

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินงานเพื่อศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบในการศึกษาเพื่อใช้ในการวิจัยของทีระลีกคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งหัวข้อวรรณกรรมและทฤษฎีต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ ดังหัวข้อต่อไปนี้

- 2.1 ประวัติคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
- 2.2 การศึกษาการสร้างอัตลักษณ์องค์กร
- 2.3 การศึกษาอัตลักษณ์และสัญลักษณ์ต่าง ๆ
- 2.4 การศึกษาตัวอย่างของทีระลีกในลักษณะต่าง ๆ
- 2.5 การศึกษารูปแบบของสถานที่และสิ่งอื่นๆ ภายในคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ที่สามารถนำมาเป็นแนวคิดในการออกแบบของทีระลีกคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
- 2.6 หลักการออกแบบของทีระลีก
- 2.7 สุนทรียะทางทัศนศิลป์
- 2.8 การศึกษาวัสดุในงานออกแบบของทีระลีก
- 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ประวัติคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2520 ด้วยความคิดริเริ่มของศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เพียรวิจิตร รองอธิการบดี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า วิทยาเขตเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (ตำแหน่งในขณะนั้น) ศาสตราจารย์ประสม รังสีโรจน์ คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (ตำแหน่งในขณะนั้น) และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โกศล เพ็ชรสุวรรณ คณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์ (ตำแหน่งในขณะนั้น) เพื่อให้ “สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เป็นสถาบันการศึกษาและวิจัย มีวัตถุประสงค์ที่จะผลิตครูอาชีวศึกษาระดับปริญญา ให้การศึกษาทางเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์” เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ดังกล่าว จึงได้นำส่วนราชการระดับภาควิชาทางสาขาวิทยาศาสตร์ ภาษาศาสตร์ สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ซึ่งสังกัดอยู่ในคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และคณะวิศวกรรมศาสตร์ในขณะนั้น แยกออกมารวมเข้าด้วยกัน จัดตั้งเป็นคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์ โดยรัฐมนตรีว่าการทบวงมหาวิทยาลัย ได้ลงนามอนุมัติเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2520 รับผิดชอบการผลิตครูอาชีวศึกษาสำหรับวิทยาลัยเทคนิคและอาชีวศึกษาต่าง ๆ ให้การศึกษาค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ และรับผิดชอบการจัดการเรียนการสอนวิชาพื้นฐานทั่วไป ตามหลักสูตรระดับปริญญาตรีให้กับคณะต่าง ๆ ในสถาบัน

คณบดีคนแรกของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุญส่ง ศิวโมกษธรรม

คณาจารย์รุ่นบุกเบิกที่โอนจากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และคณะวิศวกรรมศาสตร์มาสังกัดกับคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์มีจำนวน 51 ท่าน มาจากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ 23 ท่าน และคณะวิศวกรรมศาสตร์ 28 ท่าน เป็นคณาจารย์ที่มีคุณวุฒิด้านการศึกษา

วิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ ต่อมาเมื่อมีการจัดตั้งคณะวิทยาศาสตร์ คณาจารย์ทางด้านวิทยาศาสตร์ได้โอนไปสังกัดกับคณะวิทยาศาสตร์



ภาพที่ 2.1 แสดงอาคารครุศาสตร์อุตสาหกรรม

การแบ่งส่วนงาน

พ.ศ. 2520 เมื่อเริ่มจัดตั้ง (10 พฤศจิกายน 2520) มีการแบ่งส่วนราชการในคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรม และวิทยาศาสตร์ ดังนี้

1. สำนักงานเลขานุการคณะ
2. ภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
3. ภาควิชาภาษาและสังคม
4. ภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์

พ.ศ. 2531 ทบวงมหาวิทยาลัยอนุมัติให้สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จัดตั้งคณะวิทยาศาสตร์ขึ้น เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2531 โดยรวบรวมภาควิชา และบุคลากรทางด้านวิทยาศาสตร์แยกออกจากคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์ จัดตั้งเป็นคณะวิทยาศาสตร์ ส่วนคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์เดิม เปลี่ยน

ชื่อ

เป็นคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มีส่วนราชการต่าง ๆ ดังนี้

1. สำนักงานคณบดี
2. ภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
3. ภาควิชาภาษาและสังคม
4. โครงการภาควิชาครุศาสตร์วิศวกรรม
5. โครงการภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม
6. โครงการภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีการศึกษา

พ.ศ. 2534 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมได้รับอนุมัติจากทบวงมหาวิทยาลัยให้จัดตั้งภาควิชาใหม่

เพิ่มขึ้น 3 ภาควิชา คือ

1. ภาควิชาครุศาสตร์วิศวกรรม
2. ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม
3. ภาควิชาครุศาสตร์เกษตร

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงมีส่วราชการรวมทั้งสิ้น 6 หน่วยงานดังนี้

1. สำนักงานคณบดี
2. ภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
3. ภาควิชาภาษาและสังคม
4. ภาควิชาครุศาสตร์วิศวกรรม
5. ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม
6. ภาควิชาครุศาสตร์เกษตร

วัตถุประสงค์เมื่อเริ่มก่อตั้ง

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมีวัตถุประสงค์สำคัญ 3 ประการ คือ

1. จัดการศึกษาด้านภาษาศาสตร์ สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ซึ่งเป็นวิชาพื้นฐานสำหรับนักศึกษาทุกคนในสถาบัน และจัดการศึกษาวิชาการศึกษาทั่วไป
2. ผลิตบุคลากรด้านการบริหารอาชีวศึกษา และครูอาชีวศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีถึงปริญญาเอก เพื่อเป็นผู้บริหารงานอาชีวศึกษา และคณาจารย์สอนวิชาชีพและเทคโนโลยีในโรงเรียนมัธยม วิทยาลัยเทคนิคและอาชีวศึกษาต่าง ๆ
3. ให้บริการทางวิชาการในสาขาวิชาต่าง ๆ ที่มีการเรียนการสอนในคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมแก่อาจารย์ นักศึกษา ผู้สนใจทั่วไป และการบริการชุมชน

ความก้าวหน้าด้านโครงสร้างทางกายภาพ

พ.ศ. 2519 เริ่มโครงการจัดตั้งคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์ ขอยืมอาคารเรียน (อาคาร 4) จากคณะสถาปัตยกรรมและอาคาร 2 ชั้น (ตึกกิจกรรมนักศึกษา) จากคณะวิศวกรรมศาสตร์เป็นสำนักงานชั่วคราว

พ.ศ. 2522 (1 ตุลาคม 2522) ได้รับงบประมาณแผ่นดิน หมดค่าครุภัณฑ์ที่ดิน และสิ่งก่อสร้างจำนวนประมาณ 42 ล้านบาท สร้างอาคารเรียน 5 ชั้น เป็นที่ทำการของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์(คณะวิทยาศาสตร์ในปัจจุบัน)

พ.ศ. 2524 สมเด็จพระสังฆราช (วาสน์ วาสนมหาเถร) เสด็จวางศิลาฤกษ์อาคารเรียนคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์ เมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2524 เวลา 9.00 น.

พ.ศ. 2525 ย้ายที่ทำการจากอาคาร 4 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และอาคาร 2 ชั้น คณะวิศวกรรมศาสตร์ มาอยู่ที่อาคาร 5 ชั้น คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์

พ.ศ. 2531 (1 ตุลาคม 2531) ได้รับงบประมาณแผ่นดิน หมดค่าครุภัณฑ์ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง จำนวน 47,750,000 บาท ก่อสร้างอาคารเรียนและห้องปฏิบัติการคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม เริ่มดำเนินการก่อสร้างเมื่อ 1 มิถุนายน 2533

พ.ศ. 2535 รับมอบอาคารเรียนหลังใหม่เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2535 และเริ่มย้ายเข้ามาอยู่เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2535 นับเป็นอาคารเรียนหลังแรกนับตั้งแต่เปลี่ยนชื่อเป็นคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

พ.ศ. 2536 เปิดอาคารเรียนคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมเป็นทางการ เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2536

พ.ศ. 2538 ได้รับงบประมาณ 120 ล้านบาท ก่อสร้างอาคารเรียนและปฏิบัติงานหลังที่ 2

พ.ศ. 2544 สมเด็จพระสังฆราช สมเด็จพระญาณสังวร สกลมหาสังฆปริณายก เสด็จเป็นองค์ประธานพิธีเปิดอาคารเรียนและปฏิบัติการคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมหลังที่ 2 และ ทรงโปรดประทาน นามว่า “อาคารปฏิบัติการพิเศษจอมไตร” เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม พ.ศ. 2544

ปัจจุบันคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มีอาคารเรียนและปฏิบัติการจำนวน 2 หลัง อาคารฝึกงานนักศึกษา 2 หลัง และโรงอาหารจำนวน 1 หลัง มีพื้นที่ใช้สอย (ไม่รวมโรงอาหาร) รวม 20,273 ตารางเมตร นอกจากนี้มีสนามกีฬาอเนกประสงค์ให้นักศึกษาออกกำลังกายและทำกิจกรรม

การจัดการศึกษา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 เป็นต้นมาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติจากทบวงมหาวิทยาลัยให้เปิดหลักสูตรผลิตบัณฑิตสาขาวิชาต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้

พ.ศ. 2521 เปิดสอนหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต (ต่อเนื่อง 2 ปี) โดยรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) เข้าศึกษาต่อใน 3 สาขาวิชา รับนักศึกษา

เข้าศึกษาสาขาละ 10-15 คน ดังนี้

1. สาขาวิชาสถาปัตยกรรม
2. สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน
3. สาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม

การเรียนวิชาชีพให้เรียนร่วมกับคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ส่วนวิชาพื้นฐานต่าง ๆ คณะจัดสอนเอง รวมทั้งจัดสอนบริการพื้นฐานให้กับคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และคณะวิศวกรรมศาสตร์ด้วย

พ.ศ. 2522 เปิดหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต (ต่อเนื่อง 2 ปี) สาขาวิชาวิศวกรรมโทรคมนาคม รับนักศึกษาปีละ 20-25 คน การสอนวิชาชีพเฉพาะได้เชิญคณาจารย์ประจำจากภาควิชาวิศวกรรมโทรคมนาคมของคณะวิศวกรรมศาสตร์มาสอนบริการ รวมทั้งการใช้อุปกรณ์ครุภัณฑ์และห้องปฏิบัติการด้วย

พ.ศ. 2524 เปิดสอนหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต (ต่อเนื่อง 2 ปี) เพิ่มขึ้นอีก 2 สาขาวิชารับนักศึกษาเข้าศึกษาสาขาละ 20-25 คน คือ

1. สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตพืช
2. สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตสัตว์

การสอนวิชาชีพเฉพาะได้เชิญคณาจารย์ประจำจากภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตพืชและภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตสัตว์จากคณะเทคโนโลยีการเกษตรมาสอนบริการ รวมทั้งการใช้อุปกรณ์ครุภัณฑ์ และห้องปฏิบัติการด้วย

พ.ศ. 2528 เปิดสอนหลักสูตรปริญญาโทครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต (ค.อ.ม.) สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

พ.ศ. 2530 เปิดสอนหลักสูตรปริญญาโทครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา

พ.ศ. 2535 เปิดสอนหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต (ต่อเนื่อง 2 ปี) สาขาวิชาอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์

พ.ศ. 2536 เปิดสอนหลักสูตรปริญญาโทครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิตสาขาวิชา
การศึกษาวิทยาศาสตร์

พ.ศ. 2537 เปิดสอนหลักสูตรปริญญาโทครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชา
ครุศาสตร์เกษตร

พ.ศ. 2539 เปิดสอนหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยี
การศึกษาทางการอาชีวศึกษาและเทคนิคศึกษา

พ.ศ. 2540 เปิดสอนหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมดุริยางค์บัณฑิต

- สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา และหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการศึกษาศาสตร์ ได้เปลี่ยนเป็นหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาศาสตร์
เปิดสอนหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

- สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรมเปิดสอนหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (4 ปี)
- สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่นเปิดสอนหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต (ต่อเนื่อง 2 ปี)
- สาขาวิชาเทคโนโลยีการวัดคุมทางอุตสาหกรรม
- สาขาวิชาอุตสาหกรรมเกษตร

พ.ศ. 2541 เปิดสอนหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

- สาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้าสื่อสาร

พ.ศ. 2542 เปิดสอนหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

- สาขาวิชาหลักสูตรและการสอนอาชีวศึกษา

พ.ศ. 2543 เปิดสอนหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

- สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเปิดสอนหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (4 ปี)
- สาขาวิชาภาษาอังกฤษเฉพาะกิจ

พ.ศ. 2545 เปิดสอนหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต (ต่อเนื่อง 2 ปี) จำนวน 3
สาขาวิชา

- สาขาวิชาวิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์
- สาขาวิชาคอมพิวเตอร์

พ.ศ. 2549 เปิดสอนหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

- สาขาวิชาอิเล็กทรอนิกส์เปิดสอนหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต (5 ปี) 3
สาขาวิชา

- สาขาวิชาครุศาสตร์วิศวกรรม
- สาขาวิชาครุศาสตร์การออกแบบ
- สาขาวิชาครุศาสตร์สภาพแวดล้อมภายใน

พ.ศ. 2551 เปิดสอนหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต (5 ปี) 2 สาขาวิชา

- สาขาวิชาครุศาสตร์เกษตร และ
- สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

ศศม.ภาษาศาสตร์ประยุกต์-ภาษาอังกฤษเพื่อวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

พ.ศ. 2552 เปิดสอนหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและ
ประเมินผลทางการศึกษา

บทบาทหน้าที่ด้านการจัดการศึกษาของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มีดังนี้

1. สอนบริการวิชาพื้นฐานทางภาษาศาสตร์ สังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ให้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีทุกคณะในสถาบันฯ และจัดการศึกษาวิชาการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตร์ utesaกรรมบัณฑิต

2. ผลิตบัณฑิตระดับปริญญาตรีหลักสูตรครุศาสตร์utesaกรรมบัณฑิต 7 สาขาวิชา

- สาขาวิชาวิศวกรรมโทรคมนาคม
- สาขาวิชาสถาปัตยกรรม
- สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน
- สาขาวิชาศิลปutesaกรรม
- สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร-การผลิตพืช
- สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร-การผลิตสัตว์
- สาขาวิชาอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์

3. ผลิตบัณฑิตระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์utesaกรรมมหาบัณฑิต 3 สาขาวิชา

คือ

- สาขาวิชาสถาปัตยกรรม
- สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา
- สาขาวิชาการศึกษาวิทยาศาสตร์

ในแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ระยะที่ 7 (2535-2539) คณะครุศาสตร์ utesaกรรมมีการผลิตบัณฑิตระดับต่าง ๆ เพิ่มขึ้นดังนี้

1. หลักสูตรครุศาสตร์utesaกรรมบัณฑิต 4 สาขาวิชาคือ

- สาขาวิชาเทคโนโลยีการวัดคุมทางutesaกรรม
- สาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้าสื่อสาร
- สาขาวิชาเทคโนโลยีการก่อสร้าง
- สาขาวิชาutesaกรรมเกษตร

2. หลักสูตรครุศาสตร์utesaกรรมมหาบัณฑิต 3 สาขาวิชาคือ

- สาขาวิชาครุศาสตร์เกษตร
- สาขาวิชาการผลิตเทคโนโลยีทางการอาชีวะและเทคนิคศึกษา
- สาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้า

3. หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต 2 สาขาวิชา คือ

- สาขาวิชาภาษาอังกฤษสำหรับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น

4. หลักสูตรครุศาสตร์utesaกรรมดุขบัณฑิต 1 สาขาวิชาคือ

- สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา

ช่วงระหว่าง ปี พ.ศ.2542-2550 ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลง ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยีทางการสื่อสาร กอปรกับพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการปฏิรูประบบ การศึกษา คณะครุศาสตร์utesaกรรมได้มุ่งมั่น มุมเท เพื่อพัฒนาการดำเนินงานในทุกด้าน เพื่อให้ เกิดคุณภาพทางการศึกษาสอดคล้องกับแนวนโยบาย พันธกิจ และแผนยุทธศาสตร์การศึกษาของ ประเทศ

ด้านการจัดการศึกษา ได้ปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรให้ครอบคลุมตามความต้องการ ทั้งระดับปริญญาตรี-โท-เอก โดยเปิดสอนหลักสูตรระดับปริญญาเอก 1 สาขาวิชา ระดับปริญญาโท (เดิม) 10 สาขาวิชา ได้เปิดหลักสูตรเพิ่มอีก 1 สาขาวิชาคือ สาขาวิชาการวิจัยนวัตกรรมการศึกษา ด้านการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยและสอดคล้องตามมาตรฐานได้แก่ หลักสูตรสาขาวิชาครุศาสตร์เกษตร (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2550) และหลักสูตรสาขาวิชาภาษาศาสตร์ประยุกต์ – ภาษาอังกฤษเพื่อวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2549) การจัดการศึกษา ระดับปริญญาตรี 17 สาขาวิชา และทุกสาขาวิชาได้ดำเนินการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยครบทุกหลักสูตร และตั้งแต่ปีการศึกษา 2549 นอกจากนี้ คณะได้เปิดสอนหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม บัณฑิต ค.อ.บ. (หลักสูตร 5 ปี) 3 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาครุศาสตร์สภาพแวดล้อมภายใน สาขาวิชาครุศาสตร์การออกแบบ และสาขาวิชาครุศาสตร์วิศวกรรม



ภาพที่ 2.2 แสดงผลงานนักศึกษาของแต่ละหลักสูตร

ด้านความร่วมมือการวิชาการกับต่างประเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้ดำเนินการโครงการความร่วมมือทางวิชาการกับ Tokai University ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นข้อตกลงในระดับสถาบันฯ โครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษา สำหรับการฝึกงานภาคฤดูร้อน สำหรับนักศึกษาสาขาญี่ปุ่น ชั้นปีที่ 3 จำนวน 2 คน ไปศึกษาช่วงสั้นที่ Tokai University เป็นเวลา 30 วัน

นอกจากนี้ โครงการความร่วมมือทุนการศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น ณ Beppu University เป็นโครงการความร่วมมือระหว่างคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมกับมหาวิทยาลัย Beppu ซึ่งในแต่ละปีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมจัดส่งนักศึกษาไปเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นประมาณปีละ 10 คน เป็นเวลาประมาณ 1 เดือน โดยทางมหาวิทยาลัย Beppu จะดูแลค่าใช้จ่ายบางส่วน โครงการผู้เชี่ยวชาญจากประเทศญี่ปุ่นมาประจำอยู่ที่สาขาวิชาครุศาสตร์เกษตรเป็นเวลา 2 เดือน ในปีงบประมาณ 2548 คณะผู้บริหารจาก Mokpo National University จากประเทศเกาหลีเข้าเยี่ยมชม ศึกษาดูงาน และเจรจาความร่วมมือทางวิชาการ



ภาพที่ 2.3 แสดงผลงานด้านความร่วมมือการวิชาการกับต่างประเทศ

ด้านงานวิจัย การพัฒนาองค์ความรู้ด้านงานวิจัย เป็นภารกิจสำคัญหนึ่งในภารกิจหลักของสถาบันอุดมศึกษา ในแต่ละปีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมได้จัดสรรเงินสนับสนุนให้คณาจารย์พัฒนา ด้านงานวิจัย เช่นในปีงบประมาณ 2550 ประมาณ 9 ล้านบาท ในปีงบประมาณ 2549 ประมาณ 5 ล้านบาท ในปีงบประมาณ 2548 ประมาณ 3 ล้านบาท และขณะเดียวกันคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ได้ออกประกาศหลักเกณฑ์ เกี่ยวกับการขอรับเงินสนับสนุนทำวิจัย เพื่อกระตุ้นให้เกิดนักวิจัยรุ่นใหม่ และคณะฯได้ดำเนินการสนับสนุนคณาจารย์ ผู้วิจัย นำผลงานไปเผยแพร่ที่ประชุมวิชาการทั้งในและต่างประเทศ



ภาพที่ 2.4 แสดงการนำเสนอผลงานด้านการวิจัย

ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ในโลกของการศึกษายุคใหม่ รูปแบบและกระบวนการได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องในทุกระดับของการศึกษา เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และปฏิบัติการจริง คณะครูศาสตร์อุตสาหกรรมได้พัฒนาระบบบริหารจัดการและการจัดเรียนการสอน โดยนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกิจกรรมต่างๆอย่างกว้างขวาง ทั้งด้านการบริหารและการจัดการ วิชาการ การจัดการเรียนการสอน โดยการจัดทำ ติดตั้งและใช้ประโยชน์เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัย ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงกับสถาบันฯ ห้องปฏิบัติการทางภาษา ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร และทรัพยากรเทคโนโลยีทางการศึกษา เป็นต้น ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2548 คณะครูศาสตร์อุตสาหกรรมได้จัดหาคอมพิวเตอร์ที่จำเป็น เพื่อการเรียนการสอน จำนวนมากกว่า 250 เครื่อง ด้านทรัพยากรเทคโนโลยีทางการศึกษา ให้เพียงพอต่อความต้องการ (คณะครูศาสตร์อุตสาหกรรม. 2554 : 13-19)



ภาพที่ 2.5 แสดงเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอน

2.2 การศึกษาการสร้างอัตลักษณ์องค์กร

(สุมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547 : 13) ได้ให้คำนิยามของการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรว่า ในการดำเนินกิจการใด ๆ ทุกหน่วยงานหรือองค์กร ต่างก็มีความมุ่งหวังที่จะให้หน่วยงาน หรือองค์กรของตนเองมีภาพลักษณ์ที่ดี มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากผู้อื่น รวมทั้งได้รับการยอมรับและเชื่อถือจากบุคคลทั่วไป และการที่องค์กรจะได้มาซึ่งสิ่งเหล่านี้ นอกเหนือ จากการมีระบบการบริหารงานที่ดี มีบุคลากรและสภาพแวดล้อมที่ดีแล้ว สิ่งที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าสิ่งที่กล่าวมาแล้วคือ การมีระบบเอกลักษณ์องค์กรที่ดี ซึ่งจะเป็นส่วนเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

คำว่าอัตลักษณ์องค์กร หมายถึงการแสดงออกให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่ปรากฏต่อสายตาผู้อื่น พร้อม ๆ กับการแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ขององค์กรนั้น โดยอาศัยองค์ประกอบกราฟิกหรืออาจกล่าวง่าย ๆ คือ การสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เพื่อสร้างความเป็นอัตลักษณ์และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รวมทั้งสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดแก่องค์กร บุคลากร ตลอดจนบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น จะเห็นได้ว่าอัตลักษณ์องค์กรเป็นสิ่งหนึ่งที่มี

ความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กรโดยเฉพาะในโลกที่มีการแข่งขันกันอย่างมากเช่นปัจจุบัน เนื่องจากโครงการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้น ต่างก็มีความต้องการที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งโครงการ เช่น การสร้าง CI (Corporate Identity) ก็เหมือนกับการที่เรารู้จักปรุงแต่งรูปร่างหน้าตา การแต่งกายให้สวยงาม เหมาะสมกับบุคลิกภาพของตน เพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้อื่นใคร่ยากู้จัก เช่นเดียวกับองค์กรที่มี CI (Corporate Identity) ที่ดี ได้รับการออกแบบที่ดี ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการมีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ก็จะสามารถดึงดูดหรือก่อให้เกิดความสนใจใคร่ลองใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ ยิ่งถ้ามีคุณภาพดีด้วยแล้ว ก็ยิ่งทำให้สินค้าหรือบริการนั้นประสบความสำเร็จในการเพิ่มยอดขายยิ่งขึ้น (สมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547 : 14-15)

ความสำคัญของ CI (Corporate Identity) นั้นถือได้ว่าต้องมีการจัดระเบียบที่ดี เพราะแม้ว่าองค์กรจะมีภาพลักษณ์ที่ดีเพียงใด แต่หากภาพลักษณ์นั้นไม่ได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณะชน ภาพลักษณ์ที่ดีนั้นย่อมไม่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อองค์กร เหตุที่องค์กรส่วนใหญ่ต้องการ CI (Corporate Identity) นั้นมักมีที่มาจากเหตุ 2 ประการ คือ

1. องค์กรนั้นเป็นองค์กรที่ตั้งขึ้นมาใหม่และมีคู่แข่งธุรกิจนั้นเป็นจำนวนมาก จึงต้องสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวสำหรับองค์กร
2. องค์กรนั้นเป็นองค์กรที่ตั้งมานานพอสมควร และเห็นความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนารูปแบบ CI (Corporate Identity) เสียใหม่ (สมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547 : 21-22)

ผลที่องค์กรจะได้รับจากการมีอัตลักษณ์ที่ดี คือ การที่องค์กรได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ซึ่งการยอมรับจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยระยะเวลาที่ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ สามารถพิสูจน์ให้เห็นถึงคุณภาพที่ดี และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การแสดงให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ขององค์กร ผู้บริโภคส่วนต้องการความรู้สึกถึงพลังความยิ่งใหญ่ขององค์กรผ่านทางสินค้าหรือบริการขององค์กรนั้น ๆ รวมไปถึงความรู้สึกเชื่อมั่นในความมีประสบการณ์และความเก่าแก่ขององค์กร ผู้บริโภคจึงมีความคุ้นเคยกับชื่อของสินค้าหรือองค์กรที่มีความเก่าแก่และมีภาพลักษณ์ที่ดี แสดงให้เห็นถึงการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง การสร้างภาพลักษณ์ต้องอาศัยระยะเวลานานพอสมควร ในการที่จะแสดงให้เห็นถึงความสม่ำเสมอในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องขององค์กรนั้น ๆ บางครั้งภาพลักษณ์ขององค์กรอาจไม่จำเป็นไปตามที่องค์กรนั้น ๆ ต้องการให้เป็นอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ขององค์กรอาจไม่จำเป็นในทิศทางเดียวกันอันเนื่องมาจากการมองปัญหาและวิเคราะห์ปัญหาไม่ถูกต้อง หรืออาจเกิดจากการได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน การกระตุ้นให้บุคลากรมีส่วนร่วม การที่องค์กรมี CI (Corporate Identity) ที่ดีจะมีผลต่อกระบวนการคิดในองค์กร บางครั้งผู้บริหารองค์กรจะคิดถึงแต่เฉพาะเรื่องของผลกำไร หรือประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับแต่เพียงอย่างเดียว โดยลืมนึกถึงจุดมุ่งหมายขององค์กรนั้น ๆ ไป ส่วนที่มีความสำคัญที่สุดของระบบ CI (Corporate Identity) คือการเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดกระบวนการคิดในองค์กร โดยระบบ CI (Corporate Identity) จะเป็นตัวตั้งคำถามบุคลากรในองค์กร ได้บุคลากรที่เป็นบุคลากรที่เป็นบุคคลชั้นหัวกะทิ เมื่อองค์กรที่มีระบบ CI (Corporate Identity) ที่ดี องค์กรนั้นย่อมจะมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในสายตาของบุคคลทั่วไป จึงมักจะได้บุคลากรที่มีความรู้สามารถมาร่วมงาน เนื่องจากทุกคนย่อมปรารถนาที่จะได้ทำงานในองค์กรที่ประสบความสำเร็จ ในทางกลับกันองค์กรจะดีมีชื่อเสียงได้ก็ย่อมต้องอาศัยบุคลากรที่มีความสามารถเช่นกัน การสร้างเครือข่ายได้ง่ายเมื่อองค์กรมีระบบ CI (Corporate Identity) ที่ดี จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี ผลที่ตามมาคือการมีเครือข่ายที่ เนื่องจากผู้จัดจำหน่าย หรือตัวแทนจำหน่าย ต่างก็ต้องการประกอบธุรกิจกับองค์กร ซึ่งมีภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการที่ดีในใจของผู้บริโภค การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีกับตัวแทนจำหน่าย

จะทำได้ง่าย และสุดท้ายคือการแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะขององค์กรนั้น การสร้างสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรที่ดีนั้น สามารถบ่งชี้ถึงคุณลักษณะขององค์กร และระบุกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน (สุมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547 : 28-30)

2.3 การศึกษาอัตลักษณ์และสัญลักษณ์ต่าง ๆ

2.3.1 การศึกษาอัตลักษณ์

ทิตกร สอนภาษา (2551) ได้ให้ความหมายของอัตลักษณ์ ว่า “อัตลักษณ์” ไม่มีบันทึกไว้ในพจนานุกรม แต่มีตำราหลายเล่มให้ความหมายคำว่า “อัตลักษณ์” ไว้ว่าคุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะของบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้น ๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม ท้องถิ่น และศาสนา ฯลฯ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือสากลกับสังคมอื่น ๆ พูด่ง่าย ๆ คือลักษณะที่ไม่เหมือนกับของคนอื่น ๆ “อัตลักษณ์” มาจากภาษาบาลีว่า อตต + ลักษณะ โดยที่ “อตตะ” มีความหมายว่า ตัวตน, ของตน ส่วน “ลักษณะ” หมายถึง สมบัติเฉพาะตัว หากมองเพียงแค่ว่า “อัตลักษณ์” จึงเหมาะจะนำมาใช้หมายถึงลักษณะเฉพาะตัวของสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากกว่า ส่วนคำว่า “เอกลักษณ์” มีคำว่า “เอก” ซึ่งหมายถึง หนึ่งเดียว จึงน่าจะหมายความว่าลักษณะหนึ่งเดียว (ของหลาย ๆ สิ่ง) หรือลักษณะที่ของหลาย ๆ สิ่งมีร่วมกัน ซึ่งเป็นความหมายแรกตามพจนานุกรมนั่นเอง

อย่างไรก็ดี คนไทยโดยส่วนใหญ่ยังนิยมใช้คำว่า “เอกลักษณ์” ในความหมายว่าลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใครอย่างกว้างขวาง ส่วนคำว่า “อัตลักษณ์” นั้นมักจะใช้ในวงแคบ ๆ เช่น แวดวงวิชาการเท่านั้น และบางครั้งก็ใช้แบบมั่วสับสน เช่น “เอกลักษณ์” เป็นสิ่งตายตัวไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ส่วน “อัตลักษณ์” สามารถเปลี่ยนแปลงได้

องค์ประกอบของอัตลักษณ์ที่ใช้ในทางการสร้างภาพลักษณ์องค์กรด้านชื่อ ซึ่งเป็นชื่อที่ประกอบไปด้วย

1. ชื่อบุคคล ที่สามารถแบ่งออกได้เป็น ชื่อผู้ก่อตั้ง ชื่อบุคคลในประวัติศาสตร์ ชื่อในเทพนิยายหรือวรรณคดี หรือชื่อบุคคลทั่วไปเป็นต้น
2. ชื่อที่อธิบายถึงคุณลักษณะ ชื่อประเภทนี้ จะเป็นชื่อที่อธิบายถึงลักษณะธุรกิจของบริษัท ซึ่งข้อดีก็คือ เข้าใจได้ง่าย แต่บางครั้งก็อาจก่อให้เกิดปัญหาในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้หากชื่อนั้นเป็นชื่อทั่วไป
3. ชื่อที่เกิดจากการสร้างชื่อใหม่ ชื่อลักษณะนี้เป็นการนำสระพยัญชนะมาผสมกันเป็นคำใหม่ที่แม้จะไม่มีหมายแต่ก็สามารถสร้างข้อกำหนดเฉพาะได้
4. ชื่อที่มีความหมาย ชื่อประเภทนี้เป็นชื่อที่มีความหมายหรือคำแปลที่ชัดเจนตามพจนานุกรมซึ่งมีข้อได้เปรียบ คือ มีความหลากหลายและสามารถจดจำได้ง่าย
5. ชื่อตามสถานที่ทางภูมิศาสตร์ ชื่อประเภทนี้จะป็นชื่อเรียกตามชื่อเมือง อำเภอ หรือตำบล ที่มีการผลิตสินค้านั้น ๆ
6. ชื่อที่มีความสัมพันธ์กับตัวสินค้า ชื่อประเภทนี้จะแสดงให้เห็นถึงคุณสมบัติของสินค้านั้น ซึ่งง่ายต่อการทำให้เห็นภาพและสื่อความหมายให้เข้าใจได้
7. ชื่อที่ตัดทอนจากชื่อเต็ม ชื่อลักษณะนี้จะเป็นชื่อที่นำชื่อเต็มขององค์กรมาตัดทอนเพื่อให้เรียกได้ง่ายขึ้น ซึ่งถึงแม้ชื่อเหล่านี้จะมีใช้ชื่อที่จดทะเบียน แต่เราสามารถนำชื่อลักษณะนี้ในการสร้างอัตลักษณ์ได้

8. ชื่อและตัวเลข คือการนำชื่อย่อของสินค้าหรือตัวเลขใด ๆ มาใช้เป็นชื่อของสินค้า ซึ่งการตั้งชื่อประเภทนี้นับเป็นรูปแบบที่ยากที่สุดในการสร้างให้เกิดการรับรู้และจดจำ (สุมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547 : 52-54)

องค์ประกอบของอัตลักษณ์ที่ใช้ในทางการสร้างภาพลักษณ์องค์กรด้านเครื่องหมาย ไม่ว่าจะป็นองค์กรใหญ่หรือเล็กเครื่องหมายนับเป็นกุญแจสำคัญที่ก่อให้เกิดระบบอัตลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพ เครื่องหมายที่สร้างขึ้นอาจจะเป็นเพียงการใช้ชื่อ ตัวอักษร หรือ อาจจะเป็นการผสมผสานระหว่างภาพกับตัวอักษร หรือภาพที่เกิดจากองค์ประกอบกราฟิกเพียงลำพังก็ได้ ในการใช้งานของเครื่องหมายในเชิงจิตวิทยาที่มีต่อผู้บริโภค หลายคนยอมรับว่าสิ่งที่เรียบง่ายและดูธรรมดาที่สุดมักจะประสบความสำเร็จในการใช้งานมากกว่าสิ่งที่ดูซับซ้อนสวยงาม (สุมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547 : 55)

องค์ประกอบของอัตลักษณ์ที่ใช้ในทางการสร้างภาพลักษณ์องค์กรด้านตัวอักษร ในการวางระบบอัตลักษณ์จำเป็นต้องมีการกำหนดแบบตัวอักษรที่ใช้ในงานทั้งระบบ โดยทั่วไปแล้วนักออกแบบจะกำหนดแบบตัวอักษร ที่ใช้กับสัญลักษณ์ และเลือกแบบอื่น ๆ ที่เข้ากันได้ดีกับแบบตัวอักษรนั้นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เตรียมเผื่อไว้สำหรับการใช้งานร่วมกับตัวอักษรที่ใช้เป็นสัญลักษณ์อีก 3-4 แบบ เพื่อกำหนดโครงสร้างรวมในการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแก่องค์กร (สุมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547 : 55)

องค์ประกอบของอัตลักษณ์ที่ใช้ในทางการสร้างภาพลักษณ์องค์กรด้านสีอัตลักษณ์ สีจัดว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ใช้เป็นตัวแทนองค์กรได้เป็นอย่างดี มักมีที่มาจากสีของสัญลักษณ์ที่นักออกแบบสร้างให้เกิดการจดจำขึ้นในผู้บริโภค ดังนั้นในการวางระบบอัตลักษณ์ นักออกแบบจึงกำหนดสีอัตลักษณ์และโครงสีอื่น ๆ ที่ใช้ร่วมกับสีอัตลักษณ์นั้นขึ้นจำนวนหนึ่งเพื่อทำให้ออกแบบมีความยืดหยุ่นได้บ้างแต่ขณะเดียวกันก็ยังคงไว้ซึ่งโครงสร้างอัตลักษณ์เดียวกัน (สุมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547 : 57)

องค์ประกอบของอัตลักษณ์ที่ใช้ในทางการสร้างภาพลักษณ์องค์กรด้านข้อความประกอบ ข้อความประกอบนี้จะประกอบเป็นข้อความสั้น ๆ ที่อธิบายถึงความเป็นองค์กรที่วางอยู่ได้ชื่อหรือสัญลักษณ์ เพื่อเป็นการอธิบายถึงคุณลักษณะเฉพาะขององค์กร สินค้าหรือบริการนั้น ๆ (สุมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547 : 57)

2.3.2 การศึกษาสัญลักษณ์ต่าง ๆ

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2555 ได้ให้ความหมายของ สัญลักษณ์ (Symbol) ว่าเป็นสิ่งที่กำหนดนิยามกันขึ้นเพื่อให้ใช้หมายความแทนอีกสิ่งหนึ่ง (ราชบัณฑิตยสถาน. <http://www.royin.go.th/dictionary/search.php>. ออนไลน์ 2 ธันวาคม 2556)

ดังนั้นสัญลักษณ์จึงถูกสร้างขึ้นมาจากสิ่งที่เป็นนามธรรมมาสู่สิ่งที่เป็นรูปธรรมและทำให้บุคคลทั่วไปมีความเข้าใจตรงกันในสัญลักษณ์ที่ปรากฏ

ความสำคัญของสัญลักษณ์มีมากมายในหลาย ๆ ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ความสำคัญต่อประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม แม้ว่าแต่ละประเทศนั้นจะต้องการสื่อความหมายที่เป็นสากลที่เข้าใจให้ตรงกัน แต่ลักษณะงานศิลปะสามารถบ่งบอกถึงแบบอย่างของสัญลักษณ์ของแต่ละประเทศได้ ดังนั้นการออกแบบจึงขึ้นอยู่กับช่วงเวลาในแต่ละสมัย

2. สัญลักษณ์ที่มีความสำคัญในฐานะที่เป็นภาษาสากล เมื่อความยุ่งยากอันเกิดจากการมีภาษาในทั่วโลกที่มีอยู่มากมาย หลากหลายภาษา ดังนั้นภาษาภาพจึงเป็นการสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ที่สร้างความเข้าใจต่อคนทั่วโลกได้ง่าย

3. ความสำคัญของสัญลักษณ์ในเชิงเศรษฐกิจ สัญลักษณ์ที่เป็นเครื่องหมายการค้าเริ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ตั้งแต่การจ้างออกแบบซึ่งมีราคาสูง ในปัจจุบันเมื่อเผยแพร่สัญลักษณ์นั้นเป็นที่รู้จักก็มีมูลค่าในตัวเองและยังสามารถขายลิขสิทธิ์ในเครื่องหมายร่วมได้

4. ความสำคัญต่อสังคม การออกแบบสัญลักษณ์เป็นงานศิลปะการออกแบบให้เกิดคุณค่า ความงาม ความน่าเชื่อถือ เป็นการยกระดับทางสุนทรียะของสังคมได้วิธีหนึ่ง ส่วนประกอบของสัญลักษณ์เป็นความงาม การออกแบบสัญลักษณ์มีการกำหนดใช้ในกิจกรรมต่างๆ เรื่องของการบอกกล่าวข่าวสารชี้เตือนให้ระมัดระวังป้องกันภัย ซึ่งเป็นการจัดระเบียบของสังคมให้เกิดความเรียบร้อย

5. ความสำคัญต่อประชาชนในฐานะผู้บริโภค การใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์การใช้บริการจากอาคารบริการจากหน่วยงานช่วยให้สะดวกรวดเร็วเข้าใจง่าย โดยไม่ต้องติดต่อสอบถาม เพราะสัญลักษณ์ประเภทนี้สามารถบ่งบอกถึงข้อกำหนด กิจกรรม วิธีปฏิบัติและปริมาณการใช้สัญลักษณ์

6. ความสำคัญต่อการบริหารและการปกครอง สัญลักษณ์ประเภทพระราชลัญจกร เป็นสัญลักษณ์แทนพระมหากษัตริย์ที่แสดงถึงพระราชอำนาจในการปกครอง หากจะมอบอำนาจให้บุคคลใดก็จะมอบสัญลักษณ์ให้เป็นอาญาสิทธิ์ด้วย ดังนั้นสัญลักษณ์จึงใช้ในฐานะแทนบุคคล แทนตำแหน่งในการที่จะสั่งการในการบริหารขององค์การ

7. ความสำคัญทางศิลปะ สัญลักษณ์เป็นผลงานการสร้างสรรคของมนุษย์ที่ต้องเพียรพยายามเสาะหาข้อมูลแล้วใช้ความคิดความสามารถทางศิลปะสร้างสรรค์ออกมาจากนามธรรมให้เป็นรูปธรรม จึงได้ผลที่มีคุณค่าทางเนื้อหามีความหมายทำให้ผู้พบเห็นเกิดจินตนาการ อารมณ์ความรู้สึก ได้ทั้งความมั่นคง ความนุ่มนวล การเคลื่อนไหว เป็นต้น (ทองเจือ เขียวทอง. 2548 : 13-16)

2.4 การศึกษาตัวอย่างของที่ระลึกในลักษณะต่าง ๆ

ในการศึกษาตัวอย่างของที่ระลึกในลักษณะต่าง ๆ นั้น ก็เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา รูปแบบและลวดลายที่นิยมนำมาใช้ในการออกแบบของที่ระลึก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

2.4.1 ถุงใส่เหรียญสตางค์ เป็นของที่ระลึกประเภทผ้าทอที่ใช้ความงามทางหัตถกรรมมา ออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เนื่องด้วยมีสีสันลวดลายที่สวยงาม สามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มชน



ภาพที่ 2.6 แสดงของที่ระลึกที่ทำจากผ้าของชนเผ่าในประเทศไทย

2.4.2 ถุงผ้าและเครื่องปั้นดินเผา ของที่ระลึก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี ที่ได้รับการออกแบบ ขึ้นมาใหม่เพื่อสร้างสิ่งที่เป็นจุดเด่นและเป็นที่รู้จักให้กับตลาดสามชุกของคนทั่วไปทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติ เนื่องด้วย ตลาดสามชุก เป็นตลาดสำคัญในการติดต่อค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่สำคัญใน อดีต ตั้งแต่เมื่อ 100 กว่าปีก่อน ตั้งอยู่ริมแม่น้ำท่าจีน จังหวัดสุพรรณบุรี แต่เมื่อถนนคือ เส้นทาง จราจรทางบกที่เข้ามาแทนที่การเดินทางทางน้ำ ทำให้คนหันหลังให้กับแม่น้ำท่าจีน ความสำคัญของ ตลาดแลกเปลี่ยนสินค้าริมน้ำเริ่มลดลง บรรยากาศการค้า ขายในตลาดสามชุกเริ่มซบเซา และเมื่อต้อง แข่งขันกับห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ และตลาดนัดภายนอก ทำให้ร้านค้าภายในตลาดต้องหาทาง ปรับตัว และเมื่อราชพัสดุ เจ้าของที่ดินที่ชาวบ้านเช่าที่ดินมายาวนาน ดำริจะรื้ออาคารตลาดเก่า สร้าง ตลาดใหม่ จึงทำให้ชาวบ้านพ่อค้าที่อยู่ในตลาดสามชุก ครูอาจารย์ที่เห็นคุณค่าตลาดเก่า รวมตัวเป็น คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ระดมความคิด หาทางอนุรักษ์ตลาดและที่อยู่ของตนไว้ และหาทางฟื้นคืนชีวิตชีวาขึ้นมาอีกครั้ง เป็นที่มาของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ใช้การ ท่องเที่ยวศึกษาวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม ประวัติศาสตร์ชุมชน เป็นเครื่องมือการพัฒนาอาคารไม้เก่าแก่ ใน ตลาดสามชุก ที่ก่อสร้างเป็นแนวตั้งฉากกับแม่น้ำท่าจีน เป็นสิ่งบอกให้รู้ว่าเป็นลักษณะของตลาดจีน โบราณ เป็นชุมชนชาวไทย-จีน ที่ยังคงอยู่มาถึงปัจจุบัน ลวดลายฉลุไม้ที่เรียกว่าลายขนมปังขิง ซึ่ง เท่าที่พบในตลาดนี้มีถึง 19 ลาย คือ ศิลปะตกแต่งอาคารไม้โบราณ ที่หาได้ยากแล้วในปัจจุบัน หาก ไม่ได้รับการอนุรักษ์ไว้ก็ย่อมสูญหายไปเช่นเดียวกับตลาดโบราณอื่นๆนอก จากสถาปัตยกรรม อาคาร ไม้โบราณที่พบเห็นได้ตลอดแนวทางเดิน 2 ข้างทางเดินในตลาด วิถีชีวิตบรรยากาศภายในตลาด

การค้าขายที่ยังคงรักษาวิถีแบบดั้งเดิมเช่นใน อดีต และบรรยากาศน้ำใจอภัยยศยไมตรีของแม่ค้า ข้าวของเครื่องใช้ ขนมอาหารที่นำมาตั้งขายในตลาด เป็นสิ่งยังคงอยู่จนถึงปัจจุบัน ไม่ใช่สิ่งที่จำลองมาเพื่อให้ผู้ชมได้ดูชั่วครั้งชั่วคราว แต่เหล่านี้คือ วัฒนธรรมที่สืบเนื่องจากอดีต บ่มเพาะมาเป็น 100 ปี (ตลาดสามชุก. <http://www.samchuk.in.th/history.html>. ออนไลน์ 5 ธันวาคม 2556)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมักเป็นของที่สื่อถึงวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ นำเป็นแนวคิดในการออกแบบ



ภาพที่ 2.7 ถ้วยผ้าและเครื่องปั้นดินเผา ของที่ระลึก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี

2.4.2 ตุ๊กตาปูนปลาสเตอร์ทหารเรือหญิง ของที่ระลึกกองทัพเรือ เป็นการออกแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของทหารเรือได้อย่างชัดเจน เนื่องด้วยใช้รูปแบบที่ใช้ในราชการจริงมาประกอบในการออกแบบของที่ระลึก ทำให้ผู้ซื้อและผู้รับสามารถมีความเข้าใจได้อย่างชัดเจนว่าของที่ระลึกชิ้นนี้เป็นของที่ระลึกจากที่ใด



ภาพที่ 2.8 แสดงตุ๊กตาปูนปลาสเตอร์ทหารเรือหญิง

2.4.3 ของที่ระลึกประเทศเกาหลีใต้ ประเทศเกาหลีใต้เป็นประเทศที่มีความโดดเด่นทางด้านประเพณีและวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเรื่องวัฒนธรรมการแต่งกายและวัฒนธรรมการกิน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าของที่ระลึกส่วนใหญ่จะเป็นของที่ระลึกที่ได้แนวคิดมาจากชุดประจำชาติ และนำไปออกแบบลงบนผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ เช่น วัสดุประเภทเครื่องปั้นดินเผา ยาง พลาสติก กระดาษ เป็นต้น



ภาพที่ 2.9 ชุดฮันบกที่เป็นแนวความคิดในการสร้างของที่ระลึกประเทศเกาหลีใต้
(ชุดฮันบก. <http://55010919589.blogspot.com/2014/04/blog-post.html>. ออนไลน์ 7
กุมภาพันธ์ 2557.)



ภาพที่ 2.10 ของที่ระลึกของจดหมายประเภทกระดาษ



ภาพที่ 2.11 ของที่ระลึกตุ๊กตาชุดฮั่นบกประเภทเครื่องปั้นดินเผาและยาง



ภาพที่ 2.12 ของที่ระลึกตุ๊กตาติดตู้เย็นชุดฮั่นบกประเภทยาง

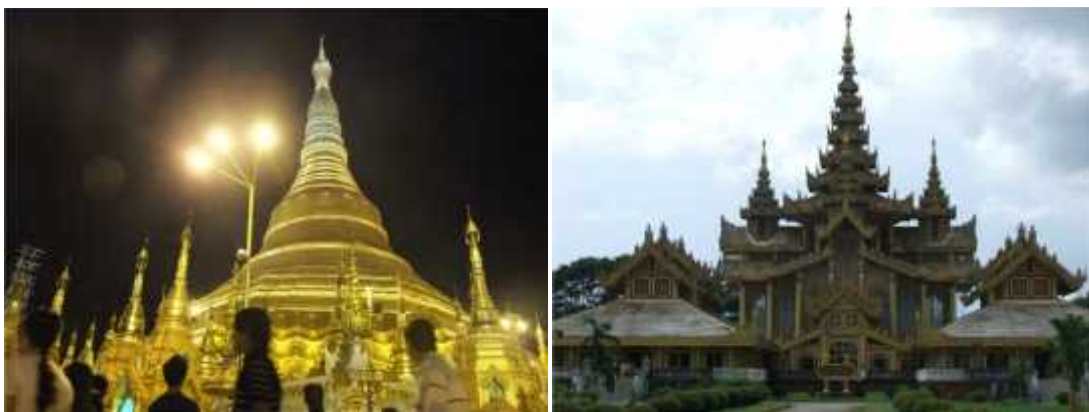


ภาพที่ 2.13 ของที่ระลึกตะเกียบบรรจุอยู่ในถุงผ้าไหม

2.4.4 ของที่ระลึกประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา

สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา หรือประเทศพม่าเป็นเมืองเพื่อนบ้านของประเทศไทย ที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน อิทธิพลทางด้านศิลปกรรมต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดจากพม่าเข้ามาสู่ดินแดน ล้านนาตั้งแต่สมัยโบราณในราชวงศ์พุกาม พม่าเริ่มต้นขึ้นจากพุกพูเป็นเชื้อสายต้นตระกูลพม่าเมือง หลวงชื่อว่า ศรีเกษตร ตั้งอยู่ใกล้เมืองแปรติดฝั่งตะวันออกของแม่น้ำอิรวดีในพม่าตอนกลาง ขณะเดียวกันมอญก็ได้ตั้งอาณาจักรของตนเองในพม่าตอนกลาง ทั้งพุกพูและพม่าเป็นอาณาจักรที่เริ่ม รับอิทธิพลวัฒนธรรมและศาสนาจากอินเดียในราว 200 ปี ถัดมา พม่าจึงตั้งเป็นอาณาจักรพุกาม เมือง พุกามตั้งอยู่บนฝั่งตะวันออกของแม่น้ำอิรวดีในพม่าตอนบน การเลือกที่ตั้งเมืองพุกามจากเหตุผลความ เชื่อทางศาสนาโบราณ คนพม่าเชื่อเรื่องภูตผีก่อนจะได้รับอิทธิพลพุทธศาสนา ซึ่งจะมีลักษณะเช่น อาณาจักรหริภุญชัย ที่นับถือภูตผีก่อนจะได้รับอิทธิพลพุทธศาสนาอันนำมาสู่ความเจริญรุ่งเรืองใน แคว้นหริภุญชัย ความก้าวหน้าทางด้านศิลปะสถาปัตยกรรมในสมัยพระเจ้าจันสิทธา ถือได้ว่าเป็น จุดเริ่มต้นของการก่อสร้างสถาปัตยกรรมที่ยิ่งใหญ่ของพม่า ชาวพมามีความชำนาญพิเศษด้าน สถาปัตยกรรม วัสดุส่วนใหญ่ใช้อิฐและปูนปั้นประกอบ ตลอดจนงานสลักลวดลายไม้ ในสมัยพระเจ้า จันสิทธามีการสร้างเจดีย์สำคัญ 2 องค์ คือ เจดีย์ชเวสิกอง และอาณันทเจดีย์ ซึ่งเป็นแบบฉบับการ ก่อสร้างของพม่า จนกระทั่งตอนหลังมารับแบบอิทธิพลของมอญตอนหลัง ดังเช่นแบบรูปทรงของ เจดีย์ชเวดากอง ซึ่งเป็นแบบที่จะเห็นได้ทั่วไปในอาณาจักรล้านนา และอารามที่มอญเข้ามาสร้างใน ภาคกลางของประเทศไทย (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. 2544 : 3-6)

เมื่อสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาเป็นเมืองที่มีศิลปวัฒนธรรมที่เก่าแก่ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ของที่ระลึกส่วนใหญ่แล้วจะเป็นของที่ระลึกที่ได้แนวคิดและใช้สถาปัตยกรรมที่มีชื่อเสียงของพม่า ทั้งหมดในการสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก วัสดุที่ใช้ทำของที่ระลึกส่วนมากมักจะเป็นปูนปลาสเตอร์ โลหะชุบ และแผ่นยางพลาสติก



ภาพที่ 2.14 สถานที่อันสำคัญของประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาอันได้แก่ มหาเจดีย์ชเวดากองและพระราชวังบุเรงนอง



ภาพที่ 2.15 สถานที่อันสำคัญของประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาอันได้แก่ พระมหาเจดีย์ชเวมอดอ (พระธาตุมุเตา) และสิงห์คู่หน้าวัด



ภาพที่ 2.16 ภาพของที่ระลึกประเภทโลหะชุบ



ภาพที่ 2.17 ภาพของที่ระลึกแผ่นติดตู้เย็นประเภทกระเบื้องดินเผาแกะลาย



ภาพที่ 2.18 ภาพของที่ระลึกแผ่นติดตู้เย็นประเภทแผ่นยางพลาสติก



ภาพที่ 2.19 ของที่ระลึกประเภทเครื่องประดับที่ทำจากอัญมณีหินสี



ภาพที่ 2.20 ของที่ระลึกที่ทำจากปูนปลาสเตอร์

2.4.5 ของที่ระลึกประเทศกัมพูชา

ประเทศกัมพูชาเป็นอาณาจักรที่เคยเป็นมหาอำนาจในสมัยโบราณที่รู้จักกันในชื่อ อาณาจักรขอมหรือจักรวรรดิขอม ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทยกับเวียดนาม คนส่วนใหญ่ของประเทศเป็นคนเชื้อสาย ขแมร์ หรือมักเรียกกันว่าเขมรหรือขอม โดยก่อนที่จะเกิดอาณาจักรขอม นั้นดินแดนแห่งนี้เคยมีอารยธรรมที่สร้างอำนาจขึ้นมาก่อนแล้ว 2 แห่งคือ อาณาจักรฟูนัน และอาณาจักรเจนละ (ดวงจิตา ราเมศวร์. 2537 : 175-176) ด้วยที่เป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมและโบราณสถานอันเก่าแก่ จึงแปลกเลยที่ของที่ระลึกที่สร้างนั้นมักจะได้แนวคิดจากโบราณสถานเพื่อใช้ในการออกแบบ

ของที่ระลีก ลวดลายโบราณสถานที่ปรากฏบนของที่ระลิกนั้นได้แก่ เสือยัด จานตั้งโชว์ แผ่นติดตู้เย็น หรือแม้กระทั่งพวงกุญแจ ต่างก็ใช้ลวดลายเหล่านี้ทั้งสิ้นเพื่อใช้ในการสร้างของที่ระลิก



ภาพที่ 2.21 ภาพแสดงนางอัปสรและนครวัดที่ปรากฏบนของที่ระลิก



ภาพที่ 2.22 ภาพแสดงปราสาทบายนและนางอัปสรที่ปรากฏบนของที่ระลิก



ภาพที่ 2.23 แสดงของที่ระลึกประเภทจานโซว์ที่ใช้ลวดลายนครวัดด้านในผลิตภัณฑ์และรายรอบด้วยปราสาทบายนและปราสาทตาพรหมรวมทั้งนางอัปรา



ภาพที่ 2.24 แสดงของที่ระลึกประเภทชุดช้อนส้อมที่ใช้ลวดลายนครวัดด้านในผลิตภัณฑ์และรายรอบด้วยปราสาทบายนและปราสาทตาพรหมรวมทั้งนางอัปรา



ภาพที่ 2.25 แสดงของที่ระลึกประเภทพวงกุญแจที่ใช้ลวดลายการรำรำของนางอัปรา

2.4.6 ของที่ระลึกประเทศมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซียเป็นแหล่งรวมของวัฒนธรรมอันหลากหลาย ทั้งมาเลย์ จีน อินเดีย และ ไทย รวมทั้งอีกหลายกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งผสมผสานเข้ากัน อย่างลงตัวคุณ จะได้สัมผัสกับความตื่นตาตื่นใจ เพลิดเพลินไปกับทุกแง่มุมและทิวทัศน์ของความ เป็นเอเชีย ณ ที่นี้ทีเดียว คุณจะสัมผัสกับไออุ่นของชนชาติมาเลเซียต้องที่นี่มาเลเซีย ประเทศมาเลเซีย หรือ เรียกชื่อทางการว่า สหพันธรัฐมาเลเซีย ตั้งอยู่ทางเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พื้นที่ประเทศส่วนหนึ่งอยู่บนแหลมมาลายู และ พื้นที่อีกส่วนหนึ่งอยู่บนเกาะบอร์เนียว ประเทศมาเลเซีย มีพรมแดนประเทศติดกับประเทศอินโดนีเซียและทางทะเลติดกับทะเลจีนใต้ทางตอนใต้ ของเวียดนาม ทางทิศเหนือจดกับประเทศไทย สถานที่สำคัญที่เป็นที่รู้จักและมักเป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่ในของที่ระลึกด้วยเช่นกันคือ หอสูงฝาแฝดเปโตรนัส ซึ่งเป็นอาคารแฝดที่สูงที่สุดในโลก ตึกสูงถึง88ชั้น เป็นอาคารสำนักงาน และ เป็นแหล่ง ช็อปปิ้ง ที่สำคัญของกรุง กัวลาลัมเปอร์ รวมทั้งเป็นศูนย์รวมของการแสดงศิลปะ และ การแสดง เคแอลทาวเวอร์ หรือ หอโทรคมนาคม มีความสูง ถึง 421 เมตร สูงเป็นอันดับหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเป็นอันดับ 4 ของโลก บนชั้น TH01 หรือ Tower Head เป็น จุดชมวิวเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการชมวิวในมุมสูง (มาเลเซีย. http://www.baanjommyut.com/library_2/asean_community/malaysia/04.html. ออนไลน์ 5 มกราคม 2557)



ภาพที่ 2.26 แสดงหอสูงฝาแฝดเปโตรนัสที่ปรากฏอยู่บนของที่ระลึก



ภาพที่ 2.27 แสดงของที่ระลึกที่เสียบกระดาษไนต์ประเภทโลหะชุบที่ได้แนวคิดมาจากหอสูงฝาแฝดเปโตรนัส



ภาพที่ 2.28 แสดงของที่ระลึกที่ประทับพระราชปรเมภทโลหะชุบที่ได้แนวคิดมาจากหอสูงฝาแฝดเปโตรนัส



ภาพที่ 2.29 แสดงของที่ระลึกพวงกุญแจประภทโลหะชุบที่ได้แนวคิดมาจากหอสูงฝาแฝดเปโตรนัสและพระราชวังสุลต่านมาเลเชียแห่งใหม่

2.5 การศึกษารูปแบบของสถานที่และสิ่งอื่นๆ ภายในคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ที่สามารถนำมาเป็นแนวคิดในการออกแบบของที่ระลึกคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

เมื่อเข้ามายังคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สิ่งที่จะเห็นเป็นอันดับแรกคืออาคารคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมหลังเดิมที่เป็นสถานที่ตั้งของคณะ และเป็นที่พักผ่อนของผู้ที่เข้ามาติดต่อประสานงาน จากสภาพอาคารอันเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม



ภาพที่ 2.30 แสดงอาคารคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

ด้านบนส่วนของอาคารด้านหน้าจะสังเกตเห็นสัญลักษณ์สามเหลี่ยมแห่งปัญญาซึ่งประกอบด้วย ภูมิรู้ ภูมิธรรม ภูมิฐานแห่งการเป็นครูที่ดี จึงทำให้สัญลักษณ์ได้ถูกนำไปใช้ในการออกแบบของที่ระลึกครั้งที่ผ่านมา เช่น สมุด หนังสือ เครื่องแก้ว เป็นต้น



ภาพที่ 2.31 แสดงสัญลักษณ์สามเหลี่ยมแห่งปัญญาบนส่วนยอดของอาคาร

ถัดเข้ามาในอาคารด้านโถงด้านซ้ายมือ มองไปด้านนอกอาคารจะสังเกตเห็นจุดสังเกต ที่อาจเรียกได้ว่าเป็น จุดสัญลักษณ์ (Landmark) ที่เห็นต้งเด่นสง่า ซึ่งการสร้างสิ่งนี้เปรียบได้กับแท่งเทียนที่ส่องสว่างความรู้จากครูไปสู่ลูกศิษย์



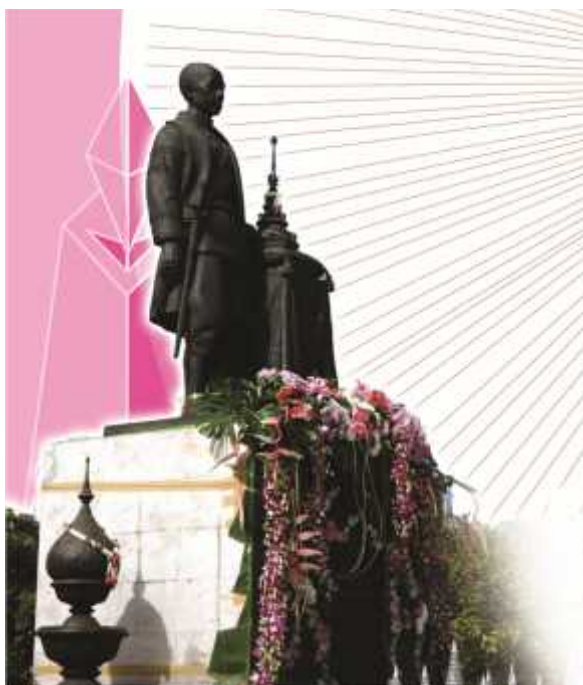
ภาพที่ 2.32 แสดงสัญลักษณ์แท่งเทียนแห่งปัญญา

สิ่งต่อไปที่คนจะจำความเป็นคณะครุศาสตร์พระจอมเกล้าลาดกระบังได้คือ อักษร “KMITL” ซึ่งอักษรนี้ต้องปรากฏบนของที่ระลึกอื่น ๆ ทุกครั้งไป เนื่องด้วยบุคคลภายนอกสามารถจดจำพระจอมเกล้าลาดกระบังได้จากสัญลักษณ์อักษรนี้



ภาพที่ 2.33 สัญลักษณ์อักษร KMITL

สัญลักษณ์ถัดไปเป็นสัญลักษณ์ทางบุคคลที่คนภายนอกและภายในสามารถจดจำได้เป็นอย่างดีคือ อนุสาวรีย์พระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวที่ตั้งเด่นสง่าบนถนนฉลองกรุงด้วยรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร ดังนั้นของที่ระลึกที่ได้ทำการออกแบบที่ผ่านมาจึงได้ใช้รูปภาพของอนุสาวรีย์พระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมาใช้ในการงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 2.34 ภาพอนุสาวรีย์พระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว

ต้นแก้วเจ้าจอมที่ใช้เป็นดอกไม้ประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ต้นแก้วเจ้าจอมนำเข้ามาเมื่อครั้ง พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเสด็จประพาสอินโดนีเซียมีลักษณะดอกคล้ายดอกแก้ว แต่มีสีที่แตกต่างออกไป คือ สีฟ้าอมม่วง มีลักษณะใบประกอบเป็นคู่ 2 คู่ หรือ 3 คู่ ต่อมาพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงกรุณาปลูกไว้เพื่อเป็นที่ระลึกในการสูญเสียสมเด็จพระนางเจ้าสุนันทากุมารีรัตน์ พระบรมราชเทวี พระปิยมเหสีในพระองค์ ต่อมา ศาสตราจารย์เต็ม สมิตินันท์ ผู้เชี่ยวชาญ ด้านพฤกษศาสตร์ ได้เป็นผู้ตั้งชื่อไม้ชนิดนี้ว่า “แก้วเจ้าจอม” หรือ “น้ำอบฝรั่ง” เมื่อครั้งการบริหารงานคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์ แบ่งแยกส่วนราชการออกจากกัน เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2531 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมได้ย้ายมาอยู่ที่อาคารปฏิบัติการคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมปัจจุบันคุณหญิงวนิดา ฐปะเทมีย์ และคณะผู้บริหารในสมัยนั้น ได้นำดอกไม้ชื่อ แก้วเจ้าจอม มาเป็นสัญลักษณ์แห่งครุศาสตร์ฯลาดกระบัง และต้นไม้นี้ได้ปลูกไว้ที่หน้าคณะและมีอยู่ถึงทุกวันนี้ (คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม. มปท.)



ภาพที่ 2.35 แสดงต้นแก้วเจ้าจอมและดอกแก้วเจ้าจอม

สีประจำคณะ สีที่ใช้ประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมคือสีชมพู ซึ่งได้ใช้เป็นตัวแทนของสีในการออกแบบของที่ระลึก ไม่ว่าจะเป็นเสื้อยืด สมุด ชุดเครื่องปั้นดินเผา เนคไทน์ เป็นต้น



ภาพที่ 2.36 แสดงสีประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

อัตลักษณ์เฉพาะของนักศึกษาคณะครุศาสตร์คือ เป็นผู้มีความรู้ทางด้านวิชาชีพและวิชาช่าง เมื่อสำเร็จการศึกษาไปแล้วสามารถไปประกอบอาชีพเป็นครูทั้งในระดับ อาชีวศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษา นักวิชาการ รวมทั้งสายงานที่ได้ศึกษาเล่าเรียน



ภาพที่ 2.37 แสดงภาพนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู

2.6 หลักการออกแบบของทีระลิก

เพื่อความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบของทีระลิก จึงต้องทำความเข้าใจก่อนว่าของทีระลิกมีกี่ประเภท จึงจะสามารถทำการออกแบบได้ตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้ออกแบบ ดังนั้นจึงแยกออกได้เป็นข้อดังนี้

2.6.1 ประเภทของทีระลิก

ของทีระลิกเป็นเสมือนสัญลักษณ์หรือเป็นตัวแทนเหตุการณ์ เรื่องราว หรือสถานที่นั้นๆ ที่ผู้คนไปเยือน ของทีระลิกจึงมักเป็นสิ่งที่กระตุ้นความทรงจำของผู้ไปเยือนและผู้ได้รับของทีระลิก

การจัดแบ่งประเภทของทีระลิกในรูปลักษณะต่างๆ แล้วสามารถกำหนดแบ่งได้ดังนี้

1. การกำหนดแบ่งจากจุดประสงค์ในการสร้าง รูปลักษณะที่แตกต่างกันกันออกไปของของทีระลิกนั้น บางอย่างสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยให้สอดคล้องกับความต้องการการใช้งานหรือตอบสนองความศรัทธาทางด้านจิตใจ รูปลักษณะบางอย่างสร้างขึ้นตามประเพณีนิยม คือการสืบเนื่องรูปแบบและการจัดทำต่อ ๆ กันมา ก่อนหน้านี้อาจจะสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอย แต่ปัจจุบันเป็นการสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่รูปแบบยังคงความเป็นท้องถิ่นอย่างชัดเจน รูปลักษณะที่สร้างขึ้นตามสมัยนิยม ซึ่งแปลคำมาจากเหตุการณ์ ปรากฏการณ์ ความนิยมในสิ่งหนึ่งสิ่งใด ออกมาเป็นรูปแบบหรือสัญลักษณ์ของเหตุการณ์ ความนิยมจึงเปลี่ยนหมุนเวียนไปตามเหตุการณ์หรือช่วงระยะเวลาที่เราเรียกว่าสมัย รูปลักษณะที่สร้างขึ้นเฉพาะ ของบริโภค ของอุปโภค เครื่องประดับหรือวัตถุทางศิลปะที่สร้างขึ้นเฉพาะจะถูกสร้างขึ้นเพื่อจุดมุ่งหมายให้เป็นของทีระลิกโดยตรง ซึ่งรูปแบบอาจจะได้รับการออกแบบสร้างเพื่อเฉพาะบุคคล เหตุการณ์หรือสถานที่เฉพาะงาน เช่น การสร้างของทีระลิกเฉพาะบุคคล อาจจะเป็น รูป โล่ เหรียญ ถ้วย ธง เป็นต้น การสร้างของทีระลิกเฉพาะงาน เป็นการสร้างเพื่อให้แจกแลก ชื้อขายในงานนั้น ๆ โดยตรง เช่นงานแสดงสินค้า งานประกวด งานมงคล งานอวมงคล เป็นต้น การสร้างของทีระลิกรูปแบบเฉพาะเหตุการณ์ อาจเป็นเหตุการณ์ที่ดี ที่ร้ายแรง ที่เป็นตำนาน เป็นประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2. การกำหนดแบ่งจากวัสดุและเทคนิควิธีสร้าง การกำหนดแบ่งของทีระลิกโดยกำหนดยึดความแตกต่างของวัสดุที่นำมาสร้างหรือวัสดุชนิดเดียวกันแต่อาจสร้างเป็นรูปลักษณะขึ้นด้วยเทคนิคหรือวิธีการที่ต่างกัน อาจกำหนดแบ่งออกได้ดังนี้

2.1 ของทีระลิกที่สร้างขึ้นหรือดัดแปลงขึ้นจากวัสดุธรรมชาติ ของทีระลิกประเภทนี้อาจนำเอาวัสดุในธรรมชาติมาเสริมเติมแต่ง ประกอบดัดแปลง ซึ่งบางลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นจากวัสดุธรรมชาติยังคงรูปแบบของธรรมชาติเดิม

2.2 ของทีระลิกที่สร้างขึ้นจากวัสดุสังเคราะห์ วัสดุสังเคราะห์แต่ละประเภทที่มนุษย์ค้นพบและรู้จักนำมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดรูปแบบที่ต่างกันเนื่องด้วยคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุแต่ละชนิดนั้นต่างกัน

2.3 ของทีระลิกที่สร้างขึ้นจากเศษวัสดุ เศษวัสดุอาจเป็นวัสดุจากธรรมชาติหรือวัสดุสังเคราะห์ที่ถูกนำมาใช้งานแล้วเหลือหรือเกิน

3. การกำหนดแบ่งจากรูปลักษณะที่ปรากฏ เป็นการกำหนดแบ่งจากรูปลักษณะที่พบเห็นโดยทั่วไป ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นข้อดังนี้

3.1 รูปลักษณะตัวอักษร เป็นการนำอักษรย่อหรือคำเต็มของบุคคล สถานที่ มาจัดทำเป็นของทีระลิก

3.2 รูปลักษณะเรขาคณิต เป็นการนำเอารูปและลวดลายทางเรขาคณิต มาสร้างเป็นสัญลักษณ์ในรูปแบบของสิ่งต่าง ๆ

3.3 รูปลักษณะตามลัทธิความเชื่อ เป็นการนำเอาสมมติเทพ เทวรูป รูปสัตว์ในวรรณคดีหรือสิ่งบูชาอื่น ๆ มาสร้างเป็นของที่ระลึก

3.4 รูปลักษณะธรรมชาติ เป็นการนำเอาสิ่งที่มีหรือสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ นำมาทำเป็นรูปแบบของที่ระลึก ซึ่งอาจจะเป็นรูปคน สัตว์ ทิวทัศน์ โลก จักรวาล เป็นต้น

3.5 รูปลักษณะผลิตและเครื่องมือเครื่องใช้ เป็นการนำเอาผลิตภัณฑ์สินค้าประเภทต่าง ๆ ทั้งที่เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องประดับ ของบริโภค มาจัดทำให้อยู่ในลักษณะของที่ระลึก

3.6 รูปลักษณะอิสระ เป็นรูปลักษณะที่สร้างสรรค์ขึ้นมาด้วยความคิดในจินตนาการ

4. การกำหนดแบ่งตามคุณค่าแห่งการนำไปใช้ เป็นการจัดแบ่งโดยถือเอาเป้าหมายการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้เป็นสำคัญ คือ

4.1 ของที่ระลึกประเภทบริโภค คือของที่ระลึกที่อยู่ในลักษณะของอาหาร ในสมัยก่อนอาจจะเป็นอาหารที่อยู่ในลักษณะที่คงรูปแบบธรรมชาติ แต่ปัจจุบันปรับรูปแบบให้เข้ากับสมัยนิยม

4.2 ของที่ระลึกประเภทประโยชน์ใช้สอย เครื่องมือเครื่องใช้นั้นมักจะถูกนำไปเป็นของที่ระลึกและประดับมากกว่าการนำมาใช้

4.3 ของที่ระลึกประเภทประโยชน์ตกแต่ง เครื่องมือเครื่องใช้มักถูกสร้างขึ้นเพื่อสนองต่อความต้องการทางด้านร่างกาย แต่สิ่งที่ยังประโยชน์ในด้านการตกแต่งมักจะถูกสร้างขึ้นเพื่อสนองต่อจิตใจเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งของที่ระลึกประเภทนี้มีทั้งใช้ในการตกแต่งร่างกายอันได้แก่เครื่องประดับ สิ่งตกแต่งอาคาร สิ่งตกแต่งสถานที่ เป็นต้น

4.4 ของที่ระลึกประเภทวัตถุทางศิลปะ ของที่ระลึกประเภทนี้ส่วนใหญ่สร้างสรรค์ขึ้นโดยศิลปินออกแบบและสร้างสรรค์ขึ้นโดยคนคนเดียว ศิลปวัตถุเหล่านี้แต่เดิมเป็นการถ่ายทอดสร้างสรรค์ของศิลปินเพื่อแสดงออกทางอารมณ์ แะความรู้สึกอันเป็นมากกว่าจะมุ่งสร้างเพื่อประโยชน์ในทางซื้อขายแลกเปลี่ยน (ประเสริฐ ศิลรัตน์. 2531 : 27-63)

2.6.2 ลำดับขั้นตอนของการออกแบบของที่ระลึก

1. กำหนดประเภทของรูปแบบ คือการกำหนดเป้าหมายเบื้องต้นในเรื่องรูปแบบว่าจะให้มีแนวโน้มไปในลักษณะใด เช่น อาจกำหนดให้มีรูปแบบในลักษณะตามประเพณีนิยมก็อาจออกแบบจำกัดให้ชัดเจนไปได้ดีกว่ารูปแบบประเพณีนิยมนั้นจะเป็นประเพณีนิยมแบบสากลทั่วไปหรือเป็นรูปแบบประเพณีนิยมเฉพาะของท้องถิ่น ของภูมิภาค ของหมู่บ้าน ฯลฯ หรืออาจกำหนดสร้างให้มีรูปแบบในลักษณะตามสมัยนิยมก็อาจออกแบบจำกัดให้ชัดเจนไปได้ว่าจะเป็นรูปแบบที่กำลังนิยมอยู่โดยทั่วไปในปัจจุบันหรือรูปแบบที่กำลังจะเป็นที่นิยมและรูปแบบที่พยายามจะสร้างให้กลายเป็นความนิยมขึ้นใหม่ในโอกาสต่อไปและถ้าจะกำหนดเป้าหมายในเรื่องรูปแบบให้เป็นลักษณะเฉพาะนั้นเป็นรูปแบบเฉพาะของอะไร ของบุคคล เหตุการณ์ งาน สถานที่ ฯลฯ

2. เก็บรวบรวมข้อมูล การออกแบบสร้างสัญลักษณ์สิ่งแทนบุคคล เหตุการณ์ สถานที่หรือแทนสิ่งใด ๆ ก็ตาม ผู้ออกแบบควรเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ เพื่อ

เป็นแนวทางในการในการออกแบบให้มีลักษณะสอดคล้องกับความเป็นสิ่งนั้นอย่างแท้จริง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวอาจจะเป็นประวัติเรื่องราว รายละเอียด รูปภาพ หลักฐานเอกสารสิ่งตีพิมพ์ ฯลฯ

3. สำนักราคานิยม ในปัจจุบันของที่ระลึกมีส่วนผูกพันกับค่านิยม รสนิยมของบุคคลอยู่มาก คำว่า “ค่านิยม” อาจหมายถึงความสนใจ ความพึงพอใจ ความชอบ ความนิยม หน้าที่ ความปรารถนา ความอยาก ความต้องการ ความเหน็ดเหนื่อยและความดึงดูดหรือความรู้สึกอื่นที่มนุษย์มีต่อผลผลิต มีต่อการกระทำ สิ่งเหล่านี้มนุษย์ยึดถือไว้สำหรับเป็นแนวทางในการใช้เลือกหรือแนวทางในการจัด การรวบรวมองค์ประกอบของสิ่งต่าง ๆ เข้าด้วยกันด้วยวิธีการที่เหมาะสม

จากคำจำกัดความของคำว่า “ค่านิยม” คำเดียว บางครั้งก็ให้ความหมายต่อการทำงานของมนุษย์เป็นอย่างมากในการออกแบบ เพราะมีส่วนผูกพันกับค่านิยมทั้งตัวนักออกแบบเอง แล้วรวมไปถึงผู้ใช้ผู้บริโภคด้วย ค่านิยมจึงเป็นสิ่งที่มัลต่อการออกแบบสร้างของที่ระลึกอย่างกว้างขวาง ผู้ที่สร้างสรรค์ต้องใช้การสังเกตและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยมของผู้บริโภคไว้เป็นพื้นฐานประกอบการตัดสินใจในการออกแบบ

4. การจับประเด็นสำคัญของข้อมูลเพื่อกำหนดรูปแบบ จากข้อมูลที่เก็บรวบรวมผู้ออกแบบจะต้องนำมาคัดเลือกกลั่นกรองเอาแต่เฉพาะช่วงตอนที่เป็นประเด็นสำคัญ เพื่อถ่ายทอดสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการจับประเด็นสำคัญในข้อมูลนั้นขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบต้องการเน้นย้ำในด้านใด ทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลทั้งหมดอาจเป็นเรื่องราวของความรัก ความพลัดพราก ความปิตินดี ความตาย ความกล้าหาญ ความเชื่อความศรัทธา ความกล้าหาญวีรกรรม ฯลฯ

ซึ่งเรื่องราวอันก่อให้เกิดอารมณ์สะเทือนใจจากข้อมูลเหล่านี้ ย่อมสามารถกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำความทรงจำได้ต่างกัน หากเรื่องราวเป็นที่ประทับใจ ความทรงจำก็จะฝังแน่นยาวนานกว่าเรื่องราวที่เป็นปกติธรรมดา ดังนั้น ผู้ออกแบบจึงควรมีความเข้าใจในการแยกแยะข้อมูลและจับประเด็นความรู้สึกอันถูกกระตุ้นเร้าจากข้อมูลที่ได้ผนวกกับ “ค่านิยม” แปลค่าออกมาเป็นสัญลักษณ์สิ่งแทน

5. กำหนดคุณค่าและการนำไปใช้ การจับประเด็นของข้อมูลที่เป็นเนื้อหาเรื่องราวเพื่อกำหนดถ่ายทอดเป็นรูปแบบให้สอดคล้องกับค่านิยมนั้น สามารถกระตุ้นเร้าทางความรู้สึกให้เกิดความประทับใจอันเป็นคุณค่าทางความรู้สึกหรือคุณค่าภายใน

ส่วนอีกคุณค่าอีกประการหนึ่งที่ผู้ออกแบบควรคำนึงควบคู่กันไปด้วยคือ คุณค่าภายนอกหรือคุณค่าทางกายภาพของวัตถุ คุณค่านี้อาจเกิดจากการนำวัสดุที่มีคุณค่าในตัวเองอยู่บ้างแล้วมาสร้างสรรค์เป็นของที่ระลึก เช่น อัญมณี งาม แก้ว ทอง ฯลฯ หรือค่าของงานอยู่ที่ความเก๋ กะทัดรัด แปลกตา สวยงาม มีคุณค่าต่อการมองสมารถบันดาลให้เกิดความภาคภูมิใจ มีสง่าราศี เป็นต้น

และคุณค่าอีกลักษณะหนึ่งก็คือคุณค่าที่เกิดจากการนำไปใช้ ในปัจจุบันของที่ระลึกมักออกมาในรูปของสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องประดับ ที่ได้รับการออกแบบให้มีความหมายว่าเป็นของที่ระลึก นับว่าเป็นความคิดที่ดี ผู้รับสามารถใช้ประโยชน์จากของที่ระลึกได้ด้วยซึ่งดีกว่าตั้งไว้เพื่อคุณค่าทางจิตใจหรือคุณค่าทางความงามเฉย ๆ ซึ่งรูปแบบที่ใช้ในการออกแบบอาจดัดแปลงแปรรูปจากสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องประดับที่มีปรากฏอยู่แล้วให้เป็นของที่ระลึก เช่น เอาถ้วยชาม ช้อนส้อม จาน ฯลฯ ย่อขนาดและสัดส่วนลงให้พอเหมาะแล้วกำหนดสัญลักษณ์ของที่ระลึกลงไปก็เป็นของที่ระลึกได้โดยสมบูรณ์

6. ข้อควรคำนึงในด้านการผลิตและการตลาด หากของที่ระลึกที่จะออกแบบนั้นเกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายโดยผลิตขึ้นเป็นจำนวนมาก ผู้ออกแบบอาจต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ อีกดังนี้

- ของที่ระลึกนั้นจำเป็นหรือมีคนนิยมหรือไม่ใช้ประโยชน์ได้หรือไม่
 - ของที่ระลึกนั้นผลิตขึ้นมาได้ง่ายหรือไม่ วัสดุที่จะนำมาประดิษฐ์นั้นมีอยู่เพียงพอและหาได้ยากง่ายประการใด
 - จะใช้วัสดุอะไร สีอะไร การขัดเงาเคลือบผิวอย่างไร
 - การนำออกโชว์ การขนส่งทำได้ง่ายหรือไม่ จะต้องจัดใส่หีบห่อหรือจะต้องระมัดระวังเป็นพิเศษประการใด
 - วัตถุดิบอะไร ขึ้นส่วนมากน้อยเพียงใด ต้องใช้เครื่องมืออะไร เครื่องแรงงานเป็นอย่างไร ออกแบบแล้วผลิตขึ้นได้หรือไม่ จะผลิตให้ถูก มีคุณสมบัติดีและรวดเร็วขึ้นได้อย่างไร
 - จะซื้อวัสดุได้หรือไม่ ควบคุมคุณภาพได้อย่างไร จะใช้วัสดุอะไรแทนกันได้บ้างและสามารถผลิตวันละเท่าไร เดือนหรือปีละเท่าใด
 - ตลาดสินค้าของที่ระลึกนั้น ๆ สำหรับคนไทยหรือชาวต่างประเทศ
 - ตลาดมีขอบเขตกว้างแค่ไหน เป็นตลาดท้องถิ่น ทัวประเทศหรือตลาดต่างประเทศ
 - จะนำสินค้าออกสู่ตลาดโดยวิธีใด
 - ลูกค้าชอบและไม่ชอบอะไร เช่น สี วัสดุ รูปร่าง ลูกค้าต้องการอะไร จำเป็นต้องใช้อะไร มีความสามารถซื้อได้หรือไม่
 - ของที่ระลึกประเภทเดียวกันนี้มีผู้ผลิตแข่งขันรายอื่นหรือไม่ มีอยู่แพร่หลายเพียงไร ราคาเป็นอย่างไร คุณภาพเป็นอย่างไร และรูปร่างเป็นอย่างไร
- (<http://souvenirbuu.wordpress.com/about/ความรู้เบื้องต้นเกี่ยว/ลำดับขั้นตอนการออกแบบ.ออนไลน์ 20 ธันวาคม 2556>)

2.7 สุนทรียะทางทัศนศิลป์

ในการออกแบบใด ๆ ก็ตาม ส่วนประกอบสำคัญของสร้างสรรค์ผลงานที่ขาดไม่ได้ นั่นคือ ความงาม ความหมายของความงามนั้นแม้ว่าการตีความจะมีความหลากหลายนั้น ก็ต้องขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้รับรู้ทางความงาม แต่กระนั้นก็ตาม นักออกแบบควรตระหนักถึงคุณค่าทางความงาม เพื่อให้ผลงานนั้นสร้างสรรค์ออกมาเพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้งาน การมองความงามนั้นจะต้องประกอบด้วยสิ่งที่มากระทบกับสายตาที่ประกอบด้วย เส้น สี รูปทรง รูปร่าง เป็นต้น ดังนั้นจึงต้องอาศัยการจัดวางองค์ประกอบที่ดี ซึ่งการจัดวางองค์ประกอบนั้นประกอบด้วย เอกภาพ ความสมดุล จุดเด่น พื้นที่บวกลบ จังหวะ นัยยะ และความสัมพันธ์

เอกภาพ เป็นการจัดองค์ประกอบโดยคำนึงถึงภาพรวมของงานให้มีความเป็นหนึ่งเดียว และมีความลงตัว เป้าหมายสูงสุดของความงามอยู่ที่ความเป็นเอกภาพ การมองด้วยเหตุผลเป็นการมองความงามในเชิงเหตุผลมากกว่าอารมณ์ความรู้สึกล้วน ๆ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเกี่ยวกับเอกภาพ คือ การเลือกใช้อองค์ประกอบพื้นฐานอันได้แก่ จุด เส้น ระนาบ รูปร่าง รูปทรง ขนาด สี พื้นผิว แสงเงาอย่างพอเหมาะสมกับงาน (ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์. 2557 : 96-97)

ความสมดุล เป็นการจัดองค์ประกอบโดยคำนึงถึงน้ำหนักในความรู้สึกขององค์ประกอบระหว่างที่ถูกเปรียบเทียบ ความสมดุลสามารถแบ่งได้เป็นสองแบบใหญ่ ๆ ความสมดุลแบบเท่ากัน และความสมดุลแบบไม่เท่ากัน เมื่อดูมุมมองของการใช้ความสมดุลแบบเท่ากันนั้น จึงมักนำไปใช้สำหรับงานทางสถาปัตยกรรมทางศาสนา งานการออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับองค์กรต่าง ๆ เพื่อให้การมองนั้นดูมั่นคง น่าเชื่อถือ หากเป็นรูปแบบความสมดุลแบบไม่เท่ากันมักนำไปใช้การงาน

ทางศิลปะ หรือไม่ก็งานทางการตกแต่ง เพื่อให้งานนั้นออกมามีความแปลกใหม่ ดูไม่ซ้ำซาก ดังนั้นนักออกแบบจึงต้องคำนึงถึง บรรยากาศ ความรู้สึก ความต้องการ การเลือกใช้ความสมดุลให้สอดคล้องกับเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ รวมถึงน้ำหนักและตำแหน่งขององค์ประกอบที่เลือกใช้ในงาน (ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์. 2557 : 104-108)

จุดเด่น เป็นการจัดองค์ประกอบโดยคำนึงถึงจุดเด่นในตัวงาน ศิลปินและนักออกแบบมักสร้างผลงานด้วยการสร้างจุดเด่นให้กับผลงาน โดยจุดเด่นจะต้องทำหน้าที่เป็นจุดเด่นจริง ๆ หากการทำงานเราสร้างจุดเด่นหลาย ๆ ที่ในงานมากเกินไปจนเกิดการแข่งขันกันเองในงาน จะทำให้งานนั้นขาดเอกภาพไปในที่สุด สิ่งที่ต้องคำนึงเกี่ยวกับการใช้จุดเด่นคือ เราจะใช้จุดเด่นเล่นเรื่องราวที่ต้องการในงานอย่างไร ตัวเอกและตัวประกอบในงานเป็นอย่างไร จะใช้องค์ประกอบพื้นฐานใดในการสร้างจุดเด่น และจะวางจุดเด่นไว้ในตำแหน่งใดของภาพหรือของงานออกแบบ (ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์. 2557 : 110-112)

พื้นที่บวกลบ เป็นการจัดองค์ประกอบที่คำนึงถึงส่วนพื้นที่บวก (ส่วนภาพ) กับส่วนพื้นที่ลบ (ส่วนพื้น) ศิลปินและนักออกแบบสามารถสร้างผลงานให้มีเอกภาพ ให้มีสัดส่วนที่สวยงาม ส่วนที่เป็นภาพคือส่วนที่ถูกรายล้อมด้วยส่วนที่เป็นพื้น จึงมีธรรมชาติที่เด่นกว่าพื้น ทำหน้าที่เล่าเรื่อง ในขณะที่พื้นทำหน้าที่เป็นฉากของเรื่อง ในกรณีที่เน้นภาพรูปธรรม ภาพคือส่วนของรูปร่างที่ทำให้ผู้รับรู้ได้ว่าเป็นรูปของอะไร แต่ถ้าเป็นภาพจะมีองค์ประกอบบางอย่างที่เด่นกว่าส่วนของพื้น สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเกี่ยวกับพื้นที่บวกลบ คือ องค์ประกอบใดทำหน้าที่เป็นภาพ และเป็นพื้น สัดส่วนที่ลงตัวของภาพและพื้น จะให้ส่วนที่เป็นภาพหรือส่วนที่เป็นพื้นกลายเป็นจุดเด่น และการสลับภาพและพื้นสามารถสร้างให้งานดูน่าสนใจมากขึ้น (ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์. 2557 : 116-118)

จังหวะ เป็นการจัดองค์ประกอบโดยคำนึงถึงจังหวะของส่วนประกอบต่าง ๆ ในงานมนุษย์มีความสัมพันธ์กับจังหวะตลอดเวลาและมีความสำคัญต่อชีวิตเป็นอย่างมาก ศิลปะก็มีจังหวะ การนำองค์ประกอบพื้นฐานมาเรียงกันทำให้เกิดจังหวะที่หลากหลาย สร้างเอกภาพและความน่าสนใจให้กับผลงาน การซ้ำคือการนำองค์ประกอบเดียวกันมาทำซ้ำแล้ววางต่อ ๆ กันให้เกิดเป็นจังหวะ ลวดลายคือการนำองค์ประกอบตั้งแต่ 1 อย่างขึ้นไป มาเรียงซ้ำจนเกิดเป็นลวดลายที่สวยงาม สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเกี่ยวกับจังหวะคือ จะใช้องค์ประกอบใดมาสร้างจังหวะ จะใช้จังหวะแบบใดในการนำเสนอผลงาน และ จะใช้จังหวะใดในการเล่าเรื่องราวอย่างไร (ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์. 2557 : 121-123)

นัยยะ เป็นการนำองค์ประกอบอย่างหนึ่งมาจัดวางเพื่อให้นึกถึงหรือเห็นเป็นองค์ประกอบอีกอย่างหนึ่ง เช่นการใช้จุดมาเรียงต่อกันเพื่อให้เห็นเป็นเส้น หรือเห็นเป็นระนาบ นัยยะเป็นวิธีการจัดองค์ประกอบที่สร้างความน่าสนใจให้กับงาน เนื่องจากไม่บอกตรง ๆ ว่าสิ่งนั้นคืออะไร แต่ต้องตีความ ทำให้สามารถ ชื่นชอบความ หรือชื่นชมบางอย่างได้ เช่น ความหมาย การเชื่อมโยง หรือทิศทาง ดังนั้นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงเกี่ยวกับนัยยะ คือ จะใช้องค์ประกอบใดมาสร้างนัยยะให้สื่อความหมายที่ต้องการ จะซ่อนความหมายด้วยนัยยะอย่างไร ให้ผู้ชมสามารถตีความได้ หรือเข้าใจสิ่งที่ศิลปินและนักออกแบบต้องการที่จะนำเสนอ และจะนำเสนอตามผู้ชมด้วยการใช้นัยยะแสดงทิศทางได้อย่างไร (ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์. 2557 : 125-127)

ความสัมพันธ์ เป็นการจัดวางองค์ประกอบโดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ 2 สิ่งขึ้นไป มนุษย์ก็เช่นกัน เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่มีความหลากหลายทางความสัมพันธ์ เมื่อเปรียบเทียบกับศิลปะกับความงามก็ต้องมีความสัมพันธ์ที่ลงตัวเหมาะสมระหว่างองค์ประกอบสองอย่างขึ้นไป การสร้างความสัมพันธ์สามารถทำได้หลายวิธี เช่น การจัดกลุ่ม การวางติด การเกี่ยวคล้อง

สิ่งที่ต้องคำนึงเกี่ยวกับการใช้ความสัมพันธ์ คือ จะจับองค์ประกอบใดมาสร้างความสัมพันธ์ จะใช้ความสัมพันธ์แบบไหนมาทำให้เกิดลูกเล่นที่น่าสนใจ และจะใช้ความสัมพันธ์เพื่อสื่อความหมายที่ต้องการอย่างไร (ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์. 2557 : 130-132)

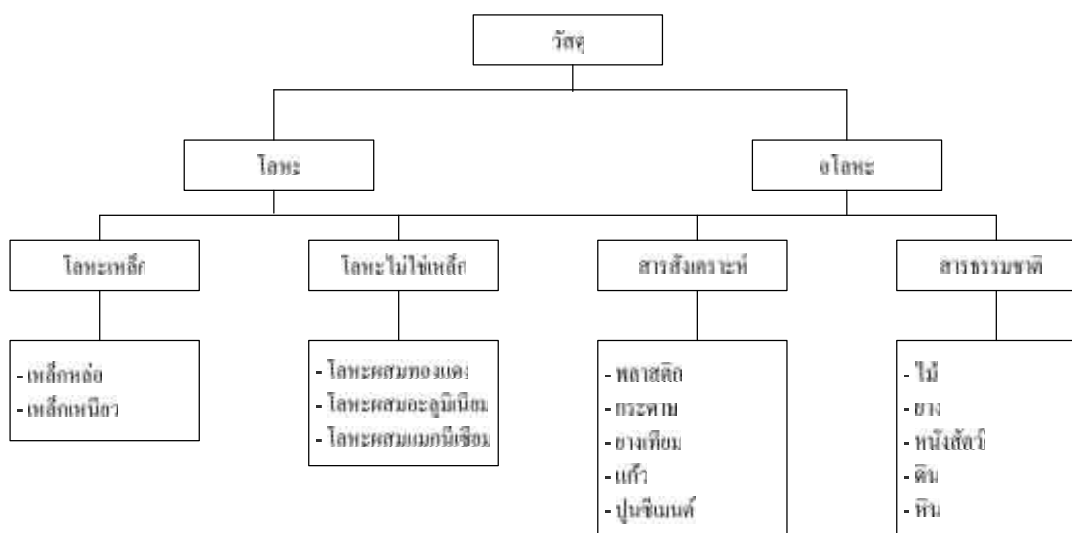
2.8 การศึกษาวัสดุในงานออกแบบของที่ระลึก

สาเหตุที่ทำให้ของที่ระลึกมีรูปแบบที่แตกต่างกันนั้นมีหลายสาเหตุ เช่น วัสดุที่ใช้ทำเทคนิคการทำ และค่านิยมหรือประเพณีนิยมในท้องถิ่น การที่วัสดุในท้องถิ่นไม่เหมือนกันทำให้สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมานั้นแตกต่างกันด้วย แม้ว่าในท้องถิ่นเดียวกันจะนำวัสดุในท้องถิ่นชนิดเดียวกันมาใช้เป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์งาน แต่รูปแบบอาจแตกต่างกันไป แล้วแต่เงื่อนไขที่ประกอบด้วยประโยชน์และหน้าที่ในการนำไปใช้เป็นสำคัญ ความแตกต่างอันเนื่องมาจากเทคนิคการทำ อุปกรณ์เครื่องมือเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้รูปแบบของที่ระลึกนั้นมีเทคนิคการทำที่แตกต่างกัน คุณค่าต่างๆ ของสิ่งที่สร้างสรรค์งานขึ้นมาก็แตกต่างกันไปตามฝีมือของช่างผู้ผลิตด้วย ความแตกต่างอันเนื่องมาจากค่านิยมหรือประเพณีนิยมในท้องถิ่น เพราะแต่ละท้องถิ่นสภาพดินฟ้าอากาศ ทรัพยากร และวัสดุไม่เหมือนกัน การสืบทอดวัฒนธรรมทางรูปแบบโดยการสร้างสมในทางปฏิบัติกันการยุคหนึ่งสู่อีกยุคหนึ่ง (ประเสริฐ ศีลรัตน์. 2531 : 8-15)

ในทางอุตสาหกรรมจะจำแนกวัสดุออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. โลหะ ซึ่งโลหะสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ พวงโลหะเหล็ก และพวงโลหะไม่ใช่เหล็ก โลหะเหล็กมีหลายชนิด ตามปกติจะหล่อเป็นแท่ง หรือรูปร่างอื่น ๆ ตามความต้องการ คุณสมบัติของโลหะเหล็กแต่ละชนิดจะมีคุณสมบัติทางกายภาพแตกต่างกันเนื่องจากปริมาณส่วนผสมของคาร์บอนที่มีอยู่ในเนื้อโลหะมากน้อยต่างกัน ได้แก่ เหล็กอ่อน เหล็กกล้า เหล็กหล่อ เป็นต้น โลหะไม่ใช่เหล็ก ได้แก่ โลหะหรือโลหะผสมที่ไม่ใช่เหล็กเกี่ยวข้องอยู่ด้วย เช่น โลหะผสมทองแดง ได้แก่ ทองเหลือง และ บรอนซ์ นอกจากนี้ยังมีอีกหลายชนิด เช่น โลหะผสมอะลูมิเนียม และโลหะผสมแมกนีเซียม เป็นต้น

2. อโลหะ จำแนกได้เป็น 2 พวกใหญ่ คือ สารสังเคราะห์ และสารธรรมชาติ ซึ่งมีอยู่มากมายในวงการอุตสาหกรรมทั่ว ๆ ไป สารสังเคราะห์ที่เราใช้อยู่ในชีวิตประจำวันที่เห็นได้ชัดและเป็นที่รู้จัก เช่น พลาสติก โยเทียม ยางเทียม และ ซีเมนต์ เป็นต้น ส่วนสารธรรมชาติ เช่น ไม้ ยางธรรมชาติ หนังสัตว์ หิน และ ดิน เป็นต้น (สาคร คันธโชติ. 2529 : 1-4)



ภาพที่ 2.38 ผังประเภทวัสดุ

การเลือกใช้วัสดุ สิ่งสำคัญที่สุดในการพัฒนากรรมวิธีการผลิต ผลิตภัณฑ์ คือทำอย่างไรที่จะมีวิธีการนั้นใช้ต้นทุนต่ำที่สุด คือการเลือกวัสดุที่เหมาะสมนั่นเอง กระบวนการคัดเลือกจะมีวิธีการดำเนินการหลัก ๆ คือ

1. วิเคราะห์ปัญหาการใช้งานของวัสดุ จะต้องศึกษาถึงตัวผลิตภัณฑ์ที่ต้องการผลิต เช่น หน้าที่ของผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติทางกายภาพ และการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้งาน
2. การแปลวัสดุให้มีคุณสมบัติตามความต้องการที่จะนำไปใช้งาน
3. การเลือกวัสดุให้มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกัน
4. การตีราคาของวัสดุ ขั้นตอนนี้เพื่อดูว่าวัสดุที่เลือกใช้มีคุณสมบัติเฉพาะที่ดีที่สุดสำหรับการใช้งานหรือไม่ โดยทั่วไปการตีราคาของการดำเนินมี 3 ช่วง คือ การกรอง การคัดเลือก และข้อมูลการออกแบบ (สาคร คันธ์โชติ. 2529 : 10-11)

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปนัดดา มนุรัชฎา (2556 : บทคัดย่อ) ได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้และสำรวจความต้องการผู้บริโภค 2) เพื่อออกแบบสินค้าของที่ระลึกจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์ที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ โดยมีลำดับขั้นตอนการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามปลายเปิดสอบถามเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์และเก็บข้อมูลความต้องการผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายสมาชิกมิวเซียมสยามเฟสบุ๊คแฟนเพจใช้เวลา 2 สัปดาห์ มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน ตอบครบ 88 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

2) สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 5 คน และผู้เชี่ยวชาญประจำพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้จำนวน 2 คน ใช้วิธีเลือกโดยจงใจ (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า

3) สอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยออกแบบได้แก่สมาชิกมิวเซียมสยามเฟสบุ๊คแฟนเพจใช้เวลา 2 สัปดาห์มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่าการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติความถี่และร้อยละเพื่อวัดผลความพึงพอใจของผู้บริโภค แล้วจึงนำมาแปลผลโดยการบรรยาย ผลการวิจัยพบว่าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจมากที่สุดมี 2 แบบ คิดเป็นร้อยละ 64.7 เท่ากัน คือ 1) ชิ้นงาน “เกาะรัตนโกสินทร์” นาฬิกาแขวนผนังรูปจำลองสถานที่สำคัญในเกาะรัตนโกสินทร์ เช่นพระบรมมหาราชวังเสาชิงช้าอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย เป็นต้น วัสดุที่ใช้ทำจากพลาสติกอะคริลิกผลิตโดยการตัดเลเซอร์ติดเครื่องนาฬิกาและตัวแขวนด้านหลัง 2) ชิ้นงาน “สยามไอคอน” ชุดแม่เหล็กสำหรับตั้งรูปหรือติดตู้เย็น วัสดุที่ใช้ทำจากพลาสติกอะคริลิก ผลิตโดยการตัดเลเซอร์ติดแม่เหล็กด้านหลังสัญลักษณ์ตัวแทนกรุงเทพฯ เช่น เสาชิงช้าเรือสุพรรณหงษ์และรถตุ๊กตุ๊ก

มานะ อินพรมมี (2555 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝาก ของที่ระลึกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยในการทำวิจัยมีวัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีการดำเนินการอยู่แล้วได้แก่ ผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวเป็นของฝากของที่ระลึกโดยใช้แนวคิดจากงานศิลปกรรมในท้องถิ่น ประกอบการออกแบบแล้วตรวจสอบคุณลักษณะที่ต้องการและประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถาม แบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean)

1. สรุปผลการประเมินการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญภาพรวมทุกด้านของผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 แบบมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.10$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า 1) ด้านความมีเอกลักษณ์มีความเหมาะสมมาก ($X = 4.03$) 2) ด้านความสวยงามมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.00$) 3) ด้านความสะดวกในการใช้งานมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.11$) 4) ด้านความปลอดภัยมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.10$)

2. สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้สนใจและนักท่องเที่ยวภาพรวมทุกด้านของผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 แบบมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.42$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า 1) ด้านความมีเอกลักษณ์มีความเหมาะสมมาก ($X = 4.29$) 2) ด้านความสวยงามมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.43$) 3) ด้านความสะดวกในการใช้งานมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.49$) 4) ด้านความปลอดภัยมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.46$)

3. สรุปผลการประเมิน จากคณะอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบภาพรวมทุกด้านของผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 แบบมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.12$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า 1) ด้านความมีเอกลักษณ์มีความเหมาะสมมาก ($X = 4.11$) 2) ด้านความสวยงามมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.15$) 3) ด้านความสะดวกในการใช้งานมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.11$) 4) ด้านความปลอดภัยมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.10$) ผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 แบบมีคุณลักษณะทุกด้านมีความเหมาะสมมาก

รจนา จันทราสา และคณะ (2553 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาและพัฒนาเอกลักษณ์ลวดลายบ้านเชียงเพื่อประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ผ้าแปรรูปพื้นที่บาติก เพื่อพัฒนารูปแบบเป็น

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกจังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์เอกลักษณ์ลวดลายบ้านเชียง ในการนำมาประยุกต์ร่วมกับผลิตภัณฑ์ผ้าแปรรูปพื้นที่บาติกได้ 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าแปรรูปพื้นที่บาติกจังหวัดอุดรธานี จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ ให้มีความสวยงามเหมาะสมกับเอกลักษณ์ลวดลายบ้านเชียง 3) เพื่อประเมินผลิตภัณฑ์ผ้าแปรรูปพื้นที่บาติกที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าที่ออกแบบและพัฒนานำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนจังหวัดอุดรธานี 100 คน สอบถามให้ได้มาซึ่งเอกลักษณ์ลวดลายบ้านเชียงที่เหมาะสมในการประยุกต์ร่วมกับผ้าแปรรูปพื้นที่บาติก แล้วประเมินรูปแบบ โดย ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินความเหมาะสมของรูปแบบในการประยุกต์ร่วมกับผลิตภัณฑ์ จากนั้นสร้างต้นแบบแล้วประเมินผลวัดระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าแปรรูปพื้นที่บาติกที่ได้จากการออกแบบผลการวิจัยพบว่า 1) เอกลักษณ์ลวดลายบ้านเชียง ที่สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์บ้านเชียงได้ชัดเจนมากที่สุด คือ ลวดลายขดกันหอยของบ้านเชียง ผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกจังหวัดอุดรธานีจากผ้าแปรรูปพื้นที่บาติกลายบ้านเชียงประเภทชุดผ้าปูที่นอน มากที่สุด รองมาคือ คือ เฟอร์นิเจอร์ เก้าอี้ และโคมไฟประดับบ้านตามลำดับ 2)ผลการวิเคราะห์การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าแปรรูปโดยผู้เชี่ยวชาญการออกแบบ รูปแบบของชุดผ้าปูที่นอน เก้าอี้ และโคมไฟ ที่ออกแบบและพัฒนานั้นมีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย เหมาะสมกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต มีความสวยงามและลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด 3)ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าแปรรูปพื้นที่บาติก มีความพึงพอใจเก้านั่งเล่นมากที่สุด รองลงมาคือ ชุดผ้าปูที่นอน และโคมไฟประดับบ้าน ตามลำดับ

สมสกุล จีระศิลป์ และคณะ (2553 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการออกแบบร้านค้าและของที่ระลึกเพื่อการพัฒนานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา : กรณีศึกษาเปรียบเทียบเมืองเก่าพระนครศรีอยุธยา ประเทศไทยและ เมืองเก่าเกียวโต ประเทศญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อ (1) เพื่อเสนอแนะแนวทางการออกแบบร้านค้าและของที่ระลึก และการวางโซนร้านค้าของที่ระลึกของเมืองเก่าพระนครศรีอยุธยา ที่สอดคล้องกับการพัฒนาแบบบูรณาการเชิงอนุรักษ์และเชิงพาณิชย์(2) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในรูปของร้านค้าและของที่ระลึก การศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็นสามข้อมูลพื้นฐานจากเอกสารต่าง ๆ และข้อมูลจากภาคสนาม จากการศึกษาสำรวจเปรียบเทียบด้วยเพื่อนามาวิเคราะห์คุณค่าทางสถาปัตยกรรมและการออกแบบ การเปรียบเทียบวิเคราะห์ SWOT จากสถานที่จริงและปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ และการแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 1395 ตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 533 คน (2) ผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่จำนวน 90 คน และ(3) นักท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวน 739 คน จากการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ และตอบแบบสอบถาม เพื่อทราบข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านค้า การจัดพื้นที่ร้านค้า สภาพแวดล้อมร้านค้า การสัญจร ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและปัจจัยที่มีผลต่อความพอใจและการเลือกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก และตอบแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์เกี่ยวกับร้านค้าและของที่ระลึกในพื้นที่ทำการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า 1. สภาพแวดล้อมทางกายภาพและร้านค้า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ควรเพิ่มขนาดพื้นที่กว้างของทางเท้า ควรจัดเป็นถนนคนเดิน ควรกำหนดเส้นทางเดินให้ผ่านกิจกรรมและสถานที่สำคัญ กำหนด ทิศทางการเข้าออกของเส้นทางสัญจร กำหนดชนิดและความเร็วของพาหนะเพื่อเข้าสู่พื้นที่ในแต่ละจุด ควรเน้นการสัญจรโดยการเดินและพาหนะที่จัดให้เช่นรถราง กำหนด

เส้นทางสัญจรที่ไม่วกวนและสับสนและมีความต่อเนื่องกัน เรื่องการจัดระเบียบร้านค้า ควรจัดร้านค้าให้สอดคล้องกับเส้นทางเดิน และควรโยกย้ายร้านค้าในส่วนที่กระทบมุมมองของโบราณสถาน จัดกลุ่มร้านค้าให้เหมาะสมกับสถานที่ตั้ง มีการกระจายร้านค้าไม่ให้กระจุกตัวเป็นกลุ่มใหญ่ และควรมีตำแหน่งที่ตั้งใกล้จุดจอดรถ รูปแบบร้านค้าควรมีรูปแบบไทยโบราณ รองลงมาได้แก่ ไทยร่วมสมัย โดยความสูงของร้านค้าอยู่ระหว่าง 1-3 ชั้นหรือไม่เกินยอดปราสาท สำหรับในพื้นที่ด้านในส่วนอนุรักษ์ร้านค้าควรมีความสูง 1 ชั้น วัสดุก่อสร้างร้านค้า สี กราฟิก ลวดลาย ควรเลือกใช้อย่างกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมมากที่สุด สายไฟฟ้าและสายโทรศัพท์ ควรนำลงใต้ดิน หรือ นำลงใต้ดินในจุดที่มีความจำเป็นและกระทบมุมมอง และควรสร้างความร่มรื่นให้กับพื้นที่โดยการปลูกต้นไม้เพิ่มขึ้น และอาจจัดให้มีทางเดินที่มีหลังคาคลุมในบางจุด

2. ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่าหมวดรูปแบบที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ หมวดขนมและอาหาร หมวดรูปแบบจากสัตว์สัญลักษณ์และหมวดรูปแบบจากสถาปัตยกรรมและอุทยาน สัตว์ของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับพอใจ/นิยมสูงสุดได้แก่ สัตว์ไทยประเพณี สัตว์ไทยพื้นบ้าน ปัจจัยที่มีผลต่อความพอใจและการเลือกผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ ความสวยงาม สีสนและวัสดุ ความมีเอกลักษณ์ไทย ประโยชน์ใช้สอย รูปร่างแบบแปลกใหม่ ราคาที่เหมาะสม ความละเอียดประณีตของผลิตภัณฑ์ และขนาด-น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ สำหรับการออกแบบร้านและของที่ระลึกฯ สามารถแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆดังนี้

1. การจัดโซนพื้นที่ที่ทำการศึกษาคือจะเป็นพื้นที่สองฝั่งที่เริ่มตั้งแต่จุดตัดของถนน ศรีสรรเพชญ์กับถนนป่าไผ่ มาตามแนวนอนนครหลวงจนถึงจุดตัดกับถนนชี่กุน ซึ่งเป็นเส้นทางพระราชดำเนินในอดีต กำหนดให้เป็นพื้นที่ส่วนใน ที่ใช้การสัญจรด้วยการเดินเท้าและทางรถรางเป็นหลัก และพื้นที่บริเวณสองฝั่งถนนชี่กุนบริเวณ หน้าวัดมหาธาตุ และวัดราชบูรณะ เป็นพื้นที่ส่วนนอกที่กำหนดให้เข้าถึงด้วยพาหนะอื่นที่ควบคุมความเร็ว เช่น รถส่วนบุคคล รถประจำทาง ฯลฯ

2. การจัดร้านค้า มีแนวคิดการจัดร้านค้าเป็นย่านการค้าเฉพาะที่มีลักษณะความแตกต่างและสอดคล้องตามทำเลที่ตั้ง ย่านร้านค้าจะเกาะไปตามแนวเส้นทางสัญจรหลักและจุดจอดรถ/สถานีรถราง 3. รูปแบบร้านค้าจะเน้นรูปแบบตามสถาปัตยกรรมไทยที่สอดคล้องกับทำเลที่ตั้ง เช่น เรือนไทย ศาลาไทย แพร่มน้ำ เรือขายของ อาคารพาณิชย์ ฯลฯ โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติหรือวัสดุที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมโดยรวม

4. รูปแบบร้านค้าและผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ กำหนดจากจากรูปแบบของสถาปัตยกรรมร้านค้าที่แตกต่างในแต่ละที่ตั้ง เสริมด้วยเทคนิคการตกแต่งหน้าร้าน การออกแบบและใช้บรรจุภัณฑ์ การใช้กราฟิก การสร้างสัญลักษณ์และป้ายร้านค้า รวมถึงการออกแบบและนาผลิตภัณฑ์ที่เลือกสรรมาและเชื่อมโยงกับพื้นที่ มาจัดจำหน่าย 5. เอกลักษณ์ของย่านการค้า จากทำเลที่ตั้งและการกำหนดให้มีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฉพาะที่แตกต่างกันในแต่ละย่าน กำหนดให้มีกิจกรรมและการแสดงทางวัฒนธรรมเพื่อเสริมบรรยากาศในแต่ละย่านเป็นการเฉพาะ

แสนศักดิ์ ศิริพานิช และคณะ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนในพื้นที่ภูเก็ต พังงา และกระบี่ โครงการการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาถึงประเภทและรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสม ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ รวมทั้งศึกษาถึงความสนใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรท้องถิ่นและความต้องการของ

นักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้แก่ ผ้าทอพื้นเมือง ผลิตภัณฑ์เปลือกหอยและเครื่องประดับไข่มุก ด้วยการพัฒนาสินค้าโดยเน้นที่ ราคาเหมาะสม คุณภาพของสินค้าและการออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งนี้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในระดับปานกลางผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองจังหวัดพังงา ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้แก่ ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย ผ้าทอพื้นเมือง และเครื่องประดับไข่มุก ด้วยการพัฒนาสินค้าโดยเน้นที่ คุณภาพของสินค้าความสวยงาม และการออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในระดับปานกลาง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองจังหวัดกระบี่ ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้แก่ ผ้าทอพื้นเมือง สิ่งประดิษฐ์แกะสลัก และภาพเขียน-พิมพ์ ด้วยการพัฒนาสินค้าโดยเน้นที่ ความสวยงาม คุณภาพของสินค้า การออกแบบ และราคาเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในระดับปานกลางแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองต้องอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกา กำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรท้องถิ่นและความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยอาศัยข้อมูลทางพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าที่ผู้ผลิตจำเป็นต้องพิจารณาถึงความแตกต่างของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ตลอดจนควรให้การศึกษาและฝึกอบรมเพิ่มเติมและการฝึกทักษะด้านอาชีพที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

อรุณวรรณ ตั้งจันทร์ (2554 : บทคัดย่อ) ได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกจากผ้าปักชาวเขาเผ่าม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) ศึกษาสภาพทั่วไปของผ้าปักชาวเขาเผ่าม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ 2.) ศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึก 3.) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกจากผ้าปักชาวเขาเผ่าม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ 4.) เพื่อประเมินความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การศึกษาค้นคว้าเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกจากผ้าปักชาวเขาเผ่าม้ง ตำบลเข็กน้อยอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเอกสาร เว็บไซต์ เพื่อความรู้พื้นฐาน สร้างแนวความคิดและกำหนดกรอบการศึกษาข้อมูล สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกจากผ้าปักชาวเขาเผ่าม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ขั้นตอนที่ 2 ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวความคิดจากการศึกษาเอกสารเว็บไซต์และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยเข้าสู่พื้นที่แหล่งผลิตภัณฑ์ ที่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ให้ความสนใจ รวมไปถึงแหล่งการจัดจำหน่าย ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารเว็บไซต์ สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และข้อมูลจากการลงพื้นที่เพื่อกำหนดแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนที่ 4 กระบวนการออกแบบและสร้างสรรค์ภายใต้กรอบแนวความคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักชาวเขาเผ่าม้ง จากการกำหนดในเบื้องต้นมาออกแบบและสร้างผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนที่ 5 สรุปประเมินผล อภิปราย นำเสนอผลงาน แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกจากผ้าปักชาวเขาเผ่าม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลจากการวิจัยผู้วิจัยคาดหวังว่าการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใน

ครั้งนี้จะสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกจากผ้าปักชาวเขาเผ่าม้ง
ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ได้มากขึ้น