

## การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสะท้อนเอกลักษณ์พื้นถิ่น ชุด ศิลปะเต๋าแห่งเขาเหลาซาน

### THE DESIGN OF SOUVENIR PRODUCT THAT REFLECTS UNIQUE IDENTITY BASED ON THE CONCEPT OF LAOSHAN TAOIST ART

MISS. SUN YING XIN

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบ  
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

#### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของภูเขาเหลาซานกับลัทธิเต๋าและศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในปัจจุบันเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกใหม่ให้มีอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สำหรับแหล่งท่องเที่ยวภูเขาเหลาซาน เมืองชิงเต่า ประเทศจีน โดยประยุกต์ความร่วมมือเข้ากับ วัฒนธรรมลัทธิเต๋า ทักษะภาพภูเขาเหลาซานและวิถีการท่องเที่ยว ในการนี้ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการเก็บ รวบรวมข้อมูลด้วยการสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผลงานทั้งหมดผ่านแบบสอบถาม

การวิจัยพบว่า ภูเขาเหลาซานมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นทางด้านความงามของภูมิทัศน์ที่มี สุนทรียศาสตร์ทางธรรมชาติ สถาปัตยกรรมและสิ่งปลูกสร้างที่ยังคงมนต์เสน่ห์และอารยธรรมจีน รวมถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับหลักศาสนาเต๋า อันได้แก่ ภาพเขียนหยาง และเครื่อง แต่งกายนักบวช สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จำหน่ายในปัจจุบัน ยังคงมีความล้าหลัง ใช้ ประโยชน์ได้อย่างจำกัด ขาดเอกลักษณ์ และมีรูปแบบเป็นศิลปะหัตถกรรมชาวบ้าน ดังนั้นเพื่อให้ ได้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีประสิทธิภาพ จึงได้เริ่มต้นด้วยการออกแบบสัญลักษณ์ประจำถิ่นด้วย อักษรภาพโบราณรูป “道” (อ่านว่า เต๋า) และนำเสนอภาพร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 20 ชนิดต่อ ผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบ ซึ่งภายหลังได้รับการคัดสรรแบบร่างที่ดีที่สุดเหลือ 10 ชนิด จากนั้นผู้ วิจัยจึงนำไปจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์และสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เจ้าของธุรกิจ และ ผู้นำชุมชน พบว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนี้ทำให้เกิดความทรงจำในประสบการณ์การท่องเที่ยว และ ความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระเป๋า ใส่ของ ที่คั่นหนังสือ พวงกุญแจ กรอบโทรศัพท์ อัลบั้มรูปและที่เขียนนู่รี นอกจากนี้ยังพบว่า การ ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีประสิทธิภาพต้องผสมผสานนวัตกรรมความทันสมัย ความคิด สร้างสรรค์ เหมาะสมกับบริบทและวิถีชีวิตในปัจจุบัน ทั้งยังต้องมีหน้าที่ช่วยโฆษณาประชาสัมพันธ์ กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวด้วย

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก / เอกลักษณ์พื้นถิ่น / ลัทธิเต๋า / ภูเขาเหลาซาน



## Abstract

This research aimed to studying and research about Mt. Laoshan Cultural history, Taoism and current souvenir products as a design guideline to develop new souvenir products that combine which reflected a local identity- Mt. Laoshan tourist attraction, Qingdao City, China, by applying contemporary culture, Taoism culture, Mt. Laoshan scenery and tourism way to souvenir products. This research, author collected data by survey reviews and satisfaction of the entire products through a questionnaire.

Author found that Mt. Laoshan is a distinctive identity of beautiful landscape, architecture and buildings that still remain charms and Chinese civilization, culture and way of life that is consistent with religious Taoism such as Yin Yang image and priests' clothing but souvenir products that are sold in today are out of date, used limited, lack of identity, displayed the local crafts from. Getting efficient souvenir products should begins with local iconic design with antique pictures “道” (Read Tao) and presenting 20 souvenir items products sketches to experts and designers who selected those 10 of the best items souvenir items products. All of items were taken to create a prototype product and surveyed tourists, business Owners and community leaders' satisfaction found that those souvenir products can evoke travel experience memories and impression. The product has received the most interesting is tote bags, bookmarks, key rings, phone frames, photo albums and ashtrays. Moreover, author found that effective souvenir products design have to combine with innovative modernization, creativity, appropriate to the context and way of life in present and advertising encourages tourism in this tourist attraction.

**Keyword :** Souvenirs, Local Identity, Taoism, Mt.Laoshan



## ความเป็นมาและความสำคัญ

มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่อาศัยอยู่ร่วมกันบนโลกอย่างมีระบบระเบียบ มีการติดต่อสื่อสารคบหาสมาคมพึ่งพาอาศัยและทำกิจกรรมร่วมกันอยู่เสมอ เพื่อเสริมสร้างความสุขและสร้างความปลอดภัยให้กับตนเอง จากพื้นฐานความต้องการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันนั่นเองที่เป็นตัวสร้างความผูกพันระหว่างมนุษย์กันสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัว ไม่ว่าจะเป็นสิ่งมีชีวิตชนิดอื่น เหตุการณ์ หรือสถานที่อันเป็นสะพานนำไปสู่ประสบการณ์ การระลึกถึงและความทรงจำเมื่อกิจกรรมเหล่านั้นได้ล่วงเลยไปจากความต้องการที่จะรักษาไว้ซึ่งมิตรไมตรี ความสนิทสนมกลมเกลียว การแสดงความขอบคุณ และสื่อถึงความประทับใจในโอกาสที่ได้ทำกิจกรรมร่วมกันหรือเพื่อแบ่งปันความสุขและประสบการณ์ใหม่ที่ตนเองได้รับให้เป็นของขวัญแก่บุคคลที่เราคุ้นเคย ถือเป็นจุดประสงค์สำคัญที่ทำให้เกิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ขึ้นเพื่อใช้เป็นสิ่งกระตุ้นให้ตนเองหรือผู้ได้รับระลึกถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้นอยู่เรื่อยไป โดยรังสรรค์อยู่บนชิ้นงานที่เรียกว่า “ของที่ระลึก”

ภูเขาเหลาซาน (Mt. Laoshan) เป็นภูเขาเลื่องชื่อของจีนในเรื่องวัฒนธรรมและลัทธิเต๋า ตั้งอยู่ริมชายหาดทะเลหวงไห่ มณฑลซานตง เมืองชิงเต่า ซึ่งอยู่ในทิศตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศจีน ยอดเขาเหลาซานมีความสูงจากระดับน้ำทะเลที่ 1132.7 เมตร เป็นยอดเขาสูงสุดในบรรดาภูเขาที่กระจายอยู่ตามชายหาดของจีน ทั้งยังได้รับการขนานนามว่าเป็น “ภูเขาเทวดากลางทะเล” เพราะสร้างชื่อเสียงโด่งดังในฐานะสิ่งมหัศจรรย์ทางธรรมชาติและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของลัทธิเต๋าที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการผสมผสานวัฒนธรรมขงจื้อและพุทธศาสนา สถานที่แห่งนี้มีบทบาทสำคัญในเรื่องการเผยแพร่ลัทธิเต๋าซึ่งเป็นลัทธิเก่าแก่ของจีนที่มีหลักคำสอนเชื่อมโยงใกล้ชิดกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและแฝงไปด้วยเอกลักษณ์ของชนชาติจีน ถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 2000 ปี และควรค่าแก่การศึกษาต่อไป (ดัดแปลงที่มาจาก ZHANG Yuan, 2012)

จากสถานการณ์ปัจจุบัน สถานที่ท่องเที่ยวที่ภูเขาเหลาซาน เมืองชิงเต่า มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ผิดกับการขยายตัวของผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกที่ยังคงขาดเอกลักษณ์พื้นถิ่น ในภาพรวมนั้น ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นสินค้าลอกเลียนแบบสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น มีด และชลุ่ยไม้ไผ่ นอกจากนี้ยังมีรูปแบบเป็นผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมชาวบ้าน ขาดการสร้างตราสินค้า และขาดองค์ความรู้ในการออกแบบสินค้า โดยผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายส่วนมากนั้นจะเป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่มีอยู่บริเวณชายหาดและทะเลมาดำเนินการแปรรูป อาทิ เปลือกหอย ไข่มุก ฟันปลาฉลาม มาสร้างสรรค์เป็น นาฬิกา สร้อยคอ สร้อยข้อมือ ของประดับต่างๆ หรืออาหารแห้ง เป็นต้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นสมควรที่จะศึกษาเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสะท้อนเอกลักษณ์พื้นถิ่น ชุด ศิลปะเต๋าแห่งเขาเหลาซาน เพื่อนำมาสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประยุกต์ความร่วมมือเข้ากับวัฒนธรรมลัทธิเต๋า

## วัตถุประสงค์

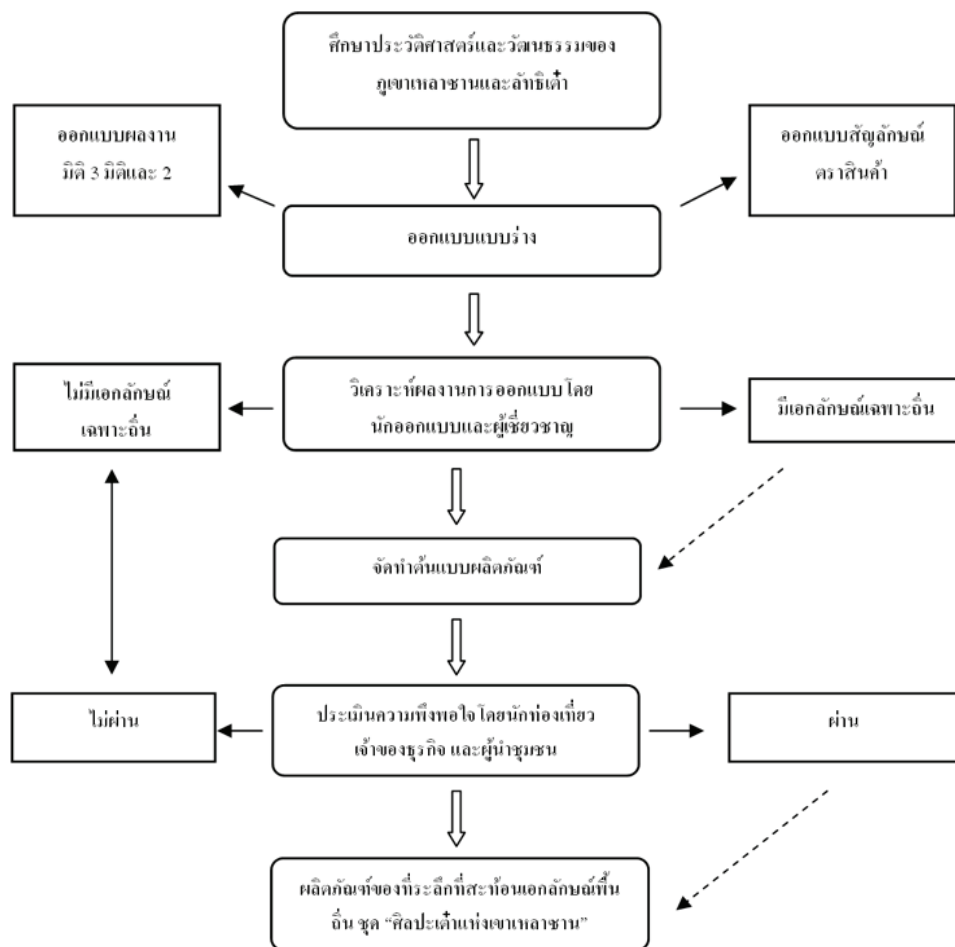
1. ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของภูเขาเหลาซานกับลัทธิเต๋า เพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับแหล่งท่องเที่ยวภูเขาเหลาซาน เมืองชิงเต่า ประเทศจีน
2. ศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในปัจจุบันเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกใหม่
3. เพื่อสร้างสรรค์การออกแบบศิลปกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้มีอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว โดยประยุกต์ความร่วมมือเข้ากับวัฒนธรรมลัทธิเต๋า ทัศนียภาพภูเขาเหลาซานและวิถีการท่องเที่ยว

## ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ข้อมูลและผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสะท้อนเอกลักษณ์พื้นถิ่นสำหรับแหล่งท่องเที่ยวภูเขาเหลาซาน เมืองชิงเต่า ประเทศจีน
2. ได้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เกิดจากการผสมผสานวัฒนธรรมลัทธิเต๋า สถานที่ท่องเที่ยวและศิลปะประยุกต์ที่มีความหลากหลายและมีประโยชน์ใช้สอยได้จริง รวมทั้งสามารถสร้างอาชีพสร้างมูลค่า และรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นต่อไป

## กรอบแนวคิด

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักการ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยแล้วนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนเอกลักษณ์พื้นถิ่น ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสะท้อนเอกลักษณ์พื้นถิ่น ชุด ศิลปะเต๋าแห่งเขาเหลาซาน ได้ให้ความสำคัญกับการผสมผสานวัฒนธรรมลัทธิเต๋าเข้ากับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนี้ โดยมุ่งเน้นการศึกษา 3 ด้าน ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ศึกษาวัฒนธรรมลัทธิเต๋ากับภูเขาเหลาซาน เมืองชิงเต่า และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสะท้อนเอกลักษณ์พื้นถิ่น อาทิ ความสวยงามของทิวทัศน์ภูเขาเหลาซาน เมืองชิงเต่า และวัฒนธรรมลัทธิเต๋า

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ ภูเขาเหลาซาน (Mt. Laoshan) มณฑลซานตง เมืองชิงเต่าประเทศจีน

3. ขอบเขตด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประยุกต์ใช้วัสดุสำเร็จรูปมาเป็นองค์ประกอบหลักในการออกแบบ อาทิ โลหะ กระดาษ แก้ว คริสตัล ไม้ เป็นต้น โดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก แบ่งเป็น การออกแบบผลงานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแบบ 2 มิติ ได้แก่ แสตมป์ที่ระลึก ไปรษณียบัตร และที่คั่นหนังสือ การออกแบบผลงานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแบบ 3 มิติ ได้แก่ สมุดบันทึก กล่องใส่ปากกา ที่เขียนบู่หรือ กรอบโทรศัพท์ กระเป๋าใส่ซอง พวงกุญแจ ถุงผ้า กระเป๋าพกพา เข็มกลัด ที่ทับกระดาษ กระป๋อง สร้อยคอ อัลบั้มรูป กรอบรูป แก้วน้ำ กล่องอเนกประสงค์ และจาน

## ขั้นตอนการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ อาทิ หลักการออกแบบ จุดเด่นประเภทและบทบาทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ศึกษาข้อมูลทางวัฒนธรรมลัทธิเต๋ากับภูเขาเหลาซาน อาทิ คัมภีร์ทางศาสนา สถาปัตยกรรม หินหยางผ่านข้อมูลทางเอกสารและข้อมูลภาคสนาม

2. รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับ

3. ดำเนินการจัดทำแบบร่าง

4. ปฏิบัติการออกแบบ สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก

5. ประเมินผลงานเบื้องต้นด้วยการสำรวจความพึงพอใจจากนักออกแบบจำนวน 3 คนและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 6 คน

6. สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสะท้อนเอกลักษณ์พื้นถิ่น ชุด ศิลปะเต๋าแห่งเขาเหลาซาน

7. วิเคราะห์และประเมินผลงานการออกแบบจากนักท่องเที่ยวจำนวน 40 คน เจ้าของบริษัท 5 คน และผู้นำชุมชน 5 คน รวมทั้งสิ้น 50 คน

8. สรุปผลการดำเนินการวิจัย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (Souvenirs)** หมายถึง งานศิลปะที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของผู้วิจัยเมื่ออยู่ที่ภูเขาเหลาซาน เมืองชิงเต่า โดยถ่ายทอดเรื่องราวความงาม อารมณ์ และความประทับใจกับเหตุการณ์หรือสถานที่ที่ปรากฏอยู่ตรงหน้าผสมผสานวัฒนธรรมเต๋าซึ่งเป็นลัทธิโบราณที่อยู่คู่กับแหล่งท่องเที่ยวนี้มาอย่างยาวนาน โดยเน้นจุดเด่นที่สัญลักษณ์และเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น

**เอกลักษณ์พื้นถิ่น (Local Identity)** หมายถึง ความเป็นลักษณะเฉพาะตัวของชุมชนบนภูเขาเหลาซาน อาทิ การดำรงชีพ ภาษาถิ่น ศาสนา ความเชื่อถือ วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นต้น โดยถือเป็นสิ่งที่ตายตัวไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้

**ลัทธิเต๋า (Taoism)** หมายถึง ศาสนาหนึ่งที่เกิดในประเทศจีน มีแนวคิดสำคัญในเรื่องเกี่ยวกับ “หยินหยาง” ซึ่งเป็นความเชื่อดั้งเดิมของจีน ลัทธิเต๋ามีทรัพยากรทางวัฒนธรรมเป็นจำนวนมากที่ปรากฏแก่สายตาคนทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็น สถาปัตยกรรมที่งดงาม ภาพวาดแกะสลักอันวิจิตรพิถีพิถันทางศาสนา เป็นต้น

**ภูเขาเหลาซาน (Mt. Laoshan)** หรือภูเขาเหลาซาน เมืองชิงเต่า ตั้งอยู่ริมชายหาดทะเลหลวงไห่ ในพื้นที่มณฑลซานตง ด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ของเมืองชิงเต่า ประเทศจีน มีพื้นที่ดินยาว 395.8 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ทะเล 3700 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ชายหาดยาวกว่า 103.7 กิโลเมตร และยอดเขาเหลาซานมีความสูงจากระดับน้ำทะเลที่ 1132.7 เมตร ได้รับการขนานนามว่าเป็น “ภูเขาเทวดากลางทะเล” และถือเป็น “ป่าธรรมที่สองของลัทธิเต๋า” โดยในปี 1982 ได้รับการแต่งตั้งจากสภาแห่งรัฐของประเทศไทยให้เป็นจุดชมวิวที่สำคัญแห่งชาติ (<http://www.laoshan.gov.cn>)

## วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลอันประกอบไปด้วยข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การใช้สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายแทนแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของภูเขาเหลาซานกับลัทธิเต๋าและสถานการณ์การจำหน่ายของที่ระลึกในปัจจุบัน เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนเอกลักษณ์พื้นถิ่น ชุด ศิลปะเต๋าแห่งเขาเหลาซาน โดยวิธีการสำรวจความคิดเห็นผ่านแบบสอบถาม จากการได้ศึกษาข้อมูลพบว่าภูเขาเหลาซานแห่งนี้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น 3 ส่วน คือ 1) ภูมิทัศน์โดยรอบ 2) สถาปัตยกรรมสิ่งปลูกสร้าง 3) วัฒนธรรมวิถีชีวิต



ภาพที่ 2 เอกลักษณ์ที่โดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวภูเขาเหลาซาน

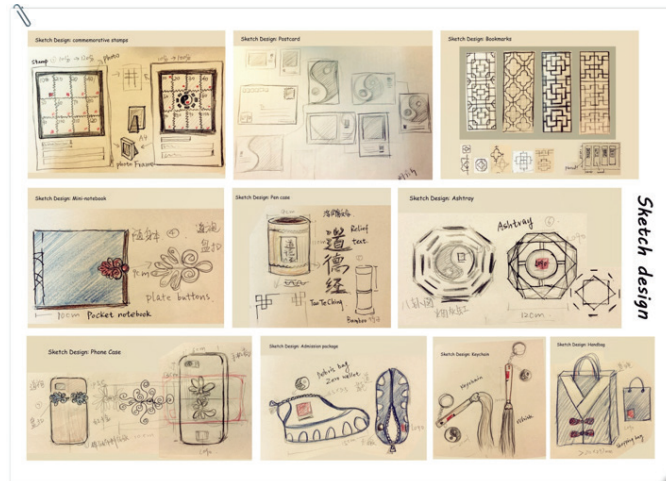
นอกจากนี้ยังพบว่า สถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีจำหน่ายบริเวณสถานที่ดังกล่าว เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในประเทศจีนพบว่ามีคุณค่าและไม่มีความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับเอกลักษณ์พื้นถิ่น ดังนั้น เพื่อเป็นต้นแบบของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์พื้นถิ่น ผู้วิจัยจึงออกแบบสัญลักษณ์ประจำพื้นที่ซึ่งถือเป็นงานหลักที่สำคัญเพื่อใช้สื่อถึงตัวตนของแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยจะต้องศึกษาค้นคว้าและดำเนินการให้นำเสนอใจ ทั้งนี้พบว่าแนวคิดการนำตราประทับจีนสัญลักษณ์รูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส ตามแบบในสมัยยุคจั้นกั๋วมาเป็นตัวสัญลักษณ์ในการเสริมจุดเด่นให้กับผลงานถือเป็นเรื่องที่เหมาะสม เป็นการผสมผสานจุดเด่นทางวัฒนธรรมจีนได้อย่างลงตัว โดยประยุกต์นำเอาฟู่กันจีน และอักษรภาพมารวมกันจนได้เป็นตัวอักษรภาพ



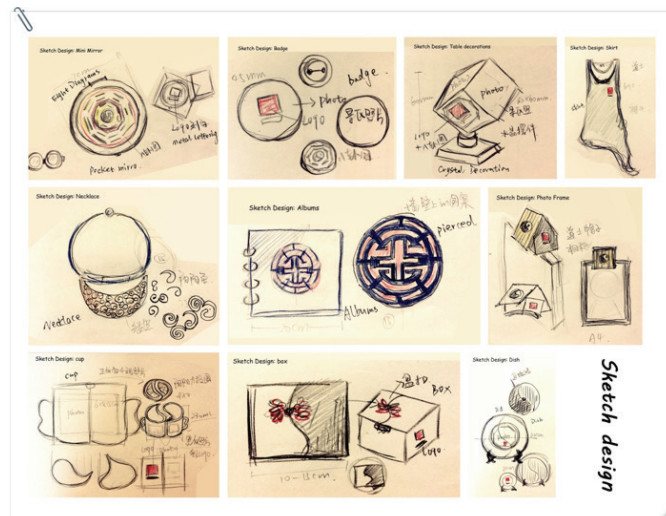
ภาพที่ 3 สัญลักษณ์อักษรภาพตัวตนแหล่งท่องเที่ยว



เมื่อได้อักษรสัญลักษณ์แล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบแบบร่างผลิตภัณฑ์ทั้ง 20 ชิ้น ได้แก่ แสตมป์ที่ระลึก ไปรษณียบัตร ที่คั่นหนังสือ สมุดบันทึก กล่องใส่ปากกา ที่เขียนบุรี ครอบโทรศัพท์ กระเป๋าใส่ของ พวงกุญแจ ถุงผ้า กระจกพกพา เข็มกลัด ที่ทับกระดาษ กระโปรง สร้อยคอ อัลบั้มรูป กรอบรูป แก้วน้ำ กล่องอเนกประสงค์ และจาน และนำไปสำรวจความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการออกแบบและผู้เชี่ยวชาญ หลังจากปรับแก้ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ผู้วิจัยได้นำไปสำรวจความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว เจ้าของธุรกิจ และผู้นำชุมชน



ภาพที่ 4 แบบร่างแสตมป์ที่ระลึก ไปรษณียบัตร ที่คั่นหนังสือ สมุดบันทึก กล่องใส่ปากกา ที่เขียนบุรี ครอบโทรศัพท์ กระเป๋าใส่ของ พวงกุญแจ และถุงผ้า



ภาพที่ 5 แบบร่างกระจกพกพา เข็มกลัด ที่ทับกระดาษ กระโปรง สร้อยคอ อัลบั้มรูป กรอบรูป แก้วน้ำ กล่องอเนกประสงค์ และจาน

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำผลงานทั้งหมดมาสำรวจ นำมาปรึกษาและร่วมแสดงความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิทางด้าน การออกแบบและผู้เชี่ยวชาญพบว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกควรมีเนื้อหาหลักเพื่อสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวที่ถูกต้องและสามารถถ่ายทอดแนวคิดที่มีต่อสถานที่ลงบนผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังต้องประกอบด้วย การออกแบบที่สวยงาม บอกเล่าเรื่องราวและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าประทับใจและมีองค์ประกอบทางวัฒนธรรมประเพณีแบบดั้งเดิมเข้ากับรูปแบบความศิวิไลซ์สมัยใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับการประยุกต์ใช้และสมัยนิยม ซึ่งจากความคิดเห็นดังกล่าวจึงสรุปออกมาเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามคำแนะนำและวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ที่ดีที่สุด 10 ชนิด คือ กระเป๋าใส่ซอง ที่คั่นหนังสือ อัลบั้มรูป พวงกุญแจ ถุงผ้า จาน สมุดบันทึก กรอบโทรศัพท์ ที่เขียนหูรี และสร้อยคอ



ภาพที่ 6 กระเป๋าใส่ซอง



ภาพที่ 7 ที่คั่นหนังสือ



ภาพที่ 8 อัลบั้มรูป



ภาพที่ 9 พวงกุญแจ



ภาพที่ 10 ถุงผ้า





ภาพที่ 11 จาน



ภาพที่ 12 สมุดบันทึก



ภาพที่ 13 กรอบโทรศัพท์



ภาพที่ 14 ที่เขี่ยบุหรี่



ภาพที่ 15 สร้อยคอ

เมื่อได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบแล้ว ผู้วิจัยได้นำไปสำรวจความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว เจ้าของธุรกิจ และผู้นำชุมชน พบว่า ทั้งหมดมีความพึงพอใจต่อการออกแบบและต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในครั้งนี้ โดยนักท่องเที่ยว เจ้าของธุรกิจ และผู้นำชุมชน เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนี้สามารถทำให้จดจำประสบการณ์การท่องเที่ยว ความทรงจำ ความประทับใจและยอมรับในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสนใจ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมเป็นพิเศษ ได้แก่ กระเป๋าใส่ของ ( $\bar{x}=4.72$ ) ที่คั่นหนังสือ ( $\bar{x}=4.66$ ) พวงกุญแจ ( $\bar{x}=4.64$ ) กรอบโทรศัพท์ ( $\bar{x}=4.62$ ) อัลบั้มรูปและที่เขียนบุหรี ( $\bar{x}=4.50$ ) ซึ่งแสดงให้เห็นในภาพรวมได้ว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ตรงตามความต้องการผู้ผลิตและผู้บริโภคในยุคสมัยนี้ นอกจากจะต้องมีความสวยงามเป็นเบื้องต้นแล้ว คุณประโยชน์ วัตถุประสงค์และการใช้สอยในชีวิตประจำวันยังเป็นวัตถุประสงค์หลักในการพิจารณาเลือกซื้อด้วย



ภาพที่ 16 การสำรวจข้อมูลผ่านแบบสอบถาม

## สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลและผลสำรวจด้วยแบบสอบถามทั้ง 2 ครั้ง สรุปได้ว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีประสิทธิภาพ สามารถใช้งานได้จริงและควรคู่แก่การเก็บรักษา ควรเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเผยแพร่บอกเล่าเรื่องราวภูมิหลังให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงคุณค่าและภาพลักษณ์อันดีในแหล่งท่องเที่ยว มีการออกแบบที่ดูทันสมัย น่าสนใจ และมีประโยชน์ใช้สอยได้จริงในชีวิตประจำวัน ทั้งยังต้องเหมาะสมกับบริบท และวิถีชีวิตในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ช่วยโฆษณาประชาสัมพันธ์กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในอนาคตต้องมีการผสมผสานนวัตกรรมความทันสมัยและความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ประกอบด้วย ความแปลกใหม่ สวยงาม เอกลักษณ์ รสนิยม และประโยชน์ใช้สอย ซึ่งการจัดทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนั้นไม่เพียงแต่จะต้องให้ความใส่ใจด้านรูปแบบและดีไซน์เท่านั้น หากยังต้องให้ความสำคัญกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายด้วย

## ภาพผลงานรวมทั้งหมด



ภาพที่ 17 แสดงผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

## บรรณานุกรม

- CHENG Chong-yan, Laoshan Taoism Culture and Tourism Resources Development, Master's thesis, Shandong University, 2008
- Chinese Taoism Network, <http://www.wuwo.org>, เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2015
- Chinese Wushu, Culture Development Center, <http://www.21wushu.com>, เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2015
- Dervaes Claudine, The Travel dictionary [M]. New York: Solitaire Publishing, 1990
- DONG Yu-ming, บทความ On the Laoshan Taoism and Religious Culture, Journal of Ocean University of China (Social Sciences), ฉบับที่ 3 ประจำปี 1999
- JIN Tao and FENG De-hua, "Form and Spirit" in Tai Chi product design, Art Education, 2007
- Laoshan Qingdao district E-Government Office, บทความ Laoshan District Brief introduction, <http://www.laoshan.gov.cn>, เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2015
- MIAO Jie, บทความวิชาการ Modern Advertising, <http://wenku.baidu.com>, เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2015
- MIAO Xue-ling, บทความ Tourism merchandise and souvenirs: Discussion on the conceptual definitions and local features, วารสาร Tourism Tribune, ฉบับที่ 19 ไตรมาสที่ 1 ประจำปี 2004
- Qingdao Laoshan Scenic Area, <http://www.qdlaoshan.cn>, เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2015
- Qingdao Taoist Association, <http://laoshandaojiao.cn>, เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 14 มกราคม 2015
- RONG Qin, บทความ Tourism souvenir design, <http://wenku.baidu.com>, เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2014
- SUI Meng, The development of tourist souvenirs and construction of regional tourism, Master's thesis, YanBian University, May 2013
- SUN Wen-Chang, Laoshan and celebrities, <http://zhidao.baidu.com>, เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2015
- WANG Zhi min, Chinese Seal, China: The Commercial Press, 1997
- WANG-Hong lin, Research of WuDang Mountain tourism souvenirs, Master's thesis of Fine Arts Program in Design, South-Central University for Nationalities, May 2010
- XU Xiao-wei, บทความ Modern design aesthetic interpretation of Tai Chi graphics, นิตยสาร Arts Exploration, 2006

- YANG Chun Li, บทความ Product design, <http://baike.baidu.com>, เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2014
- YUAN Guo hong, On the important signification of developing China's tour souvenir, Tourism College of Hainan University, 2003
- ZHANG Chang, บทความ Talking about the most important features of Logo design, วารสาร Art and Literature for the Masses, ฉบับที่ 21, 2014
- ZHANG Ting, Study on tourism souvenirs design, Master's thesis, Inner Mongolia Normal University, 2013
- ZHANG Yuan, บทความ การศึกษาการเปิดตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เมืองชิงเต่า, วารสาร Tourism, 2012
- บ้านจอมยุทธ, <http://www.baanjommyut.com>, เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 14 มกราคม 2015