การออกแบบของที่ระลึกจากรูปลักษณ์ของควายไทย สำหรับศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี

THE SOUVENIRS DESIGN FROM THE APPEARANCE OF THAI BUFFALOES FOR THE THAI BUFFALO CONSERVATION AND DEVELOPMENT CENTER IN UDON THANI PROVINCE

อารยา ฟูมบุญ[1] และ กนิษฐา เรืองวรรณศักดิ์[1,*]
Araya Foombun[1] and Kanittha Ruangwannasak[1,*]

(**Received:** 26 Mar., 2025; **Revised:** 18 Apr., 2025; **Accepted:** 21 Apr., 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปลักษณ์ของควายไทย เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 2) ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี และ 3) ประเมินความพึงพอใจกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี งานวิจัยแบบผสมผสานด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านสถานที่ หัวหน้าโครงการอนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกคาแรคเตอร์ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยใช้การสัมภาษณ์ และการวิจัยเชิงปริมาณประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) ควายไทย หรือกระบือปลัก มีจำนวนลดลงอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากการใช้เครื่องจักรแทนกำลังแรงงานสัตว์ ศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี ได้ดำเนินการอนุรักษ์พันธุ์ควายไทยอย่างต่อเนื่อง ควายปลักมีลักษณะเด่น ตาแต้ม แก้มจ้ำ อ้วนเตี้ย ข้อเท้าขาว 2) การออกแบบของที่ระลึกจากรูปลักษณ์ของควายปลัก ได้แก่ เสื้อยืดแบบครอบครัว กางเกงขายาว หมวกบักเก็ต แก้วน้ำเก็บความเย็น กระเป๋าเป้สะพายหลัง พวงกุญแจ และผ้าคลุมไหล่ โดยได้นำเอาคาแรคเตอร์ควายไทยสายพันธุ์ปลัก ที่ได้ทำการถอดแบบเป็นการ์ตูนสไตล์ Flat Graphic ที่มีความเรียบง่าย โทนสีเอิร์ธโทน เพื่อให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย 3) ความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการออกแบบกราฟิกคาแรคเตอร์ควายไทย และกราฟิกการตกแต่งได้รับความพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) ความเหมาะสมของรูปแบบตัวการ์ตูนสัมพันธ์กับศูนย์อนุรักษ์ควายไทยอุดรธานี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51) การออกแบบของที่ระลึกที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ กระเป๋าเป้สะพายหลัง หมวกบักเก็ตและผ้าคลุมไหล่ แก้วน้ำเก็บความเย็น พวงกุญแจผ้า กางเกงขายาว และเสื้อยืดแบบครอบครัว ตามลำดับ

คำสำคัญ: รูปลักษณ์ควายไทย, ของที่ระลึก, ศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย, การออกแบบผลิตภัณฑ์

[1] สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี ประเทศไทย
[1] Product Design Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Udon Thani Rajabhat University, Udon Thani Province, Thailand
* Corresponding author. E-mail: kanittha.ru@udru.ac.th

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the appearance of Thai buffaloes for using in design of souvenir products, 2) design souvenir products for the Thai Buffalo Conservation and Development Center in Udon Thani Province, and 3) evaluate the tourists satisfaction with the prototype souvenir products of the Thai Buffalo Conservation and Development Center in Udon Thani Province. The research employed a mixed methods approach, incorporating qualitative research. The key informants included site experts, the head of the Thai Buffalo Conservation and Development Project in Udon Thani Province, a graphic character design expert, and a souvenir product design expert. The study utilized interviews as well as quantitative research to assess the satisfaction of a target group of 100 participants. The results found that 1) the population of Thai buffaloes, or swamp buffaloes, had significantly declined due to the replacement of animal labor with machines. The Thai Buffalo Conservation and Development Center in Udon Thani Province has been continuously working to conserve the Thai buffalo breed. Swamp buffaloes which have distinctive features, such as spotted eyes, mottled cheeks, a short and stout body, and white ankles. 2) The souvenirs designed from the appearance of swamp buffaloes were: family t-shirts, long pants, bucket hats, insulated water bottles, backpacks, key chains, and shawls. The designs were from the characters of swamp buffaloes, transformed into a flat graphic cartoon style with simple, earthy tones to appeal to tourists of all ages and genders. 3) The satisfaction with the prototype souvenir products, the graphic character design of Thai buffaloes, and the decorative graphics was the highest satisfaction level (mean = 4.50). The appropriateness of the cartoon character design in relation to the Udon Thani Thai Buffalo Conservation Center was the highest satisfaction level (mean = 4.51). The most popular souvenir designs were backpacks, bucket hats and shoulder wraps, insulated water bottles, fabric key chains, long pants, and family t-shirts, respectively

Keywords: Thai Buffalo Appearance, Souvenir, Buffalo Conservation and Development Center, Product Design

บทนำ

“กระบือ” หรือ “ควาย” เป็นสัตว์สำคัญที่ใช้ในการกสิกรรมในอดีต โดยเฉพาะควายปลักที่ชอบนอนในปลักโคลนเพื่อช่วยระบายความร้อน แต่ปัจจุบันจำนวนกระบือลดลงไทยอย่างมาก จาก 6.4 ล้านตัวในปี พ.ศ. 2525 เหลือเพียง 1.3 ล้านตัวในปี พ.ศ. 2551 เนื่องจากการเกษตรเปลี่ยนไปใช้เครื่องจักรแทน

ทำให้ความสำคัญของกระบือลดลง และเกษตรกรเลี้ยงเพียงเล็กน้อยโดยไม่เน้นการขยายพันธุ์เหมือนในอดีต (ชลลดา บูรณากาล, 2567)

ศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี ตั้งอยู่ในพื้นที่สาธารณะห้วยโปร่งวัว ริมถนนสายหนองหาน-บ้านดุง ตำบลทุ่งใหญ่ อำเภอทุ่งฝน จังหวัดอุดรธานี เนื้อที่ประมาณ 200 ไร่เศษ จากพื้นที่ทั้งหมด 600 ไร่เศษ ภายในศูนย์ฯ ประกอบด้วยถนน พื้นที่จอดรถ ลานกิจกรรมสาธารณะ ส่วนแสดงนิทรรศการ พื้นที่คอกเลี้ยงควาย พื้นที่สาธิตการทำนา พื้นที่อยู่อาศัยของครอบครัวเกษตรกรตัวอย่าง 120 ครัวเรือน เป็นหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย เพื่อเป็นศูนย์เรียนรู้ในการสร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ให้กับประชาชนชาวจังหวัดอุดรธานี (ยงยุทธ ขาวโกมล, 2567) ในปี พ.ศ. 2546 - 2547 มีการค้นพบโครงกระดูกสัตว์สำคัญที่บ้านเชียง รวมถึงโครงกระดูกควาย ซึ่งผลการวิจัยแสดงว่าควายเป็นสัตว์เลี้ยงสำคัญในอดีตที่ใช้แรงงานในการลากไถ แตกต่างจากวัวที่ไม่มีหลักฐานการใช้งานลักษณะนี้ ทั้งนี้ยังพบว่าเกษตรกรนิยมเลี้ยงควายในยุคก่อนประวัติศาสตร์บ้านเชียง ยุคกลางร่วมกับการใช้เครื่องมือโลหะสัมฤทธิ์ หลักฐานเหล่านี้แสดงว่าควายมีความสำคัญต่อวัฒนธรรมไทยมาอย่างยาวนาน จนนำไปสู่การจัดตั้งศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ร่วมกันระหว่างประชาชน ภาครัฐ และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี (นวรัตน์ บุญภิละ, 2567) ปัจจุบันการอนุรักษ์ควายไทยได้มีกิจกรรมร่วมกับจังหวัดอุดรธานีในงานประจำปีทุ่งศรีเมือง ตั้งแต่ปี 2564 ซึ่งได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติอย่างดี การออกแบบของที่ระลึกมีความสำคัญในการสร้างความจดจำ ให้ระลึกถึงสถานที่นั้น รวมถึงสามารถสร้างรายได้ให้แก่ศูนย์อนุรักษ์ฯ ได้

จากที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าควายไทยเป็นสัตว์ที่กำลังจะสูญพันธุ์ด้วยบริบทของสังคมที่เปลี่ยนไป จึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้แก่ศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี เนื่องจากในปัจจุบันศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี กำลังประสบปัญหาในเรื่องของความหลายหลายของผลิตภัณฑ์ การตลาดที่ยังไม่แพร่หลาย การผลิตน้อยเนื่องจากจำนวนคนผลิตไม่มากพอและใช้เวลาในการผลิตนาน คณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการนำรูปลักษณ์ของควายไทยมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่มีการผลิตที่รวดเร็วมากขึ้นและใช้ประชากรในการผลิตน้อยลงโดยการนำเทคโนโลยีปัจจุบันมาช่วยในการผลิต เพื่อลดปัญหาการผลิตน้อยและใช้เวลานาน เป็นแนวทางเลือกแก่กลุ่มเกษตรกรและส่งเสริมอาชีพเกษตรกร ในการผลิตเป็นสินค้าของฝากที่สามารถส่งเสริมรายได้ให้แก่คนในพื้นที่อีกแนวทางหนึ่ง โดยจะทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้กับศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทยจังหวัดอุดรธานี เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์และพัฒนาควายไทยแก่นักท่องเที่ยวให้มีความตระหนักเกี่ยวกับการอนุรักษ์และพัฒนาควายไทยมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปลักษณ์ของควายไทย นำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อออกแบบของที่ระลึกของศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ดังนี้

1.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านสถานที่ศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกและคาแรคเตอร์ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

1.2 กลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี จำนวน 100 คน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) สำหรับสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้การจดบันทึก บันทึกเสียง และการถ่ายภาพ

2.2 แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี ต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึก ศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งได้ดังนี้

3.1 การสัมภาษณ์ มีขั้นตอนดังนี้

1) รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรูปลักษณ์ของควายไทย สายพันธุ์ควายปลัก รวมถึงแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี ให้ตรงกับวัตถุประสงค์งานวิจัย

2) สร้างแบบสัมภาษณ์ ตรวจสอบให้ครอบคลุมประเด็นงานวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลความเป็นมาศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย แนวทางในการออกแบบ ข้อมูลแนวทางการออกแบบคาแรคเตอร์ และข้อมูลด้านการออกแบบของที่ระลึก

3) ติดต่อประสานงานกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอสัมภาษณ์

4) ทำการสัมภาษณ์ตามกรอบประเด็นงานวิจัย โดยการบันทึกเสียง และจดบันทึก

5) นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตามกรอบประเด็นวิจัยเพื่อสรุป วิเคราะห์ ถอดแบบ เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบในลำดับถัดไป

3.2 การประเมินความพึงพอใจ มีขั้นตอนดังนี้

1) นำแบบสอบถามความพึงพอใจต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เก็บข้อมูลกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมที่ศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี จำนวน 100 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

2) สรุปผลการการประเมินความพึงพอใจ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์จากผู้ทรงคุณวุฒิ โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนาในการสรุปประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์การวิจัย

4.2 วิเคราะห์จากแบบสอบถามความพึงพอใจต่อไปนี้

1) ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2) แบบสอบถามความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

5. ขอบเขตในการออกแบบ

5.1 ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สำหรับศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี โดยการนำรูปลักษณ์ของควายไทยมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ

5.2 ออกแบบ Character Design จากรูปลักษณ์ควายไทย

1) ถอดแบบลวดลายกราฟิกจากรูปลักษณ์ของควายไทย ลักษณะทางกายภาพที่โดดเด่นของควายไทย สายพันธุ์ควายปลัก

2) รูปแบบกราฟิกที่ใช้ในการออกแบบ เป็นสไตล์ Cartoon Character แนว Flat Graphic

5.3 ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้า ผ้าคลุมไหล่ กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย เสื้อยืดแบบครอบครัว (พ่อ แม่ ลูก) กางเกงขายาว หมวก และผลิตภัณฑ์ของใช้ แก้วน้ำเก็บความเย็นสกรีนลาย พวงกุญแจ กระเป๋าเป้สะพายหลัง

ผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านสถานที่ศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย ผู้ด้านการออกแบบกราฟิกและคาแรคเตอร์ และด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สามารถสรุปประเด็นสำคัญในการออกแบบโครงการวิจัยได้ ดังนี้

1) ผู้เชี่ยวชาญด้านสถานที่ศูนย์อนุรักษ์พัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี ให้นำลักษณะเด่นของควายไทย สายพันธุ์ควายปลักคือ ตาแต้ม แก้มจ้ำ อ้วนเตี้ย มาใช้ในการออกแบบ และเพื่อสื่อถึงความเป็นคาแรคเตอร์ควายจังหวัดอุดรธานี ควรที่จะนำลวดลายเครื่องปั้นดินเผามาผสมผสานในตัวคาแรคเตอร์

2) ในการออกแบบคาแรคเตอร์ การนำการ์ตูนสไตล์ Flat Design คือการดีไซน์อย่างเรียบง่าย เป็นงาน 2 มิติ และเข้าใจง่ายไม่ว่าจะเป็นรูปทรง สีสัน ตัวอักษร

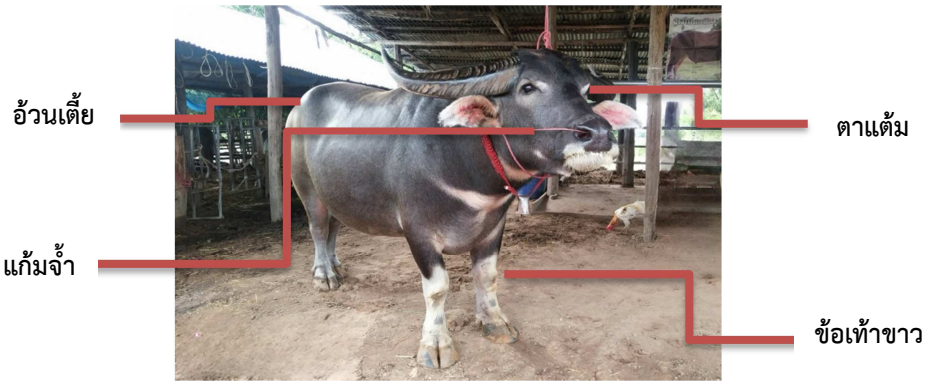
3) ควรใช้โทนสีธรรมชาติของควาย เช่น เทา ดำ น้ำตาลอ่อน เพื่อสื่อถึงความสมจริงและเอกลักษณ์ เสริมสีสดใส สีที่ดูสนุกสนาน ตกแต่งด้วยรายละเอียด เช่น ฟาร์ม ทุ่งนา และอุปกรณ์ทางการเกษตร รูปร่าง รูปทรงควรแสดงถึงความแข็งแรง บึกบึน กล้ามเนื้อเด่นชัด และสัดส่วนที่ชัดเจน และเพิ่มลวดลายที่สะท้อนวัฒนธรรม เช่น ลวดลายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง หรือกระดิ่ง ลักษณะท่าทางควรออกแบบให้ควายน่ารักและเป็นมิตร เช่น ท่าทางสนุกสนาน ยิ้มแย้ม หรือนั่งพักผ่อน หลีกเลี่ยงการออกแบบที่ทำให้ดูน่ากลัวหรือแข็งที่อ

4) วัสดุหลักที่ใช้ในการผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็นวัสดุสำเร็จรูปที่สามารถผลิตได้ง่ายต้นทุนไม่สูง ได้แก่ เสื้อยืด Cotton แก้วน้ำเก็บความเย็นสแตนเลส หมวกผ้าโพลีเอกสเตอร์ วัสดุผ้าเพื่อการพิมพ์ระบบอุตสาหกรรม คือ ผ้าไหมอิตาลีในการผลิต กางเกง ผ้าคลุมไหล่ และวัสดุหัตถกรรมชุมชน คือ ผ้าขาวม้าในการผลิตกระเป๋า พวงกุญแจ

5) กรรมวิธีการผลิต เสื้อยืด (พ่อ แม่ ลูก) หมวก แก้วน้ำเก็บความเย็นสกรีนลาย ใช้เทคนิคการรีดร้อน กางเกงขายาว ผ้าพิมพ์ลาย ใช้เทคนิคการพิมพ์ดิจิตอล กระเป๋าเป้สะพายหลัง พวงกุญแจ ใช้เทคนิคการเย็บหัตถกรรม

1. ผลศึกษารูปลักษณ์ของควายไทยเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

1) รูปลักษณ์ของควายปลัก มีลักษณะเด่นคือ ตาแต้ม แก้มจ้ำ อ้วนเตี้ย ข้อเท้าขาว โดยการนำมาออกแบบในลักษณะของการ์ตูนสไตล์ Flat Design ซึ่งมีลักษณะเรียบง่าย ผสมผสานกับลวดลายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงให้มีการสื่อถึงความเป็นจังหวัดอุดรธานี



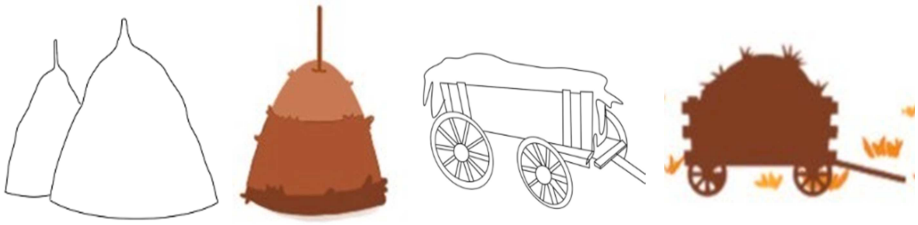
รูปที่ 1 ลักษณะเฉพาะของควายปลัก

2) วิเคราะห์ส่วนประกอบ เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ ผู้วิจัยใช้ส่วนประกอบจากการทำนา ซึ่งมีความสัมพันธ์กับควายไทย ดังนี้

- คนไถนา เป็นลักษณะคนกำลังใช้ควายไถนา

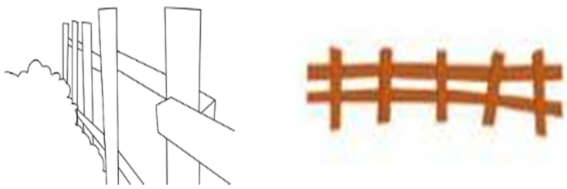
รูปที่ 2 ถอดแบบลักษณะคนไถนา

- กองฟาง เป็นกองฟางที่เกิดจากการที่คนนำข้าวที่เกี่ยวแล้วไปใส่ในเครื่องสีข้าวจึงเกิดเป็นกองฟางข้าวขึ้นมา ซึ่งชาวนาจะทำการเก็บขนฟางในรูปแบบจัดเรียงกันเป็นเพิงทรงกรวย และจัดวางบนรถเข็น



รูปที่ 3 ถอดแบบลักษณะกองฟาง และรถเข็นกองฟาง

- รั้วไม้ เป็นรั้วไม้ที่คนทำนาจะใช้กั้นที่นาของแต่ละคนไว้เพื่อแสดงความเป็นเจ้าของในที่นั้นๆ



รูปที่ 4 ถอดแบบรั้วไม้

3) วิเคราะห์ความเป็นอุดรธานี จากการจดจำของนักท่องเที่ยวคือ มรดกโลกบ้านเชียง โดยผู้วิจัยเลือกส่วนของรูปทรงและลวดลายบ้านเชียงมาถอดแบบเพื่อนำมาใช้ควบคู่กับการออกแบบคาแรคเตอร์ควายปลัก และใช้ในการตกแต่งเป็นภาพประกอบของชิ้นงาน ถอดลายจากต้นแบบเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง ลายเส้นรูปทรงเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง และลวดลายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง ลายขดก้นหอยที่เป็นลายที่นักท่องเที่ยวให้การจดจำ กับลายสามเหลี่ยมหรือฟันปลาที่นิยมตกแต่งที่ขอบ ก้นภาชนะดินเผา

รูปที่ 5 ถอดแบบลวดลายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง

แนวคิดการออกแบบ (Concept Design) ได้แรงบันดาลใจจากควายไทยสายพันธุ์ปลัก (Swamp Buffalo) นำลักษณะเด่นมาออกแบบคาแรคเตอร์ คือ ตาแต้ม แก้มจ้ำ อ้วนเตี้ย สไตล์การ์ตูนแนว Flat Graphic เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ใหญ่ และเด็ก แสดงถึงความเป็นพื้นบ้าน ด้วยภาพประกอบกองฟาง ชาวนาไถนา และแสดงถึงความเป็นอุดรธานีโดยใช้ลายไหบ้านเชียง โทนสีเอิร์ธโทนที่เน้นความเรียบง่ายไม่ฉูดฉาด ออกแบบของที่ระลึก ได้แก่ ลายเสื้อยืดครอบครัว (พ่อ แม่ ลูก) กางเกงขายาว หมวกปีกบาน แก้วน้ำพิมพ์ลาย ผ้าคลุมไหล่ กระเป๋าเป้ และพวงกุญแจ

ดังนั้น คาแรคเตอร์ควายปลัก สามารถออกแบบเป็นลักษณะตัวการ์ตูน Flat Design เรียบง่าย มีความเป็น 2 มิติ ดึงลักษณะเด่นของควายปลักคือ ตาแต้ม แก้มจ้ำ อ้วนเตี้ย และมีข้อเท้าขาว มาออกแบบเป็นตัวการ์ตูนครอบครัว พ่อ แม่ ลูก จำแนกด้วยการแต่งกาย องค์ประกอบในร่างกาย และมีส่วนประกอบของลวดลายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง “ลายขดก้นหอย” มาใช้ตกแต่งตัวละคร ออกแบบได้จำนวน 5 แบบ

แบบที่ 1 **แบบที่ 2** **แบบที่ 3** **แบบที่ 4** **แบบที่ 5**

รูปที่ 6 แบบร่างคาแรคเตอร์ควายปลัก

จากแบบร่างทั้ง 5 แบบ ทำการเลือกแบบร่างที่ 3 และแบบร่างที่ 5 มาพัฒนา โดยมีการปรับแก้เขาควาย ให้โค้งยาว และลวดลายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงบนตัวคาแรคเตอร์ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น พร้อมทั้งใส่สีจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์

แบบร่างพัฒนา 1

สัญญะทางการออกแบบคาแรคเตอร์ (Character)

รูปลักษณ์ : ควายตัวผู้ (พ่อ) ลักษณะบึกบึน ยืนองอาจ ตัวใหญ่ ตัวอ้วนเตี้ยขาสั้น ข้อเท้าขาว ตาแต้ม แก้มจ้ำ, ควายตัวเมีย (แม่) ลักษณะตัวเล็กกว่าควายตัวผู้ นั่งหันหน้าตรง ข้อเท้าขาว ตาแต้ม แก้มจ้ำ, ลูกควาย มีลักษณะตัวเล็กที่สุด ข้อเท้าขาว ตาแต้ม แก้มจ้ำ

การตกแต่ง : ควายตัวผู้ (พ่อ) ทรงผมชายไทยโบราณ (ทรงหลักแจว) ใส่แว่นดำ และผูกโบว์ทักซิโด้, ควายตัวเมีย (แม่) สวมชุดกระโปรง คาดผมสีส้ม (สีประจำจังหวัดอุดรธานี) ติดดอกไม้ดอกจาน (ดอกไม้ประจำจังหวัดอุดรธานี), ลูกควาย ถือขวดนม แสดงการดูดนม

สีที่ใช้ : ควายปลักจะมี 2 สี คือ สีดำและสีน้ำตาล แบบร่างพัฒนา 1 ใช้สีดำ เทา และสีขาว ในการออกแบบ

นัยยะแฝง : ลายบ้านเชียงเอกลักษณ์จังหวัดอุดรธานี นำมาใช้ในการตกแต่งลวดลายบนตัวของควาย แสดงส่วนสำคัญของร่างกาย แทนส่วนของจมูกควาย ทรงผมควายตัวเมีย ลวดลายควายตัวผู้คล้ายรอยสัก

แบบร่างพัฒนา 2

สัญญะทางการออกแบบคาแรคเตอร์ (Character)

รูปลักษณ์ : ควายตัวผู้ (พ่อ) ลักษณะบึกบึน ยืนองอาจ หันหน้าตรง ตัวใหญ่ ตัวอ้วนเตี้ยขาสั้น ข้อเท้าขาว ตาแต้ม ดวงตาดุดัน แก้มจ้ำ, ควายตัวเมีย (แม่) ลักษณะตัวเล็กกว่าควายตัวผู้ ยืนหันข้าง ข้อเท้าขาว ตาแต้ม ดวงตากลมโต แก้มจ้ำ, ลูกควาย มีลักษณะตัวเล็กที่สุด ข้อเท้าขาว ตาแต้ม ดวงตากลมโต แก้มจ้ำ

การตกแต่ง : ควายตัวผู้ (พ่อ) ลายบ้านเชียงแทนตำแหน่งทรงผม, ควายตัวเมีย (แม่) มีขนตางอนยาว, ลูกควายดูดจุกนม คาดผ้ากันเปื้อนเด็กที่คอ

สีที่ใช้ : ควายปลักจะมี 2 สี คือ สีดำและสีน้ำตาล แบบร่างพัฒนา 2 ใช้สีน้ำตาลอ่อน น้ำตาลเข้ม และสีขาว ในการออกแบบ

นัยยะแฝง : ลายบ้านเชียงเอกลักษณ์จังหวัดอุดรธานี นำมาใช้ในการตกแต่งลวดลายบนตัวของควาย แสดงส่วนสำคัญของร่างกาย แทนส่วนของจมูกควาย ทรงผม ลายแก้มจ้ำของลูกควาย ใบหู และใส่กระดิ่งโลหะสัมฤทธิ์บ้านเชียง

รูปที่ 7 แบบสมบูรณ์ คาแรคเตอร์ควายปลัก

2. ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี

นำแบบร่างพัฒนา 2 ที่แสดงความเป็นมิตรมากกว่า และสีที่ใช้กับลวดลายบ้านเชียงที่ปรากฏมีความคมชัด นำมาดำเนินการจดลิขสิทธิ์ลายกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา และจัดวางบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ดังนี้

1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทเสื้อยืดครอบครัว การออกแบบเสื้อยืดแบบครอบครัว (พ่อ แม่ ลูก) และมีข้อความบนตัวอักษรคือคำว่ารักษ์ควาย (เสื้อผู้ชาย) เป็นควายตัวผู้ที่มีสายตาที่มุ่งมั่น บึกบึน, รักษ์กาสร (เสื้อผู้หญิง) เป็นควายตัวเมียที่มีลักษณะอ่อนหวาน ขนตายาว, รักษ์ทุยน้อย (เสื้อเด็ก) เป็นลูกควายที่มีความน่ารัก ตัวเล็ก มีจุกนมตรงปาก และกำลังนั่งอยู่บนเบาะรองนั่งผ้าขาวม้า โดยมีการนำตัวอักษรที่มีความเป็นไทย แต่ไม่เป็นทางการ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย และมีการนำตราสัญลักษณ์ของศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานีวางด้านหลังเสื้อทั้ง 3 แบบ วัสดุเป็นเสื้อยืดผ้าฝ้ายสำเร็จรูปมาพิมพ์ลายด้วยระบบรีดร้อน (Heat Transfer)

เสื้อผู้ชาย **เสื้อผู้หญิง** **เสื้อเด็ก**

รูปที่ 8 เสื้อยืดครอบครัว

2) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทกางเกงขายาว การออกแบบลวดลายบนกางเกงขายาวมีการนำลวดลายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงมาใช้ในการออกแบบลวดลายกางเกงขายาว และมีลวดลายตกแต่งต่างๆ มาใช้ เช่น คนไถนา รถเข็นฟาง กองฟาง และรั้วไม้ นำมาออกแบบร่วมกับลายคาแรคเตอร์ควายปลัก จำนวน 3 แบบ เป็นการนำผ้าไหมอิตาลีมาทำการพิมพ์ (Printing) ก่อนนำมาทำการตัดเย็บทำเป็นกางเกงขายาว

แบบที่ 1 **แบบที่ 2** **แบบที่ 3**

รูปที่ 9 กางเกงขายาว

3) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประเภทหมวกปีกกว้าง (Bucket) การออกแบบลวดลายบนหมวกโดยการนำเอาตัวคาแรคเตอร์ควายปลักมาจัดกึ่งกลางของหมวก และนำภาพประกอบมาตกแต่งมาจัดไว้ด้านข้างทั้ง 2 ด้านของหมวก จำนวน 2 แบบ นำหมวกบักเก็ตผ้า Cotton 100% สำเร็จรูปมาพิมพ์ลายด้วยระบบรีดร้อน (Heat Transfer)

แบบที่ 1 **แบบที่ 2**

รูปที่ 10 หมวกปีกกว้าง (Bucket)

4) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประเภทแก้วน้ำเก็บความเย็น เป็นการนำแก้วเก็บความเย็นขนาด 20 ออนซ์ ผลิตด้วยเทคนิคการรีดร้อน (Heat Transfer) และผ้าคลุมไหล่ ผลิตด้วยผ้าไหมอิตาลีมาทำการพิมพ์ (Printing) การออกแบบมีการนำลวดลายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงมาใช้ในการออกแบบลวดลายผ้า และมีลวดลายตกแต่งต่างๆ มาใช้ เช่น คนไถนา รถเข็นฟาง กองฟาง และรั้วไม้ นำมาออกแบบร่วมกับลายคาแรคเตอร์ควายปลัก

รูปที่ 11 แก้วน้ำเก็บความเย็น และผ้าคลุมไหล่

5) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประเภทกระเป๋าเป้สะพายหลัง และพวงกุญแจ เป็นการนำเอาคาแรคเตอร์ควายปลักส่วนใบหน้าควายมาออกแบบ กระเป๋าเป้สะพายหลังขนาด 30 X 90 เซนติเมตร โดยการนำเอาผ้าขาวม้าทำทำการตัดเย็บเป็นกระเป๋า พวงกุญแจเป็นแบบซองเย็บจากเศษผ้าขาวม้าที่เหลือจากการตัดเย็บ ตกแต่งด้วยลูกปัดเครื่องปั้นดินเผา และดอกจาน ดอกไม้ประจำจังหวัดอุดรธานีเย็บจากผ้า

รูปที่ 12 กระเป๋าเป้สะพายหลัง และพวงกุญแจผ้า

3. ผลการประเมินความพึงพอใจกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจสอบถามผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 100 คน เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากรูปลักษณ์ของควายไทย สำหรับศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี พบว่ามี เพศหญิง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 60 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 40 โดยมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 78 รองลงมาคือ อาชีพ พนักงาน/ลูกจ้าง/เอกชน คิดเป็นร้อยละ 11 รองลงมาคือ ประกอบการ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 8 รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจในการออกแบบกราฟิกคาแรคเตอร์ควายไทย (สายพันธุ์ควายปลัก) และกราฟิกการตกแต่ง

รายการประเมิน	จำนวนคน (n=100)		ระดับความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
1) ความเหมาะสมของรูปแบบตัวการ์ตูนสัมพันธ์กับศูนย์อนุรักษ์ควายไทยอุดรธานี	4.51	0.76	มากที่สุด
2) ความเหมาะสมของสวยงามสื่อถึงความเป็นมิตร เข้าใจง่าย	4.48	0.86	มาก
3) ความเหมาะสมของการใช้โทนสี	4.52	0.82	มากที่สุด
4) ความเหมาะสมของลวดลายตกแต่ง	4.48	0.82	มาก
รวม	**4.50**	**0.81**	**มากที่สุด**

จากตาราง 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับ การออกแบบกราฟิกคาแรคเตอร์ควายไทย (สายพันธุ์ควายปลัก) และกราฟิกการตกแต่ง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) โดยมีความพึงพอใจรายข้อมากที่สุด 2 ข้อ คือ ความเหมาะสมของการใช้โทนสี มีความพึงพอใจอยู่ใน

ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.52) และความเหมาะสมของรูปแบบตัวการ์ตูนสัมพันธ์กับศูนย์อนุรักษ์ควายไทย อุดรธานี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51)

การประเมินความพึงพอใจจำแนกรายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ สรุปได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 กระเป๋าเป้สะพายหลัง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.47) ลำดับที่ 2 มีผลิตภัณฑ์ 2 ประเภทที่ค่าความพึงพอใจเท่ากัน คือ หมวกบักเก็ต และผ้าหลุมไหล่พิมพ์ลาย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.45) ลำดับที่ 3 แก้วน้ำเก็บความเย็นสกรีนลาย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43) ลำดับที่ 4 พวงกุญแจผ้า มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) ลำดับที่ 5 กางเกงขายาว มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) และลำดับที่ 6 เสื้อยืดแบบครอบครัว (พ่อ แม่ ลูก) มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ในการศึกษาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากรูปลักษณ์ของควายไทย สำหรับศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี สามารถอภิปรายผลการวิจัย เพื่อให้ได้ข้อค้นพบสิ่งใหม่ๆ ดังต่อไปนี้

1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากรูปลักษณ์ของควายไทย สำหรับศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จังหวัดอุดรธานี โดยได้นำเอาแรงบันดาลใจจากควายไทยสายพันธุ์ปลัก ที่มีลักษณะเด่นคือ ตาแต้ม แก้มจ้ำ อ้วนเตี้ย ข้อเท้าขาวมาออกแบบเป็นคาแรคเตอร์ ในรูปแบบงานกราฟิกคาแรคเตอร์การ์ตูนสไตล์ Flat Design มีความเรียบง่าย เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย โทนสีใช้สีเอิร์ธโทนดูสบายตา เข้าถึงง่าย และสื่อถึงความเป็นจังหวัดอุดรธานีด้วยลวดลายของเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง ซึ่งเป็นมรดกโลกของจังหวัดอุดรธานีที่นักท่องเที่ยวรู้จัก ให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้และเข้าใจถึงความเป็นควายไทยจังหวัดอุดรธานี เพื่อให้เกิดรูปแบบที่มีความเฉพาะของพื้นที่และเกิดเป็นแนวทางในการสร้างลวดลาย เพื่อนำมาใช้บนผลิตภัณฑ์ต่างๆ ก่อให้เกิดมูลค่า คุณค่าในการอนุรักษ์ควายไทยให้แก่พื้นที่ชุมชน สัมพันธ์กับงานวิจัยของ สุชาติ อิ่มสำราญ และคณะ (2564) การออกแบบแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านสำหรับนักท่องเที่ยวให้มีความเรียบง่ายด้วยการลดทอนรายละเอียดจากแบบดั้งเดิม และผลิตภัณฑ์ให้มีความน่ารักสดใส จะเน้นสีสันสดใส ส่วนองค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้าน เป็นผลิตภัณฑ์ที่กระตุ้นให้ระลึกถึงและเกิดความทรงจำกับอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านของสถานที่นั้นๆ สะท้อนผ่านการออกแบบ โดยนำเอาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นมาเป็นแรงบันดาลใจ เพื่อดึงดูดความต้องการซื้อของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภัสชญา พัฒนมหเจริญ และคณะ (2567) การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากคาแรคเตอร์ช้างไทยด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ได้นำรูปแบบของช้างมาสร้างคาแรคเตอร์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ โดยการดึงลักษณะเด่น คือ กะโหลกใหญ่ ใบหูกว้าง ปลายงวงโค้งงอ ซึ่งเป็นโครงสร้างของตัวสัตว์มาใช้อย่างตรงไปตรงมา สร้างความจดจำให้แก่ผู้บริโภคได้โดยง่าย

2) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ได้แรงบันดาลใจจากควายไทยโดยการนำเอาจุดเด่น คือ ตาแต้ม แก้มจ้ำ อ้วนเตี้ย และข้อเท้าขาวมาใช้ในการออกแบบคาแรคเตอร์ควายไทย สายพันธุ์ปลักในสไตล์ Flat

Graphic แบบครอบครัว พ่อ แม่ ลูก พร้อมนำลวดลายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงมาผสมผสาน เพื่อสะท้อนการอนุรักษ์ควายไทยในจังหวัดอุดรธานี โดยกราฟิกตกแต่งมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง เช่น คนไถนา และรั้วไม้ ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบประกอบไปด้วย เสื้อยืด หมวกบักเก็ต กระเป๋าเป้ แก้วน้ำ พวงกุญแจ และผ้าคลุมไหล่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประยงค์ อ่อนตา และคณะ (2566) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีอัตลักษณ์ มีเรื่องเล่าของผลิตภัณฑ์ ทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักและจดจำได้ เน้นส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ อัตลักษณ์เฉพาะชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าความสวยงาม ก่อให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในการต่อยอดภูมิปัญญาชุมชน ช่วยยกระดับความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นและเพิ่มองค์ความรู้ที่สามารถนำไปต่อยอดประยุกต์กับผลิตภัณฑ์อื่นได้ การผลิตมี 2 รูปแบบ ได้แก่ การผลิตแบบอุตสาหกรรม โดยใช้การพิมพ์ดิจิตอล (Digital printing) บนผ้าเมตร เพื่อนำมาตัดเย็บกางเกงขายาว ผ้าคลุมไหล่ และกรรมวิธีรีดร้อน (Heat transfer) บนผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เช่น เสื้อยืด หมวก แก้วน้ำ เพื่อความรวดเร็วและปริมาณสูง และการผลิตแบบหัตถกรรมที่ใช้ผ้าขาวม้าซึ่งเป็นวัสดุพื้นถิ่น ผลิตกระเป๋าเป้และพวงกุญแจ เพื่อสร้างรายได้และเป็นต้นแบบต่อยอดให้กับชุมชนในอนาคต สัมพันธ์กับงานวิจัยของ สุชาติ อิ่มสำราญ และคณะ (2564) คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ การสื่อความหมาย วัสดุ ขนาดและการใช้งาน การออกแบบสร้างสรรค์ของที่ระลึก ที่การออกแบบจะเน้นการอนุรักษ์นิยมหรือสมัยใหม่

3) ผลการสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การออกแบบกราฟิกคาแรคเตอร์ควายไทย (สายพันธุ์ควายปลัก) และกราฟิกการตกแต่ง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยผู้บริโภคให้ความสนใจในเรื่องโทนสีและรูปแบบตัวการ์ตูนควายปลักที่เป็นลายหลัก ผสมผสานกับลายบ้านเชียงที่มีความสัมพันธ์กับศูนย์อนุรักษ์ควายไทยอุดรธานี การสื่อความหมายที่แสดงถึงความเป็นมิตรสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกเพศทุกวัย สัมพันธ์กับงานวิจัยของ กมลวรรณ พงษ์กุล และปณต นวลใส (2566) ที่ระบุถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกว่า ลวดลายที่ใช้ในการออกแบบจะประกอบด้วย 2 ลายคือ อัตลักษณ์ปัจเจก และอัตลักษณ์ร่วม ลายปัจเจกคือสิ่งที่แสดงตัวตนของลายหลักที่ต้องการจะสื่อไปยังผู้บริโภค ลายอัตลักษณ์ร่วมเป็นการแสดงถึงพื้นที่ ความเชื่อ รูปแบบที่สัมพันธ์กับอักลักษณ์ปัจเจกนั่นเอง ความพึงพอใจต่อต้นแบบของที่ระลึกที่ได้ทำการออกแบบพัฒนา การออกแบบของที่ระลึก กระเป๋าเป้สะพายหลัง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากลำดับที่ 1 ด้วยรูปทรงและการใช้วัสดุผ้าขาวม้ามีความน่าสนใจ สร้างความสวยงามให้กับผลิตภัณฑ์ และเป็นการนำวัสดุพื้นถิ่นมาสร้างมูลค่า เกิดการสร้างรายได้ให้คนในพื้นที่ชุมชน ความพึงพอใจต่อของที่ระลึกที่ผลิตระบบอุตสาหกรรม ผ้าคลุมไหล่ แก้วน้ำ เสื้อยืด กางเกง และหมวกบักเกต อยู่ในระดับมาก ด้วยรูปแบบลวดลายที่มีความเป็นเอกลักษณ์สามารถสื่อถึงสถานที่เป้าหมายได้ รวมถึงการผลิตที่ผลิตได้จำนวนมาก ต้นทุนไม่สูงจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ข้อเสียจะมีการผลิตเลียนแบบได้ง่าย จึงมีการจดลิขสิทธิ์ลายเพื่อคุ้มครองสิทธิทางกฎหมายให้แก่ศูนย์อนุรักษ์ควายไทยอุดรธานีในการนำไปใช้ได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) การผลิตกระเป๋าและพวงกุญแจใช้กระบวนการผลิตแบบงานหัตกรรม ส่งผลให้ต้องใช้ระยะเวลาในการผลิตที่สูง และวัสดุตกแต่งมีมากทำให้ต้นทุนต่อชิ้นสูงส่งผลต่อราคาจำหน่ายของสินค้า ควรมีรูปแบบทางเลือกให้แก่ชุมชนที่ต้นทุนการผลิตไม่สูงเพื่อให้ง่ายต่อการจำหน่าย

2) ลวดลายคาแรคเตอร์ควายไทยที่ออกแบบสามารถนำไปผลิตสินค้าของที่ระลึกอื่นได้หลากหลาย เช่น สมุดโน้ต พัด ผ้าโพกศีรษะ เข็มกลัด หรือ Art toy เพื่อเป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยวได้ยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นรูปทรงของสัตว์ที่นำมาเป็นแรงบันดาลใจต้องสามารถสื่อถึงรูปทรงได้อย่างชัดเจน กรณีงานวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทกระเป๋าและพวงกุญแจ มีรูปทรงที่ไม่ชัดเจนเนื่องจากมีเฉพาะส่วนของหัวควายปลัก และตัดทอนรายละเอียด ส่งผลต่อการสื่อสารที่อาจเกิดความเข้าใจผิดว่าเป็นสัตว์ประเภทอื่นได้

2) การออกแบบต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์งานวิจัยเป็นหลักสำคัญ งานวิจัยต้องการนำภาพลักษณ์ของควายไทยมาใช้ในการออกแบบ กรณีผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกางเกงพิมพ์ลายเน้นที่ลายบ้านเชียงมากเกินไปส่งผลให้ลวดลายหลัก คือ ลายควายปลักไม่โดดเด่น

เอกสารอ้างอิง

กมลวรรณ พงษ์กุล และปณต นวลใส. (2566). การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 6*(3), 42 - 55.

ชลลดา บูรณากาล. (2567). *ความสำคัญของควาย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2567 จาก https://buffaloudonthani.net/Knowlege/Knowlege2.html

นภัสชญา พัฒนมหเจริญ, อรัญ วานิชกร และกรกลด คำสุข. (2567). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากคาแรคเตอร์ช้างไทยด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์. *ศิลปกรรมสาร, 17*(1), 1 - 30.

นวรัตน์ บุญภิละ. (2567, 26 กรกฎาคม). ประวัติความเป็นมาศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย. *สัมภาษณ์*.

ประยงค์ อ่อนตา, จุฬาลักษณ์ จารุจุฑารัตน์, วชิรศักดิ์ เขียนวงศ์ และธีร์วรา บวชชัยภูมิ. (2566). การออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 17*(2), 123 - 144.

ยงยุทธ ขาวโกมล. (2567). *ตำแหน่งที่ตั้งศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กันยายน 2567 จาก https://www.thansettakij.com/economy/507889

สุชาติ อิ่มสำราญ, พรเทพ เลิศเทวศิริ และอินทิรา พรมพันธุ์. (2564). การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านสำหรับ นักท่องเที่ยว. *วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล, 33*(2), 115 - 129.