



เครื่องประดับส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคอีสาน จังหวัดอุบลราชธานี



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการออกแบบเครื่องประดับ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต  
ภาควิชาออกแบบเครื่องประดับ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

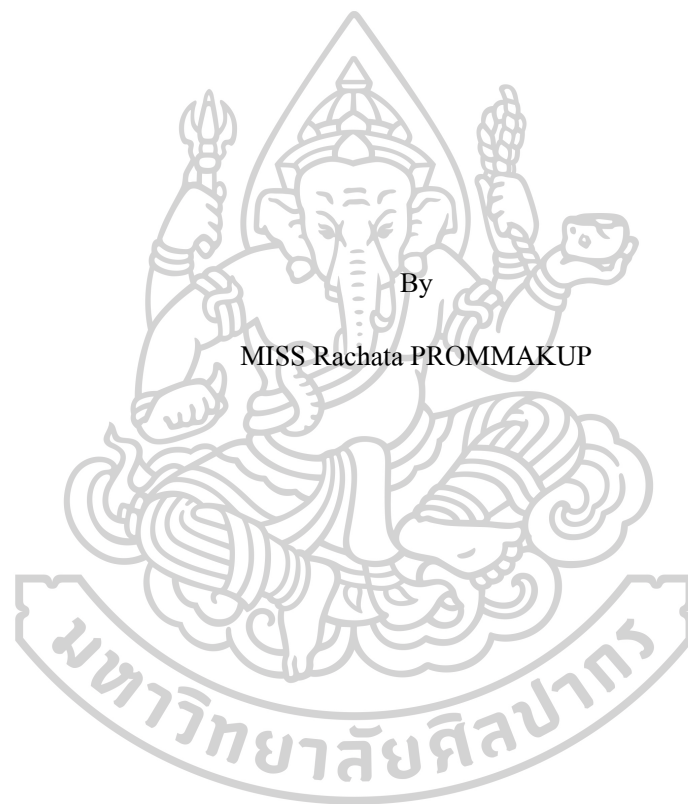
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

เครื่องประดับส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคอีสาน จังหวัดอุบลราชธานี



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการออกแบบเครื่องประดับ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต  
ภาควิชาออกแบบเครื่องประดับ  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2562  
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

THE JEWELRY PROMOTE THE TOURISM IN UBON RATCHATHANI



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for Master of Fine Arts JEWELRY DESIGN

Department of Jewelry Design

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2019

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ	เครื่องประดับส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคอีสาน จังหวัด อุบลราชธานี
โดย	รชต พรหมคุปต์
สาขาวิชา	การออกแบบเครื่องประดับ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญา มหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ยอดขวัญ สวัสดิ์

---

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต

	คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)	
พิจารณาเห็นชอบโดย	ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร.วินิตา คงประดิษฐ์)	อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยอดขวัญ สวัสดิ์)	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญา บุญประกอบ)	





58157311 : การออกแบบเครื่องประดับ แพน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทฉบับที่ ๓

คำสำคัญ : เครื่องประดับ, อูบลราชธานี, ส่งเสริมการท่องเที่ยว

นางสาว รชต พรหมคุปต์: เครื่องประดับส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคอีสาน จังหวัด อูบลราชธานี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ยอดขวัญ สวัสดิ์

ปัจจุบันการท่องเที่ยวของประเทศไทยถือว่าเป็นรายได้หลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ อีกทั้งประเทศไทยเป็นเพียงประเทศเดียวที่มีเมืองท่องเที่ยวติดอันดับจากผลการสำรวจทั่วโลกถึง 3 เมือง คือ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต และพัทยา[1] แต่ในขณะเดียวกันภาคอีสานทั้งภาคกลับมีนักท่องเที่ยว น้อยกว่าจังหวัดพังงาที่มีเพียงจังหวัดเดียว เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีการกระจุกตัวในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมเพียงไม่กี่จังหวัด

การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาวิเคราะห์การส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคอีสาน จังหวัดอูบลราชธานี โดยกระบวนการในการวิจัยนั้น มีขั้นตอนของการเก็บข้อมูลจากการค้นคว้า ข้อมูลทุติยภูมิเพื่อศึกษาข้อมูลเชิงเนื้อหา และลงพื้นที่เก็บข้อมูลปฐมภูมิในสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งหมด 10 แห่ง ในจังหวัดอูบลราชธานี เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์อัตลักษณ์ และ กลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาซึ่ง แนวทางการออกแบบและกรอบแนวคิด ซึ่งสรุปออกเป็นชิ้นงาน ทั้งหมด 3 ส่วน คือ เครื่องประดับ หนังสือประกอบการนำเสนอ และ เว็บไซต์ แล้วจึงทำการออกแบบโดยใช้อัตลักษณ์ที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว การเชื่อมโยงสถานที่กับการออกแบบ เครื่องประดับ รวมถึงการผสมผสานวัสดุที่ได้จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว โดยใช้รูปทรงโค้งและการทับซ้อน เพื่อเป็นการช่วยเพิ่มมิติให้กับชิ้นงาน และใช้สีของ ภาพรวมสถานที่ท่องเที่ยวในการเชื่อมโยงชิ้นงานเครื่องประดับ หนังสือและเว็บไซต์ ให้ไปในทิศทางเดียวกัน และนำออกเผยแพร่ผ่านช่องทางของสื่อออนไลน์ เพื่อให้ชิ้นงานเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

จากกระบวนการดังกล่าว จึงนำมาสู่การสร้างสรรค์ผลงานเครื่องประดับส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคอีสาน จังหวัดอูบลราชธานี ที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับสถานที่และเครื่องประดับ ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเกิดกิจกรรม เพิ่มเติมความสนุกในการท่องเที่ยว และส่วนของเว็บไซต์ที่ช่วยเผยแพร่เพื่อเป็นการเชิญชวนนักท่องเที่ยวมายังจังหวัด อูบลราชธานีมากยิ่งขึ้น อีกทั้งเป็นการกระจายนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรอง

[1] การจัดอันดับ100เมือง สุดยอดเมืองจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวของโลก (Global Destination Cities Index) ของมาสเตอร์การ์ด ปี2562



58157311 : Major JEWELRY DESIGN

Keyword : Jewelry, Ubon Ratchathani, Tourism Promoting

MISS RACHATA PROMMAKUP : THE JEWELRY PROMOTE THE TOURISM IN  
UBON RATCHATHANI THESIS ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR DR. YODKWAN  
SAWATDEE, Ph.D.

Tourism is one of the major sources of income for Thailand. Bangkok, Phuket and Pattaya City, are the three cities in Thailand that were announced as one of the best global destinations from the world tourism rank.[1] However, all of the three cities listed in the world rank cannot fully bring out the whole identity of Thailand. Through mass media, tourists are limited to only see famous spots in Thailand rather than seeing the diversity of the nation. It is revealed that the number of tourists from the whole region of northeastern provinces in Thailand are lower than the number of tourists from only one province, Phang-nga, due to the famous scene from a Hollywood film, James Bond.

The objective of this research is to analyze the tourism promotion in Ubon Ratchathani, as my mother's family is originated there. Because of that, I have often got opportunities to visit Ubon Ratchathani and found my happiness every time in between the trips. Therefore, I would like to introduce Ubon Ratchathani as an inside city guide. For the research procedure, Secondary data was collected from researching on content analysis. For primary data, they were collected from self-administered surveys, interviews, and field observation from 10 attractions in Ubon Ratchathani. The primary data were used for analyzing the identities of the selected attractions of and the target groups which will guide to for the design and conceptual framework.

The research's results can be created into 3 areas of work which are a book, a collection of jewelry and a webpage. These 3 workpieces were designed by applying the interesting identities from the selected attractions. The concepts of the book, the jewelry collection and the webpage will be accorded to the uniqueness of the selected attractions. All of the pieces will share the same themes and colors depending on their origins.

From the above process which leading to the creation of jewelry in promoting

northeastern tourism Ubon Ratchathani causing tourism in a new way. Tourists are involved with places and jewelry. Encourage tourism to create activities More fun in traveling And the website that helps to disseminate to invite more tourists to Ubon Ratchathani province As well as distributing tourists from primary cities to secondary cities.

[1] Ranked 100 cities in top tourist destinations of the world. (Global Destination Cities Index) MasterCard 2019



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยอดขวัญ สวัสดิ์ อาจารย์ทัศนัฐรสงขล ศรีกุลกรรณ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิตาลัย ฌโนทัย ผู้ให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางในการดำเนินการวิจัยตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง รวมถึงคณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาออกแบบเครื่องประดับ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ให้คำแนะนำพร้อมทั้งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณ คุณอานนท์ คุณอัญญารัตน์ และเพื่อนๆ ทุกคน ที่ให้คำแนะนำ คำปรึกษา รับฟังปัญหา สนับสนุนและช่วยเหลือเป็นอย่างดีเสมอมา

ขอขอบคุณ น้องสาว คุณอ้อด และพี่น้องชาวอุบลราชธานี ที่ให้ความรู้ แนะนำแหล่งท่องเที่ยว คอยช่วยเหลือเรื่องการเดินทาง ที่พัก รวมถึงน้ำใจต่างๆของผู้คนในจังหวัดอุบลราชธานี

ขอขอบคุณเพื่อนๆ นักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาออกแบบเครื่องประดับ รุ่นที่5 มหาวิทยาลัยศิลปากร ทุกคน และผู้เกี่ยวข้องกับการวิจัยทุกคน ที่คอยให้กำลังใจสนับสนุนช่วยเหลือและมอบมิตรภาพที่ดีต่อกัน

และขอขอบพระคุณยาย บิดา มารดา และครอบครัวที่ช่วยเหลือและคอยสนับสนุนในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสมอมา

สุดท้ายนี้หากมีข้อบกพร่องหรือผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอภัยสำหรับข้อบกพร่องนั้นๆ โดยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคอีสานจังหวัดอุบลราชธานีและถูกเผยแพร่ออกสู่สาธารณชนและเป็นแหล่งความรู้แก่ผู้ที่สนใจศึกษา

รชต พรหมคุปต์

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฅ
สารบัญตาราง .....	ฉ
สารบัญภาพ .....	ฉ
บทที่1 บทนำ .....	1
1. ที่มาและความสำคัญ .....	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
3. ขอบเขตของการวิจัย .....	2
4. วิธีการศึกษา.....	2
5. แผนการดำเนินงาน ระยะเวลา ลำดับขั้นตอนของการดำเนินงาน .....	3
บทที่2 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง .....	5
1. การท่องเที่ยว.....	6
2. จังหวัดอุบลราชธานี .....	10
3. พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย .....	20
4. ผลงานศิลปินที่เกี่ยวข้องในการออกแบบ.....	27
บทที่3 การดำเนินงานวิจัย.....	31
1. วิธีดำเนินการงานวิจัย.....	31
2. วิเคราะห์ข้อมูล .....	32
3. แนวทางการออกแบบและกรอบแนวความคิด .....	45

4. ขั้นตอนการออกแบบ .....	47
5. การทดลองวัสดุ.....	58
บทที่ 4 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน .....	60
1. สรุปผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล .....	60
2. แนวทางการออกแบบและกรอบแนวความคิด .....	62
3. ขั้นตอนการออกแบบ .....	63
4. การออกแบบผลงานเครื่องประดับ.....	66
5. ขั้นตอนในการทดลองสร้างชิ้นงาน .....	72
6. ขั้นตอนการผลิตชิ้นงาน .....	73
7. ผลงานเครื่องประดับและการสวมใส่.....	78
บทที่ 5 บทสรุป.....	95
รายการอ้างอิง .....	99
ประวัติผู้เขียน .....	102



## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 การบันทึกและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี .....	32
ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ตำแหน่งการสวมใส่เครื่องประดับ .....	41
ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ทัศนศิลป์ .....	42
ตารางที่ 4 แสดงสีที่ใช้ในงานออกแบบ .....	48
ตารางที่ 5 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับศาลหลักเมือง/ทุ่งศรีเมือง .....	53
ตารางที่ 6 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับวัดพระธาตุหนองบัว .....	53
ตารางที่ 7 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับย่านเมืองเก่า .....	54
ตารางที่ 8 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับคำปูนมิวเซียมกาแฟ .....	54
ตารางที่ 9 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับบ้านชีทวน .....	55
ตารางที่ 10 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับคำสามพัน โบก .....	55
ตารางที่ 11 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับเขมราฐ .....	56
ตารางที่ 12 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับผาแต้ม .....	56
ตารางที่ 13 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับน้ำตกแสงจันทร์ .....	57
ตารางที่ 14 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับวัดสิรินธรวรารามภูพร้าว .....	57
ตารางที่ 15 การทดลองวัสดุ .....	58
ตารางที่ 16 สีที่ใช้ในงานออกแบบ .....	64



## สารบัญภาพ

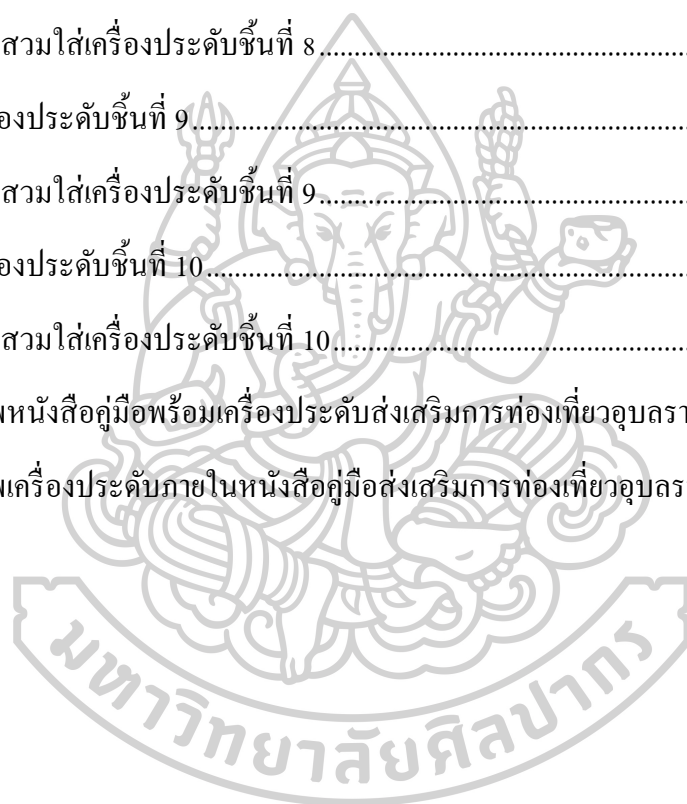
หน้า

ภาพที่ 1 แผนที่แสดงที่ตั้งและอาณาเขตจังหวัดอุบลราชธานี.....	1
ภาพที่ 2 งานประเพณีแห่เทียนพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี .....	3
ภาพที่ 3 สามพันโบก .....	4
ภาพที่ 4 ภาพเขียนสีโบราณผาแต้ม.....	6
ภาพที่ 5 น้ำตกแสงจันทร์ .....	7
ภาพที่ 6 ตึกสไตส์โคโลเนียลในย่านเมืองเก่าของอุบลราชธานี.....	8
ภาพที่ 7 ตัวอย่างภาพโครงการ Ubon Street Art project 1 .....	9
ภาพที่ 8 ตัวอย่างภาพโครงการ Ubon Street Art project 2.....	10
ภาพที่ 9 ตัวอย่างภาพโครงการ Ubon Street Art project 3.....	11
ภาพที่ 10 ตัวอย่างภาพโครงการ Ubon Street Art project 4.....	12
ภาพที่ 11 ชวน้อย บ้านชีทวน.....	13
ภาพที่ 12 ผ้าทอพื้นเมืองเขมรราชู.....	14
ภาพที่ 13 ประติมากรรมจำลองเทียนพรรษาทุ่งศรีเมือง.....	15
ภาพที่ 14 เจดีย์วัดพระธาตุหนองบัว .....	16
ภาพที่ 15 เทียนแกะสลักของวัดพระธาตุหนองบัว .....	17
ภาพที่ 16 คำปุ่น มิวเซียมกาแฟ .....	18
ภาพที่ 17 วัดสิรินธรารามภูพร้าว .....	19
ภาพที่ 18 ผลงานเครื่องประดับ Kui Brand ของ Yuki Akiyama.....	27
ภาพที่ 19 ผลงานเครื่องประดับ Map Collection ของ Talia Sari .....	28
ภาพที่ 20 ผลงานเครื่องประดับ Mizuhiki Series ของ Liisa Hashimoto .....	29
ภาพที่ 21 ผลงานเครื่องประดับ Windswept Collection ของ Heather Woolf .....	30

ภาพที่ 22 ผลงานเครื่องประดับ แบรินด์ haus of jewelry.....	38
ภาพที่ 23 ผลงานเครื่องประดับ แบรินด์ lequin .....	38
ภาพที่ 24 ผลงานเครื่องประดับ แบรินด์ POMELO.....	39
ภาพที่ 25 ผลงานเครื่องประดับ แบรินด์ Revival.....	39
ภาพที่ 26 ผลงานเครื่องประดับ แบรินด์ ZARA.....	40
ภาพที่ 27 วิเคราะห์รูปแบบเครื่องประดับจากพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องประดับ.....	40
ภาพที่ 28 กรอบแนวความคิด .....	46
ภาพที่ 29 กราฟฟิกหัวข้อการท่องเที่ยว.....	47
ภาพที่ 30 รูปแบบการแบ่งหมวดหมู่ของสถานที่ด้วยแท็บสีของหนังสือ .....	51
ภาพที่ 31 รูปแบบการแบ่งหมวดหมู่ของสถานที่ด้วยกรอบสีของเว็บไซต์ .....	51
ภาพที่ 32 ตัวอย่าง QR Code ของสถานที่ศาลหลักเมือง ทุ่งศรีเมือง .....	52
ภาพที่ 33 การออกแบบหัวเรื่องเพื่อเชิญชวน .....	63
ภาพที่ 34 การแบ่งหมวดหมู่ของสถานที่ด้วยแท็บสีของหนังสือ .....	65
ภาพที่ 35 การแบ่งหมวดหมู่ของสถานที่ด้วยกรอบสีของเว็บไซต์.....	65
ภาพที่ 36 แสดงตัวอย่าง QR Code ของสถานที่ศาลหลักเมือง ทุ่งศรีเมือง .....	66
ภาพที่ 37 แบบร่างเครื่องประดับ ทุ่งศรีเมือง /ศาลหลักเมือง .....	67
ภาพที่ 38 แบบร่างเครื่องประดับ วัดพระธาตุหนองบัว.....	67
ภาพที่ 39 แบบร่างเครื่องประดับ ย่านเมืองเก่า.....	68
ภาพที่ 40 แบบร่างเครื่องประดับ กำปุนมิวเซียมคาเฟ่.....	68
ภาพที่ 41 แบบร่างเครื่องประดับ ข้าวน้อย บ้านชีทวน .....	69
ภาพที่ 42 แบบร่างเครื่องประดับ สามพันโบก.....	69
ภาพที่ 43 แบบร่างเครื่องประดับ เขมราฐ .....	70
ภาพที่ 44 แบบร่างเครื่องประดับ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม.....	71
ภาพที่ 45 แบบร่างเครื่องประดับ น้ำตกแสงจันทร์.....	71

ภาพที่ 46 แบบร่างเครื่องประดับ วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว .....	72
ภาพที่ 47 ภาพแสดงการเขียนขนาดชิ้นงาน .....	73
ภาพที่ 48 ภาพชิ้นงานทองเหลืองลลดู.....	73
ภาพที่ 49 การเชื่อมชิ้นงานเครื่องประดับ.....	74
ภาพที่ 50 การขัดชิ้นงานเครื่องประดับด้วยตะไบ .....	74
ภาพที่ 51 ขั้นตอนการหล่อเทียน.....	75
ภาพที่ 52 การตัดหนัง .....	75
ภาพที่ 53 ชิ้นงานผ้า.....	75
ภาพที่ 54 อุปกรณ์การขัดชิ้นงานเรซิน.....	76
ภาพที่ 55 ชิ้นงานเลนส์แว่น.....	76
ภาพที่ 56 ชิ้นงานเซรามิก.....	76
ภาพที่ 57 การยัดด้วยหนามเดย.....	77
ภาพที่ 58 การหนีบ .....	77
ภาพที่ 59 การติดด้วยกาว.....	77
ภาพที่ 60 เครื่องประดับชิ้นที่ 1.....	78
ภาพที่ 61 การสวมใส่เครื่องประดับชิ้นที่ 1.....	79
ภาพที่ 62 เครื่องประดับชิ้นที่ 2.....	80
ภาพที่ 63 การสวมใส่เครื่องประดับชิ้นที่ 2.....	81
ภาพที่ 64 เครื่องประดับชิ้นที่ 3.....	82
ภาพที่ 65 รายละเอียดของเลนส์เครื่องประดับชิ้นที่ 3.....	82
ภาพที่ 66 การสวมใส่เครื่องประดับชิ้นที่ 3.....	83
ภาพที่ 67 เครื่องประดับชิ้นที่ 4.....	84
ภาพที่ 68 การสวมใส่เครื่องประดับชิ้นที่ 4.....	84
ภาพที่ 69 เครื่องประดับชิ้นที่ 5.....	85

ภาพที่ 70 การสวมใส่เครื่องประดับชั้นที่ 5 .....	86
ภาพที่ 71 เครื่องประดับชั้นที่ 6 .....	87
ภาพที่ 72 การสวมใส่เครื่องประดับชั้นที่ 6 .....	88
ภาพที่ 73 เครื่องประดับชั้นที่ 7 .....	89
ภาพที่ 74 การสวมใส่เครื่องประดับชั้นที่ 7 .....	90
ภาพที่ 75 เครื่องประดับชั้นที่ 8 .....	91
ภาพที่ 76 การสวมใส่เครื่องประดับชั้นที่ 8 .....	92
ภาพที่ 77 เครื่องประดับชั้นที่ 9 .....	93
ภาพที่ 78 การสวมใส่เครื่องประดับชั้นที่ 9 .....	93
ภาพที่ 79 เครื่องประดับชั้นที่ 10 .....	94
ภาพที่ 80 การสวมใส่เครื่องประดับชั้นที่ 10 .....	94
ภาพที่ 81 ภาพหนังสือคู่มือพร้อมเครื่องประดับส่งเสริมการท่องเที่ยวอุบลราชธานี .....	97
ภาพที่ 82 ภาพเครื่องประดับภายในหนังสือคู่มือส่งเสริมการท่องเที่ยวอุบลราชธานี .....	98



## บทที่ 1 บทนำ

### 1. ที่มาและความสำคัญ

ประเทศไทยจัดว่าเป็นประเทศท่องเที่ยวอันดับต้นๆของโลก และประเทศไทยเป็นเพียงประเทศเดียวที่มีเมืองท่องเที่ยวติดอันดับจากผลการสำรวจทั่วโลกถึง 3 เมือง ได้แก่ จังหวัดกรุงเทพฯ เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ จังหวัดภูเก็ต และเมืองพัทยา ปัจจุบันการท่องเที่ยวของประเทศไทย ยังคงเป็นรายได้หลัก ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี 2561 มีรายได้ถึง 3 ล้านล้านบาท ถึงแม้จะมีเหตุการณ์ ที่ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ลดน้อยลง แต่ประเทศไทยยังคงสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆเพิ่มขึ้นอยู่ดี

ดังนั้นปัญหาไม่ได้อยู่ที่จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดน้อยลง เพราะรายได้จากการท่องเที่ยว ยังคงเพิ่มมากขึ้น แต่ปัญหาคือ จำนวนนักท่องเที่ยวกระจุกตัวในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมเพียงไม่กี่จังหวัด ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวไม่กระจายตัว แม้รายได้จะเติบโตขึ้นทุกปี แต่ก็ไม่ได้กระจายผลประโยชน์และจำนวนเงินสู่จังหวัดอื่นๆ โดยจังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดกว่า 1.77 ล้านคน นับเฉพาะเดือน ก.ย. ปี 2561 รองลงมาได้แก่ที่ท่องเที่ยวยอดนิยมอย่างจังหวัดชลบุรี มีจำนวนนักท่องเที่ยว 6.24 แสนคน ตามมาด้วย จังหวัด ภูเก็ต แต่ในขณะเดียวกันภาคอีสานทั้งภาคกลับมีนักท่องเที่ยวรวมเพียง 1.29 แสนคน น้อยกว่าจังหวัดพังงา ที่เพียงจังหวัดเดียวมีนักท่องเที่ยวถึง 1.45 แสนคนเสียอีก ซึ่งแท้จริงแล้ว ภาคอีสานนั้นมีแหล่งท่องเที่ยว ที่น่าสนใจอยู่เป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชุมชน เพียงแต่ไม่ได้รับการสนับสนุน เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวภาคอีสานเป็นที่รู้จักและน่าสนใจ ทำให้ภาคอีสานนั้น มีนักท่องเที่ยวมาเยือนน้อยกว่าทุกๆภาค

จังหวัดอุบลราชธานี ถือว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวหนึ่งในภาคอีสาน ที่มีแหล่งท่องเที่ยว หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นเมือง ธรรมชาติ ชุมชน พืชพันธุ์ อีกทั้งมีแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็น UNSEEN THAILAND หลายแห่ง เช่น สามพันโบก น้ำตกแสงจันทร์ วัดสิรินธรวนาราม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างเมืองเก่าเขมรราช หรือ แหล่งท่องเที่ยวแบบวิถีชุมชน เช่นชุมชนผ้าฝ้ายแพ่งทอมือ ซึ่งบางสถานที่คนในจังหวัดอุบลราชธานีเอง ก็ยังไม่เคยไป เพราะบางที่ขาดการนำเสนอที่ดี หรือไม่มีเครื่องมือเพื่อเชิญชวนให้สถานที่ท่องเที่ยว นั้นเป็นที่รู้จัก คุณภราเดช พัทธวิเชียร อดีตผู้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกล่าวว่า “การท่องเที่ยวจะเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนแบบยั่งยืน ให้คนในชุมชนมีรายได้เสริมอย่างพอเพียง ” ดังนั้นข้าพเจ้าคิดว่า การส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยว จะสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนไม่มากนักน้อย และตัวข้าพเจ้าเอง

เป็นคนจังหวัดอุบลราชธานี เล็งเห็นว่าจังหวัดนี้ มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว เพราะแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนี้ เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมที่ตกทอดจากรุ่นสู่รุ่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่น่าสนใจ และยังอุดมไปด้วย ทรัพยากรทางธรรมชาติมากมาย ทั้งป่าไม้ พืชพรรณนานาชนิด แหล่งน้ำขนาดเล็กใหญ่ ภูมิทัศน์ที่โดดเด่นแปลกตา อีกทั้งยังติดต่อกับประเทศลาว และประเทศกัมพูชา ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวประเทศเพื่อนบ้านได้ ขาดเพียงแต่การนำเสนอให้จังหวัดนี้เป็นที่รู้จัก เพื่อชูให้เป็นจังหวัดท่องเที่ยวในภาคอีสาน นำรายได้ให้แก่ชุมชน

จากที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยต้องการมีวัตถุประสงค์ที่จะจัดทำ เครื่องประดับที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคอีสานจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้เอกลักษณ์ของแต่ละสถานที่ และ สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยว นั้น เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และกระจายนักท่องเที่ยวออกจากเมืองหลักสู่เมืองรอง เกิดการกระจายรายได้ และยังลดการแออัดที่จะก่อให้เกิดส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ลดการก่อขยะและมลพิษที่เกิดจากการที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดอุบลราชธานี
- 2.2 เพื่อสร้างสรรค์ชิ้นงานเครื่องประดับส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคอีสานจังหวัด

อุบลราชธานี

## 3. ขอบเขตของการวิจัย

- 3.1 ศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี
- 3.2 วิเคราะห์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีและลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล
- 3.3 วิเคราะห์จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี
- 3.4 ทดลองเทคนิคและวัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบเครื่องประดับ
- 3.5 ออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานเครื่องประดับที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคอีสานจังหวัด

อุบลราชธานี

## 4. วิธีการศึกษา

- 4.1 ค้นคว้าข้อมูลทุติยภูมิ จากหนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์และอินเทอร์เน็ต เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงเนื้อหาของการท่องเที่ยวภาคอีสานจังหวัดอุบลราชธานี และลงพื้นที่เก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) 10 สถานที่

## 4.2 วิเคราะห์ข้อมูล

## 4.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

## 4.4 กำหนดแนวทางการออกแบบและกรอบแนวความคิด

## 4.4 ทดลองวัสดุและเทคนิคให้เหมาะกับรูปแบบงานเครื่องประดับ

## 4.5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการทดลองเพื่อเข้าสู่การออกแบบ

เครื่องประดับส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคอีสานจังหวัดอุบลราชธานี

## 5. แผนการดำเนินงาน ระยะเวลา ลำดับขั้นตอนของการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงาน	ระยะเวลา
- ค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี - ศึกษาผลงานศิลปินที่มีความเกี่ยวข้อง	มกราคม – มีนาคม 2562
- วิเคราะห์อัตลักษณ์ของ 10 สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี - สรุปกรอบแนวคิดในงานวิจัย	เมษายน – พฤษภาคม 2562
- ทดลองวัสดุและเทคนิค - ทดลองวัสดุและเทคนิคที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของงานเครื่องประดับ	มิถุนายน – สิงหาคม 2562
- สรุปแนวทางการออกแบบ - ออกแบบผลงานเครื่องประดับ	กันยายน – ธันวาคม 2562
- สร้างชิ้นงานเครื่องประดับ	มกราคม - มีนาคม 2563
- นำเสนอผลงานเครื่องประดับเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคอีสานจังหวัดอุบลราชธานี ในรูปแบบชิ้นงานเครื่องประดับและเล่มโครงการศิลปินิพนธ์	เมษายน - กรกฎาคม 2563



## 6.งบประมาณ

ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการทดลอง	ประมาณ	5,000 บาท
ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตชิ้นงานจริง	ประมาณ	20,000 บาท
ค่าเอกสาร	ประมาณ	5,000 บาท
ค่าจีปาดะ	ประมาณ	15,000 บาท
	รวมทั้งหมดประมาณ	45,000บาท

## 7.ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้ผลงานเครื่องประดับเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคอีสานจังหวัดอุบลราชธานี





## บทที่ 2

### ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์และนำไปสู่ขั้นตอนในการออกแบบดังต่อไปนี้

#### 1 .การท่องเที่ยว

- 1.1 การท่องเที่ยวไทย
- 1.2 การท่องเที่ยวภาคอีสาน
- 1.3 ความหมายการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว
- 1.4 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
- 1.5 บทบาทของการท่องเที่ยว

#### 2. จังหวัดอุบลราชธานี

- 2.1 ที่ตั้งและอาณาเขต
- 2.2 แผนที่
- 2.3 ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ
- 2.4 งานประเพณีสำคัญ
- 2.5 สถานที่ท่องเที่ยว

#### 3. พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

- 3.1 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว
- 3.2 พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องประดับ
- 3.3 พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต

#### 4. ผลงานศิลปินที่เกี่ยวข้องในการออกแบบ

- 4.1 ผลงานเครื่องประดับ Kui Brand ของ Yuki Akiyama
- 4.2 ผลงานเครื่องประดับ Map Collection ของ Talia Sari
- 4.3 ผลงานเครื่องประดับ Mizuhiki Series ของ Liisa Hashimoto
- 4.4 ผลงานเครื่องประดับ Windswept Collection ของ Heather Woolf

## 1. การท่องเที่ยว

### 1.1 การท่องเที่ยวไทย

ประเทศไทยถูกจัดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอันดับหนึ่งของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในผลสำรวจสุดยอดจุดหมายปลายทางโลกของมาสเตอร์การ์ด (Global Destination Cities Index : GDCI) ประจำปี 2562 โดยกรุงเทพมหานครครองอันดับ 1 เมืองยอดนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติประเภทค้ำแรมติดต่อกันเป็นปีที่ 4 และนับเป็นครั้งที่ 6 ในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา ซึ่งมากกว่าเมืองอื่นๆ นอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็นเพียงประเทศเดียวในการสำรวจ GDCI ที่มีเมืองท่องเที่ยวถึง 3 เมืองที่ติดอันดับ 20 เมืองแรกในกลุ่มที่มีนักท่องเที่ยวประเภทค้ำแรมมากที่สุด คือ กรุงเทพฯ ภูเก็ต และพัทยา และมีถึง 2 เมืองที่ติดอันดับ 10 เมืองแรกที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายมากที่สุด คือ กรุงเทพฯ และภูเก็ต

การท่องเที่ยวไทยยังคงสร้างรายได้อย่างมหาศาลให้กับประเทศ แต่จำนวนนักท่องเที่ยวและเม็ดเงินของการท่องเที่ยวนั้นกระจุกตัวอยู่เพียงในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมไม่กี่จังหวัด ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวไม่เกิดการกระจายตัว กระจายผลประโยชน์สู่จังหวัดอื่นๆ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงมีการปรับแผนการตลาดโดยให้น้ำหนักไปยังเรื่องการลดความเหลื่อมล้ำอย่างจริงจัง ผลักดันการกระจายรายได้สู่จังหวัดท่องเที่ยวรอง ให้การท่องเที่ยวไทยสามารถเดินทางได้ทุกฤดูกาล เพิ่มเป้าหมายรายได้จากการท่องเที่ยวให้เติบโตยิ่งขึ้น

### 1.2 การท่องเที่ยวภาคอีสาน

ภาคอีสาน หรือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ถือว่าเป็นภูมิภาคที่มีเนื้อที่มากที่สุดในประเทศไทย ซึ่งมีด้วยกันถึง 20 จังหวัด โดยผู้คนที่อาศัยจะมีสำเนียงภาษาอีสานเป็นเอกลักษณ์ที่คล้ายกับสำเนียงของภาษาลาว มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ไม่เคยปรากฏ (UNSEEN) โดยมีจุดเด่นทั้งในส่วนของธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม อารยธรรม โบราณเก่าแก่ นับพันปีอีก เช่น ธรรมชาติ ภาคอีสานมีภูเขาสูงมากมายที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยป่าไม้ น้ำตก และสัตว์ป่า มีเส้นทางเดินธรรมชาติสำหรับผู้ที่ชอบการเดินทางแนวผจญภัย มีสถานที่สำหรับกางเต็นท์พักผ่อน อีกทั้งยังมีแม่น้ำสำคัญอย่างแม่น้ำชี แม่น้ำมูล ที่เปรียบเสมือนเป็นเส้นเลือดหล่อเลี้ยงภาคอีสาน

แหล่งอารยธรรม อีสานเป็นแหล่งตั้งรกรากของผู้คนในอดีตมานานนับพันปี มีการค้นพบ/ขุดพบแหล่งอารยธรรมทั้งการขุดพบโครงกระดูกไดโนเสาร์ การขุดพบเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง หรือการค้นพบภาพเขียนสีก่อนสมัยประวัติศาสตร์ที่ผาแต้ม และยังมีปราสาทหินต่างๆ อาทิ ปราสาทหินพิมาย เขาพนมรุ้ง เขาพระวิหาร

ด้านขนบธรรมเนียมประเพณีที่สำคัญ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ความเชื่อ การนับถือศาสนา การทำมาหากิน ที่น่าสนใจของชาวอีสานและชนเผ่าไทยในอีสานอย่าง ภูไท กูย ส่วย เขอ ฯลฯ

เทศกาลงานประเพณี เป็นจุดขายการท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็น ฝัตาโจน ไหลเรือไฟ แห่เทียนพรรษา งานช้าง งานมหัศจรรย์แสงอาทิตย์ที่ปราสาทเขาพนมรุ้ง และอื่นๆอีกมากมายที่พร้อมรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยว

### 1.3 ความหมายการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

#### 1.3.1 ความหมายการท่องเที่ยว

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวที่เป็นสากล (World Tourist Organization : WTO, 1981) ซึ่งเป็นเครือข่ายหนึ่งของสหประชาชาติได้บัญญัติขึ้นนั้น หมายถึง การเดินทางใดๆก็ตามที่มีลักษณะ 3 ประการ คือ

- เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
- เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้างเพราะไม่ได้หมายความเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อน หรือเพื่อประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนเยี่ยมชมภูมิทัศน์ที่น่านับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้นปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นกิจกรรมใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ

จึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปสถานที่อาศัยเดิม เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการศึกษา การแลกเปลี่ยนทางศิลปวัฒนธรรม การประชุมสัมมนา ธุรกิจและอื่นๆ (อุดม เศษกิจวงศ์, ประชิต สกฤษณ์พัฒน์ et al. 2548)

#### 1.3.2 ความหมายของนักท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวไว้ว่า บุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่อื่นที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยของตนเป็นการชั่วคราวและพำนักอยู่เป็นเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง โดยมีได้เป็นการหารายได้ และให้ความหมายนักท่องเที่ยวไว้ว่า บุคคลที่เดินทางมาเยือนชั่วคราวและทำงานอยู่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงโดยไม่ได้เป็นการหารายได้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยึดหลักกำหนดความหมายที่องค์การท่องเที่ยวโลกได้ให้ไว้เป็นหลักในการจัดนับสถิติว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยและนักท่องเที่ยวภายในประเทศของประเทศไทย โดยกำหนดลักษณะของนักท่องเที่ยว ดังนี้

นักท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง ชาวไทยหรือชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย เดินทางจากที่อยู่ในจังหวัดของตนไปยังจังหวัดอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดๆก็ตามที่ไม่ใช่การหารายได้ในสถานที่ที่ไปเยือน และระยะเวลาที่พำนักไม่เกิน 60 วัน

นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ในการเดินทางครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืนหรือ 24 ชั่วโมงและไม่มากไปกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางนั้นๆ เพื่อ

- การติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่เพื่อหารายได้
- การมาเที่ยวพักผ่อนที่แวะจอดในท่าเรือ
- การท่องเที่ยว/พักผ่อน การรักษาสุขภาพ การเยี่ยมญาติมิตร การศึกษา/ดูงาน ฯลฯ
- การร่วมประชุมสัมมนาหรือเป็นตัวแทนสมาคม นักบวช ฯลฯ

#### 1.4 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

##### 1.4.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attractions)

เกิดจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ประกอบด้วย สภาพภูมิอากาศ ทิวทัศน์และสัตว์ป่า โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากที่สุด แต่แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวจะต้องได้รับการดูแลรักษาอย่างถูกต้องและรู้เท่าทัน

##### 1.4.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต

ความรุ่งเรืองของอารยธรรมในอดีตเป็นสิ่งน่าสนใจอย่างยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยว วัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตของชนกลุ่มน้อย อีกทั้งพิธีกรรมงานเทศกาลรื่นเริงต่างๆ ศิลปะการแสดง ดนตรี เพลงพื้นบ้าน และงานหัตถกรรม

##### 1.4.3 แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Manufactured Attractions)

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เที่ยวชมสิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรมทางประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน

## 1.5 บทบาทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวภายในประเทศทำให้นักท่องเที่ยว ได้สัมผัสความงดงามของธรรมชาติ ได้เข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณีของบรรพบุรุษที่สืบทอดส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น อีกทั้งการได้เห็นถึงคุณค่าของงานหัตถกรรมที่เป็นศิลปปะงานฝีมือที่ละเอียดอ่อน ย่อมส่งเสริมให้เกิดความภาคภูมิใจ รักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมของไทย

### 1.5.1 บทบาทการท่องเที่ยวต่อสังคม

- การท่องเที่ยวช่วยสร้างเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติก่อให้เกิดสันติภาพ มิตรภาพความเข้าใจอันดีต่อกัน ระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน
- การท่องเที่ยวทำให้ประชาชนในชนบท สามารถใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาเป็น วัตถุประสงค์หรือเป็นต้นทุนในการสร้างอาชีพเลี้ยงปากท้องและจุนเจือครอบครัว
- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ทำให้ตระหนักถึงคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม
- การท่องเที่ยวช่วยในการส่งเสริมการพัฒนาความเจริญทางสังคม เกิดการลงทุน เพื่อรองรับการบริการแก่นักท่องเที่ยว
- การท่องเที่ยวช่วยลดการล้นไหลย้ายถิ่นฐานเข้ามาหางานในเมืองของประชาชน ในชนบท

### 1.5.2 บทบาทของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ

- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้จำนวนมาก การท่องเที่ยวสามารถดึงเงินตรา ต่างประเทศเข้ามาในไทยถือเป็นรายได้อันดับหนึ่ง และยังช่วยลดการขาดดุลการค้าของ สินค้าส่งออก-นำเข้าของประเทศ
- การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตหมุนเวียนภายในประเทศ ทำให้เกิดการ สร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้รัฐบาลจัดเก็บรายได้ ในรูปแบบของภาษีอากรได้มากขึ้นด้วย
- การท่องเที่ยวช่วยหมุนเวียนและกระจายรายได้ไปสู่ส่วนภูมิภาค เมื่อเกิดการ เดินทางไปสู่ชนบทการพัฒนาความเจริญย่อมไปถึงส่วนภูมิกษณนั้นๆ ทั้งด้าน สาธารณูปโภค และการลงทุนในรูปแบบของ โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร
- การท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการนำทรัพยากรท้องถิ่นมาทำการผลิตให้เกิด ประโยชน์ในรูปแบบของสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก

## 2.จังหวัดอุบลราชธานี

อุบลราชธานีเป็นเมืองใหญ่ริมฝั่งแม่น้ำที่มีประวัติความเป็นมามากกว่า 200 ปี กล่าวคือ ท้าวคำผง ท้าวทิดพรหม และท้าวคำบุตร พระวอ พระตา หนีภัยสงครามจากพระเจ้าสิริบุญสาร เจ้าแห่งนครเวียงจันทน์ เข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารของพระเจ้าตากสินมหาราช และต่อมาได้สร้างเมืองขึ้นที่บริเวณคงอยู่ฝั่งใกล้กับแม่น้ำมูล ครอบครองพุทธศักราช 2323 พระเจ้าตากสินมหาราชได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้พระยาราชสุภาวดีเชษฐาราชสีห์มาพระราชทานนามเมืองว่า อุบลราชธานี ทรงให้ท้าวคำผงเป็นเจ้าเมืองคนแรก และต่อมาได้พระราชทานบรรดาศักดิ์เป็นพระปฐมวงศา เมืองอุบลราชธานีมีเจ้าเมืองสืบต่อกันมาถึง 4 คน จนถึงปีพุทธศักราช 2425 จึงได้มีการแต่งตั้งข้าหลวงและผู้ว่าราชการจังหวัดมาดูแลปกครองจนถึงปัจจุบัน(สุทธิชัย ปทุมล่องทอง 2549)

### 2.1 ที่ตั้งและอาณาเขต

อุบลราชธานีเป็นจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีพื้นที่ประมาณ 16,112 ตารางกิโลเมตร (10.6 ล้านไร่) คิดเป็นร้อยละ 9.5 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใหญ่เป็นอันดับ 2 รองจากจังหวัดนครราชสีมา โดยอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 630 กิโลเมตร (สำนักสถิติเศรษฐกิจและสังคม 2560)

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดอำนาจเจริญและจังหวัดยโสธร

ทิศตะวันออก ติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยมีแม่น้ำโขงเป็นแนว  
กั้นเขตแดน

ทิศใต้ ติดต่อกับราชอาณาจักรกัมพูชาและจังหวัดศรีสะเกษ

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดยโสธร

โดยจังหวัดอุบลราชธานีแบ่งเป็น 25 อำเภอ ได้แก่

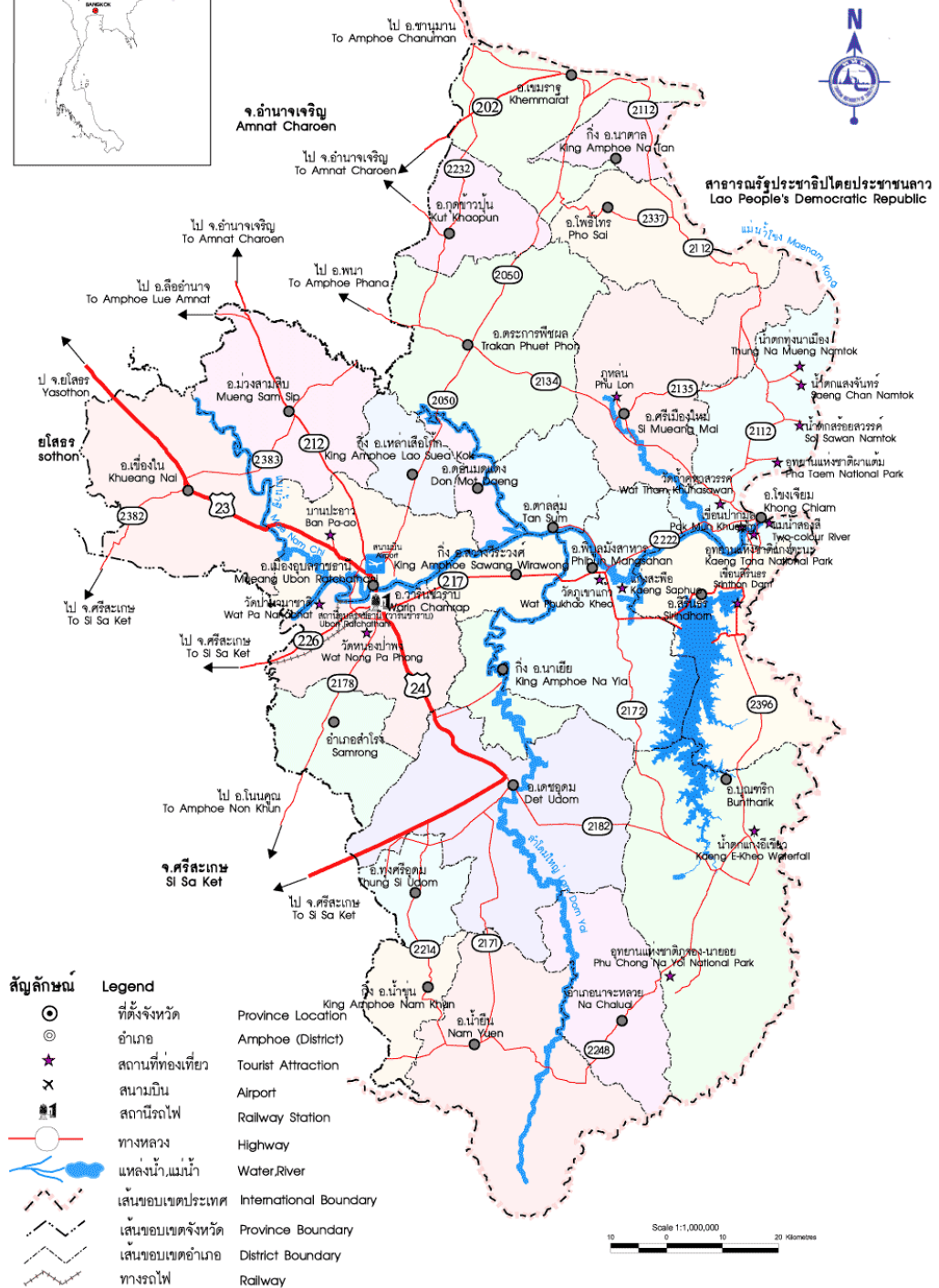
-อ.เมือง	-อ.นาเขีย	-อ.ทุ่งศรีอุดม	-อ.นาจะหลวย
-อ.วารินชำราบ	-อ.คอนมุดแดง	-อ.กุดข้าวปุ้น	-อ.เขมราฐ
-อ.สว่างวีระวงศ์	-อ.เขื่องใน	-อ.สิรินธร	-อ.โขงเจียม
-อ.เหล่าเสือโก้ก	-อ.เดชอุดม	-อ.ศรีเมืองใหม่	-อ.น้ำขุ่น
-อ.สำโรง	-อ.พิบูลมังสาหาร	-อ.บุญศรี	
-อ.ตาลชุม	-อ.ตระการพืชผล	-อ.นาตาล	
-อ.ม่วงสามสิบ	-อ.น้ำขุ่น	-อ.โพธิ์ไทร	



## 2.2 แผนที่



# แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี UBON RATCHATHANI TOURIST MAP



ภาพที่ 1 แผนที่แสดงที่ตั้งและอาณาเขตจังหวัดอุบลราชธานี

ที่มา : <https://www.novabizz.com/Map/img/map-44-UbonRatchathani.gif>

### 2.3 ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ

**ภูมิประเทศ** พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานีขอบด้านตะวันออกสุดของที่ราบสูงโคราช อยู่ห่างจากระดับน้ำทะเลปานกลางเฉลี่ย 68 เมตร ลักษณะทั่วไปเป็นที่สูง - ต่ำ และที่ราบสูงลาดเอียงจากตะวันตกไปตะวันออก ตอนกลางของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำด้านตะวันออกของจังหวัด บริเวณริมแม่น้ำโขงและด้านใต้มีเทือกเขาหินทรายสลับซับซ้อน

-ธรณีสัณฐาน โครงสร้างทางธรณีวิทยาของจังหวัดอุบลราชธานี ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มหินโคราช อายุระหว่าง 210 - 100 ล้านปี ประกอบด้วยหินทรายและหินดินดาน หินส่วนใหญ่เป็นหินร่วนปนทราย

-ป่าไม้ มีป่าไม้ที่มีความอุดมสมบูรณ์ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่บริเวณแนวชายแดนที่ติดกับสปป.ลาวและกัมพูชาซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเทือกเขาพนมดงรักและเทือกเขาภูพาน มีทั้งป่าเต็งรัง ป่าเบญจพรรณและป่าดิบแล้ง พันธุ์ไม้สำคัญ เช่น ยางนา ตะแบก แดง ประดู่ เหียง ฯลฯ

-แหล่งน้ำ เป็นจังหวัดปลายน้ำ มีลำน้ำและแม่น้ำสายหลักของภาคอีสานไหลมาบรรจบกัน เช่น แม่น้ำโขง แม่น้ำชี แม่น้ำมูล และยังมีลำห้วยสำคัญ ได้แก่ ลำเซบาย ลำเซบก ลำโดมใหญ่และลำโดมน้อย

**ภูมิอากาศ** จังหวัดอุบลราชธานีมีภูมิอากาศแบบร้อนชื้นและฝนตกชุก

-ฤดูฝน (ประมาณเดือนพฤษภาคม-กันยายน) มีลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดนำความชื้นมาจากมหาสมุทรอินเดียทำให้ฝนตก ช่วงปลายฤดูมีพายุดีเปรสชันมาจากทะเลจีนใต้ทำให้ฝนตกชุก

-ฤดูหนาว (ประมาณเดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์) เนื่องจากเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกสุดของประเทศทำให้ได้รับอิทธิพลลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจากประเทศจีนก่อนพื้นที่อื่นๆ อุณหภูมิเริ่มลดลงต่ำตั้งแต่เดือนตุลาคม

-ฤดูร้อน (ประมาณเดือนมีนาคม-พฤษภาคม) อากาศร้อนอบอ้าว (สำนักสถิติเศรษฐกิจและสังคม 2560)



## 2.4 งานประเพณีสำคัญ

### งานประเพณีแห่เทียนพรรษาอุบลราชธานี



ภาพที่ 2 งานประเพณีแห่เทียนพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี

ที่มา : <https://travel.mthai.com/news/215076.html>

งานประเพณีแห่เทียนพรรษาอุบลราชธานี จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ในช่วงวันอาสาฬหบูชา และวันเข้าพรรษา หรือขึ้น 15 ค่ำเดือน 8 และวันแรม 1 ค่ำเดือน 8 โดยมีสิ่งที่น่าสนใจ คือ ขบวนแห่เทียนพรรษาแบบโบราณ มีต้นเทียนแบบติดพิมพ์ แบบแกะสลัก และประติมากรรมเทียนนานาชาติ

การถวายเทียนพรรษานั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อถวายเป็นพุทธบูชา โดยความเชื่อเรื่องการถวายเทียนในพระพุทธศาสนามีมาตั้งแต่ครั้งสมัยพุทธกาล ว่าด้วยเหตุการณ์ในชาดกที่พระพุทธเจ้าเสด็จไปอยู่ป่ารักจิตวัน โดยได้มีช้างและลิงมาเป็นอุปัฏฐาก ช้างตักน้ำถวาย ลิงหาผลไม้และรวงผึ้งมาถวาย

การนำรวงผึ้งมาสร้างเป็นเทียนจึงถือว่าเป็นการให้ทานด้วยแสงสว่างเป็นบุญกุศลใหญ่เปรียบเสมือนแสงสว่างทางปัญญา

ในอดีตเมืองอุบลราชธานีได้ชื่อว่าเป็นดงอูผึ้ง เพราะเป็นดงใหญ่ที่มีรวงผึ้งมากมาย และยังได้ชื่อว่าเป็นศูนย์กลางพระพุทธศาสนาในอีสาน ชาวเมืองจึงนิยมนำผึ้งมาทำเป็นเทียนถวายวัด

โดยการทำเทียนเวียนหัว คือ การนำขี้ผึ้งขนาดยาวล้อมรอบศีรษะของผู้ทำมาพันเป็นเทียนนำไปถวายพระ พร้อมทั้งหาน้ำมัน เครื่องไทยทาน และผ้าอาบน้ำฝน

การแห่เทียนในอดีตรชาวบ้านร่วมกันบริจาคเทียนแล้วนำเทียนมาติดกับต้นไม้ไผ่ที่เตรียมไว้ แล้วนำกระดาษสีเงินสีทองมาตัดเป็นลายพื้นปลาติดปิดทับรอยต่อ เสร็จแล้วจึงนำต้นเทียนไปมัดติดกับปี่บ น้ำหนัก้าด ฐานของต้นเทียนใช้ไม้ตีเป็นแผ่นเรียบหรือทำสูงขึ้นเป็นชั้นๆ ติดกระดาษ เสร็จแล้วมีการ แห่เข้าไปถวายวัด ซึ่งพาหนะที่ใช้ในสมัยนั้นนิยมใช้เกวียนหรือล้อเลื่อนที่ใช้วัวหรือคนลากจูง ในช่วงแรกนั้นไม่มีการประกวดเทียนพรรษา แต่จากการกล่าวรำลือของชาวบ้านกันว่า เทียนคุ้มวัดนั้นงาม เทียนคุ้มวัดนี้สวย ต่อมากรมหลวงสรรพสิทธิประสงค์ ผู้สำเร็จราชการเมืองอุบลฯ ขณะนั้นจึงเห็นควรให้มีการประกวดเทียนพรรษาแล้วแห่รอบเมืองก่อนจะนำไปถวายพระที่วัด (ปีนองงค์ วัชรปาน 2554)

## 2.5 สถานที่ท่องเที่ยว

### 2.5.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

#### 2.5.1.1 สามพันโบก



ภาพที่ 3 สามพัน โบก

สามพันโบก ตั้งอยู่ที่บ้านโป่งเปี้ยว อำเภอโพธิ์ไทร เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นแก่งหินเรียงรายกลางลำน้ำโขง โดยในฤดูฝนจะจมอยู่ใต้น้ำ แต่เมื่อถึงฤดูแล้งโขดหินทรายรูปทรงแปลกตามากมายจะ โผล่พ้นน้ำขึ้นมา

คำว่า โบก เป็นภาษาพื้นเมือง แปลว่าแอ่งหรือหลุม โดยบริเวณสามพันโบกนั้นเต็มไปด้วยหลุมธรรมชาตินับพันหลุมบนลานหินทรายกลางลำน้ำ โขดหินเหล่านี้เกิดจากแรงน้ำวนกัดเซาะจนกลายเป็นรูปทรงต่างๆ โขดหินบางแห่งมีขนาดใหญ่มากจนดูคล้ายภูเขา บางแห่งเป็นลานหินมีแอ่งน้ำขนาดใหญ่ทั้งทรงกลม ทรงรี รูปดาว ฯลฯ ถือเป็นความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติที่น่าตื่นตาตื่นใจ และยังเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของฝูงปลานานาชนิดอีกด้วย

ในฤดูแล้งจะพบหลุมน้ำขังจำนวนมาก โดยมีแอ่งขนาดใหญ่แห่งหนึ่งเรียกว่า บุ่งน้ำใส หรือ สระมรกต ถือเป็นจุดชมดวงอาทิตย์ขึ้นที่สวยงาม และมีบางแอ่งที่มีขนาดเล็กและกลายมักพบแมงกะพรุนน้ำจืด ที่มีลักษณะครึ่งวงกลมคล้ายร่ม ตัวใส ว่ายน้ำโดยการกระเพื่อมขบร่วมเป็นจังหวะ

นอกจากนี้บริเวณใกล้เคียงยังมีสถานที่ที่น่าสนใจ เช่น หาดสลึงเป็นหาดทรายริมฝั่งแม่น้ำมูล ปากบ่องเป็นจุดที่แคบที่สุดของแม่น้ำโขง และหินหัวพะเนียงเป็นถ้ำถ้ำขนาดใหญ่กลางแม่น้ำโขงที่ทำให้แม่น้ำแยกเป็น 2 สาย

ฤดูที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวสามพันโบก คือฤดูแล้ง(ประมาณเดือนธันวาคม-พฤษภาคม)

### 2.5.1.2 อุทยานแห่งชาติผาแต้ม

อุทยานแห่งชาติผาแต้ม มีพื้นที่ประมาณ 340 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่อำเภอโขงเจียม อำเภอศรีเมืองใหม่และอำเภอโพธิ์ไทร ทิศเหนือและทิศตะวันออกติดลำน้ำโขงโดยได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 74 ของไทยเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2534 (สำนักสถิติเศรษฐกิจและสังคม 2560)

โดยมีลักษณะเป็นที่ราบสูงสลับกับมีเนินเขาสูงต่ำ ซึ่งเกิดจากการยุบตัวแยกตัวของผิวและหน้าผาสูงชันที่เกิดจากการแยกตัวของผิวโลก สภาพป่าเป็นป่าเต็งรัง มีหินทรายลักษณะแปลกตากระจายอยู่ทั่วบริเวณและมีพันธุ์ไม้ดอกขึ้นตามลานหิน นอกจากนี้ผาแต้มยังได้ชื่อว่าเป็นจุดชมพระอาทิตย์ขึ้นแรกของประเทศไทย





ภาพที่ 4 ภาพเขียนสี โบราณผาแต้ม

ผาแต้มเป็นหน้าผาสูงมีประติมากรรมหินธรรมชาติรูปทรงแปลกตา บริเวณด้านล่างของหน้าผามีภาพเขียนสียุคก่อนประวัติศาสตร์ อายุ 4000 - 3000 ปี ภาพเขียนส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นภาพสีแดงน้ำหมายพบกระจายเรียงรายตามแนวหน้าผาริมโขง นับเป็นกลุ่มภาพเขียนสี โบราณที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย โดยมีความยาวต่อเนื่องกันประมาณ 180 เมตร มีภาพทั้งหมดประมาณ 300 ภาพ โดยลักษณะของภาพแบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ ภาพฝ่ามือ ภาพสัตว์ (เช่น ช้าง หมา ปลาบึก สัตว์ปีก) ภาพคน (ผู้ชาย ผู้หญิง) ภาพวัตถุสิ่งของเครื่องใช้ (ก้างปลา, เครื่องมือจับปลาของอีสาน) และภาพรูปทรงเรขาคณิต (ลวดลายยี่กื้อ, รูปทรงเส้นสาย สามเหลี่ยมสี่เหลี่ยม)

### 2.5.1.3 น้ำตกแสงจันทร์

ตั้งอยู่ที่อำเภอโขงเจียม ในอุทยานแห่งชาติผาแต้ม เป็นน้ำตกที่เกิดจากห้วยท่าล้าง ซึ่งเป็นลำน้ำสาขาของลำน้ำโขง โดยมีลักษณะพิเศษคือน้ำตกจะไหลจากชะง่อนผาหินทรายด้านบน ทะลุลงช่องกลมตามปล่องหินสูตรแตงน้ำเล็กๆด้านล่าง



ภาพที่ 5 น้ำตกแสงจันทร์

ที่มา : <http://www.amazingthaitour.com/wp-content/uploads/2013/08/sjc.png>

สาเหตุของการเกิดรูขนาดใหญ่นี้ เกิดจากการกัดเซาะของแรงน้ำที่ไหลแรงและเร็วอีกทั้งได้พัดเอากรวดและหินไหลติดไปด้วย ซึ่งเมื่อกรวดและหินไหลเข้าไปติดในหลุม กระแสน้ำก็จะพัดก้อนกรวดก้อนหินเหล่านั้นทิ้งวนอยู่ในหลุมทำให้หลุมที่เป็นหินทรายซึ่งมีความแกร่งน้อยกว่าขยายตัวเป็นหลุมกว้างขึ้นเรื่อยๆและทะลุเป็นรู ชาวบ้านจึงมักเรียกอีกชื่อว่า น้ำตกลงรู

ส่วนชื่อน้ำตกแสงจันทร์มาจากลักษณะน้ำตกที่ไม่ได้แผ่กว้าง แต่ไหลเป็นลำเล็กๆ คล้ายลำแสงดวงจันทร์ที่ส่องลงมาน้ำตกลงถ่านปล่องหินสู่เบื้องล่าง มองดูคล้ายแสงจันทร์เต็มดวง สาดส่องมายังพื้นโลก

## 2.5.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต

### 2.5.2.1 ย่านเมืองเก่า



ภาพที่ 6 ตึกสโตนโคโลเนียลในย่านเมืองเก่าของอุบลราชธานี

ย่านการค้าเก่าหรือย่านเมืองเก่า คือ ศูนย์รวมการค้าขนาดใหญ่ของเมืองอุบลราชธานี มีท่าเรือสำหรับการขนส่งสินค้าทางน้ำ โดยเป็นย่านเศรษฐกิจที่เจริญมากในอดีต แต่ภายหลังได้มีการสร้างสะพานเสรีประชาธิปไตยขึ้น เพื่อเชื่อมระหว่างอำเภอเมือง และอำเภอวารินชำราบ ที่มีแม่น้ำมูลขั่นกลาง ทำให้การขนส่งสินค้าทางน้ำจึงถูกยกเลิกไปเหลือทิ้งไว้เพียงร่องรอยความเจริญในสมัยก่อนในรูปแบบตึกกรมบ้านช่องแบบสถาปัตยกรรมโคโลเนียลที่เป็นการผสมผสานศิลปะแบบไทยและตะวันตกเข้าด้วยกันอย่างลงตัว ในปัจจุบันกลุ่มนักธุรกิจรุ่นใหม่ของจังหวัดอุบลราชธานี ได้ร่วมตัวจัดตั้งโครงการ Ubon Street Art project เป็นโครงการเพื่อสร้างจุดเด่นส่งเสริมการท่องเที่ยวและปรับภูมิทัศน์ย่านเมืองเก่า ให้มีความสวยงามแปลกตา โดยมีภาพวาด Street Art ทั้งหมด 6 จุดซึ่งทุกภาพสะท้อนความคิดและวิถีชีวิตของชาวเมืองอุบลราชธานี





ภาพที่ 7 ตัวอย่างภาพโครงการ Ubon Street Art project 1

ผลงาน : สายน้ำและการเปลี่ยนแปลง

ศิลปิน : เกียรติศักดิ์ ศรีผลา

ที่ตั้ง : บริเวณทางเข้าตลาดใหญ่ หน้าโรงแรมศรีอีสาน

แนวคิด : วิถีชีวิตและการเปลี่ยนแปลงเรื่องราวที่ทับซ้อนของกาลเวลา

สิ่งเก่าและสิ่งใหม่ผสมผสานการอยู่ร่วมกันของอดีตและปัจจุบันแนวคิด



ภาพที่ 8 ตัวอย่างภาพโครงการ Ubon Street Art project 2

ผลงาน : ความสุข

ศิลปิน : อนุชิต กลิ่นกุหลาบ

ที่ตั้ง : ปากซอยหลังโรงศรีอีสาน

แนวคิด : “เคน ดาเหลา” และ “ทองมาก จันทะลือ” หมอลำอุทา ศิลปินแห่งชาติหมอลำชื่อดังอีสานสื่อถึงความรัก ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน สังคมที่ดิ้นรน และการใช้ชีวิตไปพร้อมกับโลกในปัจจุบันอย่างมีความสุข





ภาพที่ 9 ตัวอย่างภาพโครงการ Ubon Street Art project 3

ผลงาน : Redmuuk

ศิลปิน : พีรพงษ์ สอนพงษ์

ที่ตั้ง : ตรงข้ามซอยร้านเจริญสิน (ข้ามถนนจากซอยทางออกตลาดใหญ่)

แนวคิด : ตั้งใจสร้างสรรค์งาน กราฟฟิตี้ นี้ให้เป็นภาพสีสดใส จากแต่ก่อนเป็นซอยที่มีกองขยะที่อยู่ของหนู ตอนกลางคืนมีคนนำกล้วย จึงสร้างสรรค์เป็นรูปหน้าเสือกับยักษ์ อีกส่วนหนึ่งของผลงานจะอิงกับคำขวัญของจังหวัดอุบลฯ ดอกบัว ปลา ภาพวาดภาพเต็ม สร้างสรรค์ออกมาในรูปแบบงาน Street Art Redmuuk



ภาพที่ 10 ตัวอย่างภาพโครงการ Ubon Street Art project 4

ผลงาน : ชูบแต้ม

ศิลปิน : สิทธิพล แต่งประกอบ

ที่ตั้ง : ซอยทางออกตลาดใหญ่

แนวคิด : เชื่อมโยงจากตะวันตกสู่ตะวันออก ศิลปะที่นำพาความคิดจากต่างแดน  
สู่ความบันเทิงใจของศิลปะอุบลราชธานี เป็นการเชื่อมโยงความคิดจินตนาการตามยุคสมัย  
จาก ชาว เทา คำ ผู้สี่จากจิตกรรมอีสาน

### 2.5.2.2 ข้าวน้อย บ้านชีทวน



ภาพที่ 11 ข้าวน้อย บ้านชีทวน

บ้านชีทวนในอดีต คือ นครลำดวน ซึ่งเป็นเมืองของชาวขอม โดยภายหลังกลายเป็นที่รกร้าง เจ้าเมืองอุบลจึงสั่งให้ท้าวโงนคำพร้อมราษฎรอีก 150 ครอบครัว เข้ามาลงหลักปักฐานสร้างเป็นเมืองใหม่ในปีพ.ศ. 2324 และตั้งชื่อเมืองว่าชีชวน โดยตั้งชื่อตามภูมิภาคในตอนนั้นที่แม่น้ำชีช่วงนั้นมีการไหลย้อนขึ้นและเปลี่ยนเป็นบ้านชีทวนในปัจจุบัน

บ้านชีทวนเป็นชุมชนที่มีวิถีเรียบง่าย เอกลักษณะเด่นคือสะพานปูนทอดยาวผ่านทุ่งนาเชื่อมโยงหมู่บ้านสองฝั่ง โดยส่วนของสะพานเล็กๆเรียกเป็นภาษาพื้นบ้านของอีสานข้าวน้อย โดยดั้งเดิมข้าวน้อยบ้านชีทวนสร้างจากไม้เนื้อแข็งใช้เป็นทางผ่านให้พระภิกษุและสามเณรเดินข้ามฝั่งไปบิณฑบาตระหว่างบ้านชีทวนกับบ้านหนองแคนด้วยความสะดวกไม่ต้องเดินผ่านท้องทุ่งที่เป็นดินโคลน รวมทั้งเป็นทางสัญจรของชาวบ้านใช้ในการเดินทางไปมาหาสู่ไปวัดทำบุญ และยังใช้ในประเพณีการตักบาตรเทโว โดยชาวบ้านจะขึ้นเรียงบนสะพานเพื่อรอตักบาตรพระสงฆ์

ในปี พ.ศ.2534 ข้าวน้อยได้เสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานจึงได้มีการบูรณะใหม่เป็นสะพานคอนกรีตที่มีความมั่นคงกว่าเดิม โดยสีของสะพานคอนกรีตจะตัดกลับสีเหลืองสดของกลีบดอกปอเทืองในปลายฤดูแล้ง ส่วนในฤดูฝนจะตัดกับเป็นสีเขียวขจีของต้นข้าวสุดลูกहुลูกตาเป็นความงามตามวิถีที่ผันแปรไปตามแต่ละฤดูกาล (พริมา อ่วมเจริญ 2560)



### 2.5.2.3 เขมราฐ

เขมราฐหรือชื่อเดิมคือเมืองเขมราชูร์ธานี อันเป็นพระนามพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (รัชกาลที่ 2) เมื่อครั้งโปรดเกล้าฯ ตั้งเมืองแห่งนี้ขึ้นในปี พ.ศ.2537 มีความหมายว่า ดินแดนแห่งความเกษมสุข ในอดีตเมืองเขมราชูร์ธานีมีบทบาทความสำคัญเคียงคู่กับเมืองอุบลราชธานี แต่ต่อมาถูกลดบทบาทการปกครองให้มีฐานะเป็นเพียงอำเภอหนึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี แต่ร่องรอยความเจริญและเรื่องราวที่ถูกเก็บรักษาไว้อย่างดี เมืองเขมราฐจึงถูกฟื้นฟูให้กลับมาเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยชาวเขมราฐต้องการขับเคลื่อนพัฒนาให้ชุมชนเจริญเติบโตโดยใช้เส้นทางวัฒนธรรมที่บรรพบุรุษสร้างไว้ และเก็บรักษาผ่านกาลเวลามาหลายชั่วอายุคน (ธีรพัฒน์ บุญผาพิบูลย์ 2560)



ภาพที่ 12 ผ้าทอพื้นเมืองเขมราฐ

โดยนอกจากประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจและความเรียบง่ายเรียบง่ายของวิถีชีวิตเขมราฐยังเป็นเมืองที่ขึ้นชื่อเรื่องผ้าฝ้ายทอมือ โดยผ้าทอมือเอกลักษณ์ซึ่งสะท้อนผ่านออกมาเป็นลวดลายของผืนผ้าที่ล้วนแต่มีเรื่องราวเป็นของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวของความรักหนุ่มสาว ความสามัคคีของชุมชน การบูชาครูบาอาจารย์ หรือตำนานของลายผ้าที่เกี่ยวข้องกับแม่น้ำโขง และความเชื่อเรื่องพญานาคของคนริมโขง เช่น ผ้าทอลายนาคน้อย ซึ่งชาวบ้านจะนิยมใส่ในงานบุญเดือน 6 หรือ งานบุญบั้งไฟ เพื่อเป็นการบูชาพญานาค

## 2.5.3 แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

### 2.5.3.1 ทุ่งศรีเมือง

ทุ่งศรีเมือง เดิมชื่อ นาทุ่งศรีเมือง โดยมีความสำคัญมาตั้งแต่อดีตคือเป็นสถานที่ทำนาของเจ้าเมืองอุบลราชธานี และใช้เป็นสถานที่ตั้งเมรุเผาศพแบบนกกหัสดีลิงค์สำหรับเจ้าเมืองอุปฮาด (อุปราชา) และพระเถระชั้นผู้ใหญ่ ภายหลังถูกยกเลิกไปในสมัยพระบรมวงศ์เธอ กรมหลวงสรรพสิทธิประสงค์ ข้าหลวงใหญ่มณฑลลาวท้าว (พ.ศ.2436-2453) และพัฒนาเป็นสวนสาธารณะขนาดใหญ่ อยู่ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมืองอุบลราชธานี โดยมีสนามหญ้าล้อมรอบด้วยต้นไม้ใหญ่และไม่ค่อยมีประดับ ภายใต้อาคารสามชั้นบนพื้นที่ 39 ไร่ และเป็นสถานที่จัดงานบุญประเพณีและเทศกาลต่างๆของจังหวัด (สำนักสถิติเศรษฐกิจและสังคม 2560)



ภาพที่ 13 ประติมากรรมจำลองเทียนพรรษาทุ่งศรีเมือง

ภายในทุ่งศรีเมือง มีประติมากรรมจำลองเทียนพรรษายักษ์ที่แกะสลักอย่างงดงาม โดยสร้างขึ้นเพื่อเฉลิมพระเกียรติเนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 6 รอบ ของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตร รัชกาลที่ 9 ในวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ.2542 โดยจำลองเรื่องพระมหาชนก ตอนที่พระมหาชนกกราชกุมารเดินทางในทะเล แล้วเกิดเหตุเรือแตกต้องว่ายน้ำในทะเลถึง 7 วัน ออกแบบโดยการนำศิลปะที่แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดมาผสมผสานกับศิลปะของไทย แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ สระน้ำ เรือ บุคคลและต้นเทียน

โดยต้นเทียนจะมี 5 ส่วน ฐานด้านล่างสุดเป็นรูปพญานาคซึ่งเป็นสัตว์ในพระพุทธศาสนาที่แสดงถึงความนุ่มนวลอ่อนหวาน ฐานชั้นที่ 2 เป็นรูปพญาครุฑเทพในศาสนาพราหมณ์ซึ่งเป็นพาหนะของกษัตริย์ ฐานชั้นที่ 3 เป็นภาพดอกบัวที่มีลักษณะกลีบขาวซึ่งเป็น

สัญลักษณ์ของจังหวัดอุบลราชธานี ส่วนลำต้นของเทียนเป็นลวดลายแบบอีสานคือ ลวดลายกนกที่ขมวดคล้ายกับเลข 1 ไทยที่มีลักษณะอวบอ้วนในส่วนยอด

นอกจากนี้ภายในทุ่งศรีเมืองยังมีสถานที่ที่น่าสนใจ คือ ศาลหลักเมือง, อนุสาวรีย์พระปฐมบรมราชสุริยวงศ์(เจ้าคำผง) เจ้าเมืองอุบลราชธานีคนแรก, ปฎิมากรรมสมเด็จพระมหาวิรรวงศ์ (ดิศโล อ้วน) พระเถระที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านคันถธุระและวิปัสสนาธุระ, อนุสาวรีย์แห่งความดี เป็นอนุสาวรีย์ที่เชลยศึกชาวต่างประเทศในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 สร้างไว้เพื่อเป็นที่ระลึกถึงความเมตตาปราณี และคุณงามความดีของชาวเมืองอุบลราชธานี, ประติมากรรมร่วมใจก้าวไปข้างหน้า สร้างขึ้นตามโครงการประติมากรรมกับสิ่งแวดล้อมเพื่อเยาวชน ซึ่งแสดงถึงความสมานฉันท์แห่งความเป็นพี่น้องระหว่าง 4 ประเทศ คือ ไทย ลาว กัมพูชา และเวียดนาม และทุ่งศรีเมืองยังถูกใช้เป็นที่ในการจัดเทศกาลที่สำคัญของจังหวัดอุบลราชธานี คือ เทศกาลแห่เทียนพรรษา

### 2.5.3.2 วัดพระธาตุหนองบัว



ภาพที่ 14 เจดีย์วัดพระธาตุหนองบัว

วัดหนองบัว หรือ วัดพระธาตุหนองบัว ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมืองอุบลราชธานี เป็นวัดราษฎร์ สังกัดคณะสงฆ์ธรรมยุติกนิกาย สร้างขึ้นเพื่อเป็นสัญลักษณ์ครบรอบ 25 ศตวรรษของพระพุทธศาสนา ในปีพุทธศักราช 2500 โดยจำลองแบบมาจากเจดีย์ที่พุทธคยาประเทศอินเดีย หนึ่งในสังเวชนียสถาน 4 แห่งของพระพุทธศาสนา ผนังด้านนอกของพระ



เจดีย์เป็นภาพแกะสลักนูนต่ำบอกเล่าเรื่องราวของพระเจ้าสิบชาติ ภายในประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุให้ผู้มีจิตศรัทธาได้กราบสักการบูชา การฝาผนังประดับลวดลายธรรมจักรสีทอง

โดยในช่วงก่อนงานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาประมาณต้นเดือนกรกฎาคมนักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมวิธีการทำเทียนโดยช่างแกะสลักเทียนแบบใกล้ชิด ชมรายละเอียดความปราณีตและวิจิตรของการแกะสลักกรวดแห่เทียน โดยมีพื้นที่วัดเป็นพื้นที่ส่วนกลางที่คนในชุมชนใช้รวมตัวกันสร้างงาน

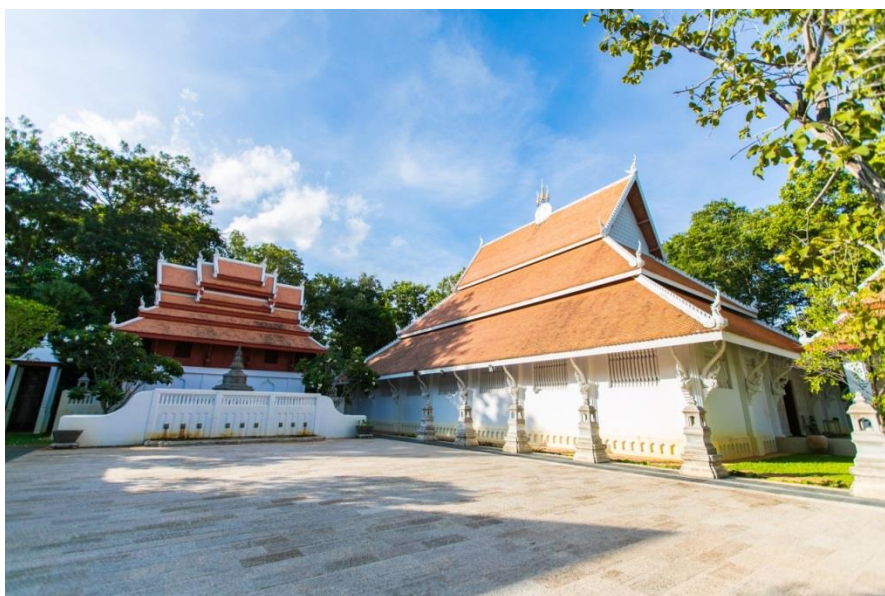


ภาพที่ 15 เทียนแกะสลักของวัดพระธาตุหนองบัว

โดยต้นเทียนเข้าพรรษาของจังหวัดอุบลราชธานีจะแบ่งเป็นหลายประเภท อาทิ ต้นเทียนหอมซึ่งเป็นต้นเทียนที่เน้นความสวยงามตามแต่ละยุคสมัย, ต้นเทียนแบบคิดพิมพ์เป็นการ

นำเสื้อผ้ามาทำเป็นแผ่นบางๆพิมพ์ลายแล้วจึงนำมาเรียงแปะบนต้นเทียนที่ละชั้นจนเกิดมิติ และการแกะเทียนประเภทมัดลวดติดลายเป็นแบบเทียนโบราณที่มีมาตั้งแต่สมัยแรกเริ่มงานเทศกาลแห่เทียน ซึ่งปัจจุบันหาชมได้ยาก แต่สามารถหาชมได้ที่วัดหนองบัว

### 2.5.3.3 คำปุ่น มิวเซียมกาแฟ



ภาพที่ 16 คำปุ่น มิวเซียมกาแฟ

บ้านคำปุ่น ตั้งอยู่ที่อำเภอวารินชำราบ เป็นแหล่งรวบรวมผ้าไหมและสินค้าที่ผลิตจากผ้าไหมทอมือ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านการทอผ้าไหม โดยบ้านคำปุ่นจะเปิดให้เข้าชมเพียงปีละ 1 ครั้ง ระยะเวลาไม่เกิน 3 วัน ในช่วงเทศกาลแห่เทียนพรรษาของทุกปี โดยบ้านคำปุ่นเป็นสถานที่ส่วนตัวของคุณคำปุ่น ศรีใส เจ้าของผลงานดีเด่นทางวัฒนธรรม สาขาทัศนศิลป์ ทอผ้า พ.ศ.2537 ซึ่งปัจจุบันมีคุณเถ่า มีชัย แต่สุจริยา ทายาทเป็นผู้ดูแล โดยมีการเก็บค่าเข้าชม 100 บาท ภายในรวบรวม ประวัติการทอผ้าไหม ขั้นตอนการทอตั้งแต่เป็นตัวไหม และเครื่องมือทอผ้าโบราณหลากหลายรูปแบบอายุเป็นร้อยๆปี รวมไปถึงผ้าไหมทอมือต่างๆ เช่น ผ้าลายกาบบัว ที่ขึ้นชื่อของอุบลราชธานีที่มีลายผ้าเป็นลายพื้นเมืองและมีสีของกาบบัว (ไล่อ่อนแก่จากขาว ชมพู เทา เขียว น้ำตาล ) (ชายวัน (นามปากกา) 2562)

สินค้าผ้าทอของบ้านคำปุ่น ใช้เทคนิคในขั้นตอนการผลิตโดยการ มัดหมี่ เกาะ ล้าง และจก ทุกขั้นตอนอาศัยความปราณีต รวมถึงวัสดุต้องเป็นไหมสีทองและตีเกลียวเส้นไหมด้วยมือเท่านั้น

#### 2.5.3.4 วัดสิรินธรารามภูพร้าว



ภาพที่ 17 วัดสิรินธรารามภูพร้าว

วัดสิรินธรารามภูพร้าว หรือวัดภูพร้าว หรือ วัดเรืองแสง ตั้งอยู่ที่อำเภอสิรินธร โดยวัดจำลองสภาพแวดล้อมของป่าหิมพานต์ มีวิเวกที่สนักของถ้ำน้ำโจนที่มองจากฝั่งไทยไปฝั่งลาว มีพระอุโบสถสีทองตั้งเด่นเป็นสง่า ซึ่งมีต้นแบบมาจากวัดเชียงทอง เมืองหลวงพระบาง ประเทศลาว แต่มีขนาดใหญ่กว่า เสาแต่ละต้นลงลาวด้วยมือ โดยรอบนอกเป็นลายบัวและสัตว์ทั้งหมด ตามคติบัวสี่เหล่า และยังมีภาพต้นกัลปพฤกษ์เรืองแสงด้านหลังโบสถ์ซึ่งออกแบบของคุณคุณากร ปริญาปุณ โณ ที่ลงมือติดโมเสกแต่ละชิ้นด้วยตัวเอง โดยมีแรงบันดาลใจมาจากต้นไม้แห่งชีวิตในภาพยนตร์เรื่องอวตาร นอกนั้นยังมีลาวคลายบนพื้นที่เรืองแสงด้วยเช่นกัน

โดยการเรืองแสงนั้นเกิดจากการใช้สีที่เรืองแสง (สารฟลูออเรสเซนต์) ทาลงบน ลาวคลาย ในช่วงกลางวันวัดดูนั้นจะดูคล้ายแสงอาทิตย์เอาไว้แล้วปล่อยให้ออกมาในช่วงกลางคืน



### 3. พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

#### 3.1 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทย

จากการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวไทย โดยสำนักสถิติแห่งชาติร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ในรอบปีประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ มีผู้เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวร้อยละ 63.3 โดยมีผู้ที่ไม่เดินทางท่องเที่ยวร้อยละ 36.7 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2560)

โดยมีลักษณะการเดินทาง มีลักษณะการเดินทางแบบค้างคืนอย่างน้อย 1 คืนมากกว่าผู้เดินทางที่มีลักษณะการเดินทางแบบไม่ค้างคืนซึ่งถือว่าเป็นนักท่องเที่ยว ซึ่งสำหรับผู้ที่ไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า ไม่มีเวลาว่าง ไม่มีทุนทรัพย์เพียงพอสำหรับการเดินทาง ไม่ชอบเดินทาง สภาพเศรษฐกิจไม่ดี และมีปัญหาเรื่องสุขภาพ เรียงตามลำดับ

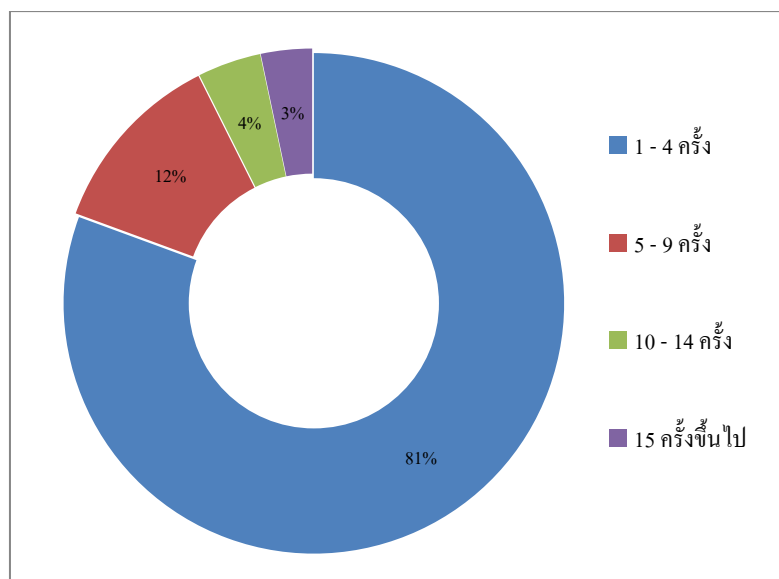
ในส่วนของข้อมูลตามลักษณะทางประชากร พบว่า

-เพศหญิงและเพศชายมีการเดินทางท่องเที่ยวใกล้เคียงกัน คือ ชาย ร้อยละ 62.8 หญิง ร้อยละ 63.7

-ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับสูงมีอัตราการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับรองลงมา

-อาชีพการทำงานของผู้ที่เดินทางท่องเที่ยว พบว่า ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจเป็นผู้เดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน และผู้เกษียณอายุ เรียงตามลำดับ (สำนักสถิติแห่งชาติ, 2560 : 10)

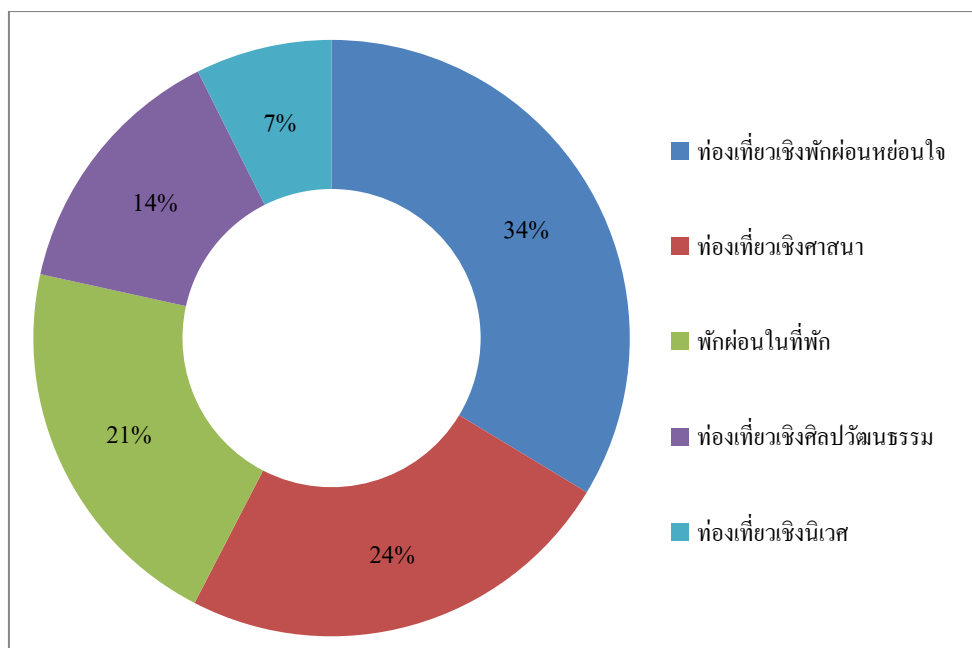
จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในรอบปี ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยว 1-4 ครั้ง ร้อยละ 80.6 รองลงมาเดินทางท่องเที่ยว 5-9 ครั้ง ร้อยละ 12.0 เดินทางท่องเที่ยว 10 - 14 ครั้ง ร้อยละ 4.1 และเดินทางท่องเที่ยว 15 ครั้งขึ้นไปร้อยละ 3.3 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2560)



แผนภูมิที่ 1 แสดงจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในรอบปีของนักท่องเที่ยวไทย

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว 5 อันดับแรกได้แก่ เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน  
 ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ไหว้พระปฏิบัติธรรม ตั้งใจหรือแวะไปรับประทานอาหาร และซื้อของซื้อ  
 สินค้า

กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ภาพรวมในกิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทาง  
 ท่องเที่ยว 5 อันดับแรก คือ ท่องเที่ยวเชิงพักผ่อนหย่อนใจ(ขับรถเที่ยว,ชมการแสดงต่างๆ,ซื้อสินค้า)  
 ร้อยละ 42.3 ท่องเที่ยวเชิงศาสนา(ปฏิบัติธรรม,นมัสการศาสนสถาน) ร้อยละ 30.1 พักผ่อนในที่พัก  
 ร้อยละ 26.2 ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม(ชมพิพิธภัณฑ์,ท่องเที่ยวโฮมสเตย์,ศึกษาวัฒนธรรม) ร้อย  
 ละ 17.8 และท่องเที่ยวเชิงนิเวศ(ดูนก,ท่องเที่ยวธรรมชาติและสัตว์ป่า,ส่องสัตว์) ร้อยละ 9.3 (สิริรัตน์  
 นาคเป็น 2555)



แผนภูมิที่ 2 แสดงกิจกรรมที่นิยมทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย

วันและเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางวันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 38.7 รองลงมาเดินทางวันธรรมดา ร้อยละ 31.7 ในช่วงวันหยุดเทศกาล ร้อยละ 27.8 (สำนักสถิติแห่งชาติ, 2560 : 18)

### 3.2 พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องประดับ

บริบททางสังคมและภาวะเศรษฐกิจส่งผลโดยตรงต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างของประชากรในแต่ละยุค ผู้คนแต่ละกลุ่มอายุมีพฤติกรรมและค่านิยมการบริโภคที่แตกต่างกัน โดยในตลาดของสินค้าประเภทเครื่องประดับการกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามช่วงอายุ(Generation)เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เพื่อให้สามารถทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมายหลัก

#### 3.2.1 พฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละช่วงอายุ

การตลาดในปัจจุบันแบ่งกลุ่มผู้บริโภคออกตามช่วงอายุ โดยโลกตะวันตกได้แบ่งคนแต่ละกลุ่มที่เกิดในแต่ละยุคสมัย หรือเรียกว่า เจนเนอเรชั่น(Generation) แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ Lost Generation, Greatest Generation, Silent Generation, Baby Boomer, Generation X และ Generation Y ซึ่งผู้บริโภคแต่ละกลุ่มก็จะมีพฤติกรรมการเลือกซื้อ/บริโภคสินค้า ความคิด ค่านิยม ไลฟ์สไตล์ ที่แตกต่างกัน ดังนี้



- Lost Generation เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2426-2443 ถ้ายังมีชีวิตอยู่คนกลุ่มนี้จะมีอายุประมาณ 120-137 ปี เป็นยุคแรกของช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1

- Greatest Generation หรือเรียกอีกชื่อว่า G.I. Generation คนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2444-2467 โดยจะมีอายุประมาณ 96-119 ปี ซึ่งเป็นช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อสงครามสงบลงเกิดสภาพเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก คนรุ่นนี้จึงเป็นกำลังหลักในการพัฒนาและฟื้นฟูเศรษฐกิจ ทำให้เป็นกลุ่มคนมีลักษณะจริงจังในการใช้ชีวิต มีความเป็นทางการและมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน

- Silent Generation เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2468-2488 มีอายุระหว่าง 75-95 ปี ซึ่งเป็นช่วงขณะเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 หลังจากนั้นจึงเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ มีความเป็นอยู่ยากลำบาก ผู้หญิงเริ่มทำงานนอกบ้านมากขึ้น และเป็นยุคที่คนแต่งงานน้อย อัตราการเกิดต่ำ พฤติกรรมของคนจึงเป็นคนขยัน มีความจงรักภักดีต่อประเทศชาติ

- Baby Boomer หรือ Gen-B คนกลุ่มนี้เกิดในช่วง พ.ศ. 2489-2507 มีอายุระหว่าง 56-74 ปี เป็นช่วงสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งคร่าชีวิตทหาร พลเรือน และแรงงานไปจำนวนมาก เมื่อสงครามสงบลง จึงขาดแคลนแรงงานในการขับเคลื่อนประเทศ ผู้คนนิยมแต่งงานและมีลูกกันมาก ลักษณะของคนในยุคนี้ คือ ทำงานหนักเพื่อสร้างเนื้อสร้างตัว ไม่ค่อยเปลี่ยนงานบ่อยเนื่องจากมีความจงรักภักดีต่อองค์กร ขยัน อดออม และเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่นักการตลาดให้ความสนใจ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ มีกำลังซื้อ และมีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อสินค้าเพื่อตัวเองและคนใกล้ชิด

- Generation X หรือ Extraordinary Generation เป็นยุคของคนวัยกลางคนที่เกิดระหว่างปี 2508-2522 อายุระหว่าง 41-55ปี เป็นช่วงเศรษฐกิจขาขึ้น เป็นยุคแห่งความมั่งคั่ง ผู้คนใช้ชีวิตสุขสบาย เน้นความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน (Work-Life Balance) ชอบอะไรที่ไม่เป็นทางการมากนัก มีความยืดหยุ่นในการปรับตัวรับกับวัฒนธรรมที่เปลี่ยนไป ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้ คนในยุค Gen-X กำลังอยู่ในวัยทำงาน มีรายได้ เงินออม จึงมีศักยภาพในการซื้อสูง กล้าใช้จ่าย ใช้ชีวิตแบบทันสมัยและยังเป็นกลุ่มที่เติบโตในยุคที่เทคโนโลยีกำลังเข้ามา จึงพร้อมเปิดรับเทคโนโลยีที่มากกว่ากลุ่ม Gen-B

- Generation Y หรือที่เรียกว่า กลุ่ม Millennials เกิดระหว่างปี 2523-2540 คนในยุคนี้อยู่ในช่วงวัยทำงาน อายุระหว่าง 23-40 ปี เติบโตมาพร้อมกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี หรือเรียกได้ว่าเป็น Digital Natives โดยคนกลุ่มนี้เป็นผลผลิตของกลุ่ม Gen-B ได้รับการเลี้ยงดูอย่างดี ได้รับการศึกษามากกว่าคนทุกเจเนอเรชั่น มีลักษณะนิสัยชอบ

แสดงออก เป็นตัวของตัวเองสูง ผู้บริโภค Gen-Y เป็นผู้บริโภคที่ใจร้อน นิยมสินค้าที่ดึงดูดความสนใจ เต็มตา คูลดี และอยู่ในกระแสสังคม ซึ่งรวมถึงสินค้ากลุ่มไอที

ในการทำตลาดสินค้าเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายแต่ละเจนเนอเรชันต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากแต่ละกลุ่มเติบโตมาในสภาพแวดล้อมทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน จึงทำให้กลยุทธ์ที่ใช้ได้ผลกับอีกกลุ่ม อาจใช้ไม่ได้ผลกับอีกกลุ่ม สำหรับประเทศไทย จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติซึ่งได้คาดประมาณสัดส่วนประชากรไทยในอีก 10 ปีข้างหน้าระบุว่า Gen-Y จะเป็นกลุ่มคนที่มีสัดส่วนสูงที่สุดถึง 29% ของจำนวนประชากรทั้งหมด รองลงมาคือ Gen-X ที่สัดส่วน 22% และกลุ่ม Baby Boomer ที่สัดส่วน 18% (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558)

### 3.2.2 รสนิยมการบริโภคเครื่องประดับของ 3 เจเนอเรชันหลัก

วัยและไลฟ์สไตล์ของผู้ซื้อเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนกำหนดรสนิยมในการเลือกซื้อเครื่องประดับ ทั้งในส่วนของรูปแบบดีไซน์ ชนิดวัสดุที่ใช้ เรื่อยไปจนถึงระดับราคา โดยกลุ่มที่น่าสนใจคือกลุ่ม Gen-Y และ Gen-X เนื่องจากกำลังอยู่ในวัยทำงาน มีรายได้และเงินออม จึงนับว่ามีศักยภาพในการซื้อสูง แต่เนื่องด้วยการใช้ชีวิตของกลุ่มคนในยุคปัจจุบันนิยมสินค้าไอทีมากกว่าเครื่องประดับ วางแผนการตลาดและกลยุทธ์สร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ต้องปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีและสังคมออนไลน์เข้ามามีส่วนเป็นอย่างมาก เพื่อให้สามารถเข้าถึงรสนิยมความชอบของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชัน

-Baby Boomer (Gen-B) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เข้าข่ายผู้สูงวัย นิยมเครื่องประดับที่หรูหรา สวมใส่สบาย และมีคุณภาพ นิยมเครื่องประดับที่สามารถสะสมมูลค่าได้ กล่าวคือ นอกจากจะใช้เครื่องประดับเพื่อความสวยงามและแสดงถึงสถานะทางสังคมแล้ว ยังซื้อเพื่อเป็นการลงทุนอีกทางหนึ่งด้วย ผู้บริโภคกลุ่มนี้นิยมดูโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามโทรทัศน์ และนิตยสารมากกว่าการเสฟสื่อออนไลน์ หากสามารถเจาะใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ นับว่าประสบความสำเร็จ เนื่องจากคนกลุ่มนี้มีความภักดีต่อแบรนด์สูง พร้อมจะซื้อแบรนด์นั้นต่อไป และยังแนะนำต่อให้ลูกหลานอีกด้วย

-Generation X (Gen-X) เป็นช่วงวัยที่มีฐานะและหน้าที่การงานที่มั่นคง จึงเป็นกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อสูง นิยมเครื่องประดับที่สะท้อนความเป็นตัวตน ดูทันสมัยและเสริมบุคลิกภาพ และกลุ่มคน Gen-X มีพฤติกรรมนิยมทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ และนิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ สื่อโซเชียลมีเดียจึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการโฆษณา

ประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลกับคนกลุ่มนี้ โดยใช้ต้นทุนไม่สูงเหมือนกับการใช้สื่อโทรทัศน์ นิตยสาร และการวางจำหน่ายตามเคาน์เตอร์หรือร้านค้า

-Generation Y (Gen-Y) เป็นกลุ่มวัยทำงาน เครื่องประดับไม่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายของคนกลุ่มนี้มากเท่ากับสินค้าไอทีอย่างสมาร์ทโฟนและสมาร์ตแกดเจ็ตต่างๆ เห็นได้จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่ม Gen-Y โดยหากจะเจาะตลาดคนกลุ่มนี้ เครื่องประดับจะต้องมีดีไซน์ที่เก๋ เท่ สวยงาม และที่สำคัญราคาต้องไม่สูง ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับกลุ่ม Digital Natives ที่ชอบความสะดวกรวดเร็วทันท่วงทีไม่พึ่งสื่อออนไลน์ ซึ่งจะเป็นช่องทางที่สะดวก รวดเร็ว ต้นทุนต่ำและได้ผลที่สุด โดยกลุ่มผู้หญิง Gen-Y นิยมสืบค้นข้อมูลผ่านทางโซเชียลมีเดีย อ่านรีวิวสินค้าผ่านบล็อกต่างๆ รวมทั้ง Instagram และ Facebook (ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ 2558)

### 3.3 พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต

จากข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2561 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบข้อมูลการใช้ Social Media ของคนไทยในแอปพลิเคชันเรียงลำดับตามความนิยม ได้ดังนี้

- YouTube (ร้อยละ 98.8)
- LINE (ร้อยละ 98.6)
- Facebook (ร้อยละ 96.0)
- Facebook Messenger (ร้อยละ 88.4)
- Instagram (ร้อยละ 67.2)
- Pantip ชุมชนออนไลน์ (ร้อยละ 64.2)
- Twitter (ร้อยละ 43.0)
- WhatsApp (ร้อยละ 10.6)

โดยภาพรวมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต กรุงเทพฯเป็นเมืองหลวงที่ใช้ Facebook มากเป็นอันดับ 1 ของโลกใช้เวลาในการเข้าถึงมากที่สุด อันดับแรก คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ รองลงมา คือ การดูโทรทัศน์ ดูคลิปวิดีโอ ดูภาพยนตร์ ฟังเพลงออนไลน์ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ 2562)

#### 3.3.1 การใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละเจนเนอเรชัน

แต่ละช่วงวัยก็มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันทั้งในส่วนของเวลาและกิจกรรมการ  
ใช้งานต่างๆ

-Baby Boomer (เกิดในช่วงปี พ.ศ.2489-2507) ยุคเริ่มต้นก่อนที่เทคโนโลยีจะเฟื่อง  
ฟู เป็นยุคที่การพัฒนาเทคโนโลยียังไม่ทันสมัยเท่าไรนัก กิจกรรมยอดฮิต ได้แก่ Social  
Media 84.7% รับ-ส่งอีเมลล์ 81.1% พุดคุย/โทรศัพท์ออนไลน์75.1% โดยมีการใช้Social  
Media เฉลี่ยประมาณ 2ชม.50นาที/วัน

-Gen X (เกิดในช่วงปี พ.ศ.2508-2523) ช่วงเจนเนอเรชั่นที่กำลังเริ่มปรับตัวเข้าสู่  
เทคโนโลยี เป็นยุคที่มีการพัฒนาไอทีให้มีความทันสมัยมากขึ้นกว่ากลุ่ม Baby Boomer  
กิจกรรมยอดฮิต ได้แก่ Social Media 91.3% รับ-ส่งอีเมลล์ 86.5% พุดคุย/โทรศัพท์ออนไลน์  
75.9% โดยมีการใช้Social Media เฉลี่ยประมาณ 3ชม./วัน

-Gen Y (เกิดในช่วงปี พ.ศ.2524-2543) เป็นกลุ่มคนที่โตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์  
อินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีไอที กิจกรรมยอดฮิต ได้แก่ Social Media 96.7% รับ-ส่งอีเมลล์  
76.0% พุดคุย/โทรศัพท์ออนไลน์74.0% โดยมีการใช้Social Media เฉลี่ยประมาณ 4ชม./วัน

-Gen Z (เกิดในช่วงปี พ.ศ.2544 เป็นต้นไป) เคยชินกับการใช้เทคโนโลยีมากกว่า  
เจนเนอเรชั่นอื่นๆ เพราะเป็นเจนเนอเรชั่นที่เกิดมาก็ถูกแวดล้อมไปด้วยเทคโนโลยี กิจกรรม  
ยอดฮิต ได้แก่ Social Media 92.5% ค้นหาข้อมูลเพื่อการทำงาน/เรียน 76.1% พุดคุย/  
โทรศัพท์ออนไลน์71.6% โดยมีการใช้Social Media เฉลี่ยประมาณ 3ชม.40นาที/วัน

โดยจากผลสำรวจกลับพบว่าคือ Gen Y กลับมีสัดส่วนของการใช้ Social Media ที่มากกว่า  
Gen Z ซึ่งเป็นเจนเนอเรชั่นล่าสุด (2562)

## 4.ผลงานศิลปะที่เกี่ยวข้องในการออกแบบ

### 4.1 ผลงานเครื่องประดับ Kui Brand ของ Yuki Akiyama



ภาพที่ 18 ผลงานเครื่องประดับ Kui Brand ของ Yuki Akiyama

ที่มา : <https://www.kuicjewelry.com/about-us>

Kui แบรินด์เครื่องประดับของ Yuki Akiyama ศิลปินชาวญี่ปุ่น ที่เปิดตัวพร้อมกันทั้งในญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกาในปี 2015

ผลงานได้รับแรงบันดาลใจจากงานฝีมือแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่นและทิวทัศน์ที่สวยงามของทวีปยุโรป โดยมีแนวคิด คือ “ของขวัญจากธรรมชาติ” โดยเลือกใช้วัสดุหลักเป็นหินสีหายากและลูกบิดหินสีคุณภาพสูงของญี่ปุ่น เพื่อสร้างชิ้นส่วนที่เป็นการแสดงออกถึงสีสันที่สดใส ลวดลายที่ซับซ้อน และพื้นผิวที่ไม่ซ้ำใคร ชิ้นงานแต่ละชิ้นบอกเล่าเรื่องราวของตัวเองที่พุดถึงความสวยงามของทิวทัศน์ในธรรมชาติ สถานที่ที่สวยงามแปลกตาทั่วโลก เช่น เสียงกระซิบของสายลม คลื่นซัด



สาคบนชายหาด แสงแดดที่กระทบผิวน้ำ ใช้ลักษณะของรูปทรง สีและพื้นผิว ที่ช่วยกระตุ้นความรู้สึกของผู้สวมใส่ ให้รู้สึกถึงความสวยงามของธรรมชาติ (Yuki Akiyama 2015)

#### 4.2 ผลงานเครื่องประดับ Map Collection ของ Talia Sari



ภาพที่ 19 ผลงานเครื่องประดับ Map Collection ของ Talia Sari

ที่มา : <https://taliasari.com/collections/collection-maps>

ผลงานเครื่องประดับ Map Collection ของ Talia Sari ศิลปินชาวอิสราเอล ที่ผสมผสานเทคโนโลยีขั้นสูงและงานฝีมือเข้าด้วยกันเพื่อสร้างชิ้นงานที่มีขนาดขนาดเล็กและเรียบง่าย แต่มีเรื่องราวเบื้องหลังการออกแบบทุกชิ้น

โดยผลงาน Map Collection รูปแบบมาจากแผนที่ผังของถนนในเมืองต่างๆที่ไม่ซ้ำกันในแต่ละมุมโลก บางเมืองดูคดเคี้ยวไม่มีแบบแผน บางเมืองดูเป็นระเบียบเรียบร้อย ได้แก่ ปารีส นิวยอร์ก โรม ลอนดอน บาร์เซโลนา อัมสเตอร์ดัม เทลอาวีฟ ซานฟรานซิสโก เซอร์ซาเล็มและโตเกียว วัสดุคือทองเหลือง เงินสเตอร์ลิงและทองคำ (Talia Sari 2020)



#### 4.3 ผลงานเครื่องประดับ Mizuhiki Series ของ Liisa Hashimoto



ภาพที่ 20 ผลงานเครื่องประดับ Mizuhiki Series ของ Liisa Hashimoto  
ที่มา : <https://www.hinge-dept.com/collections/mizuhiki-series>

ผลงานเครื่องประดับ Mizuhiki Series ของ Liisa Hashimoto ศิลปินชาวญี่ปุ่น ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากการสังเกต สภาพแวดล้อม ของสถานที่ต่างๆ อาทิ เช่น สนามเด็กเล่น สวนสาธารณะ อาคาร รวมไปถึง สถาปัตยกรรมแบบญี่ปุ่น และรูปร่างทรงที่แตกต่างและเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล โดยใช้ วัสดุผสมอย่าง มิซุฮิกิ(Mizuhiki) ที่ใช้สำหรับตกแต่งซองจดหมายหรือของขวัญด้วยการผูกเชือก ซึ่งเป็นวัฒนธรรมการห่อของขวัญของญี่ปุ่น โดยคาดหวัง ให้ผู้สวมใส่ มีความสุขในขณะที่สวมใส่ (Liisa Hashimoto 2020)

#### 4.4 ผลงานเครื่องประดับ Windswept Collection ของ Heather Woof



ภาพที่ 21 ผลงานเครื่องประดับ Windswept Collection ของ Heather Woof  
ที่มา : <https://designerjewellersgroup.wordpress.com/2012/12/31/heather-woof/>

ผลงานเครื่องประดับ Windswept Collection ของ Heather Woof ออกแบบเครื่องประดับ โดยมีแรงบันดาลใจจากรูปแบบจังหวะและการเคลื่อนไหว มีลักษณะที่โดดเด่นด้วยลายเส้นที่สะอาดและ Heather มีความหลงใหลในการสร้างสรรค์ผลงานแต่ละชิ้นโดยเน้นไปที่รายละเอียดที่ประณีตและงานฝีมือที่สวยงาม

Windswept Collection ได้แรงบันดาลใจจากสภาพอากาศที่สก็อต โดยปลายปี 2012 Heather ได้เข้าร่วมกลุ่มนักออกแบบอัญมณี โดยออกแบบเซตเครื่องประดับสำหรับนิทรรศการคริสต์มาสประจำปีทีบาร์บิกัน ลอนดอน งานของ Heather ให้ความรู้สึกที่ลึ้นไหว เป็นรูปทรง เพื่อให้ความรู้สึกกระเซิงราวกับจะปลิวไปแต่ยังคงสวยงาม โดยใช้เหล็กและไทเทเนียมเป็นวัสดุ (Heather Woof 2012)

## บทที่ 3 การดำเนินงานวิจัย

ในกระบวนการออกแบบเครื่องประดับเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคอีสานจังหวัดอุบลราชธานีนั้น ผู้วิจัยได้วางขั้นตอนในการดำเนินงานและกรอบแนวความคิด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัยดังต่อไปนี้

### 1. วิธีดำเนินการงานวิจัย

#### 1.1 การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในงานวิจัย 2 รูปแบบ

1.1.2 ศึกษาข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยเก็บข้อมูลจากการค้นคว้า หนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์อินเทอร์เน็ต เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สถานที่สำคัญ เพื่อนำมาวิเคราะห์เพื่อคัดเลือกสถานที่สำคัญเพื่อนำดำเนินงานด้วยการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ

1.1.3 เก็บข้อมูลแบบ ปฐมภูมิ (Primary Data) หรือลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเก็บภาพและข้อมูลสำคัญของสถานที่นั้น และสอบถามข้อมูลจากบุคคล โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่จำนวน 10 พื้นที่ ได้แก่

- |                               |                             |
|-------------------------------|-----------------------------|
| 1. ทุ่งศรีเมือง /ศาลหลักเมือง | 6. สามพัน โบก               |
| 2. ย่านเมืองเก่า              | 7. เขมราฐ                   |
| 3. ชวน้อยบ้านชีทวน            | 8. อุทยานแห่งชาติผาแต้ม     |
| 4. กำปุนมิวเซียมคาเฟ่         | 9. น้ำตกแสงจันทร์           |
| 5. วัดพระธาตุหนองบัว          | 10. วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว |

## 2. วิเคราะห์ข้อมูล

### 2.1 วิเคราะห์อัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

ตารางที่ 1 การบันทึกและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

สถานที่	ความสำคัญและลักษณะสถานที่/พื้นที่	เอกลักษณ์เชิงรูปภาพ	สิ่งที่น่าสนใจ
ศาลหลักเมือง /ทุ่งศรีเมือง ต. ในเมือง อ. เมือง อุบลราชธานี	พื้นที่ขนาดใหญ่ ใช้เป็นที่สาธารณะ มีลานกีฬา และร้านค้า เช่น ลานตลาดโต้รุ่ง	เทียนพรรษาเฉลิมพระเกียรติ 	เสาหลักเมืองเป็นยอดบัวตูม โดยใช้ไม้ราชพฤกษ์ 
วัดพระธาตุหนองบัว ต. ในเมือง อ. เมือง อุบลราชธานี	วัดที่มีชื่อเสียงและมีความสำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดอุบลราชธานี	พระธาตุเจดีย์ศรีมหาโพธิ์ 	การแกะสลักเทียนพรรษา 
ย่านเมืองเก่า ต. ในเมือง อ. เมือง อุบลราชธานี	ย่านการค้า ศูนย์กลางของจังหวัดอุบล	บ้านเมืองแบบโบราณ 	Ubon Street Art project 

ตารางที่ 1 การบันทึกและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี (ต่อ)

สถานที่	ความสำคัญและลักษณะสถานที่/พื้นที่	เอกลักษณ์เชิงรูปภาพ	สิ่งที่น่าสนใจ
<p>ชัwn้อยบ้าน ชิววน ต. ชิววน อ. เขื่องใน</p>	<p>พื้นที่ทุ่งนาขนาดใหญ่</p>	<p>สะพานชัwn้อย พาดทุ่งนา</p> 	<p>ศาลาไม้กลางสะพาน</p> 
<p>คำปุ่น มิวเซียมกาแฟ ต. ในเมือง อ. เมือง อุบลราชธานี</p>	<p>พิพิธภัณฑ์ผ้าทอเมือง อุบลฯ รวมถึง ร้านขนม เครื่องดื่ม และสินค้าจากผ้าทอ</p>	<p>อาคารแบบสถาปัตยกรรม ไทยอีสานประยุกต์</p> 	<p>ผ้าทอลายกาบบัว</p> 
<p>สามพันโบก ต. เหล่างาม อ. โพธิ์ไทร</p>	<p>แก่งหินใต้ลำน้ำโขง มีรูปร่างแตกต่างกัน ออกไป</p>	<p>หลุมหินขนาดต่างๆ</p> 	<p>บรรยากาศท้องฟ้าและหาด ทราย</p> 
<p>เขมราฐ ต. เขมราฐ อ. เขมราฐ</p>	<p>อำเภอเก่าแก่ที่ บ้านเมืองสร้างด้วยไม้ บ้านบางหลังมีอายุ ยาวนานเป็นร้อยปี</p>	<p>การพ้อนรำที่ถนนคนเดิน</p> 	<p>ผ้าทอมือมัดหมี่</p> 



ตารางที่ 1 ผลการบันทึกและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี (ต่อ)

สถานที่	ความสำคัญและลักษณะสถานที่/พื้นที่	เอกลักษณ์เชิงรูปภาพ	สิ่งที่น่าสนใจ
<p>อุทยานแห่งชาติผาแต้ม</p> <p>ต. ห้วยไผ่</p> <p>อ.โขงเจียม</p>	<p>หน้าผาสูงเกิดขึ้นตามธรรมชาติ บริเวณที่เป็นหน้าผา จะปรากฏภาพเขียนสีโบราณ โดยฝีมือมนุษย์ยุคก่อนประวัติศาสตร์</p>	<p>ภาพเขียนสีโบราณ</p> 	<p>ภาพเขียนสีโบราณ</p> 
<p>น้ำตกแสงจันทร์</p> <p>ต. ห้วยไผ่</p> <p>อ.โขงเจียม</p>	<p>สายน้ำที่ตกผ่านลงรูหิน ในวันเพ็ญแสงจันทร์จะสอดคล้องมาตรงรูหินพอดี</p>	<p>น้ำตกที่ไหลผ่านรูหิน</p> 	<p>รูปร่างของรูหิน</p> 
<p>วัดสิรินธรวรรารามภูพร้าว</p> <p>ต. ช่องเม็ก</p> <p>อ.สิรินธร</p>	<p>พระอุโบสถต้นแบบมาจากวัดเชียงทอง ประเทศลาว มองเห็นวิถ้าน้ำโขง</p>	<p>ต้นกัลปพฤกษ์เรืองแสง</p> 	<p>สารฟลูออเรสเซนต์หรือสีเรืองแสง</p> 



## สรุปอัตลักษณ์และสิ่งที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

สถานที่ที่กล่าวมาข้างต้น บางสถานที่ ไม่สามารถนำอัตลักษณ์สำคัญมาใช้ในการออกแบบ เช่น พระธาตุเจดีย์ศรีมหาโพธิ์ เพราะเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนาที่ชาวบ้านให้ความเคารพบูชา ผู้วิจัยเห็นว่าได้ควรหาบริเวณ หรือสิ่งที่น่าสนใจ มาประกอบการวิเคราะห์อัตลักษณ์นี้ เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการออกแบบ

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยจากการสำรวจและลงพื้นที่ ทั้ง 10 ที่ ในจังหวัดอุบลราชธานี

**ศาลหลักเมือง/ทุ่งศรีเมือง** มีอัตลักษณ์ที่สำคัญคือ ต้นเทียนพรรษาเฉลิมพระเกียรติ และสิ่งที่น่าสนใจคือ เสาหลักเมืองเป็นยอดบัวตูม

**วัดพระธาตุหนองบัว** มีอัตลักษณ์ที่สำคัญคือ พระธาตุเจดีย์ศรีมหาโพธิ์ แต่เนื่องจากพระธาตุเจดีย์ศรีมหาโพธิ์ เป็นสถานที่ที่ชาวบ้านเคารพบูชา จึงเล็งการนำรูปทรงต่างๆมาใช้และเน้นไปที่สิ่งที่น่าสนใจคือการแกะเทียนพรรษา

**ย่านเมืองเก่า** มีอัตลักษณ์ที่สำคัญคือ บ้านเมืองแบบโบราณ และสิ่งที่น่าสนใจคือ Ubon Street Art project

**คำปูน มิวเซียมกาแฟ** มีอัตลักษณ์ที่สำคัญคือ อาคารในแบบสถาปัตยกรรมไทยอีสานประยุกต์ สิ่งที่น่าสนใจคือ ผ้าทอลายกาบบัว

**ชวน้อยบ้านชีทวน** มีอัตลักษณ์ที่สำคัญคือ สะพานชวน้อย พาดผ่านทุ่งนา สิ่งที่น่าสนใจคือ ศาลาไม้กลางสะพานขนาดเล็ก

**สามพันโบก** มีอัตลักษณ์ที่สำคัญคือ หลุมหินขนาดต่างๆ สิ่งที่น่าสนใจคือ บรรยากาศท้องฟ้าและหาดทราย

**เขมราษฎร์** มีอัตลักษณ์ที่สำคัญคือ การพ้อนรำที่ถนนคนเดิน สิ่งที่น่าสนใจคือผ้าทอมือมัดหมี่

**อุทยานแห่งชาติผาแต้ม** มีอัตลักษณ์ที่สำคัญคือ ภาพเขียนสีโบราณ สิ่งที่น่าสนใจคือ ภาพเขียนสีโบราณ

น้ำตกแสงจันทร์ มีอัตลักษณ์ที่สำคัญคือ น้ำตกที่ไหลรุหิน สิ่งที่น่าสนใจคือลักษณะรุหิน

วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว มีอัตลักษณ์ที่สำคัญคือ ต้นกัลปพฤกษ์เรืองแสง สิ่งที่น่าสนใจคือ  
สารฟลูออเรสเซนต์หรือสีเรืองแสง ทั้งอัตลักษณ์และสิ่งที่น่าสนใจ คือ สีเรืองแสงเหมือนกัน

## 2.2 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

### 2.2.1 พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์

จากการรวบรวมข้อมูลงานพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า Generation Y มีการใช้โซเชียลมีเดีย (Social Media) 96.7% ซึ่งมากที่สุดในบรรดา Generation ทั้งหมด

### 2.2.2 พฤติกรรมการเดินทาง

จากการวิเคราะห์ พฤติกรรมการเดินทาง มีลักษณะการเดินทางแบบค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน มากกว่าผู้เดินทางที่มีลักษณะการเดินทางแบบไม่ค้างคืน วันและเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเดินทางวันเสาร์-อาทิตย์ วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ คือการมาเยี่ยมชมครอบครัว ญาติ เพื่อน และท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ไหว้พระปฏิบัติธรรม ตั้งใจหรือแวะไปรับประทานอาหาร ชื้อสินค้า

กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ภาพรวมในกิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว 5 อันดับแรก คือ

- 1.ท่องเที่ยวเชิงพักผ่อนหย่อนใจ เช่น ขับรถเที่ยว, ชมการแสดงต่างๆ, ชื้อสินค้า
- 2.ท่องเที่ยวเชิงศาสนา เช่น ไปวัด ไหว้พระทำบุญ
- 3.พักผ่อนในที่พัก
- 4.ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เช่น ชมพิพิธภัณฑ์, ท่องเที่ยวโฮมสเตย์, ศึกษาวัฒนธรรม
- 5.ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น คุนุก, ท่องเที่ยวธรรมชาติและสัตว์ป่า, ส่องสัตว์

### 2.2.3. พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องประดับ

เจเนอเรชั่น วาย (Generation Y) หรือที่เรียกว่า กลุ่ม มิลเลนเนียลส์ (Millennials) เกิดระหว่างปี 2523-2540 คนในยุคนี้อยู่ในช่วงวัยทำงาน อายุระหว่าง 23-40 ปี เติบโตมาพร้อมกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี หรือเรียกได้ว่าเป็น ผู้ที่เกิดในยุคดิจิทัล (Digital Natives) โดยคนกลุ่มนี้เป็นผลผลิตของกลุ่ม Gen-B ได้รับการเลี้ยงดูอย่างดี ได้รับการศึกษามากกว่าคนทุกยุค มีลักษณะนิสัยชอบแสดงออก เป็นตัวของตัวเองสูง ผู้บริโภค Gen-Y เป็นผู้บริโภคที่ใจร้อน นิยมสินค้าที่ดึงดูดความสนใจ เต็มตา คู่ใจ และอยู่ในกระแสสังคม ซึ่งรวมถึงสินค้ากลุ่มไอที

จากช่วงอายุ ในเจเนอเรชั่น วาย จะพบว่า คนกลุ่มนี้ จะนิยมสินค้าตามกระแสสังคม เลือกบริโภคจากช่องทางออนไลน์ หรือการอินสตาแกรม (instagram) และแบรนด์เครื่องประดับยอดนิยม เช่น ที่มีราคาไม่สูงนัก ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมข้อมูลของแบรนด์เครื่องประดับทั้งแบรนด์ชั้นนำ และร้านค้าในอินสตาแกรม (instagram)

**ตัวอย่างแบรนด์เครื่องประดับที่เจเนอเรชั่น วาย นิยมบริโภค**

คัดเลือกจาก จำนวนผู้ติดตาม ความนิยม แบรนด์ที่เป็นที่รู้จัก โดยแบ่งออกตามช่องทางจำหน่าย

- 1.แบรนด์ที่จำหน่ายผ่านช่องทางอินสตาแกรม
- 2.แบรนด์ที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า และมีเว็บไซต์เพื่อจำหน่าย
- 3.แบรนด์ชั้นนำที่เป็นที่รู้จัก

**แบรนด์ haus of jewelry**

ได้สร้างแรงบันดาลใจ โดยมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์และสรรหาเครื่องประดับชิ้นเอกลักษณ์ ที่เปี่ยมด้วยสไตล์และคุณภาพ สะท้อนเรื่องราวผ่านการออกแบบ เป็นดั่งชิ้นศิลปะที่ทำให้คุณได้ตระหนักถึงความสำคัญและความหมายของจิวเวลรี่ นำเสนอความงดงาม แต่ขอมอบชิ้นพิเศษเอกลักษณ์หนึ่งเดียวที่มีเพียงที่นี่ที่เดียวเท่านั้น



ภาพที่ 22 ผลงานเครื่องประดับ แบรนด์ haus of jewelry

ที่มา : <https://hausofjewelry.com/>

### แบรนด์ lequin

แบรนด์เครื่องประดับที่จำหน่ายใน แอพพลิเคชั่นอินสตาแกรม ที่เน้นวัสดุทองเหลืองเป็นหลัก ออกแบบให้มีเรียบเก๋ แต่แฝงไปด้วยรูปทรงที่แปลกตา



ภาพที่ 23 ผลงานเครื่องประดับ แบรนด์ lequin

ที่มา : <https://fiercebook.com/articles/5712>

### แบรนด์ POMELO

แบรนด์แฟชั่นเสื้อผ้า และเครื่องประดับ ในราคาที่เอื้อมถึง พร้อมอัปเดตสินค้าใหม่ทุกสัปดาห์ สินค้าทั้งเสื้อผ้า เครื่องประดับ สไตส์ใหม่ล่าสุด ที่ออกแบบเพื่อสาวเอเชียโดยเฉพาะ เครื่องประดับของแบรนด์ POMELO นั้นเกาะกระแสแฟชั่นในปัจจุบันและอัปเดตสินค้าอย่างสม่ำเสมอ



ภาพที่ 24 ผลงานเครื่องประดับ แบรนด์ POMELO

ที่มา : <https://www.pomelofashion.com/>

### แบรนด์ Revival

เป็นเครื่องประดับที่ทำมือทุกชิ้น ชิ้นงานเครื่องประดับของแบรนด์นี้ เป็นแนวห้อยระย้า มีเรื่องราวและโดดเด่นอย่างมาก และใช้วัสดุที่หลากหลาย แบบเก๋ไก๋ไม่ซ้ำใครและมีความร่วมสมัย วางขายที่ the wonder room สยามดิสคัฟเวอรีและร้านค้าออนไลน์



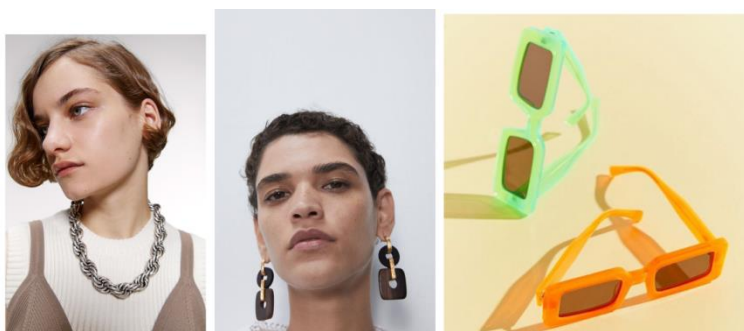
ภาพที่ 25 ผลงานเครื่องประดับ แบรนด์ Revival

ที่มา : <https://fiercebook.com/articles/5712>



### แบรนด์ ZARA

แบรนด์เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับชื่อดังระดับโลก จากประเทศสเปน ด้วยสไตล์แฟชั่นที่ตบใจทึ่ง และมีมุมมองของ สินค้าแฟชั่น โดยเปรียบเสมือนอาหารสดที่หมดอายุลงได้ภายในเวลาไม่นาน และไม่ใช้แค่มุมมองของเทรนแฟชั่น แต่ซารายังคงอัปเดตรูปแบบ และวัสดุที่ใหม่อยู่เสมอ



ภาพที่ 26 ผลงานเครื่องประดับ แบรนด์ ZARA

ที่มา : <https://www.zara.com/th/>

### สรุปผลการวิเคราะห์รูปแบบเครื่องประดับจากพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องประดับ

เครื่องประดับใน เจเนอเรชั่นวาย เป็นเครื่องประดับที่มีความหลากหลาย สะท้อนเรื่องราว และมีเอกลักษณ์ รวมถึงการใช้สีที่ดูสะดุดตาหรือใช้วัสดุผสมเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ รูปทรง นิยมใช้รูปทรงที่ความเรียบง่าย อย่างรูปทรงเรขาคณิต และรูปทรงที่ตัดทอน ตัวเรือนและข้อต่อต่างๆ ใช้เป็นวัสดุโลหะ เช่น เงิน หรือ ทองเหลือง เพื่อให้เครื่องประดับมีมูลค่ามากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 27 วิเคราะห์รูปแบบเครื่องประดับจากพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องประดับ

## 2.4 วิเคราะห์การเชื่อมโยงของตำแหน่งการสวมใส่เครื่องประดับ

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์รูปแบบของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ สถานที่ทางศาสนา เมือง / ชุมชน และสถานที่ทางธรรมชาติ เพื่อนำมาวิเคราะห์ตำแหน่งที่เหมาะสมแก่การสวมใส่ของเครื่องประดับ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ตำแหน่งการสวมใส่เครื่องประดับ







สถานที่	รูปแบบของสถานที่	ตำแหน่ง
ทุ่งศรีเมือง / ศาลหลักเมือง	สถานที่ทางศาสนา	อก / ไบหน้า
วัดพระธาตุหนองบัว	สถานที่ทางศาสนา	อก / ไบหน้า
ย่านเมืองเก่า	เมือง / ชุมชน	ทุกตำแหน่ง
คำปุ่นมิวเซียมกาแฟ	เมือง / ชุมชน	ทุกตำแหน่ง
ข้าวน้อยบ้านชีทวน	เมือง / ชุมชน	ทุกตำแหน่ง
สามพัน โบก	ธรรมชาติ	ทุกตำแหน่ง
เขมราฐ	เมือง / ชุมชน	ทุกตำแหน่ง
อุทยานแห่งชาติผาแต้ม	ธรรมชาติ	ทุกตำแหน่ง
น้ำตกแสงจันทร์	ธรรมชาติ	ทุกตำแหน่ง
วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว	สถานที่ทางศาสนา	อก / ไบหน้า

สรุปผลการวิเคราะห์ ทุ่งศรีเมือง / ศาลหลักเมือง วัดพระธาตุหนองบัว และวัดสิรินธรวรารามภูพร้าว เนื่องจากเป็นสถานที่ทางศาสนา เป็นสถานที่ที่เคารพบูชา จึง กำหนดตำแหน่งของเครื่องประดับ เป็นบริเวณช่วงบนของร่างกาย เช่น อก / ไบหน้า ในส่วนของสถานที่อื่นๆ เป็นพื้นที่เมือง / ชุมชน และสถานที่ทางธรรมชาติ จึงสามารถ ใช้ได้ทุกตำแหน่ง

## 2.3 วิเคราะห์ทัศนศิลป์

จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อนำมาวิเคราะห์ทัศนศิลป์จากอัตลักษณ์และสิ่งที่น่าสนใจ


ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ทัศนศิลป์

สถานที่	รูปร่าง	เส้น	ลักษณะเฉพาะ
 ทู่งศรีเมือง/ศาลหลักเมือง	 รูปร่างอิสระ	ลักษณะเป็น เส้นโค้งที่มีมุม ยอดแหลม	ลายยอดของต้นเทียน จำรองทู่งศรีเมือง ลักษณะเป็นกลีบบัว ทรงยาว
 วัดพระธาตุหนองบัว	 รูปร่างอิสระ	ลักษณะเป็น เส้นโค้ง ขนาดเล็กและ หยัก	ดอกเทียนแบบพิมพ์ ทำในช่วงงาน เข้าพรรษาที่วัดพระ ธาตุหนองบัว ใช้ สำหรับประดับในงาน และสามารถนำไป หลอมเพื่อเป็นเทียน พรรษาได้
 ย่านเมืองเก่า	 รูปร่างอิสระ	ลักษณะเป็น เส้นโค้ง ปลาย แหลม และ โค้ง กลมอิสระ	ลวดลายดอกบัว ที่ลาด ลายบางส่วนของ ผลงาน street art ชั้นที่ เด่นที่สุดในย่านเมือง เก่า

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ทัศนศิลป์ (ต่อ)

สถานที่	รูปร่าง	เส้น	ลักษณะเฉพาะ
 <p>คำปูนมิวเซียมคาเฟ่</p>	 <p>รูปร่างเรขาคณิต</p>	<p>ลักษณะเป็น เส้นตรง แนวนอน</p>	<p>บ้านทรงไทยอีสานที่ ผสมผสานความเป็น อีสานสมัยก่อนและ สมัยใหม่เข้าด้วยกัน อย่างลงตัว มีเฉพาะที่ คำปูนมิวเซียมคาเฟ่ เท่านั้น</p>
 <p>ข้าวน้อยบ้านชีทวน</p>	 <p>รูปร่างเรขาคณิต</p>	<p>ลักษณะเป็น เส้นตรงแนวตั้ง</p>	<p>ศาลาไม้เก่าขนาดเล็ก ที่ตั้งเด่นกลางสะพาน ผ่านทุ่งนาทั้ง2ข้าง</p>
 <p>สามพัน โบก</p>	 <p>รูปร่างธรรมชาติ</p>	<p>ลักษณะเป็น เส้นโค้งกลม อิสระ</p>	<p>ลักษณะหลุดขนาดเล็ก ใหญ่หลากหลาย รูปแบบ</p>
 <p>เขมราฐ</p>	 <p>รูปร่างเรขาคณิต</p>	<p>ลักษณะเป็น เส้นตรงแนวตั้ง และแนวนอน</p>	<p>ลายผ้าชิ้นมัดหมี่ที่เป็น ลวดลายท้องถิ่นยอด นิยมของเขมราฐ</p>

## ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ทัศนศิลป์ (ต่อ)

สถานที่	รูปร่าง	เส้น	ลักษณะเฉพาะ
 อุทยานแห่งชาติผาแต้ม	 รูปร่างอิสระ	ลักษณะเป็น เส้นโค้งกลม อิสระร่วมกับ เส้นตรงแนวตั้ง	รวมลวดลายของจิต กรรมฝาผนังโบราณ ของอุทยานแห่งชาติผา แต้ม
 น้ำตกแสงจันทร์	 รูปร่างธรรมชาติ	ลักษณะเป็น เส้นโค้งอิสระ และหยักร่วม เล็กน้อย	ร่องรอยตามธรรมชาติ ของน้ำตกแสงจันทร์
 วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว	 รูปร่างอิสระ	ลักษณะเป็น เส้นโค้งกลม อิสระ	ภาพต้นกัลปพฤกษ์ เรืองแสง และชิ้นโม เสกที่ประดับบริเวณ หลังพระอุโบสถ



## สรุปผลการวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์พบว่าทัศนศิลป์ของสถานที่ พบว่า เส้นโค้ง และเส้นตรง ในอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ในส่วนของรูปร่างแบ่งได้ 3 แบบคือ

- 1.รูปร่างเรขาคณิตที่เป็นเหลี่ยม ได้แก่ กำปุนมิวเซียมคาเฟ่ บ้านน้อยบ้านชีทวน เขมราฐ
- 2.รูปร่างธรรมชาติ ได้แก่ สามพันโบก น้ำตกแสงจันทร์
- 3.รูปร่างอิสระ ได้แก่ พุ่งศรีเมือง /ศาลหลักเมือง วัดพระธาตุหนองบัว ย่านเมืองเก่า อุทยานแห่งชาติผาแต้ม วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว

## 3.แนวทางการออกแบบและกรอบแนวความคิด

### 3.1 แนวทางการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ อัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี และ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้ ตั้งสมมติฐานขึ้น 2 แนวทาง คือ 1.จัดทำในเครื่องประดับในรูปแบบเกมส์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆที่กำหนดไว้ และ 2. จัดทำในเครื่องประดับในรูปแบบหนังสือ ฐเพื่ออธิบายข้อมูลของสถานที่และบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของสถานที่นั้น โดยทั้ง 2 แนวทาง มีจุดมุ่งหมายให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมและมีส่วนร่วมกับสถานที่ต่างๆผ่านชิ้นงานเครื่องประดับ

#### 3.1.1 จัดทำเครื่องประดับในรูปแบบเกมส์

ผู้วิจัยต้องการใช้ชิ้นงานเครื่องประดับเป็นเครื่องมือดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปในจุดท่องเที่ยว 10 แห่ง โดยการจัดจำหน่ายเครื่องประดับไว้ในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวไปตามจุดท่องเที่ยวเพื่อเก็บสะสมเครื่องประดับของสถานที่นั้นๆ คล้ายกิจกรรมแรลลี่ แต่เนื่องจาก จังหวัดอุบลราชธานีมีขนาดใหญ่ ผู้วิจัยทดลองเดินทาง จึงทราบว่า การเดินทางจากอำเภอหนึ่งไปยังอำเภอหนึ่ง ใช้ระยะทางหลายกิโลเมตร อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวแต่ละสถานที่

ค่อนข้างไกล การคมนาคมภายในจังหวัดยังไม่ครอบคลุม ต้องอาศัยการเช่ารถขับ หรือถ้ามีเวลาท่องเที่ยว 1-2 วัน จะไม่สามารถทำกิจกรรมนี้ได้ จึงเกิดเป็นแนวทางที่ 2 ขึ้น

### 3.1.2 จัดทำเครื่องประดับในรูปแบบหนังสือ

ในแนวทางที่ 2 รูปแบบนี้ จะสามารถแก้ปัญหาเรื่องการเดินทางได้ เนื่องจากมีการแบ่งสถานที่สำหรับการท่องเที่ยวเป็น 2 รูปแบบ คือ 1.ท่องเที่ยวในเมือง สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลาเที่ยวน้อยใช้เวลา 1-2 วัน และ 2. ท่องเที่ยวต่างอำเภอ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลาเที่ยวที่มากขึ้น หรือวางแผนการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีไว้แล้ว ผู้วิจัยจะใช้ รูปแบบหนังสือ เพราะสามารถเชิญชวนนักท่องเที่ยวได้ทันทีโดยใช้เนื้อหาในการนำเสนอ แนะนำสถานที่ต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจในจังหวัดอุบลราชธานีมากขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจนำแนวทางนี้ เพื่อนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในขั้นต่อไป

### 3.2 กรอบแนวความคิด

จากแนวทางการออกแบบ ผู้วิจัยจึงเกิดได้สร้างกรอบแนวความคิดขึ้นใน 3 ส่วนคือ 1.เชิญชวน โดยจัดทำหนังสือ เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีผ่านทางรูปภาพและเรื่องราวต่างๆของแต่ละสถานที่ถ่ายทอดเรื่องราวให้เกิดความน่าสนใจด้วยมุมมองของการถ่ายภาพ 2.ส่งเสริม ด้วยเครื่องประดับที่ทำหน้าที่ให้สถานที่ต่างๆที่ไปสนุกสนาน ด้วยกิจกรรมสร้างความเพลิดเพลินและมีส่วนร่วม ส่งเสริมให้สถานที่นั้นดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

และ 3.เผยแพร่ เมื่อได้ไปท่องเที่ยวในและได้ทำกิจกรรมในสถานที่ต่างๆ นักท่องเที่ยวจะได้รูปภาพ ที่เป็นสื่อในการเผยแพร่ผ่านช่องทางเว็บไซต์ ที่เชื่อมโยงกับสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้นักท่องเที่ยวหน้าใหม่และบุคคลอื่นสนใจในสถานที่เหล่านั้นมากขึ้น



ภาพที่ 28 กรอบแนวความคิด

#### 4. ขั้นตอนการออกแบบ

ผู้วิจัยได้แบ่งชิ้นงานเครื่องประดับออกเป็น 2 ส่วนคือ 1.) หนังสือและเว็บไซต์ท่องเที่ยว จังหวัดอุบลราชธานี 2.) ชิ้นงานเครื่องประดับที่สะท้อนอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว

##### 4.1 การออกแบบหนังสือและเว็บไซต์ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

###### 4.1.1 ออกแบบกราฟฟิก

การออกแบบหัวข้อจากกรณีวิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยว ได้แก่ ท่องเที่ยวภายใน ตัวเมือง จำนวน 5 สถานที่ และท่องเที่ยวบริเวณนอกตัวเมือง จำนวน 5 สถานที่ โดยมีหัวข้อดังนี้

อึมอุบล – อึมท้อง อึมบุญ อึมใจ

เลาะอุบล – อันซีนอีสาน ขับรถเที่ยว เลี้ยวชมธรรมชาติ




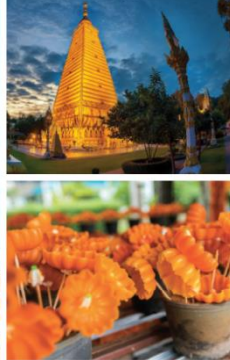



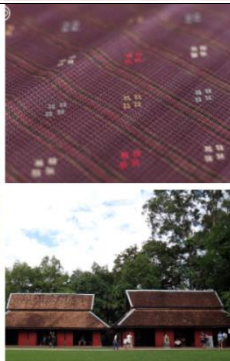


ภาพที่ 29 กราฟฟิกหัวข้อการท่องเที่ยว

###### 4.1.2 สีที่ใช้ในงานออกแบบ

เลือกใช้สีตามอัตลักษณ์ของสถานที่ โดยรวบรวมภาพอัตลักษณ์พร้อมทั้งภาพสิ่งที่น่าสนใจ และบรรยากาศของสถานที่นั้น โดยสีเหล่านี้จะใช้ในส่วนของหนังสือและเว็บไซต์ในการบ่งชี้ สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละสถานที่

ตารางที่ 4 แสดงสีที่ใช้ในงานออกแบบ

สถานที่	สี		
ศาลหลักเมือง			<p>#FDD139</p> <p>#FDC334</p> <p>#C48107</p>
วัดพระธาตุหนองบัว			<p>#FDC333</p> <p>#C15223</p> <p>#5790D0</p>
ย่านเมืองเก่า			<p>#D6C8BE</p> <p>#ABA182</p> <p>#CC538B</p>
คำปุนมิวเซียมกาแฟ			<p>#714D59</p> <p>#FDC334</p> <p>#662218</p>



ตารางที่ 4 แสดงสีที่ใช้ในงานออกแบบ (ต่อ)

สถานที่	สี
ไข่น้อยบ้านชีทวน	 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="background-color: #606C2F; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #ABAE4A; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #9D7B61; width: 20px; height: 20px;"></div> </div>
สามพันโบก	 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="background-color: #C6AC9A; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #91C6E3; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #579D0D; width: 20px; height: 20px;"></div> </div>
เขมราฐ	 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="background-color: #CF2350; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #7E4437; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #E49434; width: 20px; height: 20px;"></div> </div>
อุทยานแห่งชาติผาแต้ม	 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="background-color: #8B4C4C; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #A36745; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #98442D; width: 20px; height: 20px;"></div> </div>



ตารางที่ 4 แสดงสีที่ใช้ในงานออกแบบ (ต่อ)

สถานที่	สี
น้ำตกแสงจันทร์	 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="background-color: #405221; width: 20px; height: 20px; margin: 2px;"></div> #405221 x           <div style="background-color: #BB9965; width: 20px; height: 20px; margin: 2px;"></div> #BB9965 x           <div style="background-color: #DFE4E5; width: 20px; height: 20px; margin: 2px;"></div> #DFE4E5 x         </div>
วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว	 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="background-color: #43EA74; width: 20px; height: 20px; margin: 2px;"></div> #43EA74 x           <div style="background-color: #4A3D54; width: 20px; height: 20px; margin: 2px;"></div> #4A3D54 x           <div style="background-color: #E34C52; width: 20px; height: 20px; margin: 2px;"></div> #E34C52 x         </div>

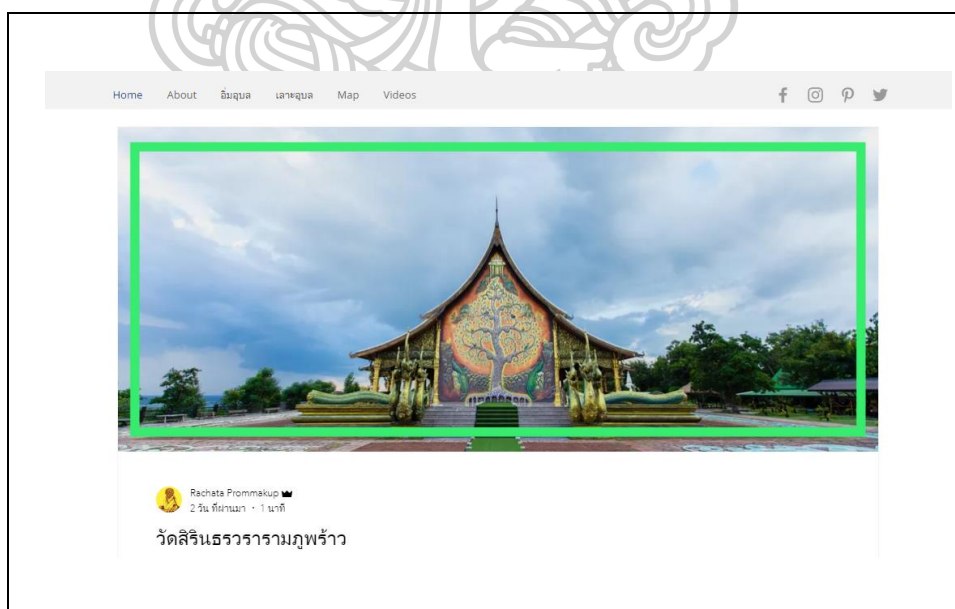


### 4.1.3 รูปแบบการจัดวาง

จากการวิเคราะห์สีในงานออกแบบหนังสือและเว็บไซต์ จึงนำมาใช้ร่วมในการจัดวางรูปแบบ โดยใช้สีในการแบ่งหมวดหมู่ของสถานที่



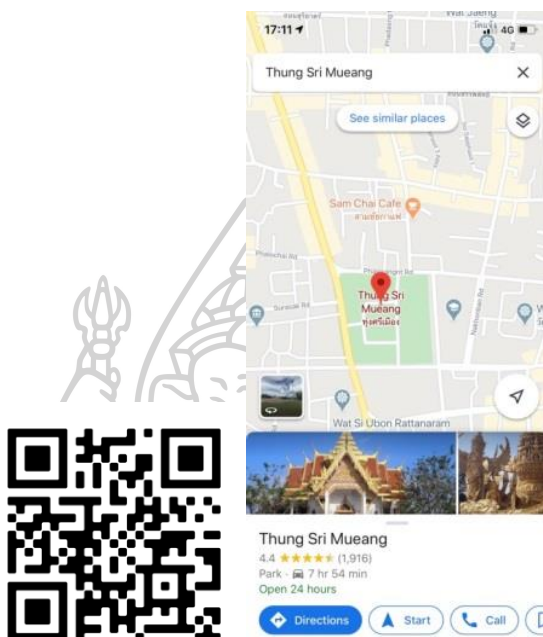
ภาพที่ 30 รูปแบบการแบ่งหมวดหมู่ของสถานที่ด้วยแท็บสีของหนังสือ



ภาพที่ 31 รูปแบบการแบ่งหมวดหมู่ของสถานที่ด้วยกรอบสีของเว็บไซต์

#### 4.1.4 การใช้ QR Code

ผู้วิจัยได้ใช้ QR Code ในการบอกตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 10 แห่ง โดย เชื่อมต่อกับ google map เพื่ออำนวยความสะดวกการใช้งาน



ภาพที่ 32 ตัวอย่าง QR Code ของสถานที่ศาลหลักเมือง ทุ่งศรีเมือง

#### 4.2 ชิ้นงานเครื่องประดับ

การออกแบบชิ้นงานเครื่องประดับนี้ ผู้วิจัยออกแบบให้สอดคล้องกับเนื้อหาของรูปแบบหนังสือ โดยเครื่องประดับนี้จะเป็นส่วนหนึ่งกับหนังสือเพื่อสร้างความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยวโดยวิเคราะห์จากจุดเด่นและอัตลักษณ์ และทัศนศิลป์ ชิ้นงานเครื่องประดับใช้รูปเส้นโค้งและรูปร่างธรรมชาติในการออกแบบ เนื่องจากชิ้นงานเครื่องประดับจะต้องถูกบรรจุในหนังสือ จึงต้องคำนึงถึงความหนาของเครื่องประดับ ผู้วิจัยจึง เลือกใช้ เทคนิคการการทับซ้อน เพื่อช่วยเพิ่มมิติให้กับชิ้นงาน และการใช้วัสดุผสม กับชิ้นงานทองเหลืองเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

#### 4.2.1 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับ

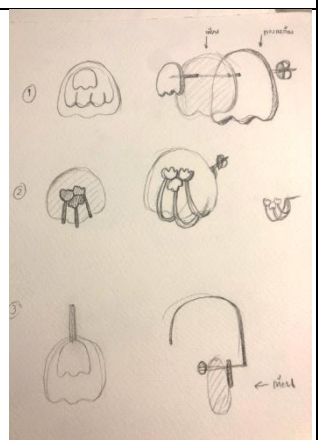
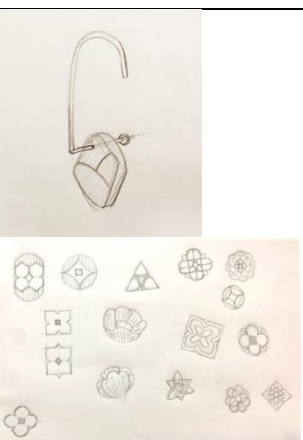
4.2.1.1 ศาลหลักเมือง/ทุ่งศรีเมือง แบบร่างเข็มกลัดสำหรับติดแผ่นทอง เข็มกลัดทำจากทองเหลือง พร้อมชิ้นส่วนจลุลายดอกบัวที่เป็นลายยอดของต้นเทียนทุ่งศรีเมือง ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของเมืองอุบล

ตารางที่ 5 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับศาลหลักเมือง/ทุ่งศรีเมือง

แบบร่างครั้ง 1	ปรับปรุงแบบ	การเชื่อมโยงกับกิจกรรมและสถานที่
		ภายในบริเวณศาลหลักเมือง นิยมนำแผ่นทองมาติดที่เสาหลักเมือง ตัวชิ้นงานจึงสามารถถอดออกมาเพื่อนำมาติดแผ่นทองได้

4.2.1.2 วัดพระธาตุหนองบัว ต่างหูที่ใช้เทียนเล็กๆเป็นส่วนประกอบของชิ้นงาน โดยได้รูปทรงของเทียนมาจากฟอร์มของดอกเทียนประดับงานเข้าพรรษาและลาวดลสายไทยประยุกต์ ส่วนของเทียนสามารถถอดมาหลอมในการหลอมเทียนที่วัดได้

ตารางที่ 6 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับวัดพระธาตุหนองบัว

แบบร่างครั้ง 1	ปรับปรุงแบบ	การเชื่อมโยงกับกิจกรรมและสถานที่
		งานเทศกาลเข้าพรรษาทุกปี และภายในงานมีการหล่อเทียนพรรษา โดยชิ้นเทียนที่ประกอบกับต่างหูสามารถถอดเพื่อนำไปหล่อเป็นเทียนพรรษาได้

4.2.1.3 ย่านเมืองเก่า แวนตาที่ฉายเห็นลวดลายบางส่วน ของงานศิลปะ street art และที่สามารถเห็นผลงานของศิลปินที่วาด ได้ทุกที่ในย่านเมืองเก่า หรือจะไว้ใส่ถ้วยปลุก กับภาพผลงาน

ตารางที่ 7 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับย่านเมืองเก่า

แบบร่างครั้งแรก	ปรับปรุงแบบ	การเชื่อมโยง กับกิจกรรมและสถานที่
		ลวดลายของงานศิลปะถูกนำมาประกอบเป็นชิ้นเลนส์ของแว่นตา เพื่อให้เห็นลวดลายของงานได้ทุกสถานที่หรือนำไปใช้ถ่ายคู่กับสถานที่จริงได้

4.2.1.4 กำปุนมิวเซียมกาแฟ ใช้จุดเด่นของที่บ้านกำปุน ที่มีสถาปัตยกรรมบ้านทรงอีสานผสม และเรื่องราวของการทอผ้าไหมโบราณที่มีเฉพาะที่บ้านกำปุน พร้อมผสมวัสดุเปลือกกรังไหม


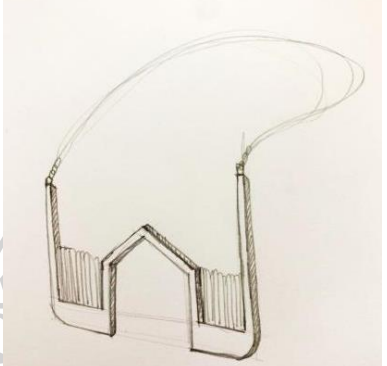
ตารางที่ 8 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับกำปุนมิวเซียมกาแฟ

แบบร่างครั้งแรก	ปรับปรุงแบบ	การเชื่อมโยงกับ กิจกรรมและสถานที่
		ลวดลายของผ้าขึ้นชื่อ พร้อมคลิป 2 ชิ้น ที่บอกเล่าถึงเรื่องราวของบ้านกำปุน ได้เป็นอย่างดี



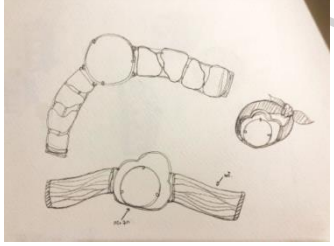
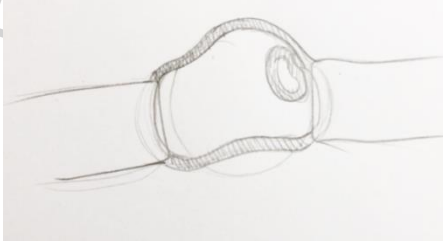
4.2.1.5 ขั้วน้อย บ้านชีทวน สร้อยคอที่ทำล่องทუნนาสีเขียว และเว้นช่องว่างที่ทำมาเพื่อถ่ายกับศาลาไม้กลางนา

ตารางที่ 9 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับบ้านชีทวน

แบบร่างครึ่ง 1	ปรับปรุงแบบ	การเชื่อมโยงกับกิจกรรมและสถานที่
		<p>ในบางช่วงข้าวทუნนาจะไม่เขียวขจี สร้อยคอนี้จะช่วยให้ถ่ายภาพกับทუნนาสีเขียวได้ทุกเมื่อ</p>

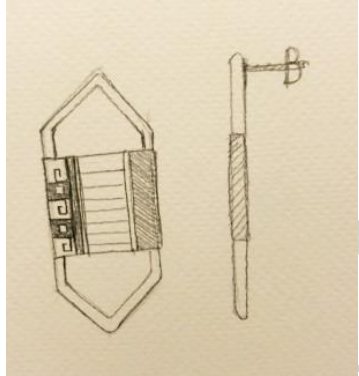

4.2.1.6 สามพันโบก กำไลกระจก แนวคิดจากการถ่ายภาพที่สามพันโบกที่ใช้กระจกจะสะท้อนกับท้องฟ้า น้ำ หรือหาดทราย ในเวลาถ่ายภาพเพื่อให้ได้องค์ประกอบอื่นๆ สายเป็นผ้าพิมพ์ลวดลายจากฟอร์มหลุมและคลื่นหิน ที่สามารถผูกกับคอมือ หรือผูกตามร่างกายในส่วนอื่นๆ

ตารางที่ 10 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับคำสามพันโบก

แบบร่างครึ่ง 1	ปรับปรุงแบบ	การเชื่อมโยงกับกิจกรรมและสถานที่
		<p>กำไลกระจกและสายผ้าลายท้องฟ้า ช่วยให้ถ่ายภาพทั้งท้องฟ้าและน้ำของสามพันโบกพร้อมกันได้</p>


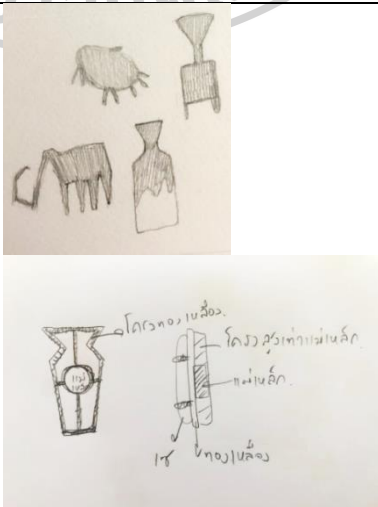
4.2.1.7 เขมราฐ ต่างหลายผ้าชิ้นมัดหมี่ที่เป็นลวดลายท้องถิ่นที่เป็นสินค้า  
ยอดนิคมของเขมราฐ ใช้ใส่ร่วมกับผ้าชิ้นในเทศกาลต่างๆ หรือใส่ไปพ้อนรำที่ถนนคนเดิน

ตารางที่ 11 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับเขมราฐ

แบบร่างครึ่ง 1	ปรับปรุงแบบ	การเชื่อมโยงกับ กิจกรรมและสถานที่
		ในคืนวันเสาร์-อาทิตย์ จะมีงานพ้อนรำที่ถนน คนเดิน ชาวบ้านนิยม ใส่ผ้าชิ้นไปร่วมงาน ต่างหุ้่นำไปใส่ ร่วมงานเทศกาลได้

4.2.1.8 อุทยานแห่งชาติผาแต้ม ชุดเข็มกลัดแม่เหล็กที่รวมลวดลายของจิต  
กรรมฝาผนังของผาแต้มไว้ เลือกใช้วัสดุเซรามิกที่ให้สีเหมือนสถานที่จริง สามารถแยกใช้เป็นชิ้นได้  
หรือใช้เป็นแม่เหล็กได้

ตารางที่ 12 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับผาแต้ม

แบบร่างครึ่ง 1	ปรับปรุงแบบ	การเชื่อมโยงกับ กิจกรรมและสถานที่
		ลวดลายที่เป็นร่องรอย ทางประวัติศาสตร์ที่ ต้องเก็บภาพกลับมา จึง เกิดเป็นเข็มกลัด แม่เหล็กที่เป็นลวดลาย ของภาพวาดผนังถ้ำ และสามารถนำมาเป็น ของที่ระลึกได้

4.2.1.9 น้ำตกแสงจันทร์ เข้มก๊อตทองเหลืองที่ใช้รูปร่างธรรมชาติของ ร่องรอยน้ำตกแสงจันทร์และเพิ่มความน่าสนใจแก่ชิ้นงานด้วยแผ่นหนังเส้นยาวสื่อถึงน้ำที่ตกลงพื้น

ตารางที่ 13 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับน้ำตกแสงจันทร์

แบบร่างครึ่ง 1	ปรับปรุงแบบ	การเชื่อมโยง กับกิจกรรมและสถานที่
		เมื่อถึงช่วงน้ำน้อย น้ำตกจะ ไม่มีน้ำให้ถ่ายภาพ เข้มก๊อต นี้จึงนำไปถ่ายคู่กับช่อง น้ำตกเสมือนมีน้ำตลอดเวลา

4.2.1.10 วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว ใช้ลวดลายของวัด ผสมสารเรืองแสง และใช้การซ้อนทับเพื่อให้เห็นอัตลักษณ์ของวัดมากขึ้น แหวนเรืองแสงนี้สามารถใช้ถ่ายรูปในเวลา กลางคืนได้

ตารางที่ 14 แบบร่างชิ้นงานเครื่องประดับวัดสิรินธรวรารามภูพร้าว

แบบร่างครึ่ง 1	ปรับปรุงแบบ	การเชื่อมโยงกับ กิจกรรมและสถานที่
		แหวนเรืองแสงที่นำไป ถ่ายภาพในที่มืดคู่กับ วัดในเวลากลางคืนที่ เห็นแสงของลวดลาย ต้นกัลปพฤกษ์ได้

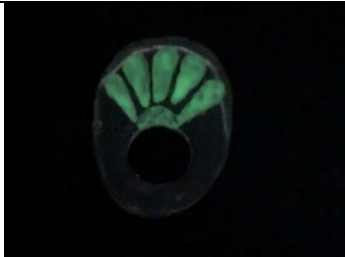
### 5.การทดลองวัสดุ

การทดลองวัสดุในส่วนที่ต้องนำมาประกอบกับชิ้นงานเครื่องประดับทองเหลือง โดยมีวัสดุดังนี้ 1.แผ่นทองคำเปลวกับพลาสติกอะคริลิก 2.การหล่อเทียน 3.เส้นพลาสติกและเส้นซิลิโคน 4.แผ่นสติ๊กเกอร์กับพลาสติกอะคริลิก 5.เซรามิก 6.การเรืองแสงกับเรซิน

#### ตารางที่ 15 การทดลองวัสดุ

สถานที่	วัสดุ	การทดลอง
ศาลหลักเมือง		ทดลองการปะแผ่นทองคำเปลวกับวัสดุพลาสติกอะคริลิก
วัดพระธาตุหนองบัว		ทดลองการทำแม่พิมพ์และทดลองการหล่อเทียน
ย่านเมืองเก่า		ทดลองการทะลุของแสง
บ้านน้อยบ้านชีทวน		ทดลองวัสดุและขนาดของส่วนประกอบ
อุทยานแห่งชาติผาแต้ม		ทดลองการใช้วัสดุเซรามิก

ตารางที่ 15 การทดลองวัสดุ (ต่อ)

สถานที่	วัสดุ	การทดลอง
วัดสิรินธรวราราม ภูพร้าว		ทดลองการเรืองแสงกับวัสดุเรซิน

สรุปผลการทดลอง

1. การทดลองการแปะแผ่นทองกับวัสดุพลาสติก ผลที่ได้ แผ่นทองติดกับวัสดุได้ดี
2. ทดลองการทำแม่พิมพ์ และทดลองการหล่อเทียน ทดลองโคนการ ใช้คาน้ำมันปั้นเพื่อทำพิมพ์ และหล่อพิมพ์ด้วยปูนปาสเตอร์เพียงอย่างเดียว สามารถแกะเทียนออกจากพิมพ์ได้ จึงได้ทำการทำพิมพ์ด้วยยางพารา ผลที่ได้ สามารถหล่อชิ้นงานได้ดี
3. ทดลองวัสดุและขนาดของส่วนประกอบ วัสดุคือ เส้นพลาสติกและเส้นซิลิโคน ผลที่ได้ เส้นพลาสติกมีขนาดที่เหมาะสมกว่าเส้นซิลิโคนที่มีขนาดใหญ่ไป
4. ทดลองการทะลุของแสง โดย พิมพ์ สติ๊กเกอร์มา 2 รูปแบบ แบบที่ 1 ไม่ได้ปรับความจางของภาพ และแบบที่ 2 ปรับความจางของภาพ ผลที่ได้ รูปแบบที่ 1 ไม่ได้ปรับจางให้ภาพสีที่สวยกว่าและแสงยังสามารถทะลุผ่านได้
5. ทดลองการใช้วัสดุเซรามิก ผลที่ได้ เมื่อเผาขนาดของดินเซรามิกจะลดลงประมาณ 13-15 เปอร์เซ็นต์ จึงต้องปรับขนาดชิ้นงานขึ้น 15 เปอร์เซ็นต์
6. ทดลองการเรืองแสงกับวัสดุเรซิน ผลที่ได้ เมื่อผสมกับวัสดุเรซิน สีเรืองแสงได้ดี เมื่ออยู่ในที่มืด และให้สว่างแสงชัดเจน



## บทที่ 4

### กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

กระบวนการในการสร้างสรรค์ผลงานนั้นประกอบด้วยผลสรุปของการศึกษาและการทดลอง แล้วจึงทำการวางแผนทางในการออกแบบเพื่อนำไปสู่รูปแบบของการสร้างชิ้นงาน และขั้นตอนในการผลิตชิ้นงานเครื่องประดับ จนถึงการสวมใส่

#### 1. สรุปผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์และทดลองในบทที่ 3 นำมาซึ่งการสรุปประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อ การสร้างสรรค์ผลงานในแต่ละส่วน ได้ดังนี้

##### 1.1 อัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

จากการวิเคราะห์จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของอัตลักษณ์และส่วนของสิ่งที่น่าสนใจ ในสถานที่ เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการออกแบบ โดยได้ผลสรุปดังนี้

**ศาลหลักเมือง/ทุ่งศรีเมือง** เป็นสถานที่แรกในการท่องเที่ยว เลือกใช้จุดเด่นที่สุดของจังหวัด คือ ส่วนของต้นเทียนพรรษาเฉลิมพระเกียรติ โดยเลือกกลีบบัว บริเวณส่วนของยอดต้นเทียน และ บ่งบอกความเป็นอุบลราชธานีได้มากที่สุด

**วัดพระธาตุหนองบัว** เป็นสถานที่มีส่วนร่วมในงานเทศกาลแห่เทียน เทียนจึงเป็นสิ่งที่ น่าสนใจ จึงเลือกใช้ส่วนของการแกะเทียนพรรษา หลีกเลี่ยงการนำรูปทรงของตัววัดเพราะ เป็น สถานที่ที่ชาวบ้านเคารพบูชา

**ย่านเมืองเก่า** มีจุดที่น่าสนใจหลากหลาย เช่น ตึกเก่าสไตล์โคโลเนียล แต่ที่น่าสนใจที่สุดคือ ภาพ Street Art ของ Ubon Street Art project เพราะมีรูปแบบที่สื่อถึงความเป็นอุบลราชธานีและมี ลีลาที่น่าสนใจ

**คำปูน มิวเซียมคาเฟ่** มีสิ่งที่น่าสนใจคือสถาปัตยกรรมไทยอีสานประยุกต์ และรวมทั้ง ผ้า ทอลายกบบัว จึงเลือกใช้ทั้งสองอย่างเพื่อสื่อถึงอัตลักษณ์ของสถานที่ได้มากที่สุด

**ชวน้อยบ้านชีทวน** เลือกใช้ รูปร่างของศาลาไม้กลางสะพานขนาดเล็ก เนื่องจากเป็นจุดเด่นที่สุดในการมองเห็นของสถานที่ รวมถึงพื้นที่ทุ่งนาที่เป็นจุดเด่นสำคัญของที่นี่

**สามพันโบก** เลือกใช้รูปร่างของหลุมหินขนาด โดยใช้เส้นโค้งและรูปร่างธรรมชาติ รวมทั้งใช้ ภาพบรรยากาศท้องฟ้า เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

**เขมรราชู** เลือกใช้ ลวดลายของผ้าชิ้นทอมือมัดหมี่ ที่เป็นสินค้าสำคัญของชุมชนเขมรราชู

**อุทยานแห่งชาติผาแต้ม** ใช้รูปภาพเขียนสีโบราณ เนื่องจากเป็นจุดเด่นและอัตลักษณ์สำคัญที่บ่งบอกถึงความเป็นผาแต้มได้ดีที่สุด

**น้ำตกแสงจันทร์** เลือกใช้ลักษณะของรูหิน และเส้นของน้ำตก

**วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว** จุดเด่นสำคัญคือ การเรืองแสงของลายเส้นต้นกัลปพฤกษ์ จึงเลือกใช้การเรืองแสง และลายเส้น

## 1.2 กลุ่มเป้าหมาย

จากการวิเคราะห์ พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องประดับ

จึงได้ช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมายและวัสดุที่ใช้ในชิ้นงานเครื่องประดับ โดยสรุปได้ดังนี้ เลือก กลุ่ม Generation Y หรือวัยทำงาน ที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 23-35 ปี ที่มีการสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดอันดับแรก คนกลุ่มนี้มีความสามารถในการกระจายข่าวสารทางสื่อออนไลน์ได้ดี เป็นกลุ่มที่ตามกระแสสังคม และมีพฤติกรรมในการออกไปท่องเที่ยวบ่อยครั้งกว่าช่วง Generation อื่นๆ โดยคนกลุ่มนี้ มีลักษณะการเลือกซื้อเครื่องประดับที่ มีความหลากหลาย สะท้อนเรื่องราว และมีเอกลักษณ์ คูสะคุดตา มีการใช้วัสดุผสมเพื่อความน่าสนใจ รูปทรงเรียบง่าย และใช้วัสดุโลหะ เช่น เงิน หรือ ทองเหลือง เป็นวัสดุหลัก

### 1.3 วิเคราะห์การเชื่อมโยงของตำแหน่งการสวมใส่เครื่องประดับ

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์รูปแบบของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ สถานที่ทางศาสนา เมือง / ชุมชน และสถานที่ทางธรรมชาติ สรุปว่ามีตำแหน่งของช่วง ออก/ใบหน้า เนื่องจากเป็นสถานที่ทางศาสนา คือ ศาลหลักเมือง/ทุ่งศรีเมือง วัดพระธาตุหนองบัว และ วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว แต่เนื่องจากวัดสิรินธรวรารามภูพร้าว ผู้วิจัยเลือกในส่วนพิเศษคือสี่เรื่องแสง ซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกับส่วนของศาสนา จึงเลือกใช้บริเวณอื่น ในส่วนของสถานที่อื่นๆ เป็นพื้นที่เมือง / ชุมชน และสถานที่ทางธรรมชาติ เลือกใช้ตำแหน่งตามความเหมาะสม

### 1.4 ทักษะศิลป์

จากการวิเคราะห์ลักษณะของอัตลักษณ์ของ 10 สถานที่สรุปได้ว่า พบว่า เส้นโค้ง และเส้นตรง ในอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว และส่วนของรูปร่างแบ่งได้ 3 แบบคือ 1.รูปร่างเรขาคณิตที่เป็นเหลี่ยม 2.รูปร่างธรรมชาติ 3.รูปร่างอิสระ

## 2. แนวทางการออกแบบและกรอบแนวความคิด

### 2.1 แนวทางการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ อัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี และ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องประดับในรูปแบบหนังสือ เนื่องจาก แก้ปัญหาเรื่องการเดินทางของนักท่องเที่ยว และในรูปแบบหนังสือ สามารถเชิญชวนนักท่องเที่ยวได้ จากเนื้อหาที่แนะนำสถานที่ต่างๆ นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลของจังหวัดได้ง่าย

### 2.2 กรอบแนวความคิด

จากแนวทางการออกแบบ จึงเกิดกรอบแนวความคิด 3 ส่วน ได้แก่ เชิญชวน ส่งเสริม และเผยแพร่ โดยหนังสือ เป็นตัวเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี เครื่องประดับจะส่งเสริมให้หนังสือและสถานที่ที่น่าสนใจ และเว็บไซต์ มีหน้าที่เผยแพร่ ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลและเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้ง่ายยิ่งขึ้น

### 3. ขั้นตอนการออกแบบ

ผู้วิจัยได้แบ่งชิ้นงานออกเป็น 2 ส่วนคือ 1.หนังสือและเว็บไซต์ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี 2.ชิ้นงานเครื่องประดับที่สะท้อนอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว

โดยส่วนของการออกแบบหนังสือและเว็บไซต์จะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนได้แก่

3.1. หัวเรื่องเพื่อเชิญชวน โดยออกแบบตามรูปแบบการท่องเที่ยวคือ ท่องเที่ยวภายในตัวเมือง จำนวน 5 สถานที่ และท่องเที่ยวบริเวณนอกตัวเมือง จำนวน 5 สถานที่ โดยมีหัวข้อดังนี้

1.อิมอุบล – อิมท้อง อิมบุญ อิมใจ

2.เลาะอุบล – อันซีนอีสาน ขับรถเที่ยว เลี้ยวชมธรรมชาติ






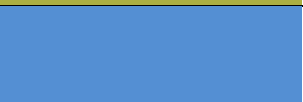






ภาพที่ 33 การออกแบบหัวเรื่องเพื่อเชิญชวน

### 3.2. สีที่ใช้ในงานออกแบบ

เลือกใช้สีตามอัตลักษณ์ของสถานที่ โดยเลือกจากภาพรวมของสถานที่นั้น สรุปเป็นสีได้ดังนี้

ตารางที่ 16 สีที่ใช้ในงานออกแบบ

สถานที่	สีที่เลือกใช้
ทุ่งศรีเมือง /ศาลหลักเมือง	
วัดพระธาตุหนองบัว	
ย่านเมืองเก่า	
คำปุ่นมิวเซียมคาเฟ่	
ข้าวน้อยบ้านชีทวน	
สามพัน โบก	
เขมราฐ	
อุทยานแห่งชาติผาแต้ม	
น้ำตกแสงจันทร์	
วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว	

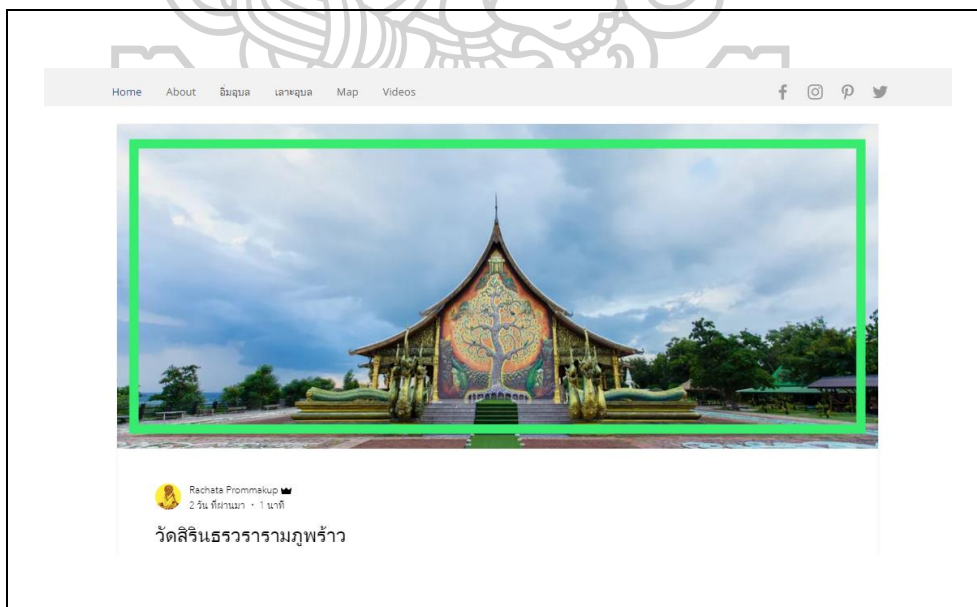


### 3.3. รูปแบบการจัดวาง

จากการวิเคราะห์สีในงานออกแบบหนังสือและเว็บไซต์ จึงนำมาใช้ร่วมในการจัดวางรูปแบบ โดยใช้สีในการแบ่งหมวดหมู่ของสถานที่



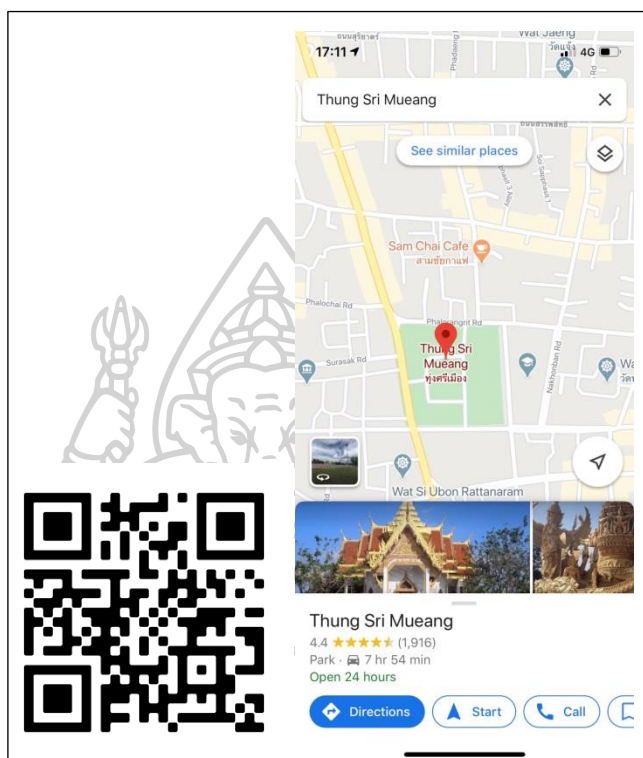
ภาพที่ 34 การแบ่งหมวดหมู่ของสถานที่ด้วยแถบสีของหนังสือ



ภาพที่ 35 การแบ่งหมวดหมู่ของสถานที่ด้วยกรอบสีของเว็บไซต์

### 3.4. การใช้ QR Code

ใช้ QR Code ในการบอกตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 10 แห่ง โดยเชื่อมต่อกับ google map เพื่ออำนวยความสะดวกการใช้งาน



ภาพที่ 36 แสดงตัวอย่าง QR Code ของสถานที่ศาลหลักเมืองทุ่งศรีเมือง

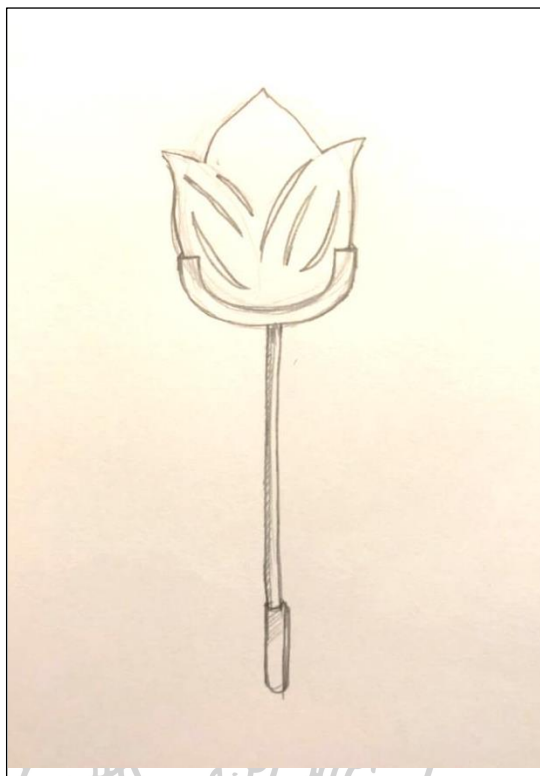
## 4.การออกแบบผลงานเครื่องประดับ

จากการสรุปข้อมูลการวิเคราะห์ข้อดีลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว เกิดเป็นทัศนศิลป์ คือ เส้นโค้ง และเส้นตรง รูปทรง ได้แก่ รูปทรงเรขาคณิตที่เป็นเหลี่ยม รูปทรงธรรมชาติ และรูปทรงอิสระ

### 4.1. แบบร่างเครื่องประดับ

#### ชั้นที่ 1 ทุ่งศรีเมือง /ศาลหลักเมือง

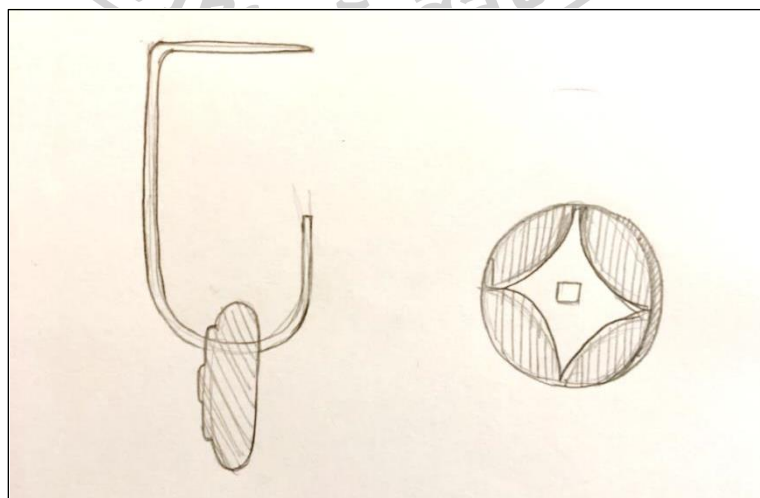
เข็มกลัดสำหรับติดแผ่นทอง เข็มกลัดทองเหลือง ดอกบัวเป็นพลาสติกอะคริลิกที่เป็นลายยอดของต้นเทียนทุ่งศรีเมือง ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของเมืองอุบล



ภาพที่ 37 แบบร่างเครื่องประดับ ทู่งศรีเมือง /ศาลหลักเมือง

### ชั้นที่ 2 วัดพระธาตุหนองบัว

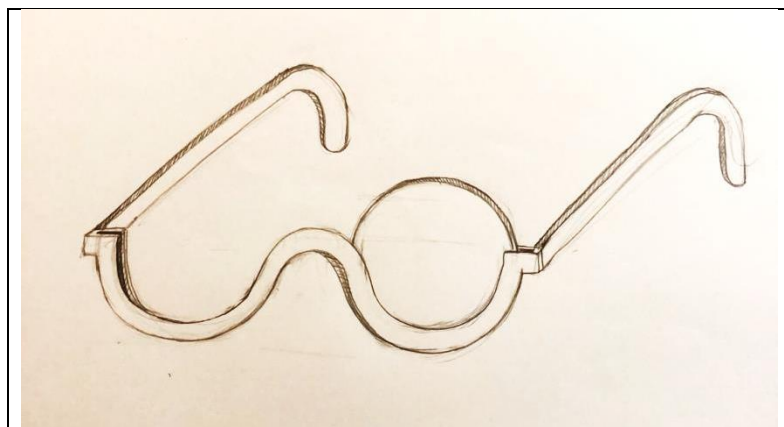
ต่างหูที่ใช้เทียนเป็นส่วนประกอบของชิ้นงาน รูปร่างเทียนมาจากลวดลายไทยประยุกต์ ส่วนของเทียนสามารถถอดมาหลอมในการหลอมเทียนที่วัดได้



ภาพที่ 38 แบบร่างเครื่องประดับ วัดพระธาตุหนองบัว

### ชั้นที่ 3 ย่านเมืองเก่า

แว่นตาวัดูดเป็นทองเหลือง เกล็นส์สามารถถอดเปลี่ยนได้ และฉายลวดลายบางส่วน ของงานศิลปะ street art โดยการส่องไฟ



ภาพที่ 39 แบบร่างเครื่องประดับ ย่านเมืองเก่า

### ชั้นที่ 4 กำปุนมิวเซียมคาเฟ่

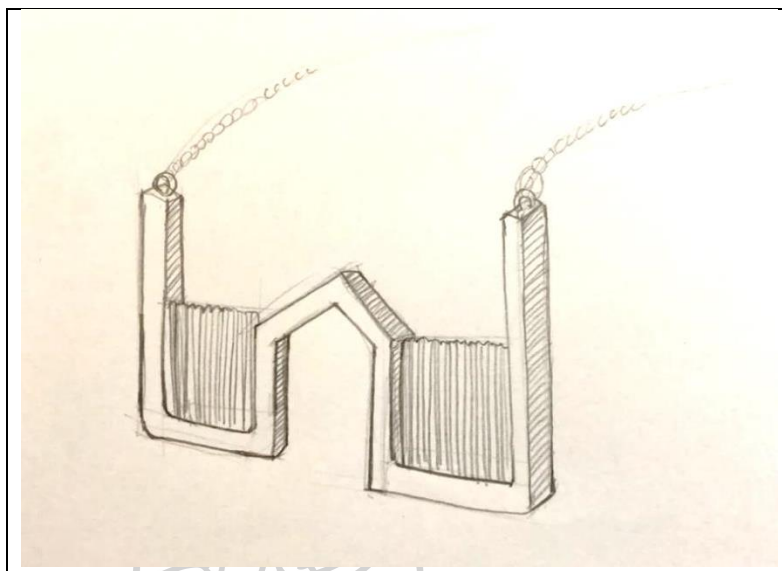
ศิลปะหิน้ำ้วัดูดทองเหลือง 2 ชั้น ชั้นที่1 ใช้รูปร่างของสถาปัตยกรรมบ้านทรงอีสานผสม ชั้นที่2 ใช้รูปร่างของรังไหมและประกอบด้วยวัตูดเปลือกรังไหม



ภาพที่ 40 แบบร่างเครื่องประดับ กำปุนมิวเซียมคาเฟ่

### ชั้นที่ 5 ขั้วน้อย บ้านชีทวน

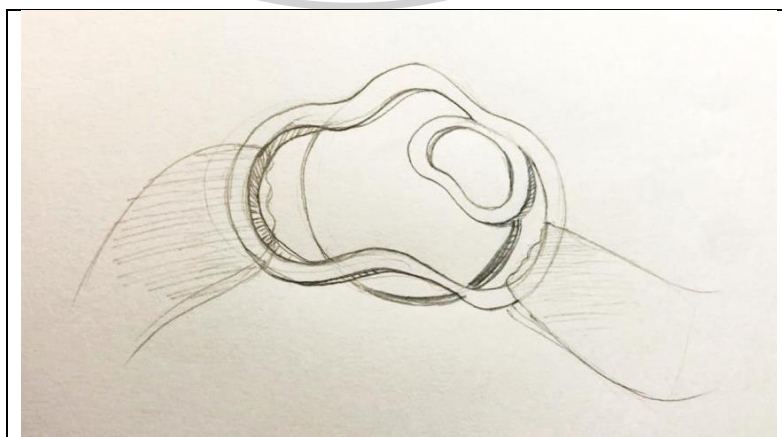
สร้อยคอวัสดุทองเหลือง ที่จำลองท่อนางของขั้วน้อย บ้านชีทวน เว้นช่องตรงกลางเป็นรูปทรงบ้าน ไว้ถ่ายกับศาลาไม้กลางนา



ภาพที่ 41 แบบร่างเครื่องประดับ ขั้วน้อย บ้านชีทวน

### ชั้นที่ 6 สามพันโบก

กำไลกระຈกที่ใช้วัสดุทองเหลือง ใช้สำหรับถ่ายภาพเพื่อให้กระຈกจะสะท้อนกับท้องฟ้า น้ำ ใช้รูปร่างของหลุมหิน เมื่อวางในแนวราบจะคล้ายหลุมหินที่มีน้ำขังอยู่ภายใน

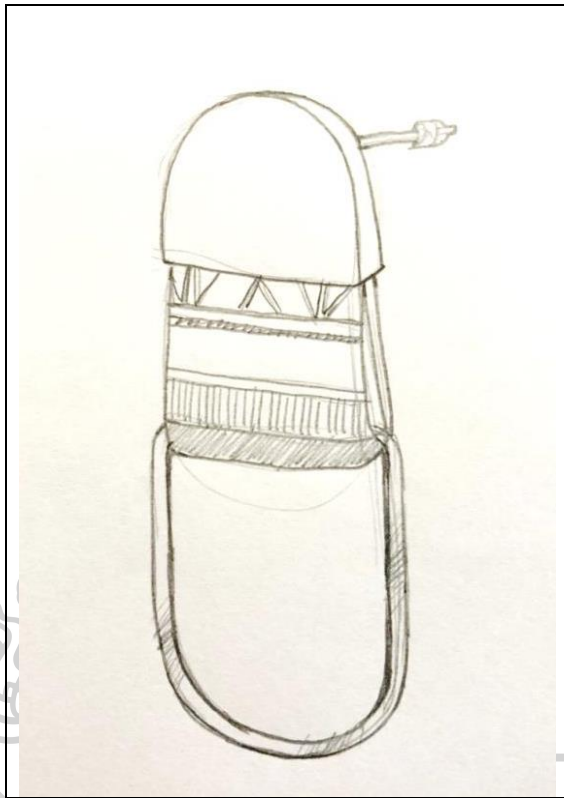


ภาพที่ 42 แบบร่างเครื่องประดับ สามพันโบก



### ชั้นที่ 7 เขมรราช

ต่างหูทองเหลืองลายผ้าชั้นมัดหมี่ ใช้เส้น โค้งเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ ลายผ้าใช้วิธีการพิมพ์บนผ้าแคนวาส



ภาพที่ 43 แบบร่างเครื่องประดับ เขมรราช

### ชั้นที่ 8 อุทยานแห่งชาติผาแต้ม

ชุดเข็มกลัดแม่เหล็กที่รวมลวดลายของจิตรกรรมฝาผนังของผาแต้มไว้ เลือกใช้วัสดุเซรามิกที่ให้สีเหมือนสถานที่จริง สามารถแยกใช้เป็นชิ้นได้หรือใช้เป็นแม่เหล็กได้



ภาพที่ 44 แบบร่างเครื่องประดับ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม

### ชั้นที่ 9 น้ำตกแสงจันทร์

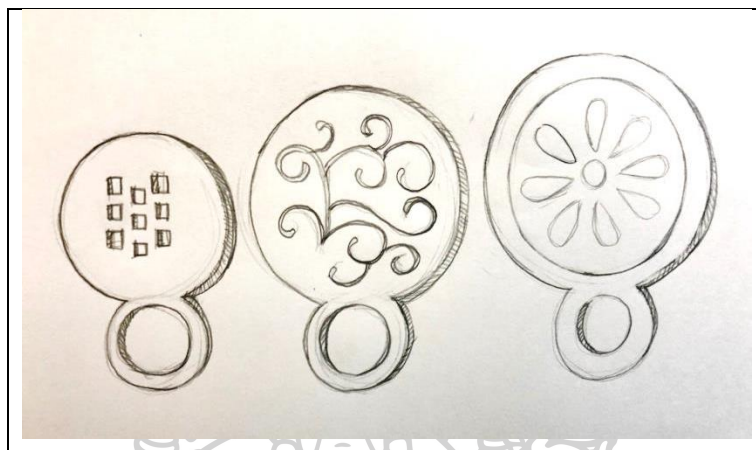
เพิ่มกลัดทองเหลืองที่ใช้รูปร่างธรรมชาติของร่องรอยน้ำตกแสงจันทร์และเพิ่มความน่าสนใจแก่ชิ้นงานด้วยแผ่นหนังเส้นยาวสีน้ำตาลถึงน้ำที่ตกลงพื้น



ภาพที่ 45 แบบร่างเครื่องประดับ น้ำตกแสงจันทร์

### ชั้นที่ 10 วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว

แหวนเรืองแสงใช้วัสดุทองเหลืองผสมกับชิ้นงานเรซิน ใช้ลวดลายของวัด ผสมสารเรืองแสง และใช้การซ้อนทับ แหวนเรืองแสงนี้สามารถใช้ถ่ายรูปในเวลากลางคืนได้



ภาพที่ 46 แบบร่างเครื่องประดับ วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว

#### 5. ขั้นตอนในการทดลองสร้างชิ้นงาน

การทดลองวัสดุผสมที่ต้องนำมาประกอบกับชิ้นงานเครื่องประดับทองเหลือง จำนวน 6 ชิ้น 6 สถานที่ ได้แก่

ทุ่งศรีเมือง /ศาลหลักเมือง ทดลองการแปะแผ่นทองกับวัสดุพลาสติก **สรุปผล** สามารถติดกับแผ่นพลาสติกได้ดี

วัดพระธาตุหนองบัว ทดลองการทำแม่พิมพ์ และทดลองการหล่อเทียน **สรุปผล** สามารถแกะเทียนออกจากพิมพ์ได้ โดยการหล่อพิมพ์ด้วย ขางพารา ย่านเมืองเก่า

ย่านเมืองเก่า ทดลองการทะลุของแสง **สรุปผล** ใช้รูปภาพที่ไม่ได้ปรับสีจาง เนื่องจากได้ภาพที่สวยงามกว่าและแสงยังสามารถทะลุผ่านได้ปกติ

เขื่อนอุบลรัตน์ ทดลองวัสดุและขนาดของส่วนประกอบ **สรุปผล** ใช้เส้นพลาสติก เนื่องจาก เส้นซิลิโคนที่มีขนาดใหญ่ไป

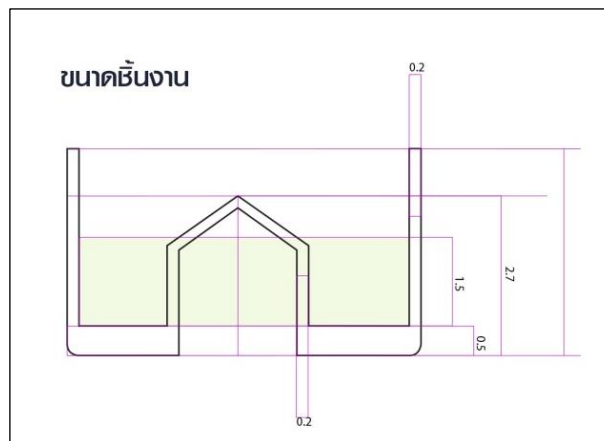
อุทยานแห่งชาติผาแต้ม ทดลองการใช้วัสดุเซรามิก ลดขนาดชิ้นงานลง 15 เปอร์เซ็นต์ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ของชิ้นงานตามที่กำหนดไว้

วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว ทดลองการเรืองแสง **สรุปผล** ผงสีเรืองแสงเมื่ออยู่ในที่มืด ให้สว่างแสงชัดเจน

## 6. ขั้นตอนการผลิตชิ้นงาน

### 6.1 การผลิตชิ้นงานโลหะ

#### 6.1.1 เขียนแบบขนาดชิ้นงาน



ภาพที่ 47 ภาพแสดงการเขียนขนาดชิ้นงาน

#### 6.1.2 การกลุ่ชิ้นงานทองเหลือง



ภาพที่ 48 ภาพชิ้นงานทองเหลืองกลุ่

### 6.1.3 เชื่อมประกอบ



ภาพที่ 49 การเชื่อมชิ้นงานเครื่องประดับ

### 6.1.4 ขัดเก็บชิ้นงานด้วยตะไบ



ภาพที่ 50 การขัดชิ้นงานเครื่องประดับด้วยตะไบ

## 6.2 การผลิตชิ้นงานวัสดุอื่น

### 6.2.1 การทำพิมพ์และการหล่อเทียน

1. การทำแม่พิมพ์ ใช้ดินน้ำมัน และหล่อพิมพ์ด้วยน้ำยางพาราโดยการเทยางพาราที่ละลายร้อนให้ยางชั้นแรกแห้ง ทำซ้ำจนเกิดความหนาของยาง

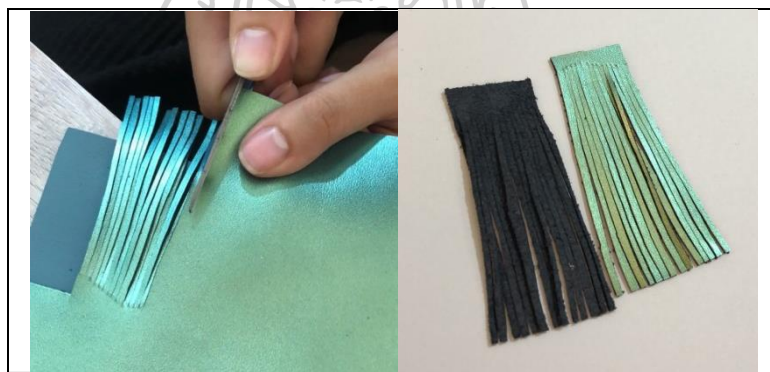
2. การหล่อเทียน หั่นเทียนให้เป็นชิ้นเล็กๆ และต้มจนเทียนละลายเป็นน้ำ ใช้ช้อนขนาดเล็กตักเทียนใส่แม่พิมพ์ที่เตรียมไว้ ทิ้งไว้จนเทียนแข็ง ประมาณ 1-2 ชม.





ภาพที่ 51 ขั้นตอนการหล่อเทียน

6.2.2 การตัดหนัง



ภาพที่ 52 การตัดหนัง

6.2.3 การเย็บผ้า



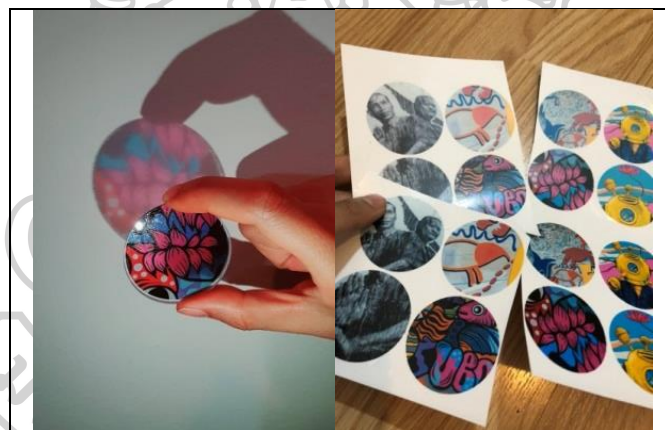
ภาพที่ 53 ชิ้นงานผ้า

#### 6.2.4 การขัดชิ้นงานเรซิน



ภาพที่ 54 อุปกรณ์การขัดชิ้นงานเรซิน

#### 6.2.5 การผลิตเลนส์แว่น



ภาพที่ 55 ชิ้นงานเลนส์แว่น

#### 6.2.6 การผลิตชิ้นงานเซรามิก



ภาพที่ 56 ชิ้นงานเซรามิก

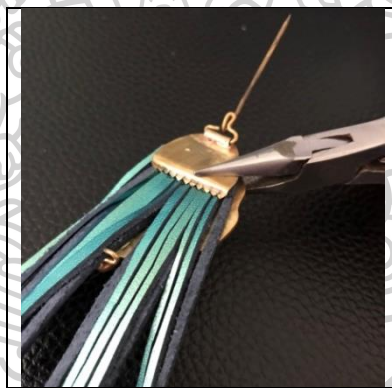
### 6.3 การประกอบวัสดุอื่นกับชิ้นงานทองเหลือง

#### 6.3.1.การยึดด้วยหนามเตย



ภาพที่ 57 การยึดด้วยหนามเตย

#### 6.3.2.การหนีบ



ภาพที่ 58 การหนีบ

#### 6.3.3การติดด้วยกาว



ภาพที่ 59 การติดด้วยกาว

## 7. ผลงานเครื่องประดับและการสวมใส่

### 7.1 ศาลหลักเมือง/ทุ่งศรีเมือง



ภาพที่ 60 เครื่องประดับชิ้นที่ 1





ภาพที่ 61 การสวมใส่เครื่องประดับชั้นที่ 1



## 7.2 วัดพระธาตุหนองบัว



ภาพที่ 62 เครื่องประดับชิ้นที่ 2

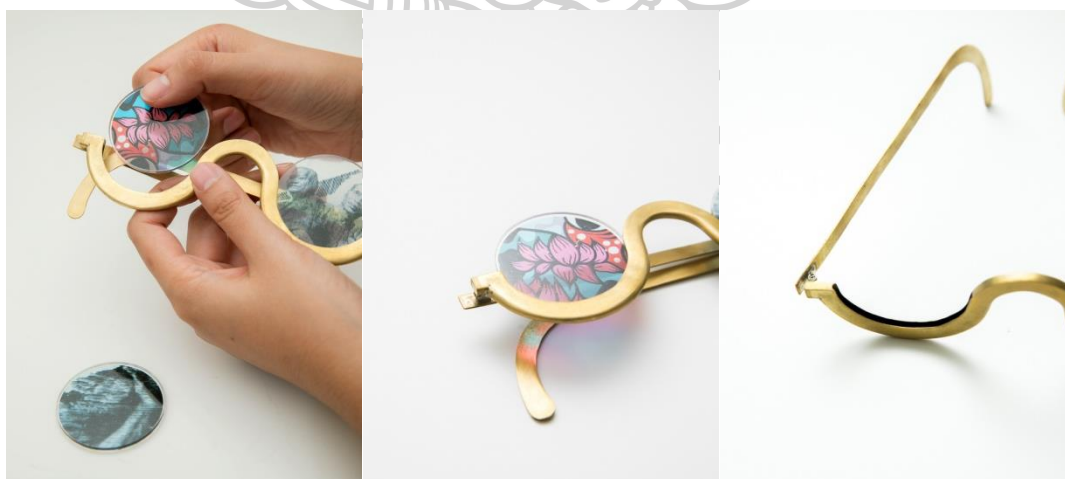


ภาพที่ 63 การสวมใส่เครื่องประดับชั้นที่ 2

### 7.3 ยานเมืองเก่า



ภาพที่ 64 เครื่องประดับชิ้นที่ 3

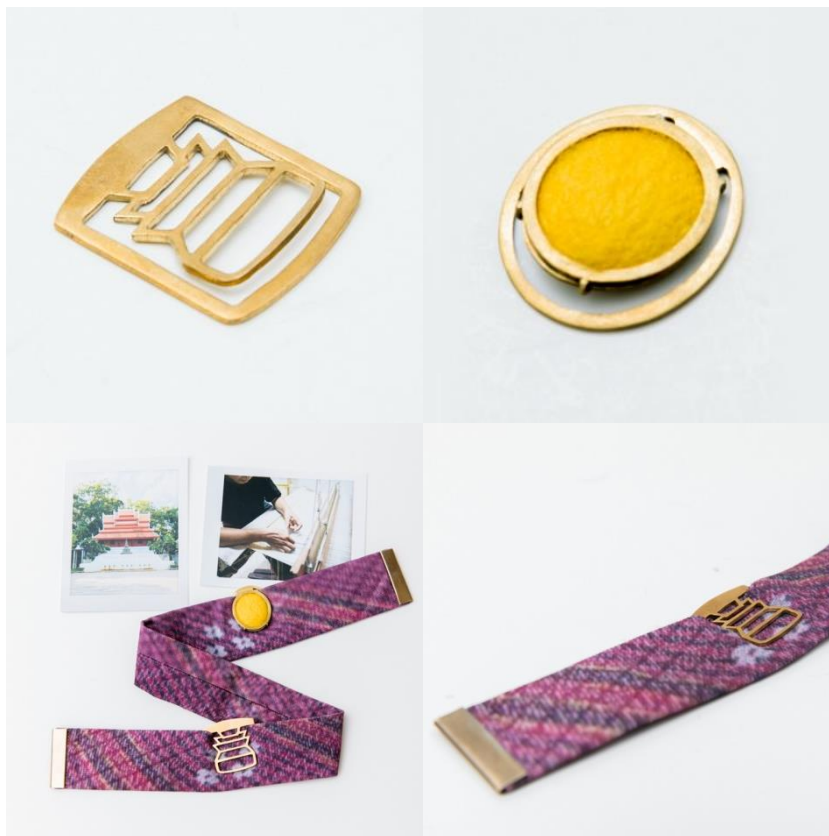


ภาพที่ 65 รายละเอียดของเลนส์เครื่องประดับชิ้นที่ 3



ภาพที่ 66 การสวมใส่เครื่องประดับชั้นที่ 3

#### 7.4 คำปุ่น มิวเซียมกาแฟ



ภาพที่ 67 เครื่องประดับชิ้นที่ 4



ภาพที่ 68 การสวมใส่เครื่องประดับชิ้นที่ 4



7.5 ชวน้อยบ้านชีทวน



ภาพที่ 69 เครื่องประดับชิ้นที่ 5



ภาพที่ 70 การสวมใส่เครื่องประดับชั้นที่ 5

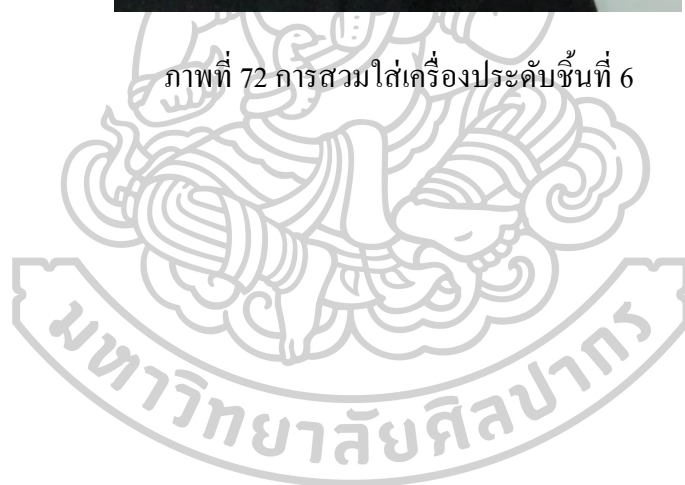
## 7.6 สามพันโบก



ภาพที่ 71 เครื่องประดับชิ้นที่ 6



ภาพที่ 72 การสวมใส่เครื่องระดับชั้นที่ 6



7.7 เขมรราชู



ภาพที่ 73 เครื่องประดับชั้นที่ 7





ภาพที่ 74 การสวมใส่เครื่องประดับชั้นที่ 7

## 7.8 อุทยานแห่งชาติผาแต้ม



ภาพที่ 75 เครื่องประดับชิ้นที่ 8

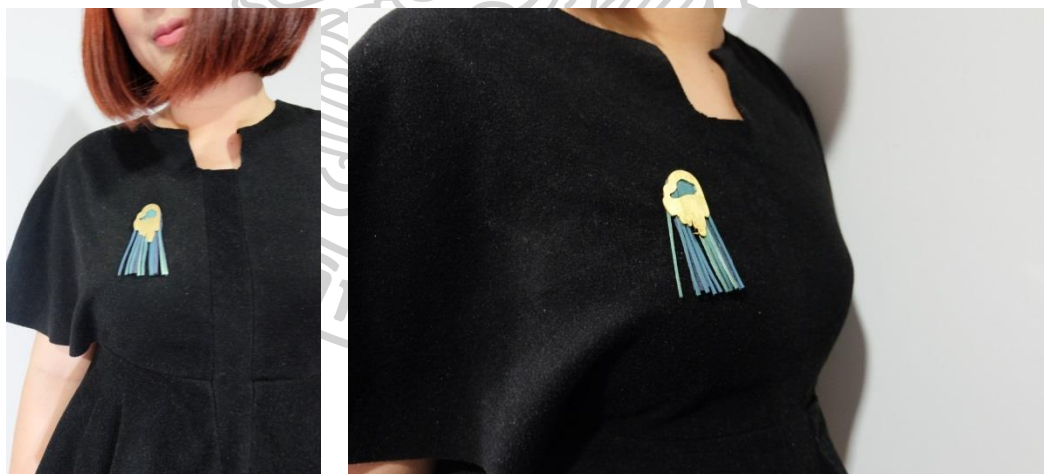


ภาพที่ 76 การสวมใส่เครื่องประดับชั้นที่ 8

### 7.9 น้ำตกแสงจันทร์



ภาพที่ 77 เครื่องประดับชั้นที่ 9



ภาพที่ 78 การสวมใส่เครื่องประดับชั้นที่ 9

## 7.10 วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว



ภาพที่ 79 เครื่องประดับชิ้นที่ 10



ภาพที่ 80 การสวมใส่เครื่องประดับชิ้นที่ 10



## บทที่ 5 บทสรุป

ผลงานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาวิจัยเพื่อสร้างสรรค์เครื่องประดับส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมข้อมูล ตลอดจนการลงพื้นที่ เพื่อนำมาทดลองและสร้างสรรค์เป็นผลงานเครื่องประดับ ที่ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

โดยองค์ความรู้ที่ได้เกิดจากการศึกษาและทดลองอย่างเป็นขั้นตอน เริ่มต้นจากการรวบรวมค้นคว้าข้อมูลทฤษฎีร่วมกับเก็บข้อมูลปฐมภูมิในการลงพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อคัดสรรแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นจังหวัดทางภาคอีสานที่มีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย หลากหลายรูปแบบ ทั้งธรรมชาติ ที่มีความสวยงาม จนได้เป็นสถานที่ UNSEEN THAILAND หลายแห่ง เช่น สามพัน โบก น้ำตกแสงจันทร์ และวัดสิรินธรวราราม รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชุมชน และสถานที่พักผ่อนในอำเภอเมือง

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ จนเกิดเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดอุบลราชธานี ทั้งหมด 10 แห่ง ได้แก่

1. ศาลหลักเมืองทุ่งศรีเมือง สถานที่สำคัญที่ชาวอุบลฯ ให้ความเคารพ รวบรวมทั้งยังเป็นเหมือนสัญลักษณ์ของเมืองอุบลฯ
2. ย่านเมืองเก่า ย่านการค้าสำคัญ ที่มีความเจริญมากในสมัยก่อน ทั้งรูปแบบตึกรามบ้านช่องแบบสถาปัตยกรรมโคโลเนียล อีกทั้งยังเป็นการผสมผสานศิลปะแบบไทยและตะวันตกเข้าด้วยกัน
3. วัดพระธาตุหนองบัว วัดที่มีความสวยงามและเป็นสัญลักษณ์ครบรอบ 25 ศตวรรษของพระพุทธศาสนา อีกทั้งยังมีงานเทศกาล และประเพณีแห่เทียนที่สำคัญของจังหวัดอุบลราชธานี
4. กำปุนมิวเซียมกาแฟ แหล่งรวบรวมผ้าไหมและสินค้าที่ผลิตจากผ้าไหมทอมือ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านการทอผ้าไหม

5. ชวน้อยบ้านชีทวน แหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชน ที่ร่วมรวบรวมความเป็นมาและเรื่องราวของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณแม่น้ำชี

6. สามพันโบก สถานที่อันซีนที่สำคัญอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวควรมาสัมผัสความสวยงามที่ธรรมชาติสร้างสรรค์ขึ้น รวมถึงความเป็นอยู่ของคนริมน้ำโขง

7. เขมราฐ เมืองเก่าแก่ของจังหวัดอุบลราชธานี ที่รวบรวมวัฒนธรรมโบราณ ทั้งการทอผ้า การฟ้อนรำ รวมทั้งบ้านเรือนที่มีอายุหลายร้อยปี

8. อุทยานแห่งชาติผาแต้ม หน้าผาสูงมีประติมากรรมหินธรรมชาติรูปทรงแปลกตา และเป็นสถานที่บอกเล่าเรื่องราวของประวัติศาสตร์ด้วยภาพเขียนสีโบราณที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย

9. น้ำตกแสงจันทร์ ความมหัศจรรย์ของธรรมชาติของน้ำตกที่เกิดจากกระกวดเซาะของน้ำจนเกิดรูน้ำขนาดใหญ่ และแสงของดวงจันทร์ส่องผ่านรูหินจนเกิดเป็นความสวยงามอย่างคาดไม่ถึง

10. วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว สถานที่ทางศาสนาที่เกิดจาก การสร้างสรรค์ผลงานสถาปัตยกรรมที่มีความประณีตจนได้รับการยอมรับให้เป็นสถานที่อันซีนของจังหวัดอุบลราชธานี

จากสถานที่ที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์เพื่อนำมาซึ่งอัตลักษณ์ที่สำคัญในการออกแบบ โดยคำนึงถึง กลุ่มเป้าหมายที่วิเคราะห์จากพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องประดับ

จึงเกิดเป็น แนวทางการออกแบบ ที่สามารถแก้ปัญหาเรื่องการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดย การแบ่งสถานที่สำหรับการท่องเที่ยวเป็น 2 รูปแบบ คือท่องเที่ยวในเมือง สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลาน้อย และ ท่องเที่ยวต่างอำเภอ และจัดทำเป็นหนังสือ เพื่อแนะนำสถานที่ต่างๆ และเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจในจังหวัดอุบลราชธานี และกรอบแนวความคิด ที่ใช้ในการ เชิญชวน ส่งเสริม และ เผยแพร่ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ หนังสือ ชั้นเครื่องประดับ และเว็บไซต์ และจึงเข้าสู่กระบวนการการออกแบบ จัดทำแบบร่าง โดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์อัตลักษณ์ ทัศนศิลป์ และการเชื่อมโยงของตำแหน่งการสวมใส่เครื่องประดับ 1 แบบ ต่อ 1 สถานที่ รวมทั้งหมด 10 แบบ

และการทดลองวัสดุที่ใช้ร่วมกับวัสดุทองเหลืองที่ได้จากการวิเคราะห์ จากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการสร้างสรรค์ผลงานวิทยานิพนธ์ เรื่อง เครื่องประดับส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคอีสาน จังหวัดอุบลราชธานี ในครั้งนี้ ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ นักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมและส่วนร่วมกับสถานที่ด้วยตัวเอง เพิ่มความสนุกและความน่าสนใจให้กับสถานที่ท่องเที่ยว โดยใช้เครื่องประดับผสมผสานกับการถ่ายภาพที่เป็นความนิยมในปัจจุบัน ร่วมกับหนังสือที่บอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาและข้อมูลต่างๆแนะนำการท่องเที่ยวในแต่ละสถานที่ ผสานกับการใช้เทคโนโลยีควอาร์โค้ด ที่เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ และสื่อออนไลน์ เพื่อเผยแพร่สถานที่ที่เที่ยวและมุมมองในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัสมาก่อนหน้านี้ ได้เล่าถึงความประทับใจในสถานที่ ก่อให้เกิดแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวคนอื่นๆอยากมาสัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมากยิ่งขึ้น อีกทั้งการใช้เอกลักษณ์ของแต่ละสถานที่ในการออกแบบเครื่องประดับนั้น ช่วยเพิ่มให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้นน่าจดจำยิ่งขึ้น ผลงานทั้งหมดนี้ สามารถใช้ศึกษาเพื่อเป็นแนวทางต่อยอดและพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ รวมถึงการนำไปสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และสามารถเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆทางภาคอีสานหรือภาคอื่นๆในประเทศไทยได้อีกด้วย



ภาพที่ 81 ภาพหนังสือคู่มือพร้อมเครื่องประดับส่งเสริมการท่องเที่ยวอุบลราชธานี



ภาพที่ 82 ภาพเครื่องประดับภายในหนังสือคู่มือส่งเสริมการท่องเที่ยวอุบลราชธานี



## รายการอ้างอิง

(2562). "การใช้งานดิจิทัลทั่วโลก 2019." Retrieved 12 กุมภาพันธ์, 2563, from <https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/>.

Heather Woof (2012). **Windswept Collection** England: Contemporary jewelry.

Liisa Hashimoto (2020). **Mizuhiki Series** Japan: Contemporary jewelry.

Talia Sari (2020). **Map Collection** Israel: Contemporary jewelry.

Yuki Akiyama (2015). **Kui Brand** Japan: Contemporary jewelry.

ธีรพัฒน์ บุปผาพิบูลย์ (2560). "รัก เจมราฐ." *อ.ส.ท.* 57(9 (เมษายน)).

ปิ่นอนงค์ วัชรปาน (2554). *ชิม กิน เที่ยว อุบล* ชลงานเขียน. กรุงเทพฯ, สปริง แพลนเนต.

พริมา อ่วมเจริญ (2560). "เที่ยวไทยที่ สัมผัสหลากหลายเสน่ห์เมืองอุบล." *อ.ส.ท.* 57(11 (มิถุนายน)).

ชายวัน (นามปากกา) (2562). "ผ้ากานบัว อุบลราชธานี." *อ.ส.ท.* 59(12 (กรกฎาคม)).

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ (2558). "เจาะพฤติกรรมผู้บริโภคซื้ออัญมณีและเครื่องประดับของผู้บริโภคหลากหลายเจนอเรชั่น." Retrieved 10 กุมภาพันธ์, 2563, from [http://www.tpa.or.th/writer/read\\_this\\_book\\_topic.php?bookID=3187&read=true&count=true](http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=3187&read=true&count=true).

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2562). "สรุปพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตคนไทยในปี 2561." Retrieved 11 กุมภาพันธ์, 2563, from <https://www.thumbsup.in.th/thailand-internet-user-profile-2018>.



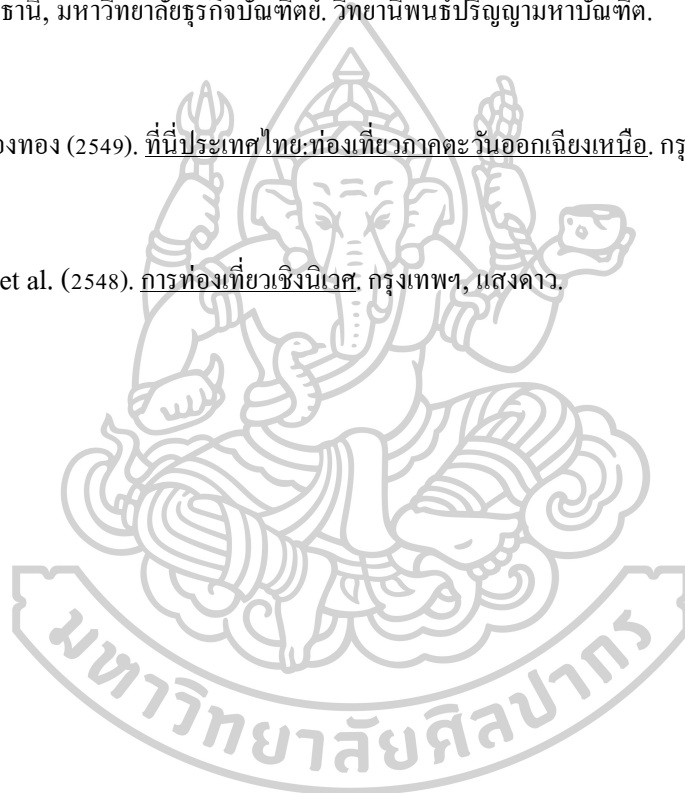
สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2560). การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ.2560 (ในรอบปี2659).

สำนักสถิติเศรษฐกิจและสังคม (2560). อุปถราชธานี ทรัพยากรการท่องเที่ยวไทย ชุมภาคอีสาน. กรุงเทพฯ, เท็กซ์ แอนด์เจอร์นัลพับลิเคชัน.

สิริรัตน์ นาคเป็น (2555). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ.

สุทธิชัย ปทุมส่องทอง (2549). ที่นี้ประเทศไทย:ท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. กรุงเทพฯ, สถาพรบุ๊คส์.

อุดม เชยกิจวงศ์, et al. (2548). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ, แสงดาว.





## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวรชต พรหมคุปต์
วัน เดือน ปี เกิด	8 กันยายน 2533
สถานที่เกิด	จังหวัดอุบลราชธานี
วุฒิการศึกษา	ศิลปบัณฑิต (ออกแบบผลิตภัณฑ์)
ที่อยู่ปัจจุบัน	46/472 หมู่บ้านชนวรรณ พหลโยธิน 52 คลองถนน สายไหม กทม. 10220
ผลงานตีพิมพ์	บทความ "เครื่องประดับส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคอีสาน จังหวัดอุบลราชธานี" นำเสนอในโครงการประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่10 จัดโดย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

