

การออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
ในชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร
The Design of Souvenir Products Showing Identity
of Each Community in Hirunruji Sub-District,
Thonburi District, Bangkok

(Received: January 17, 2023 Revised: May 25, 2023 Accepted: June 12, 2023)

นายประยงค์ อ่อนตา¹, จุฬาลักษณ์ จารุจุฑารัตน์², วชิรศักดิ์ เขียนวงศ์³
Prayong On-ta, Julalak Jarujutarat, Wachirasak Kienwong
ธีร์วรา บวชชัยภูมิ⁴
Teewara Buchaiyaphum

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี และสำรวจความต้องการของผู้บริโภค 2) ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี 3) ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ได้ทำการออกแบบกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คนใน 9 ชุมชนของแขวงหิรัญรูจี

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา E-mail: onta42@hotmail.com

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจักษ์สาขาวิชาออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

E-mail: julalak.ja@bsru.ac.th

³ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจักษ์สาขาวิชาออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

E-mail: vongthong.ki@bsru.ac.th

⁴อาจารย์ ดร. ประจักษ์สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา E-mail: teewara.b@bsru.ac.th

เขตธนบุรี ใช้วิธีการวิจัยเข้าสัมภาษณ์เจาะลึก สันทนาการกลุ่ม สังเกตแบบมีส่วนร่วม พบว่า ชุมชนได้เล็งเห็นความสำคัญการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่มีอัตลักษณ์ มีเรื่องเล่าของผลิตภัณฑ์ ทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักและจดจำได้ คณะผู้วิจัยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์เสื้อ ถูผ้า แก้วน้ำ และหมวก เน้นส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อัตลักษณ์เฉพาะชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าความสวยงาม ก่อให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในการต่อยอดภูมิปัญญา ชุมชน ช่วยยกระดับความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นและเพิ่มองค์ความรู้ที่สามารถนำไปต่อยอดประยุกต์กับผลิตภัณฑ์อื่นได้ สรุปผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้านหน้าที่ใช้สอย ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับการใช้งาน ปลอดภัยไม่อันตรายต่อผู้ใช้งาน ด้านความงาม อยู่ในระดับมาก ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสามารถสื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชนชัดเจน ความโดดเด่นเหมาะสมกับสมัยนิยม ด้านการตลาด มีค่าความพึงพอใจมาก ด้านกระบวนการผลิตไม่ยากและซับซ้อน สามารถผลิตได้ในระดับชุมชนและเชิงพาณิชย์ มีความเหมาะสมด้านราคาจำหน่ายและวัสดุหาง่ายในท้องถิ่น

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การออกแบบ

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the information about communities in Hirunruji community, Thonburi District and surveying consumer needs 2) to design and develop souvenir products for communities in Hirunruji community, Thonburi District and 3) to evaluate the satisfaction of the target towards the designed souvenir products. A sample of 400 people in 9 communities attended in-depth interviews, group discussions, and participatory observations. It was found that the community recognized the importance of designing unique souvenir products. There was a story about the recognizable and memorable product. The research team designed products, including shirts, cloth bags, glasses and hats, all of which promoting community products and showcasing a unique community identity to add more value and beauty, contributing to the community economy on available resources to elevate well-being and to increase knowledge that could be applied to other products. The satisfaction summary of the design of souvenir products in functions was at a high level. The products were functional and suitable for using, and were no harm to users. The beauty was at a high level. Souvenir products could clearly convey the identity of the community. The prominence suitable for fashion trends in marketing was at a high level. The production process was not difficult or complicated. The products could be produced at the community level and commercially. The price was reasonable. The materials used were locally available.

Keywords: Identity, Souvenir, Design.

บทนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ตั้งอยู่ในพื้นที่บริเวณโดยรอบซึ่งอยู่ในเขตธนบุรี โดยเขตธนบุรีเป็นแหล่งที่ตั้งของชุมชนหลากหลายวัฒนธรรม เช่น ชุมชนบ้านลาว ชุมชนของชาวไทยเชื้อสายลาวที่มีชื่อเสียงในการทำขลุ่ย ชุมชนคนไทยเชื้อสายมอญ ชุมชนของคนไทยที่นับถือศาสนาอิสลามที่มีความหลากหลายทางสังคม จัดเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่มีค่าเหมาะแก่การศึกษา รวมทั้งยังมีสถานที่สำคัญในประวัติศาสตร์ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับรัฐบาลได้ประกาศนโยบายของคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ซึ่งประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างรายได้ (เสาวณี จุลิรัชนิกร และคณะ, 2547) ประกอบด้วยชุมชนรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา 9 ชุมชน ที่มีจุดเด่นและเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชนทางด้านผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหาร/ผลิตภัณฑ์ทางด้านศิลปวัฒนธรรม/สถาปัตยกรรมเก่าแก่และมีชื่อเสียงของชุมชน ได้แก่ 1) ชุมชนบางไส้ไก่บ้านสมเด็จ คือ แหล่งเรียนรู้ขลุ่ยบ้านลาวและแหล่งเรียนรู้บ้านศิลปไทย การประดิษฐ์หัวโขนและเครื่องละครและแหล่งเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชน ทางด้านอาหารมีการทำปลาสาม ทางด้านเอกลักษณ์ของชุมชนวัดมีพระเก่าแก่ 200 ปีและมูลนิธิแสงเทียน 2) ชุมชนมีสยิดบ้านสมเด็จ มีมีสยิดซึ่งเป็นรูปโคม 3 โคมสวยงามซึ่งเป็นศูนย์รวมปฏิบัติด้านศาสนาอิสลามเป็นชุมชนที่มีอาหารตามหลักประเพณี เช่น ข้าวหมกไก่และเนื้อ ซุปเนื้อและไก่แกงต่างๆ กะหรีไก่ ก๋วยเตี๋ยวแกง ฯลฯ บริเวณชุมชนมีมีสยิดสวยงาม มีสถานที่ฝังศพบรรพบุรุษที่มีอายุ 100 ปี 3) ชุมชนวัดประดิษฐาราม มีประเพณีงานสงกรานต์มอญ บ้านที่ทำการเขตบางกอกใหญ่หลังแรก พระนอนอายุมากกว่า 200 ปี เสาวนีสเอกลักษณ์ของชาวมอญ ทางด้านอาหารมีข้าวแช่ที่เป็นอาหารวัฒนธรรมมอญ และผลไม้ลอยแก้ว 4) ชุมชนศรีภูมิ

มีอาชีพร้อยพวงมาลัยและมีการร้อยพวงมาลัยพลาสติก มีคณะสิงโตแสดงทางสถาปัตยกรรมมีศาลเจ้าพ่อปู่ที่เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คนในชุมชนนับถือและมีการกราบไหว้เป็นประจำทุกปีของเดือน 5 ตั้งอยู่ที่ทำการของชุมชน 5) ชุมชนวัดใหญ่ศรีสุพรรณ มีวัดใหญ่ศรีสุพรรณซึ่งเป็นวัดโบราณ มีพระพุทธรูปเก่าแก่หลายร้อยปี มีการทำผลิตภัณฑ์จากกล้วย เช่น ข้าวต้มมัด กล้วยปิ้งจากกล้วยหักมุก มีผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ การต่อกลายชั้นทองเหลือง ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม 6) ชุมชนวัดหิรัญรูจี มีแหล่งเรียนรู้กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมชุมชนวัดหิรัญรูจีและดอกไม้จากผ้าใยบัว มีศูนย์พัฒนาเด็กเล็กก่อนวัยเรียนของทางวัดหิรัญรูจี 7) ชุมชนสี่แยกบ้านแขก เป็นห้องแถวไม้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี และอยู่ร่วมกันได้หลายศาสนาภายในชุมชน คือ ศาสนาพุทธ คริสต์ อิสลาม มีผลไม้แช่อิ่มที่มีกรรมวิธีแบบโบราณและขายมานานกว่า 80 ปี กระเป๋าสานพลาสติก มีสมุนไพรทำเป็นผลิตภัณฑ์ 8) ชุมชนประสานมิตร มีศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงเกษตรทฤษฎีใหม่ ผลิตภัณฑ์ผ้ามานได้ OTOP 3 ดาว ซาไบหม่อน การทำเตาถ่าน และ 9) ชุมชนสามัคคีศรีสุพรรณ มีศูนย์พัฒนาจิตตมิตรสัมพันธ์ที่เป็นศูนย์กลางจัดกิจกรรมผู้สูงอายุ เป็นย่านที่มีสภาพแวดล้อมและโดยรอบมีความอุดมสมบูรณ์ทั้งทางด้าน ภูมิปัญญาชาวบ้าน วัฒนธรรมมรดกทางสถาปัตยกรรมและโบราณสถานที่มีความสำคัญ (สำนักงานเขตธนบุรี, 2565, ออนไลน์)

คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนในแขวงหิรัญรูจีเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน จำนวน 9 รูปแบบ (จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต่อ 1 ชุมชน รวม 9 ชุมชน) รวมทั้งสร้างเรื่องราว (Story) พร้อมเรื่องเล่าของผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อเป็นการช่วยส่งเสริมสิ่งที่แสดงถึงผลรวมของลักษณะเฉพาะของชุมชน ทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักและจดจำได้ ซึ่งเมื่อทราบข้อมูลอัตลักษณ์เกี่ยวกับชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในการนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเกิดอัตลักษณ์ในชุมชนส่งเสริม

การท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในระดับอายุ 25-50 ปี สร้างอาชีพและการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืนและเป็นการยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น อีกทั้งชุมชนได้รับองค์ความรู้และมีความตื่นตัวในการอนุรักษ์ สืบทอดภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้มีความคงอยู่ทันสมัยแบบยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี กรุงเทพมหานครและสำรวจความต้องการของผู้บริโภค
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ได้ทำการออกแบบ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) โดยใช้ทั้งวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) จากเอกสาร (Documents) และการสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่ม การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมในชุมชนและวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มและประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจากประชากร คือ เพศหญิงและเพศชาย อายุระหว่าง 25-50 ปี จำนวน 400 คน ในพื้นที่ทำการวิจัย คือ ชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี ประกอบด้วย 9 ชุมชน ได้แก่ 1) ชุมชนบางไส้ไก่บ้านสมเด็จ 2) ชุมชนมัธยมบ้านสมเด็จ 3) ชุมชนวัดประดิษฐาราม 4) ชุมชนศรีภูมิ

5) ชุมชนวัดใหญ่ศรีสุพรรณ 6) ชุมชนวัดหิรัญบุรี 7) ชุมชนสี่แยกบ้านแขก
8) ชุมชนประสานมิตร และ 9) ชุมชนสามัคคีศรีสุพรรณ 1) แบบประเมิน
ความพึงพอใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย
แบบประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 400 คน
ใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิดและปลายปิด แบ่งได้ 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1
แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ
การศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน ส่วนที่ 2 แบบสอบถามทางด้านการ
พัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ประโยชน์ใช้สอย ราคาที่เหมาะสม
ความสะดวกสบายในการใช้งาน ความงามทางด้านรูปแบบ ลวดลายบนวัสดุ
รูปแบบทันสมัย มีความแปลกใหม่และมีเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม
มีความทนทานต่อการใช้งาน ส่วนที่ 3 ได้แก่ ทักษะคิดและข้อคิดเห็น
ทางด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วน
ประมาณค่า 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การประเมินแปลผลดังต่อไปนี้ (ธีรยุทธ พึ่งเทียร,
2543) การทดสอบเครื่องมือโดยนำเครื่องมือให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบพิจารณาการวิเคราะห์ความเที่ยงตรง
ตามเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยใช้เทคนิคการตรวจสอบความสอดคล้อง
ระหว่างข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด (Index Item of Congruent: IOC)
ได้ค่าตรงความสอดคล้องภายในทุกข้อมากกว่า 0.5 สถิติที่ใช้ใน
การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับ
อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์
การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และ
ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. **อัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์ชุมชนในแขวงทริญูจี้ เขตธนบุรี และข้อมูลสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนก่อนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มีดังนี้**

1) ชุมชนบางไส้ไก่บ้านสมเด็จ เป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนบ้านลาว และแหล่งเรียนรู้บ้านศิลปะไทย การประดิษฐ์หัวโขนและเครื่องละครและแหล่งเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชน ทางด้านอาหารมีการทำปลาต้ม ทางด้านเอกลักษณ์ของชุมชนวัดมีพระเก่าแก่ 200 ปีและมูลนิธิแสงเทียน การสัมภาษณ์ชุมชนบางไส้ไก่บ้านสมเด็จ โดยมีสุทธิ มนาปี ประธานชุมชน มีขลุ่ย หัวโขน เป็นอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

2) ชุมชนมัสยิดบ้านสมเด็จ มีมัสยิดซึ่งเป็นรูปโคม 3 โคมสวยงาม ซึ่งเป็นศูนย์รวมปฏิบัติด้านศาสนาอิสลาม เป็นชุมชนที่มีอาหารตามหลักประเพณี เช่น ข้าวหมกไก่และเนื้อ ซุปเนื้อและไก่ แกงต่างๆ กะหรีไก่ ก๋วยเตี๋ยวแกง ฯลฯ บริเวณชุมชนมีมัสยิดสวยงาม มีสถานที่ฝึกศพบรพบุรุษที่มีอายุ 100 ปี โดยมีนายณรงค์ ศิริโต ประธานชุมชนมัสยิดสี่แยกบ้านแขก เป็นผู้ให้ข้อมูลการมีอัตลักษณ์ ภาพสัญลักษณ์ของชาวมุสลิม สัญลักษณ์ดาวเดือน มีสถานที่สำคัญ คือ มัสยิดนูรุลมุลปี

3) ชุมชนวัดประดิษฐาราม มีประเพณีงานสงกรานต์มอญ บ้านที่ทำการเขตบางกอกใหญ่หลังแรก พระนอนอายุมากกว่า 200 ปี เส้าหงส์เอกลักษณ์ของชาวมอญ ทางด้านอาหารมีข้าวแช่ที่เป็นอาหารวัฒนธรรมมอญ และผลไม้ลอยแก้ว สัมภาษณ์ชุมชนวัดประดิษฐาราม โดยมีคุณวันชัย เจียมสมบุญ ประธานชุมชน ชุมชนชาวมอญ มีสัญลักษณ์หงส์ เส้าหงส์ พระนอน

4) ชุมชนศรีภูมิ มีอาชีพร้อยพวงมาลัยและมีการร้อยพวงมาลัยพลาสติก มีคณะสิงโตแสดง ทางสถาปัตยกรรมมีศาลเจ้าพ่อปู่ที่เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คนในชุมชนนับถือและมีการกราบไหว้เป็นประจำทุกปีของเดือน 5 ตั้งอยู่

ที่ทำการของชุมชน สัมภาษณ์ชุมชนศรีภูมิ โดยมีอัตลักษณ์ คือ ชุมชน พวงมาลัยดอกดาวเรือง

5) ชุมชนวัดใหญ่ศรีสุพรรณ มีวัดใหญ่ศรีสุพรรณซึ่งเป็น วัดโบราณ มีพระพุทธรูปเก่าแก่หลายร้อยปี มีการทำผลิตภัณฑ์จากกล้วย เช่น ข้าวต้มมัด กล้วยปิ้งจากกล้วยหักมุก มีผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ การดอกลาย ชันทองเหลือง ผ้ามัดย้อม สัมภาษณ์ชุมชนสามัคคีศรีสุพรรณ โดยมี นายกฤษ สุนทรรัตน์ ประธานชุมชน มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ คือ มีดเล็ก ไม้พอง กระป๋องระบอง โล่ ศาตราวุธ ท่ารำ เป็นสัญลักษณ์ของชุมชน เพื่อนำไปสู่ การสร้างงาน เพื่อเล่าเรื่องราวในอดีต เพื่อระลึกถึงต้นตระกูลของชาติไทย

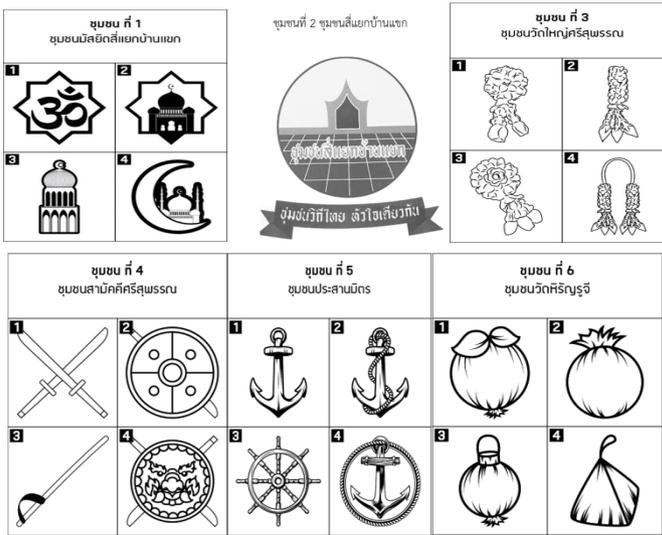
6) ชุมชนวัดหิรัญรูจี มีแหล่งเรียนรู้กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหม ชุมชนวัดหิรัญรูจีและดอกไม้จากผ้าใยบัว มีศูนย์พัฒนาเด็กเล็กก่อนวัยเรียน ของทางวัดหิรัญรูจี สัมภาษณ์ชุมชนวัดหิรัญรูจี โดยมีนางรัชดา ปรีชาชัชวาล ประธานชุมชน มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ คือ ผ้าใยบัว บอลกู่หลาบ พวงกุญแจ เข็มกลัด จากผ้าใยบัว พวงกุญแจมีลูกบอลผสม

7) ชุมชนสี่แยกบ้านแขก เป็นห้องแถวไม้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี และอยู่ร่วมกันได้หลายศาสนาภายในชุมชน คือ ศาสนาพุทธ คริสต์ อิสลาม มีผลไม้แช่อิ่มที่มีกรรมวิธีแบบโบราณและขายมานานกว่า 80 ปี กระเป่าสาน พลาสติก มีสมุนไพรมาทำเป็นผลิตภัณฑ์

8) ชุมชนประสานมิตร มีศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง เกษตรทฤษฎีใหม่ ผลิตภัณฑ์ผ้ามาผ้า OTOP 3 ดาว ชาวบ้านทำ การทำเตาถ่าน การทำผลิตภัณฑ์ทองเหลือง สัมภาษณ์ชุมชนประสานมิตร มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ คือ เป็อง ใบพัดเรือ สมอเรือ เป็นชุมชนที่มีการหล่อโลหะผลิตภัณฑ์

9) ชุมชนสามัคคีศรีสุพรรณ การปลูกผักพื้นที่สีเขียว ศูนย์พัฒนาจตุรมิตรสัมพันธ์ที่เป็นศูนย์กลางจัดกิจกรรมผู้สูงอายุ สัมภาษณ์ ชุมชนวัดใหญ่ศรีสุพรรณ โดยมีนางกัลยา ไจกลัด กรรมการชุมชน มีผลิตภัณฑ์ คือ การทำพวงมาลัย เหยี่ยวโพรยทาน

2. ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับชุมชน แขวงทรีญูรจี เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร



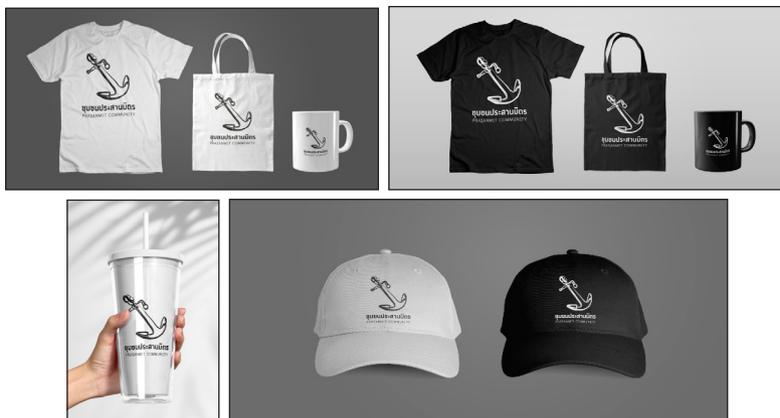
ภาพที่ 1 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับชุมชนแขวงทรีญูรจี
ที่มา: (วชิรศักดิ์ จุฬาลักษณ์, 2564)

ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน จำนวน 9 ชุมชน โดยทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) ถุงผ้า 2) แก้ว 3) หมวก 4) เสื้อ ซึ่งได้นำภาพถ่ายตัวอย่างของชุมชนบางไส้ไก่ บ้านสมเด็จ

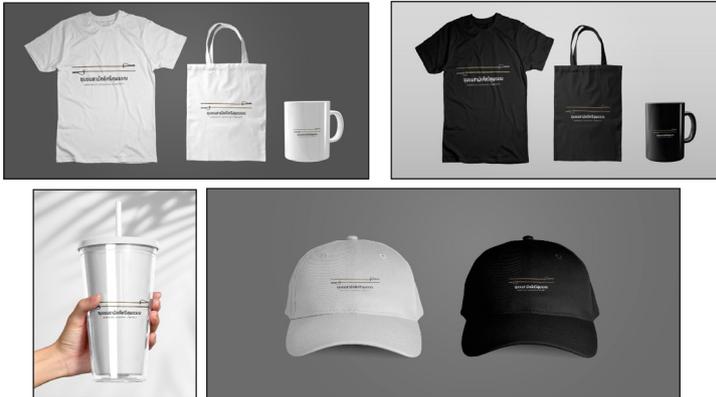
1) ชุมชนสี่แยกบ้านแขก



2) ชุมชนประสานมิตร



3) ชุมชนสามัคคีศรีสุพรรณ



4) ชุมชนศรีภูมิ



5) ชุมชนวัดใหญ่ศรีสุพรรณ



6) ชุมชนวัดหิรัญรูจี



7) ชุมชนวัดประดิษฐาราม



8) ชุมชนมัสยิดบ้านสมเด็จ



9) ชุมชนบางไส้ไก่บ้านสมเด็จ



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์จำนวน 4 ประเภทของชุมชนบางไส้ไก่บ้านสมเด็จ
ที่มา: (วชิรศักดิ์ เขียนวงศ์และคณะ, 2564)

3. สรุปผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ได้ทำการออกแบบปรากฏดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
25-30	80	20
31-35	80	20
36-40	80	20
41-45	80	20
46-50	80	20
รวม	400	100.00

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	30	7.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	89	22.25
รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	120	30
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	136	34
แม่บ้าน	25	6.25
รวม	400	100.00

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมา รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 89 คน คิดเป็น ร้อยละ 22.25 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และ แม่บ้าน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

ตารางที่ 3 ตารางรวมแสดงผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของทีระลีก

ลำดับ	รายการ	ค่าเฉลี่ย					S.D.
		25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	46-50 ปี	
1.	ด้านหน้าที่ใช้สอย						
1.1	ความสะดวกสบาย ในการใช้งาน	4.28	4.20	4.11	3.94	4.19	0.66

ตารางที่ 3 ตารางรวมแสดงผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์
ของทีระลึก (ต่อ)

ลำดับ	รายการ	ค่าเฉลี่ย					S.D.
		25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	46-50 ปี	
1.	ด้านหน้าที่ใช้สอย (ต่อ)						
1.2	มีประโยชน์ใช้สอย เหมาะสมกับ การใช้งาน	4.49	4.56	4.48	4.44	4.45	0.58
1.3	ความคงทนของ สินค้าและคุณภาพ ผลิตภัณฑ์	4.18	4.16	4.19	3.95	4.40	0.86
1.4	ขนาดเหมาะสม กับการใช้งาน	3.94	3.81	3.65	4.16	4.16	0.46
1.5	มีความปลอดภัย และไม่อันตราย ต่อผู้ใช้งาน	4.40	4.28	4.11	4.09	4.10	0.82
2.	ด้านความงาม						
2.1	รูปแบบมีความ สวยงามเหมาะสม	3.83	3.70	3.76	3.76	4.38	0.56
2.2	มีรูปแบบน่าใช้งาน และมีความพึงพอใจ ต่อผู้บริโภค	4.33	4.29	4.16	4.14	4.14	0.89
2.3	มีความโดดเด่น เหมาะสมกับสมัย นิยม	4.13	3.88	4.26	4.03	4.31	0.76

ตารางที่ 3 ตารางรวมแสดงผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ ของทีระลีก (ต่อ)

ลำดับ	รายการ	ค่าเฉลี่ย					S.D.
		25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	46-50 ปี	
3.	ด้านการตลาด						
3.1	ขนาดมีความเหมาะสมกับพื้นที่ในการจัดจำหน่าย	3.59	3.64	3.48	3.80	3.53	0.48
3.2	สามารถชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิดประเภทของผลิตภัณฑ์	3.96	4.01	4.00	3.85	3.91	0.85
3.3	มีความเหมาะสมด้านราคาจำหน่าย	4.38	4.03	4.25	4.11	4.16	0.69
3.4	มีกระบวนการผลิตไม่ยากและซับซ้อนสามารถผลิตได้ในระดับชุมชนและเชิงพาณิชย์	4.49	4.58	4.68	4.43	4.75	0.61
3.5	วัสดุหาง่ายในท้องถิ่นในการผลิต	4.29	4.36	4.26	4.18	4.56	0.62
	ค่าเฉลี่ย	4.18	4.14	4.12	4.07	4.24	0.61

สรุปโดยภาพรวมจากตารางที่ 3 อธิบายได้ว่า ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกช่วงอายุ 25-50 ปี ด้านหน้าที่ใช้สอย ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับการใช้งานปลอดภัยไม่อันตรายต่อผู้ใช้งาน ด้านความงาม อยู่ในระดับมาก ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสามารถสื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชนชัดเจน ความโดดเด่นเหมาะสมกับสมัยนิยม ด้านการตลาด มีค่าความพึงพอใจมาก ด้านมีกระบวนการผลิตไม่ยากและซับซ้อน สามารถผลิตได้ในระดับชุมชนและเชิงพาณิชย์ มีความเหมาะสมด้านราคาจำหน่าย วัสดุหาง่ายในท้องถิ่น

สรุปผลการวิจัย

1) สรุปผลการสำรวจสภาพปัจจุบัน ภูมิปัญญาและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

การพัฒนาของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนจะทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจดจำได้หรือ สามารถบ่งบอกถึงลักษณะเอกลักษณ์ที่มีความแตกต่างโดดเด่นจากของจากแหล่งชุมชนอื่น ๆ และทางชุมชนเล็งเห็นถึงความสำคัญการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนในแขวงหิรัญรุจี เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน รวมทั้งสร้างเรื่องราว (Story) พร้อมเรื่องเล่าของผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อเป็นการช่วยส่งเสริมสิ่งที่แสดงถึงผลรวมของลักษณะเฉพาะของชุมชน ทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักและจดจำได้

2) สรุปผลการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม

กลุ่มชุมชนในแขวงหิรัญรุจี จำนวน 9 ชุมชน ได้แก่ 1) ชุมชนบางไส้ไก่บ้านสมเด็จ 2) ชุมชนมัศยิดบ้านสมเด็จ 3) ชุมชนวัดประดิษฐาราม 4) ชุมชนศรีภูมิ 5) ชุมชนวัดใหญ่ศรีสุพรรณ 6) ชุมชนวัดหิรัญรุจี 7) ชุมชนสี่แยกบ้านแขก 8) ชุมชนประสานมิตร และ 9) ชุมชนสามัคคีศรีสุพรรณ โดยใช้อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสร้างสรรค์ผลงานที่หลากหลายโดยการออกแบบ

ผลิตภัณฑ์ของใช้จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ คือ 1. เสื้อ 2. ถุงผ้า 3. หมวก 4. แก้วน้ำ เพื่อเป็นการช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีอัตลักษณ์และเป็นการเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน ซึ่งจะสามารถก่อให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็งโดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่และเป็นการต่อยอดภูมิปัญญา และการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นการยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น ซึ่งทางชุมชนจะได้รับองค์ความรู้ที่สามารถนำไปต่อยอดประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นๆได้

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้เขียนควรชี้แจงผลการวิจัยที่พบว่าตรงกับวัตถุประสงค์หรือสมมติฐานของการวิจัยหรือไม่ อย่างไร รวมทั้งผลการวิจัยสอดคล้องหรือขัดแย้งกับแนวคิด ทฤษฎี หรือผลการวิจัยอื่นที่มีผู้ทำไว้ก่อนหน้านี้หรือไม่ และเพราะเหตุใดถึงเป็นเช่นนั้น

สรุปผลการสำรวจสภาพปัจจุบัน ภูมิปัญญาและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การพัฒนาของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน จะทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจดจำได้หรือ สามารถบ่งบอกถึงลักษณะเอกลักษณ์ที่มีความแตกต่างโดดเด่นจากของจากแหล่งชุมชนอื่น ๆ และทางชุมชนเล็งเห็นถึงความสำคัญการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนในแขวงหรือบุรีรัมย์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน รวมทั้งสร้างเรื่องราว (Story) พร้อมเรื่องเล่าของผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อเป็นการช่วยส่งเสริมสิ่งที่แสดงถึงผลรวมของลักษณะเฉพาะของชุมชน ทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักและจดจำได้

การออกแบบผลิตภัณฑ์จะมีระดับความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ คือ 1) เสื้อ 2) แก้ว 3) ถุงผ้า 4) หมวก และวิเคราะห์ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความงามและด้านการตลาด และใช้อัตลักษณ์ของชุมชน 1) ชุมชนบางไส้ไก่บ้านสมเด็จ คือ ชลู่บ้านลาว

และบ้านศิลปิน 2) ชุมชนมัชยิตบ้านสมเด็จ คือ สัญลักษณ์รูปดาวเดือน
3) ชุมชนวัดประดิษฐาราม คือ รูปหงส์ 4) ชุมชนศรีภูมิ คือ รูปดอกดาวเรือง
5) ชุมชนวัดใหญ่ศรีสุพรรณ คือ รูปพวงมาลัย 6) ชุมชนวัดหิรัญบุรี คือ วัดหิรัญบุรี
7) ชุมชนสี่แยกบ้านแขก คือ รูปบ้านทรงไทย 8) ชุมชนประสานมิตร
คือ รูปสมอเรือ และ 9) ชุมชนสามัคคีศรีสุพรรณ คือ รูปกระป๋อง
ในการออกแบบอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อเป็นการช่วยส่งเสริมสิ่งที่แสดงถึงผลรวม
ของลักษณะเฉพาะของชุมชน ทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักและจดจำได้

ข้อเสนอแนะการวิจัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดยการคำนวณต้นทุน
การผลิตทั้งกระบวนการผลิต การวิเคราะห์เรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย
และช่องทางการตลาด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อการประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์อื่น ๆ
และการออกแบบ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ โลโก้ผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยในรูปแบบ
ของกลุ่มชุมชนในแขวงหิรัญบุรี เขตธนบุรี
2. การรีไซเคิลขยะชุมชนด้วยงานศิลป์ของชุมชน แขวงหิรัญบุรี
เขตธนบุรี

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพมหานคร. สำนักงานเขตธนบุรี. (2565). 9 ชุมชนในแขวงหิรัญบุรี
เขตธนบุรี. สืบค้น 18 สิงหาคม 2565. <https://webportal.bangkok.go.th>.
- ธีรยุทธ พึ่งเพียร. (2543). สถิติเบื้องต้นและการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 3).
สูตรไพศาล.
- เสาวณี จุฬิรัชนิกร และคณะ. (2547). การพัฒนาหลักสูตรการจัดการ
เพื่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน. คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วชิรศักดิ์ เขียนวงศ์ และคณะ. [ผู้ถ่ายภาพ]. (2564). ผลิตภัณฑ์จำนวน 4 ประเภท
ของชุมชนบางไส้ไก่บ้านสมเด็จ. [ภาพถ่าย]. สาขาวิชาออกแบบ
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี
อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- วชิรศักดิ์ จุฬาลักษณ์. (2564). การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับ
ชุมชนแขวงหิรัญบุรี. ผู้แต่ง.