

## การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี กันยา เวียงคำ<sup>1</sup>, กนิษฐา เรืองวรรณศักดิ์<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

### บทคัดย่อ

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี วัดอุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว สู่แนวทางการออกแบบลวดลายเพื่อผลิตของที่ระลึกวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี โดยใช้รูปแบบเอกลักษณ์ของวัดป่าภูก้อนมาใช้ในการออกแบบ 3) เพื่อประเมินผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

วิธีดำเนินการวิจัยโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านพุทธศิลป์ และการออกแบบ 3 ท่าน และใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยววัดป่าภูก้อน จำนวน 100 คน เพื่อประเมินความพึงพอใจ ในการนำเอาแรงบันดาลใจจากพระวิหารและพระนอน มาใช้ในการออกแบบ

ผลการวิจัยการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยววัดป่าภูก้อนผู้บริโภคให้ความสำคัญในคุณภาพของสินค้าของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ที่มีสีสันสวยงาม มีมาตรฐาน และมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่สามารถหาได้จากแหล่งจำหน่ายอื่น โดยการนำจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์มาใช้เป็นแรงบันดาลใจ ได้แก่ 1) พระวิหารได้ถอดแบบลายจากโครงสร้างตัวอาคาร กับส่วนของช่อฟ้า 2) พระพุทธรูปไสยาสน์โลกนาถศาสดามหามุนี (พระนอน) ถอดแบบลายจากองค์พระโดยรวม พระพักตร์ และพระรัศมีที่มีลักษณะเฉพาะมาใช้ในการออกแบบกราฟิกสไตล์อาร์ตแอนด์คราฟ (Art and Craft) สร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 6 ชิ้น คือ เสื้อ (เสื้อยืดคอวี เสื้อยืดคอกลม และเสื้อโปโล) กระเป๋า (กระเป๋าถือ กระเป๋าสะพาย และกระเป๋าเป้) หมวก พวงกุญแจ หมอนอิง และการ์ดอวยพรแบบ 3 มิติ (Pop up) เทคนิคในการผลิตประเภทงานผ้าใช้เทคนิคการปักและสกรีนลาย ประเภทงานสิ่งพิมพ์ใช้การพิมพ์แบบออฟเซต (Offset Printing) และเทคนิคการตัด (Dicut) ประเมินผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพบว่า ความเหมาะสมของการนำเอาเอกลักษณ์ของวัดป่าภูก้อน มาใช้ในการออกแบบของที่ระลึก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความเหมาะสมทางด้านการออกแบบและความสวยงาม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ได้รับ การออกแบบใหม่มีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) และผู้บริโภคมีความสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ คิดเป็นร้อยละ 100.00 ให้ความสนใจสินค้าเสื้อยืดมากที่สุด เพราะลวดลายของเสื้อยืดมีความสวยงาม น่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์ที่สื่อถึงวัดป่าภูก้อน

**คำสำคัญ :** การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก, วัดป่าภูก้อน, เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

## The Design of Souvenir Products of Watpaphukon,Udon Thani Province

Kanya Wiangkham<sup>1</sup> , Kanittha Ruangwannasak<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Product Design Faculty of Humanities and Social Science, Udon Thani Rajabhat  
University

### ABSTRACT

The Design of souvenir product of Watpaphukon, Udon Thani Province aims to 1) to study tourists behaviors for patterned design guideline to create Watpaphukon souvenirs in Udon Thani Province 2) to design the product souvenir of Watpaphukon in Udon Thani Province by using Watpaphukon unique for product design and 3) to evaluate souvenir product design.

Research methodology by interviewing 3 experts of Buddhism & design and using questionnaires from 100 tourists at Watpaphukon to evaluate satisfaction for brought to use inspiration from Pra Viharn and reclining Buddha to apply for design.

Results of research of the studied of the behavior of Watpaphukon tourists revealed that tourists focused on souvenir product quality, beautiful color product, standard and the unique product that count not find from other places. The prominent points that were the unique inspiration consists of 1) Pra Viharn that took off from building structure and the part of gable apex 2) reclining Buddha that took off from overall Buddha image, face and the ring of right, which were a characteristic unique brought to use in Art and Craft graphic design style. And then brought to create 6 souvenir products consists of T-shirts (V-neck, round-neck and Polo-shirt), Bags (hand bag, cross body bag and backpack), cap, key-ring, resting pillow and 3-dimennsional greeting cards (Pop up). There were used embroider and screen techniquefor textile products and there were used Offset Printing and Dicut technique for impressing product. The evaluation results of souvenir product found the optimum for using Watpaphukon unique to create souvenir product overall was a high level (Average 4.06), the optimum of design and beauty overall was a high level (Average 4.16), satisfied with new souvenir product design optimum was a high level (Average 4.03) and tourists have attend to buy a new souvenir product design 100 percentages and especially T-shirts were the most attention because the beautiful pattern were attentive and mediate unique to Watpaphukon.

**Keywords :** Souvenir Products Design, Watpaphukon, Unique

## บทนำ

อุดรธานีเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีสถานที่ศาสนาจำนวนมาก และเป็นจังหวัดที่มีความเจริญก้าวหน้าแบบสังคมเมือง เป็นสังคมที่มีความเจริญรุ่งเรือง มีโครงสร้างของสังคมที่เป็นระบบและพัฒนาให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ จึงได้เป็นที่นิยมทางธรรมะและการเผยแพร่ของพระพุทธศาสนามากขึ้นเรื่อย ๆ จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด

วัดป่าภูก้อน ตั้งอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติป่านาญงและป่าน้ำโสม ท้องที่บ้านนาคำ ตำบลบ้านก้อง อำเภอ นาญง จังหวัดอุดรธานี อันเป็นรอยต่อแผ่นดิน 3 จังหวัด คือ อุดรธานี เลย และหนองคาย กำเนิดขึ้นจากการดำริชอบของพุทธบริษัทสี่ ผู้ตระหนักถึงคุณประโยชน์อันยิ่งใหญ่ของธรรมชาติและป่าต้นน้ำลำธาร ซึ่งกำลังถูกทำลายโดยในปี พ.ศ. 2527 พระเดชพระคุณหลวงปู่ฝัน อาจาโร ได้เมตตาปรากฏในทิพยนิมิต สั่งให้ไปจุดธูปทางภาคอีสานเป็นเวลา 10 วัน คุณปิยวรรณและคุณโอฬาร วีรวรรณ พร้อมคณะได้เดินทางมาจุดธูปแถบจังหวัด สกลนครและอุดรธานี เกิดความเลื่อมใสในปฏิปทาของพระป่า จึงได้เข้าช่วยเหลือท่านพระอาจารย์อินทร์ถวาย สันตุสสโก สำนักสงฆ์บ้านนาคำน้อย ในการขออนุญาตใช้พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติจัดตั้งเป็นวัดป่านาคำน้อย และปลูกป่าทดแทนพื้นที่พุ่มสภาพป่าเสื่อมโทรมกว่า 750 ไร่ อย่างถูกต้องตามระเบียบของกรมป่าไม้ เพื่อใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติธรรมและอยู่อาศัยของพระสงฆ์ จากนั้นท่านพระอาจารย์อินทร์ถวายได้พาไปดูป่าภูก้อนที่กำลังถูกสัมปทานตัดรื้อตัดไม้ คณะศรัทธาจึงได้ตัดสินใจสร้างวัด โดยกราบอาราธนาท่านพระอาจารย์ชาลี ธีรธัมโม (ปัจจุบันเป็นพระครูจิตตภาวนาญาณ) เป็นประธานและขวัญกำลังใจในการก่อสร้าง จนในที่สุดในวันที่ 22 มิถุนายน 2531 ได้รับหนังสืออนุญาตให้เข้าทำประโยชน์หรืออยู่อาศัยในเขตป่าสงวนแห่งชาติเพื่อจัดตั้งพุทธอุทยานมีเนื้อที่ 1,000 ไร่ และได้รับขนานนามว่า 'พุทธอุทยานมหารุกขปาริชาติภูก้อน' (ปฐมรัตนบูรพาจารย์านุสรณ์วัดป่าภูก้อน)

สถานที่ท่องเที่ยวของอุดรธานีเป็นที่เจริญในเมืองสังคม ที่มีธรรมชาติเข้าไปสอดแทรก ทำให้เป็นที่นิยมมาปฏิบัติธรรม และเป็นที่พักผ่อนจิตใจของศาสนิกชน วัดป่าภูก้อนไม่ใช่แต่ที่ปฏิบัติธรรมอย่างเดียว แต่เป็นได้

ทั้งสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้ผู้ที่ได้มาเยี่ยมชมมีจิตใจที่สงบ ผ่อนคลายเมื่อได้มาเห็นวัดป่าที่ล้อมรอบด้วยป่าสงวนแห่งนี้ ซึ่งเป็นที่รวบรวมจิตใจให้สงบและเป็นที่ยึดปฏิบัติธรรมของญาติโยมทั้งหลาย

ด้วยปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นจำนวนมากในทุกๆวัน โดยเฉพาะช่วงเทศกาล ผู้วิจัยได้เห็นการซื้อขายของที่ระลึกที่มีอยู่ในวัดป่าภูก้อน ที่มีน้อยหรือยังไม่มีอะไรที่เป็นเอกลักษณ์ของวัด และจากการผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความเหมาะสมและได้ไปลงพื้นที่ศึกษาสอบถาม (หลุทัย จันตะเคียน, 2558) (สัมภาษณ์) ผู้ช่วยเหรียญกษาปณ์กรมธนารักษ์ เพื่อที่จะออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัดป่าภูก้อน ซึ่งจะได้มีความหลากหลายให้เลือกชมมากกว่าเดิมและมีความน่าสนใจส่วนมากของที่ระลึกจะเป็นเสื้อ เข็มกลัด ผ้าถุง เข็มขัด หมวก เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนมากให้เข้าไปซื้อจะเป็นวิทยุทำงาน ผู้วิจัยเลยอยากออกแบบผลิตภัณฑ์อะไรที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของวัยรุ่นบ้าง เช่น พวงกุญแจ กระเป๋าสะกรีน ที่ติดตู้เย็น หมวก การ์ดอวยพร เสื้อหรือเป็นการเพิ่มรูปแบบบรรยากาศของวัดให้มีของที่เลือกซื้อและแปลกตามากขึ้น และเพื่อเป็นต้นแบบแนวทางสำหรับวัดอื่นอีกด้วย

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมพระวิหารของวัดป่าภูก้อน สู่แนวทางการออกแบบตลาดขาย เพื่อผลิตสินค้าที่ระลึกวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานีโดยใช้รูปแบบเอกลักษณ์ของวัดป่าภูก้อนมาใช้ในการออกแบบ
3. เพื่อประเมินผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมากราบไหว้สักการบูชาพระวิหารและพระพุทธรูปไสยาสน์โลกนาถศาสดามหามุนี วัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี

## ระเบียบวิธีวิจัย

ในการดำเนินการโครงการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเป็นขั้นตอน ดังนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 พื้นที่วิจัย ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เจาะจงในการศึกษาเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก “พุทธอุทยานนารุกขปาริชาติภูก้อน” โดยการศึกษาภาคสนามในพื้นที่จริงเพื่อศึกษาด้านลวดลาย กระบวนการออกแบบ โดยใช้การสังเกต

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษางานวิจัย แบ่งเป็น 3 กลุ่ม

1.2.1 การสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยว และอุบาสก อุบาสิกาที่อยู่ในวัดป่าภูก้อน จำนวน 100 คน ได้ทำการสอบถาม ความคิดเห็น ความต้องการ ของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดป่าภูก้อนสรุปสู่แนวทางการออกแบบ

1.2.2 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ คือ 1) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านพุทธศิลป์ รองศาสตราจารย์ ดร.ชวลิต อธิปัตยกุล มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี 2) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ อาจารย์อาทิตย์ สร้างแก้ว วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุดรธานี 3) ผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบการก่อสร้างพระวิหาร และพระพุทธรูปไสยาสน์โลกนาถศาสดามหามุนี อุบาสกา หลุทัย จันทะเคียน ผู้ช่วยเหรียญก ปิยธรรมมูลนิธิ บ้านนาคำ ตำบลบ้านก้อง อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี

1.2.3 สอบถามความพึงพอใจต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 100 คน

2. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็น ที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน หลักการเหตุและผลในการวิเคราะห์ข้อมูล

### 3. ขอบเขตของงานวิจัย

ขั้นตอนศึกษาด้านเทคนิค

3.1 เทรนต์/สไตล์ สไตล์อาร์ตแอนด์คราฟต์ (Art and craft)

3.2 ขอบเขตการออกแบบ

3.2.1 หาเอกลักษณ์เฉพาะของพระวิหารและพระพุทธรูปไสยาสน์โลกนาถศาสดามหามุนี (พระนอน) วัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี เพื่อถอดแบบลวดลาย

3.2.2 การนำลวดลายมาประกอบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้กับร้านจำหน่ายของที่ระลึกวัดป่าภูก้อน จำนวนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 6 ชิ้น

คือ เสื้อ (เสื้อยืดคอวี เสื้อยืดคอกลม และเสื้อโปโล) กระเป๋า (กระเป๋าถือ กระเป๋าสะพาย และกระเป๋าเป้) หมวก พวงกุญแจ หมอนอิง และการ์ดอวยพรแบบ 3 มิติ (Pop up) จากการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มียอดขายดีของทางวัด

### ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ภาพรวมของวัดป่าภูก้อนโดยนำจุดเด่นของวัดป่าภูก้อน ดังนี้ มาเพื่อถอดแบบต้นแบบมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี สรุปได้ว่าวัดป่าภูก้อนมีความโดดเด่น 5 ด้าน คือ องค์พระนอน (พระพุทธรูปไสยาสน์โลกนาถศาสดามหามุนี) เจดีย์ พระวิหาร ภาพวาดจิตรกรรม และของตกแต่งภายในวัด



ภาพที่ 1 การวิเคราะห์เอกลักษณ์ของวัดป่าภูก้อน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการของผู้บริโภค 100 คน และแบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน สามารถสรุป ประเด็นสำหรับการออกแบบในโครงการวิจัยได้ดังนี้

1) จากแบบสอบถามผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผู้บริโภคสนใจ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกคือ เสื้อ กระเป๋า พวงกุญแจ หมวก การ์ดอวยพร และจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ทางด้านการออกแบบ ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำให้ใช้แรงบันดาลใจลักษณะของพระวิหาร รูปโครงสร้าง ลวดลายประดับ และพระนอนมาใช้ในการออกแบบของที่ระลึก เพื่อให้สอดคล้องและเป็นเอกลักษณ์ของวัด โดยการตัดทอน



2) ออกแบบของที่ระลึกการนำเอาลวดลายของพระวิหารมาเป็นแรงบันดาลใจนั้น และได้นำเอาสไตล์อาร์ตแอนด์คราฟต์ (Art and craft) เข้ามาร่วมผสมผสานในการออกแบบของที่ระลึก โดยผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำให้เอาแบบฟอร์มของพระวิหารมาใช้ เช่น การตัดทอนเอาส่วนของช่อฟ้ามาออกแบบ

3) จากการให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ถึงความเหมาะสมที่จะทำของที่ระลึกให้วัด สีสี่ที่ควรนำมาใช้เป็นสี ขาว,ฟ้า ให้เหมือนกับพระวิหารและพระนอนหรืออาจจะเป็น สีทอง สีขาว สีดำ ส่วนเรื่องของฟอนต์ตัวหนังสืออาจจะออกแบบเองหรือใช้แบบฟอนต์จากวัดและผู้ทรงคุณวุฒิให้คำนึ่งถึงเรื่องของวัฒนธรรมมาใช้ในการออกแบบ


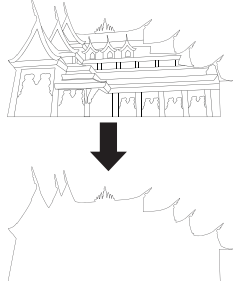


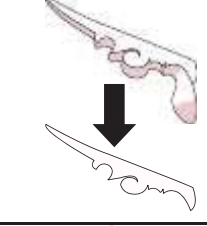


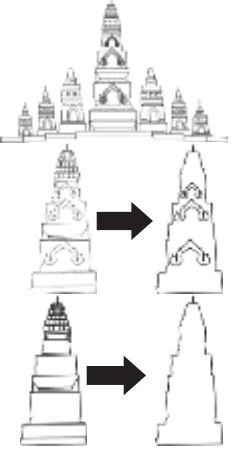


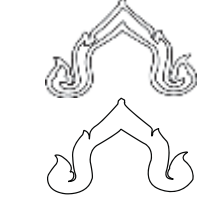



ภาพที่ 2 แผนผังการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ


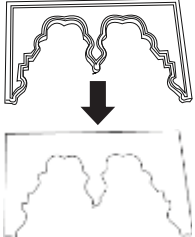


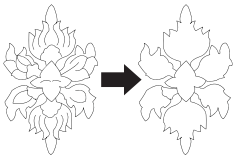


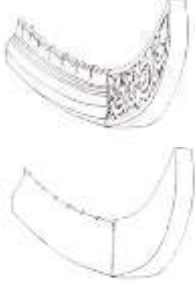





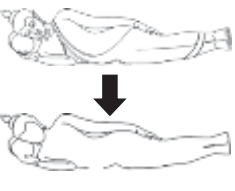

แนวคิดการออกแบบ (Concept) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัดป่ากุฎีทอง จังหวัดจันทบุรี ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 6 ชิ้น คือ เสื้อ (เสื้อยืดคอวี เสื้อยืดคอกลม และเสื้อโปโล) กระเป๋า (กระเป๋าถือ กระเป๋าสะพาย และกระเป๋าเป้) หมวก พวง

กุญแจ หมอนอิง และการ์ดอวยพรแบบ 3 มิติ (Pop up) ซึ่งได้แรงบันดาลใจจาก พระศรีศรี ช่อฟ้า พระวิหาร พระนอน โดยนำเอารูปร่างรูปทรงมาออกแบบโดยใช้การตัดทอน มาเป็นแนวคิดในการออกแบบลวดลายกราฟิกที่ผสมผสานสไตล์อาร์ตแอนด์คราฟต์ และให้เป็นเอกลักษณ์ของวัดป่ากุฎีทอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมกราบไหว้สักการบูชา ได้มีของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ของวัดป่ากุฎีทอง ได้ทำการถอดแบบลาย ดังตารางที่ 1


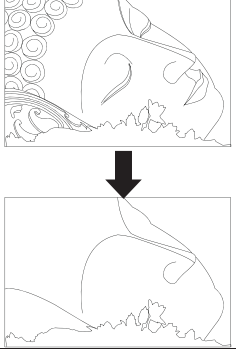
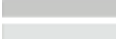

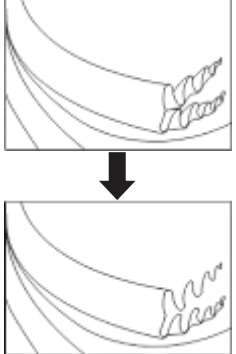







ตารางที่ 1 วิเคราะห์รูปแบบและถอดรูปร่างรูปทรง

รูปแบบ	วิเคราะห์รูปแบบและถอดรูปร่างรูปทรง	การถอดแบบแม่สี
 พระวิหาร		
 ช่อฟ้า		
 หอเทวดาพระวิหาร		
 เส้นลายภาพ		

ตารางที่ 1 วิเคราะห์รูปแบบและถอดรูปร่างรูปทรง (ต่อ)

รูปแบบ	วิเคราะห์รูปแบบและถอดรูปร่างรูปทรง	การถอดแบบแม่สี
 ระเบียงแก้ว		
 ดอกมณฑาพรพ		
 หน้าบันรี		
 หลังคาพระ วิหาร		
 พระพุทธรไสยาสน์ โลกนาถศาสดา มหามุนี		

ตารางที่ 1 วิเคราะห์รูปแบบและถอดรูปร่างรูปทรง (ต่อ)

รูปแบบ	วิเคราะห์รูปแบบและถอดรูปร่างรูปทรง	การถอดแบบแม่สี
 พระพักตร์		
 ผ้าจีวร		
 พระรัศมี		
 พระเกศา		

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการกำหนดขอบ  
แนวความคิดในการออกแบบ ผู้วิจัยได้ออกแบบ  
ผลิตภัณฑ์ขั้นต้น (Preliminary Design) ทั้งหมดจำนวน  
5 แบบ และได้นำมาวิเคราะห์ด้านรูปแบบจากแรง  
บันดาลใจ รูปทรงที่ได้ออกแบบจากการนำเอาประเด็น  
สำคัญในการวิเคราะห์แบบร่าง จนได้ภาพที่เหมาะสมแก่การ  
นำไปออกแบบ และสามารถประยุกต์นำภาพที่ออกแบบ  
มาผสมผสานกัน การสร้างแบบร่างลวดลายกราฟิก โดย

ประยุกต์จากลายเขียนมือ มาพัฒนาวาดลงคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม (Illustrator – Shortcut) เพื่อต้องการให้ผู้บริโภคมีรูปแบบที่หลากหลายในการเลือกแบบสินค้า หลากหลายนุ่มนวล และเป็นเอกลักษณ์ของวัดป่าภูก้อน ที่ชัดเจน ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาแบบร่างทั้งหมด ดังนี้

1) ลวดลายหน้าพระพักตร์



ภาพที่ 3 แบบร่างที่ 1



ภาพที่ 4 แบบร่างที่ 2



ภาพที่ 5 แบบร่างที่ 3



ภาพที่ 6 แบบร่างที่ 4



ภาพที่ 7 แบบร่างที่ 5

การพัฒนาหน้าพระพักตร์ลวดลายกราฟิก ได้นำลักษณะของเส้นพระพักตร์ที่เลือกมาตัดทอน และเพิ่มลวดลายบนหน้าพระพักตร์และเปลี่ยนแปลงลายบนหน้าพระพักตร์จากแบบแรก ลายกราฟิกลายที่ 5 มีความละเอียดกว่า ปรับให้เป็นสีอ่อนกว่าเส้นของหน้าพระพักตร์ และวาดพระเกศาเพิ่มเติมกับพระรัศมี และไม่ให้ลวดลายอยู่ในกรอบ ตัวอักษรออกแบบให้เข้ากับวัดและเส้นของลายพระพักตร์ ส่วนสีจะเป็นสีฟ้าซึ่งเป็นสีของวัดป่าภูก้อน

2) ลวดลายพระวิหาร



ภาพที่ 8 แบบร่างที่ 6



ภาพที่ 9 แบบร่างที่ 7

รูปแบบพัฒนาพระวิหาร ได้นำลักษณะรูปร่างรูปทรงของเส้นพระวิหารที่นำมาตัดทอน และเพิ่มตัวอักษร โดยให้เชื่อมต่อกันและวางให้เหมาะสมขององค์ประกอบของวัด ส่วนสีจะเป็นสีฟ้าซึ่งเป็นสีของวัดป่าภูก้อน

3) ลวดลายช่อฟ้า





ภาพที่ 10 แบบร่างที่ 8



ภาพที่ 14 แบบร่างที่ 12



ภาพที่ 11 แบบร่างที่ 9



ภาพที่ 15 แบบร่างที่ 13



ภาพที่ 12 แบบร่างที่ 10



ภาพที่ 13 แบบร่างที่ 11

รูปแบบพัฒนาของช่อ ได้นำลักษณะรูปร่างรูปทรงของเส้นช่อฟ้ามาตัดทอน จัดวางองค์ประกอบซึ่งนำช่อฟ้าอันเดียวมาตัดทอน ให้เหลือสายเส้นที่น้อยลง รูปร่างของช่อฟ้าก็เหมือนเดิม ปรับเปลี่ยนรูปแบบตัวอักษรให้มีความน่าสนใจขึ้น

4) ลวดลายพระรัศมี และพระเกศา

รูปแบบพัฒนาของพระรัศมี ได้นำลักษณะรูปร่างรูปทรงของเส้นพระรัศมีมาตัดแล้วใส่ตัวอักษรให้เชื่อมต่อกัน และรูปแบบพัฒนาของพระเกศา ได้นำลักษณะรูปร่างรูปทรงของเส้นพระเกศาซึ่งรูปร่างคล้ายๆ ขดกันหอย แต่ทำเป็นลายจุดเรียงตัวกันเกิดเป็นเส้นโค้ง

จากแบบร่างได้นำมาผลิตชิ้นงานของที่ระลึกรูปแบบต่างๆ โดยลายพระพักตร์แบบร่างที่ 5 และลายพระวิหารแบบร่างที่ 6 ใช้เทคนิคการสกรีนลงบนผลิตภัณฑ์ เสื้อยืด และกระเป๋า



ภาพที่ 16 รูปแบบผลิตภัณฑ์เสื้อยืดสกรีนลายพระวิหาร



ภาพที่ 17 รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสกรีนลายหน้าพระพักตร์



กระบวนการผลิตด้วยการปัก โดยแรงบันดาลใจ  
มาจากการตัดทอนลวดลายของพระวิหาร พระรัศมีกับ  
ช่อฟ้า โดยการผลิตนั้นเน้นการสร้างบล็อกปักขึ้นมา  
นำมาปักลงบนผลิตภัณฑ์เสื้อโปโล หมวก และพวงกุญแจ



ภาพที่ 18 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ หมวกและพวงกุญแจปัก  
ลวดลายพระรัศมีกับช่อฟ้า



ภาพที่ 19 ต้นแบบเสื้อโปโลกลวดลายพระวิหาร

เทคนิคการพิมพ์ ได้จัดทำลงผลิตภัณฑ์พวง  
กุญแจ ที่ติดตู้เย็นและการ์ดอวยพร



ภาพที่ 20 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ พวงกุญแจและที่ติดตู้เย็น



ภาพที่ 21 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ การ์ดอวยพร (pop up)



ภาพที่ 22 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ วางสถานที่จำหน่ายจริง

วิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภค ในด้าน  
ความเหมาะสมของการนำเอาเอกลักษณ์ของวัดป่าภูก้อน  
จังหวัดอุดรธานีมาใช้ในการออกแบบของที่ระลึก  
ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) จำแนกเป็นราย  
ข้อดังนี้ สัญลักษณ์ของพระรัศมี มีความเหมาะสมใน  
ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาเป็นเอกลักษณ์ของ  
พระพุทธรูปไสยาสน์โลกนาถศาสดามหามุนี (พระนอน)  
และสัญลักษณ์ของส่วนหน้าพระพักตร์มีความเหมาะสม

ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) เอกลักษณะของพระวิหารมีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) สัญลักษณ์ของช่อฟ้ามีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) วิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภค ด้านความเหมาะสมทางด้านการออกแบบและความสวยงาม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) พบว่าความสวยงามและความเหมาะสมที่จะวางจำหน่ายภายในวัดมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาเป็นความสวยงามของรูปร่างรูปทรงของลวดลายมีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.41) ความสวยงามขององค์ประกอบโดยรวมและความสวยงามที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของ ของที่ระลึกวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานีมีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความสวยงามของสีมีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความสวยงามของการนำเอาสัญลักษณ์ของวัดมาตัดทอนเพื่อมาออกแบบลวดลายมีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ความสวยงามของเส้นมีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) วิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภค

ในด้านความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัดป่าภูก้อนที่ได้รับการออกแบบใหม่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) พบว่าเส้นโบลีมีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาเป็นเส้นยี่ตมีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) กระเป๋ามีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) พวงกุญแจมีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) หมวกมีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) หมอนอิงมีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) การ์ดมีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) จากแบบประเมินความพึงพอใจพบว่า ถ้ามีการผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัดป่าภูก้อนแบบใหม่ ผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 มากที่สุด

และจากการสอบถามความพึงพอใจของที่ระลึกที่ออกแบบใหม่ สรุปได้ว่าผู้บริโภคสนใจสินค้าประเภทเส้นยี่ตมากที่สุด เพราะลวดลายมีความสวยงาม สีสันถึงเอกลักษณ์ของวัดป่าภูก้อนได้อย่างชัดเจน และสามารถซื้อเพื่อนำไปใช้งานเองหรือเป็นของฝากได้อย่างเหมาะสมที่สุด

## สรุปและอภิปรายผล

ในการศึกษาเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัดป่าภูก้อนจังหวัดอุดรธานี สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ผลดังต่อไปนี้

1) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ การนำเอารูปร่างรูปทรงของพระวิหารกับพระนอนมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี เอกลักษณะมาใช้เป็นแรงบันดาลใจ ได้แก่ 1) พระวิหารได้ถอดแบบลายจากโครงสร้างตัวอาคาร กับส่วนของช่อฟ้า 2) พระพุทธรูปไสยาสน์โลกนาถศาสดามหามุนี (พระนอน) ถอดแบบลายจากองค์พระโดยรวม พระพักตร์ และพระรัศมีที่มีลักษณะเฉพาะมาใช้ในการออกแบบกราฟิกสไตล์อาร์ตแอนด์คราฟ (Art and Craft) นอกจากของที่ระลึกและสร้างเอกลักษณ์ให้กับทางวัด อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้และตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะซื้อสินค้าเพื่อเป็นของฝากหรือสร้างความจดจำต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่ปัจจุบันให้ความสนใจในการท่องเที่ยววัดป่าภูก้อนจึงได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดยการนำลวดลายของกราฟิกมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการศึกษางานวิจัยของ ชัยวัช ชันอาสา (2556) ที่ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในการนำรูปแบบกราฟิกมาใช้ ซึ่งจะเกิดความน่าสนใจ และสามารถสร้างสรรค์ลวดลายตามเอกลักษณ์ที่ต้องการออกแบบได้อย่างดีและสวยงาม

2) ด้านการออกแบบ ออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 6 ชิ้น คือ เส้น (เส้นยี่ตคอกวี เส้นยี่ตคอกลม และเส้นโบลี) กระเป๋า (กระเป๋าถือ กระเป๋าสะพาย และกระเป๋าเป้) หมวก พวงกุญแจ หมอนอิง และการ์ดอวยพรแบบ 3 มิติ (Pop up) เพื่อให้มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และมีความสวยงามน่าสนใจของเส้น โดยใช้แรงบันดาลใจจากรูปร่างรูปทรงของพระนอนกับพระวิหาร ถูกตัดทอนให้ดูมีลักษณะที่ต่างจากเดิม นำเอาแรงบันดาลใจมาผสมผสานกับศิลปะสไตล์อาร์ตแอนด์คราฟต์ (Art and craft) ทำให้งานสวยงาม พลิ้วไหว ประณีตอ่อนช้อย ออกแบบให้ลวดลายออกมาให้เข้ากับวัดป่าภูก้อน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสี และตัวอักษร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการศึกษางานวิจัย ยุวดี บินยระรงค์ (2550) ที่สื่อในเรื่องของกราฟิก สี ให้มีความเหมาะสมกับ

กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ และทำให้เกิดความน่าสนใจแก่ผู้พบเห็น

3) ด้านประโยชน์ใช้สอย การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี ระหว่างการออกแบบได้มีการพัฒนาด้านรูปร่าง รูปทรง ความสวยงาม ให้เหมาะสมและตอบสนองต่อผู้บริโภค เป็นรูปแบบที่ง่ายต่อการผลิต มีโครงสร้างที่สะดวกต่อการจำหน่าย มีความสวยงาม และสามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม สัมพันธ์กับงานวิจัยของ ยูวดี ทองอ่อน (2552) ที่รูปแบบของที่ระลึกต้องง่ายต่อการผลิต ควรมีโครงสร้างที่สะดวกต่อการเคลื่อนย้าย ด้านความสวยงาม รูปแบบที่ไม่ควรมีรายละเอียด ซึ่งไม่เหมาะต่อการทำแม่พิมพ์ ที่จะผลิตในระบบอุตสาหกรรม ควรมีการนำไปใช้งานได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

#### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนางานนี้ต่อไป

1) จากการประเมินราคาต้นทุนในการผลิตของผลิตภัณฑ์แล้วผลออกมาว่าผลิตภัณฑ์มีต้นทุนที่มีราคาค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นงานประณีต และก็ผลิตเป็นจำนวนน้อยราคาในการผลิตก็แพงกว่าที่จะผลิตในจำนวนมากๆ

2) ด้านการตกแต่ง ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นนอกจากจะจำหน่ายได้แล้วยังเป็นของฝากของที่ระลึก และสามารถเก็บไว้ได้นานใช้สำหรับการตกแต่งบ้านก็ได้

3) การทำบล็อกสกรีนหรือบล็อกปัก นั้นต้องอาศัยรายละเอียดเป็นอย่างมาก เพราะเส้นมีความอ่อนช้อย และด้วยฝีมือช่างต้องมีประสบการณ์มากๆ งานที่มีความละเอียดจะออกมาอย่างสวยงาม

4) แนวทางการถอดลวดลายของพระวิหารและพระพุทธรูปไสยาสน์โลกนาถศาสดามหามุนี (พระนอน) การนำส่วนที่สำคัญมาตัดทอน ควรศึกษาก่อนว่าส่วนไหนนำมาใช้ในการออกแบบลวดลายได้ ส่วนของพระพักตร์เป็นลิขสิทธิ์ของทางวัด ถ้าผู้ที่สนใจจะนำเอาไปต่อยอดออกแบบจะต้องทำการอนุญาตกับทางวัดก่อน และลวดลายพระพักตร์นี้ไม่สามารถนำไปจำหน่ายเป็นของที่ระลึกแก่วัดอื่นได้

#### เอกสารอ้างอิง

ชัยธวัช ชันอาสา. (2556). **โครงการพิเศษเรื่องโครงการศึกษารูปแบบอัตลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและสื่อสาธารณะ**. โครงการพิเศษหลักสูตรปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต. สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. คณะเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

ทองทิพย์ สุทธิกรณ. (2544). **ปฐมรัตน์บูรพาจารย์านุสรณ์วัดป่าภูก้อน** : ส่องสยาม จำกัด. กรุงเทพมหานคร.

ปิยวรรณ วีรวรรณ . (2554). **ประวัติการสร้างองค์พระพุทธรูปไสยาสน์และการตกแต่งพระวิหารพระพุทธรูปศาสนาของธรรมสภา** : โรงพิมพ์พระพุทธรูปศาสนาของธรรมสภา. กรุงเทพมหานคร.

ยูวดี ทองอ่อน. (2552). **การออกแบบของที่ระลึกจากดินบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองจังหวัดนครสวรรค์**. โครงการพิเศษหลักสูตรปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต. สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. คณะเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

ยูวดี บินยะรงค์. (2550). **โครงการพิเศษออกแบบของที่ระลึกในงานแต่ง เพื่อเป็นของที่ระลึกในงานแต่งงาน ใช้เป็นสื่อบอกรัก** : มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

หนังสือปฐมรัตน์บูรพาจารย์านุสรณ์วัดป่าภูก้อน. (2544). **ปฐมรัตน์บูรพาจารย์านุสรณ์วัดป่าภูก้อน** : กรุงเทพมหานคร.

หฤทัย จันตะเคียน. (2558). **ปริมาณนักท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัดป่าภูก้อน** : สัมภาษณ์ 6 ธันวาคม 2558.

หฤทัย จันตะเคียน. (2558). **ศึกษาข้อมูลรูปร่างรูปทรงพระวิหารและพระพุทธรูปไสยาสน์โลกนาถศาสดามหามุนีของวัดป่าภูก้อน** : อุดรธานี. สัมภาษณ์. 22 ธันวาคม 2556.