https://remadeusa.com/product/shannon-south-painted-wythe-pouch/>)

บทความจากเว็บไซต์ PRONTO Shop ปี 2562 ได้รวบรวมข้อมูลของผลิตภัณฑ์กระเป๋าแฟชั่นจากต่างประเทศที่มีชื่อว่า FREITAG ไว้ว่า สองพี่น้อง FREITAG มองหากระเป๋าสะพายใส่เอกสารสำหรับผู้ชาย หรือ Messenger Bag ที่ดีไซน์ถูกใจ ทนทานและกันน้ำ และพบว่าสินค้าตามตลาดไม่ถูกใจพวกเขา จนกระทั่งไปเห็นผ้าใบคลุมรถบรรทุกในเมืองซูริก สวิตเซอร์แลนด์ จนได้ไอเดียและเป็นแรงบันดาลใจดีไซเนอร์ผ้าใบคลุมรถบรรทุกมาทำกระเป๋าในที่สุด กระเป๋า FREITAG มาจากวัสดุที่ไม่ได้ใช้งานแล้วทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นสายสะพายที่ทำจากเข็มขัดนิรภัย ขอบกระเป๋าที่ทำจากไส้ในล้อจักรยาน และตัวกระเป๋าทำจากผ้าใบคลุมรถบรรทุกที่ต้องผ่านการใช้งานมา 3 ปีขึ้นไป ถ้าน้อยกว่านั้นทางแบรนด์ก็จะไม่เอามาใช้



ภาพที่ 2-33 วัสดุที่นำมาใช้ในกระเป๋า

(<https://www.prontodenim.com/blog/freitag-info-2019/>)

FREITAG ยังได้สร้างคอลเลกชันพร้อมชื่อที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของกระเป๋า FREITAG ได้แก่

1. กระเป๋าสะพาย (BACKPACKS) ขนาด 11.8×4.7×17.7 นิ้ว (ยาว×กว้าง×สูง) มาพร้อมความจุ 19 ลิตร



ภาพที่ 2-34 FREITAG F303 HAZZARD

(<https://www.prontodenim.com/blog/freitag-info-2019/>)

2. กระเป๋าสะพายข้าง (MESSENGER) ขนาด 5.7×6.7×9.8 นิ้ว ความจุ 14 ลิตร



ภาพที่ 2-35 FREITAG F17 JOE

(<https://www.prontodenim.com/blog/freitag-info-2019/>)

3. กระเป๋าสะพายไหล่ (SHOULDER BAGS) ขนาด 11.8×3.5×6.7 นิ้ว (ยาว×กว้าง×สูง)
มาพร้อมกับความจุ 2 ลิตร



ภาพที่ 2-36 FREITAG F41 HAWAII FIVE-O

(<https://www.prontodenim.com/blog/freitag-info-2019/>)

4. กระเป๋าถือ (TOTE BAGS) ขนาด 14.6×3.0×10.2 นิ้ว (ยาว×กว้าง×สูง) ความจุ 10 ลิตร



ภาพที่ 2-37 FREITAG F301 MOSS

(<https://www.prontodenim.com/blog/freitag-info-2019/>)

5. กระเป๋าเดินทาง (TRAVEL BAGS) ขนาด 19.7×13×7.8 นิ้ว (ยาว×กว้าง×สูง) มาพร้อม
กับความจุ 43 ลิตร



ภาพที่ 2-38 FREITAG F512 VOYAGER

(<https://www.prontodenim.com/blog/freitag-info-2019/>)

สรุปข้อมูลจากแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ได้ว่า FREITAG เกิดจากแนวคิดของสองพี่น้องดีไซเนอร์ มาร์คัส และ ดาเนียล ฟรายทาก (Markus and Daniel Freitag) โดยพวกเขาทั้งสองเกิดในครอบครัวแถบชนบท ส่งอิทธิพลให้ทั้งสองใส่ใจสิ่งแวดล้อมและรักธรรมชาติ นอกจากนี้เขายังคัดสรรวัสดุประเภทอื่นมาใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ของเขาด้วย เขาได้คำนึงถึงวัสดุที่จะนำมาใช้งานเสมอในด้านของการใช้งานเป็นหลัก

3. ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์

ระบบการผลิตหัตถอุตสาหกรรม

วีรจักร สุเอียนทรเมธี (2556) กล่าวว่า เป็นการนำแนวคิดและคุณค่าจากหัตถกรรมและการผลิตเชิงอุตสาหกรรมผสมกับทักษะของมนุษย์หรือความงามมาประยุกต์เป็นความงามเอกลักษณ์หรือแนวคิดเฉพาะท้องถิ่นนั้น ๆ ลอกเลียนแบบได้ยากและจะมีเสน่ห์ของแต่ละท้องถิ่นที่ไม่เหมือนกัน โดยมีหลักการ ดังนี้

1. ย้อนกลับคืนสู่ธรรมชาติโดยประสาทสัมผัส (Sense) ของมนุษย์
2. การผลิตไม่เป็นมวลรวมสำเร็จรูปอย่างระบบอุตสาหกรรม แต่ก็พอทำซ้ำได้ โดยแต่ละชิ้นไม่เหมือนกัน 100 % งานมีกลิ่นอายฝีมือและทักษะของมนุษย์
3. วัสดุในการผลิตที่ใช้สามารถนำมาเป็นวัสดุเชิงอุตสาหกรรม หรือ เป็นวัสดุธรรมชาติที่แปรรูปได้ หรือการเลียนแบบผิวตามลักษณะของธรรมชาติ
4. มีลักษณะเชิงอัตลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรม เรื่องเกี่ยวกับความรู้สึก (sensuous) ของนักออกแบบ หรือสะท้อนรากภูมิปัญญาของท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่โดดเด่น เหนือกว่างานรูปแบบอุตสาหกรรม

แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นเอกลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรม

วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร (2548, หน้า 104-105) ได้รวบรวมเอาไว้ว่า ระบบสังคม และวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับผู้บริโภคในสังคมนั้น ๆ และมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมการแสดงออกของผู้บริโภคแต่ละคน โดยปกติผู้บริโภคย่อยจะแสดงพฤติกรรมไปในทางที่สังคมต้องการ เพื่อให้ตนเองได้อยู่ในสังคมนั้นต่อไป ดังนั้นก่อนที่จะทำการออกแบบอะไร นักออกแบบต้องพิจารณา ระบบสังคมของกลุ่มเป้าหมายว่า สังคมนั้นมีพฤติกรรมในการแสดงออก และการอยู่ร่วมกันอย่างไร มีการสร้างขนบธรรมเนียมประเพณีอย่างไร เพื่อสรุปประเด็นมาสร้างสรรค์ผลงานให้เหมาะสมและเกิดการยอมรับ ถ้าวัฒนธรรม คือ จุดสร้างความแตกต่างการใส่จุดเด่นของวัฒนธรรมประจำชาติในงาน ออกแบบผลิตภัณฑ์นอกจากจะทำให้เกิดเอกลักษณ์ทางรูปลักษณ์ที่แตกต่างกันแล้ว ยังเพิ่มมิติคุณค่าทางวัฒนธรรมและความหมายให้กับชิ้นงานด้วยทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกทางความคิดที่มีต่อสินค้าชิ้นนั้น ๆ ต่างกันออกไป การพัฒนารูปลักษณ์ไปสู่ความเป็นสากล ด้านเดียวไม่เพียงพอสำหรับผู้บริโภคในการจดจำสินค้าความเขยิบในการสอดแทรกวัฒนธรรมแบบไทย ๆ ที่สั่งสมกันมานาน น่าจะเป็นทางออกที่ดีในการสร้างเอกลักษณ์ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ของเรา อาจต้องใช้เทคโนโลยี ทางอุตสาหกรรมเข้ามาเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของงานหัตถกรรม ในการทำให้เกิดรูปแบบที่แปลกใหม่ และการใช้งานที่คาดไม่ถึง

ปัจจุบันการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกันเกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่องและได้รับการยอมรับมากขึ้นเป็นลำดับ จนเกิดเป็นแนวทางการออกแบบที่เรียกว่า การไขว้ข้ามของวัฒนธรรม (Cross Culture) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการดำเนินชีวิตของคนหลาย ๆ ชาติมาผสมปนเปกันจนเกิดเป็นความกลมกลืนในรูปแบบใหม่ที่แปลกตาเสน่ห์ลึกลับ ๆ ของการออกแบบตามแนวคิดนี้ คือ ผู้บริโภค จะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่แตกต่างจากวัฒนธรรมที่เคยปฏิบัติอยู่

แนวคิดแผนตรวจสอบของออสบอร์น (Osborn's checklist)

วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร (2548, หน้า 137-145) ได้รวบรวมเอาไว้ว่า เป็นเทคนิคการคิดสร้างสรรค์ของนักคิดสร้างสรรค์ระดับโลก รูนบุกเบิก อเล็กซานเดอร์ ออสบอร์น (Alexander Osborn) เหมาะสำหรับการใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่ต้องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเดิม ๆ ของผลิตภัณฑ์ให้เกิดความแปลกใหม่ด้วยวิธีคิดมุมมองใหม่สู่ความเป็นไปได้ใหม่ โดยแผนตรวจสอบนี้ จะช่วยกระตุ้นให้นักออกแบบคิดในมุมมองใหม่ หากความเป็นไปได้ใหม่ด้วยการตั้งคำถาม แก่คิดใน มุมมองต่าง ๆ ตามกิริยาต่อปัญหาของผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วยแง่มุมที่แตกต่างกัน 9 แนวทาง ได้แก่

1. เอาไปใช้งานอย่างอื่น (Put to other uses) หาหนทางอื่นที่จะใช้ประโยชน์ให้ แตกต่างออกไปจากเดิม แนวคิดนี้เน้นว่าอย่าพอใจในผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่จนพัฒนาไปเรื่อย ๆ
2. ปรับเปลี่ยน (Modify) เปลี่ยนแปลงบางส่วนแต่ควรเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เช่น เปลี่ยนสี เปลี่ยนวัสดุ เปลี่ยนรูปร่าง เป็นต้น
3. ดัดแปลง (Adapt) เปลี่ยนความหมาย เปลี่ยนจุดประสงค์รูปแบบการใช้งาน
4. เพิ่มขยาย (Magnify) เพิ่มความถี่ให้มากขึ้น ทำให้ยึดได้มากขึ้นทำให้สูงขึ้น ทำให้หนาขึ้น ทำให้แข็งแรงขึ้น ทำให้เหนียวขึ้น ขยายส่วนให้ใหญ่ขึ้น เพิ่มส่วนประกอบมากขึ้น
5. ลด หด (Minify) ทำให้ขนาดเล็กลง ทำให้เพียวขึ้น ทำให้เบาลง ทำให้แน่นขึ้น ลดชิ้นส่วนให้น้อยลง แยกชิ้นส่วน หรือการทำงานบางส่วนออกต่างหากใช้วัสดุที่มีราคาสูง
6. แทนที่ (Substitute) ใช้วัสดุอื่นแทนให้กรรมวิธีการผลิตอื่นแทนใช้พลังงานอื่น ๆ แทนใช้ส่วนประกอบอื่น ๆ แทน
7. การจัดใหม่ (Rearrange) จัดส่วนประกอบใหม่ให้แปลกออกไปจากเดิมจัดเรียง ลำดับขั้นตอนการทำงานใหม่ เปลี่ยนสถานที่ใหม่เปลี่ยนจังหวะการทำงานใหม่ ใช้ชิ้นส่วนที่ถ่ายกันได้
8. สลับ (Reverse) ทำให้เกิดผลตรงข้ามกับสิ่งที่เคยเป็น เช่น สลับ กลับด้าน กลับหัว กลับหาง ย้อนกลับ เปลี่ยนขั้ว
9. ผสมรวม (combine) ผสมสิ่งคล้ายหรือใกล้เคียงเข้ารวมกัน ใช้งานหลายอย่างเข้าด้วยกัน รวมเข้ากับผลิตภัณฑ์อื่นการผสมหลาย ๆ แนวคิดเข้าด้วยกัน

แนวคิดรูปแบบที่ถ่ายทอดโดยเฉพาะโครงสร้างที่เด่นและสำคัญ (Form :

Transformation in significant structure)

อารีย์ สุทธิพันธุ์ (2532, หน้า 84) ได้รวบรวมเอาไว้ว่า รูปแบบที่ถ่ายทอดตามลักษณะเด่นนี้ ถือว่าเป็นความฉลาดที่รู้จักใช้ปัญญา รู้จักคิด เลือกสกัด ตัดทอนความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งต้องมี

พื้นฐานความรู้บางส่วนหนึ่งแล้วจึงสามารถเข้าใจได้รูปแบบที่ถ่ายทอดตามลักษณะเด่น โครงสร้างนี้ จะแสดงให้เห็นทราบได้ว่า สำนักหอสมุดกลาง

1. ผู้ถ่ายทอดครูจักเลือกสกัดเอาแต่ส่วนที่สำคัญ คือ การถ่ายทอดอะไรบางอย่างลงใน ชิ้นงานต้องผ่านกระบวนการทางความคิด และการวิเคราะห์ถึงรายละเอียดข้อดี - ข้อด้อยแล้ว จึงนำผลที่ได้ไปผ่านกระบวนการในการสร้างสรรค์ต่อไป
2. ผู้ถ่ายทอดต้องเข้าใจ โครงสร้างสิ่งแวดล้อมและบริบท คือ ผู้ถ่ายทอดต้องมีความ เข้าใจถึงสภาพแวดล้อม โครงสร้างและบริบทของสิ่งที่นำมาสร้างสรรค์ชิ้นงาน
3. ผู้ถ่ายทอดต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและเหตุผลของสิ่งนั้น ๆ ว่ามีความเป็นมา อย่างไรรวมถึงกระบวนการสร้างสรรค์ด้วย
4. ผู้ถ่ายทอดต้องมีความเข้าใจถึงบริบทที่ว่าง คือ จังหวะที่ว่างรวมไปถึงองค์ประกอบ ของสิ่งที่นำมาสร้างสรรค์

แนวคิดความคิดสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์

สกนธ์ ภู่งามดี (2545, หน้า 168-178) ได้รวบรวมเอาไว้ว่า

1. ความหมายของ "ความคิดสร้างสรรค์" ความคิดสร้างสรรค์นั้นเป็นสิ่งจำเป็น ต่อสังคม ในทุกยุคทุกสมัยเพราะเป็นความสามารถพิเศษของมนุษย์ที่ใช้จินตนาการ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ รวมไปถึงสร้างแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เป็นประโยชน์ต่อมนุษย์ เรียกได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นความคิดในรูปของกระบวนการคิดแบบเชื่อมโยงสัมพันธ์กันระหว่างสิ่งเร้ากับสิ่งต่าง ๆ ได้นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงความหมายของความคิดสร้างสรรค์ไว้ ดังนี้

- 1.1 เจ.พี. กิลฟอร์ด (J.P. Guilford) ได้แสดงความเห็นว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็น ลักษณะความคิดที่กว้างไกล เป็นไปได้หลายทิศทางหลายแง่มุม (Divergent Thinking) ซึ่งจะ นำไปสู่กระบวนการคิดสร้างสรรค์ในสิ่งที่แปลกใหม่รวมทั้งจะสามารถค้นพบวิธีการแก้ปัญหาได้ ด้วยเช่นกัน

- 1.2 ซิมป์สัน (Simpson, 1992) ได้แสดงความเห็นว่า ความคิดสร้างสรรค์ คือ การเริ่ม พยายามคิดค้นหาในสิ่งใหม่จากเดิมนับเป็นความสามารถพิเศษของมนุษย์

- 1.3 วิรัตน์ พิชญ์ไพบุลย์ ได้สรุปไว้ว่า ผู้สร้างสรรค์จะสร้างจากความคิดความรู้สึกล้วน กระบวนการทักษะที่ต้องอาศัยความชำนาญพิเศษ จนเกิดผลงานศิลปะที่ตนพอใจและต้องตัดสินใจ เกี่ยวกับเทคนิค วัสดุเครื่องมือ และแก้ปัญหาเกี่ยวกับคุณค่าทางสุนทรียภาพด้วย

- 1.4 ชีระชัย สุขสด (2544, หน้า 70) ได้แสดงความเห็นว่า การสร้างสรรค์เป็นวิถีแห่ง ปัญญาของมนุษย์ ที่ผ่านกระบวนการในการคิดไตร่ตรองแล้วจึงมาปรับปรุงให้เกิดพัฒนาการทั้งนี้ การสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับการออกแบบซึ่งต้องควบคู่กับการปฏิบัติจริง

2. องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ ความคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่เป็นเพียงแค่ความคิดริเริ่มเพียงเท่านั้น จากทฤษฎีของกิลฟอร์ด (Guilford) ได้อธิบายถึงความคิดสร้างสรรค์ว่าเป็นความสามารถทางสมองที่สามารถคิดได้กว้างไกลและหลายทิศทาง แบ่งออกได้ ดังนี้

2.1 ความคิดริเริ่ม (Originality) หมายถึง ความคิดใหม่ที่แตกต่างจากความคิด ปกติ เกิดจากการนำความรู้เดิมเอามาตัดแปลงประยุกต์จนเกิดสิ่งใหม่ ๆ ขึ้น โดยต้องอาศัยความ กล้าคิด กลาง ลองเพื่อทดสอบความคิดของตนควบคู่กับการใช้จินตนาการและความพยายามเพื่อ สร้าง ผลงาน

2.2 ความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) หมายถึง ปริมาณความคิดที่ไม่ซ้ำในเรื่องเดียว ซึ่งมีความสำคัญต่อการแก้ไขปัญหา เนื่องจากการแก้ไขปัญหาหนึ่งต้องค้นหาคำตอบหรือวิธีแก้ไขหลายวิธีและต้องทดลองจนกว่าจะพบวิธีแก้ไขที่ถูกต้องตามต้องการความคิดคล่องแคล่วเป็นความสามารถเบื้องต้นที่นำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์

2.3 ความยืดหยุ่นในการคิด (Flexibility) หมายถึง รูปแบบของความคิดประเภท หนึ่ง เป็นความสามารถในการคิดที่หลากหลายและอิสระสามารถกระจายความคิดได้หลายแง่มุมและมีความยืดหยุ่นในการคิดเปลี่ยนแปลงที่เป็นประโยชน์ต่อการแก้ไขปัญหา

2.4 ความละเอียดลออ (Elaboration) หมายถึง ความพิถีพิถันประณีต ซึ่งเป็นความสามารถในการตกแต่งรายละเอียดและการสังเกตในสิ่งที่คนอื่นมองไม่เห็น

3. ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์

3.1 ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ของวัลลัส (Wallas' Theory) เน้นว่า การจะเกิดความคิดสร้างสรรค์นั้น ต้องใช้สมองทั้งซีกซ้ายและขวา โดยมี 4 ขั้นตอน คือ การเตรียมตัว การครุ่นคิด การเกิดประกายความคิด และการพิสูจน์

3.2 ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ของทย์เลอร์ เน้นว่า ผลของความคิดสร้างสรรค์นั้น ไม่จำเป็นต้องเป็นขั้นสูงสุดและไม่จำเป็นต้องค้นคว้าประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ ที่ยังไม่มีใครคิดมาก่อน หรือไม่จำเป็นต้องสร้างทฤษฎีที่ใช้ความคิดด้านนามธรรมอย่างสูง อธิบายได้ดังนี้ ความคิดสร้างสรรค์เป็นการแสดงออกถึงพฤติกรรมอย่างอิสระเท่านั้น โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยความคิดริเริ่ม ต้องแสดงให้เห็นว่าผู้สร้างสรรค์ไม่ได้เลียนแบบใคร ไม่ซ้ำและมีความแตกต่างจากผู้อื่นต้องเป็นสิ่งที่สามารถนำสิ่งที่คิดไว้มา ปรับปรุงให้เกิดความสมบูรณ์ได้อาจจะสามารถสร้างทฤษฎีหรือหลัก การใหม่ได้ เป็นต้น

3.3 ทฤษฎีของฟรอยด์ ได้กล่าวไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์เริ่มจากความขัดแย้ง แสดงออกโดยพลังจิตใต้สำนึกในขณะที่มีความขัดแย้งเกิดขึ้นนั้นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ จะมีความอิสระ เกิดขึ้นมากมาย แต่คนที่ไม่มีความคิดสร้างสรรค์จะไม่มีสิ่งนี้

แนวคิดหลักการพัฒนาและแก้ไขรูปแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สกนธ์ ภู่งามดี (2545, หน้า 178-179) ได้รวบรวมเอาไว้ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรม ต้องมีการปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขปัญหาในส่วนต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหา ในเรื่อง รูปแบบ ซึ่งหลักในการพัฒนาประกอบไปด้วย

1. การขยายส่วน (Magnify) ได้แก่ การเพิ่มส่วนใหม่แทนที่เดิม
2. การลดส่วน (Minify) ได้แก่ การย่อส่วน การตัดทอนในส่วนที่ไม่จำเป็น เพื่อให้ รูปทรงมีความกะทัดรัดมากกว่าเดิม หรือแก้ปัญหาค่าความเทอะทะของผลิตภัณฑ์ได้
3. การจัดส่วนประกอบใหม่ (Rearrange) ได้แก่ การจัดส่วนประกอบใหม่ให้มีความ แปลกตามากกว่าเดิม
4. การเปลี่ยนแปลง (Modify) ได้แก่ การตัดแปลงบางส่วนของผลิตภัณฑ์
5. การสร้างตรงกันข้าม (Reverse) ได้แก่ การปรับเปลี่ยนในทางตรงกัน ข้ามกับ รูปแบบเดิม
6. การแทนที่ใหม่ (Substitute) ได้แก่ การแทนที่ด้วยสิ่งใหม่ในอัตราส่วนที่ค่อนข้าง มาก จากรูปแบบเดิมโดยใช้วัสดุใหม่หรือกระบวนการผลิตแบบใหม่
7. การรวมตัว (Combine) ได้แก่ การรวมสิ่งที่มีลักษณะคล้ายกันเข้าไว้ด้วยกัน

4. ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า

1. หลักการออกแบบกระเป๋า กระเป๋าหลายรูปแบบ โดยสรุปที่น่าสนใจในการพิจารณาใช้ ในการออกแบบมี ดังนี้

1.1 ประเภทของกระเป๋า ลักษณะของกระเป๋าโดยทั่วไปมีอยู่หลายรูปแบบด้วยกัน แตกต่างกันไป ตามแต่วัตถุประสงค์การใช้งาน ซึ่งโดยทั่วไปสามารถจำแนกตามลักษณะ โครงสร้าง ได้ 3 ประเภท คือ แบบคงรูป, แบบไม่คงรูป และแบบกึ่งคงรูป ซึ่งมีรายละเอียดและลักษณะ ดังนี้

1.1.1 แบบคงรูป

โครงสร้างกระเป๋าเป็น โครงแข็งแรงที่คงรูป ส่วนใหญ่ทำจากวัสดุแข็ง เส้น พลาสติก ABS (Acrylonitrile-Butadiene Styrene) หรือ Fiber Glass ซึ่งสามารถอัดให้เป็น รูปลักษณะตามที่ต้องการและจะคงรูปนั้นตลอดไป กระเป๋าประเภทนี้มีลักษณะแข็งแรงทนต่อ แรงกระแทก กันน้ำได้และทำความสะอาดง่าย ข้อเสีย คือ มีน้ำหนักมาก เป็นรอยขีดข่วนได้ง่าย ราคาแพง เนื่องจากมีขั้นตอนการทำที่ยุ่งยาก



กระเป๋าเอกสาร
(Attached case)

กล่องใส่เครื่องสำอางผู้หญิง
(Cosmetle case)

กล่องใส่หมวก
(Hat box)

ภาพที่ 2-39 แสดงภาพกระเป๋าแบบต่าง ๆ

1.1.2 แบบไม่คงรูป

สามารถถือหรือสะพายบ่าได้ ไม่มีโครงสร้างเสริมความแข็งแรง ไม่สามารถคงรูปทรงตั้งอยู่ได้ วัสดุที่ใช้มักเป็นวัสดุอ่อนมีได้หลายชนิด เช่น ผ้า ผ้าร่ม พลาสติกบาง ฯลฯ สามารถทำรูปทรงได้หลากหลายรูปแบบตามต้องการ โดยมากใช้กับการท่องเที่ยวค้างแรมระยะสั้นหรือใช้ชั่วคราว มีน้ำหนักเบาราคาถูก ผลิตง่าย ทำความสะอาดง่าย แต่มีรูปทรงที่ไม่สวยงาม สกปรกง่าย รับน้ำหนักได้น้อย และวัสดุบางชนิดไม่กันน้ำ



กระเป๋าสะพาย
(Shoulder Bag)



กระเป๋าที่ใช้สายสะพายแบบคดโค้ง
(Kit Bag)



กระเป๋าหรือถุงชายหาด
(Duffle Bag)



กระเป๋าสำหรับใส่เสื้อผ้าชั่วคราว
(Flight Bag)



กระเป๋าถือใส่ของประจำตัว
(Carry-All)



กระเป๋าใส่เสื้อกันขยับแบบพับได้
(Folding Clothes Carries)

ภาพที่ 2-40 แสดงภาพกระเป๋าไม่คงรูปแบบต่าง ๆ

1.1.3 แบบกึ่งคงรูป

เป็นกระเป๋าที่มีรูปทรงค่อนข้างแน่นอน มีลักษณะอยู่ระหว่างกระเป๋า 2 ประเภท ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น มีโครงสร้างที่สามารถทำให้กระเป๋าดั้งอยู่ได้ แต่ไม่เป็นทรงแข็งที่คงรูปถาวรวัสดุที่นำมาใช้มีหลายชนิดทั้งวัสดุยางอ่อนเสริมความแข็งและวัสดุอย่างแข็งที่สามารถคงรูปได้ด้วยตัวเองแต่ไม่มีโครง กระเป๋าประเภทนี้มีน้ำหนักเบา รูปทรงสวยงาม ทำความสะอาดง่าย ถ้าเลือกใช้วัสดุ และวิธีการตัดเย็บ ที่เหมาะสมจะมีความทนทานสูง



กระเป๋าเป้
(Back Pack)

กระเป๋ากลือผู้หญิง
(Cosmetic Tote)

กระเป๋ากีฬา
(Tennis Bag)

ภาพที่ 2-41 แสดงภาพกระเป๋าถึงคงรูปแบบต่าง ๆ

1.2 วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบกระเป๋า วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบ มีหลายแบบหลายชนิด ซึ่งมีความเหมาะสมกับลักษณะของใช้งานที่ต่างกันไป

ซึ่งโดยสรุป ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและน่าสนใจในการพิจารณาเลือกใช้กับผลิตภัณฑ์ที่รายการและรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1.2.1 เส้นพลาสติก เส้นพลาสติกหรือที่เรียกว่าสายรัดพลาสติก PET (PET STRAPPING POLYESTE) มีบทบาทมากขึ้นในการนำมาใช้แทนการจักสานจากไม้ไผ่และวัสดุดิบต่าง ๆ ที่ได้จากธรรมชาติ เส้นพลาสติกเดิมเป็นเพียงสายรัดกล่องบรรจุสินค้า ด้วยมีสีสันสดใส มีคุณสมบัติแข็งแรงทนทานในเวลาต่อมาเส้นพลาสติกจึงมีบทบาทมากกว่าการเป็นสายรัดกล่องบรรจุสินค้า อย่างเช่นการนำไปทำเป็นผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ตะกร้าสาน กระเป๋าสาน ซึ่งเป็นงานฝีมือพื้นบ้านประเภทงานหัตถกรรมจักสานเน้นความละเอียดอ่อนในการผลิตชิ้นงาน

คุณสมบัติของเส้นพลาสติกและเหตุผลที่เลือกเส้นพลาสติก

- เส้นพลาสติก เป็นสินค้าที่มีความคงทนในการใช้งาน พลาสติกเป็นสารประกอบของอินทรีย์ ที่มีการสังเคราะห์ขึ้นมาเพื่อใช้ทดแทน

- วัสดุอุปกรณ์จากธรรมชาติ มีอยู่ด้วยกันหลายชนิด บางชนิดเป็นแบบแข็งตัวถาวร บางชนิดมีการอ่อนตัวเมื่อโดนความร้อน เนื่องจากปัจจุบันวัสดุดิบจากธรรมชาติมีราคาแพงและหายากทำให้มีการเปลี่ยนมาใช้วัสดุทดแทนมากขึ้น

- วัสดุดิบจาก เส้นของพลาสติกสามารถที่เป็นรูปทรง รูปร่างตามความต้องการของเราได้และยังสามารถสร้างสีสันลวดลายของเส้นพลาสติกต่าง ๆ ได้อย่างงดงาม

1.2.2 วัสดุอ่อนนุ่มสำหรับบุ ช่วยลดแรงกระแทกและช่วยให้สัมผัสที่ดี

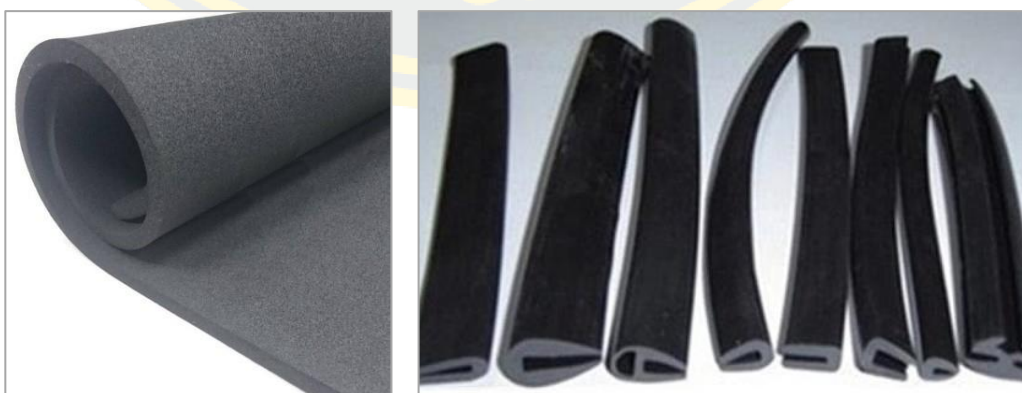
ใยสังเคราะห์ (โพลีเอสเตอร์) มีลักษณะเป็นกลุ่มเส้นใยสีขาว คล้าย ลำลีแต่เส้นใยมากกว่า มีความทนทาน น้ำหนักเบา ระบายความร้อนได้ดี ทำความสะอาดง่าย และยืดหยุ่นตัวได้น้อยกว่าฟองน้ำ ผลิตออกมาในลักษณะของแผ่นเส้นใย ซึ่งสามารถนำมาใช้งานได้สะดวกทันที มีความหนาหลายขนาดให้เลือกตามความเหมาะสม



ภาพที่ 2-42 แสดงภาพใยสังเคราะห์(โพลีเอสเตอร์)

ฟองน้ำ (sponge) โดยทั่วไปมี 2 ชนิด คือ

1. ฟองน้ำยาง มีทั้งชนิดที่ได้จากธรรมชาติและยางสังเคราะห์หรือทั้ง 2 ชนิดผสมกัน ให้ความยืดหยุ่นอย่างต่อเนื่อง ยืดตัวได้ดี สัมผัสดี แข็ง ราคาค่อนข้างสูง



ภาพที่ 2-43 แสดงภาพฟองน้ำยาง

2. ฟองน้ำวิทยาศาสตร์ ใช้กันอย่างกว้างขวาง มีทั้งชนิดแผ่นและชนิดหล่อตามแบบที่ต้องการ (ราคาในการทำแบบหล่อค่อนข้างสูง) อัตราส่วนความหนาแน่นกับความแข็งแรงเปลี่ยนได้ตามสารเคมีแข็งและคืบตัวได้น้อย



ภาพที่ 2-44 แสดงฟองน้ำวิทยาศาสตร์

1.3 วัสดุสายสะพาย

วัสดุผ้า

สิ่งที่ได้จากการนำวัสดุธรรมชาติหรือวัสดุที่สังเคราะห์ขึ้นมาสานหรือทอจนเป็นเนื้อเดียวกัน เช่น ผ้าใยไหม ไนลอน เป็นต้น ประโยชน์ของผ้าคือการนำมาตัดเย็บเป็นเครื่องนุ่งห่มเครื่องใช้ประเภทผ้าต่าง ๆ และในด้านอื่น ๆ เช่น การตกแต่งสถานที่ เป็นต้น วัสดุที่หลักใช้ในการผลิตผ้า ได้แก่ วัสดุจากสัตว์ วัสดุจากพืช แร่ธรรมชาติ และ จากการสังเคราะห์เคมี เป็นต้น



ภาพที่ 2-45 แสดงภาพสายกระเป๋าผ้า

วัสดุหนัง จะมีอยู่ 3 ประเภทหลัก คือ

1. **หนังแท้ (Natural Leather)** คือ หนังสัตว์ทั่วไป เราคงรู้ดี เช่น หนังจิงโจ้ หนังวัว หนังวัวกระทิง ฯลฯ

2. **หนังสังเคราะห์ (Synthetic Leather)** คือ วัสดุหนังที่เกิดจากการสังเคราะห์ขึ้นมา ด้วยกระบวนการทางเคมี หรือเรียกว่า Polymer ซึ่ง โพลีเมอร์ ก็คือการนำเอาพลาสติกที่มีผลิตขึ้นมา จากสารประกอบที่มีอยู่ในธรรมชาติมาผ่านกระบวนการสังเคราะห์ที่เรียกว่า โพลีเมอร์ไรเซชัน ทำให้ได้พลาสติกตัวใหม่ที่มีคุณสมบัติแตกต่างกันออกไปจนเกิดเป็นพลาสติก ซึ่งมีเยอะแยะมาก เช่น PU (Poly Uretane), PVC (Polyvinylchloride), Microfiber (พลาสติกเส้นเล็ก ๆ ที่มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางน้อยมาก)

3. **หนังผสม (Composite Leather)** เกิดจากวัสดุหลายชนิดผสมกัน เพื่อดึงคุณสมบัติเด่น ๆ ของวัสดุแต่ละชนิดออกมาใช้ เช่น ตัว SL Carbon เกิดจาก เส้นใยพลาสติก (เบ้า)+เรซิน (แข็งแรง) จึงได้รองเท้าที่เบ้า และแข็งแรง ส่วนอีกรุ่นหนึ่งน่าจะเป็น CTR ผมคิดว่าน่าจะเกิดจาก พลาสติกบวกลอย เพื่อให้เกิดความนุ่มและเบ้า



ภาพที่ 2-46 แสดงภาพสายกระเป๋าหนัง

ฟองน้ำ โดยทั่วไปมี 2 ชนิด คือ

1. **ฟองน้ำยาง** มีทั้งชนิดที่ได้จากธรรมชาติและยางสังเคราะห์หรือทั้ง 2 ชนิดผสมกันให้ความยืดหยุ่นอย่างต่อเนื่อง ลูกตัวดี สัมผัสดี แข็ง ราคาค่อนข้างสูง

2. **ฟองน้ำวิทยาศาสตร์** ใช้กันอย่างกว้างขวาง มีทั้งชนิดแผ่นและชนิดหล่อตามแบบที่ต้องการ (ราคาสูง) อัตราความหนาแน่นกับความแข็งแรงเปลี่ยนได้ตามสารเคมีแข็งและพื้นตัวได้น้อย

1.4 อุปกรณ์ใช้เปิด-ปิด

กระดุมแป๊ป (Snap Button)

ติดกันได้ด้วยการ snap มีทั้งชนิดทำด้วยโลหะและพลาสติก มีหลายชนิด กระดุมแป๊ป 1 ตัว ประกอบด้วยชิ้นส่วน 2 คู่ (ติดประกบเข้ากับผ้า) คือ ชิ้นส่วนบน (ตัวเมีย) 1 คู่ ชิ้นส่วนล่าง (ตัวผู้) 1 คู่



ภาพที่ 2-47 แสดงลักษณะของกระดุมแป๊ป

กระดุมแม่เหล็ก (Magnet)

ลักษณะคล้ายกระดุมแป๊ป แต่ติดกันด้วยแรงดูดแม่เหล็กสะดวกและไวต่อการใช้งานกว่า 1 ตัวประกอบด้วยชิ้นส่วน 2 คู่ เหมือนกระดุมแป๊ป ข้อเสีย คือ มีช่วงอายุการใช้งานอาจเสื่อมคุณภาพได้ โดยมากทำจากวัสดุโลหะมักใช้ประกอบกับตาไก่เพื่อใช้เป็นที่ลึ่อกสอดกับแกนกลาง

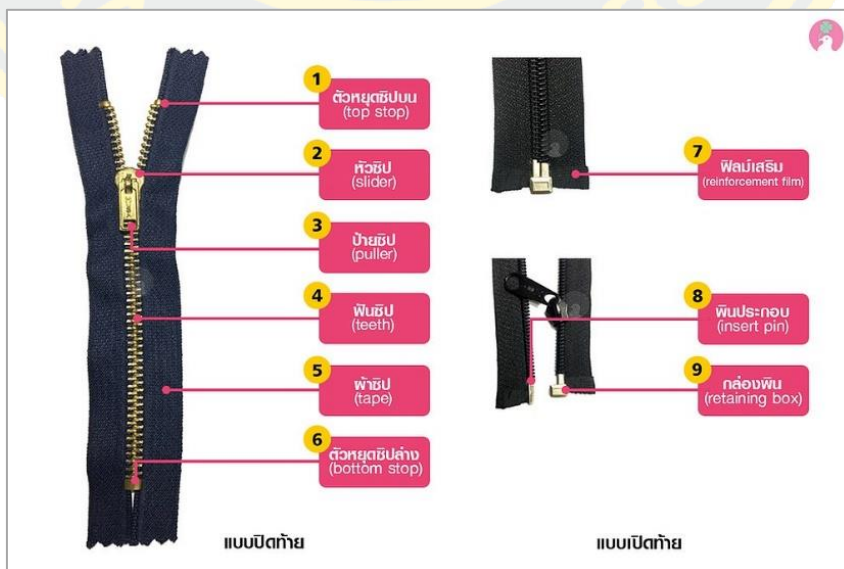


ภาพที่ 2-48 แสดงลักษณะของกระดุมแม่เหล็ก (Magnet)

ซิป

ใช้ยึดติดกันระหว่างหนัง 2 ผืน โดยการรูดเปิด-ปิด สะดวกกว่าองไวในการปิด-เปิด มีทั้งชนิดที่ทำจากโลหะและไนลอนมีหลายขนาดสามารถแบ่งออกได้ 2 ชนิด คือ

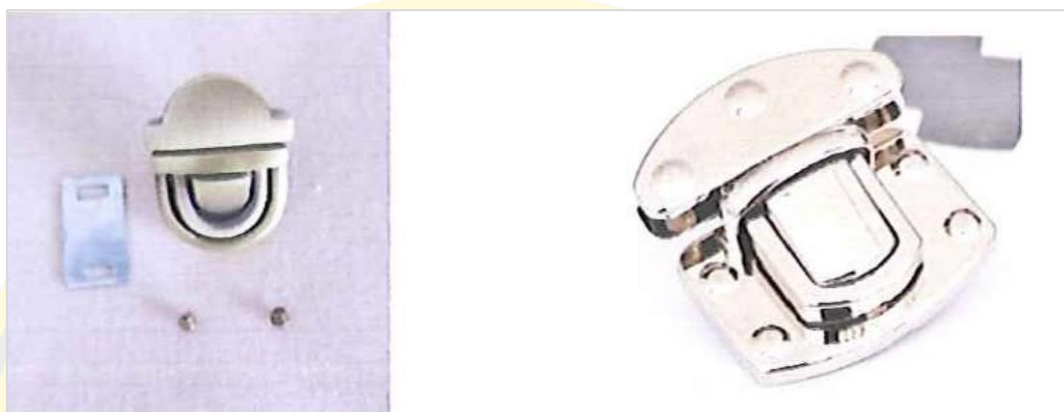
1. ชนิดปิดท้าย (Close-end fastener) มีตัวกั้นสำหรับยึดแทนผ้าทั้งสองให้ติดกัน เพื่อกันไม่ให้ไปทั้ง 2 แยกออกจากกันเมื่อแยกซิปเปิดจนสุด
2. ชนิดเปิดท้าย (Open-end fastener) มีเดือยและตัวสวมที่ปลาย เพื่อให้สามารถถอดแยกทั้งสอง ให้เป็นอิสระได้เมื่อรูดซิปเปิดจนสุด



ภาพที่ 2-49 แสดงลักษณะของการใช้ซิปแบบต่าง ๆ

ตัวเปิด-ปิด กระเป๋าแบบกด

เปิดโดยกดปุ่มสปริง (ที่ติดกับฝากระเป๋า) แล้วเลื่อนปุ่มให้ผ่านตัว U (ที่ติดกับตัวกระเป๋า) มีทั้งชนิดที่ทำด้วยโลหะและชนิดที่ทำด้วยพลาสติก



ภาพที่ 2-50 แสดงลักษณะของตัวปิด-เปิดกระเป๋าแบบกด

เวลโครเทป หรือตีนตุ๊กแก (Velcro)

เป็นแถบไนลอนมีหลายขนาดประกอบด้วย แถบด้านหยาบที่เป็นตะขอ (Hook) และ แถบละเอียดมีลักษณะเป็นห่วง (Loop) สะดวกในการใช้งาน ข้อเสีย คือไม่สามารถทนแรงดึงมาก ๆ ได้



ภาพที่ 2-51 แสดงลักษณะของเวลโครเทป

ยางยืด

มีคุณสมบัติที่สามารถยืดออกให้กว้างและรัดให้แคบได้โดยง่าย ซึ่งจะมีอัตราในการยืดต่าง ๆ กันไป โดยทั่วไปยางยืดมี 2 ชนิด คือ

1. ยางยืดชนิดเส้นแบน มีหลายความกว้างให้เลือกใช้ตามความเหมาะสมโดยมากนิยมใช้ในเสื้อผ้าเพราะให้สัมผัสที่ดี แต่มีข้อเสีย คือ มีอายุการใช้งานไม่นานนัก

2. ยางยืดชนิดเส้นกลม โดยทั่วไปจะมีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางเล็กตั้งแต่ 1-3 mm. มีทั้งชนิดที่เป็นเส้นยาง เปลือยและเส้นยางที่ตกแต่งหุ้มด้วยใยทอสีสันสวยงาม มีอายุการใช้งานยาวนาน ดีกว่ายางยืดชนิดเส้นแบน



ยางยืดชนิดเส้นแบน



ยางยืดชนิดเส้นกลม

ภาพที่ 2-52 แสดงลักษณะของยางยืด

1.5 อุปกรณ์ยึดชิ้นส่วน (สาย)

ข้อต่อแบบเกี่ยว ประกอบด้วย 2 ชิ้นส่วน คือ ห่วงคล้องและตัวขอเกี่ยว ถอดหรือปลดสายสะพายออกได้ โดยกดที่ตัวขอเกี่ยวหรืออาจยึดในลักษณะที่ถอดไม่ได้ คือ เย็บสายสะพาย เข้ากับวงสี่เหลี่ยมทั้ง 2 (ด้านไม่ต้องใช้ขอเกี่ยว) มีทั้งชนิดที่ทำด้วยพลาสติกและโลหะ



ขอเกี่ยวกระเป๋าลายพลาสติก



ขอเกี่ยวกระเป๋าลายโลหะ

ภาพที่ 2-53 แสดงอุปกรณ์ยึดชิ้นส่วน

ข้อต่อล็อก (ก้ามปู) เวลาใช้ รอดเรื่องชิ้นตัวผู้เข้าไปล็อกติดกับชิ้นตัวเมียประกอบด้วย
ชิ้นส่วน 2 ชิ้น คือ ตัวผู้และตัวเมีย มีหลายรูปแบบ ดังนี้



ภาพที่ 2-54 แสดงต่อล็อกก้ามปู

1.6 อุปกรณ์ปรับขนาด

อุปกรณ์ใช้ปรับความยาวของสายสะพาย-มีลักษณะที่เป็นสี่เหลี่ยมมุมมน หรือเป็นวงรี
2 วงต่อกัน ดังรูป มีช่อง โดยมีเส้นคานตรงกลางมีทั้งชนิดทำจากพลาสติกและโลหะ



ภาพที่ 2-55 แสดงอุปกรณ์ปรับขนาดสายสะพาย

1.7 วัสดุที่ใช้ในการเย็บประกอบ

เส้นด้าย ขนาดของได้ใยเส้นจัดเป็น Number (No.) โดยกำหนดขึ้นตามความสัมพันธ์ระหว่างเส้นใยหนึ่งหน่วยน้ำหนักต่อความยาวของเส้นด้ายที่ดึงให้ยาวได้จากวัตถุดิบนั้น ด้าย No. ด้ายยิ่งมาก ด้ายจะเส้นเล็กลง

- ด้ายเส้นใหญ่หยาบ คือ ขนาด No. 12-21

- ด้ายเส้นปานกลาง คือ ขนาด No. 20-60

- ด้ายเส้นเล็กและละเอียด คือ No. 60 ขึ้นไป

(ด้ายฝ้ายชนิดเส้นเล็กและละเอียดที่สุดมีถึง Number 400)

หมายเหตุ- ด้ายเย็บผ้าที่ใช้กันอยู่ทั่วไป คือ ด้าย No.5 0 และ 60

รูปแบบฝีมื้จากการเย็บโดยใช้เครื่องจักร

ในกระบวนการผลิตกระเป๋าในระบบอุตสาหกรรมจำเป็นต้องใช้เครื่องจักรในการทำงาน รูปแบบของฝีมื้มีหลายรูปแบบ เช่น

1. ฝีมื้มลูกโซ่ชั้นเดียว ด้านหลังด้ายเย็บจะสอดคล้องกันเป็นห่วงเหมือน โซ่ยึดได้ และทนทาน แต่ก็หลุดออกได้ง่าย นิยมใช้เนาเสื้อหรือเย็บปากถุง
2. ฝีมื้มกุญแจ เป็นฝีมื้ที่นิยมใช้กันมากเนื่องจากมีความทนทาน ฝีมื้ชนิดนี้ใช้ด้าย 2 เส้นในการเย็บ คือ ใช้ด้ายบนและด้ายล่าง เวลาเย็บนั้นด้ายทั้งสองเส้นจะคล้องกันที่กึ่งกลางของความหนาของผ้าพอดี เมื่อเย็บด้วยตะเข็บที่ปรากฏอยู่บนผ้าทั้งสองด้านจะเหมือนกัน
3. ฝีมื้มลูกโซ่ 2 ชั้น ฝีมื้มลูกโซ่ชั้นเดียวจะใช้เข็มและด้ายอย่างละ 1 เย็บสอดคล้องตะเข็บ แต่ในฝีมื้มลูกโซ่นี่จะใช้ด้าย 2 เส้น การเย็บแบบนี้สักเข็มแข็งแรงดีแต่จะหลุดออกจากปลายข้างหนึ่งง่ายและมีรอยข่นเล็กน้อย
4. ฝีมื้มพันริม นอกจากเย็บชั้นส่วนให้ติดกันแล้ว ยังพันรอบ ๆ ผ้าอีกด้วยหรือตกแต่งชั้นส่วนอื่น ๆ เหมาะในการใช้ด้านต่าง ๆ ของกระเป๋าเข้าด้วยกันและเย็บตะเข็บข้างกระเป๋า ตะเข็บพันริม นี้มีแตกต่างกัน 16 ชนิด แต่นิยมใช้กันมากในชนิดที่เป็นเข็มเดียวได้ 3 เส้น
5. ฝีมื้มตะเข็บแบน เป็นตะเข็บที่มีความยืดหยุ่นสูงและแข็งแรง นิยมใช้เย็บเสื้อยืดหรือผ้ายืดต่าง ๆ สามารถเย็บตะเข็บได้หลายแบบตั้งแต่ 1 เล่ม ถึง 4 เล่ม

2. กลยุทธ์ทางการออกแบบ

กระบวนการออกแบบจริงจะเกี่ยวข้องกับขั้นตอนต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย

- การเตรียมหลักการ
- รายละเอียดการออกแบบ
- การผลิตต้นแบบ

- การทดสอบ
- การออกแบบขั้นสุดท้าย

หลังการเสร็จธุรกิจในการแต่ละขั้นตอนนี้แล้ว ทีมออกแบบจำเป็นต้องประเมินความก้าวหน้าและตัดสินใจว่าจะต้องดำเนินการอย่างไร กระบวนการนี้จะต้องรวมการประเมินในส่วนของคุณเริ่มต้นการออกแบบ ซึ่งประกอบด้วยความต้องการทางศัลยกรรม วัตถุประสงค์ทางสิ่งแวดล้อม ประเด็นการผลิต และต้นทุน

3. กายศาสตร์

ในการออกแบบจำเป็นต้องศึกษาลักษณะทางกายภาพของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองพฤติกรรมของผู้ใช้ได้เต็มที่

สมรรถภาพของร่างกายที่สัมพันธ์กับขนาดสัดส่วนของมนุษย์

ความสามารถของแต่ละคนในการออกแรง แม้แต่ลักษณะจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมหลายประการ เช่น อุณหภูมิในร่างกาย สภาพจิตใจ แข็งแรงของร่างกาย เป็นต้น จากการทดลองเพื่อหาค่าเฉลี่ยแสดงกำลังความสามารถของมนุษย์ พบว่า โดยเฉลี่ยมนุษย์สามารถทำงานปกติด้วยแรงประมาณ 75 วัตต์ หรือ 0.10 กำลังม้า ติดต่อกันได้เป็นเวลา 1 นาที ในสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม คือ อุณหภูมิและแสงสว่างที่เหมาะสม บรรยากาศที่เพียงพอ และความดันปกติรวมทั้งสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ปกติ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ความอ่อน ความหอม ความสูง คือ คนอ่อนย่อมเคลื่อนไหวได้ช้ากว่าคนหอม คนสูงอาจทำงานบางอย่างได้ดีกว่าคนเตี้ย

ปกติแล้วเราสามารถแบกน้ำหนักได้เฉลี่ยสูงสุดประมาณ 30% ของน้ำหนักร่างกาย และอัตราการนำพาได้ไกลสุดประมาณ 85-95 หลาต่อนาที

ลักษณะการเคลื่อนไหวของร่างกายที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน

1. การทรงตัว จุดศูนย์ถ่วงของร่างกายขึ้นอยู่กับโครงสร้างในการยืน คนที่มีโครงสร้างปกติ ในท่ายืนจุดศูนย์ถ่วงจะอยู่ในอุ้งเชิงกราน บริเวณด้านหน้าข้อต่อกระดูกสะโพก จุดศูนย์ถ่วงนี้จะเปลี่ยนตำแหน่งได้แต่ขนาดรูปต่าง ๆ รูปทรงทรวงอกของคน น้ำหนักส่วนใหญ่ของร่างกายขณะยืนในท่าปกติจะตกอยู่ที่ฝ่าเท้าทั้งหมด

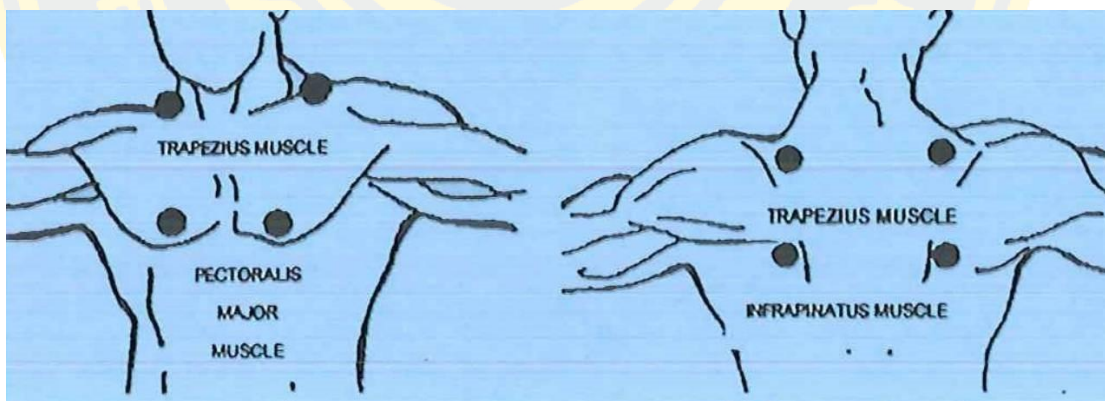
2. การทรงตัวในขณะที่เคลื่อนไหว ในขณะที่เดินหรือวิ่งอวัยวะส่วนต่าง ๆ ของร่างกายจะมีส่วนช่วยในการทรงตัวแขนจะแกว่งสำคัญกับเท้าที่เดินหรือวิ่ง ทรวงอกหรือสะโพกจะบิดไปในทิศทางตรงกันข้าม ความมั่นคงของการทรงตัวจะขึ้นอยู่กับขนาดของฐานที่รองรับเท้าเมื่อร่างกายเคลื่อนไหว

3. การถ่ายน้ำหนักลงสู่กระเปาะ ในการสะพายกระเปาะ น้ำหนักของกระเปาะจะถ่ายลงสู่ส่วนต่าง ๆ ของร่างกายที่สัมพันธ์กับกระเปาะ โดยสามารถแบ่งส่วนสัมผัสได้เป็น 2 ส่วน คือ

- ส่วนหน้าอกและส่วนไหล่
- ส่วนหลังจนถึงบั้นเอว (Lumber)

แรงกระทำหรือน้ำหนักที่สายสะพายถ่ายลงสู่ไหล่และหน้าอกของร่างกายนั้นเป็นแรงดึงที่เกิดจากน้ำหนักกระเปาะโดยแปรเปลี่ยนเป็นแรงกด ที่บริเวณกล้ามเนื้อส่วน Trapezius Muscle ซึ่งเป็นกล้ามเนื้อส่วนที่มีกระดูกไหปลาร้าอยู่ข้างใต้และกล้ามเนื้อ Pectoralis Major Muscle คือกล้ามเนื้อส่วนอก โดยที่ทั้งสองจะออกแรงต้านที่มากกระทำ อาจทำให้ส่วนดังกล่าวเกิดอาการเมื่อยล้าเนื่องจากสะพายกระเปาะทับกล้ามเนื้อบริเวณดังกล่าว แรงกระทำหรือน้ำหนักที่ถ่ายลงบริเวณหลังสามารถแบ่งออกได้ 2 แรง คือ

- แรงเสียดทานหรือแรงยึด คือ แรงที่กดลงบริเวณบั้นเอวด้านหลัง
- แรงกระทำของสายสะพายที่ถ่ายน้ำหนักลงสู่บริเวณหลัง โดยจะถ่ายน้ำหนักลงบนกล้ามเนื้อ Trapezius Muscle และ Infrapinatus Muscle แรงที่เกิดจากแรงเหวี่ยง โดยมีไหล่เป็นจุดหมุนหากน้ำหนักกระเปาะลงสู่จุดหนึ่งเพียงจุดเดียว จะทำให้เกิดอาการเมื่อยล้าได้ง่ายการออกแบบจึงควรให้สายสะพายสามารถแผ่และถ่ายกระจายน้ำหนักให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้



ภาพที่ 2-56 แสดงจุดสัมผัสส่วนด้านหน้าและด้านหลังของร่างกาย

4. ขั้นตอนการเย็บประกอบกระเปาะ

คล้ายคลึงกับการเย็บกระเปาะผ้าทั่วไป เพียงแต่ต้องใช้การเย็บผสมผสานกัน ระหว่างเส้นพลาสติกกับหนังเทียม แล้วหุ้มขอบด้วยหนัง ซึ่งเป็นการเพิ่มความสวยงามความแข็งแรงกัน ความชื้นให้กับกระเปาะอีกด้วย ขั้นตอนการผลิตที่สำคัญมีดังนี้

1. เย็บส่วนประกอบย่อย โดยการนำส่วนประกอบย่อยของกระเป๋ามาเย็บก่อน เช่น ช่องเก็บของในกระเป๋าก็ต้องทำการเย็บก่อนที่จะนำมาประกอบกับตัวกระเป๋าค่ะ
2. การเย็บส่วนประกอบหลัก ให้นำส่วนประกอบย่อยที่เย็บเสร็จแล้วมาประกอบกับชิ้นส่วนของตัวกระเป๋าค่ะ ตามตำแหน่งต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในแบบ แล้วจึงประกอบชิ้นส่วนหลักที่ทำให้สำเร็จเป็นตัวกระเป๋าค่ะ หลังจากนั้นก็ทำการตกแต่งและเย็บพักริมให้เรียบร้อย
3. เย็บส่วนประกอบตกแต่ง เช่น สายสะพายและเครื่องเกาะเกี่ยวของกระเป๋าค่ะ ซิป กระดุม เครื่องโลหะ ฯลฯ เป็นการนำเอาสายสะพายที่จะใช้กับกระเป๋ามาเย็บประกอบกับตัวกระเป๋าค่ะตามตำแหน่งที่ออกแบบไว้ จากนั้นจึงเย็บหรือติดเครื่องเกาะเกี่ยวกระเป๋าค่ะ

5. ข้อมูลตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี

1. ข้อมูลจังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 2-57 ตราประจำจังหวัดชลบุรี
(สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดชลบุรี, 2558)

ตราจังหวัดชลบุรีเป็นรูปภูเขาอยู่ริมทะเล แสดงถึงสัญลักษณ์สำคัญ 2 ประการของจังหวัด คือ “ทะเล” หมายถึง ความเป็นเมืองชายทะเลที่อุดมสมบูรณ์และ “รูปภูเขาอยู่ริมทะเล” หมายถึง เขาสามมุขอันเป็นที่ตั้งของศาลเจ้าแม่สามมุขอันศักดิ์สิทธิ์เป็นที่เคารพของชาวชลบุรีตลอดจประชาชนทั่วไป ซึ่งต่างมีความเชื่อตรงกันว่า ศาลเจ้าแม่สามมุขสามารถดลบันดาลให้

ความคุ้มครองผู้ที่มาเคารพกราบไหว้ให้พ้นจากภัยอันตรายต่าง ๆ ได้ โดยเฉพาะการออกไปประกอบอาชีพจับปลาในท้องทะเลเขาสามมุขจึงกลายเป็นปูชนียสถานและสัญลักษณ์สำคัญยิ่งแห่งหนึ่งของชาวชลบุรีมาโดยตลอด



ภาพที่ 2-58 ดอกประดู่

(<https://www.pinterest.com/pin/596093700660200064/>)

ดอกไม้ประจำจังหวัดชลบุรี ดอกประดู่ ลำต้นสูง 10 ถึง 20 เมตร ผลัดใบ เรือนยอดกลมหรือรูปเจดีย์เตี้ย แผ่กว้าง หนาทึบ ใบประกอบขนนก รูปไข่ เรียบหนา ออกดอกเป็นช่อที่ปลายกิ่ง มี 5 กลีบสีเหลือง มีกลิ่นหอมอ่อนอ่อน ดอกบานแล้วร่วงพร้อม ๆ กัน ออกดอกช่วงเดือนเมษายนถึง สิงหาคม (สิรารัตน์ พรหมสิทธิพร, 2551, หน้า 11-12)

2. ประวัติความเป็นมาของจังหวัดชลบุรี

จังหวัดชลบุรี เป็นดินแดนที่ปรากฏขึ้นมาในหน้าประวัติศาสตร์ตั้งแต่สมัยทวารวดี ขอม และสุโขทัย แต่เดิมเป็นเพียงเมืองเกษตรกรรมและชุมชนประมงเล็ก ๆ หลายเมืองกระจัดกระจายกันอยู่ห่าง ๆ โดยในทำเนียบศักดิ์ดินนาหัวเมืองสมัยอยุธยากำหนดให้ชลบุรีเป็นเมืองชั้นจัตวา ส่วนแผนที่ไตรภูมิก็มีชื่อดำบลสำคัญของชลบุรีปรากฏอยู่ เรียงจากเหนือลงใต้ คือ เมืองบางทราย เมืองบางปลาสร้อย เมืองบางพระเรือ (ปัจจุบันคือบางพระ) และเมืองบางละมุง แม้ว่าจะเป็นเพียงเมืองเล็ก ๆ แต่ก็อุดมไปด้วยทรัพยากรทั้งบนบกและในทะเล มีการทำไร่ ทำนา ทำสวน และออกทะเลมาแต่เดิมนอกจากนี้ยังมีการติดต่อกับชาวจีนที่ล่องเรือสำเภาเข้ามาค้าขายกับกรุงสยามด้วย

3. ขนาดและที่ตั้ง

จังหวัดชลบุรี ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทยหรือฝั่งทะเลด้านตะวันออกของอ่าวไทย ประมาณเส้นรุ้งที่ 12 องศา 30 ลิปดา ถึง 13 องศา 34 ลิปดาเหนือ และเส้นแวงที่ 100 องศา 45 ลิปดา ถึง 101 องศา 45 ลิปดา ตะวันออก มีระยะทางห่างจากกรุงเทพฯ ไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้

ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 สายบางนา-ตราด เป็นระยะทางประมาณ 81 กิโลเมตร และมีเส้นทางหลวงพิเศษ หมายเลข 7 กรุงเทพฯ-ชลบุรี ระยะทาง 79 กิโลเมตร ซึ่งใช้ระยะเวลาในการเดินทางประมาณ 45 นาที มีพื้นที่ทั้งจังหวัดประมาณ 4,611,829 ตารางกิโลเมตร หรือ 2,726,953 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.58 ของพื้นที่ประเทศไทย

ภูมิประเทศเป็นพื้นที่ที่ระดับน้ำทะเลปานกลาง เฉลี่ย 3 เมตร ภูมิอากาศจัดอยู่ในประเภทมรสุมเมืองร้อนหรือแบบทุ่งหญ้าเมืองร้อน ด้านตะวันออกเป็นที่ราบเชิงเขาลาดแนวชายฝั่งทะเล จึงเป็นหาดทรายยาวประมาณ 5 กิโลเมตร ความสูงของพื้นที่วัดจากน้ำทะเลประมาณ 3 เมตร

4. แผนการพัฒนาเศรษฐกิจ

จากแผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2561 - 2565) พระราชบัญญัติเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก พ.ศ. 2561 ตามที่คณะรักษาความสงบสุขแห่งชาติมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุนและการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการกิจการ อันเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และเพื่อกระจายการพัฒนา ไปยังพื้นที่ต่างๆ โดยเหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่อันเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ให้ทั่วถึง ซึ่งนโยบายดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor) ที่ครอบคลุมพื้นที่ 3 จังหวัดในภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง และเขตจังหวัดอื่นที่ติดต่อกับหรือเกี่ยวข้อง ซึ่งมีศักยภาพ ในการพัฒนาด้วยความพร้อมด้านการคมนาคม ซึ่งขนส่งโครงสร้างพื้นฐาน ความต้องการของผู้ประกอบการ การจัดหาทรัพยากรต่างๆ และความเชื่อมโยงกับศูนย์กลางเศรษฐกิจอื่น ๆ จึงได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก พ.ศ. 2561 เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2561 เพื่อให้การดำเนินการดังกล่าวเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม โดยเร็ว อันจะเป็น ประโยชน์ต่อการปฏิรูประบบเศรษฐกิจ การยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ ตลอดจนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศโดยรวม

โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี) ซึ่งเป็นแผนยุทธศาสตร์ภายใต้ Thailand 4.0 ภูมิภาคเอเชีย เป็นผู้นำในการขับเคลื่อน โลก ทางด้านการลงทุน และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยมีประเทศจีน อินเดีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รวมทั้งอาเซียน เป็นหัวใจหลักของการขับเคลื่อน โดยประชากรรวมกว่า 3.5 พันล้านคน และ GDP คิดเป็น 32 เปอร์เซ็นต์ ของ GDP โลก ประเทศไทย เป็นจุดศูนย์กลางในการเชื่อมต่อกับกลุ่มเศรษฐกิจในทวีปเอเชีย จากเหนือสู่ใต้ ตั้งแต่จีนลงสู่อินโดนีเซีย จากตะวันออกมายังตะวันตกตั้งแต่เวียดนามข้ามไปจนถึงเมียนมา และเป็นจุดยุทธศาสตร์ของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ในด้านการผลิต การค้า การส่งออกและ

การขนส่ง ทั้งยังอยู่กึ่งกลางระหว่างประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมา ในเวียดนาม ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศไทยจึงเป็นตำแหน่งที่ดีที่สุดของการลงทุนในอาเซียน เพื่อเชื่อมเอเชียและเชื่อมโลก

โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี) เป็นแผนยุทธศาสตร์ภายใต้ Thailand 4.0 ด้วยการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่ต่อยอดความสำเร็จมาจากโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออกหรือ Eastern Seaboard ซึ่งดำเนินมาตลอด 30 ปีที่ผ่านมา โดยในครั้งนี้สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.) มีเป้าหมายหลักในการเติมเต็มภาพรวมในการส่งเสริมการลงทุนซึ่งเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมของประเทศเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและทำให้เศรษฐกิจของไทยเติบโตได้ในระยะยาว โดยในระยะแรกจะเป็นการยกระดับพื้นที่ในเขต 3 จังหวัดคือ ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา ให้เป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเพื่อรองรับการขับเคลื่อน เศรษฐกิจอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพผ่านกลไกการบริหารจัดการภายใต้การกำกับดูแลของ คณะกรรมการนโยบายพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกโดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน

วิสัยทัศน์: เป็นองค์กรต้นแบบในการขับเคลื่อนการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกอย่างบูรณาการ ยกระดับเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมให้สำเร็จอย่างยั่งยืน เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประเทศพัฒนา

แผนปฏิบัติการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ระยะ 5 ปีพ.ศ 2559 - 2563

ประเทศไทยตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่จะมีต่อการพัฒนาประเทศ ไม่ว่าจะเรื่องการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของประชาชนและภาคการผลิตต่างๆ และการดำเนินงานด้านการพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องในการนี้ประเทศไทยจึงได้จัดทำแผนแม่บทรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พ.ศ 2558 - 2593 ขึ้นเพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่ต่อเนื่องและเพื่อใช้สำหรับเป็นกรอบแนวทางในระยะยาวในการดำเนินงานของ ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องโดยมีการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานเป็น 3 ระยะ ได้แก่ เป้าหมายระยะสั้น พ.ศ 2559 เป้าหมายระยะกลาง พ.ศ 2563 เป้าหมายระยะยาวและต่อเนื่อง พ.ศ 2593 ประกอบด้วยแนวทางในการดำเนินงาน ทั้ง 3 ส่วนหลัก ได้แก่ 1. การปรับตัวต่อผลกระทบ จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 2. การลดก๊าซเรือนกระจกและส่งเสริมการเติบโตที่ปล่อยคาร์บอนต่ำ และ 3. การสร้างขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งในแต่ละส่วนมีแนวทางการดำเนินงานในแต่ละสาขาซึ่งหน่วยงานต่างๆสามารถนำกรอบแนวทางดังกล่าวไปใช้ในการจัดทำแผนปฏิบัติการใน

เชิงลึกเพื่อขับเคลื่อนการแก้ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อไป โดยแผนแม่บทดังกล่าว ได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม พ.ศ. 2558

จากวิสัยทัศน์ของแผนแม่บทรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศพ.ศ. 2558-2593 ที่ว่า "ประเทศไทยมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและมีการเติบโตที่ปล่อยคาร์บอนต่ำ ตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน" นำไปสู่การกำหนดการดำเนินงานใน 4 พันธกิจ ประกอบด้วย

พันธกิจที่ 1 พัฒนฐานข้อมูล องค์ความรู้ และเทคโนโลยี เพื่อสนับสนุนการรองรับและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศรวมถึงการพัฒนาแบบปล่อยคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืน

พันธกิจที่ 2 สร้างภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในการพัฒนาประเทศ โดยผลักดันให้เกิดการบูรณาการแนวทางและมาตรการในการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในทุกภาคส่วนและทุกระดับ

พันธกิจที่ 3 ลดอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศ และสร้างกลไกให้เกิดการเติบโตแบบปล่อยคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืน

พันธกิจที่ 4 เสริมสร้างศักยภาพและความตระหนักรู้ของภาคีการพัฒนาในทุกระดับ เพื่อสร้างความพร้อมในการดำเนินมาตรการตามนโยบายและแผนด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (ที่มาจากเว็บไซต์ saensukcity.go.th/ : แผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2561 - 2565 เทศบาลเมืองแสนสุข)

7. ข้อมูลสถานที่ตำบลแสนสุข

“บางแสน” เป็นชื่อของชายหาดแห่งหนึ่งในเขตพื้นที่ ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร จึงทำให้มีผู้คนจากเมืองฟ้าอมร (อมร: น. ผู้ไม่ตาย , เทวดา ว. ไม่ตาย , ไม่เสื่อมสูญ , ยั่งยืน) เวะเวียนมาท่องเที่ยวยังชายหาดแห่งนี้เป็นจำนวนมาก จนยุคสมัยหนึ่งชายหาดบางแสนกลับมีสภาพที่เต็มไปด้วยสิ่งปลูกสร้าง น้ำทะเลมีคราบสีดำลอยเป็นแนวยาว นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนแทบจะเบือนหน้าหนีทันทีที่เดินทางมาถึง แต่แล้วทาง “เทศบาลตำบลแสนสุข” ก็ได้เข้ามาจัดระเบียบร้านค้า ปรับปรุงภูมิทัศน์ ดูแลรักษาความสะอาด ตลอดจนรณรงค์ให้ประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของการช่วยกันเก็บทิ้งขยะต่าง ๆ จนในที่สุดชายหาดบางแสนซึ่งเคยเสื่อมโทรมก็กลับมางดงามดังเช่นที่เห็นอยู่ในปัจจุบันนี้อีกครั้ง

จากข้อมูลตำบลแสนสุข เป็นเทศบาลเมืองที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ครอบคลุมพื้นที่ 3 ตำบล คือ ตำบลแสนสุขทั้งตำบล บางส่วนของตำบลเหมือง และบางส่วนของตำบลห้วยกะปิ ห่างจากตัวเมืองชลบุรีประมาณ 13 กิโลเมตร อยู่ภายใต้การบริหารงานของประชาชนในท้องถิ่น โดยมีนายสมชาย คุณปลื้ม อดีตนายกเทศมนตรี นายสวัสดิ์ หอมปลื้ม และ

นายสมชาติ คุณปลื้ม ร่วมกำหนดนโยบายและบริหารงานต่าง ๆ ในรูปแบบเทศบาล ทำให้ท้องถิ่นได้รับการพัฒนาเจริญก้าวหน้าภายในระยะเวลา 13 ปี สถานที่ที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของประเทศไทย คือ ชายหาดบางแสน

1. ข้อมูลประชากรและการปกครอง

1.1 ประชากร

ประชากรส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในบริเวณริมชายฝั่งทะเลตั้งแต่ปากคลองบ้านโปรง จนถึงหาดบางแสนล่างและ 2 ข้างเส้นทางคมนาคมที่สำคัญ ได้แก่ ทางด่วนแผ่นดินหมายเลข 3 (ถนนสุขุมวิท) บริเวณตลาดหนองมนและทางหลวงจังหวัดหมายเลข 3137 (ถนนลงหาดบางแสน) ซึ่งแยกจากทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 เข้าสู่ชายหาดบางแสน

เนื่องจากในเขตเทศบาลเมืองแสนสุขมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและมีชื่อเสียงมานาน ทำให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการท่องเที่ยวมากมายเช่น ธุรกิจโรงแรม ร้านค้า ร้านอาหาร ธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดรายได้ต่อประชาชนสูง นอกจากนี้ยังมีมหาวิทยาลัย คือ มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งเป็นศูนย์กลางด้านการศึกษาภาคตะวันออก จึงมีประชากรจากที่อื่นเข้ามาอยู่อาศัยเพื่อประกอบอาชีพต่างๆ และเรียนหนังสือเป็นจำนวนมาก ทำให้มีประชากรที่ไม่ปรากฏชื่อในทะเบียนท้องถิ่นอีกจำนวนมาก คาดว่ามีจำนวนประชากรแขวงในเทศบาลเมืองแสนสุขกว่า 10,000 คน (saensukcity.go.th/, 2565)

1.2 การปกครอง

เขตการปกครองเทศบาลเมืองแสนสุข เดิมตำบลแสนสุขครอบคลุมหมู่บ้าน จำนวน 15 หมู่บ้าน (พื้นที่ 12.5 ตารางเมตร) และขยายพื้นที่ความรับผิดชอบเป็น 20 หมู่บ้านรวมตำบลเหมือง (บางส่วน) และตำบลห้วยกะปิ (บางส่วน) แต่ปัจจุบันยกเลิกหมู่บ้านใช้ระบบ ถนน/ ตอง/ ซอย แทน

ปัจจุบันเทศบาลเมืองแสนสุขมีพื้นที่ครอบคลุม 3 ตำบล คือ ตำบลแสนสุขทั้งตำบล ตำบลเหมือง (บางส่วนของหมู่ 1, 2, 3 และ 4) และตำบลห้วยกะปิ (บางส่วนของหมู่ 5) รวมพื้นที่ปัจจุบันทั้งสิ้น 20,268 ตารางกิโลเมตร (12,667.5 ไร่) (saensukcity.go.th/, 2565)

2. ข้อมูลการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจอย่างมาก เนื่องจากทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้ สร้างงาน สร้างอาชีพ ตลอดจนช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงทุนในด้านต่างๆ มากมาย เช่น โรงแรม บ้านพักตากอากาศ ร้านอาหาร ฯลฯ

5.1 สถิติการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับเชิงพื้นที่

ตารางที่ 2-1 สถิติการท่องเที่ยวบางแสน

ข้อมูล	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
ผู้มาเยือน (Visitor)	1,715,860	1,759,513	1,892,284	2,555,712	2,722,492
ไทย	1,616,103	1,657,443	1,786,237	2,431,103	2,587,511
ต่างประเทศ	99,757	102,070	106,047	124,609	134,981
นักท่องเที่ยว (Tourist)	726,793	719,644	779,854	1,111,247	1,217,968
ไทย	642,939	635,270	692,894	1,009,829	1,107,074
ต่างประเทศ	83,854	86,374	86,960	101,418	110,894
นักท่องเที่ยว (Excursionist)	989,067	1,039,869	1,112,430	1,444,465	1,504,524
ไทย	973,164	1,022,173	1,093,343	1,421,274	1,480,437
ต่างประเทศ	15,903	17,696	19,087	23,191	24,087
ระยะเวลาเข้าพักเฉลี่ย	2.58	2.57	2.45	2.34	2.33
ไทย	2.49	2.49	2.36	2.26	2.25
ต่างประเทศ	3.21	3.18	3.14	3.10	3.08

หมายเหตุ- นักท่องเที่ยว คือ ผู้เยี่ยมชมที่พักค้างคืน

- นักทัศนาจร คือ ผู้เยี่ยมชมที่ไม่พักค้าง

(saensukcity.go.th/, 2565)

3. แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

3.1 หาดบางแสน เป็นชายหาดที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวมานาน อยู่ห่างจากตัวเมืองชลบุรีประมาณ 13 กิโลเมตร แยกขวาจากถนนสุขุมวิท ตรงหลัก กม.104 เข้าไป 3 กม. เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมาช้านาน บริเวณชายหาดยาวประมาณ 5 กิโลเมตร มีถนนเลียบชายหาดที่สวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อยพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน ทั้งที่พัก บังกะโล ห้องอาบน้ำจืด ร้านอาหาร และอุปกรณ์กีฬาทางน้ำ เช่น เรือลากกล้วย, Scooter, ห่วงยาง ฯลฯ ปัจจุบันชายหาดบางแสนได้รับการพัฒนาจนกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สะอาดสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อยมาก เหมาะสำหรับการพักผ่อนและนันทนาการในบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติอย่างแท้จริง

3.2 แหลมแท่น เป็นสถานที่ชมธรรมชาติที่สวยงามอีกแห่งหนึ่ง ซึ่งอยู่ถัดจากชายหาดบางแสนไปทางทิศเหนือ ณ ที่แห่งนี้ มีประติมากรรมที่ชนะเลิศการประกวดซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของ

แหลมแท่นตั้งอยู่ นอกจากนี้ยังมีศาลาเฉลิมพระเกียรติฯ ที่ตั้งงามทอดยาวไปในทะเล เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลินกับธรรมชาติและบรรยากาศที่สวยงาม

3.3 เขาสามมุก บริเวณหน้าผาริมทะเลเป็นที่ตั้งของศาลเจ้าแม่สามมุกซึ่งเป็นที่เคารพ ของคนทั่วไป สถานที่แห่งนี้เป็นตำนานแห่งความรักของหนุ่มสาว บริเวณนี้มีลิงป่าอาศัยอยู่จำนวน มาก นักท่องเที่ยวมักจะแวะมาให้อาหารลิงและสักการะเจ้าแม่สามมุก พร้อมทั้งรับประทานอาหาร ทะเลก่อนเดินทางกลับ

3.4 สวนสาธารณะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดบางแสนล่าง ตั้งอยู่บริเวณหาดบาง แสนล่าง (หาดวอนนภา) ห่างจากวงเวียนต้อนรับประมาณ 2 กิโลเมตรสวนสาธารณะแห่งนี้มีเนื้อที่ ประมาณ 6 ไร่ ลักษณะของสวนสาธารณะเป็นรูปม้าน้ำ ซึ่งในอดีตบริเวณชายหาดจะมีม้าน้ำจำนวนมาก ต่อมาใกล้ศูนย์พันธุสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ 2549 เทศบาลเมือง แสนสุข ได้สร้างสวนสาธารณะขึ้นบริเวณริมทะเลชายหาดบางแสนล่าง เพื่อใช้เป็นสถานที่พักผ่อน และนันทนาการและเป็นการสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยบริเวณสวนสาธารณะฯ มีส่วนและศาลาให้นั่งพักผ่อนติดริมทะเล

3.5 ตลาดหนองมน ตั้งอยู่บริเวณริมถนนสุขุมวิทใกล้แยกเข้าหาดบางแสน ประมาณ 1 กิโลเมตร เป็นตลาดจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองและของฝากที่ขึ้นชื่อและรู้จักกันดี ได้แก่ ข้าวหลาม ห่อหมกทะเล ขนมหวาน และอาหารทะเลแห้ง ฯลฯ

4. การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาท้องถิ่น

1) จุดแข็ง

- (1) ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมทางด้านการท่องเที่ยว
- (2) การเมืองท้องถิ่นมีความเป็นเอกภาพยาวนาน ทำให้การบริการจัดการและการพัฒนา มีความต่อเนื่อง
- (3) เป็นพื้นที่ที่มีสถานศึกษาทุกระดับการศึกษา
- (4) เป็นชุมชนที่มีการสืบทอดประเพณีที่ดั้งเดิม
- (5) ผู้บริหารและบุคลากรของเทศบาลมีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชนและท้องถิ่น
- (6) มีสนามกีฬาเทศบาลเมืองแสนสุขเป็นแหล่งส่งเสริมสุขภาพและการออกกำลังกาย
- (7) เทศบาลเป็นหน่วยงานท้องถิ่นที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด

(8) เทศบาลมีช่องทางในการรับทราบปัญหาความต้องการของประชาชนหลายช่องทางทำให้สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ทันที่

2) จุดอ่อน

- (1) รายได้ที่จัดเก็บเองไม่เพียงพอต่อการบริหารจัดการ
- (2) บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้าน ไม่เพียงพอ
- (3) ปัญหาที่เป็นผลกระทบจากประชากรแฝง ทั้งชาวต่างชาติ และชาวต่างด้าว รวมถึงนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น เช่น ความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นต้น
- (4) ปัญหาด้านเศรษฐกิจ เกิดจากการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่ประทับใจ ส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยว ในส่วนของสินค้าและบริการไม่ได้รับการพัฒนา/ปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป เป็นต้น
- (5) ปัญหาสังคมและคุณภาพชีวิต เช่น จัดการด้านสาธารณสุขยังไม่ครอบคลุมและเพียงพอสาเหตุคือ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปัญหาเด็กและเยาวชนผลกระทบจากการเสพติดในวัดถุนิยม เป็นต้น
- (6) ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและประมงชายฝั่ง เช่น การเพิ่มขึ้นของปริมาณขยะในพื้นที่ การขาดจิตสำนึกในการร่วมกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น
- (7) ปัญหาด้านเทคโนโลยี เนื่องจากพื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่ง ทำให้มีฉาชีพใช้พื้นที่ประกอบอาชญากรรมได้ง่าย
- (8) การเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในชุมชนยังไม่มากเท่าที่ควรขาดจิตสำนึกการเป็นเจ้าของท้องถิ่น
- (9) การขาดโอกาสทางการศึกษา นอกจากนี้ยังมีความไม่ชัดเจนในการจัดการองค์ความรู้การเรียนรู้ที่สำคัญต่อท้องถิ่น เช่น ประวัติความเป็นมาของท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น

3) โอกาส

- (1) อยู่ในจังหวัดที่มีพื้นที่ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- (2) ความเป็นเมืองเอกของจังหวัดชลบุรีทางด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว
- (3) หน่วยงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และสถาบันการศึกษาให้ความร่วมมือส่งเสริมและสนับสนุนในการบริหารจัดการ และแก้ปัญหาท้องถิ่นด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่องรวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น

(4) การดำเนินงานของรัฐบาลที่มีความเคร่งครัดในการบังคับใช้กฎหมายในการแก้ปัญหา เช่น การจัดระเบียบชายหาดและพื้นที่สาธารณะ เป็นต้น

4) อุปสรรค/ข้อจำกัด

(1) การพัฒนาพื้นที่ตามระบบผังเมืองรวมทำได้ยาก เนื่องจากสภาพที่ตั้งส่วนใหญ่เป็นชุมชนดั้งเดิม

(2) พื้นที่ว่างเปล่าในเขตเทศบาลอยู่ในความรับผิดชอบของหลายหน่วยงาน การขออนุญาตใช้ประโยชน์เป็นไปได้ยาก

(3) ระเบียบ กฎหมาย บางฉบับ ไม่เอื้อต่อการปฏิบัติงานของเทศบาล

(4) ปัญหาน้ำทะเลเปลี่ยนสีและการได้รับพิษจากกระพุน ก่อให้เกิดภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการแก้ปัญหา

(5) ปัญหาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น พื้นที่ชายหาดลดลงจากการกัดเซาะชายฝั่งทราน้ำมันตามแนวชายหาด ขยะในทะเลที่มาจากนอกพื้นที่ การจัดระเบียบ โป๊ะ แนวรั้ว ปักหอย และเรืออวนรุน เป็นต้น

(6) ปัญหาภาวะต้นทุนสินค้าและค่าครองชีพสูงรวมถึงเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศอยู่ในภาวะถดถอย

(7) การอยู่อาศัยเคลื่อนย้ายแรงงานต่างด้าวไม่มีความชัดเจนอาจนำมาซึ่งผลกระทบในระยะยาว

(8) เกณฑ์การจัดเก็บรายได้และการจัดสรรงบประมาณไม่ได้คำนึงถึงผลพวงของประชากรแฝง ที่ต้องใช้งบประมาณจำนวนมากในการบริหารจัดการพื้นที่ (เทศบาลเมืองแสนสุข, 2565)

ดั้งเดิม “หาดบางแสน” เป็นชายหาดที่รกร้างว่างเปล่ามานานนับ 80 ปี ใน “ตำบลแสนสุข” จนกระทั่งปี พ.ศ. 2486 จอมพล ป. พิบูลสงคราม (แปลก พิบูลสงคราม) นายกรัฐมนตรีในสมัยนั้นได้ริเริ่มให้มีการสร้างสถานตากอากาศขึ้นบริเวณชายหาดแห่งนี้ โดยมีบริษัทแสนสำราญเป็นผู้ดำเนินงาน มีการสร้างบังกะโล โรงแรม และตั้งชื่อสถานตากอากาศตามชื่อบริษัทว่า “สถานตากอากาศแสนสำราญ” ทำให้หาดทรายอันสวยงามของตำบลแสนสุขเริ่มเป็นที่รู้จักกันในหมู่นักท่องเที่ยวมากขึ้น (thongteaw, ม.ป.ป.)

เมืองแสนสุขตั้งอยู่ทางตอนใต้ของอำเภอเมืองชลบุรีบริเวณริมฝั่งทะเลตะวันออกของอ่าวไทย มีพื้นที่ทั้งสิ้น 20.268 ตารางกิโลเมตร (12,668 ไร่) โดยมีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับ ตำบลบ้านปึก ตำบลเสม็ด อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี
- ทิศใต้ ติดต่อกับ ตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

- ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ตำบลห้วยกะปิ ตำบลเหมือง อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัด
ชลบุรี

- ทิศตะวันตก ติดต่อกับ อ่าวไทย

ชุมชนในเขตเทศบาลเมืองแสนสุขมีชุมชนอยู่ในเขตจำนวน 10 แห่ง คือ ชุมชนหมู่บ้าน
โชคดี ชุมชนบ้านเหมือง ชุมชนบ้านแหลมแท่น ชุมชนท้ายตลาด ชุมชนหาดวอนนภา ชุมชนเขา
สามมูขุ ชุมชนร่วมใจพัฒนา ชุมชนमुखแสนเจริญ ชุมชนตาลล้อม และชุมชนมณีแก้ว



ภาพที่ 2-59 ภาพแสดงพื้นที่ตำบลแสนสุข

(<https://palanla.com/index.php?op=domesticLocation-detail&id=233>)



ภาพที่ 2-60 ภาพบรรยากาศชายหาดบางแสน

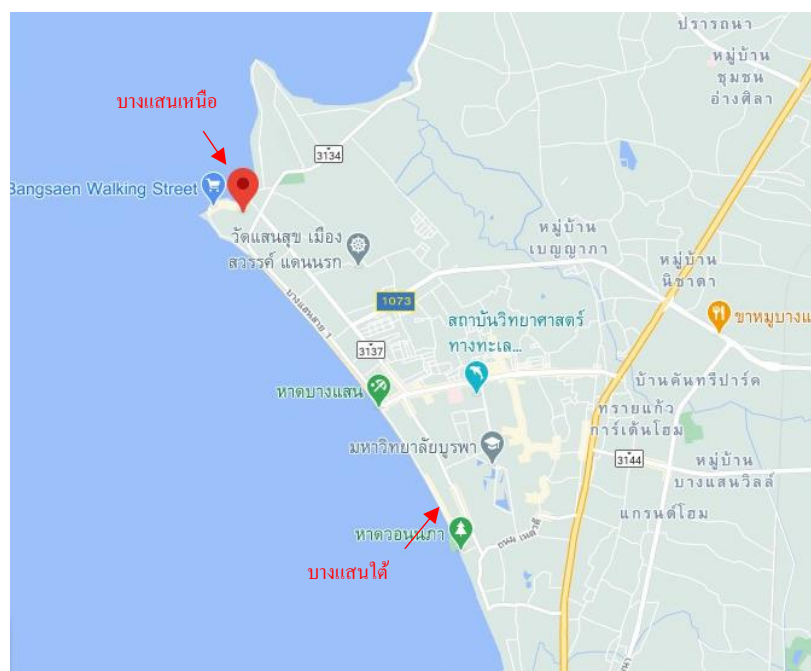
(<https://th.tripadvisor.com/>)

“วงเวียนบางแสน” เป็นจุดศูนย์กลาง เราจะสามารถแบ่งแยกพื้นที่หาดบางแสนออกได้ เป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ แนวชายหาดทางด้านทิศเหนือของวงเวียนบางแสนที่ยาวไปจนจรดกับ “แหลมแท่น” เรียกว่า “หาดบางแสนเหนือ” ส่วนแนวชายหาดทางด้านทิศใต้ของวงเวียนบางแสน ซึ่งยาวไปจนจรดกับสะพานท่าเทียบเรือติดกับ “หาดวอนนภา” เรียกว่า “หาดบางแสนใต้”



ภาพที่ 2-61 วงเวียนบางแสน จังหวัดชลบุรี

(<https://www.emagtravel.com/archive/bangsae-beach.html>)



ภาพที่ 2-62 แสดงตำแหน่งบางแสนเหนือและใต้
(google map.com)

หาดวอนนภา ถูกสร้างเพื่อกั้นคลื่นซัดเซาะชายฝั่ง สูงกว่าระดับน้ำทะเลหนึ่งเมตรเศษ ทำเป็นลานหินให้คนนั่งเล่นริมทะเล จะเป็นโซนที่คนชอบเล่นน้ำและต้องการไปนั่งเล่นริมหาดนิยมไปกันตลอดวันตลอดคืนไม่มีปิด นักท่องเที่ยวสามารถลงเล่นน้ำที่หาดวอนได้เช่นกันแต่ไม่ควรออกไปไกลจากฝั่งมากนักเพราะน้ำค่อนข้างลึก ถนนเลียบหาดวอนจะอยู่ติดกับลานนั่งเล่น อีกฝั่งของถนนเป็นร้านค้าร้านอาหารมากมายตั้งแต่รถเข็นไปจนถึงร้านหรู ๆ หลังพระอาทิตย์ตกแถวนี้จะคึกคักเป็นพิเศษเพราะเป็นแหล่งเที่ยวกลางคืนของบางแสน เต็มไปด้วยร้านกินดื่มฟังเพลงใกล้ทะเล

แหลมแท่น เป็นโซนที่ได้รับความนิยมน้อยกว่าบางแสนช่วงกลางและบางแสนช่วงใต้ ไม่เหมาะแก่การเล่นน้ำและอันตราย ทว่าก็พอมีนั่งทางเดินชมวิวยุโรปแนวชายทะเลอยู่บ้าง โดยมีแนวกันคลื่นซัดที่เพิ่งได้รับการบูรณะใหม่ ทำเป็นทางเดินเลียบชายฝั่งทะเลยาวกว่าครึ่งกิโลเมตร มีที่นั่งเล่นชมวิวดูพระอาทิตย์ตก ช่วงปลายแหลมแท่นมีลานอเนกประสงค์ เป็นสถานที่จัดอีเวนต์ต่าง ๆ ของบางแสน เช่น งานเคาน์ดาวน์ปีใหม่ จากตรงนี้สามารถมองเห็นเขาสามมุกได้อย่างสวยงาม หาดบางแสนเหนือ เป็นพื้นที่ซึ่งเหมาะกับนักท่องเที่ยวที่รักความสะดวกสบาย ชอบบรรยากาศที่คึกคักสนุกสนาน มีกิจกรรมทางน้ำให้เลือกเล่นได้หลายอย่าง อีกทั้งสามารถหาอาหารรับประทานอาหารได้ง่ายเพราะมีร้านค้าแผงลอยอยู่เป็นจำนวนมาก หากลงเล่นน้ำทะเลก็สามารถหาใช้บริการห้องอาบน้ำจืด-สุขาได้ไม่ยาก แต่สำหรับผู้ที่อยากนั่งปล่อยอารมณ์สบาย ๆ ในบรรยากาศ

สงบ ๆ ริมทะเลแนะนำให้เห็นไปหามุมเงียบ ๆ ทางด้าน “หาดบางแสนใต้” จะดีกว่าเนื่องจากบริเวณนี้มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยือนน้อย ไม่ค่อยพลุกพล่าน ใครที่มีรถยนต์ส่วนบุคคลก็สามารถขับรถตามถนนเลียบริมชายหาดบางแสนใต้ไปจนถึงสะพานท่าเทียบเรือใกล้ ๆ กับ “หาดวอนนภา” ช่วงเวลาเย็นของทุก ๆ วันจะมีชาวบ้านท้องถิ่นแวะมาออกกำลังกายไปพร้อม ๆ กับชมพระอาทิตย์ตก ณ ลานกีฬาริมทะเลใกล้ ๆ กับสะพานท่าเทียบเรือแห่งนี้ นักท่องเที่ยวต่างถิ่นซึ่งต้องการจะออกกำลังกายภายใต้บรรยากาศสุดแสนโรแมนติกท่ามกลางแสงสนธยาก็สามารถแวะมายังลานกีฬาริมทะเลของ “หาดบางแสนใต้” ได้เช่นกัน (ท่องเที่ยวพอทคอม, 2551)

8. ลักษณะภูมิประเทศ

เทศบาลเมืองแสนสุข เป็นเมืองชายฝั่งทะเลตะวันออก มีลักษณะภูมิอากาศแบบฝนเมืองร้อน ภูมิประเทศลาดเอียงจากด้านทิศตะวันออกลงสู่ชายฝั่งทะเลด้านทิศตะวันตกและทิศเหนือ มีพื้นที่ชายฝั่งทะเล เป็นทั้งแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำและสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ

9. ลักษณะภูมิอากาศ

ภูมิอากาศของจังหวัดชลบุรี อยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุม 2 ชนิด คือ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ และลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ช่วงลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนืออยู่ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ จะพัดพาเอาความกดอากาศต่ำจากประเทศจีน เข้ามาทำให้มีฝนน้อยและความชื้นต่ำ ส่วนช่วงลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้อยู่ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม จะพัดพาเอาความชื้นในทะเลอันดามันและอ่าวไทยเข้ามาทำให้มีฝนมาก มีความชื้นสูงและความกดอากาศอยู่ในเกณฑ์ต่ำ สำหรับช่วงกลางเดือนกุมภาพันธ์ถึงกลางเดือน พฤษภาคมเป็นช่วงเปลี่ยนลมมรสุมจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ อุณหภูมิจะสูงกว่าช่วงอื่นแต่จะไม่สูงมากนัก เนื่องจากอยู่ใกล้ทะเล กระแสลมและไอน้ำช่วยทำให้อากาศร้อนเบาบางลง และทำให้มีฝนตกหนักบางพื้นที่ อุณหภูมิเริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์อยู่ในช่วงอิทธิพลของ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ มีอากาศแห้งแล้ง และหนาวเย็น ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม เป็นฤดูเปลี่ยนมรสุมครั้งแรกจะมีอากาศร้อนจัดในเดือนเมษายน ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงเดือนตุลาคม อยู่ในช่วงอิทธิพลของลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ มีฝนตกหนักใน เดือนตุลาคม

แบ่งออกเป็น 3 ฤดู

ฤดูหนาว มรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ เริ่มเดือนพฤศจิกายน-เดือนกุมภาพันธ์

ฤดูร้อน เริ่มเดือนมีนาคม-เดือนพฤษภาคม

ฤดูฝน มรสุมตะวันตกเฉียงใต้ เริ่มเดือนมิถุนายน-เดือนตุลาคม

ทิศลมในแต่ละฤดู

ฤดูร้อน (มี.ค.-พ.ค.) ลมส่วนใหญ่เป็นลมทางทิศใต้และตะวันตกเฉียงใต้

ฤดูฝน (มิ.ย.-ต.ค.) ลมส่วนใหญ่เป็นลมทิศตะวันตกและตะวันตกเฉียงใต้

ฤดูหนาว (พ.ย.-ก.พ.) ลมส่วนใหญ่เป็นลมทิศเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ

ที่มา: เว็บไซต์เทศบาลเมืองแสนสุข

10. เอกลักษณะของสถานที่ชายหาดบางแสน

จากบทความทางเว็บไซต์การท่องเที่ยวและสำนักข่าวได้รวบรวมข้อมูลทางกายภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของสถานที่บริเวณชายหาดบางแสน โดยแบ่งออกเป็นเอกลักษณ์ทางธรรมชาติ และเอกลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้น ดังนี้

10.1. เอกลักษณะทางธรรมชาติ

เนื่องจากบางแสนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลที่หนึ่ง จึงมีเอกลักษณ์ทางธรรมชาติ ลักษณะทางกายภาพที่แบ่งเป็น 4 ลักษณะเด่น ดังนี้



ตารางที่ 2-2 เอกลักษณ์ทางธรรมชาติทางกายภาพ

ลักษณะทางกายภาพ	ภาพประกอบ
<p>ต้นมะพร้าว: พบเห็นตั้งแต่บริเวณบางแสนตอนกลางตลอดจนถึงบางแสนตอนใต้ (หาดวอนนภา) เป็นทิวแนวขนานกับชายทะเล</p>	 <p>(สำนักข่าวมติชน, 2562)</p>
<p>ชายหาด ,ทะเล: บริเวณทางทิศตะวันตกจากฝั่งบางแสนตอนใต้ตลอดจนถึงบางแสนตอนเหนือ</p>	 <p>(เทศบาลเมืองแสนสุข, 2561)</p>
<p>ภูเขา: จากภาพแสดงถึงเขาสามมุขจุดชมวิวแห่งหนึ่งของชลบุรี ที่สามารถมองเห็นทิวทัศน์ของหาดบางแสนและทะเลอ่างศิลา ตำแหน่งบางแสนตอนเหนือ</p>	 <p>(chonburisearch, 2559)</p>
<p>บรรยากาศพระอาทิตย์ตก: จากภาพแสดงถึงชายหาดบางแสนยามช่วงเวลา 17.00-18.30 (เวลาอาจเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล)</p>	 <p>(travelnaitai, 2563)</p>

10.2 เอกลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้น

เนื่องจากบางแสนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวด้านการพักผ่อนที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ รอง ผอ.ททท.สำนักงานพัทยา บอกว่า บางแสนคือสินค้าท่องเที่ยวคู่คนไทยมาร่วม 77 ปี จึงมีเอกลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นจากอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยมีลักษณะทางกายภาพที่แบ่งเป็น 7 ลักษณะ ดังนี้

ตารางที่ 2-3 เอกลักษณะที่มนุษย์สร้างขึ้นทางกายภาพ

ลักษณะทางกายภาพ	ภาพประกอบ
<p>เตียงผ้าใบ: จากภาพแสดงถึงเตียงผ้าใบจำนวนมากบริเวณริมหาดบางแสนตอนกลางและบางแสนตอนใต้ ลักษณะโครงไม้สีฟ้า และผ้าใบลายแนวตั้ง</p>	 <p>(tripadvisor, 2562)</p>
<p>ร่มชายหาด: จากภาพแสดงถึงร่มชายหาดจำนวนมากบริเวณริมหาดบางแสนตอนกลาง มีลักษณะเหมือนกับร่มชายหาดทั่วไปแต่มีจุดเด่นที่จำนวนนับ 100 คัน</p>	 <p>(ท่องเที่ยว, 2554)</p>
<p>เรือยาง: กิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของบางแสนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีลักษณะคล้ายเรือชูชีพรูปทรงกล้วย</p>	 <p>(เว็บไซต์ amarintv, 2563)</p>
<p>ห่วงยางชูชีพ: กิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของบางแสนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีลักษณะเป็นยางแบบหนาสีดำและมีสัญลักษณ์เป็นภาพหรืออักษรต่างกันไปตามผู้ให้เช่า</p>	 <p>(เว็บไซต์ travelnaitai, 2563)</p>

ตารางที่ 2-2 (ต่อ)

ลักษณะทางกายภาพ	ภาพประกอบ
<p>หอสังเกตการณ์ริมหาด: เทศบาลเมืองแสนสุขตั้งหอสังเกตการณ์ 8 จุดตลอดแนวชายหาดบางแสนดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว พร้อมนำระบบ Smart Technology เข้าใช้คู่กับอุปกรณ์ช่วยชีวิตในเบื้องต้น</p>	 <p>(mgronline, 2561)</p>
<p>ร้านอาหาร: จากภาพแสดงถึงร้านอาหารริมหาดบางแสนสำหรับบริการนักท่องเที่ยว รูปแบบจะเป็นลักษณะร้านชั่วคราวแบบลอย ประเภทอาหาร เช่น ไก่เหลือง ส้มตำ อาหารทะเล</p>	   <p>(one31, 2563)</p>

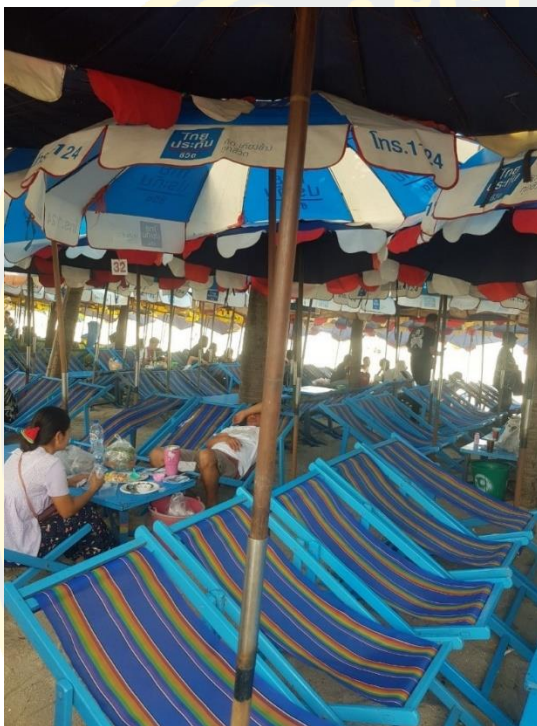
ตารางที่ 2-2 (ต่อ)

ลักษณะทางกายภาพ	ภาพประกอบ
<p>เครื่องบินโฟม: เอกลักษณะดั้งเดิมที่พบเห็นกันทั่วไปตามชายหาดบางแสน ลักษณะคล้ายว่าวแต่วัสดุเป็นโฟมตัดเป็นเครื่องบินทาด้วยสีสดใส</p>	 <p>(13061X, 2550)</p>
<p>จักรยาน: ปั่นจักรยานชมหาดบางแสนเป็นกิจกรรมที่ยังได้รับความนิยมอยู่เมื่อได้มาหาดบางแสน คือ การปั่นจักรยานแบบหลายคนไปรอบ ๆ บริเวณหาด เป็นความทรงจำที่ไม่รู้ลืมแม้เวลาจะผ่านไปกว่า 10 ปี ลักษณะสามารถปั่นได้ 2-4 คนต่อกัน</p>	 <p>(touronthai ,2563)</p>
<p>ทุ่นลอยน้ำ: กิจกรรมล่าสุดของหาดบางแสน โดยเทศบาลเมืองแสนสุข ดำเนินการติดตั้ง “ทุ่นลอยน้ำ” ที่ชายหาดบางแสน เพื่อเพิ่มกิจกรรมทางน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยติดตั้งทั้งหมด 3 จุด ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วงเวียนยินดีต้อนรับ 2. หลังศาลเจ้าพ่อแสน 3. ก่อนถึงโรงแรมเอสทู <p>ขนาดความยาวแต่ละทุ่น 39 เมตร</p>	 <p>(เทศบาลเมืองแสนสุข จังหวัดชลบุรี, 2564)</p>

11. ข้อมูลภาคสนาม

ผู้วิจัยได้ลงสำรวจพื้นที่บริเวณชายหาดบางแสนด้วยวิธีการสังเกตและเก็บรวบรวมภาพถ่ายในแต่ละส่วน ได้แก่ บางแสนเหนือ บางแสนกลาง บางแสนใต้ ของตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลจากเอกสาร โดยมีข้อมูล ดังนี้

11.1 ชายหาดบางแสนเหนือ (หาดวอนนภา) ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี

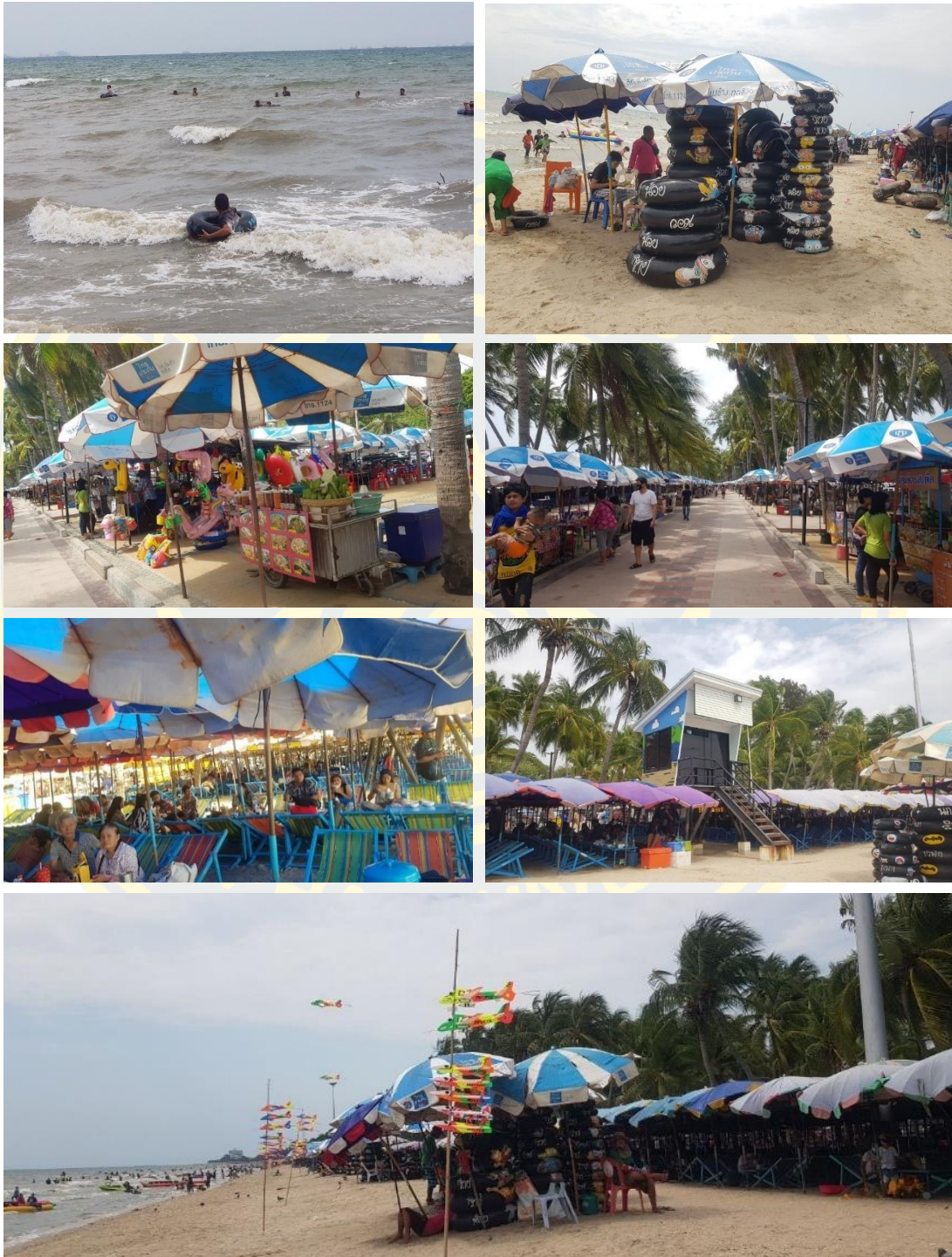


ภาพที่ 2-63 บรรยากาศชายหาดบางแสนเหนือ (หาดวอนนภา) ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี

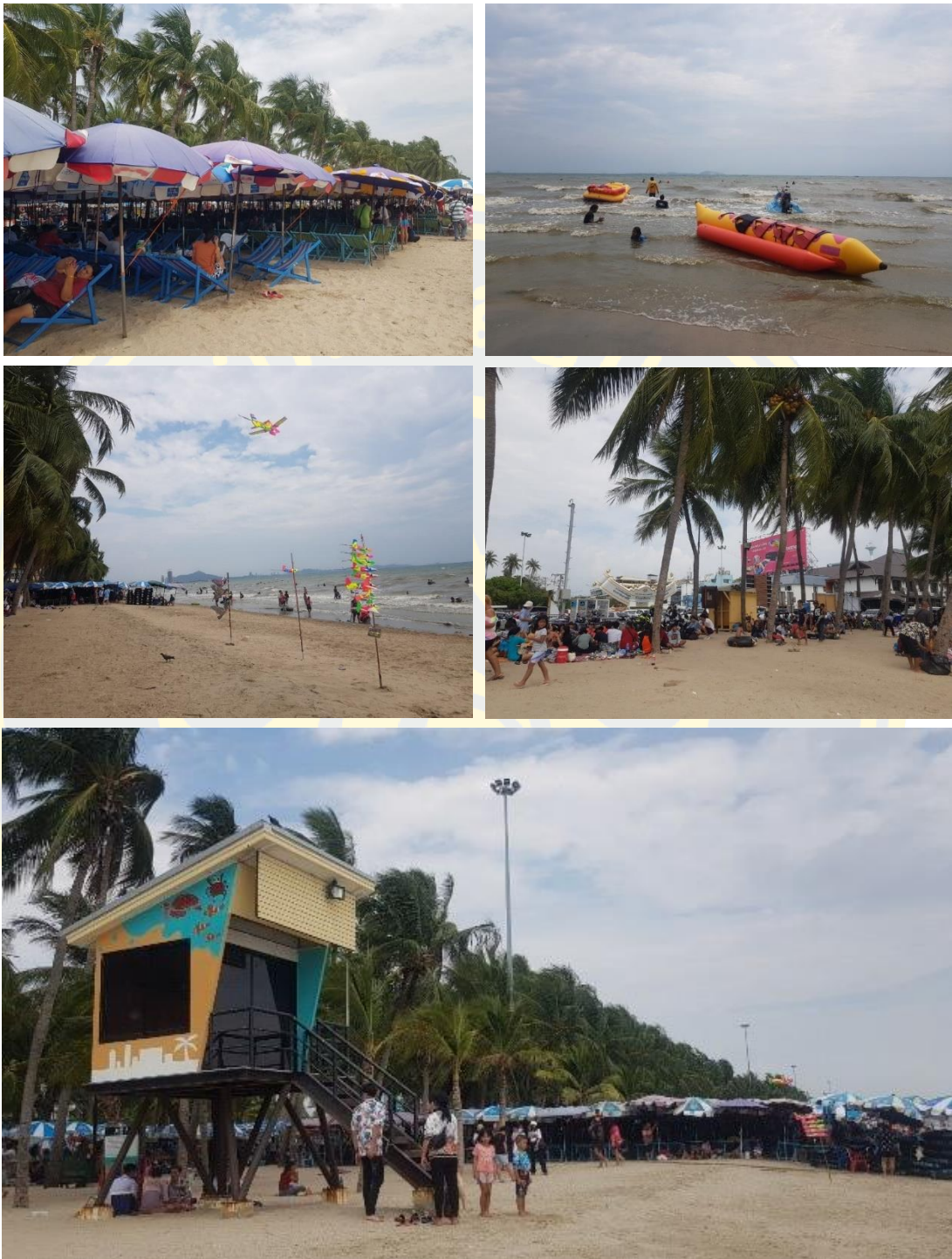


ภาพที่ 2-64 บรรยากาศชายหาดบางแสนเหนือ (หาดวอนภา) ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี

11.2 ชายหาดบางแสนตอนกลาง (หาดบางแสน) ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 2-65 บรรยากาศชายหาดบางแสนบางแสนตอนกลาง (หาดบางแสน) ตำบลแสนสุข
จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 2-66 บรรยากาศชายหาดบางแสนบางแสนตอนกลาง (หาดบางแสน) ตำบลแสนสุข
จังหวัดชลบุรี

11.3 ชายหาดบางแสนตอนใต้ (แหลมแท่น) ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 2-67 บรรยากาศชายหาดบางแสนบางแสนตอนใต้ (แหลมแท่น) ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี

จากการสำรวจข้อมูลภาคสนามผู้วิจัยสรุปได้ว่าลักษณะทางกายภาพที่คล้ายกันของชายหาดบางแสนเหนือ บางแสนกลาง และบางแสนใต้ ทั้ง 3 ส่วน ได้ดังนี้

รูปแบบสถานที่ คือ โขดหินกับหาดทราย ร้านค้าต่าง ๆ

รูปแบบกิจกรรม คือ การพักผ่อน เล่นน้ำทะเล

ภาพรวม คือ ทะเล ท้องฟ้า หาดทราย ต้นมะพร้าว

จากข้อมูลบทความหาดบางแสน ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า จากข้อมูลนักท่องเที่ยว ทั้งในสถานที่และนอกสถานที่ ได้เพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ปี จำนวนของชาวต่างชาติ ร้อยละ 40 ได้เพิ่มรายได้ให้กับเศรษฐกิจตำบลแสนสุข เฉลี่ยหลัก 10 ล้านบาท และมีการเติบโตในทุก ๆ ปี ซึ่งข้อมูลเศรษฐกิจที่ได้มาแสดงถึง สถานที่ท่องเที่ยวชายหาดบางแสน ที่ยังคงอนุรักษ์เอกลักษณ์หรือจุดขายดั้งเดิมอยู่หลากหลายรูปแบบ ทั้งในเรื่องของ กิจกรรมทางทะเล ร้านอาหาร และยังมีการพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยเทศบาลเมืองแสนสุข จัดทำหุ่นลอยน้ำ ในปี 2563 ที่ผ่านมา ทำให้มีนักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาใช้บริการในพื้นที่มากขึ้น รวมไปถึงทัศนวิสัยที่ดีขึ้นทั้งในบางแสนเหนือ บางแสนกลาง บางแสนใต้ ที่ใช้เอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่า

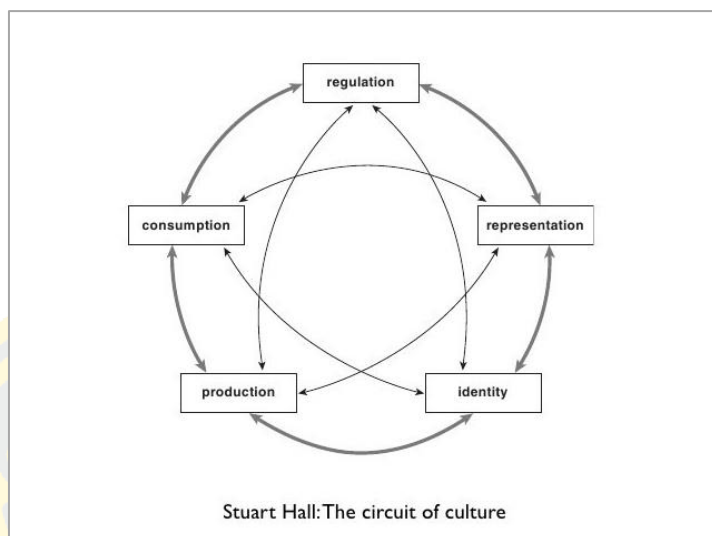
6. แนวคิดทฤษฎีอัตลักษณ์ (Identity)

1. ความหมายของอัตลักษณ์องค์กร

บทความจาก Ratchdaporn Keawjan เรื่อง Corporate Identity Design ปี 2556 ได้กล่าวไว้ว่า การออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กรหรือแบรนด์สินค้า ที่ไม่ได้หมายถึงการสร้างแบรนด์หนึ่ง ๆ โดยตรง แต่เป็นหน้าตาสำคัญที่จะกำหนดหน้าตาและทิศทางของแบรนด์นั้น ๆ ได้ การออกแบบอัตลักษณ์นี้จึงไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะมันไม่ใช่แค่การออกแบบ “โลโก้” แล้วนำไปประยุกต์ใช้กับเครื่องมือสื่อสารทั้งหมดของแบรนด์ CI Design คือ การออกแบบ “ภาพลักษณ์ทั้งหมดของแบรนด์” ที่จะทำให้นักภายนอกสัมผัสได้เช่นเดียวกับที่องค์กรต้องการสื่อออกไป เรียกว่า ถ้าพลาดก็อาจทำให้ภาพของแบรนด์บิดเบี้ยวไปเลยก็ได้

บทความจาก PANUPAT MANCHOO เรื่อง การออกแบบอัตลักษณ์ (LOGO) ปี 2555 ได้ให้ความหมายไว้ว่า คำว่า “อัตลักษณ์” ไม่มีบันทึกไว้ในพจนานุกรม แต่มีคำหลายเล่มให้ความหมายคำว่า “อัตลักษณ์” ไว้ว่า คุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของคุณลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้น ๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น และศาสนา ฯลฯ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือสากลกับสังคมอื่น ๆ กล่าวคือ ลักษณะที่ไม่เหมือนกับของคนอื่น ๆ “อัตลักษณ์” มาจากภาษาบาลีว่า อุตต+ลักษณะ โดยที่ “อุตตะ” มีความหมายว่า ตัวตน, ของตน ส่วน “ลักษณะ” หมายถึง สมบัติเฉพาะตัว หากมองเพียงแค่รูปศัพท์ “อัตลักษณ์” จึงเหมาะจะนำมาใช้หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวของสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากกว่า ส่วนคำว่า “เอกลักษณ์” มีคำว่า “เอก” ซึ่งหมายถึง หนึ่งเดียว จึงน่าจะหมายความว่าลักษณะหนึ่งเดียว (ของหลาย ๆ สิ่ง) หรือลักษณะที่ของหลาย ๆ สิ่งมีร่วมกัน ซึ่งเป็นความหมายแรกตามพจนานุกรมอย่างไรก็ดี คนไทยโดยส่วนใหญ่ยังนิยมใช้คำว่า “เอกลักษณ์” ในความหมายว่าลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใครอย่างกว้างขวาง ส่วนคำว่า “อัตลักษณ์” นั้นมักจะใช้ในวงแคบ ๆ เช่น แวดวงวิชาการเท่านั้น และบางครั้งก็ใช้แบบมีนัยยะแฝง เช่น “เอกลักษณ์” เป็นสิ่งตายตัวไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ส่วน “อัตลักษณ์” สามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่กระนั้นก็ยังไม่มีข้อบัญญัติการใช้ที่ชัดเจน

ฮอลล์และดูกาย (Hall, & Du Gay, 1996) อธิบายลักษณะของอัตลักษณ์ว่า ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ หรือเกิดขึ้นลอย ๆ แต่ก่อรูปขึ้นมาภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยที่วัฒนธรรมก็เป็นสิ่งถูกประกอบสร้างทางสังคม (Social Construct) และไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งตายตัว หากแต่เป็นวงจรซึ่งมีผู้เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture) ภาพแสดงวงจรแห่งวัฒนธรรมกับการสร้างอัตลักษณ์ดังนี้



ภาพที่ 2-68 แสดงถึงวงจรแห่งวัฒนธรรม
(Hall, 1997)

จากภาพที่แสดงวงจรวัฒนธรรมกับการสร้างอัตลักษณ์ อธิบายได้ว่า อัตลักษณ์ทั้งหลาย มี กระบวนการถูกผลิต (Produced) ให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภค (Consumed) และถูกควบคุมจัดการ (Regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น และทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายต่าง ๆ (Creating Meanings) ผ่านทางระบบต่าง ๆ ของการสร้างภาพตัวแทน (Symbolic Systems of Representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่าง ๆ ทางอัตลักษณ์อันหลากหลายที่เราเลือกใช้ หรือ นำเอามาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา

เอ็ดเวิร์ด ที ฮอลล์ (Edward T. Hall อ้างถึงใน ศิรินาถ ปิ่นทองพันธุ์, 2546) เสนอว่า วัฒนธรรมก่อให้เกิดอัตลักษณ์ ทำให้เราแตกต่างจากคนกลุ่มอื่น ๆ โดยแบ่งวิธีการเรียนรู้ที่ทำให้ทราบ ถึงความแตกต่างไว้ 10 กลุ่ม คือ

1. ระบบการสื่อสารและภาษา
2. ลักษณะท่าทางและการแต่งกาย
3. อาหารและนิสัยการบริโภค
4. เวลาและความสำนึก
5. การตอบแทนและการทักทาย
6. ความสัมพันธ์
7. ค่านิยมและบรรทัดฐาน
8. ความรู้สึกเป็นตัวเองและระยะห่าง

9. การพัฒนาด้านจิตใจและการเรียนรู้

10. ความเชื่อและทัศนคติ

ในการศึกษาอัตลักษณ์ของบุคคลหรือชุมชนน่าจะศึกษาได้จากภาพตัวแทนที่แสดงออกมา เป็นสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายอัตลักษณ์ซึ่งอาจจะแสดงผ่านสื่อต่าง ๆ หรือแสดงให้ผู้อื่นรับรู้ เช่น การใช้ภาษา ศาสนา เครื่องแต่งกาย และการบริโภค เป็นต้น

2. ความสำคัญของอัตลักษณ์องค์กร

จะเห็นได้ว่าการออกแบบระบบที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะขององค์กร โดยคำนึงถึงความรู้สึกนึกคิดต่อตนเองว่า "ฉันคือใคร" ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตัวเองและคนอื่นมองเราในขณะนั้น (Kath, 2000, pp. 6-7 อ้างใน พิสิษฐ์ คุณวโรตม์, 2545, หน้า 57) และในขณะเดียวกันมโนทัศน์อัตลักษณ์ จะถูกกล่าวควบคู่ไปกับเรื่องของอำนาจ นิยาม ความหมายหรือการสร้างภาพแทนความจริง (representation) เมื่ออัตลักษณ์ไปสัมพันธ์กับแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว คุณจะมี ความหมายที่แตกต่างจากความหมายที่เข้าที่เข้าใจกัน โดยสามัญสำนึกมาก (อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2543, หน้า 1)

เสรี วงษ์มณฑา และชัชณะ เตชคณา (2550, หน้า 96) ได้กล่าวว่า กระบวนการสร้างแบรนด์ (The brand building process) ได้กระบวนการดังต่อไปนี้

1. กำหนดวิสัยทัศน์	การค้นพบ
2. วางตำแหน่งครองใจ / กำหนดคำสัญญาเป็นจุดขาย	คำสัญญา
3. วางระบบสร้างอัตลักษณ์	การแสดงออกทางแบรนด์
4. สร้างแบรนด์ภายในองค์กร	Brand Action
5. สร้างการรับรู้ให้แบรนด์	การสื่อสารของแบรนด์
6. ทำให้บริโภครับผิดชอบแบรนด์	โฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า จัดกิจกรรม การเจาะตลาดตรง
7. สร้างความภักดีและผูกพันให้แบรนด์	

ภาพที่ 2-69 กระบวนการการสร้างแบรนด์ (เสรี วงษ์มณฑา และชัชณะ เตชคณา, 2550)

จากภาพที่ 2-70 ทำให้เห็นถึงความสำคัญของอัตลักษณ์เพื่อแสดงออกทางแบรนด์จากนั้นต้องสร้างการรับรู้การสื่อสารให้กับแบรนด์ พอถึงแม้ว่าองค์กรจะมีภาพลักษณ์ที่ดีเพียงใดแต่ถ้าภาพลักษณ์ไม่ได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณชน หรือผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ภาพลักษณ์ที่ดีนั้นย่อมไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรเท่าที่ควร ด้วยเหตุนี้ องค์กรที่ประสบความสำเร็จหลายแห่งจึงได้กำหนดให้มีแผนสำหรับ อัตลักษณ์องค์กรรวมอยู่ในแผนการจัดการและการบริหารงานขององค์กร (สุมิตรา ศรีวิบูลย์, 2547, หน้า 21-22)

3. ประเภทของอัตลักษณ์

เออร์วิง ก็อฟมัน (Erving Goffman, 1963) นักสังคมวิทยา ได้แบ่งอัตลักษณ์ออกเป็น 2 ประเภท และอธิบายลักษณะความแตกต่างและความเหมือนกันไว้ ดังนี้ อภิญา เพื่อองฟูสกุล (2546: 5-6, 27-28) (อ้างถึงใน ชิโนรส ถิ่นวิไลสกุล, 2554)

3.1 อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) คือ ภาพของปัจเจกในสายตาคนอื่น ในฐานะที่เป็นบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยสังคมจะมีวิธีการระบุอัตลักษณ์ส่วนบุคคลแตกต่างกันไป เช่น สังคมสมัยใหม่ใช้บัตรประชาชนหรือการพิมพ์ลายนิ้วมือระบุอัตลักษณ์บุคคล เป็นต้น ในขณะที่ ลิตเติลจอห์นและฟอสส์ (Littlejohn, & Foss, 2008) อธิบายว่า อัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือ ลักษณะเฉพาะของบุคคล ที่เกิดขึ้นจากการมองตนเอง และเกิดขึ้นจากเรียนรู้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในครอบครัวในช่วงเริ่มแรกของชีวิต และจากสังคม

3.2 อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ของบุคคล คือ สถานภาพทางสังคม เช่น อาชีพ ชนชั้น เพศ ชาติพันธุ์ หรือศาสนาที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่ สังคมจะมีความคาดหวังหรือเรียกร้องว่า ปัจเจกบุคคลในวัย เพศ ชนชั้นนั้น ๆ ควรวางตนอย่างไร

จากคำอธิบายดังกล่าวจะเห็นว่าอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์ทางสังคมมีส่วนที่ซ้อนทับกันอยู่ เพราะอัตลักษณ์ เป็นการเชื่อมต่อกันระหว่างความเป็นปัจเจก (Individual) และสังคม (Social Aspect) การสังคมกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคล ทำให้มีระบบคุณค่าติดมากับบทบาท หน้าที่นั้น ในมิตินี้อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (Symbolic Aspect) ด้วย เพราะการแสดงออกที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์แบบต่าง ๆ กระทำผ่านระบบสัญลักษณ์หลากหลายแบบ

นอกจากนี้จากการค้นคว้าพบว่า มีอัตลักษณ์อีกประเภทหนึ่งเรียกว่า อัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity) สารานุกรมสังคมวิทยาเบสิคเวลด ได้นิยามไว้ว่า หมายถึงการมีความหมายร่วมกันของกลุ่ม ซึ่งความหมายร่วมเหล่านี้เกิดจากความสนใจและประสบการณ์ร่วมกันของสมาชิกกลุ่ม เป็นการตอบคำถามว่าพวกเราเป็นใคร อัตลักษณ์ร่วมไม่ใช่สิ่งตายตัว เกิดขึ้นผ่านการต่อสู้ทางการเมือง ผ่านการเคลื่อนไหวทางสังคม ปฏิสัมพันธ์ และปฏิกริยาทางสังคม (George Ritzer, 2007) ในขณะที่โอลสัน (Olson, 2010) อธิบายว่า หมายถึง ชุดของความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการ

เป็นสมาชิกของกลุ่ม ซึ่งอัตลักษณ์ร่วมนี้จะเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ในระดับปัจเจกหรืออัตลักษณ์ของบุคคล ตัวอย่างของอัตลักษณ์ร่วม เช่น บุคลิกภาพของกลุ่มโดยรวม เพศสภาพ ชาติพันธุ์ สภาพ ภาพ อาชีพ เป็นต้น (Richard D. Ashmore, Kay Deaux and Tracy McLaughlin-Volpe, 2004) จากคำอธิบายข้างต้นจะพบว่าอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) และอัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity) มีลักษณะใกล้เคียงกัน

อัตลักษณ์เป็นเรื่องที่มีส่วนร่วมกันอยู่หลายประการ เช่น อัตลักษณ์เป็นเรื่องของปัจเจกบุคคล อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการสร้างจากบริบทเชิงพื้นที่และเวลา (วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์) อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการให้คำนิยามและตีความ มีความหมายเชิงคุณค่า ซึ่งคุณค่าเหล่านั้นไม่จำเป็นต้องได้รับความเป็นสากล แต่ความหลากหลายทางวัฒนธรรมหรือการสร้างตัวตนจาก วัฒนธรรมย่อยก็ได้ ทำให้เกิดการยอมรับซึ่งพหุลักษณะทางสังคม ซึ่งไม่เหมือนกับเอกลักษณ์ในคำ นิยามสมัยแรกที่จะต้องสร้างเพื่อความเป็นปึกแผ่นของสังคมเท่านั้น แต่อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการยอมรับในการมีอยู่ของปัจเจกอย่างจริงจัง

ข้อมูลการตลาดออนไลน์ (Online Marketing)

แนวโน้มการตลาดในปัจจุบันที่ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงการเข้าหาผู้ขายตลอดเวลา ทั้งจากความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีสื่อสารต่าง ๆ มากขึ้น พฤติกรรมที่มีความเป็น Multi-screen มากขึ้น รวมไปถึงความต้องการต่าง ๆ ที่ซับซ้อน แยกย่อย และลงลึกยิ่งกว่าเดิม ทำให้ผู้บริโภคที่แม้จะเป็นคนเดียวกันหรือกลุ่มเดียวกันกับที่แบรนด์หรือนักการตลาดเคยรู้จักหรือเข้าใจ แต่ในอนาคตอันใกล้อาจเปลี่ยนแปลง ไม่ได้มีความต้องการเหมือนเดิมอีกต่อไป นำมาซึ่งการปรับตัวทั้งของนักการตลาดและนักสื่อสารแบรนด์ในการพิชิตใจผู้บริโภคที่ท้าทายมากขึ้น

1. ความหมายการตลาดออนไลน์

บทความจากเว็บไซต์ wynnssoft-solution โดยคุณวสันต์ แผลงสิทธิ์ ฉบับปี 2559 ได้กล่าวว่า การทำการตลาดในสื่อออนไลน์ มีวัตถุประสงค์ ทำให้สินค้าที่ต้องการขายให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น โดยใช้วิธีต่าง ๆ ในการ โฆษณาเว็บไซต์ หรือ โฆษณาขายสินค้า ที่จะนำสินค้าของเราไปเผยแพร่ตามสื่อออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้อื่นได้เข้าถึงและเกิดความสนใจ จนเข้ามาใช้บริการหรือซื้อสินค้าของเราโดยการตลาดออนไลน์ (Online Marketing)

2. ความสำคัญของการตลาดออนไลน์

บทความจากบริษัท นิภา เทคโนโลยี จำกัด ฉบับปี 2562 ได้กล่าวถึงความหมายด้านการตลาดออนไลน์ไว้ว่า ในสังคมที่โลกออนไลน์กำลังเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่า สื่อออนไลน์ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อเราในทุกขณะ ตั้งแต่ตื่นเช้า

จนกระทั่งเข้านอน อีกทั้งความรวดเร็วและความสะดวกสบายของโลกออนไลน์ยังถูกนำมาใช้ประโยชน์กับกลุ่มคนทุกสาขาอาชีพ โดยเฉพาะการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ที่กำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย เพราะสามารถทำให้ผู้อื่นรู้จักเราหรือสินค้าของเราได้อย่างกว้างขวาง

3. กระบวนการสร้างการตลาดออนไลน์

3.1 ชื่อร้าน ขายของออนไลน์ ชื่อร้านต้อง อ่านง่าย จำง่าย ค้นหาเจอ หลายคนคิดว่าการตั้งชื่อร้านค้าออนไลน์ของตัวเอง จะตั้งชื่อร้านอะไรก็ได้ตามใจชอบ ยิ่งถ้าแปลกไม่ซ้ำใครยิ่งดี (บางทีถึงกับเปิดดิกชันนารีหากันด้วยซ้ำ) แต่หารู้ไม่การตั้งชื่อร้านต้องมีเทคนิคนั้นก็คือ ต้องอ่านง่าย จำง่าย ค้นหาเจอ และต้องค้นหาเจอง่าย

3.1.1 อ่านง่าย ชื่อที่ออกเสียงยาก ไม่คุ้นหูคนไทย มีผลทำให้ลูกค้าไม่จดจำร้านหรือบางทีก็ไม่กล้าแนะนำร้านคุณกับคนรู้จัก เพราะกลัวออกเสียงผิด! เท่ากับคุณเสียโอกาสได้ลูกค้าใหม่ไปอีกคน เพราะอย่างนี้คุณ

3.1.2 จดจำง่าย ค้นหา ชื่อร้านที่ดีควรทำให้ลูกค้าจดจำได้ง่าย เห็นปุ๊บจำปั๊บยิ่งดีข้อนี้ก็แล้วแต่ความครีเอทีฟของแต่ละคนเลยล่ะว่าจะใช้ไม่ว่า ตั้งชื่อร้านให้สัมพันธ์กับสินค้าที่ขาย เช่น ถ้าคุณขายนาฬิกาและตั้งชื่อให้มีคำว่า Time หรือ Watch ลูกค้าก็จะสามารถจดจำและหาร้านของคุณเจอได้ง่ายยิ่งขึ้น หรือใช้เทคนิคใช้ศัพท์ที่เรียกความสนใจ เช่น “คนอะไรเป็นแฟนหมี” (นั่นคือ คนอริยเป็นแฟนหมี อยากรู้ใหม่ล่ะ)

3.1.3 ค้นหาเจอง่าย สมัยนี้ไม่มีใครจะหาอะไรก็ต้องถามอาตุ้ Google หรือ Facebook กันทั้งนั้นแหละค่ะ ยิ่งถ้าเราคิดชื่อได้ตรงกับคำศัพท์ที่ลูกค้าใช้ค้นหา (Search) ก็ยังมีโอกาสทำให้ลูกค้าหาร้านเราเจอง่ายขึ้น

3.2 สินค้า เลือกจากสิ่งที่ชอบ เลือกจากสิ่งที่ใช่

3.2.1 เลือกจากสิ่งที่ชอบ เลือกจากสิ่งที่คุณชอบ เพราะ เวลาขายคุณจะสามารถให้ข้อมูลลูกค้าได้อย่างชัดเจน นี่ยังไม่นับไปถึงความสุขที่คุณจะได้ทำสิ่งที่รัก สิ่งที่ชอบ จนรู้สึกมีความสุขจนเหมือนไม่ได้ทำงานเลยนะ

3.2.2 เลือกจากสิ่งที่ใช่ แต่ถ้าคุณไม่ได้ชื่นชอบอะไรเป็นพิเศษ แค่อยากมีร้านค้าเป็นของตัวเอง คุณอาจจะเริ่มโดยการสำรวจตลาดว่าสินค้าอะไรกำลังเป็นที่ต้องการและน่าจะทำได้กำไรได้ดี ยกตัวอย่างเช่น ในช่วงที่คนส่วนมากหันมาใช้สมาร์ตโฟน การขายเบตสำรองหรือเคสโทรศัพท์มือถือก็เป็นความคิดที่ไม่เลว

แต่ไม่ว่าคุณจะเลือกขายอะไร อย่าลืมคิดถึงราคาค่าต้นทุนและกำไรที่จะได้รับ เพราะการขายของออนไลน์มีการตัดราคากันอยู่บ่อยครั้ง ทางที่ดีที่สุด คุณควรเริ่มด้วยสินค้าที่มีราคาค่าต้นทุนต่ำ

3.3 เงินทุน ต้นทุนการขายของออนไลน์ ไม่ได้มีแค่ค่าสินค้าเพียงอย่างเดียวเงินที่คุณจะนำมาลงทุนในการเริ่มร้านออนไลน์ไม่ควรจะครอบคลุมแค่ค่าสินค้าที่คุณจะสั่งมาขาย แต่ควรรวมค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่คุณอาจต้องเสีย เช่น ค่าจัดส่ง ค่าแพ็คเกจ ค่าโฆษณา ฯลฯ ดังนั้น คุณควรวางแผนให้ดี ว่าเงินทุนของคุณนี้จะสามารถทำให้คุณดำเนินการได้แบบไม่ต้องไปขอยืมคนอื่นที่หลัง ยิ่งถ้าคุณคิดจะลาออกจากงานประจำมาขายของออนไลน์ด้วยแล้ว คุณยังต้องคิดให้รอบคอบ

3.4 จุดยืนของร้าน วางแผนร้านให้ชัดเจนเมื่อมีสินค้าแล้ว ก็ถึงเวลาคิดว่าสินค้าของคุณเหมาะที่จะขายส่งหรือขายปลีกมากกว่ากัน บางครั้งการเลือกขายสินค้าส่งในราคาถูก เอากำไรน้อย อาจทำให้คุณรวบแบบไม่รู้เรื่องก็ได้ ในขณะที่สินค้าบางอย่าง เช่น สินค้าแฟชั่น ก็เหมาะที่จะขายปลีกแบบเอากำไรสูง

3.5 ช่องทางขายสินค้า ขายที่ไหนบ้าง? FACEBOOK, INSTAGRAM หรือ LINE@ ช่องทางการขายที่เราจะเปิดร้านออนไลน์และขายสินค้าของเราบนไหน ก็เป็นอีกปัจจัยที่มีต่อผลต่อความสำเร็จของร้าน เพราะแต่ละช่องทางเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แตกต่างกัน

3.5.1 ขายบนเพจ Facebook เป็นช่องทางที่ง่ายที่สุด คนขายนิยมสูงสุด และก็เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเราได้มากที่สุดเช่นกัน เพราะสมัยนี้ผู้บริโภคส่วนมากใช้ Facebook กันทั้งนั้น ทำให้สินค้าเราเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายมาก ยิ่งปัจจุบัน Facebook เปิดให้ลงโฆษณา (Facebook Ads) ที่สามารถตั้งงบที่ใช้ลงโฆษณาและกำหนดกลุ่มเป้าหมายเองด้วยแล้ว ยิ่งทำให้เปิดเพจขายของบน Facebook ยิ่งนิยมเข้าไปใหญ่ ทำให้คนหายกลายเป็นเศรษฐีมาแล้วมากมาย

3.5.2 ขายบน Instagram เป็นอีกช่องทางที่เริ่มนิยมเป็นอันดับถัดมา โดยจะเน้นการขายผ่านรูปภาพ ลงรายละเอียดได้ไม่มากเหมือน Facebook ดังนั้นหากจะขายผ่านช่องทางนี้ คุณต้องมีฝีมือในการถ่ายภาพสินค้าในระดับหนึ่งเลยแหละถึงจะปัง แต่ถ้ายังมีมือไม่เข้าขั้นก็ฝึกฝนกันได้แหละ

3.5.3 ขายผ่าน LINE และ LINE@ ช่องทางนี้ก็เป็นอีกช่องทางที่น่าสนใจและควรมี แต่นั่นต้องหลังจากที่คุณมีเพจ Facebook หรือ ร้านบน Instagram แล้วนะคะ เพราะช่องทางนี้เป็นช่องทางที่ร้านสามารถแชทตรงกับลูกค้าได้เลย ลูกค้าจะรู้สึกเหมือนได้คุยกับคนเป็น ๆ มากกว่าร้านค้าส่วนใหญ่จึงใช้ช่องทางนี้ในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเก่า เช่น การอัปเดตสินค้าคอลเลกชันใหม่ โปรโมชั่นล่าสุด ฯลฯ

3.5.4 สร้างคิวอาร์โค้ด (QR CODE) ปัจจุบันสามารถใช้งาน QR Code ได้หลากหลายรูปแบบ เช่น ใช้แปะ URL หรือชื่อเว็บเพจที่ยาวหรือยากต่อการจดจำในรูปแบบภาพ เมื่อถ่ายภาพ QR Code ดังกล่าวแทนการพิมพ์ URL ด้วยสมาร์ตโฟนก็จะลิงค์เข้าสู่หน้าเว็บไซต์นั้น ๆ ได้ทันที

3.6 แผนการตลาด จุดขายดึงดูด ส่งตรงถึงกลุ่มเป้าหมายแผนการตลาด เป็นสิ่งสำคัญที่จะกำหนดชะตาของร้านคุณ เพราะถึงคุณจะมีสินค้าคุณภาพดีราคาถูก แต่ถ้าไม่มีใครรู้จักร้านของคุณก็ไม่มีประโยชน์ คุณจึงควรวางแผนให้ดูว่าจะโปร โมตร์ร้านค้าหรือสินค้าของคุณอย่างไร จะดึงดูดลูกค้าอย่างไร และจะทำให้อย่างไรให้ร้านคุณที่เพิ่งเปิดใหม่เอาชนะร้านอื่น ๆ ที่เปิดมาก่อนหน้าคุณได้ การวางแผนการตลาดอาจเริ่มจากขั้นตอนนี้ต่อไป

3.6.1 วาดภาพเป้าหมายให้ชัดเจน

3.6.2 มีขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เช่น เมื่อเปิดเพจแล้วจะทำให้คนรู้จักอย่างไร

3.6.3 วางงบประมาณที่จะใช้เพื่อให้ขั้นตอนต่าง ๆ สำเร็จ

3.6.4 วางกำหนดเวลาเพื่อประเมิน ตรวจสอบ และปรับปรุงแผน

3.7 ช่องทางการชำระเงิน ยิ่งเยอะยิ่งดี ถ้าขายของแพงรับบัตรเครดิตได้ยิ่งเร็ว การชำระเงินควรเป็นเรื่องง่ายสำหรับลูกค้า คุณควรเปิดบัญชีสำหรับร้านของคุณกับธนาคารที่คนส่วนใหญ่ใช้บริการ แทนที่จะเลือกธนาคารที่ไม่เป็นที่นิยมแต่ให้ดอกเบี้ยดี นอกจากนี้ถ้าคุณวางแผนจะขายสินค้าให้กับลูกค้าที่อยู่ต่างประเทศ คุณก็ควรมีบัญชีที่รองรับการโอนเงินจากต่างประเทศ (และมีแผนสำหรับการจัดส่งสินค้าไปต่างประเทศแบบที่คุณไม่ขาดทุน) บัญชี Paypal นับว่าเป็นทางเลือกที่ดีและสามารถสมัครใช้งานง่าย

3.8 ความอดทนและมุ่งมั่น คิดไว้เราต้องทำได้ หลายคนเริ่มธุรกิจด้วยความรู้สึกอยากรวยเร็ว เราหวังให้การลงทุนของเราผลิดอกออกผลเป็นกำไรตั้งแต่วันที่ที่เราเริ่มเปิดร้านแต่นั้นแทบจะเรียกได้ว่าเป็นความเพ้อฝัน เพราะเมื่อคุณเริ่มเปิดร้าน เป็นไปได้ว่าคุณจะไม่มีลูกค้าเลยในอาทิตย์แรก ๆ (ไม่นับเพื่อน ญาติ และคนรู้จัก) อาจมีลูกค้าหลายคนมาให้ความสนใจสินค้าของคุณแต่ก็จากไป คุณจะเริ่มสงสัยว่าคุณทำอะไรผิด บางครั้งอาจถึงขั้นอยากลดราคาแล้วขายทุกอย่างเพื่อให้คืนทุน อย่าทำแบบนั้น คุณต้องมั่นใจและหมั่นตรวจสอบแผนการตลาดของคุณว่าได้ผลตามคาดหรือไม่ และหัดปรับเปลี่ยน ทำอะไรใหม่ ๆ เพื่อเรียกลูกค้า และอย่าท้อแท้

3.9 เวลา ยิ่งเร็ว ยิ่งได้เปรียบ ถ้าคุณเตรียมตัวจะยึดการขายของออนไลน์เป็นอาชีพก็แล้วไป แต่ถ้าหากคุณเป็นคนที่ยังต้องทำงานประจำ คุณควรวางแผนบริหารเวลาให้ดี เพราะบางที “ความอยากได้” ของลูกค้าก็มีระยะเวลาจำกัด การที่คุณไม่สามารถโต้ตอบลูกค้าได้ทันเวลา อาจหมายถึงการเสียลูกค้าไป ตอบบทสนทนาจากลูกค้าในเวลาที่คุณไม่ว่าง เพื่อเป็นการซื้อเวลาไม่ให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณทอดทิ้งก็ได้ (page365, ม.ป.ป.)

4. ประโยชน์ของการทำการตลาดออนไลน์

4.1 การตลาดออนไลน์เป็นตลาดประเภท Niche Market ผู้บริโภคสามารถเจาะจงได้ว่าจะค้นหาสินค้าอะไร แบบไหน เช่น หากผู้บริโภคต้องการที่จะทำ E-Book เขาก็จะเข้าเว็บไซต์ที่รับทำ E-Book

4.2 เป็นการแบ่งส่วนตลาดเชิงพฤติกรรม (Behavioral Segmentation) ลูกค้าสามารถเลือกได้ว่าจะใช้บริการกับใคร แบบไหนก็ได้ตามที่พวกเขาต้องการ ซึ่งหากลูกค้าทราบว่าการใช้บริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นง่ายกว่าการที่ต้องออกเดินออกจากบ้านไปหาสินค้าแน่นอนว่าพวกเขาจะเลือกวิธีที่สะดวกสบายที่สุด

4.3 ลูกค้าสามารถเลือกได้ว่าต้องการสินค้า แบบไหน สีอะไร ซึ่งความต้องการของแต่ละคน ย่อมแตกต่างกันออกไป

4.4 มีลูกค้าอยู่ทุกมุมโลก การตลาดออนไลน์ ทำให้เราสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก ไม่ว่าจะอยู่ไกลแค่ไหนก็ตาม

4.5 การตลาดออนไลน์ ทำให้เราเหมือนมีพนักงานที่สามารถทำงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่มีวันหยุด ซึ่งเมื่อเทียบกับการจ้างคนมาทำงานให้ได้ตลอด 24 ชั่วโมงแล้ว จะต้องใช้คนมากกว่าสองคนขึ้นไป

4.6 สามารถให้ข้อมูลลูกค้าได้มากเท่าที่เราต้องการ การทำการตลาดออนไลน์ทำให้เราสามารถให้ข้อมูลสินค้าหรือธุรกิจของเราได้เท่าที่เราต้องการยิ่งเราลงรายละเอียดมากเท่าไรก็จะทำให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้นเท่านั้น

4.7 การตลาดแบบผสม การตลาดออนไลน์เป็นการตลาดแบบผสมเพราะสามารถสร้างกิจกรรม สร้างโปรโมชั่นเป็นช่องทางสื่อสารและติดต่อลูกค้าได้

4.8 การตลาดแบบ 2-way ด้วยการตลาดแบบ 2-way ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายผ่านช่องทางการติดต่อผ่านสื่อการตลาดออนไลน์

4.9 ใช้ต้นทุนต่ำ การตลาดออนไลน์ทำให้เราไม่ต้องเสียเงินจำนวนมาก ๆ ในการสร้างหน้าร้านขึ้นมา ซึ่งต้องเสียแรง เสียเวลา เสียเงิน ในการไปเช่าสถานที่ จ้างคน หรือพนักงาน เราสามารถจัดทำเป็นแคตตาล็อกออนไลน์เพื่อนำเสนอให้กับลูกค้า ซึ่งสามารถเปิดดูได้ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ ทำให้เราแทบไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอีกทั้งยังสามารถแสดงผลได้อย่างสวยงามอีกด้วย

4.10 สินค้าสามารถถูกจัดส่งได้อย่างรวดเร็ว เช่น เพลง หนังสือ หรือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วราวุธ ทรัพย์ศรีสัตยชัย (2555) แนวทางสำหรับการสร้างอัตลักษณ์การออกแบบแฟชั่นในประเทศไทย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในวงกว้างสำหรับนิสิตนักศึกษาสายการออกแบบแฟชั่น ผู้ประกอบการ และบุคคลทั่วไปที่สนใจในธุรกิจนี้ โดยการนำทฤษฎีภาพต้นแบบ(Archetype) มาเป็นแนวคิดหลักในการสร้างตราสินค้าที่สามารถเข้าถึงจิตใจของผู้บริโภคอย่างแยกย่อย ผู้วิจัยได้นำมาสร้างกรอบแนวคิดในการออกแบบแฟชั่นร่วมกับแนวโน้มแฟชั่น (Trend) โดยเทคนิคนี้จะช่วยให้นักออกแบบสามารถสรุปบุคลิกของตราสินค้า กลุ่มเป้าหมายและการเลือกใช้แนวโน้มแฟชั่นที่สัมพันธ์กันในการออกแบบสินค้าแฟชั่น โดยสร้างกลุ่มภาพต้นแบบด้วยเทคนิค Socio Style Mapping โดยแบ่งกลุ่มภาพต้นแบบจากทั้งหมด 15 บุคลิก ออกเป็น 4 กลุ่มตามความสัมพันธ์กับแนวโน้มแฟชั่นสากลและเสนอกรอบแนวคิดสำหรับนักออกแบบให้เข้าใจง่ายด้วยแผนภาพ ผลจากการตอบที่เป็นรูปแบบบรรณนิยมทางแฟชั่นของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นไทยทั้งชายและหญิง จำนวน 400 คน

คุณสุนัดดา นรสาร (2562) บัณฑิตป้ายแดงจากภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผู้ก่อตั้งแบรนด์ Mamawell แบรนด์กระเป๋าสุดเก๋จากการคิดและทำเพื่อ thesis สู่งานผลิตเพื่อขายจริง ตอนที่นำผลงานจากวิทยานิพนธ์ไปแสดงที่ Siam Discovery มีทีมงานจากสยามพิวรรธน์มาสนใจงานและติดต่อให้นำสินค้าไปวางขายที่ Icon Siam เลยตัดสินใจลองไปวางขาย จากจุดนั้นเลยกลายเป็นจุดเริ่มต้นในการทำแบรนด์ โดยแนวคิดของแบรนด์คือ การสร้างมูลค่าให้กับเศษวัสดุ เศษวัสดุที่หลายคนมองว่าไม่มีคุณค่าแล้ว แต่เรากลับมองว่าทุกอย่างล้วนมีคุณค่าในตัวเองเพียงแค่นำกลับไปมองและรู้จักเลือกใช้วิธีการที่เหมาะสมในการพัฒนาสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ แปลกใหม่ และแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่เคยพบเห็น ผ่านนิยามในการทำงานที่ว่าด้วย “ถ้าไม่ลองก็ไม่รู้” คืออย่างลัวกับการก้าวไปข้างหน้า ถึงแม้ว่าเรายังไม่รู้ว่าจะข้างหน้าจะพบอะไร แต่ถ้าเราไม่ลอง เราก็จะไม่วันรู้ ทุกอย่างย่อมเป็นบทเรียนชีวิต จงมุ่งมั่นและยึดจุดหมายที่ตั้งไว้ โดยคิดอยู่เสมอว่าต้องไปให้ถึง และจุดหมายนั้นก็จะเป็นของเรา

แสงเดือน สอนเจริญ (2548) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยบริเวณ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวบริเวณ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุตั้งแต่ 30-39 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ สถาบันการเงิน และมีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท โดยนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ ส่วนตัว กลุ่มบุคคลที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกัน คือ กลุ่มเพื่อน กลุ่มเพื่อนที่นำจะเดินทางมาท่องเที่ยว คือ

ฤดูหนาว จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 3 ครั้ง ระยะเวลาที่มาเที่ยวต่อครั้ง โดยเฉลี่ย 4 วัน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 4,851 บาท ส่วนปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพบว่า ด้านกายภาพ 49 และด้านศาสนา ด้านวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว บริเวณ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ปัจจัยความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ในด้านสถาน ที่ท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และวัฒนธรรม ด้านแหล่งท่องเที่ยวบริเวณ สามเหลี่ยมทองคำ ด้านร้านอาหาร และรสชาติอาหาร ด้านการเดินทาง ด้านสถานที่พักผ่อน มีความสัมพันธ์กับมีความสัมพันธ์ พฤติกรรมการท่องเที่ยวบริเวณ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

ทรงยศ คันธมานนท์ ซีอีโอ ของ ReadyPlanet (2559) บอกว่า รัฐบาลไทยพยายาม ผลักดันแผนนโยบาย SME 4.0 ReadyPlanet มองว่ายังมีผู้ประกอบการจำนวนมากที่ยังไม่ทราบว่า จะใช้นวัตกรรมต่าง ๆ มาใช้ประยุกต์กับธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จได้อย่างไร ซึ่งผู้ประกอบการควรหันมาให้ความสำคัญกับการมี mobile application เพื่อธุรกิจ เพื่อเพิ่มช่องทาง ที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น โดยมีเหตุผลง่าย ๆ 5 ข้อ

1. ประเทศไทยมียอดผู้ใช้สมาร์ตโฟนในประเทศไทยที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ข้อมูล จาก DAAT ระบุว่าปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ใช้สมาร์ตโฟน 48.2 ล้านคน จากประชากรทั้งหมด 67.9 ล้านคน เนื่องจากอุปกรณ์ต่าง ๆ มีขนาดเล็กลง มีราคาถูกลง ไม่ว่าใครก็สามารถเป็นเจ้าของได้
2. ประเทศไทยมียอดผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต 38 ล้านราย ใช้ผ่านโมบายล์ 82.1% และ ใช้เวลาท่องอินเทอร์เน็ตบนมือถืออีกกว่า 5.7 ชั่วโมงต่อวัน โดย 31% นิยมซื้อสินค้าและบริการผ่าน อุปกรณ์โมบายล์
3. การเปิดตัวของระบบ 4G ในเมืองไทย และการแข่งขันของผู้ให้บริการเครือข่าย อินเทอร์เน็ต ทำให้อัตราค่าใช้บริการมีราคาถูกลง และมีความเร็วเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังมี ความครอบคลุม ช่วยให้ผู้ใช้บริโภคสามารถสื่อสาร ค้นหาข้อมูล รวมถึงการติดต่อกับแบรนด์ผ่าน ช่องทางออนไลน์ได้ง่ายแค่ปลายนิ้ว
4. ช่วยเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจของคุณ อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความมั่นใจในการซื้อสินค้า ให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้คุณยังสามารถเลือกใช้ฟังก์ชันต่าง ๆ ให้เข้ากับความต้องการของคุณและ กลุ่มเป้าหมายได้โดยไม่มีข้อจำกัด และที่สำคัญ
5. การที่ธุรกิจมี mobile app เป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารและโอกาสในการเข้าถึง ให้กับลูกค้าของคุณ ช่วยให้ลูกค้าสามารถติดตามข่าวสาร โปรโมชันต่าง ๆ และประหยัดเวลาในการหาข้อมูล รวมถึงสร้างยอดขายใหม่ ๆ ได้ไม่ยาก

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์” มีจุดประสงค์เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มวัสดุเหลือใช้จากป้ายโฆษณา เช่น สถานที่เก็บรวบรวมป้ายโฆษณาเหลือใช้ให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ โดยใช้วิธีการทดลองเทคนิคต่าง ๆ เพื่อสร้างเทคนิคเฉพาะ และการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ควบคู่กันไป เพื่อเพิ่มแนวทางใหม่ในการใช้รูปแบบเทคนิคทางทัศนศิลป์ร่วมกับวัสดุเหลือใช้จากป้ายโฆษณา และเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุเหลือใช้เหล่านี้ด้วย โดยมีกระบวนการทางความคิด และการศึกษาจากแหล่ง ข้อมูลต่าง ๆ ทั้งทางด้านวรรณกรรม บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. วิธีการเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล
4. ประเมินความพึงพอใจ และสรุปผลการวิจัย
5. สรุปการดำเนินงาน

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลด้านวัสดุ

- 1.1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้ว
- 1.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการนำขยะทั่วไปกลับมาสร้างมูลค่า

2. ข้อมูลด้านการออกแบบ

- 2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบ
- 2.2 ศึกษารูปแบบของเทคนิคศิลปะการผสมผสานที่นำมาประยุกต์กับป้ายโฆษณา

ไวเนลที่ใช้แล้ว

- 2.3 ศึกษาทดลองประยุกต์การขึ้นรูปแบบวัสดุป้ายโฆษณา ไวเนลที่ใช้แล้วร่วมกับวัสดุ

ต่างๆ

- 2.4 แนวทางการออกแบบ

แนวทางที่ใช้ในการออกแบบจะได้จากการวิเคราะห์เพื่อหาวัสดุจากสถานที่และการออกแบบใช้หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ า เพื่อจับเอาแนวคิดที่ได้มาใช้ในการออกแบบ โดยกำหนดออกเป็นแนวทาง ดังนี้

แนวทาง A1, A2 และA3

2.4.1 ออกแบบตามแนวทางที่ได้วิเคราะห์มาในเบื้องต้น เพื่อนำมาหารูปแบบที่เหมาะสม กับผลิตภัณฑ์และวัสดุที่เลือกใช้

2.4.2 ออกแบบอุปกรณ์ประกอบ ได้แก่ โครงสร้างค้ำใน และอุปกรณ์ประกอบชิ้นงาน

2.4.3 ออกแบบช่องใส่สัมภาระ ในแต่ละรูปแบบของรูปทรงที่ทำการออกแบบ และวิเคราะห์หาความเหมาะสมกับแนวคิดผลิตภัณฑ์

2.4.4 นำผลงานการออกแบบ ให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ ด้านทัศนศิลป์ ด้านการตลาด และนักวิชาการด้านการออกแบบ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องไม่ต่ำกว่า 10 ปี ทำการประเมินเพื่อพิจารณาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในด้านการออกแบบและด้านการตลาด

2.4.5 สรุปผลการประเมินความเหมาะสมที่มีต่อผลงาน จากความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่ คิดว่ามีความเหมาะสมที่สุดเพื่อนำไปสอบถามความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมาย

2.4.6 การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยแจกแจงความถี่แบบค่า ร้อยละ (Percentage) ใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2538: 10)

เมื่อ	P	แทน	ค่าเฉลี่ย
	f	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยค่าร้อยละสูงที่สุด หมายถึง ถูกเลือกหรือได้รับเลือกเป็นลำดับที่ 1 และค่าร้อยละรองลงมา หมายถึง ถูกเลือกหรือได้รับเลือกเป็นลำดับถัดมา จนกระทั่งค่าร้อยละน้อยที่สุด หมายถึง ถูกเลือกหรือได้รับเลือกลำดับสุดท้าย

3. ข้อมูลด้านศิลปะและการออกแบบ

3.1 ทดลองประยุกต์รูปแบบด้วยการทำให้แผ่นป้ายโฆษณาไว้นิตที่ใช้อย่างเหมาะสม เชื่อมต่อกับวัสดุประสานต่าง ๆ

3.2 ทดลองประยุกต์รูปแบบการผสมผสานด้วยการนำวัสดุต่าง ๆ ที่ใช้อย่างเหมาะสม ประดิษฐ์ โดยใช้หลักการจัดองค์ประกอบศิลป์

3.3 ทดลองประยุกต์รูปแบบผสมผสานด้วยการนำสีชนิดต่าง ๆ

4. ข้อมูลด้านอัตลักษณ์

โดยใช้แนวคิดจากเครื่องมือช่วยในการจัดระบบเครื่องมือการถอดอัตลักษณ์พื้นที่ชายหาดบางแสน ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี

4.1 แนวทางเครื่องมือการถอดอัตลักษณ์แบบสอบถามพื้นที่ชายหาดบางแสน มีกระบวนการ ดังต่อไปนี้

4.1.1 กิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ หมายถึง การกระทำสิ่งต่าง ๆ ในที่ผู้คนกระทำร่วมกัน ได้แก่ ปั่นทราย ขี่จักรยานริมชายหาด ตกอากาศชายหาด เล่นห่วงยาง เล่นพารามอเตอร์ พายเรือ (sup board) เล่นเครื่องบินโฟม เล่นน้ำทะเล เล่นเรือใบ ซ็องของฝาก รับประทานอาหารทะเล สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ถ่ายรูป ออกกำลังกาย

4.1.2 สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ หมายถึง สถานที่สร้างขึ้นหรือกำเนิดขึ้นเองโดยมนุษย์สร้างขึ้น ด้วยความเคารพบูชา และมีความเก่าแก่ เพื่อให้ผู้คนที่ทั้งในจังหวัดชลบุรีหรือจังหวัดอื่น ๆ ได้เข้ามาเยี่ยมชม ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อแสน ศาลเจ้าแม่เหาะสามมุก

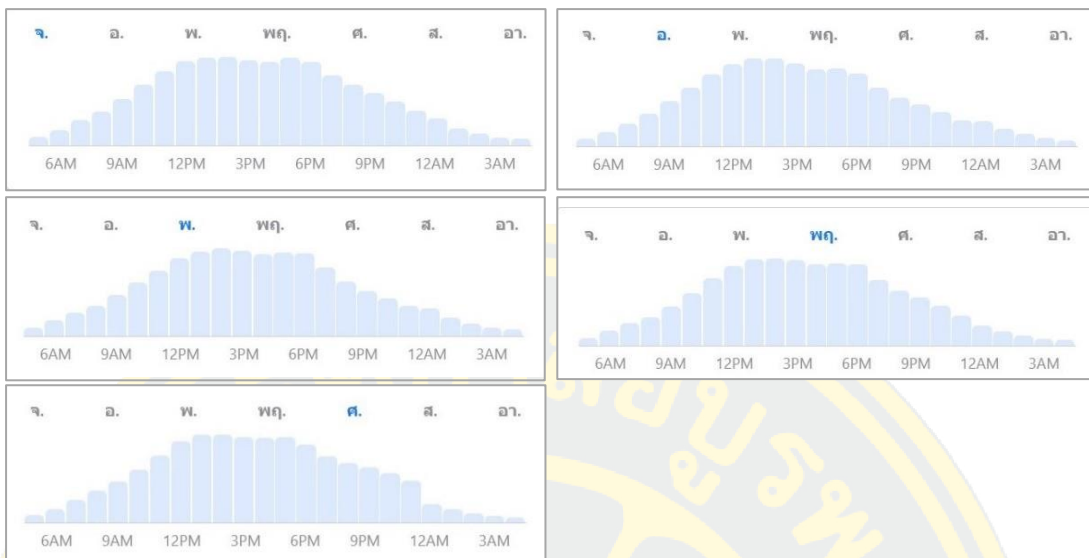
4.1.3 สิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติแสดงให้เห็นในพื้นที่ ได้แก่ ทะเล ดันมะพร้าว เปลือกหอย กูเขา หาดทราย บรรยากาศตอนพระอาทิตย์ตก

4.1.4 สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นที่เป็นเอกลักษณ์กับพื้นที่ หมายถึง สิ่งปลูกสร้าง และสิ่งของภายในชายหาดบางแสนได้รับความนิยม ได้แก่ หอสังเกตการณ์ริมหาด ร้านกาแฟสด โรงแรม ร้านค้าอาหารทะเล ร้านบริการสถานบันเทิง ห่วงยางชูชีพ เครื่องบินโฟม รมชายหาด เตียงผ้าใบ ทุ่งลอยน้ำ

4.1.5 เทศกาลสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ หมายถึง งานที่จัดขึ้นเพื่อความสนุกสนานรื่นเริงหรือเพื่อสร้างเอกลักษณ์บางแสน ได้แก่ เทศกาลกินเจ เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปั่นทรายวันไหลบางแสน งานเทศกาลวันไหลบางแสน เทศกาลวันลอยกระทง บางแสน ไบควิก งานวิ่งบางแสน

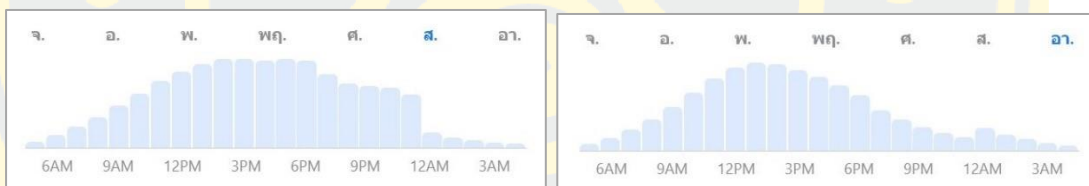
4.1.6 อาหารที่มีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ หมายถึง สิ่งบริโภคภายในชายหาดบางแสนได้รับความนิยม ได้แก่ กาแฟสด ไข่เหลือง ส้มตำ ข้าวเกรียบอ่อน แจงลอน อาหารทะเลสด ข้าวหลาม หอยจ๊อ ขนมจาก

4.1.7 ช่วงเวลาของพื้นที่ หมายถึง ระยะเวลาของนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้สถานที่ชายหาดบางแสนเฉลี่ยได้ ดังนี้



ภาพที่ 3-1 แสดงช่วงเวลากการเข้าใช้หาดบางแสนวันจันทร์-ศุกร์

<https://www.facebook.com/106904027511756>



ภาพที่ 3-2 แสดงช่วงเวลากการเข้าใช้หาดบางแสนวันเสาร์-อาทิตย์

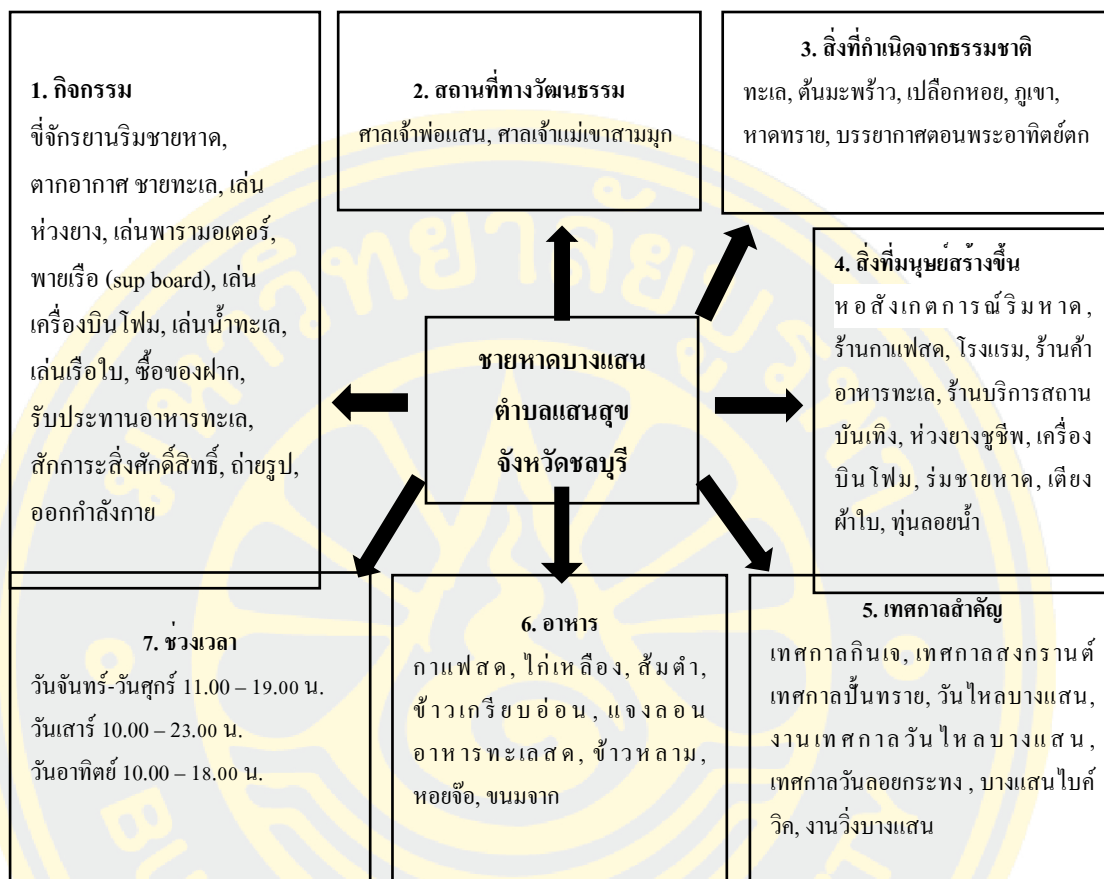
<https://www.facebook.com/106904027511756>

วันจันทร์-วันศุกร์ ระยะเวลา 11.00-19.00 น.

วันเสาร์ ระยะเวลา 10.00 -23.00 น.

วันอาทิตย์ ระยะเวลา 10.00-18.00 น.

เครื่องมือการถอดอัตลักษณ์พื้นที่ชายหาดบางแสน



ภาพที่ 3-3 เครื่องมือการถอดอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี

ขั้นตอนที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลพื้นฐานทฤษฎีต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในงานวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีทางการออกแบบโครงสร้างการเชื่อมต่อในรูปแบบต่าง ๆ รวบรวมแล้ววิเคราะห์หาแนวโน้ม เพื่อนำมาเชื่อมโยงเข้ากับแนวคิดและป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้วเพื่อนำไปประยุกต์ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์

1. ศึกษาวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างแบบสอบถามต่าง ๆ

1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1.1 ศึกษาเทคนิค และวิธีการสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยหรือตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

1.1.2 นำแบบสอบถามที่ได้ใช้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบ ความถูกต้องและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตาม จุดประสงค์ของการวิจัยหรือไม่ และนำข้อเสนอมาปรับปรุงแก้ไขหาความเที่ยงตรงจากการหาค่า IOC (Index of item - objective congruence)

เมื่อ IOC = ความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบสอบถาม

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

การพิจารณาความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบสอบถามจะเป็น การพิจารณาแบบสอบถามรายชื่อจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อ หา ค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญกำหนดเป็น 3 ระดับ ดังนี้

+1 หมายถึง แน่ใจว่าแบบทดสอบมีเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าแบบทดสอบมีเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์

-1 หมายถึง แน่ใจว่าแบบทดสอบมีเนื้อหา ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

แบบสอบถามที่ถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาในระดับดี สามารถ นำไปวัดผล ได้ จะต้องมีค่า IOC เกินกว่า 0.5 เป็นต้นไป

1.2 การสอบถามความเชื่อถือ (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดสอบ (try out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยจะนำผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ไปหาค่า ความเที่ยงตรงแบบสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เพื่อทดสอบว่าแต่ละคำถามและ แต่ละคำตอบในแบบสอบถามสามารถ ใช้ภาษาสื่อความหมาย สร้างความเข้าใจกับผู้ตอบ แบบสอบถามได้ อย่างถูกต้อง ตรงกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดในการสอบถามหรือไม่ และ มีความยากง่ายต่อการทำความเข้าใจอย่างไรทำการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น โดยได้ค่า reliability ของแบบสอบถาม เท่ากับ .93

1.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงและปรับปรุงแก้ไขให้เกิด ความสมบูรณ์แล้วนำไปใช้เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นประโยชน์ในการวิจัยต่อไป

1.4 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี เพศชายและหญิงที่มีอายุ 20 ปี ขึ้นไป จำนวน 120 ตัวอย่าง เหตุเพราะเป็นกลุ่มที่อาศัย อยู่ในพื้นที่เป็นส่วนใหญ่จึงสามารถให้ข้อมูลที่สำคัญได้และมีสิทธิในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ด้วยตัวเองและมีกำลังซื้อพอสมควร

2. แบบสอบถามเพื่อใช้ในการออกแบบ

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 120 คน เพื่อสอบถามในการใช้ออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์กระเป๋าไวโนลิต้านต่าง ๆ ดังนี้

2.1. แบบสอบถามความต้องการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของระดับความเป็นไปได้ของอัตลักษณ์บางเส้นสู่ผลิตภัณฑ์กระเป๋า เพื่อการออกแบบโดยสามารถแบ่งหัวข้อ ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่มีความคิดเห็นต่อสถานที่ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้กระเป๋าในพื้นที่บางแสน จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้กระเป๋าทั่วไป

2.2. ข้อมูลในส่วนที่เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเก็บรวบรวมเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อนำไปออกแบบชิ้นงานต่อไป

2.3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบ SUMMARY ใน Google Forms จะทำการแสดงข้อมูลให้เราในรูปแบบกราฟและแผนภูมิ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้คือ แบบการสังเกตและการทดลองการประยุกต์ในรูปแบบต่าง ๆ แล้วนำมาจัดหมวดหมู่ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ในงานวิจัย การศึกษาและพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์จากป้ายโฆษณาไวโนลิตัวที่ใช้แล้ว รวมถึงแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเลือกแนวทางการออกแบบที่มีความเหมาะสมมากที่สุด เพื่อนำรูปแบบที่ได้รับเลือกมาสอบถาม กลุ่มเป้าหมายต่อไป

3.1. ป้ายโฆษณา จากแหล่งในพื้นที่ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี

3.2. การสังเกตในพื้นที่ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

3.3. แบบสอบถามเพื่อการออกแบบอัตลักษณ์กระเป๋าไวโนลิต

3.4. ประเมินแบบสอบถามเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ คือ การจัดหมวดหมู่การทดลองการสร้างสรรค์ชิ้นงานในแนวทางต่าง ๆ แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปผล เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้ว

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างภายหลังการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านต่าง ๆ ทั้งในศาสตร์ทางด้านการออกแบบ ด้านทัศนศิลป์และการตลาด โดยสอบถามเกี่ยวกับรูปทรงของผลิตภัณฑ์, สีเส้น, รูปแบบการใช้งานและวัสดุที่ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ การออกแบบใช้หมวดหมู่แนวความคิด A1, A2 และ A3 เพื่อนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าแล้วจึงเลือกแนวทางที่มีความเหมาะสมและสามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของตำบลแสนสุข ชลบุรี และป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วออกมาได้อย่างเหมาะสมที่สุด และใช้การสอบถามกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 120 ชุด แจกแก่กลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้ระยะเวลาประมาณ 3 สัปดาห์ในการเก็บข้อมูล และข้อมูลที่ได้จากการตอบ แบบสอบถามที่มีความถูกต้องสมบูรณ์แล้วจะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการทดลองการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้ว

2.1 แบบสอบถามความพึงพอใจหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของระดับความเหมาะสมของอัตลักษณ์บนกระเป๋าเพื่อสร้างความพึงพอใจ โดยสามารถ แบ่งเกณฑ์ได้ดังนี้

4.51-5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

3.51-4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

2.51-3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง

1.51-2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย

1.00-1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

2.2 ข้อมูลในส่วนที่เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเก็บรวบรวมเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนาชิ้นงานต่อไป

2.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ Google Forms

2.4 การสรุปผลการออกแบบ การสรุปผลการศึกษาและพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ จากป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้ว จากผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโดยนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาสรุป เพื่อทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 ชิ้น ต่อ 1 แนวความคิด เพื่อนำมาสร้างเป็นต้นแบบของผลิตภัณฑ์ในงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 4 ประเมินความพึงพอใจ และสรุปผลการวิจัย

ทำแบบสอบถามประเมินผลความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน รวบรวมข้อมูลที่ได้และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปผลการวิจัย

1. กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการทำแบบสอบถาม

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 120 คน เพื่อสอบถามความพึงพอใจ ด้านต่าง ๆ ดังนี้

2. ประเมินผลการออกแบบผลิตภัณฑ์จากป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้ว

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามเพื่อสอบถามความคิดเห็นและแง่มุมของกลุ่มตัวอย่างต่อผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบเป็นแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ สามารถแบ่งออกได้ 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามให้ เลือกตอบเพียงข้อเดียว เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ที่ทำการ ออกแบบในด้านต่าง ๆ ให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักการประเมินเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน	ความหมาย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ต้องการน้อยที่สุด
2	เห็นด้วยน้อยที่สุด ต้องการน้อย
3	เห็นด้วยน้อย ต้องการปานกลาง
4	เห็นด้วยมาก ต้องการมาก
5	เห็นด้วยมากกว่า ต้องการมากที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อต่อยอดการออกแบบ ให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลแสนสุข ชลบุรี และอาศัยนอกพื้นที่ เพศ ชายและเพศหญิงที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 120 คน เหตุเพราะกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่พื้นที่เป็นส่วนใหญ่จึงสามารถให้ข้อมูลที่สำคัญได้และมีสิทธิในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าด้วยตัวเองและมีกำลังซื้อพอสมควร

ขั้นตอนที่ 5 สรุปการดำเนินงาน

โดยมีวิธีการดังนี้

การดำเนินโครงการขั้นที่ 1 กำหนดขอบเขตของปัญหา

การดำเนินโครงการขั้นที่ 2 ศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร

การดำเนินโครงการขั้นที่ 3 ศึกษารวบรวมข้อมูลจากภาคสนามแต่ละสถานที่

การดำเนินโครงการขั้นที่ 4 นำข้อมูลทั้งสองประเภทมารวบรวม และวิเคราะห์

เพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบ

การดำเนินโครงการขั้นที่ 5 ทดลองวัสดุที่จะนำมาใช้ร่วมประเภทต่าง ๆ

การดำเนินโครงการขั้นที่ 6 นำข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ที่ศึกษามาทั้งจากเอกสาร และข้อมูลภาคสนาม มาออกแบบผลงานออกมา 3 รูปแบบ

การดำเนินโครงการขั้นที่ 7 นำข้อมูลจากการสอบถาม และสัมภาษณ์ที่ได้มาจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างมารวบรวม ประมวลผล และสรุปรูปแบบผลงาน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

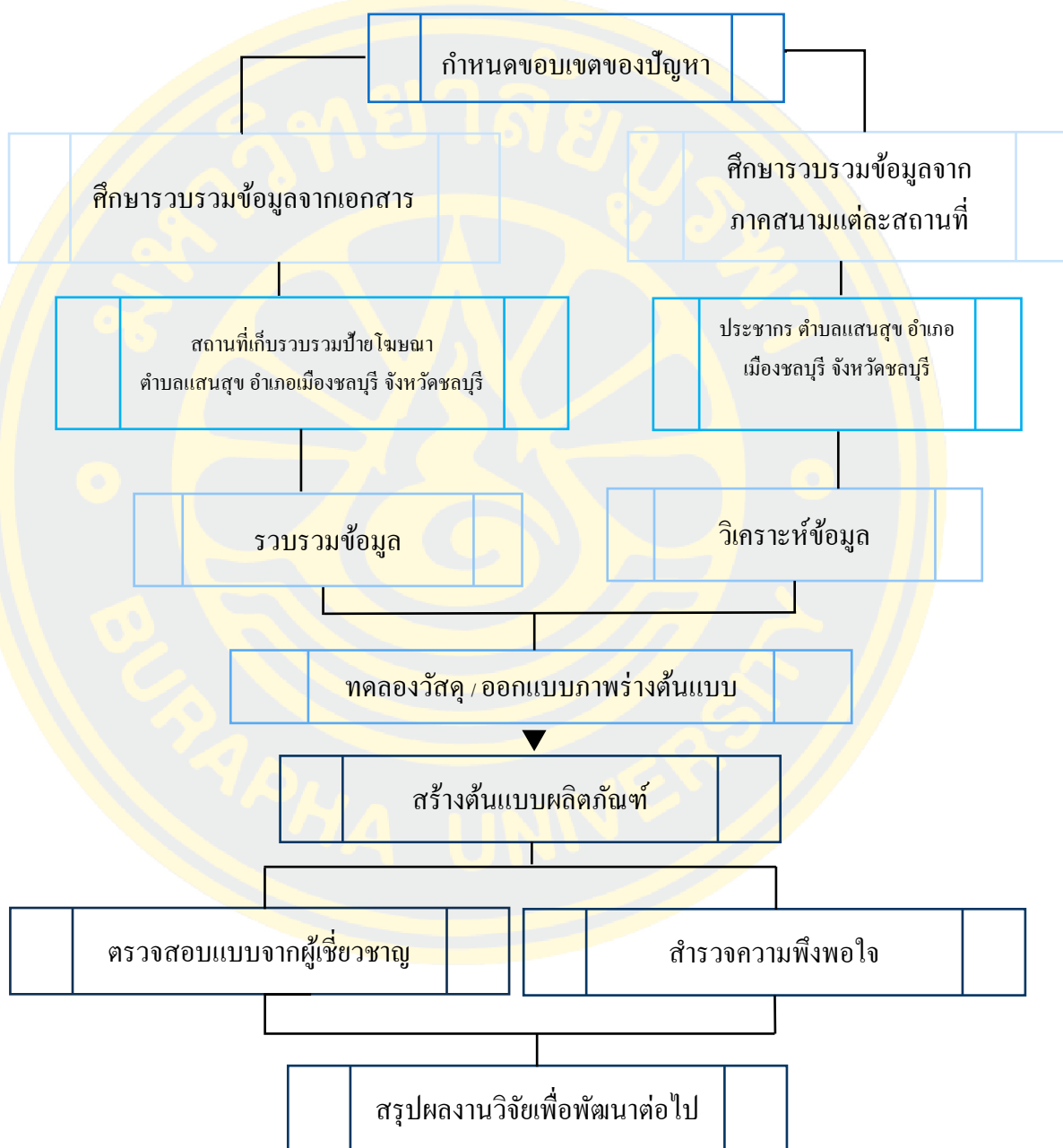
การดำเนินโครงการขั้นที่ 8 ทำแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อขอความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานต้นแบบที่ได้สร้างขึ้น และเก็บข้อมูลต่าง ๆ

การดำเนินโครงการขั้นที่ 9 ทำแบบสำรวจด้านความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากกลุ่มตัวอย่าง 120 คน

การดำเนินโครงการขั้นที่ 10 สรุปผลการวิจัย เพื่อพัฒนา แก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการวิจัยต่อไป

ขั้นตอนดำเนินงานวิจัยหัวข้อ

การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณา
สร้างอัตลักษณ์



ภาพที่ 3-4 การสรุปขั้นตอนการวิจัย

บทที่ 4

ผลการดำเนินการวิจัย

ผลการดำเนินการวิจัย การดำเนินการวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์ สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับแผ่นป้ายโฆษณาที่ใช้แล้ว
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นที่ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี
3. ขั้นตอนการถอดอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี
4. ผลการวิเคราะห์เพื่อเชื่อมโยงสู่แนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบ
5. ขั้นตอนการดำเนินการออกแบบและผลิตชิ้นงานต้นแบบ
6. ผลการวิเคราะห์จากการทดลองใช้งานผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
7. ผลการวิเคราะห์จากการทดลองวัสดุที่ใช้นำการผลิตชิ้นงาน
8. ผลการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า เรื่อง การออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์
9. ผลวิเคราะห์ของผู้ทรงคุณวุฒิในด้านต่าง ๆ
10. ผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชิ้นงาน

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแผ่นป้ายโฆษณาที่ใช้แล้ว

- 1.1 วิเคราะห์วิถีคิดและกระบวนการในการสร้างสรรค์งาน
 - 1.1.1 การสังเกต+ความต้องการ
 - 1.1.2 ใช้วัสดุเสริมที่เกี่ยวข้อง
 - 1.1.3 ทดลอง+ผสมผสาน+ขึ้นแบบรูปทรง
 - 1.1.4 เกิดรูปทรงและเทคนิควิธีการใช้ในรูปแบบต่าง ๆ
 - 1.1.4.1 ผลิตภัณฑ์รูปทรงเรขาคณิต (เทคนิคตัดอุตสาหกรรม)
 - 1.1.4.2 ผลิตภัณฑ์รูปทรงอิสระ (รูปแบบการตกแต่ง)
- 1.2 วิเคราะห์ความน่าสนใจของการขึ้นรูปวัสดุป้ายโฆษณาไววนิลใช้แล้ว
 - 1.2.1 วัสดุเลียนแบบผ้าใบและการนำเอาวัสดุเสริมมาทำการทดลองสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการ
 - 1.2.2 สร้างสรรค์จากข้อจำกัดของวัสดุโดยใช้การสร้างความน่าสนใจด้วย “การสร้างรูปแบบของเอกลักษณ์ของสถานที่ให้เป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์”

1.2.3 ให้ความสำคัญกับรูปแบบองค์ประกอบระหว่าง “เอกลักษณ์สถานที่กับรูปแบบ”

1.2.4 เป็นการสร้างสรรค์ที่แสดงถึง “การริโซเคิล”

1.2.5 ป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วต้องมีประโยชน์ใช้สอยที่ดีมีความสวยงามและสามารถนำไปใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์ได้

1.3 การวิเคราะห์หาตัวร่วม และแนวความคิดในการขึ้นรูปป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้ว

1.3.1 การสร้างรูปแบบจากการใช้เอกลักษณ์ของสถานที่ให้เกิดความน่าสนใจ (Amenity) ในลักษณะรูปทรงผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปแบบต่าง ๆ

1.3.2 ยิงใช้วัสดุเสริมที่น่าสนใจในการประกอบมากเท่าไรยิ่งสร้างมูลค่ายิ่งขึ้น โดยเกิดจากโครงสร้างชิ้นงานและการนำมาเชื่อมโยงกับวัสดุร่วม

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นที่ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี

2.1 วิเคราะห์ผลการสำรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ในการออกแบบสอบถามนั้นจะว่าในเรื่องของข้อมูลเบื้องต้นที่ต้องการหาเอกลักษณ์ในตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี กับความต้องการในผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากป้ายโฆษณาที่ได้จากพื้นที่ตำบลแสนสุข ที่แสดงถึงเอกลักษณ์พื้นที่บริเวณชายหาดบางแสนจากบุคคลทั่วไปทั้งในและนอกจังหวัดกับความเห็นในเรื่องของแนวการคิดออกแบบของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งผู้วิจัยจะทำการรวบรวมสถิติที่เกี่ยวข้องในเรื่องของมุมมองทางกายภาพ รูปแบบของสถานที่ ที่มักจะพบเห็นในชายหาดบางแสน โดยผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นจำนวน 120 คน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์หาแนวทางและพัฒนาในการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากป้ายโฆษณาไวเนล มีข้อสรุป ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-1 สรุปแบบสอบถามเพื่อการวิจัยในเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์

เพศ					
ชาย			หญิง		
57			63		
ประเภทบุคคล					
ในพื้นที่			นอกพื้นที่		
13			107		
อายุ					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป
46	25	21	20	7	1
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
28		77		15	
อาชีพ					
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว		
50	28	16	26		
รายได้					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท		30,001 บาทขึ้นไป	
45	25	14		36	

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่มีความคิดเห็นต่อสถานที่ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4-2 สรุปแบบสอบถามเพื่อการวิจัยในเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้

เป้าหมายของท่านที่มาบางแสน		
สถานะ	รวมทั้งหมด (คน)	ลำดับที่
ท่องเที่ยว	72	1
ทำงาน	0	3
เรียน	48	2
ท่านนิยมเที่ยวชายหาดบางแสนส่วนไหนมากที่สุด		
ส่วนที่นิยมเที่ยว	รวมทั้งหมด (คน)	ลำดับที่
หาดวอนกา	30	2
หาดบางแสน	80	1
แหลมแท่น	10	3
ถ้าท่านนึกถึงนึกถึงกิจกรรมที่ชายหาดบางแสน นึกถึงอะไร (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)		
กิจกรรมที่ชายหาดบางแสน	รวมทั้งหมด (คน)	ลำดับที่
ตากอากาศชายทะเล	107	1
ถ่ายรูป	83	2
จั้งกรยานริมชายหาด	29	3
เล่นห่วงยาง	28	4
ปั่นทราย	16	5
ออกกำลังกาย	30	6

ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

ท่านนิยมทำกิจกรรมที่ชายหาดบางแสน อะไรบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

กิจกรรมที่ชายหาดบางแสน	รวมทั้งหมด (คน)	ลำดับที่
ตากอากาศชายทะเล	98	1
ถ่ายรูป	80	2
จี้จักรยานริมชายหาด	23	4
เล่นห่วงยาง	15	6
ปั่นทราย	17	5
ออกกำลังกาย	27	3

ถ้าให้ท่านนึกถึงเอกลักษณ์บางแสน นึกถึงสิ่งใดเป็นอันดับแรก

เอกลักษณ์บางแสน	รวมทั้งหมด (คน)	ลำดับที่
บรรยากาศริมทะเล	87	1
อาหารทะเล	20	2
กิจกรรมริมทะเล	13	3

ความนิยมชายหาดบางแสนช่วงเวลาไหนมากที่สุด

ช่วงเวลา	รวมทั้งหมด (คน)	ลำดับที่
เช้า	15	3
กลางวัน	9	4
เย็น	73	1
กลางคืน	23	2

ค่าใช้จ่ายตอนมาบางแสนต่อหนึ่งครั้งเท่าไร

ค่าใช้จ่าย	รวมทั้งหมด (คน)	ลำดับที่
ประมาณ 500 - 1,000 บาท	50	1
ประมาณ 1,000 - 2,000 บาท	40	2
ประมาณ 2,000 - 3,000 บาท	16	3
มากกว่า 3,000 บาท	14	4

ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

ปัจจุบันท่านพบเห็นกิจกรรมที่บางแสนประเภทใดมากที่สุด

กิจกรรมที่ชายหาดบางแสน	รวมทั้งหมด (คน)	ลำดับที่
ตากอากาศชายทะเล	62	1
ถ่ายรูป	37	2
ขี่จักรยานริมชายหาด	4	5
เล่นห่วงยาง	7	4
ปั่นทราย	1	6
ออกกำลังกาย	9	3

เมื่อ 10 ปีก่อน ท่านพบเห็นกิจกรรมที่บางแสนประเภทใดมากที่สุด

กิจกรรมที่ชายหาดบางแสน	รวมทั้งหมด (คน)	ลำดับที่
ตากอากาศชายทะเล	58	1
ถ่ายรูป	2	5
ขี่จักรยานริมชายหาด	13	3
เล่นห่วงยาง	32	2
ปั่นทราย	5	4
ออกกำลังกาย	1	6

ของฝากประเภทใดที่นิยมซื้อ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทของฝาก	รวมทั้งหมด (คน)	ลำดับที่
อาหาร	101	1
ของที่ระลึก	36	2
ของใช้ส่วนตัว	5	3

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้กระเป๋าในพื้นที่บางแสน จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4-3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้กระเป๋าในพื้นที่บางแสน จังหวัดชลบุรี

ท่านนิยมใช้กระเป๋าประเภทใดบ่อยที่สุด

ประเภทกระเป๋า	รวมทั้งหมด (คน)	ลำดับที่
กระเป๋าถือใส่ของประจำตัว	57	1
กระเป๋าสะพายหลัง	27	3
กระเป๋าหรือถุงชายหาด	6	4
กระเป๋าคาดอก / คาดเอว	30	2

ท่านนิยมใช้กระเป๋าโทนสีรูปแบบใดมาบางแสน

รูปแบบ	รวมทั้งหมด (คน)	ลำดับที่
เรียบ	112	1
ลวดลาย	8	2

เหตุผลที่ท่านใช้กระเป๋าในบางแสน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

เหตุผล	รวมทั้งหมด (คน)	ลำดับที่
ถ่ายรูป	38	3
เก็บเอกสาร	33	4
เก็บเสื้อผ้า	62	1
การแต่งตัว	52	2

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้กระเป๋าทั่วไป

ตารางที่ 4-4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้กระเป๋าทั่วไป

ท่านพิจารณาเลือกซื้อกระเป๋าจากคุณสมบัติใดมากที่สุด

เหตุผล	รวมทั้งหมด (คน)	ลำดับที่
คุณภาพ	62	1
ตราชื่อ	8	4
โทนสี	18	2
ราคา	18	2
ความน่าเชื่อถือของร้าน	1	2
ช่องเก็บของ	13	3

ท่านนิยมใช้กระเป๋าวัสดุประเภทใด

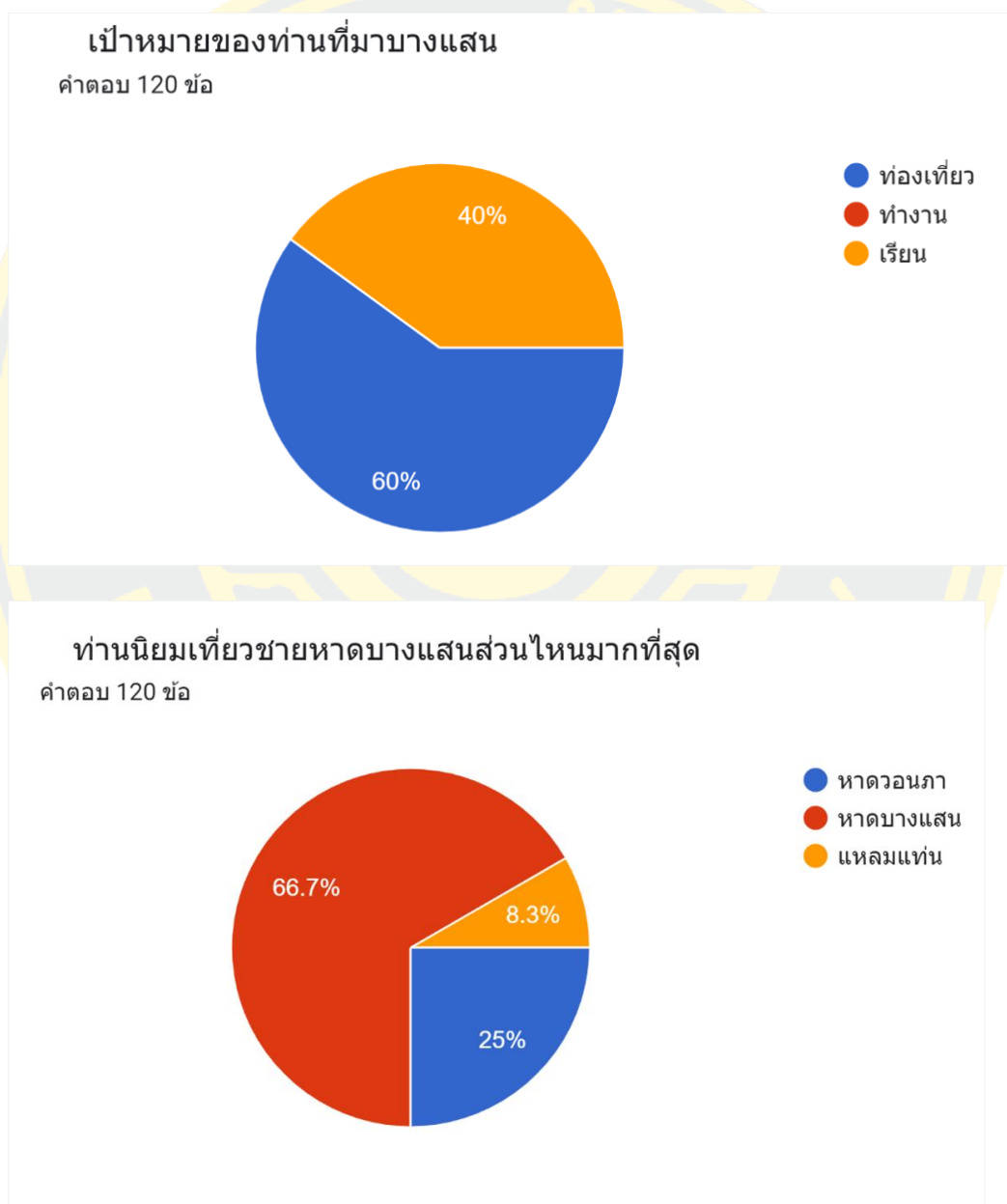
วัสดุ	รวมทั้งหมด (คน)	ลำดับที่
ผ้า	77	1
หนัง	37	2
ผ้าใบ	6	3

จำนวนเงินที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อกระเป๋า อยู่ที่เท่าไร

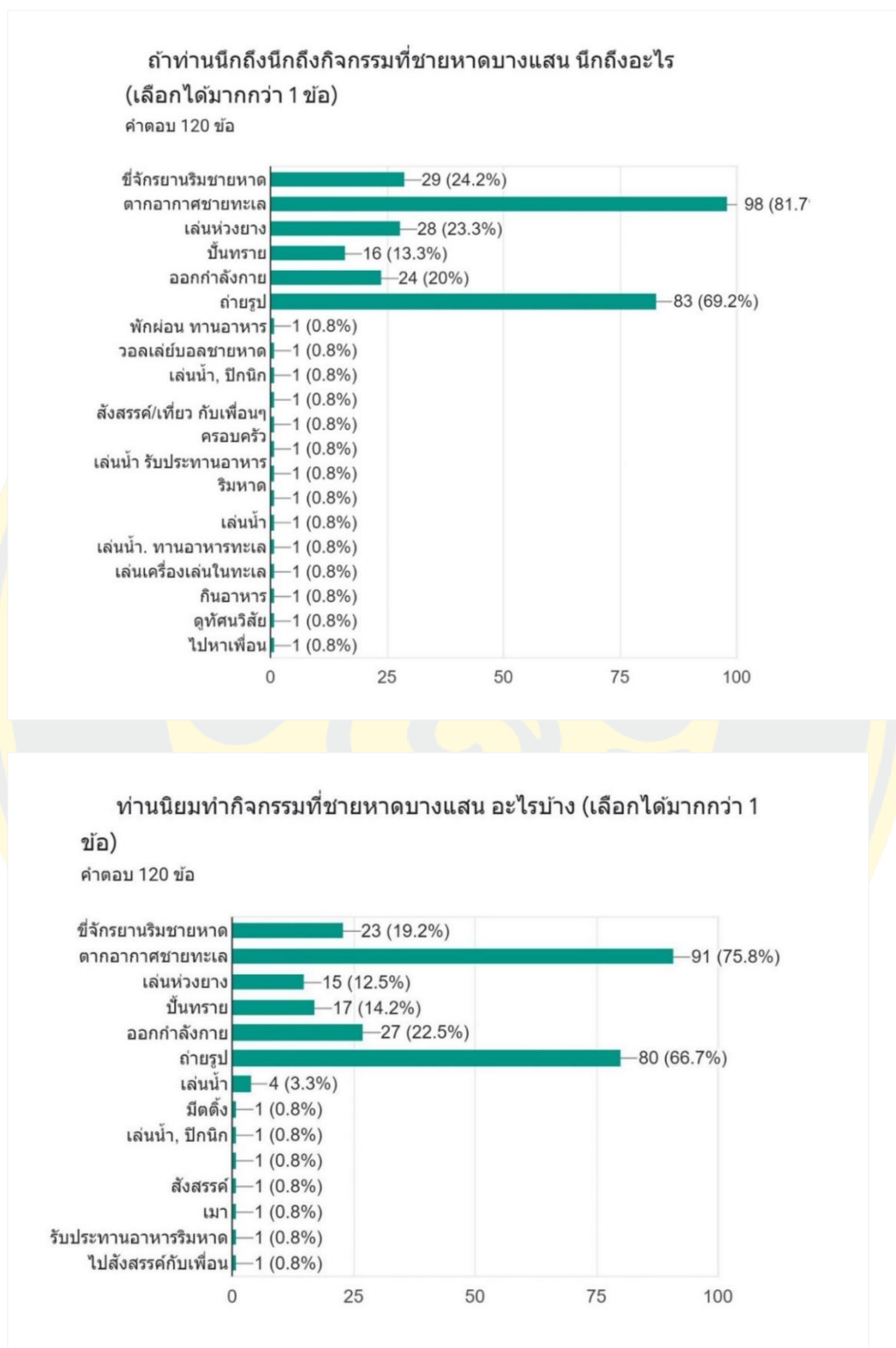
ช่วงราคา	รวมทั้งหมด (คน)	ลำดับที่
ต่ำกว่า 500 บาท	24	3
ประมาณ 500 - 1,000 บาท	47	1
ประมาณ 1,000 - 2,000 บาท	26	2
ประมาณ 2,000 บาทขึ้นไป	23	4

แผนภูมิแสดงผลการสำรวจความคิดเห็นเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์

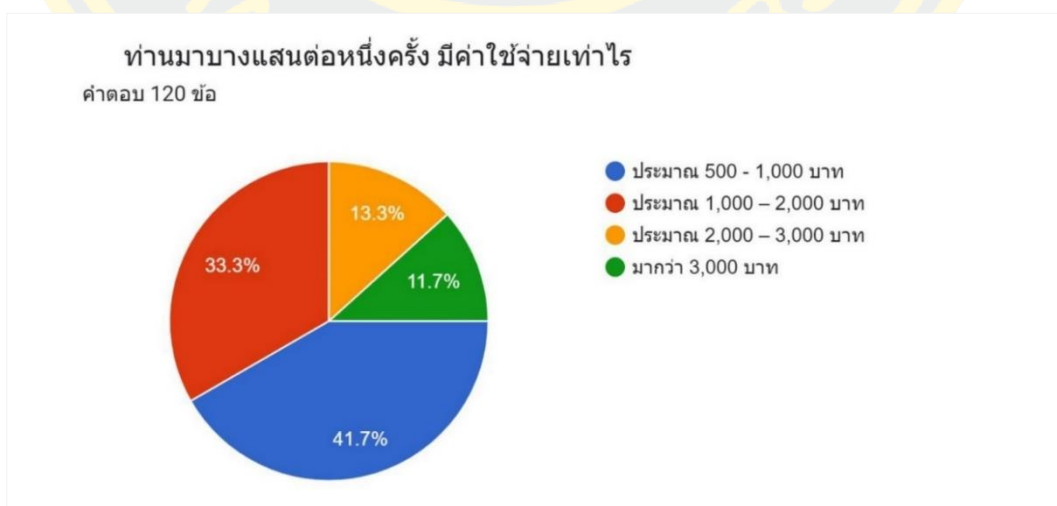
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่มีความคิดเห็นต่อสถานที่ขายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี



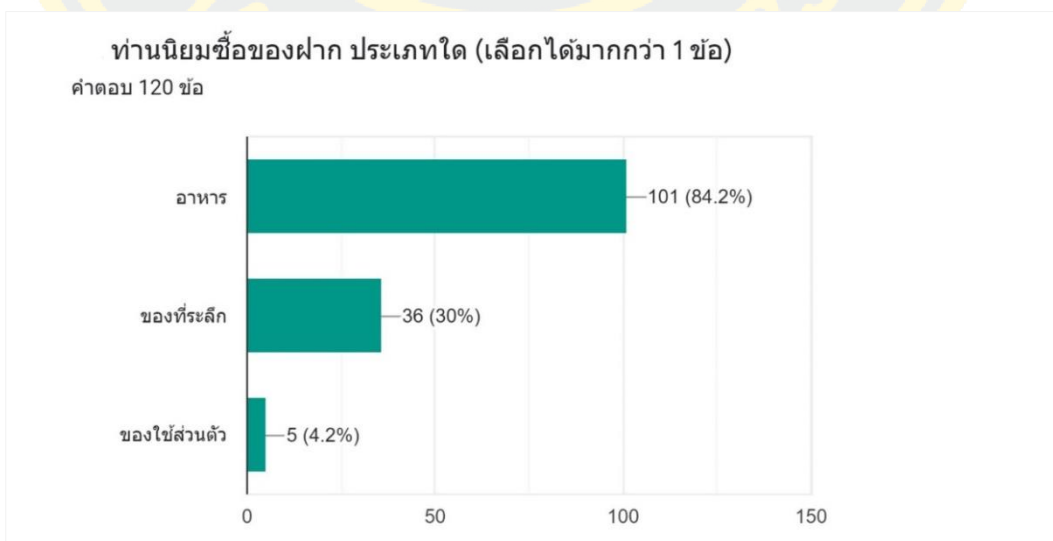
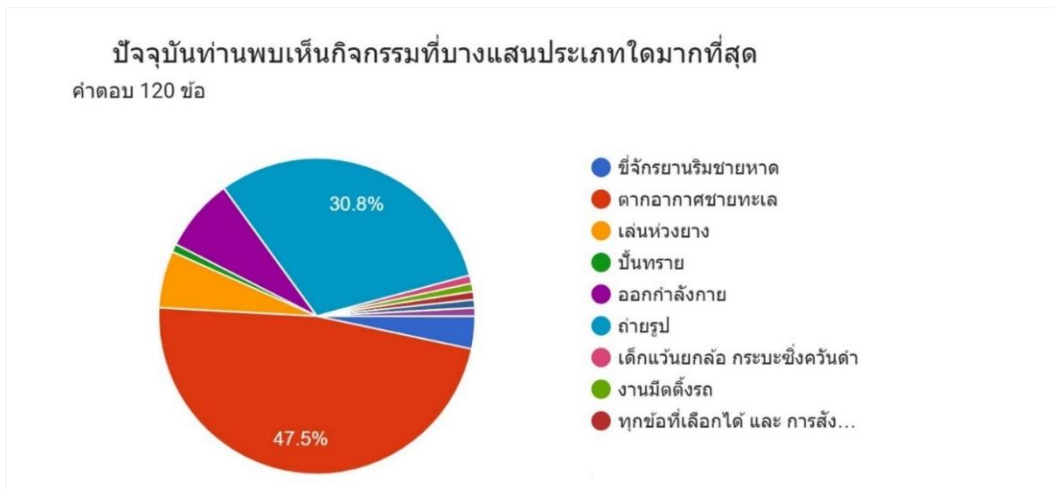
ภาพที่ 4-1 แผนภูมิแสดงผลการสำรวจความคิดเห็น ส่วนที่ 2 (1)



ภาพที่ 4-2 แผนภูมิแสดงผลการสำรวจความคิดเห็น ส่วนที่ 2 (2)



ภาพที่ 4-3 แผนภูมิแสดงผลการสำรวจความคิดเห็น ส่วนที่ 2 (3)

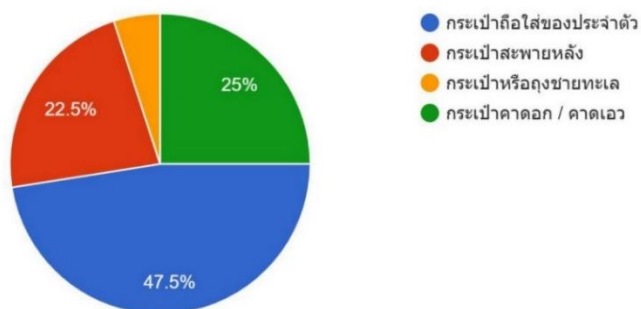


ภาพที่ 4-4 แผนภูมิแสดงผลการสำรวจความคิดเห็น ส่วนที่ 2 (4)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้กระเป๋าในพื้นที่บางแสน จังหวัดชลบุรี

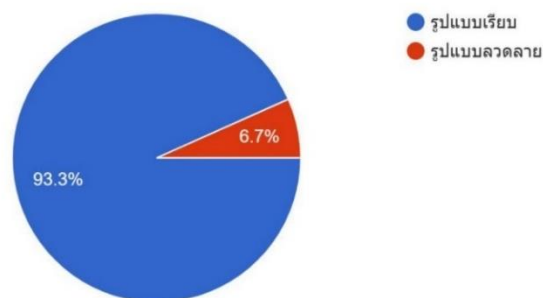
ท่านนิยมใช้กระเป๋าประเภทใดบ่อยที่สุด มาบางแสน

คำตอบ 120 ข้อ



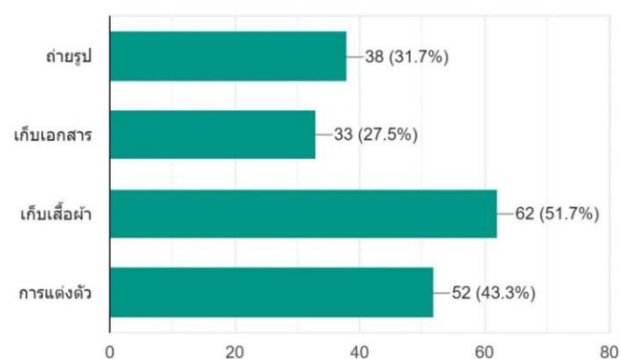
ท่านนิยมใช้กระเป๋าโทนสีรูปแบบใดมาบางแสน

คำตอบ 120 ข้อ



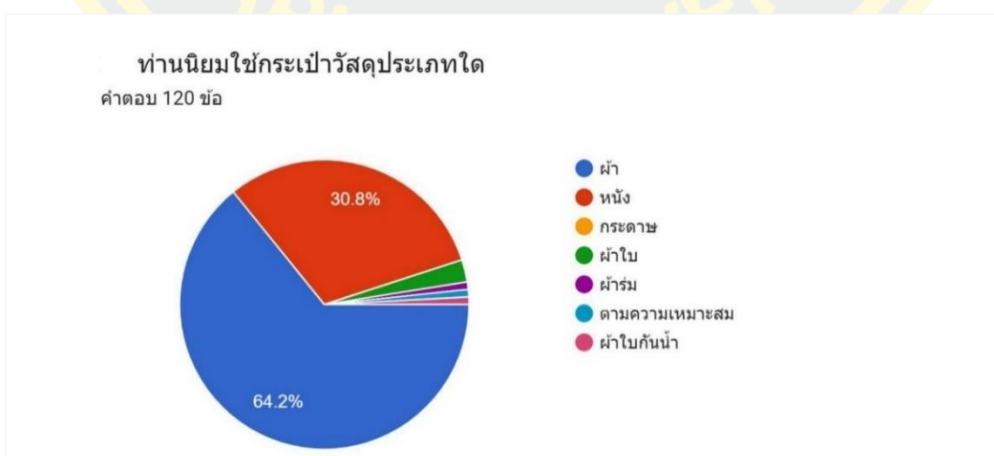
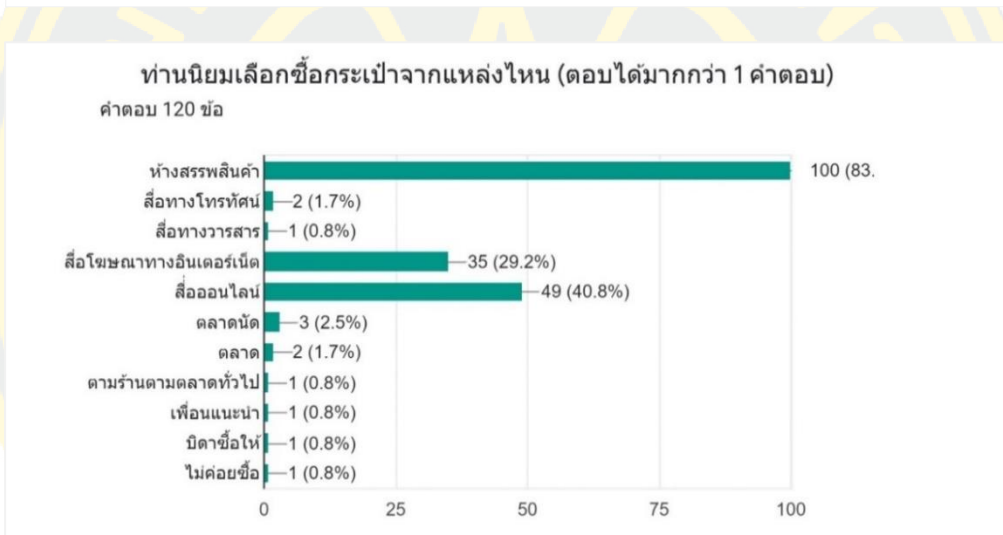
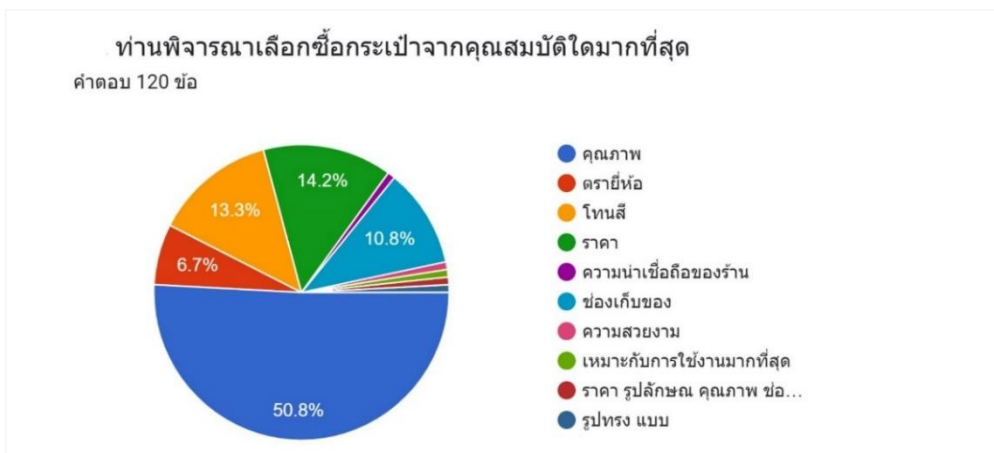
เหตุผลที่ท่านใช้กระเป๋าในบางแสน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

คำตอบ 120 ข้อ



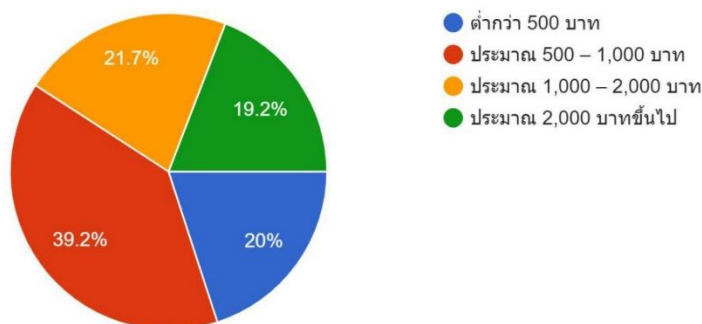
ภาพที่ 4-5 แผนภูมิแสดงผลการสำรวจความคิดเห็น ส่วนที่ 3

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้กระเป๋าทั่วไป



ภาพที่ 4-6 แผนภูมิแสดงผลการสำรวจความคิดเห็น ส่วนที่ 4 (1)

จำนวนเงินที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อกระเป๋า อยู่ที่เท่าไร
คำตอบ 120 ข้อ



ภาพที่ 4-7 แผนภูมิแสดงผลการสำรวจความคิดเห็น ส่วนที่ 4 (2)

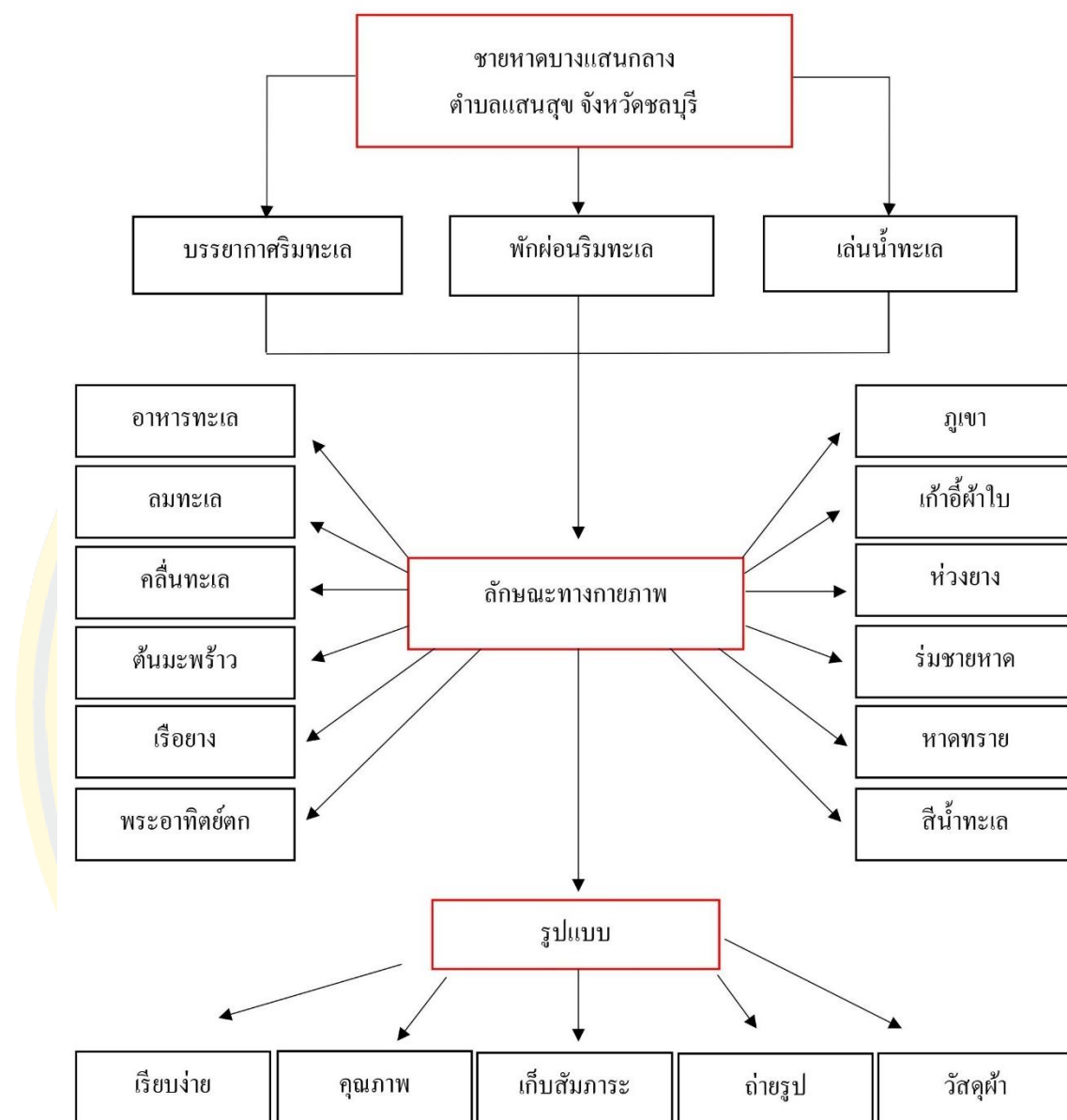
2.2 สรุปผลการวิเคราะห์จากความคิดเห็นเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มคนในพื้นที่และนอกพื้นที่ ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากตารางแสดงผลการสำรวจความคิดเห็นและแผนภูมิสรุปผลทำให้สามารถได้แนวทางการออกแบบของ ผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากป้ายโฆษณาไว้นิลใน ตำบลแสนสุขจังหวัดชลบุรี ที่เน้นในเรื่องของอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน ดังนี้

- เอกลักษณ์ : บรรยากาศริมทะเล
- สถานที่ : ชายหาดบางแสนกลาง (หาดบางแสน)
- กิจกรรม : พักผ่อนริมทะเล, เล่นน้ำทะเล
- แนวทางการออกแบบ : เรียบง่าย, เก็บสัมภาระ, วัสดุผ้า, ถ่ายรูป, มีคุณภาพ























































3. ขั้นตอนการถอดอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและข้อมูลภาคสนามเพื่อหาแนวทางการออกแบบโดยนำข้อมูลเชิงสถิติมาเป็นแนวทางเพื่อใช้ในการถอดอัตลักษณ์ของสถานที่ชายหาดบางแสน ตำบลแสนสุขจังหวัดชลบุรี เพื่อกำหนดประเภทวัสดุร่วมและรูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋า โดยนำมาออกแบบร่วมกับ วัสดุป้ายโฆษณาไว้นิลที่ใช้แล้ว ดังนี้



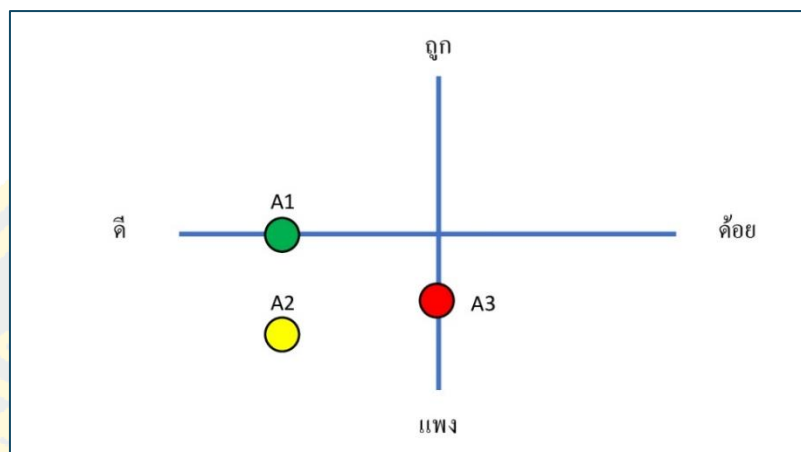
ภาพที่ 4-8 แสดงผลการถอดอรรถลักษณะชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4-5 ผลการวิเคราะห์แนวทางอัตลักษณ์ชายหาดบางแสนสู่แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์
กระเป๋า

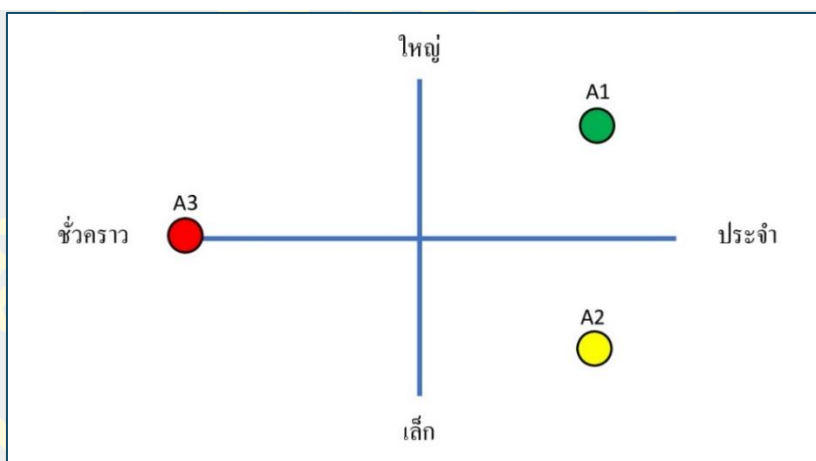
ลักษณะ ทางกายภาพ	หลักการออกแบบกระเป๋า			ลวดลาย	แนวทาง
	วัสดุ	รูปทรง	โทนสี		
อาหารทะเล	-	-	-	  	A1
ลมทะเล	-	-	-	-	
คลื่นทะเล	-	-	-	  	รูปแบบกระเป๋า สะพายข้าง
ต้นมะพร้าว	-	-	-	  	
เรือยาง	-	-	-	  	A2
พระอาทิตย์ตก	-	-	  	  	
ภูเขา	-	-	-	  	รูปแบบกระเป๋า คาดอก
เก้าอี้ผ้าใบ				  	
ห้วงยาง				  	A3
ร่มชายหาด	-		 	  	
สีน้ำทะเล	-	-	  	  	รูปแบบกระเป๋า สะพายหลัง
หาดทราย	-	-	  	  	

ตารางที่ 4-6 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ากจากอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน

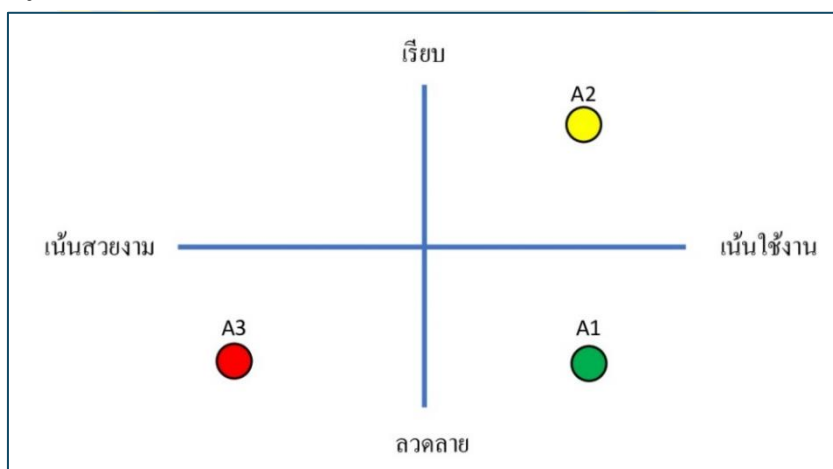
1. ราคาและคุณภาพ



2. ขนาดและการใช้งาน



3. รูปแบบ



4. ผลการวิเคราะห์เพื่อเชื่อมโยงสู่แนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบ

สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อกำหนดแนวทางสู่แนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ กระเป๋าวัสดุป้ายโฆษณาที่ใช้แล้วจากอัตรลักษณ์ชายหาดบางแสน ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากตารางแสดงผลการสำรวจความคิดเห็นและแผนภูมิสรุปผลทำให้สามารถได้แนวทางการออกแบบโดยคำนึงถึงวัสดุที่สามารถนำมาใช้ร่วมกับวัสดุป้ายโฆษณาที่ใช้แล้วและรูปแบบที่สอดคล้องกับอัตรลักษณ์ของสถานที่ สรุปได้ดังนี้

1. วัสดุ: A1 - แก้วใสบาง, A2 - ห่วงยาง, A3 - ร่มชายหาด
2. รูปทรง: A1 - แก้วใสบาง, A2 - ห่วงยาง, A3 - ร่มชายหาด
3. โทนสี: A1 - สีพระอาทิตย์ตก, สีแก้วใสบาง, สีน้ำทะเล, สีหาดทราย
A2 - สีพระอาทิตย์ตก, สีห่วงยาง, สีน้ำทะเล, สีหาดทราย
A3 - สีพระอาทิตย์ตก, สีร่มชายหาด, สีน้ำทะเล, สีหาดทราย

4. ลวดลาย: สามารถนำลักษณะทางกายภาพชายหาดบางแสนมาใช้ในการออกแบบได้ทั้งหมดทั้ง 3 แนวทางได้ทั้งหมด

5. รูปแบบการออกแบบ

A1: วัสดุแก้วใสบางร่วมกับวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้ว - รูปแบบเน้นลวดลาย, เน้นใช้งาน, ขนาดใหญ่, ใช้ได้บ่อยครั้ง, ราคาปานกลาง, คุณภาพค่อนข้างสูง

A2: วัสดุห่วงยางร่วมกับวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้ว - รูปแบบเน้นเรียบง่าย, เน้นใช้งาน, ขนาดเล็ก, ใช้ได้บ่อยครั้ง, ราคาสูง, คุณภาพค่อนข้างสูง

A3: วัสดุร่มชายหาดร่วมกับวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้ว - รูปแบบเน้นลวดลาย, เน้นใช้งาน, ขนาดกลาง, ใช้ได้ชั่วคราว, ราคาค่อนข้างสูง, คุณภาพปานกลาง

5. ขั้นตอนการดำเนินงานการออกแบบและผลิตชิ้นงานต้นแบบ

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเพื่อหาแนวทางการออกแบบโดยนำข้อมูลเชิงสถิติมาเป็นแนวทาง เพื่อใช้ในการกำหนดรูปแบบการนำเสนออัตรลักษณ์ของผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากป้ายโฆษณาไวน์ล และกำหนดวัสดุผลิตภัณฑ์โดยจะเน้น วัสดุร่วม ที่ใช้ในผลิตภัณฑ์เป็นวัสดุที่มีอยู่ในชายหาดบางแสน ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรีและใช้เทคนิค หัตถอุตสาหกรรมมาใช้ในการผลิตเข้าไปอีกด้วย

5.1 แนวคิดการออกแบบ

นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการออกแบบโดยจะต้องทำการกำหนดเนื้อหา รูปแบบและวัสดุร่วม เพื่อที่จะทำการออกแบบและสร้างเป็นชิ้นงานขึ้นมา

5.2 การออกแบบร่างเบื้องต้น

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋านำเสนออัตลักษณ์ของชายหาดบางแสน ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี โดยใช้รูปแบบ รูปทรง สี พื้นผิวของวัสดุที่ชายหาดบางแสน ที่เป็นไปได้ กำหนดเป็นวัสดุร่วมกับวัสดุป้ายโฆษณาไวเนล นำเสนออัตลักษณ์เป็นรูปแบบของลักษณะทางกายภาพที่ได้จากข้อมูลภาคสนามควบคู่กันกับผลการวิเคราะห์แบบสอบถาม

1. กำหนดรูปแบบวัสดุร่วมที่ได้จากอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน

- ทำการวิเคราะห์วัสดุร่วมเพื่อใช้ออกแบบรูปทรง โทนสี ลวดลาย



ภาพที่ 4-9 การวิเคราะห์วัสดุร่วมเพื่อใช้ออกแบบรูปทรง โทนสี ลวดลาย

2. กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า

2.1 ทำการกำหนดแนวทางการออกแบบกระเป๋า

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดประเภทของผลิตภัณฑ์กระเป๋าเป็นในรูปแบบของกระเป๋า สำหรับ การท่องเที่ยวเพราะจากอัตลักษณ์ชายหาดบางแสนแสดงถึงแหล่งพักผ่อนชายทะเลแห่งหนึ่งที่น่าท่องเที่ยวต่างให้ความนิยม กระเป๋าสามารถแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน และยังสามารถนำมาใช้ร่วมกับสถานที่ได้อีกด้วย

2.2 วัสดุที่ใช้ในการผลิต

วัสดุที่นำมาใช้ในการผลิตนั้นได้กำหนดวัสดุจัดการผลิตมากกว่า 3 ประเภทโดยจะเป็นวัสดุที่วิเคราะห์จากลักษณะทางกายภาพบริเวณชายหาดบางแสนจังหวัดชลบุรี เพื่อส่งเสริมให้วัสดุ ป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้วที่หาได้จาก บริเวณตำบลแสนสุขจังหวัดชลบุรี มีความน่าสนใจขึ้น ซึ่งวัสดุมี ดังนี้

2.2.1 วัสดุผ้าไนลอนเก้าอี้ผ้าใบ

2.2.2 วัสดุยางจากห่วงยาง

2.2.3 วัสดุผ้าร่มจากร่มชายหาด

2.3 ทำการออกแบบร่างเบื้องต้น

ในการออกแบบร่างครั้งที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดผลิตภัณฑ์ที่จะทำการออกแบบ จำนวน 3 รูปแบบ โดยจะใช้รูปแบบกระเป๋าทั่วไป เพื่อหาความเป็นไปได้ที่จะนำมาพัฒนาในด้าน วัสดุ การใช้งาน และเทคนิคต่อไป

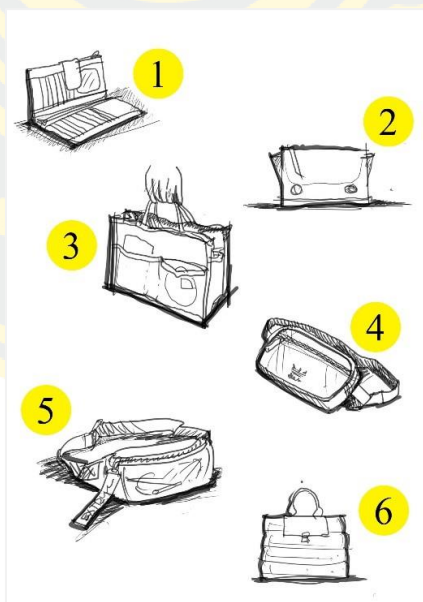
2.3.1 กำหนดรูปแบบกระเป๋า (แบบร่างครั้งที่ 1)

2.3.1.1 รูปแบบ A1 กระเป๋ารูปแบบขนาดใหญ่



ภาพที่ 4-10 แบบร่างครั้งที่ 1 กำหนดรูปแบบกระเป๋า รูปแบบ A1

2.3.1.2 รูปแบบ A2 กระเป๋าแบบขนาดเล็ก



ภาพที่ 4-11 แบบร่างครั้งที่ 1 แสดงการกำหนดรูปแบบกระเป๋า รูปแบบ A2

2.3.1.3 รูปแบบ A3 กระเป๋าแบบขนาดกลาง

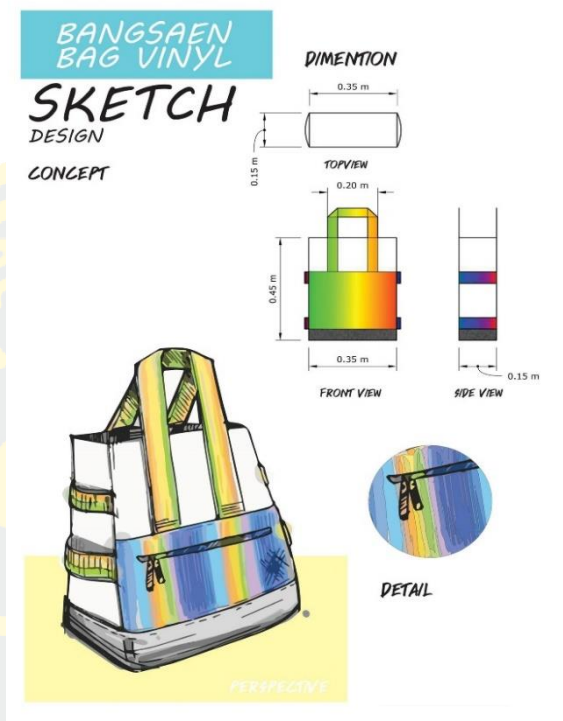


ภาพที่ 4-12 แบบร่างครั้งที่ 1 แสดงการกำหนดรูปแบบกระเป๋า รูปแบบ A3

2.3.2 พัฒนารูปแบบกระเป๋า (แบบร่างครั้งที่ 2)

ผู้วิจัยได้คัดเลือกรูปแบบกระเป๋าจากแบบร่างครั้งที่ 1 มาทำการพัฒนาในส่วนของวัสดุรวม รวมถึงไปถึงรายละเอียดในส่วนต่าง ๆ โดยจะมีแนวคิดในการคัดเลือก ดังต่อไปนี้

A1: กระเป๋าขนาดใหญ่ รูปแบบสะพายข้าง (Tote Bag)



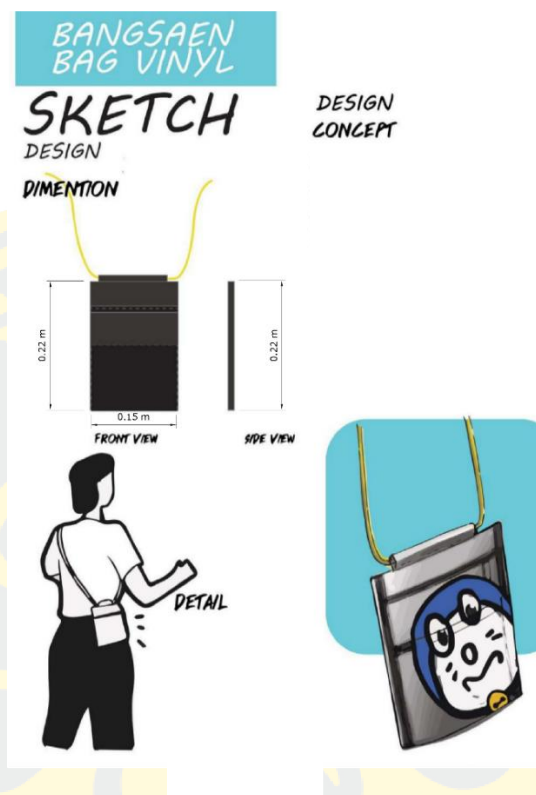
ภาพที่ 4-13 แบบร่างครั้งที่ 2 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าป้ายโฆษณาไวนิลเหลือใช้ร่วมกับวัสดุผ้าไนลอน จากแก้อีชชายหาดบางแสน

แนวคิดการออกแบบ: กระเป๋ารูปทรงสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่มีสายสะพายข้างตัดกันกับ ลวดลายผ้าไนลอนรูปแบบและวัสดุได้รับแรงบันดาลใจจากแก้อีชชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี วัสดุทั้งสองประเภทมีลักษณะที่ค่อนข้างแข็งโดยเฉพาะผ้าไนลอนจึงทำให้การออกแบบมีรูปแบบ กระเป๋าขนาดใหญ่ และเน้นใช้งานใส่ของอเนกประสงค์จำนวนมากสำหรับใช้ท่องเที่ยวชายทะเลได้ 1-3 วัน

รายละเอียด: ก้นน้ำ มีซิปล มีช่องใส่ของด้านหน้า ด้านข้าง และด้านใน

กระบวนการผลิต: ใช้ป้ายโฆษณาไวนิลเป็นโครงสร้างหลักและช่องใส่ของจากวัสดุผ้า ไนลอนจากแก้อีชชายหาดด้วยเทคนิคตัดอุตสาหกรรม

A2: กระเป๋าขนาดเล็ก รูปแบบคาดหน้าอก (Belt Bag)



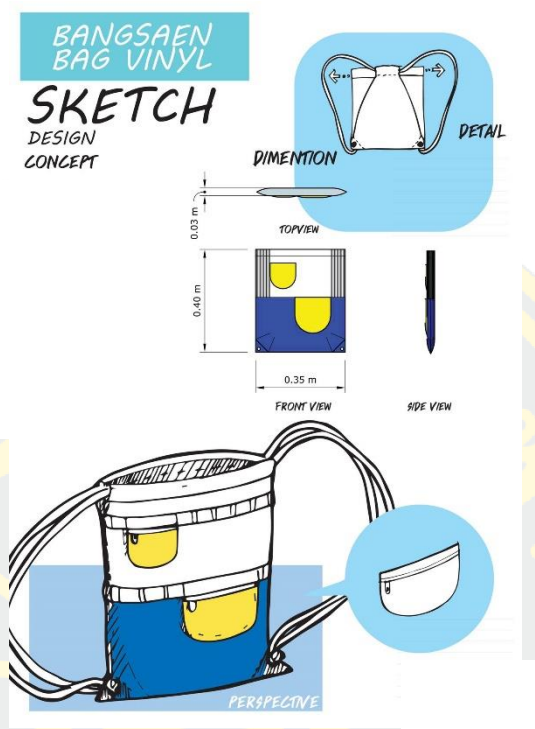
ภาพที่ 4-14 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าเป้โยธณาไวนิลเหลือใช้ร่วมกับวัสดุจากห้วงยางชายหาดบางแสน

แนวคิดการออกแบบ: กระเป๋ารูปทรงสี่เหลี่ยมขนาดเล็กมีสายคาดหน้าอกเสริมความแข็งแรงด้วยยางชายหาดกับลวดลายกราฟิกบนพื้นผิวยาง รูปแบบและวัสดุได้รับแรงบันดาลใจจากห้วงยางชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี วัสดุยางมีลักษณะที่ค่อนข้างหนาและมีน้ำหนักจึงทำให้การออกแบบมีรูปแบบกระเป๋าขนาดเล็กเพื่อให้ได้กระเป๋าที่มีน้ำหนักเบามากขึ้นแต่แข็งแรง เน้นใช้งานใส่ของอเนกประสงค์ได้เล็กน้อยสำหรับใช้ท่องเที่ยวชายทะเลได้

รายละเอียด: ก้นน้ำ มีซิปป มีช่องใส่ของด้านหน้าและด้านใน

กระบวนการผลิต: ใช้เป้โยธณาไวนิลเป็น โครงสร้างหลักและวัสดุเสริมจากวัสดุยางจากห้วงยางชายหาดด้วยเทคนิคตัดอุตสาหกรรม

A3: กระเป๋าขนาดกลาง รูปแบบสะพายหลังอเนกประสงค์ (Hand bag)



ภาพที่ 4-15 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าป้ายโฆษณาไวนิลเหลือใช้ร่วมกับวัสดุฟาร์มจากร่มชายหาด ชายหาดบางแสน

แนวคิดการออกแบบ: กระเป๋ารูปทรงสูงขนาดกลางมีเชือกสำหรับถือและสะพายหลัง รูปแบบและวัสดุได้รับแรงบันดาลใจจากร่มชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี วัสดุฟาร์มมีลักษณะที่ค่อนข้างเบาบางและมีน้ำหนักเบาจึงทำให้การออกแบบด้านหน้าเป็นลักษณะมีกระเป๋าขนาดเล็ก คล้ายชาวมที่พลิ้วไหว เน้นใช้งานใส่ของอเนกประสงค์ได้ค่อนข้างมากสำหรับใช้ท่องเที่ยว ชายทะเลได้

รายละเอียด: ก้นน้ำ มีซิปป มีช่องใส่ของด้านหน้าและด้านใน

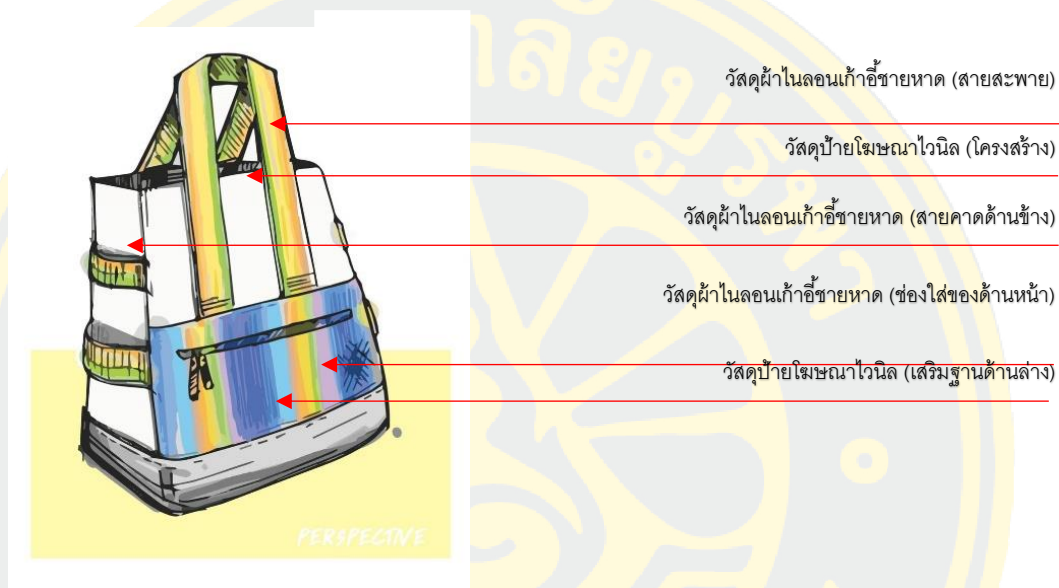
กระบวนการผลิต: ใช้ป้ายโฆษณาไวนิลเป็นโครงสร้างหลักและวัสดุตกแต่งจากวัสดุฟาร์มจากร่มชายหาดชาด้วยเทคนิคตัดอุตสาหกรรม

5.3 กระบวนการผลิตชิ้นงาน

5.3.1 กระเป๋าขนาดใหญ่ รูปแบบสะพายข้าง (รูปแบบ A1.)

ขั้นตอนการขึ้นรูปกระเป๋าแบบสะพายข้างจากวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลเหลือใช้ ร่วมกับผ้าไนลอนเก้าอี้ชายหาดบางเส้น มีขั้นตอนดังนี้

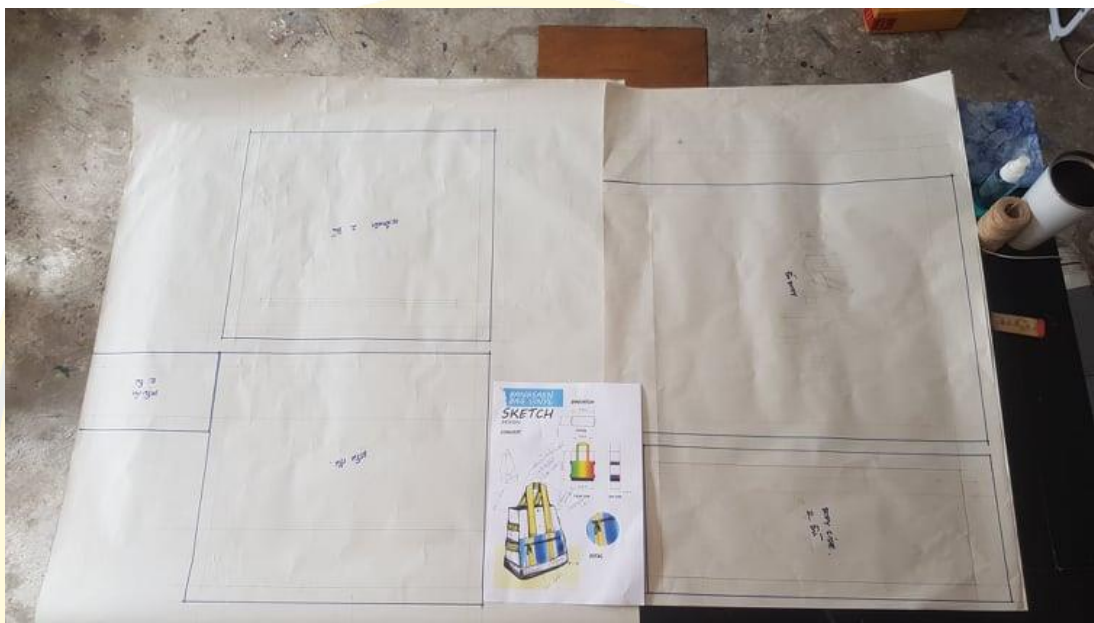
5.3.1.1 กำหนดรูปแบบวัสดุเพื่อทำการผลิต



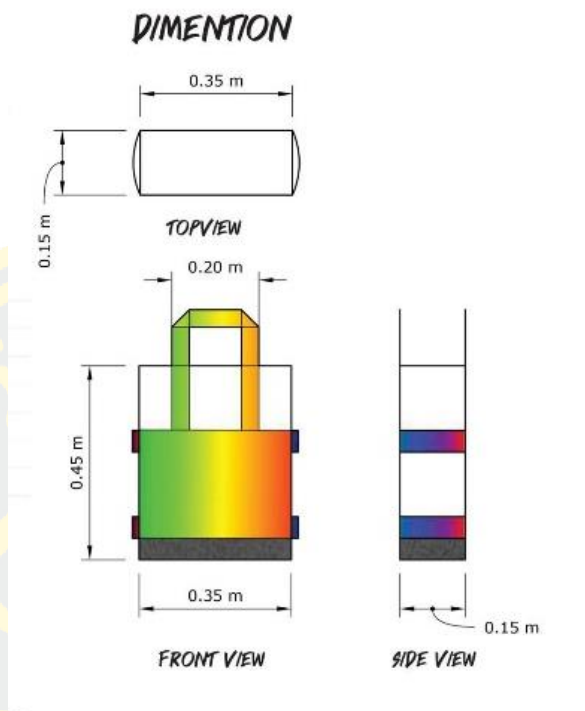
ภาพที่ 4-16 กำหนดรูปแบบวัสดุเพื่อทำการผลิต รูปแบบ A1

5.3.1.2 ทำการแบ่งแยกชิ้นงานเพื่อกำหนดสัดส่วนกระเป๋า

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดรูปแบบและสัดส่วนบนกระดาษก่อนทำการขึ้นชิ้นงานวัสดุจริง โดยกำหนดจากแบบร่างครั้งที่ 2 ได้ ดังนี้



ภาพที่ 4-17 กำหนดสัดส่วนชิ้นงานวัสดุ 2 ประเภท รูปแบบ A1



ภาพที่ 4-18 รายละเอียดตัดส่วนชิ้นงาน (รูปแบบ A1)

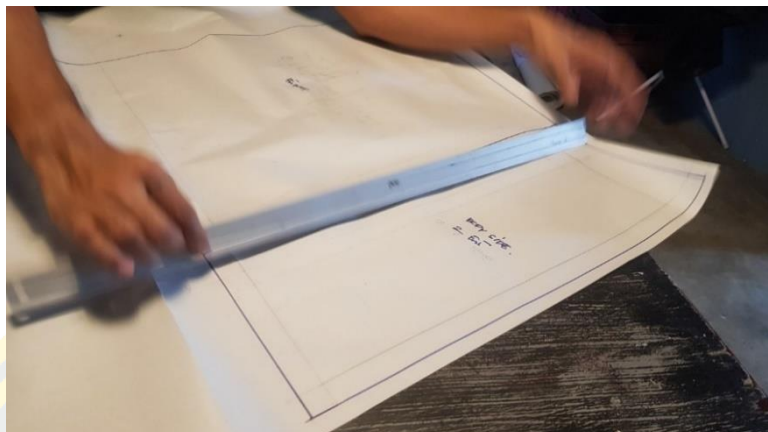
5.3.1.3 ขั้นตอนการเตรียมวัสดุตามสัดส่วนที่กำหนด

ผู้วิจัยได้ทำการวัดสัดส่วนและตัดตามรูปแบบที่กำหนดบนกระดาษทั้งสองวัสดุ คือ ป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้วและผ้าไนลอนจากเก้าอี้ชายหาด มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วัดและตัดวัสดุผ้าไวนิลตามสัดส่วนที่กำหนดไว้



ภาพที่ 4-19 วัดสัดส่วนจากแบบร่างตัดส่วนป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้วส่วนโครงสร้าง (1)



ภาพที่ 4-20 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วส่วนโครงสร้าง (2)



ภาพที่ 4-21 ตัดวัสดุป้ายไวเนลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนโครงสร้าง (1)



ภาพที่ 4-22 ตัดวัสดุป้ายไว้นิลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วน โครงสร้าง (2)



ภาพที่ 4-23 ตัดวัสดุป้ายไว้นิลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วน โครงสร้าง (3)



ภาพที่ 4-24 ตัดวัสดุป้ายไว้นิลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนเสริมฐาน

ขั้นตอนที่ 2 วัดและตัดวัสดุผ้าไนลอนตามสัดส่วนที่กำหนดไว้



ภาพที่ 4-25 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนผ้าไนลอนส่วนช่องใส่ของด้านหน้า



ภาพที่ 4-26 ตัดวัสดุผ้าไนลอนตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนช่องใส่ของด้านหน้า



ภาพที่ 4-27 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนผ้าไนลอนส่วนสายสะพาย



ภาพที่ 4-28 ตัดวัสดุผ้าไนลอนตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนสายสะพาย



ภาพที่ 4-29 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนผ้าไนลอนส่วนสายคาดด้านข้าง



ภาพที่ 4-30 ตัดวัสดุผ้าไนลอนตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนสายคาดด้านข้าง



ภาพที่ 4-31 เสร็จการเตรียมวัสดุทั้งสองประเภทก่อนขึ้นชิ้นงาน (1)



ภาพที่ 4-32 เสร็จการเตรียมวัสดุทั้งสองประเภทก่อนขึ้นชิ้นงาน (2)



ภาพที่ 4-33 เสร็จการเตรียมวัสดุทั้งสองประเภทก่อนขึ้นชิ้นงาน (3)

5.3.1.4 ขั้นตอนการประกอบชิ้นงาน

นำชิ้นส่วนวัสดุทั้งสองประเภทมาเย็บตามแบบที่กำหนดไว้ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบมาใช้ในการทดลอง มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ประกอบช่องใส่ของด้านหน้า



ภาพที่ 4-34 เย็บผ้าไนลอนเข้ากับผ้าไวไนล



ภาพที่ 4-35 เย็บซิปเข้ากับผ้าไนลอน (ช่องใส่ของด้านหน้า)

JURAPHA UNIVERSITY

ขั้นตอนที่ 2 ประกอบชิ้นส่วนด้านหน้า



ภาพที่ 4-36 เย็บผ้าไวเนิลส่วนด้านบนสำหรับติดตั้งสายสะพายด้านหน้า

ขั้นตอนที่ 3 เย็บชิ้นส่วนต่าง ๆ เข้ากับโครงสร้าง



ภาพที่ 4-37 เย็บสายรัดด้านข้าง



ภาพที่ 4-38 ตัดเย็บกระเป๋าด้านในส่วนซบในด้านข้าง



ภาพที่ 4-39 เย็บโครงสร้างส่วนกันและด้านหลัง



ภาพที่ 4-40 เย็บสายสะพายด้านหลัง



ภาพที่ 4-41 ติดตั้งหูลโลหะสำหรับแขวนในส่วนสายสะพายด้านข้าง



ภาพที่ 4-42 เย็บชั้นในและช่องใส่ของด้านในโครงสร้างกระเป๋า (1)



ภาพที่ 4-43 เย็บซับในและช่องใส่ของด้านใน โครงสร้างกระเป๋า (2)

ขั้นตอนที่ 4 ประกอบชิ้นงานให้สมบูรณ์



ภาพที่ 4-44 เย็บด้านข้างเข้ากับ โครงสร้าง



ภาพที่ 4-45 ติดตั้งหมุดตรงช่องใส่ของด้านบน



ภาพที่ 4-46 เช็บสายรัดสายสะพาย



ภาพที่ 4-47 เสร็จการประกอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A1 (1)



ภาพที่ 4-48 เสร็จการประกอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A1 (2)



ภาพที่ 4-49 รายละเอียดด้านหน้าผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A1



ภาพที่ 4-50 รายละเอียดด้านข้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A1



ภาพที่ 4-51 รายละเอียดสายสะพายผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A1

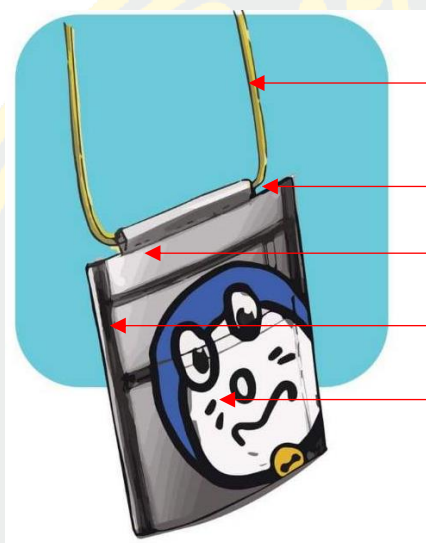


ภาพที่ 4-52 รายละเอียดสายช่องใส่ของด้านในผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A1

5.3.2 กระเป๋าขนาดเล็ก รูปแบบคาดอก (รูปแบบ A2)

ขั้นตอนการขึ้นรูปกระเป๋าแบบคาดอกจากวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลเหลือใช้ ร่วมกับยางจากห่วงยางชายหาดบางเส้น มีขั้นตอน ดังนี้

5.3.2.1 กำหนดรูปแบบวัสดุเพื่อทำการผลิต



วัสดุเชือก (สายสะพาย)

วัสดุป้ายโฆษณาไวน์ล (โครงสร้าง)

ซิป (ช่องใส่ของด้านใน)

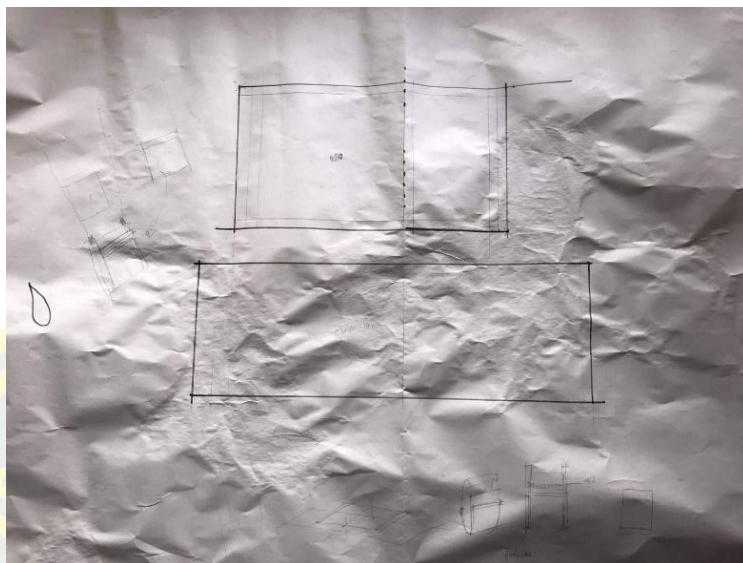
กุ๊นขอบด้านข้าง

วัสดุยาง (ช่องใส่ของด้านนอก)

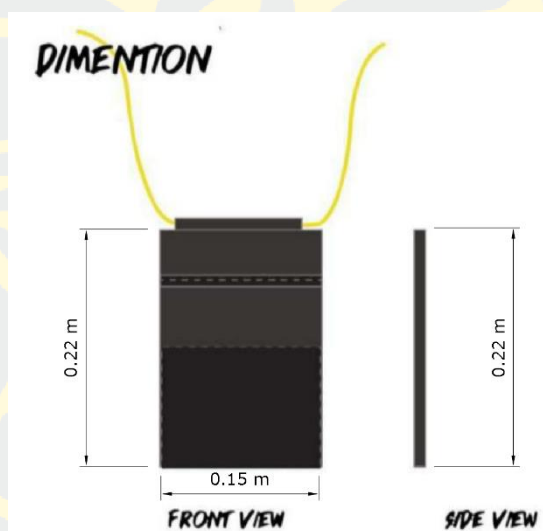
ภาพที่ 4-53 กำหนดรูปแบบวัสดุเพื่อทำการผลิต รูปแบบ A2

5.3.2.2 ทำการแบ่งแยกชิ้นงานเพื่อกำหนดสัดส่วนกระเป๋า

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดรูปแบบและสัดส่วนบนกระดาษก่อนทำการขึ้นชิ้นงาน วัสดุจริง โดยกำหนดจากแบบร่างครั้งที่ 2 ได้ ดังนี้



ภาพที่ 4-54 กำหนดสัดส่วนชิ้นงานวัสดุ 2 ประเภท (รูปแบบ A2)

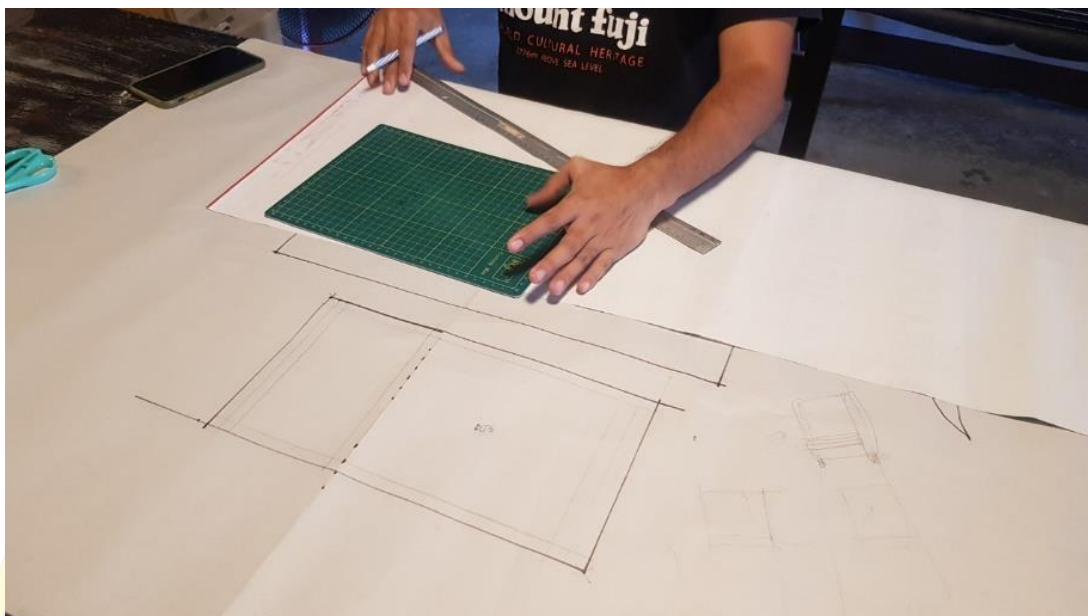


ภาพที่ 4-55 รายละเอียดสัดส่วนชิ้นงาน รูปแบบ A2

5.3.2.3 ขั้นตอนการเตรียมวัสดุตามสัดส่วนที่กำหนด

ผู้วิจัยได้ทำการวัดสัดส่วนและตัดตามรูปแบบที่กำหนดบนกระดาษทั้งสองวัสดุ คือ ป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วและยางจากห้วงยางชายหาด มีขั้นตอน ดังนี้

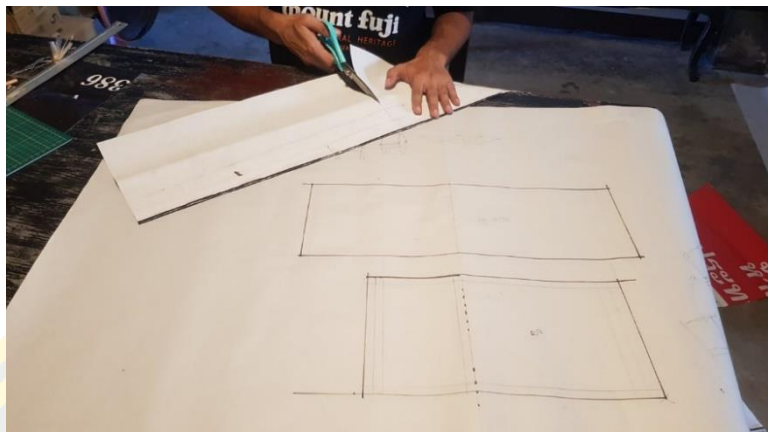
ขั้นตอนที่ 1 วัดและตัดวัสดุผ้าไวเนลตามสัดส่วนที่กำหนดไว้



ภาพที่ 4-56 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วส่วนโครงสร้าง (1)



ภาพที่ 4-57 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วส่วนโครงสร้าง (2)



ภาพที่ 4-58 ตัดวัสดุป้ายไวนิลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วน โครงสร้าง (1)



ภาพที่ 4-59 ตัดวัสดุป้ายไวนิลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วน โครงสร้าง (2)



ภาพที่ 4-60 ตัดวัสดุป้ายไวนิลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วน โครงสร้าง (3)

ขั้นตอนที่ 2 วัดและตัดวัสดุอย่างตามสัดส่วนที่กำหนดไว้



ภาพที่ 4-61 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนอย่างส่วนเสริมโครงสร้าง



ภาพที่ 4-62 ตัดวัสดุอย่างตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนเสริมโครงสร้าง (1)



ภาพที่ 4-63 ตัดวัสดุอย่างตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนเสริมโครงสร้าง (2)



ภาพที่ 4-64 เสร็จการเตรียมวัสดุทั้งสองประเภทก่อนขึ้นชิ้นงาน

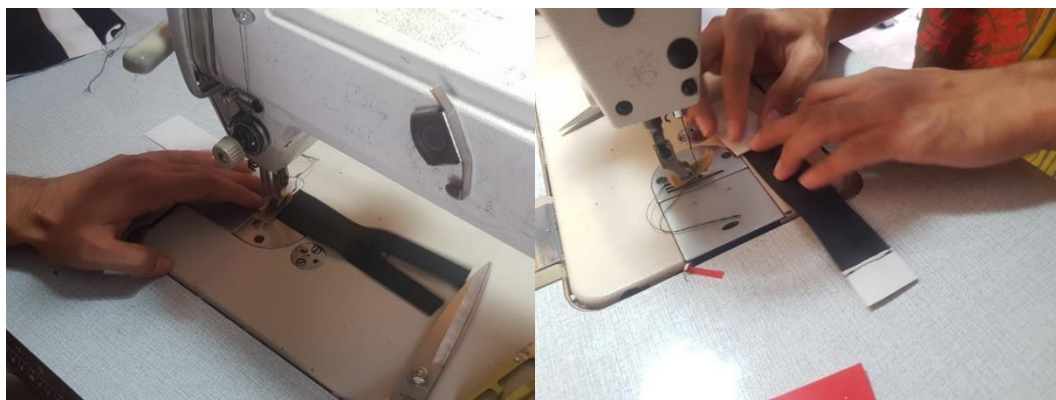
5.3.2.4 ขั้นตอนการประกอบชิ้นงาน

นำชิ้นส่วนวัสดุทั้งสองประเภทมาเย็บตามแบบที่กำหนดไว้ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบมาใช้ในการทดลอง มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ประกอบช่องใส่ของด้านนอกและด้านใน



ภาพที่ 4-65 เย็บช่องใส่ของด้านนอก



ภาพที่ 4-66 เย็บซิปสำหรับช่องใส่ของด้านใน

ขั้นตอนที่ 2 ประกอบชิ้นส่วนต่าง ๆ เข้ากับโครงสร้างกระเป๋าให้สมบูรณ์



ภาพที่ 4-67 เย็บซิปสำหรับช่องใส่ของด้านใน



ภาพที่ 4-68 เย็บขอบด้านข้าง (ก้นขอบ)



ภาพที่ 4-69 ผูกสายสะพาย



ภาพที่ 4-70 เสร็จการประกอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A2 (1)



ภาพที่ 4-71 เสร็จการประกอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A2 (2)



ภาพที่ 4-72 รายละเอียดด้านหน้าผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A2



ภาพที่ 4-73 รายละเอียดช่องใส่ของด้านหน้าและหลัง ผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A2

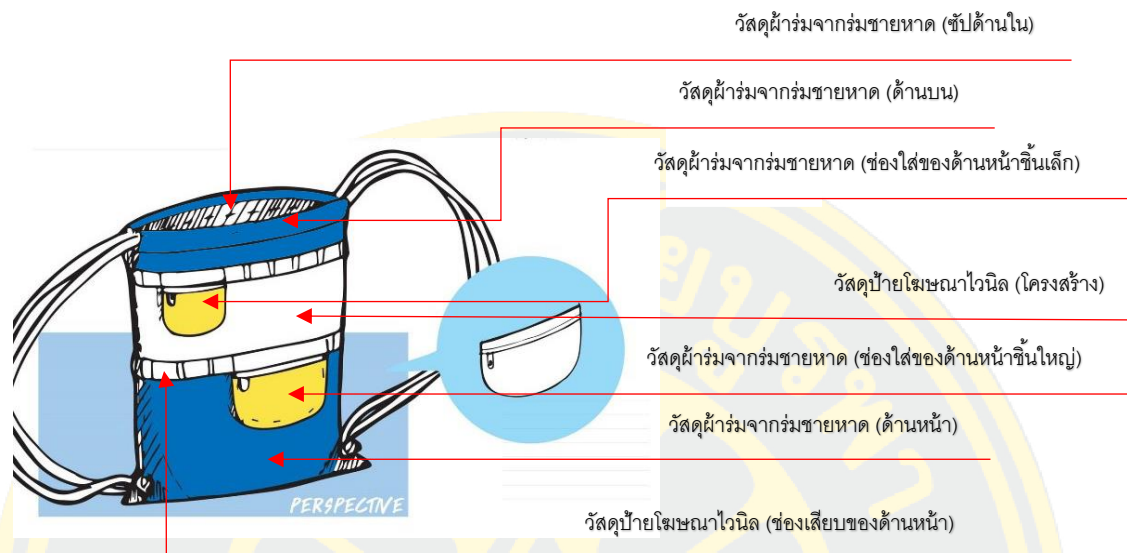


ภาพที่ 4-74 รายละเอียดสายสะพายผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋ารูปแบบ A2

5.3.3 กระเป๋าขนาดกลาง รูปแบบสะพายหลัง (รูปแบบ A3.)

ขั้นตอนการขึ้นรูปกระเป๋ารูปแบบสะพายข้างจากวัสดุป้ายโฆษณาไวนิลเหลือใช้
ร่วมกับผ้าไนลอนเก้าอี้ชายหาดบางเส้น มีขั้นตอนดังนี้

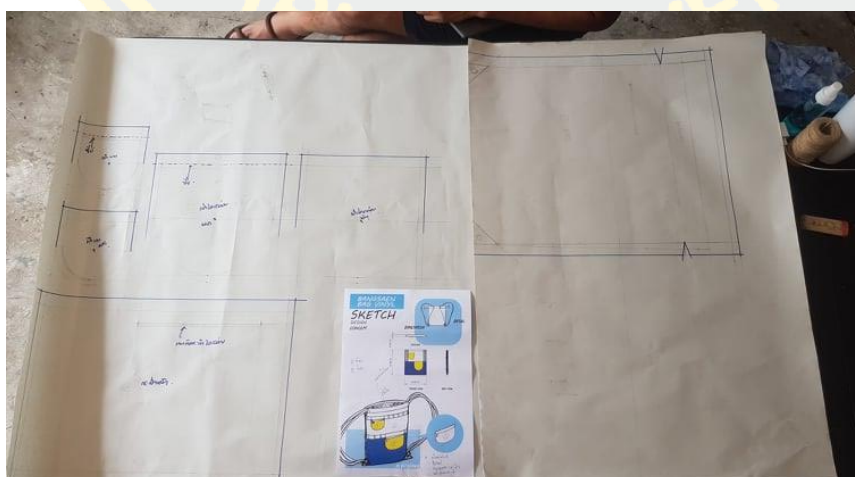
5.3.3.1 กำหนดรูปแบบวัสดุเพื่อทำการผลิต



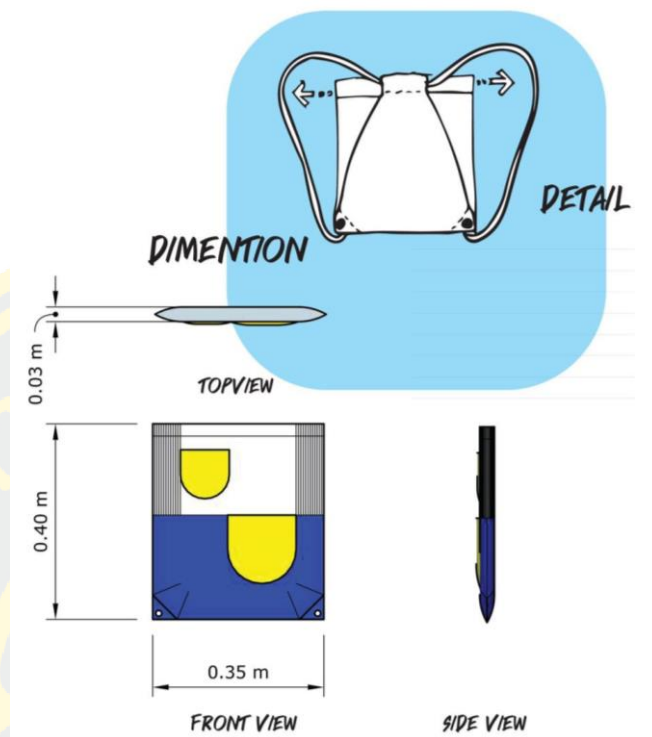
ภาพที่ 4-75 กำหนดรูปแบบวัสดุเพื่อทำการผลิต รูปแบบ A3

5.3.3.2 ทำการแบ่งแยกชิ้นงานเพื่อกำหนดสัดส่วนกระเป๋า

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดรูปแบบและสัดส่วนบนกระดาษก่อนทำการขึ้นชิ้นงานวัสดุจริง โดยกำหนดจากแบบร่างครั้งที่ 2 ได้ดังนี้



ภาพที่ 4-76 กำหนดสัดส่วนชิ้นงานวัสดุ 2 ประเภท (รูปแบบ A3)

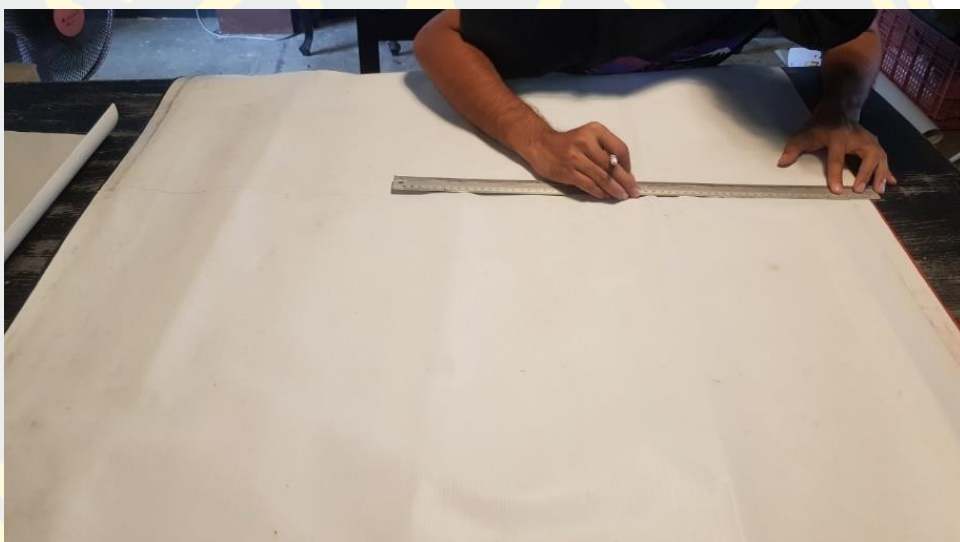


ภาพที่ 4-77 รายละเอียดตัดส่วนชิ้นงาน A3

5.3.3.3 ขั้นตอนการเตรียมวัสดุตามสัดส่วนที่กำหนด

ผู้วิจัยได้ทำการวัดสัดส่วนและตัดตามรูปแบบที่กำหนดบนกระดาษทั้งสองวัสดุ คือ ป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วและฟาร์มจากร่มชายหาด มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วัดและตัดวัสดุผ้าไวเนลตามสัดส่วนที่กำหนดไว้



ภาพที่ 4-78 วัดสัดส่วนจากแบบร่างสัดส่วนป้ายโฆษณาไว้นิลที่ใช้แล้วส่วนโครงสร้าง



ภาพที่ 4-79 ตัดวัสดุป้ายไวนิลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วน โครงสร้าง (1)



ภาพที่ 4-80 ตัดวัสดุป้ายไวนิลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วน โครงสร้าง (2)

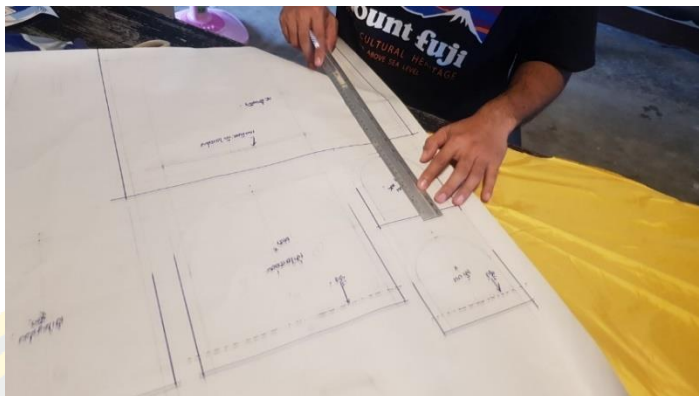


ภาพที่ 4-81 ตัดวัสดุป้ายไวนิลตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วน โครงสร้าง (3)

ขั้นตอนที่ 2 วัดและตัดวัสดุฟุ้งตามสัดส่วนที่กำหนดไว้



ภาพที่ 4-82 ตัดวัสดุฟุ้งตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนด้านหน้า



ภาพที่ 4-83 วัดสัดส่วนผ้าร่มตามสัดส่วนจากแบบร่างส่วนช่องใส่ของเด็ก



ภาพที่ 4-84 ตัดวัสดุผ้าร่มตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนช่องใส่ของเด็ก



ภาพที่ 4-85 วัดสัดส่วนผ้าร่มตามสัดส่วนจากแบบร่างส่วนช่องใส่ผู้ใหญ่



ภาพที่ 4-86 ตัดวัสดุพร้อมตามสัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนช่องใส่ของใหญ่

ขั้นตอนที่ 3 วัดและตัดผ้าซับด้านในจากวัสดุพร้อม



ภาพที่ 4-87 วัดสัดส่วนผ้าซับด้านในวัสดุพร้อม



ภาพที่ 4-88 เย็บซับด้านใน



ภาพที่ 4-89 ตัดวัสดุผ้าไวไนลตามตัดส่วนที่วัดจากแบบร่างส่วนช่องเสียบของด้านหน้า



ภาพที่ 4-90 เสร็จการเตรียมวัสดุทั้งสองประเภทก่อนขึ้นชิ้นงาน

5.3.3.4 ขั้นตอนการประกอบชิ้นงาน

นำชิ้นส่วนวัสดุทั้งสองประเภทมาเย็บตามแบบที่กำหนดไว้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบมาใช้ในการทดลอง มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ประกอบกระเป๋าผ้าด้านหน้า



ภาพที่ 4-91 เย็บช่องใส่ของด้านหน้า



ภาพที่ 4-92 เย็บซิปลช่องใส่ของด้านหน้า



ภาพที่ 4-93 ซ่องใส่ของด้านหน้า 2 ชั้น

ขั้นตอนที่ 2 ประกอบชิ้นส่วนต่างๆ เข้ากับโครงสร้างกระเป๋าให้สมบูรณ์



ภาพที่ 4-94 เย็บผ้าร่มในส่วนซ่องใส่ของด้านบน



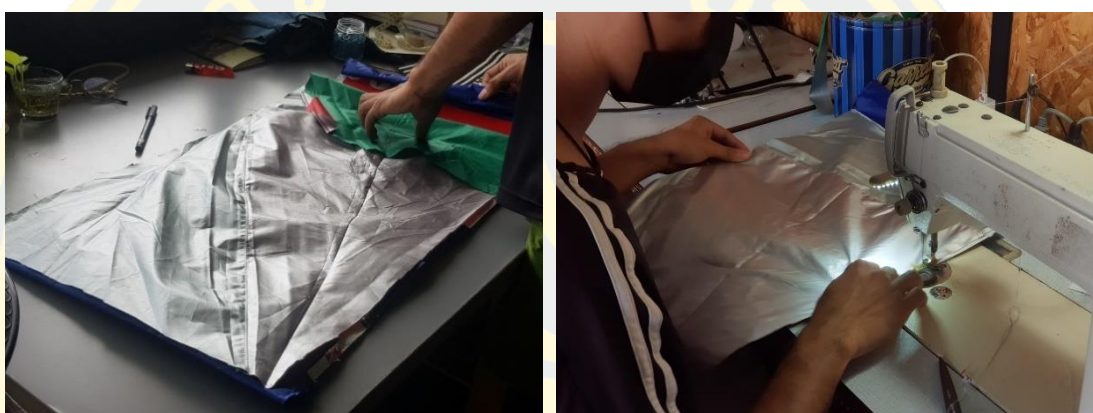
ภาพที่ 4-95 เย็บผ้ารวมในส่วนด้านหน้ากระเป๋า



ภาพที่ 4-96 เย็บกระเป๋าด้านหน้าเข้ากับโครงสร้างกระเป๋า (ช่องใส่ของเล็ก)



ภาพที่ 4-97 เย็บช่องเสียบของด้านหน้าเข้ากับโครงสร้างกระเป๋ (ช่องเสียบของ)



ภาพที่ 4-98 เย็บซิปในเข้ากับ โครงสร้างด้านในกระเป๋ (วัสดุผ้าร่ม)



ภาพที่ 4-99 เย็บด้านข้างของโครงสร้างกระเป๋ (ประกอบ โครงสร้างกระเป๋)



ภาพที่ 4-100 เย็บมุมด้านล่างของโครงสร้างกระเป๋ (วัสดุหนัง) (1)



ภาพที่ 4-101 เย็บมุมด้านล่างของโครงสร้างกระเป๋ (วัสดุหนัง) (2)



ภาพที่ 4-102 ใส่เชือกสำหรับสะพายและเชือกหุซิปช่องใส่ของด้านหน้า



ภาพที่ 4-103 เสร็จการประกอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A3 (1)



ภาพที่ 4-104 เสร็จการประกอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าแบบ A3 (2)



ภาพที่ 4-105 รายละเอียดช่องใส่ของด้านหน้า



ภาพที่ 4-106 รายละเอียดช่องเสียบของด้านหน้า



ภาพที่ 4-107 รายละเอียดคมมุด้านล่าง



ภาพที่ 4-108 รายละเอียดช่องใส่ของด้านในกระเป๋า

6. ผลการวิเคราะห์จากการทดลองใช้งานผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ผู้วิจัยได้ทำการทดลองลักษณะการใช้งานเป็น 2 รูปแบบ คือ รูปแบบการสะพาย และรูปแบบการใส่สิ่งของ

6.1 ทดลองรูปแบบการสะพาย

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นในด้านลักษณะการเคลื่อนไหวของร่างกายที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน ที่สามารถนำมาทดลองใช้กับผลิตภัณฑ์ กระเป๋าต้นแบบโดยผู้วิจัยจะทำผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบจากวัสดุป้ายโฆษณาไว้นิลที่ใช้แล้วทั้ง 3 รูปแบบ มาทดลองสะพายลักษณะต่าง ๆ เพื่อหาข้อสรุปเพื่อนำไปพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ต้นแบบต่อไป การทดลองและสรุปผลการวิเคราะห์ มีดังนี้

6.1.1 การทดลองสะพายผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A1

6.1.2 การทดลองสะพายผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A2

6.1.3 การทดลองสะพายผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A3

6.1.1 การทดลองสะพายผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A1

ผู้วิจัยได้ทำการใส่สิ่งของ คือ ชุดเครื่องแต่งกาย จำนวน 5 ชุด สำหรับใช้ 3 วัน

ตารางที่ 4-7 แสดงผลการทดลองสะพายผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A1

การทดลอง	ภาพการทดลอง
1. การทดลอง สะพายไหล่ โดยไม่ใช้ ปกอกหุ้ม สายสะพาย	
2. การทดลอง สะพายไหล่ โดยใช้ปกอก หุ้มสายสะพาย	
3. การทดลอง ใช้มือถือ สายสะพายโดย ไม่ใช้ปกอกหุ้ม สายสะพาย	

ตารางที่ 4-7 (ต่อ)

การทดลอง	ภาพการทดลอง
<p>4. การทดลองใช้มือถือสายสะพาย โดยใช้ปลอกหุ้มสายสะพาย</p>	
<p>สรุป การทดลองสะพายผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A1</p> <p>การทดลองที่ 1 วัสดุสายสะพายมีความแข็งแรงอาจทำให้เจ็บบริเวณไหล่เล็กน้อยแต่สามารถสะพายไหล่ได้</p> <p>การทดลองที่ 2 สามารถสะพายได้ดี</p> <p>การทดลองที่ 3 วัสดุสายสะพายมีความแข็งแรงอาจทำให้เจ็บบริเวณมือแต่สามารถถือได้</p> <p>การทดลองที่ 4 สามารถถือและหิ้วได้ดี</p>	

6.1.2 การทดลองสะพายผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A2

ผู้วิจัยได้ทำการใส่สิ่งของ คือ กระเป๋าตังค์ โทรศัพท์ไร้สาย สำหรับใช้ทั่วไป

ตารางที่ 4-8 แสดงผลการทดลองสะพายผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A2

การทดลอง	ภาพการทดลอง
1. การทดลองสะพายแบบคาดหน้าอก	
2. การทดลองสะพายแบบคล้องคอ	
3. การทดลองสะพายไหล่	

สรุป การทดลองสะพายผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A2

การทดลองที่ 1 สามารถใช้งานได้ดี

การทดลองที่ 2 ไม่สามารถใช้งานได้ เพราะกระเป๋ามีน้ำหนักมากและขนาดที่ใหญ่จึงทำให้ปวด บริเวณหลังคอ

การทดลองที่ 3 สามารถใช้งานได้ดี เมื่อปริมาตรสิ่งของน้อย

6.1.3 การทดลองสะพายผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A3

ผู้วิจัยได้ทำการใส่สิ่งของ คือ ชุดเครื่องแต่งกาย จำนวน 3 ชุด สำหรับใช้ 2 วัน

ตารางที่ 4-9 แสดงผลการทดลองสะพายผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A3

การทดลอง	ภาพการทดลอง
1. การทดลองสะพายด้านหลัง	
2. การทดลองสะพายไหล่	
3. การทดลองสะพายด้านหน้า	

ตารางที่ 4-9 (ต่อ)

การทดลอง	ภาพการทดลอง
<p>4. การทดลองใช้มือถือสายสะพาย</p>	
<p>สรุป การทดลองสะพายผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A3</p> <p>การทดลองที่ 1 สามารถใช้งานได้ดี</p> <p>การทดลองที่ 2 สามารถใช้งานได้ดี</p> <p>การทดลองที่ 3 สามารถใช้งานได้ดี</p> <p>การทดลองที่ 4 สามารถใช้งานได้ดี</p>	

6.2 ทดลองรูปแบบการใส่สิ่งของ

ผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั้ง 3 รูปแบบ มีจำนวนและขนาดช่องใส่ของที่แตกต่างกันตามลักษณะการใช้งาน โดยสามารถทดลองใส่สิ่งของแต่ละช่อง ได้ดังนี้

6.2.1 การทดลองใส่สิ่งของผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A1

6.2.2 การทดลองใส่สิ่งของผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A2

6.2.3 การทดลองใส่สิ่งของผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A3

6.2.1 การทดลองใส่สิ่งของผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A1

ผู้วิจัยได้ทดลองใส่สิ่งของแต่ละช่อง ทั้งหมด 5 ช่อง ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-10 แสดงตำแหน่งช่องใส่สิ่งของกระเป๋าต้นแบบ A1



ตารางที่ 4-11 แสดงผลการทดลองใส่สิ่งของผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A1

การทดลอง	ภาพการทดลอง
การทดลองที่ 1 ช่องใส่สิ่งของมีซิปด้านหน้า จำนวน 2 ช่อง ทดลองใส่หลอดครีมกันแดด, น้ำหอมและถุงพลาสติกสำหรับใส่ผ้าเปียก	  

ตารางที่ 4-11 (ต่อ)

การทดลอง	ภาพการทดลอง
<p>การทดลองที่ 2 ช่องใส่สิ่งของใหญ่ด้านใน ทดลองใส่ เสื้อผ้าจำนวน 5 ชุด และหมวก</p>	
<p>การทดลองที่ 3 ช่องใส่สิ่งของเล็กด้านใน ทดลอง ใส่โทรศัพท์มือถือ</p>	
<p>การทดลองที่ 4 กระเป๋าขนาดเล็กมีซิปด้านใน ทดลองใส่ขวดน้ำ</p>	
	

ตารางที่ 4-11 (ต่อ)

การทดลอง	ภาพการทดลอง
การทดลองที่ 5 ใส่ง่ายของพร้อมกันทั้งหมด 5 ช่อง	-
สรุป การทดลองใส่ง่ายของกระเป๋าดันแบบ รูปแบบ A1	
การทดลองที่ 1 สามารถใส่ง่ายของขนาดเล็กและรูปทรงแบนได้ดี แต่ไม่สามารถกันน้ำได้	
การทดลองที่ 2 สามารถใส่ง่ายของขนาดใหญ่ปริมาณมากได้ดี แต่ปริมาณที่มากจะไม่สามารถปิดช่องใส่ง่ายของได้ระหว่างสะพาย เพราะวัสดุป้ายโฆษณาไวนิลมีลักษณะที่มีความให้ตัวต่ำ	
การทดลองที่ 3 สามารถใส่ง่ายของขนาดเล็กและขนาดกลางได้ดี สะดวกต่อการหยิบใช้งาน	
การทดลองที่ 4 สามารถใส่ง่ายของรูปทรงยาวและมีลักษณะเปียกน้ำได้ดี เพราะมีซิปเปิดปิดและเนื้อผ้ากันน้ำ	
การทดลองที่ 5 สามารถใช้ใส่ง่ายของพร้อมกันได้ดีในขนาดความจุ 25 ลิตร	

6.2.2 การทดลองใส่ง่ายของผลิตภัณฑ์กระเป๋าดันแบบ รูปแบบ A2

ผู้วิจัยได้ทดลองใส่ง่ายของแต่ละช่อง ทั้งหมด 3 ช่อง ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-12 แสดงตำแหน่งช่องใส่ง่ายของกระเป๋าดันแบบ A2



ช่องใส่ง่ายของด้านหน้า

ช่องใส่ง่ายของมีซิปด้านใน

ช่องใส่ง่ายของด้านหลัง

ตารางที่ 4-13 แสดงผลการทดลองใส่สิ่งของผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A2

การทดลอง	ภาพการทดลอง	
การทดลองที่ 1 ช่องใส่ สิ่งของด้านหน้า ทดลองใส่กระเป๋า สตางค์		
การทดลองที่ 2 ช่องใส่ สิ่งของด้านหลัง ทดลองใส่หลอดน้ำยา ล้างมือ		
การทดลองที่ 3 ช่องใส่ สิ่งของมีชิปด้านใน ทดลองใส่ โทรศัพท์ไร้สาย		
การทดลองที่ 4 ใส่ สิ่งของพร้อมกัน ทั้งหมด 3 ช่อง		

ตารางที่ 4-13 (ต่อ)

การทดลอง	ภาพการทดลอง
สรุป การทดลองใส่สิ่งของกระเป๋าดันแบบ รูปแบบ A2	
การทดลองที่ 1 สามารถใส่สิ่งของขนาดเล็กและรูปทรงแบนได้ดี แต่ไม่สามารถกันน้ำได้	
การทดลองที่ 2 สามารถใส่สิ่งของขนาดเล็กและรูปทรงแบนได้ดี แต่ไม่สามารถกันน้ำได้	
การทดลองที่ 3 สามารถใส่สิ่งของขนาดเล็กและรูปทรงแบนได้ค่อนข้างดี เนื่องจากซิปเปิด-ปิด มีขนาดเล็กและกันกระเป๋ามีความลึกจึงใส่หรือหยิบของค่อนข้างยาก สามารถกันน้ำได้	
การทดลองที่ 4 สามารถใช้ใส่สิ่งของขนาดเล็กพร้อมกันได้ดี	

6.2.3 การทดลองใส่สิ่งของผลิตภัณฑ์กระเป๋าดันแบบ รูปแบบ A3

ผู้วิจัยได้ทดลองใส่สิ่งของแต่ละช่อง ทั้งหมด 4 ช่องและช่องเสียบของด้านหน้า 1 ตำแหน่ง ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-14 แสดงตำแหน่งช่องใส่สิ่งของกระเป๋าต้นแบบ A3

การทดลอง	ภาพการทดลอง
ช่องใส่สิ่งของมีชิปด้านหน้า (ขนาดเล็ก)	
ช่องใส่สิ่งของมีชิปด้านหน้า (ขนาดใหญ่)	
ช่องใส่สิ่งของใหญ่ด้านใน และช่องใส่สิ่งของเล็กด้านใน	

ตารางที่ 4-14 (ต่อ)

การทดลอง	ภาพการทดลอง
<p>ช่องเสียบของขนาดเล็กด้านหน้า</p>	
<p>ตารางที่ 4-15 แสดงผลการทดลองใส่สิ่งของผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A3</p>	
การทดลอง	ภาพการทดลอง
<p>การทดลองที่ 1 ช่องใส่สิ่งของมีชิป ด้านหน้า (ขนาดเล็ก) ทดลองใส่เหรียญ สตางค์</p>	

ตารางที่ 4-15 (ต่อ)

การทดลอง	ภาพการทดลอง
<p>การทดลองที่ 2 ช่องใส่ สิ่งของมีชิปด้านหน้า (ขนาดใหญ่) ทดลอง ใส่หลอดครีมกันแดด และขวดน้ำยาล้างมือ</p> <p>การทดลองที่ 3 ช่องใส่ สิ่งของใหญ่ด้านใน ทดลองใส่เสื้อผ้า จำนวน 3 ชุด , ผ้าเช็ดตัว 1 ผืน และ แว่นตาวัยน้ำ</p>	
<p>การทดลองที่ 4 ช่องใส่ สิ่งของเล็กด้านใน ทดลองใส่ โทรศัพท์ไร้สาย</p>	
<p>การทดลองที่ 5 ช่อง เสียบของขนาดเล็ก ด้านหน้า ทดลองเสียบ แว่นตากันแดดและ พวงกุญแจ</p>	

ตารางที่ 4-15 (ต่อ)

การทดลอง	ภาพการทดลอง
<p>การทดลองที่ 6 ใส่ สิ่งของพร้อมกัน ทั้งหมด 5 ช่อง</p>	
<p>สรุป การทดลองใส่สิ่งของกระเป๋าดันแบบ รูปแบบ A3</p> <p>การทดลองที่ 1 สามารถใส่สิ่งของขนาดเล็กได้ดี สามารถกันน้ำได้</p> <p>การทดลองที่ 2 สามารถใส่สิ่งของขนาดกลางได้ดี สามารถกันน้ำได้</p> <p>การทดลองที่ 3 สามารถใส่สิ่งของขนาดใหญ่ได้ดี สามารถกันน้ำได้</p> <p>การทดลองที่ 4 สามารถใส่สิ่งของขนาดกลางได้ดี สามารถกันน้ำได้</p> <p>การทดลองที่ 5 ไม่สามารถเสียบช่องที่มีขนาดยาวเกิน 12 เซนติเมตร เนื่องจากมีซิปช่องใส่ของด้านหน้าจะไม่สามารถเปิดได้</p> <p>การทดลองที่ 6 สามารถใส่สิ่งของพร้อมกันได้ดี ความจุ 12 ลิตร</p>	

7. ผลการวิเคราะห์จากการทดลองวัสดุที่ใช้นำการผลิตชิ้นงาน

วัสดุที่สามารถนำมาขึ้นรูปร่วมกับวัสดุผ้าไนลันที่ใช้แล้วมีหลากหลายวัสดุ ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์แนวทางการใช้วัสดุร่วมจากอัตลักษณ์สถานที่ชายหาดบางแสน ได้ 3 วัสดุ คือ วัสดุผ้าไนลอน, วัสดุยางและวัสดุฟาร์ม โดยนำมาขึ้นรูปด้วยเทคนิคหัตถอุตสาหกรรม ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-16 แสดงผลการทดลองใช้วัสดุที่นำมาผลิตชิ้นงาน

รูปแบบการทดลอง	ภาพการทดลอง
<p>1. วัสดุผ้าไวไนลผลิตร่วมกับผ้าไนลอนขึ้นรูปด้วยเทคนิคหัตถอุตสาหกรรม</p>	
<p>2. วัสดุผ้าไวไนลผลิตร่วมกับวัสดุยางขึ้นรูปด้วยเทคนิคหัตถอุตสาหกรรม</p>	
<p>3. วัสดุผ้าไวไนลผลิตร่วมกับผ้าร่มขึ้นรูปด้วยเทคนิคหัตถอุตสาหกรรม</p>	
<p>สรุป รูปแบบการทดลองใช้วัสดุที่นำมาผลิตชิ้นงาน</p> <p>รูปแบบที่ 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) วัสดุผ้าไวไนลสามารถใช้เป็นโครงสร้างได้ดี 2) วัสดุผ้าไวไนลไม่สามารถเย็บเข้ากันได้หลายชั้น 3) วัสดุผ้าไนลอนมีน้ำหนักเบาเหมาะสมกับขนาดของรูปแบบกระเป๋าขนาดใหญ่ 4) วัสดุทั้งสองสามารถผสมผสานร่วมกันได้ดี <p>รูปแบบที่ 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) วัสดุผ้าไวไนลสามารถใช้เป็นโครงสร้างได้ดี 2) วัสดุยางสามารถช่วยให้ผ้าไวไนลมีรูปทรงที่แข็งแรงขึ้น 3) วัสดุยางค่อนข้างมีน้ำหนักมากเหมาะสมกับขนาดของรูปแบบกระเป๋าขนาดเล็ก 	

ตารางที่ 4-16 (ต่อ)

4) วัสดุทั้งสองสามารถผสมผสานรวมกันได้ดี

รูปแบบที่ 3

- 1) วัสดุผ้าไวนิลสามารถใช้เป็นโครงสร้างได้ดี
- 2) วัสดุผ้าไวนิลมีความแข็งจึงมีข้อจำกัดในส่วนของการรูดปิดช่องใส่ของด้านบน
- 3) วัสดุผ้าร่มมีน้ำหนักเบาเหมาะสมกับขนาดของรูปแบบกระเป๋าขนาดกลาง
- 4) วัสดุทั้งสองสามารถผสมผสานรวมกันได้ดี

จากรูปแบบการทดลอง ผู้วิจัยสามารถสรุปลักษณะเด่นของการใช้รูปแบบการใช้วัสดุทั้ง 3 รูปแบบ ในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ ได้ 4 ข้อ ดังนี้

1. วัสดุผ้าไวนิลขึ้นรูปด้วยเทคนิคหัตถอุตสาหกรรม มีข้อจำกัดในเรื่องการเย็บซ้กันของผ้าไวนิลโดยสามารถเย็บได้ไม่เกิน 3 ชั้น และมีข้อจำกัดในส่วนของการหดรวมกัน เนื่องจากวัสดุผ้าไวนิลมีส่วนผสมของ PVC จึงทำให้เกิดความแข็ง แต่สามารถใช้เป็น โครงสร้างกระเป๋าได้ดีและนำไปใช้ผลิตกระเป๋าได้อีกหลายรูปแบบ

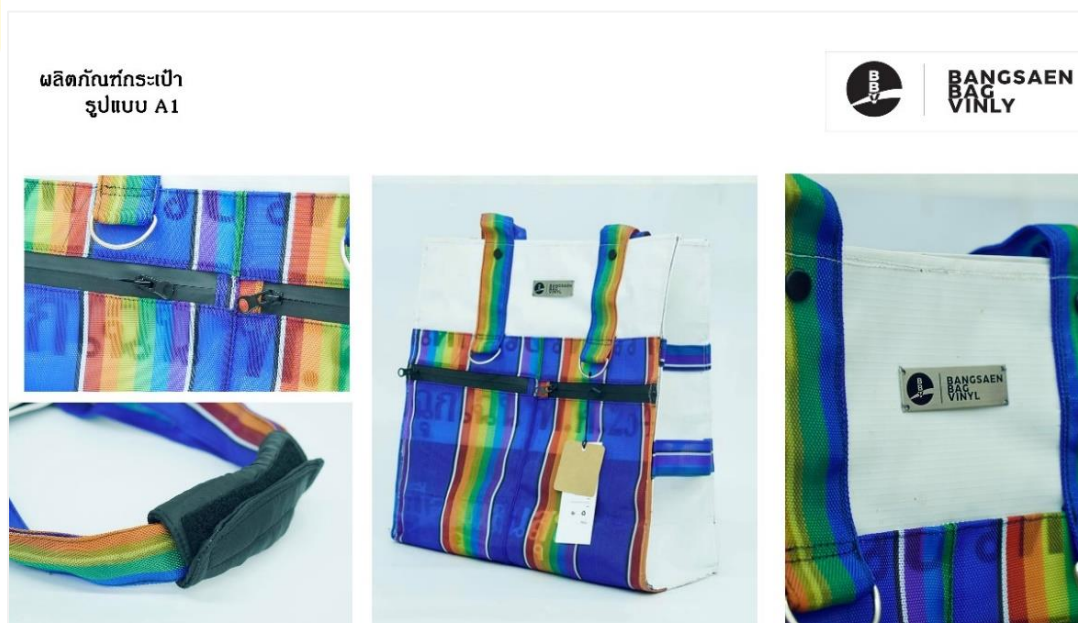
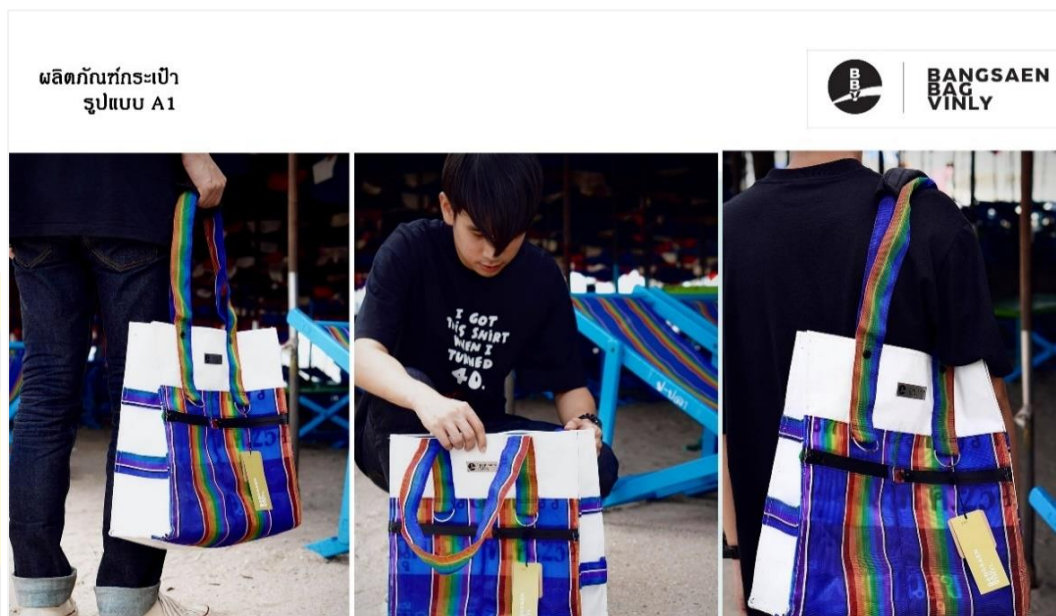
2. วัสดุผ้าไนลอนสามารถผสมผสานรวมกันกับวัสดุผ้าไวนิลได้ดี มีน้ำหนักเบาเหมาะสมกับขนาดของรูปแบบกระเป๋าขนาดใหญ่และมีลักษณะเป็นตาข่ายโปร่งแสง ทำให้เกิดความน่าสนใจ เมื่อเย็บทับกันกับวัสดุไวนิลจะทำให้มองเห็นลวดลายด้านหลังและยังสามารถแสดงถึงสีและลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของเก้าอี้ชายหาดได้

3. วัสดุยางสามารถผสมผสานรวมกันกับวัสดุผ้าไวนิลได้ดี แต่วัสดุยางค่อนข้างมีน้ำหนักมากเหมาะสมกับขนาดของรูปแบบกระเป๋าขนาดเล็กและสามารถช่วยให้ผ้าไวนิลมีรูปทรงที่แข็งแรงขึ้นและยังสามารถแสดงถึงสีและลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของห่วงยางชายหาดได้

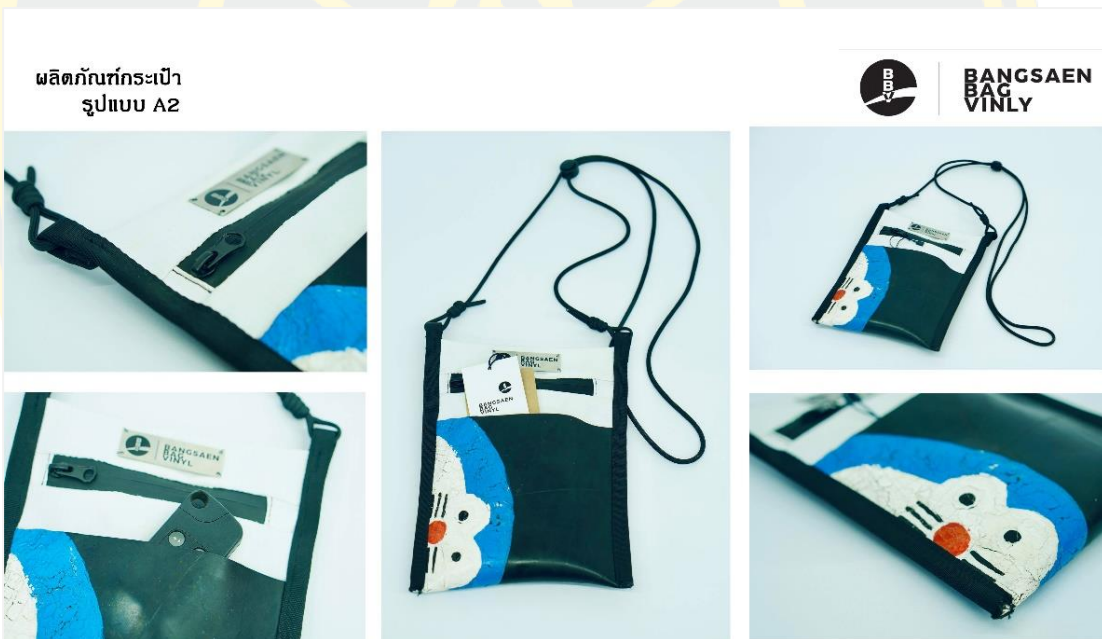
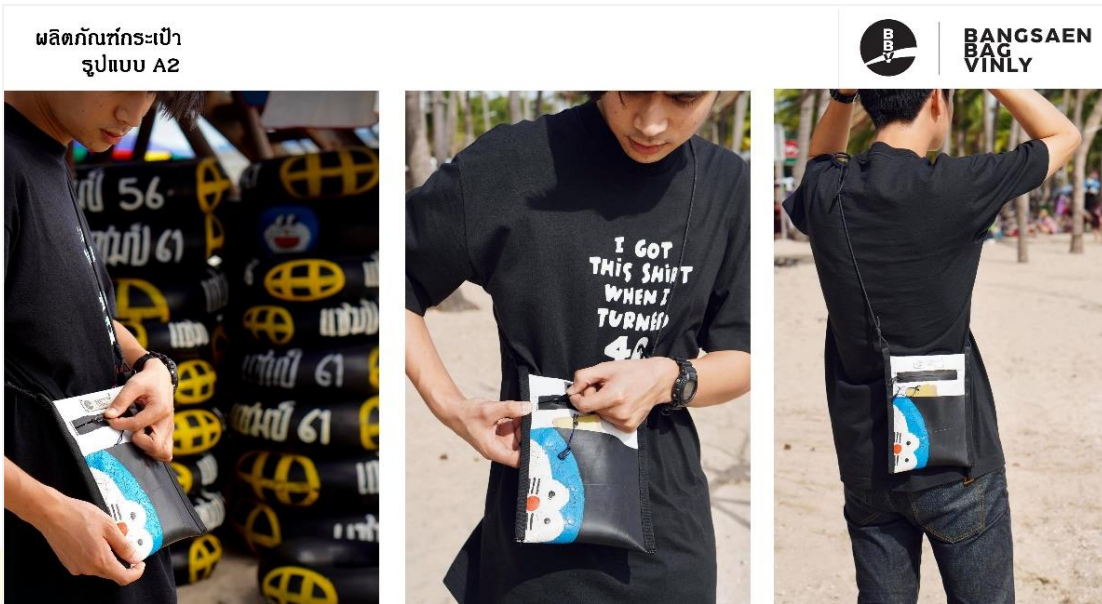
4. ผ้าร่มสามารถผสมผสานรวมกันกับวัสดุผ้าไวนิลได้ดี มีน้ำหนักเบาเหมาะสมกับขนาดของรูปแบบกระเป๋าขนาดกลาง และสามารถช่วยเรื่องความน่าสนใจในส่วนกระเป๋าเล็กด้านหน้า และยังสามารถแสดงถึงสีและรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์ของร่มชายหาดได้

8. สรุปผลการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าในงานวิจัย เรื่อง การออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่า จากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์

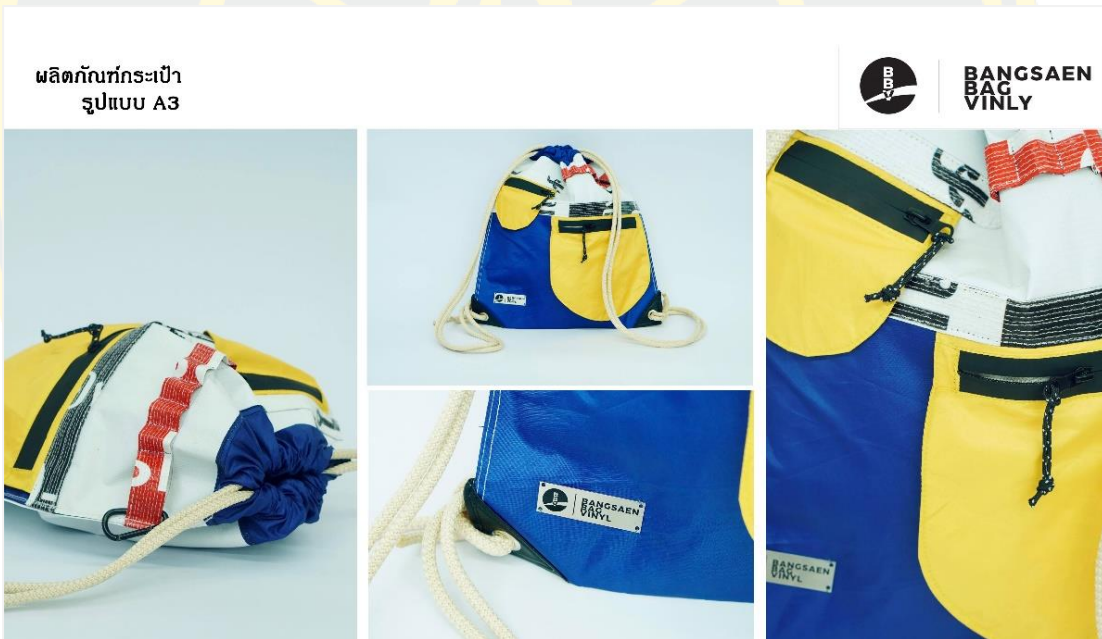
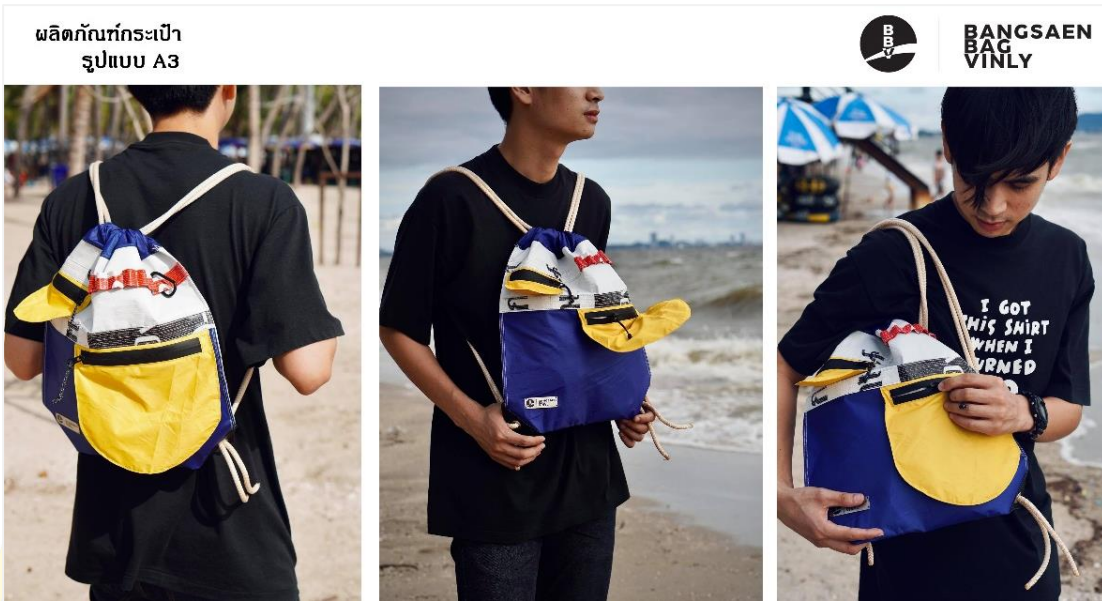
ผู้วิจัยได้สรุปผลการออกแบบ โดยนำเสนอรูปแบบเป็นงานภาพถ่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการขาย (Production) ทางตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ได้รูปแบบ ดังนี้



ภาพที่ 4-109 ภาพนำเสนอผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปแบบ A1



ภาพที่ 4-110 ภาพนำเสนอผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปแบบ A2



ภาพที่ 4-111 ภาพนำเสนอผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปแบบ A3

9. ผลวิเคราะห์ของผู้ทรงคุณวุฒิในด้านต่าง ๆ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร อาจารย์ประจำสาขาเทคโนโลยีการออกแบบ
อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรัญ วานุชกร อาจารย์ประจำสาขาการออกแบบผลิตภัณฑ์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ ดร.อาณัติ ศิริพิชญ์ตระกูล อาจารย์ประจำสาขาการออกแบบผลิตภัณฑ์
อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

9.1 ผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบและนักวิชาการ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความ
เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์เกี่ยวข้องไม่ต่ำกว่า 10 ปี ทำการประเมินพิจารณา ความเหมาะสมและ
ความเป็นไปได้ในการออกแบบรวมถึงการตลาด ได้ผลดังนี้

9.1.1 ผลการจัดลำดับการประเมินคุณค่าของผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่ม
มูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์ พบว่า

ความน่าสนใจลำดับที่ 1 รูปแบบ A3 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าวัสดุป้ายโฆษณาไวเน็ต
ร่วมกับผ้าร่ม

ความน่าสนใจลำดับที่ 2 รูปแบบ A1 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าวัสดุป้ายโฆษณาไวเน็ต
ร่วมกับผ้าไนลอน

ความน่าสนใจลำดับที่ 3 รูปแบบ A2 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าวัสดุป้ายโฆษณาไวเน็ต
ร่วมกับยาง

9.1.2 ผลการประเมินด้านความเหมาะสมการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุป้ายโฆษณา
ไวเน็ตที่ใช้แล้ว โดยการหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และค่า IOC (Index of
item - objective congruence) โดยมีการแบ่งเกณฑ์ ดังนี้

+1 หมายถึง ใช้ได้

0 หมายถึง พอใช้

-1 หมายถึง ใช้ไม่ได้

ผลการประเมินได้ระหว่าง 0.67 - 1.00 เท่ากับ ใช้ได้

จากการประเมินการออกแบบจากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ดังนี้ นักออกแบบและ
นักวิชาการทั้ง 3 ท่าน โดยใช้การแบ่งรูปแบบของการออกแบบเป็น 3 รูปแบบ คือ 1. ผลิตภัณฑ์
กระเป๋าต้นแบบ (ขนาดใหญ่ A1) 2. ผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ (ขนาดเล็ก A2) 3. ผลิตภัณฑ์กระเป๋า

ต้นแบบ (ขนาดกลาง A3) พบว่า ลำดับความน่าสนใจที่มีต่อผลงานต้นแบบ ได้แก่ ลำดับที่ 1 รูปแบบ A3 ลำดับที่ 2 รูปแบบ A1 ลำดับที่ 3 รูปแบบ A2 โดยแสดงคุณค่าและคุณลักษณะได้อย่างเหมาะสมดังต่อไปนี้

1. มีประโยชน์ใช้สอยและความน่าสนใจของวัสดุที่ผสมผสานกันในรูปแบบ A1 และ A3 ได้อย่างเหมาะสม แต่รูปแบบ A2 สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ชายบางแสนได้ดีกว่า
2. สามารถแสดงถึงวัสดุป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วกับวัสดุเสริมรูปแบบ A1 และ A3 ได้อย่างชัดเจนมากกว่า A2
3. สามารถสร้างมูลค่าให้กับป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วในรูปแบบ A1 ที่สามารถแสดงได้ชัดเจนรูปแบบ A2 และ A3 แต่ด้านการวางจำหน่ายรูปแบบ A3 มีความเป็นไปได้มากที่สุด
4. ภาพรวมวัสดุเหลือใช้ของผลิตภัณฑ์กระเป๋าทั้ง 3 รูปแบบมีการแสดงถึงการนำกลับมาใช้ใหม่ได้อย่างชัดเจน

9.1.3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม

แนวทางที่ต้องคำนึงถึง

ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1 กระเป๋ายังคล้ายคลึงกับที่พบเห็นกระเป๋ารูปแบบนี้ทั่วไป

ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2 ควรนำกราฟฟิกที่อยู่บนไวเนล เช่น มีภาพอักษร รูปภาพหรือเรื่องราวบนไวเนล มาใช้เพื่อให้เกิดเรื่องราวที่เป็นบางแสน ก็จะมีที่มาของกระเป๋า

ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 3 สีในรูปแบบ A3 ค่อนข้างดูลองปรับสี A1 และ A2 ในแนวเดียวกันจะได้ความรู้สึกของบางแสนชัดเจนขึ้น และงานดูเป็นเซตเดียวกัน

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ: ทำการปรับเปลี่ยนรูปแบบกระเป๋าให้ดูแปลกตามากขึ้น ออกแบบแสดงเนื้อหาวัสดุไวเนลบนผลิตภัณฑ์กระเป๋าให้มากกว่านี้ และปรับโทนสีให้ไปในทิศทางเดียวกันเพื่อความเป็นเอกภาพของชุดผลิตภัณฑ์

10. ผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชิ้นงาน

การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าดั้งเดิม โดยสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มจำนวน 120 คน ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4-17 จำนวนร้อยละและสถานภาพทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

N=120

สถานภาพทั่วไป	จำนวนคน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	34	28.3
1.2 หญิง	86	71.7
2. อายุ		
2.1 18 - 25 ปี	26	21.7
2.2 26 - 30 ปี	50	41.7
2.3 31 - 45 ปี	32	26.7
2.4 มากกว่า 45 ปี	12	10.0
3. ระดับการศึกษา		
3.1 มัธยมศึกษา	6	5.0
3.2 ปริญญาตรี	95	79.2
3.3 ปริญญาโท	13	10.8
3.4 อื่น ๆ (ป.ว.ศ)	6	5.0
4. อาชีพ		
4.1 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	12	10.0
4.2 ข้าราชการ	10	8.3
4.3 รัฐวิสาหกิจ	11	9.2
4.4 ธุรกิจส่วนตัว	43	35.8
4.5 รับจ้าง	26	21.7
4.6 อื่น ๆ	18	15.0
5. รายได้		
5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	16	13.3
5.2 10,001 - 20,000 บาท	49	40.8
5.3 20,001 - 30,000 บาท	26	21.7
5.4 30,000 บาทขึ้นไป	29	24.2

การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีการแบ่งเกณฑ์ได้ดังนี้

4.51 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

3.51 - 4.50 หมายถึง มาก

2.51 - 3.50 หมายถึง ปานกลาง

1.51 - 2.50 หมายถึง น้อย

1.00 - 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

ตารางที่ 4-18 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมาย (รูปแบบ A1)

คุณค่าและคุณลักษณะ ผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ (รูปแบบ A1)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
1. สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ของ วัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช่แล้ว	3.61	1.19	มาก
2. สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ของ วัสดุผ้าไนลอนจากเก้าอี้ชายหาด	4.40	0.84	มาก
3. สะท้อนความเป็นผลิตภัณฑ์จาก วัสดุเหลือใช้	4.12	1.00	มาก
4. มีรูปทรงสัดส่วนและ โครงสร้างที่ สวยงาม	3.98	1.00	มาก
5. สามารถนำไปใช้ในการท่องเที่ยว ชายทะเลได้อย่างเหมาะสม	4.23	0.87	มาก
6. สะท้อนอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี	4.11	0.93	มาก
ผลรวม	4.07	0.72	มาก

จากตารางที่ 4-21 พบว่า กลุ่มเป้าหมายที่มีความพึงพอใจต่อคุณค่าและลักษณะของ
กระเป๋าต้นแบบรูปแบบ A1 เพื่อการท่องเที่ยวได้ว่าสามารถสะท้อนคุณค่าของกระเป๋าจากป้าย

โฆษณาไวน์ที่ใช้แล้ว สะท้อนเอกลักษณ์ของชายหาดบางแสน มีวัสดุสวยงามแปลกตา
มีองค์ประกอบโดยรวมที่ชัดเจน สามารถนำไปใช้ในการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมในระดับมาก

ตารางที่ 4-19 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าเพื่อการท่องเที่ยวของ
กลุ่มเป้าหมาย (รูปแบบ A2)

คุณค่าและคุณลักษณะ ผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ (รูปแบบ A2)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
1. สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ของ วัสดุป้ายโฆษณาไวน์ที่ใช้แล้ว	3.16	1.15	ปานกลาง
2. สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ของ วัสดุจากห้วงยางชายหาด	3.35	1.20	ปานกลาง
3. สะท้อนความเป็นผลิตภัณฑ์จาก วัสดุเหลือใช้	3.70	1.08	มาก
4. มีรูปทรงสัดส่วนและโครงสร้างที่ สวยงาม	3.75	1.00	มาก
5. สามารถนำไปใช้ในการท่องเที่ยว ชายทะเลได้อย่างเหมาะสม	3.76	1.07	มาก
6. สะท้อนอัตลักษณ์ชายหาดบาง แสน จังหวัดชลบุรี	3.31	1.23	ปานกลาง
ผลรวม	3.50	0.86	ปานกลาง

จากตารางที่ 4-22 พบว่า กลุ่มเป้าหมายที่มีความพึงพอใจต่อคุณค่าและลักษณะของ
กระเป๋าต้นแบบรูปแบบ A2 เพื่อการท่องเที่ยวได้ว่ายังไม่สามารถสะท้อนคุณค่าของกระเป๋าจากป้าย
โฆษณาไวน์ที่ใช้แล้วได้อย่างชัดเจน สะท้อนเอกลักษณ์ของชายหาดบางแสนยังไม่ชัดเจน มีวัสดุ
ยังไม่น่าสนใจ มีองค์ประกอบโดยรวมค่อนข้างชัดเจน สามารถนำไปใช้ในการท่องเที่ยวได้อย่าง
เหมาะสมในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4-20 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋านเพื่อการท่องเที่ยวของ
กลุ่มเป้าหมาย (รูปแบบ A3)

คุณค่าและคุณลักษณะ ผลิตภัณฑ์กระเป๋าด้านแบบ (รูปแบบ A3)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
1. สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ของ วัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช่แล้ว	3.73	1.04	มาก
2. สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ของ วัสดุผ้าร่มจากร่มชายหาด	3.68	1.09	มาก
3. สะท้อนความเป็นผลิตภัณฑ์จาก วัสดุเหลือใช้	3.88	0.98	มาก
4. มีรูปทรงสัดส่วนและ โครงสร้างที่ สวยงาม	4.38	0.76	มาก
5. สามารถนำไปใช้ในการท่องเที่ยว ชายทะเลได้อย่างเหมาะสม	4.32	0.84	มาก
6. สะท้อนอัตลักษณ์ชายหาดบาง แสน จังหวัดชลบุรี	3.72	1.06	มาก
ผลรวม	3.95	0.74	มาก

จากตารางที่ 4-23 พบว่า กลุ่มเป้าหมายที่มีความพึงพอใจต่อคุณค่าและลักษณะของ
กระเป๋าด้านแบบรูปแบบ A3 เพื่อการท่องเที่ยวได้ว่าสามารถสะท้อนคุณค่าของกระเป๋าจากป้าย
โฆษณาไวน์ลที่ใช่แล้ว สะท้อนเอกลักษณ์ของชายหาดบางแสน มีวัสดุสวยงามแปลกตา มี
องค์ประกอบโดยรวมที่ชัดเจน สามารถนำไปใช้ในการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมในระดับมาก

สรุปจากตารางที่ 4-22, 4-23 และ 4-24 สามารถจัดลำดับความพึงพอใจของ
กลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ด้านแบบ ได้ดังนี้

รูปแบบ A1 ค่าเฉลี่ย 4.07 มีความพึงพอใจลำดับที่ 1

รูปแบบ A3 ค่าเฉลี่ย 3.95 มีความพึงพอใจลำดับที่ 2

รูปแบบ A2 ค่าเฉลี่ย 3.50 มีความพึงพอใจลำดับที่ 3

จากผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กลุ่มเป้าหมายทั้งเพศชายและเพศหญิงในช่วงอายุ 18 ถึง 30 ปี และ 31 ถึง 45 ปี ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว, รับจ้าง, พนักงานรัฐวิสาหกิจ, นักศึกษา, ข้าราชการ และพนักงานบริษัท ที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 บาทขึ้นไป พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ รูปแบบ A1 และ A3 โดยวัดจากค่าเฉลี่ย 4.00 ขึ้นไป เท่ากับความพึงพอใจลำดับมาก ด้วยองค์ประกอบ ดังนี้

1. สามารถใช้สำหรับการท่องเที่ยวชายทะเล ได้ดีด้วยภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน
2. สะท้อนรูปทรงที่สวยงามจากอัตลักษณ์วัสดุป้ายโฆษณาไววนิตที่ใช้แล้วและวัสดุเสริมแสดงถึงภาพลักษณ์ชายหาดบางแสนจังหวัดชลบุรี ได้อีกด้วย
3. ในส่วนรูปแบบ A3 มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในเรื่องของความน่าสนใจที่นำเสนอรูปทรงแนวเนวติคบนผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน เมื่อผนวกกลับรูปทรงกระเป๋าที่เป็นลักษณะของถุงสะพายหลังทำให้รู้สึกการท่องเที่ยวพักผ่อนริมทะเลมากขึ้น

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัสดุป้ายโฆษณาไว้นิลที่ใช้แล้วและหลักการเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุเหลือใช้ (Upcycling) เพื่อนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ากจากอัตรลักษณ์สถานที่ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยผู้วิจัยได้ข้อมูลสรุปมี ดังนี้

ตอนที่ 1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลและแนวทางของป้ายโฆษณาไว้นิลที่ใช้แล้ว เพื่อกำหนดผลิตภัณฑ์รูปแบบกระเป๋าก โดยจะเน้นในเรื่องของการศึกษาและวิเคราะห์ถึงภาพลักษณ์ของชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี เพื่อให้ได้วัสดุที่จะนำไปออกแบบร่วมกับวัสดุป้ายโฆษณาไว้นิลที่ใช้แล้วและสามารถนำเสนอในรูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋ากจากอัตรลักษณ์ชายหาดบางแสนได้ โดยจะแบ่งสรุปเนื้อหาแต่ละประเภท ดังนี้

1.1 สรุปผลในเรื่องการนำเสนออัตรลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

ในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอัตรลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการนำเสนออัตรลักษณ์ทางกายภาพของชายหาดบางแสน โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยในรูปแบบของแบบสอบถามและการเก็บข้อมูลจากการสังเกตและภาคสนาม เพียงได้ข้อสรุปว่ารูปแบบทางกายภาพที่สามารถแสดงถึงอัตรลักษณ์ชายหาดบางแสนนั้นจะเป็นรูปแบบของ “การท่องเที่ยวเชิงพักผ่อนริมทะเล” โดยจากแบบสำรวจจะแสดงให้เห็นว่าการพักผ่อนริมทะเลมักจะเป็นสิ่งที่ผู้คนส่วนใหญ่นิยมทำกันเป็นกิจกรรมหลักผู้วิจัยจึงได้ถอดอัตรลักษณ์ของกิจกรรมการพักผ่อนริมทะเล เพื่อหาวัสดุและรูปแบบที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าก ซึ่งผลการถอดอัตรลักษณ์ที่ได้จากกายภาพชายหาดบางแสน คือ ร่มชายหาด, ห่วงยาง และเตียงชายหาด ทั้ง 3 แนวทางเหมาะสมสำหรับการเป็นตัวแทนในการนำเสนอเรื่องราวของวัสดุเสริมที่จะนำมาใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์กระเป๋ากป้ายโฆษณาไว้นิลที่ใช้แล้วและแสดงภาพลักษณ์ของชายหาดบางแสนเป็นอย่างดีที่สุด

1.2 สรุปผลเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ากวัสดุป้ายโฆษณาไว้นิลที่ใช้แล้วกับวัสดุจากอัตรลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

ในการหาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคู่ในครั้งนี้อย่างได้ทำการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคู่อย่างและแนวทางการใช้วัสดุทั้ง 2 ประเภท โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสำรวจรวมไปถึงพฤติกรรมการใช้กระเป๋าคู่ในการท่องเที่ยวชายทะเล ซึ่งผู้วิจัยนั้นได้ข้อสรุปว่า ในการออกแบบได้กำหนดตัวผลิตภัณฑ์กระเป๋าคู่ให้มีทิศทางที่มีรูปแบบการใช้งานในลักษณะของการท่องเที่ยวชายทะเล วัสดุหลักเป็นป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วในผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 แนวทาง แต่ในส่วนของคุณภาพผลิตภัณฑ์จะต้องมีความหลากหลาย โดยจะคำนึงถึงวัสดุเสริมที่นำมาใช้ร่วมในการออกแบบ

1.2.1 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าคู่ป้ายโฆษณาไวเนลร่วมกับผ้าไนลอน ใช้เทคนิคหัตถอุตสาหกรรม วัสดุเสริมมาจากเก้าอี้ชายหาดบางแสนในการผลิตร่วมกับวัสดุหลัก โดยภาพลักษณ์ของตัวชิ้นงานจัดแสดงลวดลายของวัสดุเก้าอี้ชายหาดแล้ววัสดุผ้าไวเนลรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคู่ขนาดใหญ่สำหรับการท่องเที่ยวชายทะเลใส่ของได้จำนวนมาก

- ด้านปัญหาที่พบ ชิ้นส่วนบางชิ้นไม่สามารถทำการประกอบได้ เพราะเนื่องจากชิ้นงานมีขนาดใหญ่และการทับซ้อนของวัสดุที่มีการยึดติดกันหลายชั้นจนไม่สามารถขึ้นรูปตามแบบที่วางไว้ได้

- แนวทางการแก้ไข ลดทอนชิ้นส่วนในส่วนฐานด้านนอกของตัวชิ้นงาน เพราะชิ้นงานต้นแบบสามารถงูประหว่งที่ตั้งบนพื้นระนาบได้ ผลที่ได้ คือ จะลดน้ำหนักของชิ้นงานและขั้นตอนการผลิตงานได้

1.2.2 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าคู่ป้ายโฆษณาไวเนลร่วมกับวัสดุยาง ใช้เทคนิคหัตถอุตสาหกรรม เพิ่งได้วัสดุเสริมมาจากห่วงยางจากชายหาดบางแสนในการผลิตร่วมกับวัสดุหลัก โดยภาพลักษณ์ของตัวชิ้นงานจัดแสดงถึงลวดลายพื้นผิวของวัสดุยางและวัสดุไวเนลที่ใช้แล้ว รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคู่ขนาดเล็กสำหรับใช้ในการท่องเที่ยวชายทะเลใส่ของได้จำนวนน้อย

- ด้านปัญหาที่พบ สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ต้นแบบค่อนข้างยากต่อการใช้งาน เนื่องจากช่องใส่ของหลักมีความกว้างไม่มากพอและความลึกที่มากเกินไปจึงใช้หยิบของออกมาค่อนข้างยาก

- แนวทางการแก้ไข ปรับสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ต้นแบบให้เหมาะสมกับการใช้งานได้ง่ายมากขึ้นในขั้นตอนการพัฒนาแบบต่อไป

1.2.3 ผลิตภัณฑ์กับวัสดุป้ายโฆษณาไวเนลร่วมกับผ้าร่ม ใช้เทคนิคหัตถอุตสาหกรรม ซึ่งได้วัสดุเสริมมาจากร่มชายหาดบางแสนในการผลิตร่วมกับวัสดุหลัก ตัวอย่างภาพลักษณ์ของตัวชิ้นงานจัดแสดงลวดลายโทนสีของวัสดุผ้าร่มและวัสดุไวเนลที่ใช้แล้ว รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคู่ขนาดกลางสำหรับใช้ใส่ของสำหรับท่องเที่ยวชายทะเลได้จำนวนปานกลาง

- ด้านปัญหาที่พบ โครงสร้างในส่วนช่องใส่ของหลักด้านบนมีการใช้เปิดและปิดในลักษณะของการรูดด้วยเชือก ในแบบร่างเป็นวัสดุไวเนลที่มีความแข็งทำให้เกิดการแตกร้าวได้ง่าย

- แนวทางการแก้ไข ทำการเปลี่ยนวัสดุจากไวนิลเป็นวัสดุฟาร์มที่มีความอ่อนกว่า เพื่อระยะเวลาการใช้งานที่มากขึ้น

ตอนที่ 2 อภิปรายผลการวิจัย

2.1 ในด้านการออกแบบ

โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกระเป๋าสำหรับการท่องเที่ยววันนี้จะสามารถเข้าหาผู้คนที่ได้จริง โดยจะมีมุมมองในเรื่องราวของความรู้สึกที่ดูสบายตา เรียบง่าย และไม่โอ้อวดหรือลวดลายที่เยอะจนเกินไปและยังมีภาพลักษณ์ที่ดูทันสมัยกับการออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับตัวชิ้นงานให้มีการเพิ่มมูลค่ากับตัวชิ้นงานได้อีกด้วยแล้วตัวชิ้นงานยังสามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

2.2 ในด้านของผลิตภัณฑ์

จะมีการนำเสนอในเรื่องของผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบทั่วไปจากวัสดุไวนิลที่ใช้แล้วนำมาพัฒนาโดยใช้วัสดุอื่นมาร่วมในการผลิต โดยในชิ้นงานจะมีการแสดงเนื้อหาบางส่วนขอป้ายโฆษณาไวนิลและแสดงถึงอัตลักษณ์ของชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี มาอยู่ในตัวชิ้นงาน จากนั้นได้ออกแบบตราสัญลักษณ์ (Banner) โดยเนื้อหาทั้งหมดนี้จะนำเสนอในรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้วที่ออกแบบจากอัตลักษณ์ชายหาดบางแสนและผลิตภัณฑ์ต้นแบบสามารถสะท้อนถึงสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น กระเป๋าสามารถกำหนดพื้นที่ส่วนบุคคลเพื่อเว้นระยะห่างทางสังคม

จากแบบสอบถามความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมายที่มีความพึงพอใจต่อคุณค่าและลักษณะของกระเป๋าต้นแบบรูปแบบ A2 ในระดับปานกลาง เพราะว่ายังไม่สามารถแสดงถึงวัสดุผ้าไวนิลที่ใช้แล้วและเอกลักษณ์ของห่วงยางบางแสนได้อย่างชัดเจน ในขณะที่เดียวกันผลิตภัณฑ์ต้นแบบรูปแบบ A1 และ A3 นั้นแสดงออกมาได้ดีกว่าในประเด็นของ A2 ที่กล่าวมา

2.3 ในด้านเทคนิคและวัสดุในการผลิต

จะเป็นการใช้เทคนิคหัตถกรรมอุตสาหกรรมทั้งหมดมาขึ้นชิ้นงานอาจจะมีการใช้ในเรื่องของวัสดุมากกว่าเทคนิคที่จะนำมาผลิตแต่ในด้านเทคนิคก็ยังสามารถช่วยเสริมความแข็งแรงให้กับตัวชิ้นงานมากยิ่งขึ้น

2.3.1 ผลิตภัณฑ์ป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้วร่วมกับผ้าไนลอน ซึ่งจะเป็นการเน้นในเรื่องวัสดุเพื่อความสวยงามในตัวชิ้นงานมากยิ่งขึ้น

2.3.2 ผลิตภัณฑ์ป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้วร่วมกับวัสดุยาง ชิ้นงานให้มีความแข็งแรงมากยิ่งขึ้น

2.3.3 ผลกระทบที่ป้ายโฆษณาไว้นิตที่ใช้แล้วร่วมกับฝ้ายรม เป็นการว่าด้วยเรื่องของรูปแบบที่โดดเด่นที่สุดซึ่งตัวชิ้นงานนี้จะเป็นการเน้นในเรื่องของภาพลักษณ์จากวัสดุเสริม เพื่อความแตกต่างโดยตัวชิ้นงานนั้นจะเป็นการแสดงถึงการเคลื่อนไหวของสวนชายล่างของร่มชายหาดพบได้ที่ชายหาดบางแสน

2.4 ในด้านปัจจัยในการผลิต

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แนวคิดหลังจากการทำกรวิจัยและได้ข้อสรุปปัจจัยที่สำคัญของการทำวิจัยในครั้งนี้โดยมีข้อสรุป ดังนี้

2.4.1 ต้นทุนในการผลิต เป็นปัจจัยที่สำคัญโดยจะต้องคำนึงในเรื่องของทุนในการผลิตเพื่อจุดประสงค์ในการผลิต

2.4.2 ต้นทุนในการใช้วัสดุ จะต้องคำนึงในเรื่องของปริมาณการใช้วัสดุเพื่อป้องกันการใช้วัสดุไม่ให้เกิดการสิ้นเปลืองเพิ่มขึ้น

2.4.3 การถ่ายทอดอัตลักษณ์ ในเรื่องของการแสดงมุมมองทางกายภาพที่เป็นแสดงถึงลักษณะเฉพาะของแต่ละสถานที่เป็นปัจจัยสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยต้องคำนึงในเรื่องของความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของทัศนวิสัยที่มีต่อสถานที่ โดยจะต้องมีขั้นตอนการพิจารณาเพื่อที่จะแสดงออกจากภาพลักษณ์เป็นอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจนและน่าสนใจ

2.4.4 ระยะเวลาในการผลิต ด้วยในยุคที่มีการแข่งขันสูงระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการเป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างมาก โดยจะต้องคำนึงในเรื่องการป้องกันปัญหาและอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นระหว่างกระบวนการผลิต

ตอนที่ 3 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ปัญหาที่พบในการวิจัย

1.1 ความเหมือนกัน การใช้วัสดุเหลือใช้เพื่อนำมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าจะพบปัญหาในเรื่องของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่คล้ายกันจำนวนมาก ผู้วิจัยได้ทำการแก้ไขโดยการนำวัสดุเสริมที่ได้จากการวิเคราะห์จากอัตลักษณ์สถานที่มาออกแบบร่วมกันกับวัสดุหลัก เพื่อสร้างแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่มีเอกลักษณ์วิธีคิดในรูปแบบใหม่ ๆ

1.2 ความคงทน เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการนำวัสดุที่ใช้แล้ว 90 % จึงได้มีการคัดเลือกวัสดุที่มีสภาพเหมาะสมกับการผลิต เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพและระยะเวลาในการใช้งานที่เหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะและข้อค้นพบเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาคุณสมบัติ รูปแบบของการนำป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช่แล้วเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่มีเอกลักษณ์หรือวิธีคิดในรูปแบบใหม่ ๆ

2.2 เพื่อใช้เป็นแนวทางให้ชุมชนหรือสถานที่ต่าง ๆ ได้มีกระบวนการต่อยอดรูปแบบและวิธีคิด เพื่อนำไปพัฒนาชิ้นงานสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากวัสดุที่ใช้แล้วแสดงถึงอัตลักษณ์สถานที่อื่น ๆ โดยคำนึงถึงที่มาและอัตลักษณ์คุณค่าของวัสดุเหลือใช้จนนำไปสู่การสร้างรายได้ให้กับชุมชน

2.3 ผลงานการออกแบบขั้นสุดท้ายเป็นการต่อยอดจากรูปแบบที่ได้รับเลือกจากผลิตภัณฑ์กระเป๋าทั่วไป เพื่อแสดงถึงคุณสมบัติของวัสดุที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบและสามารถต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าในรูปแบบอื่น ๆ ได้

2.4 ในการสร้างสรรค์ชิ้นงานอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงวัสดุเสริมประเภทอื่น แต่ต้องคำนึงถึงวิธีคิดรูปแบบของการนำเอาอัตลักษณ์เฉพาะและคุณสมบัติที่เหมาะสมมาผลิตงานเพื่อสร้างความเฉพาะตัวและความแปลกใหม่ด้วยเช่นกัน

2.5 ในส่วนของการเผยแพร่ ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ทั้ง 3 รูปแบบเพื่อให้ ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้นั้นจะใช้วิธีการ โปรโมทผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Application Market ต่าง ๆ ได้แก่ Shopee และ Lazada ระบบเพจ facebook, Application Instagram, tiktok, Twitter และ เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้

2.6 จากผลแบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์ กระเป๋าต้นแบบรูปแบบ A2 "ได้รับความพึงพอใจระดับปานกลาง เนื่องจากไม่สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ ของวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช่แล้ว และไม่สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ และอัตลักษณ์ ของวัสดุขางจากชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีได้ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร มีแนวทาง การปรับปรุง และพัฒนาได้โดยการนำเสนอผ่านเว็บไซต์ เพื่อแสดงถึง ที่มา ของตัววัสดุ ให้ชัดเจน โดยผ่านการออกแบบภาพโฆษณาการใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ และ เนื้อหาที่กระชับเข้าใจง่าย

2.7 งานวิจัยครั้งนี้ยังสามารถนำไปพัฒนาเป็นในรูปแบบของการจัดอบรมเพื่อเสริมทักษะกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นในจากนำมาเพิ่มมูลค่าให้แก่ชุมชนในพื้นที่ได้มีรายได้

บรรณานุกรม

- กรมควบคุมมลพิษ. (2561). รายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชนของประเทศไทย ปี 2559. เข้าถึงได้จาก <https://www.schoolofchangemakers.com/knowledge/11678>.
- กึ่งพร ทองใบ. (2541). *สื่อโฆษณาภายนอกอาคาร*. เข้าถึงเมื่อ 25 กุมภาพันธ์. ขั้นตอนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อการโฆษณาของบริษัท โอ.เจ.สยาม จำกัด กรณีศึกษา บริษัท Huawei
- โครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย iTAP. (2557). *3RS หลักการจัดการของเสียขั้นพื้นฐาน*. เข้าถึงได้จาก หนังสือพัฒนาเศษวัสดุอย่างสร้างสรรค์.
- โครงการ Upcycling the Oceans Thailand. (2562). *นมรีดขยะพลาสติกในท้องทะเลให้กลายเป็นสินค้าแฟชั่น*. เข้าถึงได้จาก <https://adaymagazine.com/upcycling-the-oceans/>
- ท่องเที่ยวตอกคอม. (2551). *บางแสน อ.เมือง จ.ชลบุรี*. เข้าถึงได้จาก https://www.thongteaw.com/Travel_tour_content_%E0%B8%8A%E0%B8%A5%E0%B8%9A%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%B5/%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B9%81%E0%B8%AA%E0%B8%99.html
- บุริม โอบทกานนท์. (2552). *อัตลักษณ์ของแบรนด์*. เข้าถึงได้จาก <http://panupat-arti3901.blogspot.com/2012/07/logo.html>
- บริษัท นิภา เทคโนโลยี จำกัด. (2562). *กระบวนการสร้างการตลาดออนไลน์*. เข้าถึงได้จาก <http://jobs.nipa.co.th/about/>
- ปัทสรา โคตะขุน. (2559). *รูปทรงและคำศัพท์คณิตศาสตร์*. เข้าถึงได้จาก <https://prapasara.blogspot.com/2016/12/blog-post.html>
- ป้ายไวเนลที่ติดเฟรมไม้มาตรฐาน. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/framemai/gallery>
- พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์. (2556). คุณสมบัติของพลาสติก PVC. สาขาวิชาวิศวกรรมอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- พิยะดา นันทะ. (2562). *เทรนด์ของ 2019 ไทยรัฐออนไลน์ ฉบับปี 62*
- พิศิษฐ์ คุณวโรดม. (2545). *อัตลักษณ์และกระบวนการต่อสู้เพื่อชีวิตของผู้ติดเชื้อ HIV. อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ และความชายขอบ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- ภาณุ อิงคะวัต. (2561). *กระแสแฟชั่น GreyHound Brand*. เข้าถึงได้จาก <https://readthecloud.co/ceo-5/>
- โรงงานผลิตเครื่องหนัง leather mine. (2559). *วัตถุดิบสังเคราะห์หนังเทียม*. เข้าถึงได้จาก www.leathermine.com

- วสันต์ แผลงสิทธิ์. (2559). การตลาดออนไลน์. เข้าถึงได้จาก <https://www.wynnsoft-solution.com/>
- วิลเลียม แมคโดนัลด์. (2561). แหล่งกำเนิดสู่แหล่งกำเนิด. เข้าถึงได้จาก
<http://www.tcdc.or.th/articles/design-creativity/17190/William-McDonough->
- เว็บไซต์แบรนด์คู่คี่. (2561). กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ 4Cs. เข้าถึงได้จาก
<https://www.branddoodee.com/category/>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ.
 ไดมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิร์ล.
- ศูนย์พิษวิทยารามาธิบดี. (2543). มลพิษจากการเผาไหม้พลาสติกบางชนิด ปี 2543. เข้าถึงได้จาก
<https://med.mahidol.ac.th/poisoncenter/th/bulletin/bul99/v7n1/Table Monomer>
- สกนธ์ ภู่งามดี. (2545). แนวคิดความคิดสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์. สาขาจิตต์ลอาร์ตส์
 คณะจิตต์ลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สถณี อชวานันท์กุล. (2556). “จากอู่อสู” Cradle to Cradle. สำนักพิมพ์มติชน. เข้าถึงได้จาก
<https://oyspace.wordpress.com/2012/03/28/cradle-to-cradle->
- สิงห์ อินทรชูโต. (2557). กระบวนการออกแบบจากเศษวัสดุ. เข้าถึงได้จาก หนังสือพัฒนาเศษวัสดุ
 อย่างสร้างสรรค์.
- สุมิตรา ศรีวิบูลย์. (2547). การออกแบบอัตลักษณ์. กรุงเทพฯ. Core Function.
- สุวิรัช สาดสังข์. (2558). การจัดการสินค้าแฟชั่น. สาขาวิชาการออกแบบเครื่องแต่งกาย คณะ
 ศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อภิญา เพ็ญฟูสกุล. (2543). แนวความคิดหลักการทางสังคมวิทยาเรื่องอัตลักษณ์. กรุงเทพฯ:
 ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- ไิวอว์ ทาวเวอร์. (2565). ออกแบบป้ายอย่างไรให้โดนใจลูกค้า. เข้าถึงได้จาก
<https://www.ivorytower.co.th>
- เอ.ที. ดีไซน์ แอนด์ แอดเวอร์ไทซิ่ง. (2555). ป้ายแบนเนอร์. เข้าถึงได้จาก <http://www.at-ads.com>
- Am2b Marketing. (2560). เทคนิค ออกแบบป้ายโฆษณา ง่ายๆให้โดนใจผู้บริโภค. เข้าถึงได้จาก
<https://www.am2bmarketing.co.th/creative-design/billboard-design-part-3/>
- Ehs Techniques and Thai National Lci Database. (2561). *Life - Cycle Assessment*. Retrieved from
<http://greenstylethailand.com/?p=3998,%2021%20Jun,%202018>
- McCarty, E. J., & Perreault, W. D. Jr. (1990). *Basic marketing*. Illinois: Ridchard D. Irwin.
- Keawjan, R. (2013). *Corporate identity design*. Retrieved from <http://panupat->
[arti3901.blogspot.com/2012/07/logo.html](http://panupat-arti3901.blogspot.com/2012/07/logo.html)

Kendall, D.G. (1984). Shape Manifolds, Procrustean Metrics, and Complex Projective Spaces.

Bulletin of the London Mathematical Society, 16(2), 81-121.

Shannon South. (2562). Remade usa. เข้าถึงได้จาก <https://remadeusa.com/TS Frame Wood>.

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage.

Website Page365.net. (ม.ป.ป). 9 อย่างที่ควรมีก่อนเริ่มขายของออนไลน์. เข้าถึงได้จาก

<https://www.page365.net/9-things-for-starting-online-store>





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัย

1. แบบสอบถามความต้องการจากเป้าหมาย

แบบสอบถามหาความต้องการเพื่อเป็นวิเคราะห์หาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าวัสดุป้าย
โฆษณาไว้นิลที่ใช้แล้วจากอัตลักษณ์สถานที่ชายหาดบางแสน

ชื่อโครงการวิจัย : การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การ
สร้างอัตลักษณ์

ผู้วิจัย : นายรัชชานนท์ พัฒนโสภณ นักศึกษาภาควิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ ระดับปริญญา
มหาบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน [] หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

[] ชาย [] หญิง

2. ประเภทบุคคล

[] คนในพื้นที่บางแสน [] คนนอกพื้นที่บางแสน

3. อายุ

[] ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี [] 21-30 ปี
[] 31-39 ปี [] 40-49 ปี
[] 50-59 ปี [] 60 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

[] ต่ำกว่าปริญญาตรี [] ปริญญาตรี
[] สูงกว่าปริญญาตรี [] อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. อาชีพ

[] นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา [] ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
[] พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง [] เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว
[] อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ต่อเดือน

[] ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท [] 10,001-20,000 บาท
[] 20,001-30,000 บาท [] 30,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่มีความคิดเห็นต่อสถานที่ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี
 คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน [] หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

7. เป้าหมายของท่านที่มาบางแสน

[] ท่องเที่ยว

[] ทำงาน

[] เรียน

8. ท่านนิยมเที่ยวชายหาดบางแสนส่วนไหนมากที่สุด

[] หาดวอนภา

[] หาดบางแสน

[] แหลมแท่น

9. ถ้าท่านนึกถึงนึกถึงกิจกรรมที่ชายหาดบางแสน นึกถึงอะไร (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

[] จักรยานริมชายหาด

[] ตกอากาศชายทะเล

[] เล่นห่วงยาง

[] ปั่นทราย

[] ออกกำลังกาย

[] ถ่ายรูป

[] อื่น ๆ.....

10. ท่านนิยมทำกิจกรรมที่ชายหาดบางแสน อะไรบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

[] จักรยานริมชายหาด

[] ตกอากาศชายทะเล

[] เล่นห่วงยาง

[] ปั่นทราย

[] ออกกำลังกาย

[] ถ่ายรูป

[] อื่น ๆ.....

11. ถ้าให้ท่านนึกถึงเอกลักษณ์บางแสน นึกถึงสิ่งใดเป็นอันดับแรก

[] กิจกรรมริมทะเล

[] สถานที่ทางวัฒนธรรม

- บรรยากาศริมทะเล
- อาหารทะเล
- อื่น ๆ.....

12. ท่านมาบางแสนบ่อยแค่ไหน (โปรดระบุ)

.....

13. ท่านนิยมชายหาดบางแสนช่วงเวลาไหนมากที่สุด

- เช้า
- กลางวัน
- เย็น
- กลางคืน

14. ท่านมาบางแสนต่อหนึ่งครั้ง มีค่าใช้จ่ายเท่าไร

- ประมาณ 500 - 1,000 บาท
- ประมาณ 1,000 - 2,000 บาท
- ประมาณ 2,000 - 3,000 บาท
- มากกว่า 3,000 บาท

15. ท่านเลือกที่พักรูปแบบใด บ่อยที่สุด

- โรงแรม
- หอพัก
- บ้านพักส่วนตัว
- บ้านเพื่อน
- อื่น ๆ.....

16. ปัจจุบันท่านพบเห็นกิจกรรมที่บางแสนประเภทใดมากที่สุด

- จักรยานริมชายหาด
- ตกอากาศชายทะเล
- เล่นห่วงยาง
- ปั่นทราย
- ออกกำลังกาย
- ถ่ายรูป
- อื่น ๆ.....

17. เมื่อ 10 ปีก่อน ท่านพบเห็นกิจกรรมที่บางแสนประเภทใดมากที่สุด

- [] จี้อักรยานริมชายหาด
- [] ตากอากาศชายทะเล
- [] เล่นห่วงยาง
- [] ปั่นทราย
- [] ออกกำลังกาย
- [] ถ่ายรูป
- [] อื่น ๆ.....

18. ท่านนิยมซื้อของฝาก ประเภทใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [] อาหาร
- [] ของที่ระลึก
- [] ของใช้ส่วนตัว
- [] อื่น ๆ.....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้กระเป๋าในพื้นที่บางแสน จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมายลงใน [] หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

19. ท่านนิยมใช้กระเป๋าประเภทใดบ่อยที่สุด มาบางแสน

- [] กระเป๋าถือใส่ของประจำตัว



- [] กระเป๋าสะพายหลัง



กระเป๋าหรือถุงชายทะเล



กระเป๋าคาดอก / คาดเอว



20. ท่านนิยมใช้กระเป๋าทำกิจกรรมที่บางแสน กิจกรรมใดบ้าง (โปรดระบุ)

21. ท่านนิยมใช้กระเป๋าใส่ของประเภทใดบ้างมาบางแสน (โปรดระบุ)

22. ท่านนิยมใช้กระเป๋าโทนสีรูปแบบใดมาบางแสน

รูปแบบเรียบ

รูปแบบลวดลาย

23. เหตุผลที่ท่านใช้กระเป๋าในบางแสน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

ถ่ายรูป

เก็บเอกสาร

เก็บเสื้อผ้า

การแต่งตัว

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้กระเป๋าทั่วไป

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมายลงใน หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

24. ท่านพิจารณาเลือกซื้อกระเป๋าจากคุณสมบัติใดมากที่สุด

คุณภาพ

ทรายี่ห่อ

โทนสี

- ราคา
- ความน่าเชื่อถือของร้าน
- ช่องเก็บของ
- อื่น ๆ โปรดระบุ

25. ท่านเคยใช้ผลิตภัณฑ์กระเป๋าหิ้วใดบ้าง (โปรดระบุ)

26. ท่านนิยมเลือกซื้อกระเป๋าจากแหล่งไหน

- ห้างสรรพสินค้า
- สื่อทางโทรทัศน์
- สื่อทางวารสาร
- สื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต
- สื่อออนไลน์
- อื่น ๆ โปรดระบุ

27. ท่านนิยมใช้กระเป๋าวัสดุประเภทใด

- ผ้า
- หนัง
- กระดาษ
- อื่น ๆ โปรดระบุ

28. จำนวนเงินที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อกระเป๋า อยู่ที่เท่าไร

- ต่ำกว่า 500 บาท
- ประมาณ 500 - 1,000 บาท
- ประมาณ 1,000 - 2,000 บาท
- ประมาณ 2,000 บาทขึ้นไป

ข้อเสนอแนะ

.....

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

2. แบบสอบถามประเมินผลการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญ

แบบสอบถามเพื่อประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้ว

ร่วมกับวัสดุที่ได้จากการวิเคราะห์สถานที่ขายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีโดยผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อโครงการวิจัย : การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์

ผู้วิจัย : นายรัชชานนท์ พัฒน โสภณ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาศิลปศึกษาและการออกแบบ ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยบูรพา คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชื่อ-นามสกุล..... อาชีพ/ตำแหน่ง.....

ประสบการณ์ในการทำงาน (นักออกแบบ/นักวิชาการ/อื่น ๆ).....ปี

ส่วนที่ 2 ประเมินคุณค่าของผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้วร่วมกับวัสดุที่ได้จากการวิเคราะห์สถานที่ขายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

การออกแบบสามารถสื่อสารถึงการเพิ่มมูลค่าและอัตลักษณ์ของวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้วและวัสดุรวมทั้ง 3 รูปแบบมีความเหมาะสมต่อการใช้งานระดับใด

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย/ ลงในส่วนของตารางที่เลือกตอบ (1=น้อยที่สุดและ 5=มากที่สุด)

ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์รูปแบบ A1



ภาพผลิตภัณฑ์รูปแบบ A1เสร็จสมบูรณ์ (1)

ผลิตภัณฑ์กระเป๋า
รูปแบบ A1



BANGSAEN
BAG
VINLY

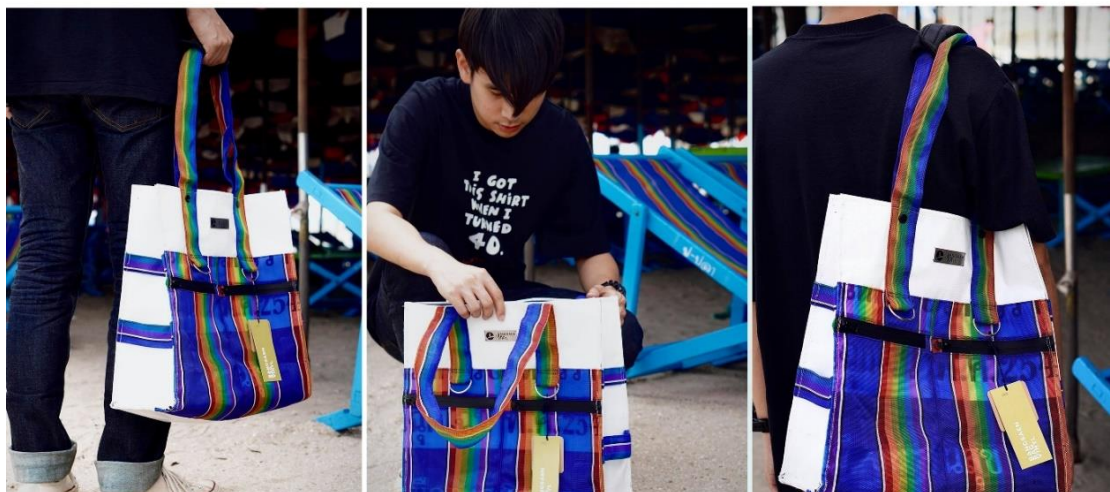


ภาพผลิตภัณฑ์รูปแบบ A1เสร็จสมบูรณ์ (2)

ผลิตภัณฑ์กระเป๋า
รูปแบบ A1



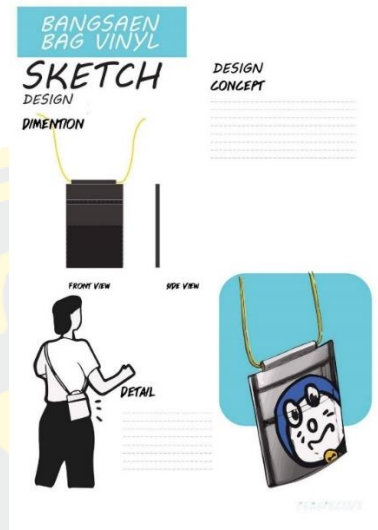
BANGSAEN
BAG
VINLY



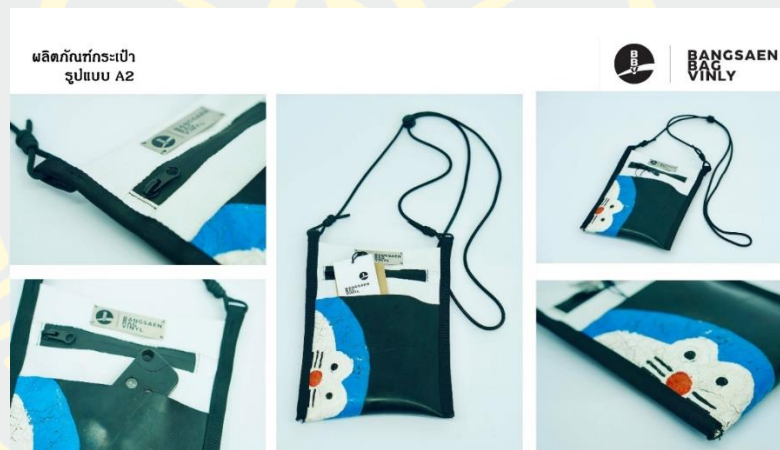
คุณค่าและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์จากป้าย โฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วร่วมกับวัสดุร่วมจาก อัตรลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	สรุป	แปลผล
1. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A1 มีประโยชน์ใช้สอยใน ด้านกระเป๋า ที่มีความเหมาะสมระดับใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A1 มีรูปแบบการ ผสมผสานรูปทรงและวัสดุที่มีความน่าสนใจใน ระดับใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A1 สามารถสะท้อน อัตรลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีได้ใน ระดับใด	+1	0	+1	0.67	ใช้ได้
4. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A1 สามารถสะท้อนคุณค่า ผลิตภัณฑ์จากวัสดุป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้ว และวัสดุผ้าไนลอนจากเก้าอี้ชายหาดออกมาได้ ในระดับใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A1 มีประสิทธิผลในการ วางจำหน่ายจริง ในระดับใด	+1	0	+1	0.67	ใช้ได้
6. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A1 สามารถสร้างมูลค่า ให้กับป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้ว ในระดับใด	+1	0	+1	0.67	ใช้ได้
ผลรวม	ใช้ได้				

ผลิตภัณฑ์จากวัสดุป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้ว รูปแบบ A1 มีประโยชน์ใช้สอยในด้านกระเป๋าที่มีความเหมาะสมระดับใช้ได้ มีรูปแบบการผสมผสานรูปทรงและวัสดุที่มีความน่าสนใจในระดับใช้ได้ ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A1 สามารถสะท้อนอัตรลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีได้ในระดับใช้ได้ สามารถสะท้อนคุณค่าผลิตภัณฑ์จากวัสดุป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วและวัสดุผ้าไนลอนจากเก้าอี้ชายหาดออกมาได้ในระดับใช้ได้ มีประสิทธิผลในการวางจำหน่ายจริง ในระดับใช้ได้ สามารถสร้างมูลค่าให้กับป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้ว อยู่ในระดับใช้ได้

ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์รูปแบบ A2



ภาพผลิตภัณฑ์รูปแบบ A2 เสร็จสมบูรณ์ (1)



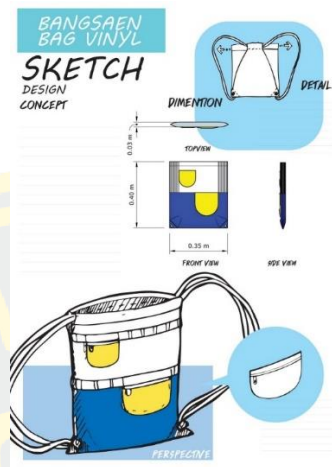
ภาพผลิตภัณฑ์รูปแบบ A2 เสร็จสมบูรณ์ (2)



คุณค่าและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์จากป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วร่วมกับวัสดุร่วมจากอัตรลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	สรุป	แปลผล
1. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A2 มีประโยชน์ใช้สอยในด้านกระเป๋า ที่มีความเหมาะสมระดับใด	0	+1	+1	0.67	ใช้ได้
2. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A2 มีรูปแบบการผสมผสานรูปทรงและวัสดุที่มีความน่าสนใจในระดับใด	0	+1	+1	0.67	ใช้ได้
3. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A2 สามารถสะท้อนอัตรลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีได้ในระดับใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A2 สามารถสะท้อนคุณค่าผลิตภัณฑ์จากวัสดุป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วและวัสดุจากห้วงยางชายหาดออกมาได้ในระดับใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A2 มีประสิทธิผลในการวางจำหน่ายจริง ในระดับใด	+1	0	+1	0.67	ใช้ได้
6. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A2 สามารถสร้างมูลค่าให้กับป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้ว ในระดับใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ผลรวม	ใช้ได้				

ผลิตภัณฑ์จากวัสดุป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้ว รูปแบบ A2 มีประโยชน์ใช้สอยในด้านกระเป๋า ที่มีความเหมาะสมระดับใช้ได้ รูปแบบการผสมผสานรูปทรงและวัสดุที่มีความน่าสนใจในระดับใช้ได้ สามารถสะท้อนอัตรลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีได้ในระดับใช้ได้ สามารถสะท้อนคุณค่าผลิตภัณฑ์จากวัสดุป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วและวัสดุจากห้วงยางชายหาดออกมาได้ในระดับใช้ได้ มีประสิทธิผลในการวางจำหน่ายจริง ในระดับใช้ได้ สามารถสร้างมูลค่าให้กับป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้ว ในระดับใช้ได้

ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์รูปแบบ A3



ภาพผลิตภัณฑ์รูปแบบ A3 เสร็จสมบูรณ์ (1)



ภาพผลิตภัณฑ์รูปแบบ A3 เสร็จสมบูรณ์ (2)



คุณค่าและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์จากป้าย

ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ

โฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วร่วมกับวัสดุรวมจาก อัตลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	สรุป	แปลผล
1. ผลិតภัณฑ์รูปแบบ A3 มีประโยชน์ใช้สอย ในด้านกระเป๋่า ที่มีความเหมาะสมระดับใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A3 มีรูปแบบการ ผสมผสานรูปทรงและวัสดุที่มีความน่าสนใจ ในระดับใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A3 สามารถสะท้อนอัต ลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีได้ใน ระดับใด	0	+1	+1	0.67	ใช้ได้
4. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A3 สามารถสะท้อน คุณค่าผลิตภัณฑ์จากวัสดุป้ายโฆษณาไวเนลที่ ใช้แล้วและวัสดุฝั้วร่มาจากร่ชายหาดออกมา ได้ในระดับใด	0	+1	+1	0.67	ใช้ได้
5. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A3 มีประสิทธิผลในการ วางจำหน่ายจริง ในระดับใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6. ผลิตภัณฑ์รูปแบบ A3 สามารถสร้างมูลค่า ให้กับป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้ว ในระดับใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ผลรวม	ใช้ได้				

ผลิตภัณฑ์จากวัสดุป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้ว รูปแบบ A3 มีประโยชน์ใช้สอยในด้าน
กระเป๋่า ที่มีความเหมาะสมระดับใช้ได้ รูปแบบการผสมผสานรูปทรงและวัสดุที่มีความน่าสนใจใน
ระดับใช้ได้ สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีได้ในระดับใช้ได้ สามารถ
สะท้อนคุณค่าผลิตภัณฑ์จากวัสดุป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้วและวัสดุฝั้วร่มาจากร่ชายหาดออกมา
ได้ในระดับใช้ได้ มีประสิทธิผลในการวางจำหน่ายจริง ในระดับใช้ได้ สามารถสร้างมูลค่าให้กับ
ป้ายโฆษณาไวเนลที่ใช้แล้ว ในระดับใช้ได้

ส่วนที่ 3 โปรดประเมินคุณค่าภาพรวมของผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุป้ายโฆษณาไวนิล
ที่ใช้แล้วร่วมกับวัสดุที่ได้จากการวิเคราะห์หัตถ์ลักษณะสถานที่ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี
เมื่อเปรียบเทียบกับผลงานการออกแบบ A1, A2 และ A3 ผลงานไหนมีความน่าสนใจมาก
ที่สุด (โดยสามารถใส่ลำดับซ้ำกันได้ / ลำดับที่ 1 หมายถึง มีความน่าสนใจมากที่สุด)



- ลำดับที่ (.....) A1. วัสดุป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้วร่วมกับผ้าไนลอนจากเก้าอี้ชายหาด
- ลำดับที่ (.....) A2. วัสดุป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้วร่วมกับยางจากห่วงยางชายหาด
- ลำดับที่ (.....) A3. วัสดุป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้วร่วมกับผ้าร่มจากร่มชายหาด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นเพิ่มเติมเพื่อพัฒนาผลงานการศึกษาและพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์จาก
วัสดุป้ายโฆษณาไวนิลที่ใช้แล้วร่วมกับวัสดุที่ได้จากการวิเคราะห์หัตถ์สถานที่ชายหาดบางแสน
จังหวัดชลบุรี

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่กระเป๋ากว้างจากวัสดุป้ายโฆษณา
ไว้นิตที่ใช่แล้วร่วมกับวัสดุที่ได้จากการวิเคราะห์สถานที่ขายหาบางแสน จังหวัดชลบุรี
ของกลุ่มเป้าหมาย

ชื่อโครงการวิจัย: การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การ
สร้างอัตลักษณ์

ผู้วิจัย: นายรัชชานนท์ พัฒนโสภณ นักศึกษาภาควิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ ระดับปริญญา
มหาบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน [] หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

[] ชาย

[] หญิง

2. อายุ

[] 18-25 ปี

[] 26-30 ปี

[] 31-45 ปี

[] มากกว่า 45 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

[] มัธยมศึกษา

[] ปริญญาตรี

[] ปริญญาโท

[] ปริญญาเอก

[] อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. อาชีพ

[] นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

[] ข้าราชการ

[] พนักงานรัฐวิสาหกิจ

[] ธุรกิจส่วนตัว

[] รับจ้าง

[] อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้ต่อเดือน

[] ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

[] 10,001-20,000 บาท

[] 20,001-30,000 บาท

[] 30,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ประเมินความพึงพอใจในรูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อการท่องเที่ยว

2.1 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่ทำการออกแบบสามารถสื่อสารถึงคุณค่าของ پایโฆษณาไวน์ที่ใช้แล้วและอัตลักษณ์ของสถานที่ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี มาทำเป็นกระเป๋าสำหรับท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมต่อการใช้งานระดับใด

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในส่วนของตารางที่เลือกตอบ

(1 = น้อยที่สุด และ 5 = มากที่สุด)

ผลิตภัณฑ์กระเป๋า
รูปแบบ A1



BANGSAEN
BAG
VINLY



คุณค่าและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อการท่องเที่ยว	ระดับที่สามารถสื่อสารคุณค่า				
	น้อยที่สุด → มากที่สุด				
	1	2	3	4	5
1. สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ของวัสดุ پایโฆษณาไวน์ที่ใช้แล้ว					
2. สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ของวัสดุผ้าไนลอนจากเก้าอี้ชายหาด					
3. สะท้อนความเป็นผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้					
4. มีรูปทรงสัดส่วนและโครงสร้างที่สวยงาม					
5. สามารถนำไปใช้ในการท่องเที่ยวชายทะเลได้อย่างเหมาะสม					
6. สะท้อนอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี					

ผลิตภัณฑ์กระเป๋า
รูปแบบ A2



BANGSAEN
BAG
VINLY



คุณค่าและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อนักท่องเที่ยว	ระดับที่สามารถสื่อสารคุณค่า				
	น้อยที่สุด → มากที่สุด				
	1	2	3	4	5
1. สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ของวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้ว					
2. สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ของวัสดุจากห่วยยางชายหาด					
3. สะท้อนความเป็นผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้					
4. มีรูปทรงสัดส่วนและโครงสร้างที่สวยงาม					
5. สามารถนำไปใช้ในการท่องเที่ยวชายทะเลได้อย่างเหมาะสม					
6. สะท้อนอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี					

ผลิตภัณฑ์กระเป๋า
รูปแบบ A3



BANGSAEN
BAG
VINLY



คุณค่าและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อนักท่องเที่ยว	ระดับที่สามารถสื่อสารคุณค่า				
	น้อยที่สุด → มากที่สุด				
	1	2	3	4	5
1. สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ของวัสดุป้ายโฆษณาไวน์ลที่ใช้แล้ว					
2. สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ของวัสดุผ้าร่มชายหาด					
3. สะท้อนความเป็นผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้					
4. มีรูปทรงสัดส่วนและโครงสร้างที่สวยงาม					
5. สามารถนำไปใช้ในการท่องเที่ยวชายทะเลได้อย่างเหมาะสม					
6. สะท้อนอัตลักษณ์ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี					



ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์

ที่ ศธ 0528.08/



คณะศิลปกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา

ต. แสนสุข อ. เมือง จ. ชลบุรี 20131

4 พฤศจิกายน 2563

เรื่อง ขออนุญาตขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวัสดุเหลือใช้ป้ายไวเนลเพื่อใช้สร้างผลิตภัณฑ์ในงานวิจัย
เรียน นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองแสนสุข

ด้วยนายรัชชานนท์ พัฒนโสภณ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์ ในความควบคุมดูแลของ ผศ. ดร.ชัยศ วนิชวัฒนาวุฒิ ประธานกรรมการ มีความประสงค์ขออนุญาตจากท่าน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก สถานที่เก็บรวบรวมป้ายโฆษณา (ป้ายไวเนล) ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์แล้วในตำบลแสนสุข โดยผู้วิจัยจะขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ระหว่างวันที่ 20 พฤศจิกายน - 20 ธันวาคม 2563 อนึ่ง โครงการวิจัยนี้ได้ผ่านขั้นตอนการพิจารณาทางจริยธรรมการวิจัยของบัณฑิตศึกษาคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

ขอแสดงความนับถือ

(ผศ.ดร.ชัยศ วนิชวัฒนาวุฒิ)

(รศ.ดร.เสกสรรค์ ตันยาภิรมย์)

ประธานกรรมการ

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

สำนักงานเลขานุการคณะศิลปกรรมศาสตร์

โทรศัพท์ 0-3810-2222 ต่อ 2519

ผู้วิจัยโทร. 094-7961544

ที่ อว ๘๑๑๗.๑/๓๐๕



คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๒๓ สิงหาคม พ.ศ.๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ดร.อาณัติ ศิริพิชญ์ตระกูล

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายรัชชานนท์ พัฒนโสภณ รหัสประจำตัว ๒๐๙๒๐๐๖๑ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์" โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยศ วนิชวัฒนาวุฒิ ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในครั้งนี้ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้พิจารณาแล้ว เห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิต ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

เสกสรรค์ ตันยาภิรมย์
(รองศาสตราจารย์ ดร.เสกสรรค์ ตันยาภิรมย์)
คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

สำนักงานคณบดี คณะศิลปกรรมศาสตร์
โทรศัพท์ ๐๓๘ ๑๐๒ ๕๑๐ โทรสาร ๐๓๘ ๓๙๑ ๐๔๒

ที่ อว ๘๑๑๗.๑/ ๓๐๙

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๒๓ สิงหาคม พ.ศ.๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรณู วนิชกร

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายรัชชานนท์ พัฒนโสภณ รหัสประจำตัว ๖๐๙๒๐๐๖๑ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยศ วนิชวัฒนา นวัตกรรม ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในกรณี คณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้พิจารณาแล้ว เห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิต ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

เสกสรรค์ ตันยาภิรมย์
(รองศาสตราจารย์ ดร.เสกสรรค์ ตันยาภิรมย์)
คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

สำนักงานคณบดี คณะศิลปกรรมศาสตร์
โทรศัพท์ ๐๓๘ ๑๐๒ ๕๑๐ โทรสาร ๐๓๘ ๓๙๑ ๐๔๒

ที่ อว ๘๑๑๗.๑/ ๕๐๕



คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต. แสนสุข อ. เมือง จ. ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๖๗ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายรัชชานนท์ พัฒนโสภณ รหัสประจำตัว ๖๐๙๒๐๐๖๑ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยศ วนิชวัฒนา นวัตกรรม ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในการนี้ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้พิจารณาแล้ว เห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิต ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

ศาสตราจารย์ พันเอกพิเศษ

(รองศาสตราจารย์ ดร.เสกสรรค์ ตันยาภิรมย์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

สำนักงานคณบดี คณะศิลปกรรมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐๓๘ ๑๐๒ ๕๑๐ โทรสาร ๐๓๘ ๓๙๑ ๐๔๒



ภาคผนวก ค
เอกสารจรรยาบรรณการวิจัยมนุษย์

ที่ ๓๘/๒๕๖๒



เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้พิจารณาเค้าโครงวิทยานิพนธ์

เรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ประเภทป้ายโฆษณาสู่การสร้างอัตลักษณ์

หัวหน้าโครงการวิจัย นายรัชชานนท์ พัฒนโสภณ

หลักสูตร/สาขาวิชา ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า เค้าโครงวิทยานิพนธ์ดังกล่าวเป็นตามหลักการจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ โดยที่ผู้วิจัย เคารพสิทธิและศักดิ์ศรีในความเป็นมนุษย์ ไม่มีการล่วงละเมิดสิทธิ สวัสดิภาพ และไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ ตัวอย่างการวิจัยกลุ่มตัวอย่าง และผู้เข้าร่วมในโครงการวิจัย

จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยในขอบข่ายของโครงร่างวิทยานิพนธ์ที่เสนอได้ ตั้งแต่วันที่ออก เอกสารรับรองผลการพิจารณาการวิจัยในมนุษย์ฉบับนี้จนถึงวันที่ ๒๒ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๒

ออกให้ ณ วันที่ ๒๒ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๒

ลงนาม

(ศาสตราจารย์ภรดี พันธุ์ภากร)

ประธานคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา



ภาคผนวก ง
ภาคแสดงข้อมูลภาคสนาม



ภาพที่ ค-1 ป้ายโฆษณาไว้นิลที่ใช้แล้วจากศูนย์เทศกิจนักท่องเที่ยว เทศบาลแสนสุข จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ ค-2 เก้าอี้ชายหาดทากจากชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ ค-3 ห่วงยางชายหาดที่ใช้แล้วจากร้านซ่อมห่วงยางบางแสน จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ ค-4 รั้วชายหาดทจากชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี



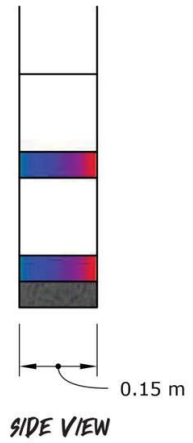
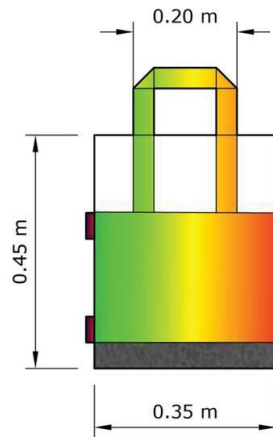
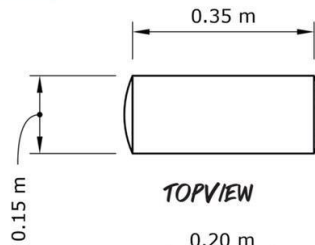
ภาคผนวก จ

ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวทางที่ได้จากการศึกษา

BANGSAEN BAG VINYL

SKETCH DESIGN

DIMENTION



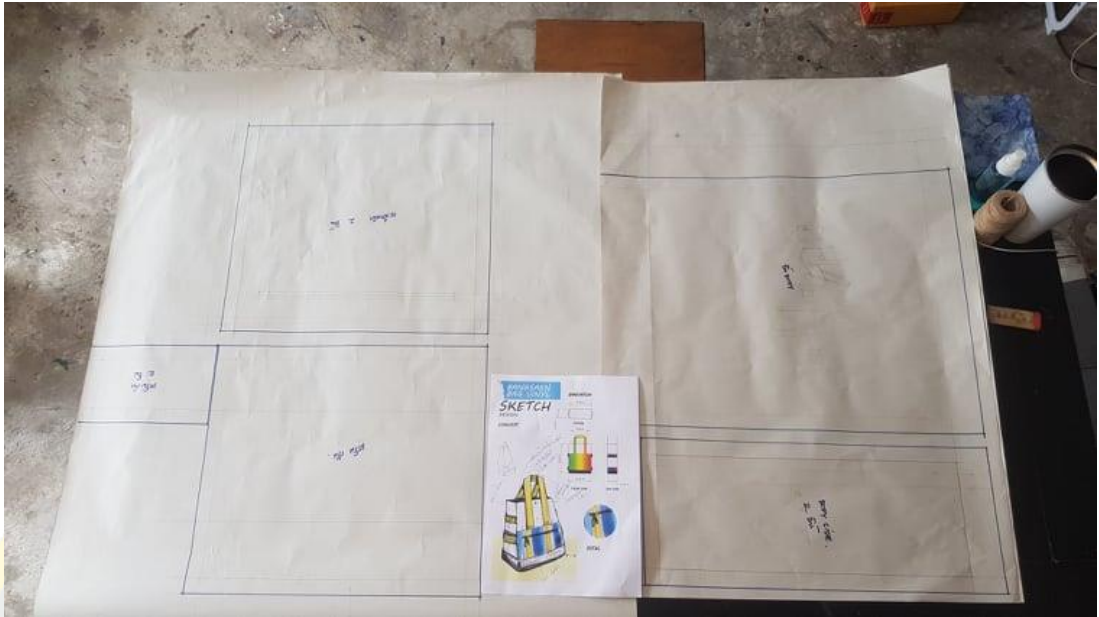
PERSPECTIVE



ภาพที่ ง-1 แสดงภาพแบบร่าง



ภาคผนวก จ
ผลงานเขียนแบบการผลิต



ภาพที่ จ-1 แสดงภาพเขียนแบบเพื่อการผลิต



ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายรัชชานนท์ พัฒนโสภณ
วัน เดือน ปี เกิด	28 สิงหาคม พ.ศ. 2536
สถานที่เกิด	จังหวัดฉะเชิงเทรา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	74/139 หมู่บ้านบางปะกงวิลล่า ถนนสุขประยูร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
ประวัติการศึกษา	2559 ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา 2565 ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

